



ISSN 0867-3888  
e-ISSN 2353-5962

**AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO  
IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE**

# **FOLIA TURISTICA**

**Nr 39 – 2016**

**Turystyka  
w antropologicznej perspektywie**



**KRAKÓW 2016**

ISSN 0867-3888, e-ISSN 2353-5962

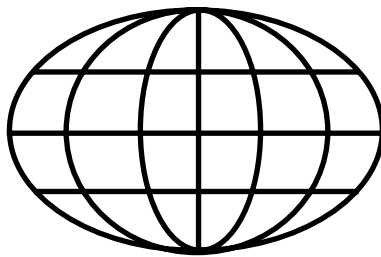
AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO  
IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

---

# FOLIA TURISTICA

**Nr 39 – 2016**

**Turystyka  
w antropologicznej perspektywie**



KRAKÓW 2016

## Kolegium Redakcyjne

**prof. nadzw. dr hab. Wiesław Alejziak** – redaktor naczelny  
**prof. nadzw. dr hab. Zygmunt Kruczek** – zastępca redaktora naczelnego  
**dr Bartosz Szczechowicz** – sekretarz redakcji  
**prof. nadzw. dr hab. Andrzej Matuszyk**  
**prof. nadzw. dr hab. Ryszard Winiarski**  
**prof. nadzw. dr hab. Maria Zowisło**  
**dr Sabina Owsianowska**

## Redaktorzy tematyczni

**prof. nadzw. dr hab. Maria Zowisło** – redaktor tematyczny dla nauk humanistycznych  
**prof. nadzw. dr hab. Zygmunt Kruczek** – redaktor tematyczny dla nauk geograficznych  
**dr Bartosz Szczechowicz** – redaktor tematyczny dla nauk ekonomicznych

## Rada Naukowa

<b>prof. David Airey</b> (University of Surrey, UK)	<b>prof. nadzw. dr hab. Marek Kazmierczak</b> (Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Polska)
<b>prof. nadzw. dr hab. Stefan Bosiacki</b> (Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Polska)	<b>prof. dr hab. Andrzej Kowalczyk</b> (Uniwersytet Warszawski, Polska)
<b>prof. Richard W. Butler</b> (University of Strathclyde, Glasgow, UK)	<b>prof. dr hab. Stanisław Liszewski</b> (Uniwersytet Łódzki, Polska)
<b>prof. Erik Cohen</b> (The Hebrew University of Jerusalem, Israel)	<b>prof. dr hab. Barbara Marciszewska</b> (Akademia Morska w Gdyni, Polska)
<b>prof. Chris Cooper</b> (Oxford Brooks University, UK)	<b>prof. Josef A. Mazanec</b> (MODUL University Vienna, Austria)
<b>prof. (emeritus) Graham M.S. Dann</b> (UiT The Arctic University of Norway, Alta Campus, Norway)	<b>prof. Philip L. Pearce</b> (James Cook University, Australia)
<b>prof. dr hab. Zbigniew Dziubiński</b> (Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie, Polska)	<b>prof. nadzw. dr hab. Krzysztof Podemski</b> (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska)
<b>prof. Milan Đuriček</b> (Uniwersytet Preszowski, Słowacja)	<b>prof. dr hab. Andrzej Rapacz</b> (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska)
<b>prof. Charles R. Goeldner</b> (University of Colorado, Boulder, USA)	<b>prof. (emeritus) H. Leo Theuns</b> (Tilburg University, Netherlands)
<b>prof. dr hab. Grzegorz Gołębski</b> (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska)	<b>prof. (emeritus) Boris Vukonić</b> (Uniwersytet w Zagrzebiu, Chorwacja)
<b>prof. Jafar Jafari</b> (University of Wisconsin-Stout, USA)	<b>prof. Arch G. Woodside</b> (Carroll School of Management, Boston College, USA)
<b>prof. nadzw. dr hab. Magdalena Kachniewska</b> (Szkola Główna Handlowa w Warszawie, Polska)	<b>prof. nadzw. dr hab. Janusz Zdebski</b> (Wszelchnia Świętokrzyska w Kielcach, Polska)
	<b>prof. nadzw. dr hab. Michał Żemła</b> (Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska)

## Redaktorzy naukowemu numeru

**Magdalena Banaszekiewicz i Sabina Owsianowska**

**Redaktor statystyczny**  
**dr Stanisław Matusik**

**Redaktor językowy (wersja polskojęzyczna)**  
**Barbara Przybyło**

**Redaktor językowy (wersja anglojęzyczna)**  
**AmE Native Katarzyna Smith-Nowak (native speaker)**

## Adres Redakcji:

Akademia Wychowania Fizycznego  
al. Jana Pawła II 78, 31-571 Kraków, Pawilon IV, pok. 316, tel. +48 12 6831139  
Deklaracja o wersji pierwotnej – wersją pierwotną czasopisma jest wersja papierowa.

ISSN 0867-3888, e-ISSN 2353-5962

© Copyright by  
University of Physical Education, Cracow, Poland

---

**DTP:** Ryszard Sasorski  
**Druk:** Drukarnia Eikon Plus Dominik Sieńko, ul. Wybickiego 46, 31-302 Kraków  
**Nakład:** 100 egzemplarzy

## SPIS TREŚCI

<b>Magdalena Banaszekiewicz, Sabina Owsianowska:</b> <i>Od redaktorów</i>	5
<b>Wiesław Alejziak:</b> „ <i>Annals of Tourism Research</i> ” jako źródło wiedzy o osiągnięciach badawczych antropologii w dziedzinie turystyki . .	9
<b>Karolina Buczkowska-Gołąbek:</b> <i>Antropologia jedzenia w podróży</i> .	45
<b>Armin Mikos v. Rohrscheidt:</b> <i>Analiza programów imprez turystycznych jako podstawa typologii uczestników turystyki religijnej. . . .</i>	65
<b>Maria Gutowska:</b> <i>Jak turyści zwiedzają muzea sztuki? Propozycja klasyfikacji . . . . .</i>	101
<b>Matylda Siwek:</b> <i>Czy kultura, motywy, sposoby podróżowania w XIX i początkach XX wieku pozostają dzisiaj tylko przeszłością, czy może posiadają cechy ponadczasowe? . . . . .</i>	125
<b>Joanna Ziarkowska, Dominik Ziarkowski:</b> „ <i>Głowa miast wszystkich</i> ”. <i>Obraz Rzymu w przewodniku Pielgrzym włoski z 1614 roku</i>	143
<b>Joanna Roszak:</b> <i>Przemianowane miasta Europy Środkowej i Wschodniej – świadectwo doświadczenia przestrzeni turystycznej. . . . .</i>	159
<b>Karolina Golemo:</b> <i>Zwiedzanie dźwiękami. Muzyczne podróże po Lizbonie . . . . .</i>	171
<b>Anna Wilkońska:</b> <i>Słow turystyka w dużych miastach – kreowanie nieśpiesznych dzielnic . . . . .</i>	199
<b>Paulina Cichoń:</b> „ <i>Podwieczorek u Berbera</i> ” – gospodarze i goście w świetle turystyki etnicznej. <i>Antropologiczna analiza ofert biur podróży . . . . .</i>	219
<b>Anna Duda:</b> <i>Turystyka szoku – między sensacją a empatią. 9/11 studium przypadku. . . . .</i>	241
<b>Paweł Plichta:</b> <i>Camino Francés – jeszcze pielgrzymka czy już turystyka? Próba odpowiedzi na podstawie wspomnień polskich caminowiczów . . . . .</i>	263
<b>Małgorzata Kryczka:</b> <i>Wirtualne pielgrzymowanie jako efekt stosowania nowych technologii w promocji. Przypadek Światowego Centrum Kultu Bożego Miłosierdzia w Krakowie-Łagiewnikach . . . .</i>	293

## KOMUNIKAT

<b>Karina Weil, Marcelo Godoy, Daniela Bello:</b> <i>Centra interpretacyjne jako sposób integracji muzeów, dziedzictwa, terytorium i społeczności. . . . .</i>	317
<b>Informacje i instrukcje dla autorów . . . . .</b>	327

## CONTENTS

<b>Magdalena Banaszekiewicz, Sabina Owsianowska:</b> <i>From the Editors</i> . . . . .	5
<b>Wiesław Alejziak:</b> <i>„Annals of Tourism Research” as a Source of Knowledge on the Research Achievements of Anthropology in the Domain of Tourism</i> . . . . .	9
<b>Karolina Buczkowska-Goląbek:</b> <i>Anthropology of Food in Travel</i> . . .	45
<b>Armin Mikos v. Rohrscheidt:</b> <i>Analysis of the Programs of Tourist Trips as the Basis for a Typology of Participants in Religious Tourism</i>	65
<b>Maria Gutowska:</b> <i>How do Tourists Visit Art Museums? A Classification Proposal</i> . . . . .	101
<b>Matylda Siwek:</b> <i>Are Culture, Motives, Ways of Travelling in the 19th and Beginnings of the 20th Century Only a Thing of the Past or do They Have Timeless Features?</i> . . . . .	125
<b>Joanna Ziarkowska, Dominik Ziarkowski:</b> <i>“The Capital of all Cities”. The Image of Rome in Italian Pilgrim, the 1614 Guidebook</i> . .	143
<b>Joanna Roszak:</b> <i>Renamed Cities of Central and Eastern Europe – Certificate of Experiencing the Tourist Space</i> . . . . .	159
<b>Karolina Golemo:</b> <i>Visiting through the Tunes. Lisbon Music Tours</i> . .	171
<b>Anna Wilkońska:</b> <i>Slow Tourism in Large Cities: Creating Slow Districts</i>	199
<b>Paulina Cichoń:</b> <i>‘Supper with Berber’ – Hosts and Guests in the View of Ethnic Tourism. Anthropological Analysis of the Travel Agencies’ Offers</i> . . . . .	219
<b>Anna Duda:</b> <i>Shock Tourism – between Sensation and Empathy. 9/11 Case Study</i> . . . . .	241
<b>Paweł Plichta:</b> <i>Is Camino Francés still Pilgrimage or is it already Tourism? An Attempt at Answering based on the Memories of Polish Camino Men</i> . . . . .	263
<b>Małgorzata Kryczka:</b> <i>Virtual Pilgrimage as a Result of the Application of New Technologies in Promotion. Case Study of the World Centre of Divine Merci in Cracow-Łagiewniki</i> . . . . .	293

## REPORT

<b>Karin Weil, Marcelo Godoy, Daniela Bello:</b> <i>Interpretative Units: Seeking Ways to Integrate Museums, Heritage, Territory and Community</i> . . . . .	317
<b>Information and Instructions for Authors</b> . . . . .	327

## OD REDAKCJI

Tom 39 czasopisma naukowego „Folia Turistica” to kolejna, tym razem polskojęzyczna publikacja tematycznie związana z antropologią turystyki. Prezentowane artykuły odzwierciedlają bogactwo tematów i ujęć związanych z badaniami nad turystyką w perspektywie antropologii. Przyjmując za Dariuszem Czają [2013, s. 7], że antropologia „wykracza poza wąskie specjalistyczne standardy, przekracza granice, wchodzi na tereny zastrzeżone dla innych dyscyplin”, uznajemy, że w prezentowanym zbiorze chodzić będzie raczej o namysł w ramach przestrzeni antropologicznego poznania, który otwiera się na badaczy reprezentujących różne dyscypliny nauk humanistycznych i społecznych, niż o ortodoksyjny wymiar określonej metody i teorii. Centralną osią dyskusji jest relacja człowiek-kultura-świat w kontekście podróżowania i turystyki. Autorzy odwołują się do koncepcji, które od dawna traktowane są jako paradygmatyczne dla antropologii turystyki (np. relacje między gośćmi a gospodarzami, kwestie autentyczności, obcości), ale także konfrontują je z najnowszymi, nierzadko krytycznymi ujęciami (np. w świetle teorii postkolonialnej). Tak, jak podróżowanie jest zjawiskiem dynamicznym, tak i antropologia turystyki postrzegana być może jako proces ścierania się poglądów, założeń i wyników badań, co przybliżyło nas do lepszego zrozumienia istnienia człowieka w świecie.

Znakomite wprowadzenie do całości stanowi artykuł **Wiesława Alejskiego**, będący przeglądem osiągnięć badawczych antropologii turystyki. Zostają one ukazane przez pryzmat analizy publikacji jednego z najważniejszych czasopism poświęconych zjawisku współczesnego podróżowania, czyli „Annals of Tourism Research”. Pozostałe artykuły zostały podzielone na trzy grupy zagadnień, co pozwala na łatwiejsze dostrzeżenie wzajemnych interakcji pomiędzy nimi. Pierwsza część stawia w centrum zainteresowania turystę wraz z jego motywacjami i zachowaniem. Druga grupa tekstów prezentuje antropologię turystyki w kontekście badania miejsc, do których docierają turyści. Ostatnia część poświęcona została różnym formom turystyki kulturowej. Całość zamyka komunikat dotyczący znaczenia centrów interpretacyjnych dla interpretacji dziedzictwa w Chile.

Pierwszy artykuł koncentrujący się wokół doświadczenia turysty porusza praktycznie dziewicze na gruncie polskich badań zagadnienie jedzenia w podróży. **Karolina Buczkowska-Gołabek** zwraca uwagę na fakt, że pomimo dynamicznego rozwoju turystyki kulinarnej w Polsce i coraz częstszego wykorzystywania dziedzictwa kulinarnego do tworzenia lokalnych

i regionalnych produktów turystycznych, refleksja naukowa poświęcona temu zagadnieniu jest nadal bardzo skromna. **Armin Mikos von Rohrscheidt** wychodząc od analizy programów imprez turystycznych podejmuje próbę zaproponowania typologii turystów religijnych. To ważne zagadnienie, zwłaszcza, że pielgrzymowanie i turystyka religijna mają istotny udział w rynku podróży, zarówno, jeśli chodzi o motyw wyjazdowe Polaków, jak i cel przyjazdów cudzoziemców do Polski. **Maria Gutowska** w oparciu o przeprowadzone przez siebie badania jakościowe, wskazuje na różnice w doświadczaniu współczesnego muzeum sztuki przez zwiedzających. Autorka, skupiając się na trzech obiektach: Muzeum Książąt Czartoryskich w Krakowie, Gallerii Uffizi we Florencji oraz Luwrze w Paryżu, stara się pokazać, że turyści kierują się różnymi potrzebami, co stawia muzea przed dużym wyzwaniem, jakim jest dostosowanie oferty do oczekiwań bardzo heterogenicznej grupy zwiedzających. **Matylda Siwek** rozważa, jak zmieniło się doświadczenie podróży na przełomie XIX i XX wieku. Autorka próbuje znaleźć odpowiedź na pytanie, czy istnieją uniwersalne cechy kultury podróży, które łączyłyby przeżycia podróżujących sprzed epoki samolotów z dzisiejszymi turystami.

Kolejny artykuł, otwierający drugą grupę tematyczną tekstów, także ma charakter historyczny i dotyczy ważnego dla polskiej historiografii turystycznej opracowania. *Pielgrzym włoski, albo krótkie Rzymu i miast przedniejszych włoskich opisanie* (wydany w Krakowie w 1614 roku) stanowił, jak dowodzą **Joanna i Dominik Ziarkowscy**, istotny, chociaż niedoceniany wkład w kształtowanie się polskiej literatury przewodnikowej, a jego autor – Franciszek Cezary – to jeden z prekursorów tworzenia tego rodzaju publikacji. **Joanna Roszak** proponuje wykorzystanie w turystyce teorii hermeneutycznej, która odgrywa ważną rolę w interpretacji miejsc odwiedzanych przez turystów. Odczytywanie ukrytych sensów dzieł, w tym przypadku – rekonstrukcja kolejnych warstw palimpsestowej historii miast, w których przenikają się ślady różnych kultur i narodowości, odsłania złożone dzieje „przemianowanych miast”. Autorka zwraca uwagę na możliwość opracowania nowych produktów turystycznych – w tym miast Europy Środkowej i Wschodniej jako potencjalnego szlaku kulturowego.

Dzisiejsi turyści coraz częściej pragną doświadczyć miejsca w sposób wykraczający poza „standardową” ofertę biura podróży. Kolejne artykuły pokazują dwa aspekty tego zjawiska. **Karolina Golemo** zabiera czytelnika w podróż po muzycznej Lizbonie. Stolica Portugalii nieodłącznie kojarząca się turystom z *fado* to bogactwo dźwięków także innych gatunków muzycznych, które mogą stać się znakomitym tropem do poznania wielokulturowego dziedzictwa dawnego imperium kolonialnego. **Anna Wilkońska** opisuje zjawisko kreowania tzw. nieśpiesznych dzielnic, które mają realizować ideę *slow* turystyki, a tym samym stanowić alternatywę wobec nieustającej goniwty życia codziennego, od czego pragnie uciec coraz więcej ludzi.

Pierwszy artykuł następnej tematycznej części tomu jest antropologiczną analizą treści i ikonografii ofert biur podróży specjalizujących się w turystyce etnicznej. **Paulina Cichoń** bierze na warsztat marketing turystyczny odnoszący się do kultury berberyjskiej, próbując pokazać różne sposoby „sprzedawania” etniczności potencjalnym turystom. Tekst autorstwa **Anny Dudy** stanowi próbę refleksji nad tzw. turystyką szoku. Studium przypadku prezentuje ewolucję Strefy Zero, czyli atrakcji turystycznej, która powstała w miejscu zniszczonego przez atak terrorystyczny 11 września 2001 roku budynku WTC. Badaczka traktuje przestrzeń jako punkt wyjścia do opisu doświadczenia turysty, którego wyobrażenia są w przeważającym stopniu ukształtowane przez obrazy medialne.

Dwa ostatnie artykuły powracają do wątku już poruszanego wcześniej w tomie, a więc zagadnienia sacrum i turystyki. Tym razem uwaga poświęcona jest pielgrzymowaniu w XXI wieku. **Paweł Plichta** przedstawia jeden z najbardziej znanych szlaków pielgrzymich na świecie, a więc drogę (czy raczej drogi) do Santiago de Compostela. Autor na podstawie analizy wspomnień polskich pielgrzymów rozważa, czy wędrowka do sanktuarium św. Jakuba jest jeszcze pielgrzymką, czy już powinna być klasyfikowana jako turystyka religijna. Ewolucja doświadczenia religijnego związanego z podróżowaniem jest też tematem opracowania **Małgorzaty Kryczki**, która koncentruje się na fenomenie wirtualnego pielgrzymowania na przykładzie Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach w Krakowie. Okazuje się bowiem, że nowoczesne technologie odgrywają coraz ważniejszą rolę również w życiu duchowym.

**Karin Weil, Marcelo Godoy i Daniela Bello** omawiają przypadek centrum interpretacyjnego jako sposobu integracji muzeum, interpretacji, dziedzictwa i turystyki. Autorzy przedstawiają centra interpretacji utworzone na terenie *la Misión* i na wyspie Millahuapi, które stanowią przykład rozwiązania alternatywnego i zrównoważonego. Centra interpretacji współpracują z uniwersytetem, są platformą do przekazywania wiedzy, a także biorą udział w procesie budowy tożsamości miejsca.

Prezentowany tom ukazuje, jak inspirujące dla badaczy turystyki – wywodzących się przecież z różnych dyscyplin podstawowych – mogą być koncepcje tworzone w ramach antropologii. Mamy nadzieję, że niniejsza publikacja, podobnie jak anglojęzyczny nr 37 „Folii”, zatytułowany „The Anthropology of Tourism” oraz takie wydarzenia, jak Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Anthropology of Tourism – Heritage and Perspectives” (zorganizowana w Krakowie w 2015 roku), nie tylko umożliwiły prezentację dorobku badaczy z Polski i innych krajów, ale w przyszłości zainicjują kolejne, interdyscyplinarne projekty poświęcone antropologicznym badaniom nad podróżowaniem.

*Magdalena Banaszkiewicz, Sabina Owsianowska*





## „ANNALS OF TOURISM RESEARCH” JAKO ŹRÓDŁO WIEDZY O OSIĄGNIĘCIACH BADAWCZYCH ANTROPOLOGII W DZIEDZINIE TURYSTYKI

*Wiesław Alejziak\**

### Abstrakt

**Cel.** Głównym celem pracy jest próba określenia znaczenia antropologii w badaniach nad turystyką oraz analiza wkładu, jaki w upowszechnianiu wyników tych badań ma czasopismo „Annals of Tourism Research” (ATR). Celem dodatkowym jest analiza jego pozycji na rynku periodyków naukowych z zakresu turystyki.

**Metoda.** W części dotyczącej znaczenia antropologii w badaniach nad turystyką: analiza problematyki prac doktorskich obronionych w różnych krajach w latach 1951-2013. W części dotyczącej profilu dyscyplinarnego prac publikowanych w ATR: analiza tytułów, słów kluczowych i tzw. *highlights* tych prac, do której wykorzystano narzędzie w postaci tzw. chmury wyrazów (ang. *word cloud*), a także analiza n-gramowa, do której wykorzystano program Google Ngram Viewer, za pomocą którego zbadano częstotliwość występowania n-gramów terminów „antropologia turystyki” oraz „Annals of Tourism Research” w zdigitalizowanych zasobach Internetu (według stanu na 11.11.2015 r.).

**Wyniki.** Antropologia stanowi ważny kierunek badań nad turystyką, będąc jedną z kilku dyscyplin nauki, w ramach których najczęściej przyznawano doktoraty z tego zakresu. Problematyka antropologiczna często podejmowana jest także w pracach publikowanych w czasopiśmie ATR, chociaż przeprowadzone badania wskazują, że jej udział w ostatnich latach maleje. „Annals of Tourism Research” jest liderem na rynku naukowych periodyków z zakresu turystyki, o czym świadczą najważniejsze wskaźniki oceny czasopism (IF – 2,865, H-Index – 95, SJR – 2.262).

**Ograniczenia badań i wnioski.** Artykuł w dużej części bazuje na materiałach wtórnych, które jednak na potrzeby tych badań zostały odpowiednio przetworzone.

**Implikacje praktyczne.** Praca może mieć znaczenie dla osób poszukujących ciekawych tematów do swoich badań (np. doktorantów), a także dla redakcji czasopism naukowych aspirujących do zajmowania wysokiej pozycji na rynku.

**Oryginalność.** Jest to prawdopodobnie pierwsza w Polsce publikacja, w której przedmiotem analiz jest to prestiżowe czasopismo (przynajmniej w aspekcie próby określenia roli, jaką odgrywa w nim problematyka z zakresu antropologii turystyki).

**Rodzaj pracy.** Artykuł o charakterze przeglądowym, uzupełniony własnymi badaniami empirycznymi.

**Słowa kluczowe:** turystyka, czasopisma naukowe, dyscypliny nauki, antropologia turystyki, doktoraty, *word cloud*, analiza n-gramowa, Annals of Tourism Research.

\* prof. nadzw. dr hab.; Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Polityki Turystycznej, Zakład Ekonomii i Zarządzania; e-mail: wieslaw.alejziak@awf.krakow.pl.

## Wprowadzenie

Niezwykle dynamiczny rozwój turystyki przyczynił się do systematycznego wzrostu zainteresowania tym zjawiskiem wśród reprezentantów różnych dziedzin nauki. Jego rezultatem jest znaczący rozwój badań i stale rosnąca liczba publikacji z tego zakresu. Rozwój ten ma jednak głównie wymiar ilościowy, podczas gdy jakość badań nad turystyką oceniana jest zdecydowanie krytycznie, a najczęściej przywoływanym argumentem do takich ocen jest konstatacja, iż pomimo wieloletnich badań nie dopracowano się znaczących uogólnień i teorii, które wyjaśniałyby istotę turystyki jako jednego z fenomenów dzisiejszych czasów. Podkreśla się również fakt, że dominują wśród nich badania ilościowe, a nie jakościowe, co powoduje między innymi, że ich wartość eksplanacyjna zazwyczaj jest bardzo ograniczona [Dann, Nash, Pearce 1988; Alejziak 2005]. Warto w tym miejscu podkreślić, że w stosunku do badań prowadzonych na gruncie antropologii (a więc takich, które stanowią główny przedmiot niniejszej pracy) krytyczne uwagi wysuwane są stosunkowo rzadziej, niż ma to miejsce w odniesieniu do innych dziedzin badań i studiów nad turystyką.

Obecnie trwa ożywiona dyskusja na temat dalszego rozwoju badań turystycznych, która toczy się niejako równolegle z dyskusją na temat roli i znaczenia czasopism naukowych oraz kwestii parametryzacji działalności naukowej. Ważnym wątkiem tych dyskusji jest kwestia zmian, jakie w funkcjonowaniu nauki wywołują nowoczesne technologie oraz idea *open access*, zakładająca wolny, powszechny, trwały i natychmiastowy dostęp do cyfrowych form zapisu treści naukowych i edukacyjnych. Czasopismo „Annals of Tourism Research” – jako wiodący periodyk naukowy z zakresu turystyki na świecie – stanowi dobry przykład do analiz dotyczących powyższych tematów. Jest ono bowiem postrzegane jako pewien wyznacznik ogólnej „kondycji” badań nad turystyką, zarówno jeśli chodzi o ich strukturę dyscyplinarną, jak i rolę czasopism naukowych w ich dalszym rozwoju. Przeprowadzone analizy wskazują na jego niezmiennie wysoką pozycję na rynku czasopism naukowych z tego zakresu oraz zwiększającą się interdyscyplinarność zamieszczanych w nim publikacji, przy czym w jego profilu antropologia turystyki ciągle odgrywa znaczącą rolę.

## Geneza i rozwój badań nad turystyką

Historyczna analiza rozwoju badań nad turystyką wskazuje, że w ciągu kilkudziesięciu ostatnich lat ich główne kierunki oraz problematyka – rozpatrywane przez pryzmat struktury dyscyplinarnej – ulegały istotnym zmianom. W początkowym okresie dominowały badania ekonomiczne oraz geograficzne, które – niezależnie od jeszcze wcześniejszych ujęć statystycz-

nych<sup>1</sup> – miały największe znaczenie zarówno w odniesieniu do nauki, jak i dydaktyki. Wynikało to z faktu, że wzrastający ruch turystyczny czynił z turystyki coraz ważniejszą dziedzinę życia gospodarczego, a także narzucał jej wymóg sprostania rosnącym wymaganiom turystów w zakresie jakości świadczonych usług. Aby osiągnąć te cele, konieczny był rozwój szkolnictwa akademickiego<sup>2</sup> oraz powstanie jednostek naukowo-badawczych wyspecjalizowanych w badaniu turystyki. Pierwsze takie ośrodki powstawały w Szwajcarii, gdzie już w 1941 roku na Uniwersytecie w Bernie powołano Instytut Badawczy Turystyki, a rok później podobny instytut w Wyższej Szkole Handlowej w St. Gallen. To właśnie w tych uczelniach rodziły się pierwsze teorie oraz kształtowały zręby wiedzy naukowej na temat turystyki<sup>3</sup>.

W 1942 roku została opublikowana praca dwóch szwajcarskich profesorów: Waltera Hunzika i Kurta Krapfa – *Grundriss der Allgemeine Fremdenverkehrslehre*, która była punktem zwrotnym w tworzeniu teorii turystyki. Jej zasadnicza wartość polegała na tym, że bardziej niż w jakiegokolwiek innej wcześniejszej pracy ukazano w niej to, jak silne są związki turystyki z otoczeniem gospodarczym, społecznym i kulturowym (np. handlem, kulturą, religią) oraz polityką – ogólną i społeczną. Takie nowatorskie,

---

<sup>1</sup> Według F. Schuhwerka (a także J. Charwata i F. Hoffmana), statystyka była prawdopodobnie pierwszą dyscypliną nauki, która zajęła się badaniem turystyki [Por. Schuhwerk 1930; cyt. za: Ostrowski 1970, s. 13].

<sup>2</sup> Przyjmuje się, że początki kształcenia specjalistycznego z zakresu turystyki na poziomie wyższym sięgają 1914 roku, kiedy to w Düsseldorfie powołano Międzynarodowy Instytut Szkolnictwa Hotelarskiego. Jego profil kształcenia dosyć szybko został rozszerzony o szeroko pojętą problematykę turystyczną. Działał on zaledwie 10 lat, jednak był wzorem dla wielu podobnych ośrodków, które powstały w późniejszym okresie w różnych krajach Europy. W 1925 roku na Uniwersytecie w Rzymie uruchomiono Wyższy Kurs Gospodarki Turystycznej. Nieco później podobne ośrodki powstały także w Berlinie (w 1929 roku w Wyższej Szkole Handlowej) oraz Wiedniu (w 1934 roku w Wyższej Szkole Handlu Światowego). Kształcenie akademickie z zakresu turystyki i hotelarstwa rozwijało się także w innych krajach: we Włoszech – Studium Turystyczne na Uniwersytecie we Florencji, w Hiszpanii – Instytuty Turystyczne na Uniwersytetach w Barcelonie i Madrycie, we Francji – na uniwersytetach w Paryżu (Studium Turyzmu) i Aix-en-Provence (Centrum Badań Turystycznych). Pierwszym akademickim ośrodkiem kształcenia i badań turystycznych w Polsce było natomiast Studium Turyzmu powołane w 1936 roku na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie. Poza Europą szkolnictwo turystyczno-hotelarskie najszybciej rozwijało się w USA (pierwszą uczelnią był tam Cornell University w Ithaca, gdzie w 1922 roku powołano College of Hotel Administration) [Alejziak 1999, s. 103].

<sup>3</sup> Pisząc o początkach kształtowania się wiedzy naukowej z zakresu turystyki nie można nie wspomnieć o wcześniejszych pionierskich pracach, które – choć nie zawsze spełniały przyjmowane dzisiaj kryteria naukowości – miały wpływ na kształtowanie się wiedzy o turystyce. Zaliczyć do nich należy zwłaszcza prace powstające we Włoszech (np. A. Mariotti: *L'industria del forestiero in Italia* – 1923), w Anglii (np. F. W. Ogilvie: *The Tourism Industry* – 1933, czy A. J. Norval: *The Tourist Movement. An Economic Study* – 1936), w Niemczech (np. prace: C. E. Schmidta, R. Glucksmanna, W. Morgenrotha i A. Bormana) oraz we Francji (Ch. Gide, E. Chaix) [por. Alejziak 1998].

szerokie spojrzenie na turystykę cechowało także kolejne prace tych dwóch autorów. W 1943 roku – w książce *System i główne problemy nauki o turystyce* – W. Hunziker sformułował swoją klasyczną i cytowaną często do dzisiaj definicję, według której turystyka to: „... zespół stosunków i zjawisk wynikających z podróży i pobytu osób przyjezdnych, o ile nie następuje w związku z tym osiedlenie się i podjęcie pracy zarobkowej” [Hunziker 1943]. W książce tej określił ogólny zakres oraz zadania „nauki o turystyce”. Natomiast K. Krapf, w pracy *Od empirii do teorii ruchu turystycznego* [Krapf 1952], dokonał oceny ówczesnego dorobku teoretycznego oraz wskazał potrzebę wyodrębnienia nowej dziedziny badań oraz sformułowania ogólnej teorii turystyki<sup>4</sup>.

Duże znaczenie dla rozwoju badań turystycznych miało też powstanie międzynarodowych stowarzyszeń, które skupiły naukowców zajmujących się badaniami nad turystyką, w tym zwłaszcza Międzynarodowego Stowarzyszenia Naukowych Ekspertów Turystyki (popularnego AIEST-u: od francuskiej nazwy tej organizacji: Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme), a także powstałego w 1970 roku i działającego głównie po drugiej stronie Atlantyku – Stowarzyszenia Badań Turystycznych (Travel and Tourism Research Association – TTRA). Zwłaszcza ta pierwsza, działająca do dzisiaj organizacja, która powstała 1951 roku<sup>5</sup> (z inicjatywy wspomnianych już W. Hunziker i K. Krapfa), odegrała wielką rolę w rozwoju badań turystycznych oraz wydawaniu czasopism naukowych z tego zakresu. Należy tutaj wyraźnie podkreślić, że chociaż najważniejszy wkład w rozwój badań naukowych nad turystyką miały uniwersytety, to jednak ich rozwój nie mógłby się dokonać bez czasopism naukowych. To one bowiem były i ciągle są podstawowym nośnikiem upowszechniania nowatorskich koncepcji i teorii oraz obszarem, na którym badacze dzielą się wynikami swoich badań i poddawani są krytyce ze strony innych, a także najważniejszym forum, na którym toczy się twórcza wymiana poglądów naukowych.

Jednym z pierwszych wydawców czasopism naukowych publikujących prace z zakresu turystyki było Międzynarodowe Stowarzyszenie Naukowych Ekspertów Turystyki, które od samego początku swego istnienia wydawało czasopismo „Tourism Review” (obecna nazwa), ukazujące się wówczas w trzech językach, jako „Revue de Tourism” (j. francuski), „Zeitschrift für Fremdenverkehr” (j. niemiecki) oraz „The Tourist Review” (j. angielski). Czasopismo to jest prawdopodobnie najstarszym periodykiem naukowym

---

<sup>4</sup> Praca ta została dosyć szybko – jak na ówczesne warunki – przetłumaczona na język polski i opublikowana w 1957 roku w pierwszym polskim czasopiśmie naukowym z zakresu turystyki, jakim był „Ruch Turystyczny”, wydawany przez Szkołę Główną Planowania i Statystyki w Warszawie. Dla porównania inna znakomita praca z tamtego okresu, jaką była książka M. Troisi „*Ekonomiczna teoria turystyki i renty turystycznej*”, która w pierwszej wersji została opublikowana w roku 1940 [Troisi 1940; 1942], została wydana w Polsce dopiero w roku 1966 [Troisi 1966].

<sup>5</sup> Jako ciekawostkę można dodać, że pierwsza deklaracja o jej powstaniu została podpisana przez 22 członków założycieli jeszcze w kwietniu 1949 roku [Handsuh 1975, s. 67].

z zakresu turystyki na świecie, gdyż wydawane jest nieprzerwanie od 1946 roku. Obecnie wydawane jest (tylko w języku angielskim) przez korporację Emerald, pozostając jednak w dalszym ciągu oficjalnym czasopismem Aiest [wcześniej wydawane było przez wspomniany Uniwersytet w St. Gallen – [www.emeraldgrouppublishing.com/products/journals/journals.htm?id=tr](http://www.emeraldgrouppublishing.com/products/journals/journals.htm?id=tr)]. Chociaż później w niektórych krajach ukazywały się inne czasopisma naukowe z zakresu turystyki (np. w Polsce „Ruch Turystyczny” wydawany przez Szkołę Główną Planowania i Statystyki w Warszawie od 1957 roku), to aż do lat sześćdziesiątych XX wieku czasopismo wydawane przez Aiest pozostawało jedynym liczącym się międzynarodowym periodykiem naukowym.

W analizach rozwoju badań nad turystyką warto zwrócić uwagę na ciekawą zjawisko swoistej zmiany „geografii” tych badań, jaka dokonała się na przestrzeni kilkudziesięciu ostatnich lat. O ile w początkowym okresie dominowała „szkoła europejska” skoncentrowana wokół badaczy pochodzących z takich krajów, jak: Szwajcaria, Austria, Niemcy, Włochy i Francja, a językiem, w którym publikowano najważniejsze prace był niemiecki, o tyle w późniejszym okresie większy wpływ na rozwój badań nad turystyką mieli badacze pozaeuropejscy, a językiem dominującym (podobnie zresztą jak w całej współczesnej nauce) stał się angielski<sup>6</sup>. Ekspansja anglosaskiej myśli teoretycznej oznaczała także przełom w priorytetach badawczych oraz metodologii badań, w tym zwłaszcza wzrost znaczenia badań wielodyscyplinarnych oraz interdyscyplinarnych, a także coraz częstsze podejmowanie badań opartych na paradygmacie humanistycznym [Alejziak 2008]. Antropologia, która stanowi podstawowy przedmiot analizy w dalszej części tej pracy, należała do pierwszych dyscyplin, które prowadziły badania nad turystyką oparte na tym paradygmacie.

## Zarys rozwoju antropologicznych badań nad turystyką

Początek zainteresowania naukowego antropologicznymi problemami turystyki przypada na przełom lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku, kiedy to nieliczna grupa badaczy poszukujących nowych inspiracji i obszarów badawczych (głównie antropologów i socjologów) podjęła studia nad tym zjawiskiem<sup>7</sup>. Wielkie znaczenie dla rozwoju antropologii turystyki miało sympozjum Amerykańskiego Stowarzyszenia Antropologiczne-

---

<sup>6</sup> Wynika to z faktu, że w Europie badania nad turystyką rozwijały się wolniej niż w Ameryce Północnej oraz Australii i Nowej Zelandii (a ostatnio także w krajach azjatyckich, zwłaszcza w Chinach). Tendencje te potwierdzają między innymi dane zamieszczone w tabeli 5, dotyczące liczby pobrań artykułów publikowanych w czasopiśmie „Annals of Tourism Research”.

<sup>7</sup> Za pierwszą antropologiczną pracę poświęconą w całości turystyce uznawany jest artykuł T. Nuñeza *Tourism, Tradition, and Acculturation. Weekendismo in a Mexican Village*, który ukazał się w 1963 roku w czasopiśmie „Ethnology” [Nuñez 1963].

go (American Anthropological Association), które odbyło się w 1974 roku w Mexico City. Przedstawione tam wystąpienia zostały w dużej części zebrane w zredagowanej przez V.L. Smith książce *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, którą najpierw (w 1977 roku) wydał Uniwersytet w Pensylwanii, a rok później – w znacznie większym nakładzie – wydawnictwo Blackwell (Oxford). Książka ta stanowiła milowy krok na drodze uznania antropologii za jedną z wiodących dyscyplin nauki w badaniach turystyki. Warto dodać, że w 1989 roku ukazało się jej drugie wydanie [Smith 1989], w którym większość rozdziałów uaktualniono<sup>8</sup>. O znaczeniu tej publikacji oraz podjętej w niej problematyce świadczy również to, że w 2001 roku ukazała się nowa, ale nawiązująca do pierwowzoru książka zatytułowana *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21<sup>st</sup> Century*, która została zredagowana przez V.L. Smith oraz M. Brent. Kolejne wydania wspomnianej książki oraz zainspirowane nią badania ukazały wielką użyteczność antropologii w badaniu i wyjaśnianiu procesów społecznych zachodzących w miejscowościach turystycznych, a jej wznowienia, jak też coraz częściej organizowane konferencje na ten temat przyczyniły się do podjęcia antropologicznych badań nad turystyką w wielu krajach<sup>9</sup>.

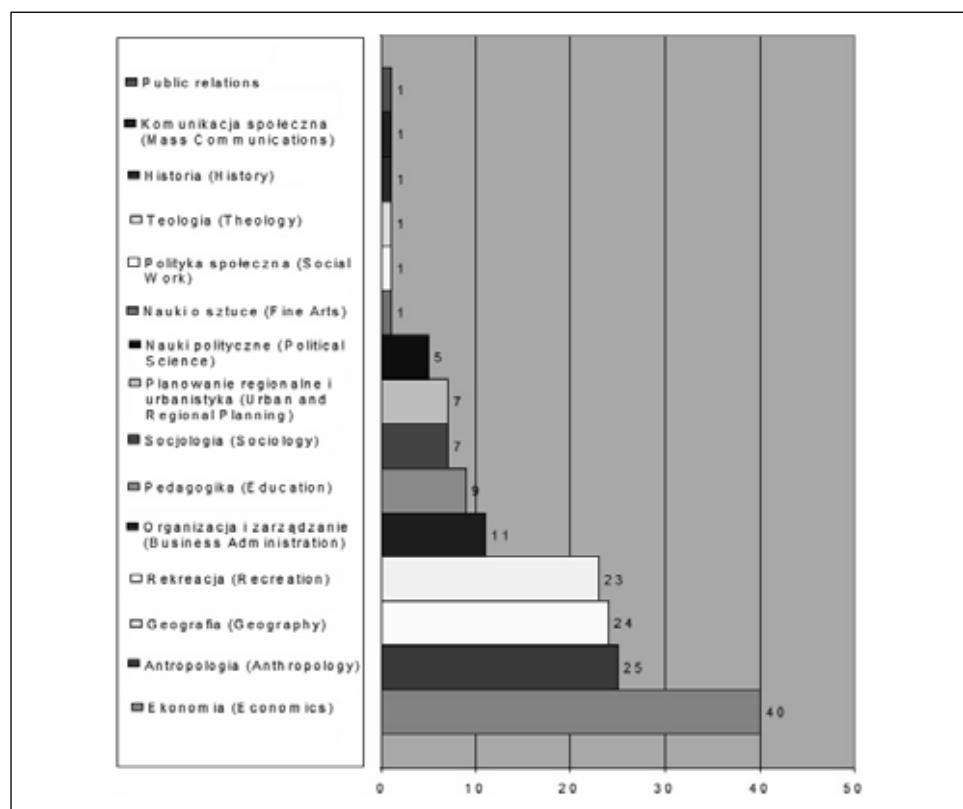
W każdej kolejnej dekadzie wskazać można przynajmniej po kilka znaczących prac, które wniosły szczególny wkład w rozwój wiedzy antropologicznej na temat turystyki. Przykładem takich prac z dekady lat osiemdziesiątych może być artykuł N. Graburna *Anthropology of Tourism* zamieszczony w „Annals of Tourism Research” w 1983 roku, a także nieco późniejsza praca F. Erringtona i D. Gewertza *Tourism and Anthropology in a Post-Modern World*, która postulowała konieczność uwypuklenia różnic pomiędzy turystami i antropologami w „postmodernistycznym otoczeniu naukowym” [Errington, Gewertz 1989]. Jako przykład znaczących prac z dekady lat dziewięćdziesiątych może posłużyć artykuł D. Nasha i V.L. Smith [1991] zatytułowany tak samo jak praca N. Graburna i opublikowany również w czasopiśmie „Annals of Tourism Research”, które było wówczas najważniejszym forum wymiany poglądów antropologów na temat turystyki. Pod sam koniec XX wieku ukazało się jeszcze przynajmniej kilka znaczących prac, ale chyba największe znaczenie miała książka D. Nasha *Anthropology of Tourism*, wydana w 1996 roku przez Pergamon w ramach serii „Tourism Social Science Series”. Z kolei w książce P. Burnsa *An Introduction to*

<sup>8</sup> Z wyjątkiem rozdziału autorstwa R. Reiter, a także podsumowującego rozdziału T. Nuñeza, który nie mógł dokonać aktualizacji osobiście ze względu na chorobę, a który zdążył jeszcze przed śmiercią przeczytać go w wersji uzupełnionej przez jego ucznia J. Letta [Smith 1989, Prefacje – s. X].

<sup>9</sup> Dotyczy to także Polski, gdzie – głównie dzięki badaniom i publikacjom K. Przeclawskiego, a zwłaszcza jego książki *Socjologiczne problemy turystyki* [1979] – szczególnie rozwinął się ten obszar badań, który dotyczy zagadnień znajdujących się na styku antropologii i socjologii.

*Tourism and Anthropology* [1999], uwagę czytelnika zwraca inne niż we wcześniejszych publikacjach z tej dziedziny wyekspozowanie przez autora niektórych problemów antropologii turystyki (większy nacisk położył on na aspekty planistyczne oraz związane z polityką turystyczną), a także wyraźna sugestia, że w XXI wieku turystykę czekają nowe wyzwania. Ten ostatni wątek w ciekawy, syntetyczny sposób został także przedstawiony przez G. Burns [2004] w pracy *Anthropology and tourism: Past contributions and future theoretical challenges*.

Antropologia była i dalej pozostaje ważną dyscypliną nauki zaangażowaną w badania nad turystyką. Potwierdzają to analizy dotyczące struktury dyscyplinarnej prac, na podstawie których przyznawane były doktoraty w zakresie nauk zajmujących się turystyką. Pierwsze badania na ten temat



**Ryc. 1.** Dyscypliny naukowe, w ramach których przyznane były doktoraty na podstawie badań nad turystyką w USA i Kanadzie do 1987 r. (w liczbach dysertacji)

**Fig. 1.** Scientific disciplines within the confines of which doctorates were awarded in tourism studies in US and Canada until 1987 (in number of dissertations)

**Źródło/Source:** Opracowanie własne na podstawie:/ Own elaboration based on: [Jafari, Aaser 1988, s. 413].



przeprowadzili J. Jafari i D. Aaser, którzy wykazali, że w ponad 100-letnim okresie (1861-1987), w USA i Kanadzie na podstawie badań turystycznych obroniono w sumie tylko 157 prac doktorskich, które powstały w ramach 15 dyscyplin naukowych. Okazało się, że problematyka antropologiczna była przedmiotem 25 prac, co stanowiło 15,9% wszystkich przyznanych w tym okresie stopni doktorskich, plasując ją na drugim miejscu wśród wszystkich dyscyplin [Jafari, Aaser 1988]. Dane na temat struktury dyscyplinarnej badań do prac doktorskich przedstawiono na rycinie 1.

Wspomnianą już wcześniej dużą dynamikę rozwoju badań nad turystyką oraz fakt, że znaczącą rolę w tym rozwoju odegrała antropologia potwierdzają podobne badania dotyczące lat 1990-2000 [Alejziak 2005]. Wykazały one, że w tym okresie na uczelniach amerykańskich i kanadyjskich obroniono już znacznie więcej prac doktorskich, które powstały na podstawie badań turystycznych, niż w całym wcześniejszym okresie. W analizowanej dekadzie przyznano bowiem aż 330 doktoratów, a liczba dyscyplin, w ramach których je przyznawano, wzrosła z 15 do 25. Strukturę dyscyplinarną tych doktoratów pokazuje tabela 1.

Analiza danych ujawnia, że w ostatniej dekadzie XX wieku dokonały się duże zmiany w strukturze dyscyplin badających turystykę. Ekonomia, na którą wcześniej (tj. do 1987 roku) przypadał co czwarty amerykański i kanadyjski doktorat z zakresu turystyki, utraciła swoją dominującą dotychczas pozycję na rzecz dyscypliny określanej jako *rekreacja (recreation)*, która – dosyć niespodziewanie – stała się najbardziej popularnym kierunkiem badań nad turystyką. Natomiast antropologia, na którą przypadało 13,4% obronionych prac doktorskich, pozostała w tym zestawieniu na drugiej pozycji. Warto dodać, że na szybki rozwój badań nad turystyką stanowiących podstawę prac doktorskich, a także znaczący udział, jaki wśród nich zajmuje antropologia turystyki, wskazują także badania prowadzone w innych krajach [Botterill, Haven, Gale 2002].

W 2012 roku w czasopiśmie „Annals of Tourism Research” ukazał się artykuł, który nawiązywał do cytowanych wcześniej badań J. Jafari’ego i D. Aasera [1988], obejmując analizami kolejne lata oraz rozszerzając ich zakres geograficzny o kolejne dwa kraje – Australię i Nową Zelandię [Weiler, Moyle, McLennan 2012]. Na podstawie analizy słów kluczowych<sup>10</sup> oraz abstraktów zidentyfikowano w sumie 1888 prac doktorskich, które powstały na podstawie badań nad turystyką w tych czterech krajach w latach 1951-2010<sup>11</sup>. Okazało się, że zostały one obronione w ramach 21 dyscyplin naukowych, przy czym 47 (2,4%) prac zaklasyfikowano jako multidyscyplinarne

<sup>10</sup> Pod uwagę brano następujące terminy: *hotel, hospitality, leisure, tourism, tourist, travel, tour, recreation, holiday, vacation, guide, trip* oraz *heritage*.

<sup>11</sup> W USA obroniono 1188 prac (co stanowiło 63%), w Australii – 446 (24%), w Kanadzie – 136 (7%), a w Nowej Zelandii – 118 (6%) [Weiler, Moyle, McLennan 2012, s. 10 – w wersji dostępnej online].

**Tab. 1.** Doktoraty przyznane na podstawie badań nad turystyką w USA i Kanadzie w latach 1990-2000**Tab. 1.** Doctorates awarded in tourism studies in the US and Canada in the period 1990-2000

Dyscyplina nauki	1990	91	92	93	94	95	96	97	98	99	2000	SUMA	%
Rekreacja (Recreation)	6	7	6	6	10	9	12	11	5	3	9	84	25,45
Antropologia (Anthropology)	2	1	2	3	3	2	5	4	8	7	6	43	13,03
Geografia (Geography)	2	4	1	3	3	7	4	5	7	3	2	41	12,42
Historia (History)	2	1	1	1	1		3	8	2	3	5	27	8,18
Organizacja i zarządzanie (Business Administration)	1	1	1	2	5	4	6	2		2	3	27	8,18
Pedagogika (Education)	1	2	2	1	2	2	3	2	4	3		22	6,67
Ekonomia (Economics)	3	1	2	2	1	3	1	2	2	1	1	19	5,76
Planowanie regionalne i urbanistyka (Urban and Regional Planning)	1	2			1		2	1	3	2	1	13	3,94
Socjologia (Sociology)	1			1	4	1		1	1	4		13	3,94
Amerikanistyka (American Studies)	2	1			1	1		1		1	2	9	2,73
Komunikacja społeczna (Mass Communications)									2	1	2	5	1,52
Nauki polityczne (Political Science)			2				1		1			4	1,21
Komunikacja werbalna (Speech Communications)		1			1					1		3	0,91
Literatura (Literature)										2	1	3	0,91
Nauki o środowisku (Environmental Studies)								1	2			3	0,91
Psychologia (Psychology)			2		1							3	0,91
Architektura (Architecture)				1	1							2	0,61
Nauki rolnicze (Agriculture)										2		2	0,61
Biologia (Biology)										1		1	0,30
Informatyka (Information Science)	1											1	0,30
Nauki o zdrowiu (Health Studies)				1								1	0,30
Turystyka (Tourism Studies)								1				1	0,30
Filmoznawstwo (Film Studies)							1					1	0,30
Muzykologia (Musicology)				1									0,30
Studia kobiece (Women's Studies)									1			1	0,30
Razem	22	21	19	22	34	29	38	39	38	36	32	330	100,00

**Źródło/Source:** Opracowanie własne na podstawie wykazu K.J. Meyer-Arendta (z University of West Floryda), zamieszonego na stronie: <http://www.geog.nau.edu/tg/contents/support/phds-1987-2000.html> (10.09.2005).

**Source:** Own elaboration based on the information of K.J. Meyer-Arendt (from University of West Florida) published on the page z: <http://www.geog.nau.edu/tg/contents/support/phds-1987-2000.html> (10.09.2005).

**Tab. 2.** Dyscypliny, w ramach których przyznano doktoraty powstałe na podstawie badań nad turystyką w USA, Kanadzie, Australii i Nowej Zelandii – w latach 1951-2010

**Tab. 2.** Disciplines that influence tourism doctoral research in United States, Canada, Australia and New Zealand – in the period 1951-2010

Dyscypliny nauki	Liczba prac	%	Ranking dyscypliny			
			USA	Kanada	Australia	N. Zelandia
1. Psychologia (Psychology)	289	15,3	2	8	2	1
2. Nauki o środowisku (Environmental Studies)	270	14,3	4	2	1	4
3. Antropologia (Anthropology)	254	13,4	1	11	7	3
4. Historia (History)	212	11,2	3	12	12	11
5. Ekonomia (Economics)	211	11,2	5	6	4	9
6. Geografia (Geography)	206	10,9	7	1	8	7
7. Socjologia (Sociology)	197	10,4	6	4	5	5
8. Marketing	173	9,2	8	13	6	10
9. Business	143	7,6	12	9	3	6
10. Nauki polityczne (Political Science)	137	7,2	9	5	13	2
11. Rekreacja (Parks and Recreation)	131	6,9	10	7	10	8
12. Planowanie regionalne i urbanistyka (Urban and Regional Planning)	125	6,6	11	3	11	12
13. Hotelarstwo i Gastronomia (Hotel and Restaurant Administration)	82	4,3	13	14	9	13
14. Pedagogika (Education)	70	3,7	14	10	14	14
15. Inne	204	10,8				
Razem	1888	100,0				

**Źródło/Source:** Opracowanie własne na podst.: [Weiler, Moyle, McLennan 2012, s. 25 – w wersji dostępnej online: <https://scholar.google.pl/scholar?hl=pl&q=disciplines+that+influence+tourism&btnG=&lr> (11.11.2015).

**Source:** Own elaboration based on: [Weiler, Moyle, McLennan 2012, s. 25 – in version online: <https://scholar.google.pl/scholar?hl=pl&q=disciplines+that+influence+tourism&btnG=&lr> (11.11.2015).

(na podstawie występowania terminów: *multidisciplinary*, *interdisciplinary*, *cross-disciplinary* i *trans-disciplinary* w słowach kluczowych oraz abstraktach prac).

Przedstawione w tabeli 2 dane potwierdzają fakt, że antropologia ciągle pozostaje ważną dyscypliną nauki podejmujących badania nad turystyką – przynajmniej jeśli chodzi o takie badania, które realizowane są w ramach projektów doktorskich. Dotyczy to zwłaszcza USA, gdzie zajmowała pierwszą pozycję wśród wszystkich dyscyplin oraz Nowej Zelandii, gdzie znalazła się na trzeciej pozycji. Najrzadziej badania antropologiczne podejmowane są w Kanadzie (11 pozycja), gdzie dominują badania geograficzne oraz związane z ochroną i kształtowaniem przestrzeni.

W 2015 roku wydano prawdopodobnie najbardziej aktualną publikację na temat doktoratów, które powstały na podstawie badań nad turystyką [Oliveira, De Man, Guerreiro 2015]. Przedstawione w niej badania są nie tylko aktualne, ale w stosunku do prowadzonych wcześniej, rozszerzają także zasięg geograficzny analiz o kraje, w których wcześniej albo takich badań nie prowadzono w ogóle, albo miały one ograniczony zasięg. Badania dotyczą pięciu krajów europejskich: Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii oraz Portugalii i obejmują okres 2000-2013. Wykorzystano w nich narodowe bazy prac naukowych, z których wstępnie wyselekcjonowano 6189 prac doktorskich, które w tytule lub słowach kluczowych zawierały przynajmniej jeden z następujących wyrazów: *hotel*, *hospitality*, *leisure*, *tourism*, *tourist*, *travel*, *tour*, *recreation*, *holiday*, *vacation*, *guide*, *trip and heritage*, *education*, *environment* oraz *tourism management*. W toku dalszych analiz, w tym zwłaszcza zapoznawania się z abstraktami, do badań ostatecznie zakwalifikowano 1624 prace, w tym: w Wielkiej Brytanii – 659 (co stanowiło 40,6% wszystkich prac), we Francji – 487 (30,0%), Hiszpanii – 206 (12,7%), w Portugalii – 117 (7,2%) oraz we Włoszech – 91 (5,6%). Szczegółowe dane zawiera tabela 3 (pokazująca wielkość i dynamikę badanego zjawiska) oraz rycina 2, przedstawiająca strukturę dyscyplinarną w ujęciu graficznym, w rozbiciu na poszczególne kraje.

Pomimo przyjęcia trochę innych kryteriów klasyfikowania prac jako „turystyczne” (były one nieco szersze niż w cytowanych wcześniej badaniach – uwzględniały one więcej wyrazów, niż miało to miejsce w badaniach cytowanych wcześniej – np. *guide*, *trip*, *holiday*, *heritage*, czy *vacation*), wyniki tych badań zasadniczo są podobne do tych, które przedstawiono wcześniej<sup>12</sup>. Okazało się bowiem, że najczęściej bronione były prace doktorskie

---

<sup>12</sup> Różnica dotyczy na przykład „rekreacji”, wyróżnianej w cytowanych wcześniej badaniach amerykańskich, która nie została wyodrębniona. Nie oznacza to jednak, że problematyka ta w ogóle nie występowała w analizowanych doktoratach, bo analiza tematów prac (*tourism subject analysis of doctoral research*) wykazała, że w analizowanym okresie obroniono aż 257 (15,8%) prac z zakresu rekreacji (*recreation*) [Oliveira, De Man, Guerreiro 2015, s. 116].

**Tab. 3.** Dynamika i struktura dyscyplinarna doktoratów przyznanych na podstawie badań nad turystyką w wybranych krajach europejskich (Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Hiszpania i Portugalia) w latach 2000-2013

**Tab. 3.** Development dynamics and disciplinary structure of doctoral dissertations based on tourism research in chosen European countries (Germany, France, UK, Spain and Portugal) in the period 2000-2013

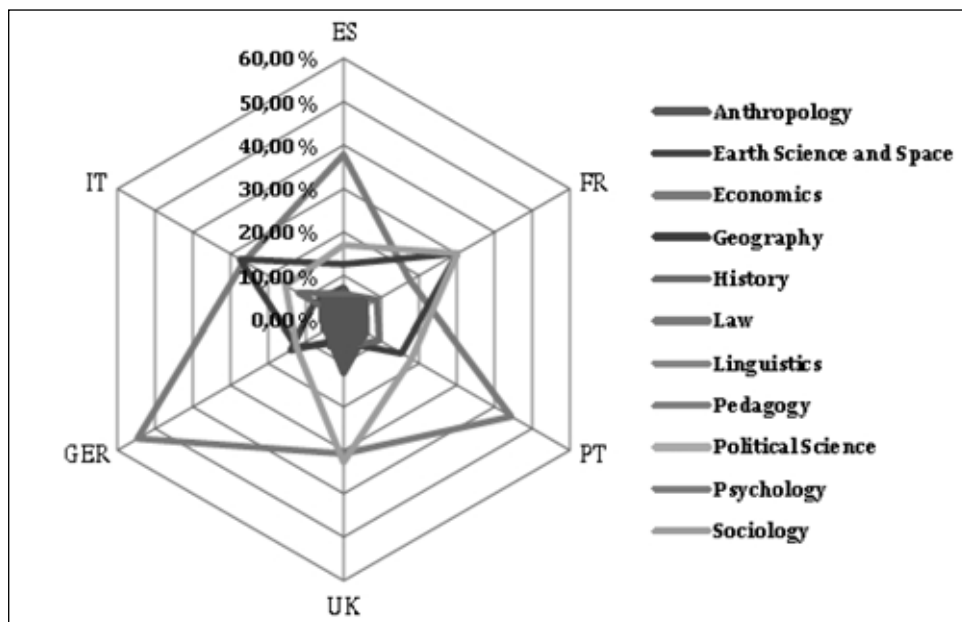
Lata	Liczba prac	%	Dyscyplina nauki	Liczba prac	%
2000	90	5,5	Antropologia (Anthropology)	134	8,3
2001	87	5,4	Nauki o Ziemi i przestrzeni (Earth Science and Space)	83	5,1
2002	115	7,1	Ekonomia (Economics)	478	29,4
2003	105	6,5	Geografia (Geography)	258	15,9
2004	75	4,6	Historia (History)	119	7,3
2005	68	4,2	Prawo (Law)	15	0,9
2006	69	4,2	Lingwistyka (Linguistics)	7	0,4
2007	91	5,6	Pedagogika (Pedagogy)	41	2,5
2008	108	6,7	Nauki o Polityce (Political Science)	32	2,0
2009	119	7,3	Psychologia (Psychology)	16	1,0
2010	139	8,6	Socjologia (Sociology)	441	27,2
2011	158	9,7	RAZEM	1624	100,0
2012	169	10,4			
2013	231	14,2			
RAZEM	1624	100,0			

**Źródło:/ Source:** Opracowanie własne na podst./Own elaboration based on: [Oliveira, De Man, Guerreiro 2015, s. 114].

z czterech dyscyplin nauki: ekonomii, socjologii, geografii oraz antropologii, w ramach której we wszystkich analizowanych krajach obroniono 134 prace, co stanowiło 8,3% wszystkich analizowanych stopni doktorskich.

W podsumowaniu rozważań nad genezą i rozwojem antropologicznych badań nad turystyką należy stwierdzić, że stanowi ona jedną z ważnych dyscyplin nauki zaangażowanych w poznawanie praw i mechanizmów nią rządzących.

Znakomitą analizę wkładu, jaki wniosła ona w studia nad turystyką, zawiera książka zredagowana przez D. Nasha *The Study of Tourism: Anthropological and Sociological Beginnings* [2007], gdzie w interesujący sposób przed-



**Legenda/Legend:** (GER – Niemcy/Germany, F – Francja/France, UK – Wielka Brytania/United Kingdom, ES – Hiszpania/Spain, PT – Portugalia/Portugal)

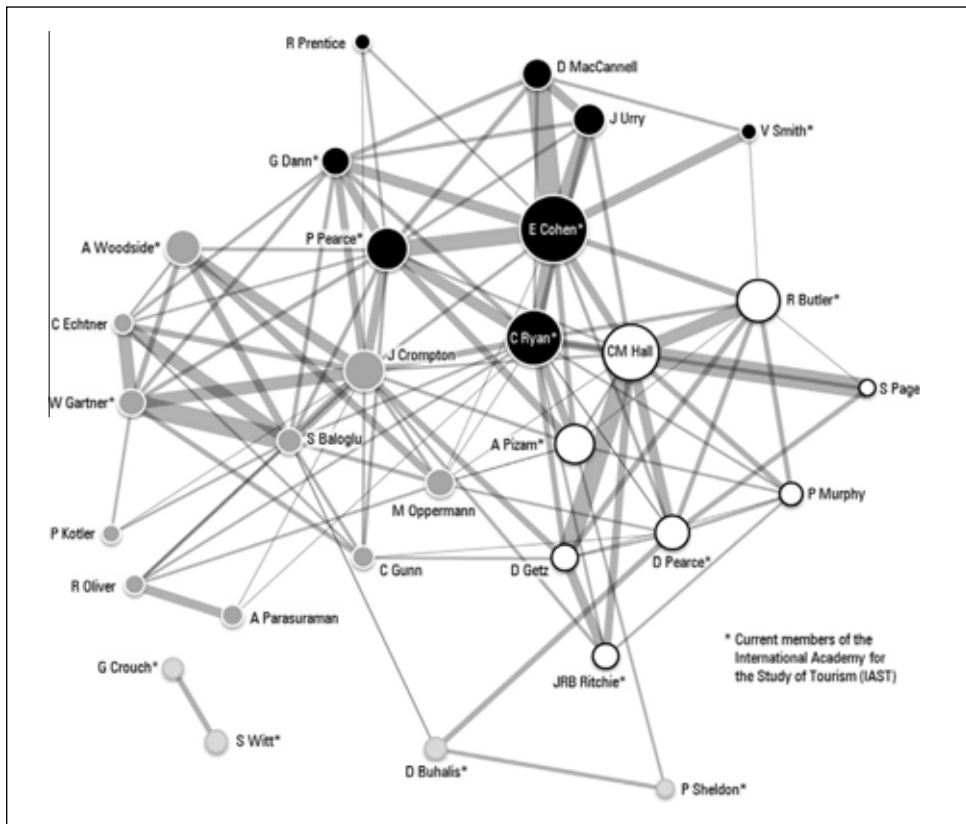
**Ryc. 2.** Wykres ilustrujący strukturę dyscyplinarną prac doktorskich z zakresu turystyki obronionych w latach 2000-2013 według badanych krajów

**Fig. 2.** Graph illustrating the disciplinary structure of tourism doctoral dissertations completed in period 2000-2013 in analyzed countries

**Źródło/Source:** Opracowanie własne na podst./ Own elaboration based on: [Oliveira, De Man, Guerreiro 2015, s. 116].

stawiono różne drogi, którymi późniejsi wybitni badacze turystyki zmierzali do uczynienia z niej ważnego przedmiotu swoich studiów. Choć prekurSORÓW badań antropologicznych nad turystyką cechowała duża różnorodność „tożsamości naukowej”, to w sumie stanowili oni swoistą awangardę, która wyznaczyła kierunki badań w tej dziedzinie na całe dziesięciolecie. Z przedstawionych w książce treści wynika, że wśród tzw. ojców założycieli współczesnej antropologii turystyki można wyróżnić dwie podstawowe grupy badaczy: klasycznych antropologów oraz „antropologizujących” socjologów<sup>13</sup>. Trudno

<sup>13</sup> Wielki wkład antropologów w rozwój badań turystycznych potwierdzają także analizy przeprowadzone przez C.M. Halla, które wykazały, że w zestawieniu obejmującym 50 najczęściej cytowanych artykułów w czasopiśmie turystycznych, aż połowa prac znajdujących się w pierwszej dziesiątce (pozycje 2,3,4,5 i 9) to artykuły dotyczące problematyki antropologiczno-socjologicznej. Dotyczy to także kategorii „książki i monografie”, gdzie na pierwszych dwóch pozycjach znajdują się także prace dotyczące takich zagadnień [Hall 2006, s. tab. 1, s. 133 i tab. 2, s. 134].



**Ryc. 3.** Sieć powiązań najczęściej cytowanych autorów

**Fig. 3.** Co-citation/network analysis of most cited authors

**Źródło/Source:** [Benckendorff, Zehrer 2013, s. 132, On line: [https://www.google.pl/search?num=50&site=&source=hp&q=Benckendorff+P.%2C+Zehrer+A.+%282013%29%2C++A+network+analysis+of+tourim+research%2C+&oq=Benckendorff+P.%2C+Zehrer+A.+%282013%29%2C++A+network+analysis+of+tourim+research%2C+&gs\\_l=hp.3...1245.4435.0.5210.6.6.0.0.0.187.824.1j5.6.0....0...1c.1.64.hp..6.0.0.0.-Gby5Gg04BE](https://www.google.pl/search?num=50&site=&source=hp&q=Benckendorff+P.%2C+Zehrer+A.+%282013%29%2C++A+network+analysis+of+tourim+research%2C+&oq=Benckendorff+P.%2C+Zehrer+A.+%282013%29%2C++A+network+analysis+of+tourim+research%2C+&gs_l=hp.3...1245.4435.0.5210.6.6.0.0.0.187.824.1j5.6.0....0...1c.1.64.hp..6.0.0.0.-Gby5Gg04BE)].

jednoznacznie określić, która z tych dwóch grup badaczy wniosła większy wkład w dzisiejszy stan wiedzy z tego zakresu, tym bardziej, że jedna grupa sama stawała się nieraz dla tej drugiej źródłem inspiracji, a niektórzy badacze z obu grup blisko z sobą współpracowali. Pokazuje to sieć wzajemnych cytacji badaczy (ryc. 3), którzy mieli największy wpływ na rozwój wiedzy o turystyce, wśród których zarówno antropologów, jak i socjologów nie brakuje<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Rysunek pokazuje wzajemne cytacje prac poszczególnych autorów (im grubsza linia powiązań, tym więcej więcej cytacji) opublikowanych w trzech najbardziej prestiżowych czasopiśmie turystycznych („Annals of Tourism Research”, „Journal of Travel Research” oraz

Dla rozwoju antropologii turystyki oraz integracji osób prowadzących badania w tym zakresie kluczowe znaczenie miał wspomniany kongres Amerykańskiego Stowarzyszenia Antropologicznego oraz książka zredagowana przez V.L. Smith, tak dla upowszechniania wyników ich badań szczególnie znaczenie miało powołanie czasopisma „Annals of Tourism Research”. Jego powstanie to niemal osobista zasługa Jafara Jafarięgo, profesora antropologii wykładającego wówczas na Uniwersytecie Wisconsin (USA), który przy udziale kilku zaledwie osób doprowadził do jego pierwszego wydania w 1973 roku. Pomysł powołania czasopisma naukowego, w którym można by publikować wyniki nowatorskich wówczas badań z zakresu antropologii i socjologii turystyki pojawił się w dużej mierze w odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie nie tylko ze strony środowiska akademickiego, ale także różnych instytucji zainteresowanych rozwojem turystyki oraz rzetelną analizą skutków tego rozwoju<sup>15</sup>. Warto dodać, że w tamtym czasie istniały zaledwie dwa liczące się czasopisma naukowe z zakresu turystyki: wspomniany już „Tourism Review”, wydawany przez Aiest (od 1946 roku) oraz założony w 1961 roku „Journal of Travel Research”, wydawany pierwotnie przez Travel & Tourism Research Association (TTRA), a obecnie przez Sage Publications (TTRA jest wskazywana jako partner wydawcy [por. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/journal-of-travel-research/journal200788#description> – 11.11.2015]).

Ten – z konieczności skrócony – przegląd rozwoju antropologii turystyki miał na celu próbę określenia znaczenia tej dyscypliny nauki w rozwoju badań turystycznych postrzeganych całościowo. Pragnąc nadać tym rozważaniom wymiar ilościowy, przeprowadzono analizy dotyczące występowania terminu „antropologia turystyki” w zasobach Internetu. Zastosowano do tego narzędzie analityczne w postaci programu Google Ngram Viewer (znanego także pod nazwą Google Books Ngram Viewer – <https://books.google.com/ngrams>). Jest to dostępny w Internecie program umożliwiający tworzenie wykresów częstotliwości występowania dowolnych wyrazów (lub krótkich zdań) na podstawie analiz rocznej liczby tzw. n-gramów<sup>16</sup> występujących

---

„Tourism Management” w latach 1996-2010. Matryca powiązań została opracowana na podstawie analizy wskaźników h-index oraz g-index obliczanych w programach „Google Scholar” oraz „Publish or Perish” [Benckendorff, Zehrer 2013, s. 130 i 133].

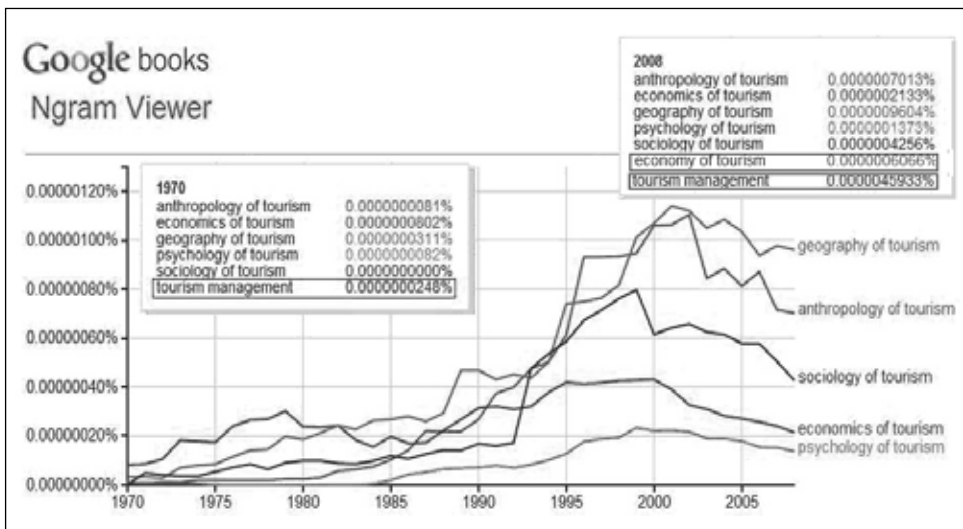
<sup>15</sup> Już w pierwszym numerze „Annals of Tourism Research” ukazała się ważna praca J. Jafarięgo, który krytycznym analizom poddał społeczno-ekonomiczne skutki rozwoju turystyki w krajach rozwijających się [Jafari 1974].

<sup>16</sup> N-gram – to model wykorzystywany do analizy mowy, służący do przewidywania kolejnego elementu sekwencji słów/wyrazów. Analizy n-gramowe polegają na wykrywaniu w tekście zbitek liter lub słów, czyli tak zwanych n-gramów (*n* oznacza liczbę liter/słów w wykrywanej sekwencji). Na potrzeby takiej analizy należy najpierw utworzyć tak zwany korpus, czyli statystycznie zanalizować jak najwięcej tekstów, dzieląc je na zbitki literowe/słowne o określonej długości. Korpusy te są bardzo dużymi bazami danych (dla przykładu, typowy korpus języka polskiego zawiera około dziesięciu milionów słów), co powoduje że analizy n-gramowe wymagają komputerów o wielkiej mocy obliczeniowej i mogą być wykonywane w ramach programów udostępnianych przez wyspecjalizowane firmy, dysponujące „farmami serwerów” [Rykowski 2014, s. 118].



w zdigitalizowanych źródłach dostępnych w Internecie. Wykorzystana na potrzeby tego programu baza obejmuje zdigitalizowane (na ten moment – czyli w tym przypadku 11.11.2015 r.) prace, które zostały wydane drukiem od roku 1500, w następujących językach: angielskim (brytyjskim i amerykańskim), francuskim, niemieckim, hiszpańskim, rosyjskim, hebrajskim i chińskim<sup>17</sup>. Zastosowana do przeprowadzonych w tym artykule analiz wersja programu obejmuje ponad 500 miliardów wyrazów, pochodzących z około 5,2 miliona książek wydanych do 2008 roku [http://www.huffingtonpost.com/2010/12/17/google-ngram-database-tra\_n\_798150.html].

Na rycinie 4 przedstawiono wykres ilustrujący częstotliwość występowania tzw. n-gramów dotyczących nazw wiodących dyscyplin naukowych zaangażowanych w badania nad turystyką, znajdujących się w zasobach internetowych wszystkich zdigitalizowanych książek.



**Ryc. 4.** Antropologia na tle innych wiodących dyscyplin zaangażowanych w badania nad turystyką

**Fig. 4.** Anthropology and other leading disciplines involved in tourism research

**Źródło:** Opracowanie własne – <https://books.google.com/ngrams> (data wykonania wykresu: 11.11.2015).

**Source:** Own elaboration – <https://books.google.com/ngrams> (chart made date:11.11.2015).

<sup>17</sup> Program został opracowany przez dwóch obecnych pracowników Google Inc. – J. Orwanta (wcześniej Massachusetts Institute of Technology) i W. Brockmana (wcześniej University of California) i po raz pierwszy opublikowany w grudniu 2010 roku. Pierwszą pracę wykorzystującą to narzędzie opublikowali oni (wraz grupą innych współautorów) w czasopiśmie „Science” [http://www.sciencemag.org/content/331/6014/176.abstract], podając w niej, że inspiracją do stworzenia programu był prototyp o nazwie „Bookworm”, stworzony przez J-B. Michela, E. Aiden (Harvard Univeristy), Y. Shen (Massachusetts Institute of Technology) oraz S. Pinkera (Stanford University) [http://www.newser.com/story/107766/google-database-tracks-popularity-of-500b-words.html – 11.11.2015].

Największa dynamika wzrostu częstotliwości występowania terminu „antropologia turystyki” miała miejsce w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych i na początku dwutysięcznych, swój szczyt osiągając w roku 2002. Krzywa wykresu jest bardzo zbliżona do tej, która dotyczy geografii turystyki oraz – w mniejszym zakresie – socjologii turystyki. Pozostałe dwie analizowane dyscypliny, czyli ekonomika turystyki oraz psychologia turystyki, cechują się znacznie mniejszą dynamiką oraz ogólnie niższą częstotliwością występowania odpowiednich n-gramów<sup>18</sup>. Na rycinie nie uwzględniono krzywej dotyczącej zarządzania turystyką (*tourism management*), które miało zdecydowanie najwyższe wartości, wielokrotnie przewyższające pozostałe dyscypliny, przez co umieszczenie go na wykresie zmniejszyłoby jego czytelność. Dlatego też postanowiono je pominąć, wyjaśniając to oczywiście w opisie wyników badań. Warto też zwrócić uwagę na fakt, że termin „antropologia turystyki” pojawia się na wykresie dopiero w połowie lat sześćdziesiątych XX wieku (patrz: ryc. 5), co świadczy o tym, iż narzędzie to dobrze oddaje badaną rzeczywistość, jeśli wziąć pod uwagę podany wcześniej (w przypisie 7) fakt, że za pierwszą pracę z zakresu antropologii turystyki uznaje się artykuł T. Nuñeza, który został opublikowany w 1963 roku.



**Ryc. 5.** Analiza n-gramowa terminu „antropologia turystyki”

**Fig. 5.** N-grams analysis of the term „Anthropology of Tourism”

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration – <https://books.google.com/ngrams> (data wykonania wykresu: 11.11.2015).

<sup>18</sup> Z uwagi na zaskakująco niskie wskazania dotyczące terminu *tourism economics*, dodatkowo sprawdzono częstotliwość występowania terminu *economy of tourism*, który – jak się okazało występował częściej (co pokazują dane uzyskane w odrębnie wykonanym wykresie, które – aby je odróżnić od terminów występujących na właściwej rycinie – podano w ramce).

## Antropologia turystyki jako dyscyplina reprezentowana w publikacjach czasopisma „Annals of Tourism Research”

Czasopismo „Annals of Tourism Research” od samego początku (a więc od 1973 roku, kiedy to zostało założone) należy do wąskiego grona najbardziej prestiżowych periodyków naukowych z zakresu turystyki<sup>19</sup>. Oprócz „Tourism Management” oraz „Journal of Travel Research” zaliczane jest do tzw. wielkiej trójki (*top tier journals*) najlepszych czasopism turystycznych na świecie [Jamal, Smith, Watson 2008, s. 67; Dunn, Wickham 2012; Benckendorff, Zehrer 2013], która czasami – uzupełniona o „Journal of Sustainable Tourism” – występuje w postaci „wielkiej czwórki” [Hunt, Gao, Xue 2014]. Nawet w tym elitarnym gronie „Annals of Tourism Research” zazwyczaj miało opinię pisma najlepszego. Potwierdzają to w zasadzie wszystkie analizy bibliometryczne oraz różnorodne rankingi czasopism bazujące na wskaźnikach „poczytności” oraz cytowania prac, które publikowane są w licznych artykułach na ten temat [oprócz wspomnianych wyżej – m.in.: Hall 2006; Jogaratnam, Chon, McCleary, Mena, Yoo 2005; McKercher 2008; Ryan 2005; Wickham, Dunn, Sweeney 2012; Zhao, Ritchie 2007; Xiao, Smith 2005, 2006].

Czołową pozycję ATR na rynku czasopism naukowych z zakresu turystyki potwierdzają dane przedstawione w tabeli 4, w której zestawiono wartości najważniejszych wskaźników stosowanych w parametrycznych systemach oceny działalności naukowej (Impact Factor, SJR itd.) dotyczące 2014 roku. Wskazują one, że „Annals of Tourism Research” ma obecnie najwyższy wskaźnik Impact Factor spośród wszystkich czasopism turystycznych indeksowanych w bazie JCR (2,865), a także najwyższą wartość wskaźnika SJR (2.262) w konkurencyjnej bazie SCOPUS (najwyższą wartość IF czasopismo osiągnęło w roku 2011, kiedy to wynosiła ona 3.250 [Xiao, Jafari, Cloke, Tribe 2013, s. 10]).

Przynależność do grona najlepszych czasopism, a także odgrywanie w nim niezmiennie czołowej roli, wskazują również szeroko zakrojone badania empiryczne przeprowadzone przez B. McKerchera, R. Lawa i T. Lama [2006], którzy o opinię na temat 70 najważniejszych czasopism (40 z zakresu turystyki i 30 z zakresu hotelarstwa) poprosili aż 505 ekspertów (314 z turystyki, 191 z hotelarstwa) ze 103 uczelni w 15 krajach. Badania wykazały,

<sup>19</sup> Warto w tym momencie wskazać na ogromny wzrost liczby czasopism naukowych z zakresu turystyki, jaki dokonał się w ostatnim okresie. Jeszcze na początku XXI wieku ich liczba nie przekraczała 40 [Jafari 2001, s. 33], podczas gdy obecnie w wykazie SCImago Journal Rang jest ich już 78 [<http://www.scimagojr.com/journalrank.php?category=1409> – stan na 11.11.2015]. Natomiast w bazie CIRET (Centre International de Recherches et d'Études Touristiques) – która oprócz czasopism międzynarodowych uwzględnia także niektóre czasopisma o zasięgu krajowym – zarejestrowanych jest w sumie 195 czasopism [http://www.ciret-tourism.com/index/listes\\_revues.html](http://www.ciret-tourism.com/index/listes_revues.html) (11.11.2015).

**Tab. 4.** Najlepsze czasopisma naukowe z zakresu turystyki – według wskaźników Impact Factor (JCR – Thomson Reuters) oraz SJR (Scopus – Elsevier) i Tab. 4. The best scientific tourism journals – according to Impact Factor (JCR – Thomson Reuters) and SJR (Scopus – Elsevier)

Czasopismo / Wydawca	IF – 2014	SJR	Total Docs. (2014)	Total Docs. (3years)	Total Refs. (2014)	Total Cites (3years)	Citable Docs. (3years)	Ref. / Doc.
Annals of Tourism Research (Elsevier)	2,685	2,262	110	308	5.568	1.049	290	50,62
Tourism Management (Elsevier)	2,643	2,111	146	499	10.829	1.975	468	74,17
Journal of Travel Research (Sage)	2,442	2,823	66	170	4,763	668	169	72,17
Journal of Sustainable Tourism (Taylor & Francis)	1,959	1,904	70	182	4.153	575	175	59,33
International Journal of Hospitality Management (Elsevier)	1,939	1,318	155	445	9.885	1.215	429	63,77
International Journal of Tourism Research (Wiley)	1,314	1,134	90	129	4.770	271	126	53,00
International Journal of Contemporary Hospitality Management (Emerald)	1,407	1,079	59	155	4.252	376	155	72,07
Cornell Hospitality Quarterly (Sage)	1,746	1,047	42	137	2.004	214	119	47,71
Tourism Geographies (Taylor & Francis)	1,695	0,901	62	96	2.862	178	95	46,16
Journal of Hospitality and Tourism Research (Sage)	1,188	1,050	26	72	1.638	140	72	63,00
Leisure Sciences (Taylor & Francis)	1,177	0,710	30	91	1.702	136	89	56,73

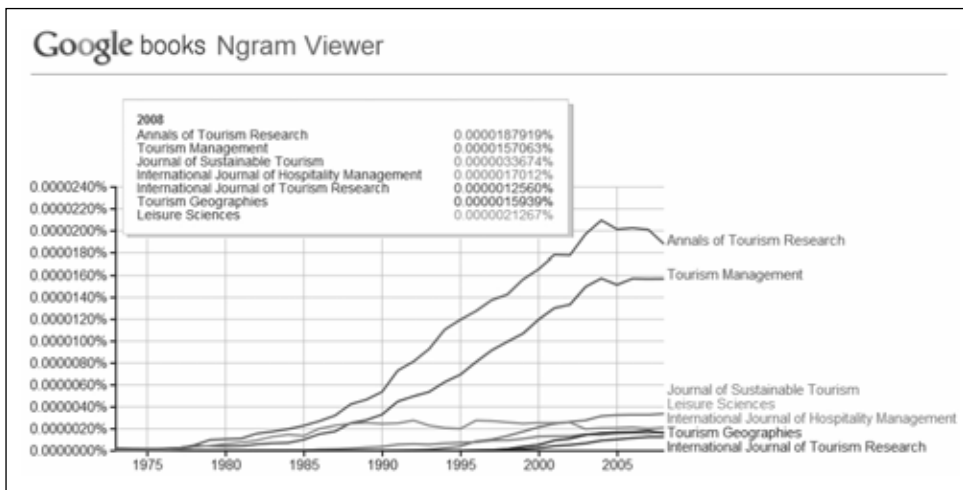
Legenda:

- IF (Impact Factor) – średnia cytacji przypadająca na jeden artykuł z danego czasopisma na przestrzeni ostatnich 2 lat.
- SJR (Scimago Journal Rank) – wyraża średnią wartość ważonych cytacji z danego roku podzieloną przez liczbę artykułów opublikowanych w trzech wcześniejszych latach (czyli wartość dla 2014 roku uwzględnia wszystkie cytacje podzielone przez liczbę wszystkich artykułów opublikowanych w latach 2010-2013).
- Total Docs. (2014) – wszystkie artykuły publikowane w numerach z roku 2014.
- Total Docs. (3years) – liczba cytacji we wszystkich pracach z 2014 roku dotycząca artykułów publikowanych (2011-2013).
- Total Refs. (2014) – liczba wszystkich pozycji umieszczonych w wykazach bibliograficznych prac opublikowanych w 2014 r.
- Total Cites (3years) – liczba wszystkich cytacji w latach 2010-2014.
- Ref. / Doc. – średnia liczba pozycji bibliograficznych w artykułach z 2014 roku.

**Źródło/Source:** Opracowanie własne na podst.: stron internetowych poszczególnych czasopism (w zakresie \*wartości IF) oraz strony Scimago Journal Rank (w zakresie pozostałych wskaźników oraz informacji) [http://www.scimagojr.com/journalrank.php?area=0&category=1409&country=all&year=2014&order=sjr&min=3&min\\_type=cd](http://www.scimagojr.com/journalrank.php?area=0&category=1409&country=all&year=2014&order=sjr&min=3&min_type=cd) (29.10.2015).

że czasopismo „Annals of Tourism Research” znajdowało się na pierwszym miejscu we wszystkich zestawieniach dotyczących turystyki, a także w zestawieniach łącznych, uzyskując lepsze wyniki niż czasopisma z zakresu hotelarstwa [McKercher, Law, Lam 2006, ss. 1241, 1242, 1244, 1246].

Charakteryzując swoją misję oraz zapraszając do współpracy baczy turystyki z całego świata, czasopismo – na swojej stronie internetowej – pisze, że „Annals of Tourism Research» to czasopismo z dziedziny nauk społecznych, koncentrujące się na akademickiej perspektywie postrzegania turystyki. Starając się zachować właściwe proporcje pomiędzy teorią i zastosowaniami praktycznymi, łamy »Roczników«” przeznaczone są jednak przede wszystkim do rozwijania koncepcji teoretycznych. Ich strategia opiera się na zaproszeniu i zachęceniu do współpracy przedstawicieli różnych dyscyplin nauki, dla których czasopismo chce służyć jako pragnie stać się forum wzajemnego oddziaływania, aby w ten sposób rozszerzać granice wiedzy i przyczynić się do przeniknięcia turystyki do literatury nauk społecznych. W tej roli »Roczniki« kształtują wielodyscyplinarną społeczność uczonych i zarazem są kształtowane dzięki ich wysiłkowi badawczemu”<sup>20</sup>.



**Ryc. 6.** Wiodące czasopisma naukowe z zakresu turystyki – według analizy n-gramowej częstotliwości występowania ich nazw

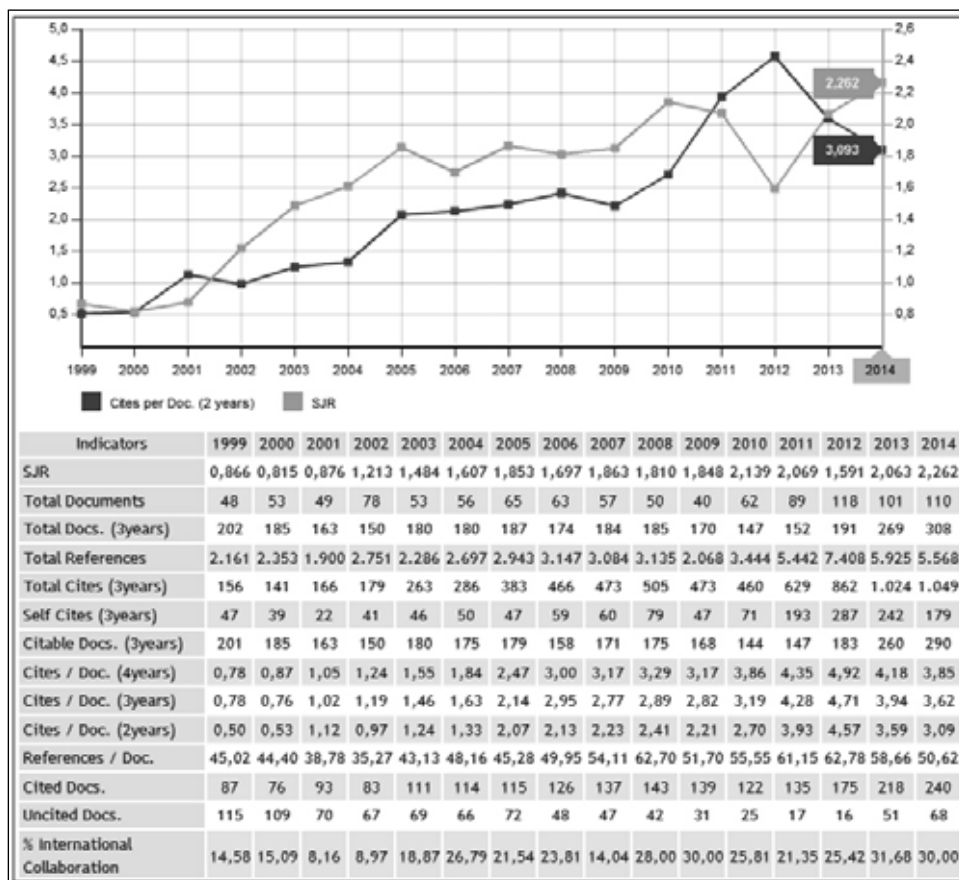
**Fig. 6.** Leading scientific tourism journals – according n-grams analysis of the frequencies of its names

**Źródło:** Opracowanie własne – <https://books.google.com/ngrams> (data wykonania wykresu: 11.11.2015).

**Source:** Own elaboration – <https://books.google.com/ngrams> (chart made date: 11.11.2015).

<sup>20</sup> „Annals of Tourism Research is a social sciences journal focusing upon the academic perspectives of tourism. While striving for a balance of theory and application, *Annals* is ultimately dedicated to developing theoretical constructs. Its strategies are to invite and encourage

Chcąc prześledzić to, jak w wymiarze ilościowym kształtowało się znaczenie najważniejszych czasopism naukowych z zakresu turystyki, a także jaką rolę w rozwoju badań turystycznych odegrało czasopismo „Annals of Tourism Research” ponownie skorzystano z możliwości, jakie stwarza program Google Ngram Viewer. Rycina 6 przedstawia częstotliwość występowania n-gramów tytułów kilku najbardziej prestiżowych czasopism turystycznych, które potwierdzają przytoczone wyżej opinie na temat.



**Ryc. 7.** Dynamika wskaźnika SJR i innych wskaźników ocen ATR w latach 1999-2014

**Fig. 7.** Dynamics of SJR, and other evaluation indicators of ATR in the period 1999-2014

**Źródło/Source:** <http://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=30718&tip=sid&clean=0> (11.11.2015)

offerings from various disciplines; to serve as a forum through which these may interact; and thus to expand frontiers of knowledge in and contribute to the literature on tourism social science. In this role, *Annals* both structures and is structured by the research efforts of a multidisciplinary community of scholars” [<http://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research/> – 11.11.2015]

Na rycinie 7 przedstawiono wiele innych interesujących informacji bibliometrycznych dotyczących czasopisma „Annals of Tourism Research”, które podaje baza SCOPUS. Warto zwrócić uwagę na dane dotyczące ogólnej liczby cytacji (według bazy JCR Thomson Reuters z ostatnich trzech lat), która w całym analizowanym okresie wykazywała dużą dynamikę wzrostu, w 2014 roku osiągając wartość 1049, z czego zaledwie 179 przypadkało na tzw. autocytacje (*self-citations*).

Antropologia w zasadzie przez cały czas ukazywania się czasopisma była jednym z wiodących kierunków badań w pracach publikowanych w „Annals of Tourism Research”. Choć w ostatnim okresie liczba oraz udział prac z tego zakresu publikowanych zamieszczanych w ATR maleje (co zostanie przedstawione w dalszej części pracy), to w dalszym ciągu pozostaje w grupie tych dyscyplin nauki, które w profilu tego czasopisma zajmują czołowe pozycje. Spadek jej znaczenia ma związek z coraz większą interdyscyplinarnością badań nad turystyką, a także poziomem ich rozwoju w różnych krajach. Widać to na przykładzie rozkładu geograficznego liczby pobrań artykułów publikowanych w „Annals of Tourism Research”, możliwej do określenia na podstawie bazy JCR Thomson Reuters, z której pochodzą dane przedstawione w tabeli 5.

**Tab. 5.** Ranking krajów według liczby pobrań z bazy ScienceDirect artykułów publikowanych w „Annals of Tourism Research” w latach 2010-2015 (stan na 11.11.2015)

**Tab. 5.** Ranking of countries – according to number of full-text articles of “Annals of Tourism Research” downloaded from ScienceDirect in the period 2010-2015

(11.11.2015)

Kraj	Pobrania*)	Kraj	Pobrania*)	Kraj	Pobrania*)
1. Wielka Brytania	1,078,213	8. Malesja	141,850	15. Korea Płd	82,237
2. USA	663,675	9. Hong Kong	117,497	16. RPA	79,409
3. Australia	556,453	10. Nowa Zelandia	112,993	17. Szwecja	74,840
4. Chiny	516,212	11. Hiszpania	106,874	18. Iran	72,632
5. Tajwan	160,821	12. Niemcy	85,211	19. Tajlandia	66,959
6. Holandia	150,336	13. Turcja	82,237	20. Indie	66,784
7. Kanada	149,227	14. Portugalia	79,409	<b>... 45. Polska</b>	11,407

\*) Liczba pobrań artykułów (wszystkich typów) dokonanych za pośrednictwem ScienceDirect w ciągu ostatnich 5 lat

\*) The number of full-text articles downloaded from ScienceDirect in the last five full calendar years is displayed by country.

**Źródło/Source:** Opracowanie własne na podstawie: Own elaboration based on: <http://journals.elsevier.com/journals/0160-7383/downloads> (10.11.2015).

Znakomitą charakterystykę uwarunkowań oraz okoliczności powstania, a także wszechstronne analizy dotyczące różnych aspektów rozwoju „Annals of Tourism Research” zawiera artykuł „Annals: 40–40 vision” opublikowany z okazji jubileuszu czterdziestolecia tego czasopisma. Ten – napisany między innymi przez J. Jafarięgo, założyciela i wieloletniego redaktora naczelnego ATR oraz J. Tribe’a, obecnego redaktora naczelnego – artykuł, pokazuje nie tylko genezę czasopisma, ale także wskazuje na zmiany jego profilu, stając się dzięki temu cenne źródło informacji na temat tego, jaką pozycję zajmowała w nim antropologia turystyki. Autorzy artykułu piszą, że antropologia turystyki – obok ekonomii, psychologii, socjologii i geografii – należy do tych dyscyplin nauki, które miały największy wpływ na rozwój badań turystycznych [Xiao, Jafari, Cloke, Tribe 2013, s. 11, 17]. Pewnym potwierdzeniem tej opinii jest fakt, że – jako jedna z niewielu dyscyplin nauki – doczekała się kilku specjalnych wydań tego czasopisma, gdzie – czy to w postaci numerów stricte antropologicznych, czy też takich, w które dotyczyły szeroko pojętych społecznych i kulturowych aspektów turystyki – ukazywała ciekawe obszary naukowych dociekań oraz możliwości dalszego rozwoju wiedzy o turystyce<sup>21</sup>. W artykule przywołano najbardziej znaczące dla rozwoju badań nad turystyką prace, a wśród ich autorów znalazło się wielu antropologów (N. Graburn, D. Nash, V. Smith) oraz socjologów (E. Cohen, D. MacCannell, G.M.S. Dann, J. Urry). Potwierdzenie wielkiego wkładu reprezentantów tej dyscypliny znajdziemy także w innych pracach analizujących najczęściej cytowane publikacje z zakresu turystyki [Benckendorff, Zehrer 2013, s. 131, 135-136; Jamal, Smith, Watson 2008, s. 70; Hall 2006, s. 133-136; Ryan 2005, s. 660-661].

Wszystkie czołowe czasopisma turystyczne, które zostały wymienione w tabeli 3, stanowią prawdziwą „elitę” periodyków naukowych z zakresu turystyki, a fakt opublikowania w którymś z nich własnej pracy stanowi dla jej autora swoistą przepustkę do międzynarodowej kariery naukowej. Każde z nich tych czasopism ma też swój różniący się od pozostałych profil. Dotyczy to zwłaszcza tych czasopism, które znajdują się we wspomnianej tabeli na pierwszych czterech pozycjach. Dobrze pokazały to na przykład badania przeprowadzone przez C.A. Hunta, J. Gao i L. Xue, w których wykorzystano ciekawe narzędzie w postaci tzw. chmury słów (ang. *word cloud*). Rycina 8 przedstawia zestawienie wyrazów, które w 2012 roku pojawiały się najczęściej w tytułach czterech wiodących czasopism turystycznych.

Zastosowana metoda jest ciekawym sposobem analizowania profilu tematycznego czasopism. Jedną z pierwszych publikacji naukowych, w których technikę chmur wyrazów zastosowano do analiz bibliometrycznych oraz pro-

---

<sup>21</sup> W sumie czasopismo wydało 28 tematycznych numerów poświęconych następującym dziedzinom: socjologii, geografii, antropologii, zarządzaniu, pedagogice, ekonomii, naukom politycznym, psychologii społecznej, etnologii, komunikacji trans-kulturowej, historii, konsumpcji, środowisku, rekreacji, metodologii, semiotyce, turystyce socjalnej, pielgrzymkom, sztuce, gender oraz dziedzictwu [Xiao, Jafari, Cloke, Tribe 2013, s. 11].





Ryc. 8. Profil tematyczny czterech wiodących czasopism turystycznych według analizy tzw. chmur wyrazów (*word clouds*) występujących w tytułach artykułów opublikowanych w nich w 2012 roku.

Fig. 8. Profile theme of four leading tourism journals according the word cloud analysis of its article titles published in 2012

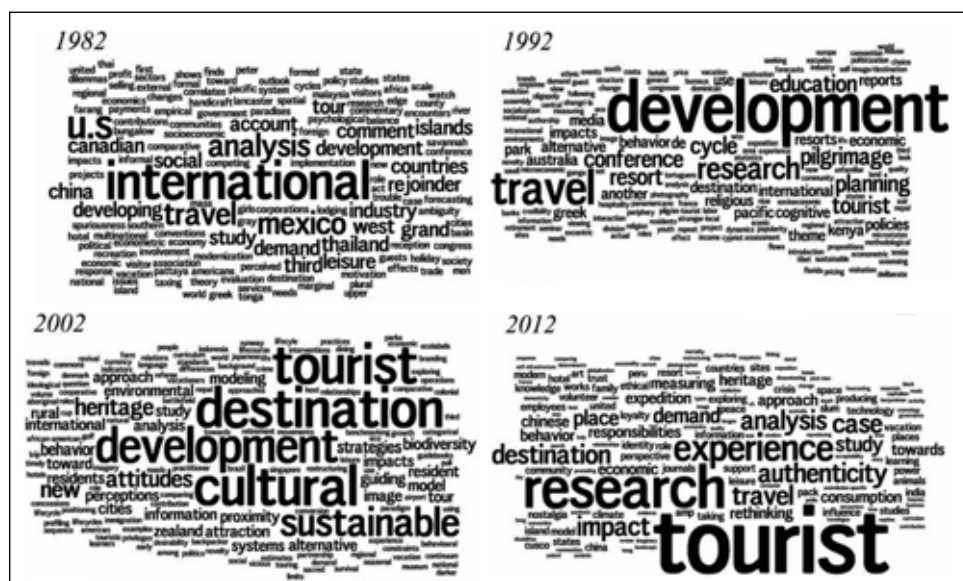
Źródło/Source: [Hunt, Gao, Xue 2014, s. 851. Online [http://ertt.tamu.edu/files/2012/09/206\\_a-4-5-3.pdf](http://ertt.tamu.edu/files/2012/09/206_a-4-5-3.pdf).].

filowania czasopism były artykuły wstępne L.M. Aherna oraz A. Haugerud opublikowane w specjalnym wydaniu czasopisma „*American Ethnologist*” z 2013 roku, który ukazał się z okazji jubileuszu 40-lecia powstania tego periodyku. W tym samym roku, zainspirowana tą publikacją, wspomniana wcześniej trójka autorów z Departament of Recreation Park and Tourism Management Uniwersytetu w Pensylwanii w USA, postanowiła przeprowadzić podobne analizy dla wiodących czasopism turystycznych. Okazało się, że „*Annals of Tourism Research*” było jedynym czasopismem, w stosunku do którego można było przeprowadzić szczegółowe analizy, uwzględniające nie tylko tytuły prac, ale także słowa kluczowe. Dzięki temu można prześledzić (na podstawie najczęściej pojawiających się wyrazów) zmiany zachodzące w tematach publikowanych w nim prac na przestrzeni czterech dekad. Do stworzenia przedstawionych na rycinie 8 chmur wyrazów wykorzystano program „*Wordle*” (<http://www.wordle.net/>).

Wyniki tych analiz zaprezentowano na rycinach 9 i 10. Zostały one w niniejszej pracy przedstawione jednak w nieco innym układzie i w zmodyfikowanej formie w stosunku do tego, jak to zrobiono w cytowanym artykule

[Hunt, Gao, Xue 2014]. Uznano bowiem, że zestawienie ujmujące łącznie (tzn. na jednym rysunku) wyniki dotyczące tytułów oraz słów kluczowych nie tylko utrudnia interpretację, ale powoduje też konieczność zastosowania małej czcionki, która dodatkowo zmniejsza czytelność przedstawianych informacji. Dlatego też wyniki te zostały zaprezentowane na dwóch osobnych rycinach: nr 9 – uwzględniającej tylko tytuły pracy i nr 10 – która dotyczy tylko słów kluczowych.

Analizy dotyczące tematów prac (ryc. 9) wykazują, że antropologia należy do tych dyscyplin nauki, które są w nich często reprezentowane [Ma, Law 2009, s. 2]. Badania przeprowadzone dla okresu 1974-2006, wykazały, że przez ponad 30 lat, antropologia turystyki – reprezentowana przez pole badawcze określone jako „Host-Guest Relationship”<sup>22</sup> – znalazła się na siódmym miejscu wśród 21 wyodrębnionych i najczęściej podejmowanych

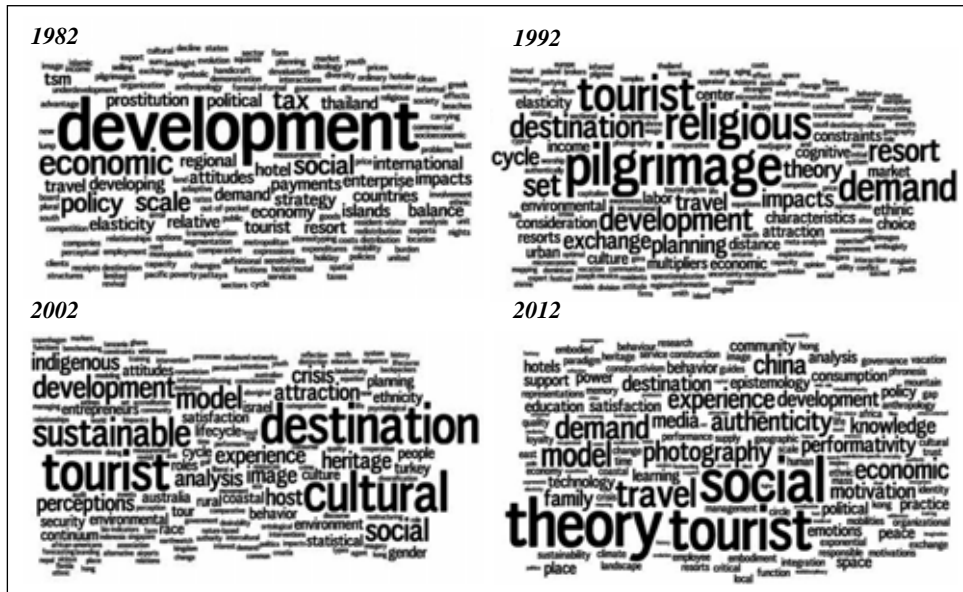


**Ryc. 9.** Ewolucja profilu tematycznego czasopisma „Annals of Tourism Research” według tzw. chmur wyrazów (*word clouds*) występujących w tytułach artykułów opublikowanych w nim latach 1982-2012 roku.

**Fig. 9.** Evolution of profile theme of „Annals of Tourism Research” according to the word clouds of its article titles published in period 1982-2012

**Źródło/Source:** [Hunt, Gao, Xue 2014, s. 852. Online [http://ertr.tamu.edu/files/2012/09/206\\_a-4-5-3.pdf](http://ertr.tamu.edu/files/2012/09/206_a-4-5-3.pdf)].

<sup>22</sup> W cytowanych badaniach jako punkt odniesienia przyjęto słynny diagram J. Jafari [Jafari 2001, s. 34, a także McIntosh, Goeldner 1986, s. 15] ukazujący dyscypliny (*disciplines*) nauki zaangażowane w badania nad turystyką oraz odpowiadające im konkretne obszary tych badań (*tourism studies area*) studiów nad turystyką. W literaturze polskiej schemat ten został opublikowany w pracy W. Alejski [1999, s. 24].



**Ryc. 10.** Ewolucja profilu tematycznego czasopisma „Annals of Tourism Research” według analiz tzw. chmur wyrazów (*word clouds*) występujących w słowach kluczowych artykułów opublikowanych w nim latach 1982-2012 roku.

**Fig. 10.** Evolution of profile theme of „Annals of Tourism Research” according to the word clouds analysis of its article keywords published in period 1982-2012

**Źródło/Source:** [Hunt, Gao, Xue 2014, s. 852. Online: [http://ertr.tamu.edu/files/2012/09/206\\_a-4-5-3.pdf](http://ertr.tamu.edu/files/2012/09/206_a-4-5-3.pdf).].

obszarów badawczych w opublikowanych w tym czasie artykułach (warto podkreślić, że w pierwszej dekadzie funkcjonowania czasopisma jej znaczenie było jeszcze większe). W całym analizowanym okresie w czasopiśmie tym ukazało się w sumie 1034 artykułów naukowych, z czego problematyki antropologicznej w sposób bezpośredni dotyczyło 96 prac, a kolejnych 59 problematykę tę podejmowało pośrednio (co w sumie stanowiło 14,99% wszystkich prac). Warto dodać, że najczęściej reprezentowane były prace z zakresu socjologii i kultury (*sociology and cultural issues*) – odpowiednio 229 i 149, które wykazują przecież bliskie związki z antropologią. Na dalszych pozycjach uplasowały się takie obszary badawcze, jak: psychologia i zachowania turystyczne (*psychology and tourism behaviour*) – 197 i 151, ekonomika turystyki (*economics of tourism*) – 172 i 119, zagadnienia dziedzictwa i środowiska (*heritage and environmental issue*) – 114 i 85, teoria i rozwój badań turystycznych (*theory and research development*) – 115 i 86, polityka turystyczna (*government and policy issues*) – 84 i 53 oraz marketing i wizerunek destynacji (*destination image and marketing*) – 88 i 69 [Ma, Law 2006, s. 5-6].

Analiza afiliacji autorów prac, która może być wyrazem swoistej „geografii” badań wykazała, że badania antropologiczne częściej podejmowali badacze z USA i Kanady oraz Azji niż Europy, w której proporcjonalnie częściej podejmowano badania o profilu ekonomicznym (oczywiście niezależnie od socjologicznych i psychologicznych, które dominowały również w krajach europejskich) [Ma, Law 2006, s. 7-8]

Analizy zawartości chmur wyrazów dotyczące poszczególnych okresów wskazują, że czasopismo w dalszym ciągu ma przede wszystkim społeczno-humanistyczny profil, chociaż w coraz większym stopniu staje się interdyscyplinarne, o czym świadczy między innymi bardziej równomierny rozkład wyrazów. W porównaniu do pierwszych dwóch okresów (lata 1982 i 1992) w ostatnim czasie zmalało znaczenie spraw związanych z rozwojem oraz problematyką religii i turystyki pielgrzymkowej, a wzrosło znaczenie prac, w których występowały wyrazy takie jak: *zrównoważony rozwój*, *destynacja* i *turystyka kulturowa*.

Zauważyć można także spadek udziału publikacji dotyczących rynku amerykańskiego (wyrazy – USA, Kanada, Meksyk) na rzecz szerszej reprezentacji innych części świata, zwłaszcza zaś Azji i Chin. Wprawdzie na podstawie samej zawartości chmur trudno to stwierdzić jednoznacznie, ale wydaje się też, że antropologia straciła nieco na znaczeniu i nie jest już dziedziną dominującą. Podstawą takiego wniosku jest nie tyle fakt, że termin *anthropology* pojawił się w chmurach tylko raz w 1982 roku (w chmurze dotyczącej słów kluczowych), ale to, że w ostatnich latach rzadziej występują terminy stricte antropologiczne (takie jak np.: *host*, *guest*, *relationship*, *cultural and social impact* itd.). Analiza zawartości chmur dotyczących roku 2012 (dolna prawa strona) może wskazywać, że problemy te mogą być analizowane obecnie bardziej z perspektywy socjologicznej, a nawet psychologicznej).

Poszukując odpowiedzi na pytania dotyczące kierunków dalszego rozwoju oraz ewentualnych zmian w zakresie profilu tematycznego czasopisma, a także roli, jaką w nim odgrywa obecnie i będzie odgrywała antropologia turystyki, postanowiono przeprowadzić własne badania, które korespondowałyby z przytoczonymi, stwarzając tym samym możliwości do odpowiednich porównań. Zastosowano więc także analizę tytułów i słów kluczowych wszystkich artykułów opublikowanych w czasopiśmie „Annals of Tourism Research” w 2015 roku<sup>23</sup>, przy czym do badań wykorzystano inne narzędzie tworzenia chmur, którym był program „Word it Out” (<http://worditout.com/>).

---

<sup>23</sup> Wykaz taki był dostępny w Internecie w momencie pisania tego artykułu, a więc jeszcze przed zakończeniem 2015 roku, ze względu na to, że czasopismo to (podobnie jak wiele innych wiodących periodyków z różnych dziedzin nauki) często publikuje kolejne numery z pewnym wyprzedzeniem. Jest to częsta praktyka spowodowana ogromną liczbą nadsyłanych prac, które pomimo bardzo ostrej procedury recenzyjnej, klasyfikowane są do druku.

W tym celu, najpierw stworzono odpowiednią bazę danych, wykorzystując do tego zasoby strony internetowej czasopisma (<http://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research/>). Do analiz zakwalifikowano jedynie artykuły naukowe (*Original Research Articles*), pomijając inne formy publikacji, takie jak recenzje, raporty i komentarze naukowe oraz tzw. wstępniaki (*Publications in Review, Research Notes and Reports, Editorials*). Na ich podstawie stworzono dwie pierwsze (z trzech „własnych”) chmury wyrazów (ryc. 11 i 12).



**Uwaga:** n = 452, chmura uwzględnia 133 wyrazy, występujące co najmniej dwa razy.  
**Note:** n = 452, this word cloud consists of 133 words occur at least twice.

**Ryc. 11.** Tzw. chmura wyrazów (*word cloud*) ilustrująca częstotliwość ich występowania w tytułach i słowach kluczowych artykułów opublikowanych „Annals of Tourism Research” w 2015 roku

**Fig. 11.** Word Cloud illustrating the frequency of their occurrence in the titles and keywords of the article published in „Annals of Tourism Research” in 2015

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

Pierwsza z nich zawiera wykaz 133 spośród 452 wyrazów, które znalazły się w tytułach oraz słowach kluczowych wszystkich artykułów opublikowanych w czasopiśmie „Annals of Tourism Research” w 2015 roku. Każdy z tych wyrazów pojawił się w tytule lub słowach kluczowych co najmniej dwa razy. Terminem najczęściej występującym był – zgodnie z oczekiwaniami – wyraz *turystyka* (*tourism*), który pojawił się w tytułach i słowach



**Uwaga:** n = 452, chmura uwzględnia 132 wyrazy, z pominięciem wyrazu „tourism”.

**Note:** n = 452, this word cloud consists of 132 words occur at least twice, excluding „tourism”)

**Ryc. 12.** Tzw. chmura wyrazów (*words cloud*) ilustrująca częstotliwość ich występowania w tytułach i słowach kluczowych artykułów opublikowanych „Annals of Tourism Research” w 2015 roku

**Fig. 12.** Words Cloud illustrating the frequency of their occurrence in the titles and keywords of the article published in „Annals of Tourism Research” in 2015

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

wach kluczowych w sumie 46 razy, co stanowiło ponad 10% wszystkich analizowanych terminów oraz 34,58% wyrazów znajdujących się w chmurze. Spośród innych terminów najczęściej występowały takie wyrazy, jak: *tourist* – 16 razy, *economic* – 11 razy oraz *travel* – 10 razy. Stosunkowo często występowały także terminy: *development* (8 razy), *destination* (7), *model* (7), *theory* (7), *heritage* (7), *research* (6), *online* (6), *knowledge* (6), *social* (6), *analysis* (5), *change* (5), *authenticity* (5), *existential* (5), *business* (5) oraz *life* (5).

Biorąc pod uwagę to, że wyraz *tourism* zdecydowanie dominował, ograniczając w pewnym zakresie czytelność analiz (ze względu na mniejsze możliwości różnicowania wielkości czcionki pozostałych wyrazów), w kolejnej chmurze (ryc. 12) postanowiono go wyłączyć z analiz, co uczyniło je bardziej czytelnymi.

W tej części badań, które reprezentują ryciny 11 i 12, przeprowadzone analizy były w pełni kompatybilne z cytowanymi wcześniej badaniami C.A. Hunta i współpracowników [Hunt, Gao, Xue 2014]. Jednak – z uwagi na dodatkowe możliwości, jakie dla planowanych analiz stwarzały podjęte w ostatnim czasie udoskonalenia w funkcjonowaniu strony internetowej czasopisma (w tym zwłaszcza w zakresie możliwych do pozyskania informacji) – postanowiono rozszerzyć własne analizy i uzupełnić je o tzw. *highlights*. Są to krótkie (zazwyczaj jedno- lub dwuwierszowe) najważniejsze informacje o danej pracy, które publikowane są niezależnie od tytułu, abstraktu i słów kluczowych. Wstępna analiza ich treści spowodowała, że zdecydowano się stworzyć trzecią bazę, która uwzględni także zawarte w nich wyrazy. Dzięki temu ogólna liczba wyrazów, które poddano analizom zwiększyła się z 452 do 1166. Rycina 13 przedstawia chmurę wyrazów powstałą na podstawie danych pochodzących z tej najszerszej bazy.



**Uwaga:** n = 1116, chmura uwzględnia 121 wyrazów ze 122 występujących minimum 4 razy, z pominięciem wyrazu „tourism”, który występował aż 130 razy i zmniejszał jej czytelność chmury.

**Note:** n = 1116, this words cloud consists of 121 words of 122 occur at least four times, excluding the term “tourism”, which reduces readability of cloud.

**Ryc. 13.** Tzw. chmura wyrazów (*words cloud*), ilustrująca częstotliwość ich występowania w tytułach i słowach kluczowych oraz tzw. *highlights* artykułów opublikowanych w „Annals of Tourism Research” w 2015 roku

**Fig. 13.** Word Cloud illustrating the frequency of their occurrence in the titles, keywords and *highlights* of the article published in „Annals of Tourism Research” in 2015

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

Z powodów podanych już wcześniej, ta ostatnia chmura – uwzględniająca największą liczbę wyrazów (1116) – nie zawiera wyrazu *tourism*, który, podobnie jak poprzednio, występował zdecydowanie najczęściej, bo aż 130 razy, co stanowiło 11,64% wszystkich wyrazów znajdujących się w bazie. Nie można go było uwzględnić w chmurze przedstawionej na rycinie 13, gdyż liczba 130 przekracza liczbę wyrazów, które zostały w niej uwzględnione (121). Mając to na uwadze, do najczęściej występujących terminów należały wyrazy takie jak: *tourist* – 30 razy (dodatkowo *tourists* – 15), *research* (21), *model* (18), *social* (18), *economic* – 17 *theory* – 17, *travel* – 15, *development* – 15, *life* – 15. Inne często występujące terminy, – to: *authenticity* (13), *heritage* (13), *destination* (13), *analysis* (12), *place* (11) oraz występujące po 10 razy wyrazy *gender*, *studies* i *experience*. Do najczęściej występujących wyrazów należał także termin *wpływ*, który użyty został w sumie 20 razy (10 w liczbie pojedynczej – *impact* oraz tyle samo razy w liczbie mnogiej – *impacts*).

Przeprowadzone analizy dotyczące roku 2015 w zasadzie są zbieżne z badaniami C.A. Hunta i współpracowników oraz opiniami wskazującymi na większe zróżnicowanie problematyki prac publikowanych w „Annals of Tourism Research”, niż to miało miejsce w początkowym okresie jego funkcjonowania, co ma – jak się wydaje – związek z postępującym procesem coraz większej interdyscyplinarności badań nad turystyką.

## Podsumowanie

Zaprezentowane w tym artykule analizy wskazują na to, że antropologia należy do tych dyscyplin nauki, w ramach których turystyka stanowi dosyć często podejmowany przedmiot badań. Potwierdzają to nie tylko badania struktury dyscyplinarnej prac doktorskich, ale także problematyka artykułów publikowanych w czasopiśmie „Annals of Tourism Research”. To czasopismo – uznawane w środowisku badaczy turystyki za jeden z najlepszych periodyk naukowy z tego zakresu – jest ważnym forum, na którym prezentowane są wyniki badań oraz poglądy naukowe dotyczące zagadnień z zakresu antropologii turystyki. Warto przy tej okazji dodać, że problematyka ta reprezentowana jest także w innych wiodących periodykach turystycznych o społeczno-humanistycznym profilu, takich jak „Tourist Studies”, „Tourism Analysis”, czy „International Journal of Heritage Studies”, a nawet w czasopiśmie „Tourism Management”, które od wielu lat jest największym konkurentem ATR w walce o pozycję lidera na rynku czasopism turystycznych<sup>24</sup>. Przeprowadzone badania wykazały, że czasopismo „Annals

<sup>24</sup> Oprócz wymienionych periodyków są też czasopisma o stricte antropologicznym profilu, które jednak – jeśli za kryterium przyjąć jakość i prestiż w środowisku badaczy turystyki – trudno (przynajmniej na razie) zestawiać z ATR oraz innymi wiodącymi czasopismami,



of Tourism Research” miało wielki wpływ na rozwój dorobku teoretycznego z zakresu antropologii turystyki, przez wiele lat pozostając podstawowym miejscem zamieszczania najbardziej wartościowych publikacji oraz źródłem wiedzy z tego zakresu. Wydaje się, że pomimo coraz bardziej interdyscyplinarnego profilu czasopisma, badania z zakresu antropologii turystyki nadal będą stanowiły częsty przedmiot publikowanych w nim prac.

## Bibliografia

- Alejziak W. (1998), *Geneza i rozwój teorii turystyki (refleksje na kanwie książki B. Vukonića „Turizam ususret budućnosti”)*, „Folia Turistica”, Vol. 8, AWF Kraków 1998, s. 99-125.
- Alejziak W. (1999), *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków.
- Alejziak W. (2005), *Aktualny stan i perspektywy rozwoju badań naukowych nad turystyką*, [w:] Winiarski R., Alejziak W., red., *Turystyka w badaniach naukowych*, AWF Kraków, WSIZ, Rzeszów, s. 275-299.
- Alejziak W. (2008), *Podstawowe paradygmaty i podejścia badawcze w studiach nad turystyką*, [w:] Gołębski G., red., *Nowe trendy rozwoju turystyki*, Wydawnictwo PWSZ, Sulechów, s. 13-25.
- Annals of Tourism Research. Home page: <http://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research/> (11.11.2015)
- Ballantyne R., Packer J., Axelsen M. (2009), *Trends in tourism research*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 36(1), s. 149-152.
- Banaszkiewicz M. (2012), *Antropologia turystyki – zarys problematyki*, [w:] *Dialog międzykulturowy w turystyce. Przypadek polsko-rosyjski*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, s. 21-36.
- Benckendorff P., Zehrer A. (2013), *A network analysis of tourism research*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 43, s. 121-149.
- Botterill, D., Haven, C., Gale, T. (2002). *A survey of doctoral theses accepted by universities in the UK and Ireland for studies related to tourism, 1990-1999*, „Journal of Tourist Studies”, Vol. 2(3), s. 283-311.
- Burns G. (2004), *Anthropology and tourism: Past contributions and future theoretical challenges*, „Anthropological Forum: A Journal of Social Anthropology and Comparative Sociology”, s. 5-22.
- Burns P.M., (1999), *An Introduction to Tourism and Anthropology*, Routledge, London, N. York.

---

których nazwy pojawiały się w tej pracy. Jako przykład może posłużyć ukazujący się od 2010 roku kwartalnik „International Journal of Tourism Anthropology” (<http://www.inderscience.com/jhome.php?jcode=ijta>), który być może w przyszłości będzie mógł aspirować do takiej kategorii czasopism.

- Cheng C.K., Li X.R., Petrick J., O’Leary J.T. (2005), *Examining Tourism Knowledge Development from Journals Topics*, [w:] „TTRA Annual Conference Proceedings – 2005”, s. 364-370.
- Dann G., Nash D., Pearce P. (1988), *Methodology in Tourism Research*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 15, s. 1-28.
- Dunn A., Wickham M. (2012), *The mix of research methods in the leading tourism journals: 2000-2009*, “Problems and Perspectives in Management”, Vol. 10 (1).
- Errington F., D. Gewertz D. (1989), *Tourism and Anthropology in a Post-Modern World*, „Oceania”, Vol. 60, s. 37-54.
- Goeldner C. R. (2011), *Reflecting on 50 years of the Journal of Travel Research*, “Journal of Travel Research”, Vol. 50(6), s. 583-586.
- Hall C. M. (2006), *The impact of tourism knowledge: Google scholar, citations and the opening up of academic space*, “e-Review of Tourism Research”, Vol. 4(5), s. 119-136. Online [http://ertr.tamu.edu/files/2012/09/206\\_a-4-5-3.pdf](http://ertr.tamu.edu/files/2012/09/206_a-4-5-3.pdf).
- Handszuch H. (1975), *Międzynarodowa współpraca w dziedzinie turystyki*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Hunt C.A., Gao J., Xue L. (2014), *A visual analysis of trends in the titles and keywords of top-ranked tourism journals*, „Current Issues in Tourism”, Vol. 17 (10), s. 849-855. On line: [http://sites.psu.edu/carterahunt/wp-content/uploads/sites/13788/2013/02/Hunt-Gao-Xue\\_Visual-Analysis\\_2014.pdf](http://sites.psu.edu/carterahunt/wp-content/uploads/sites/13788/2013/02/Hunt-Gao-Xue_Visual-Analysis_2014.pdf).
- Hunziker W. (1943), *System and hauptprobleme einer wissenschaftlichen Fremdenverkehrslehre*, St. Galen.
- Jamal T., Smith B., Watson E. (2008), *Ranking, rating and scoring of tourism journals: Interdisciplinary challenges and innovations*, “Tourism Management”, Vol. 29(1), s. 66-78.
- Jafari J. (1974), *The Socioeconomic Costs of Tourism to Developing Countries*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 1, 1974.
- Jafari J. (2001), *The Scientification of Tourism*, [w:] *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21<sup>st</sup> Century* [w:] V.L. Smith, M. Brent, red., Cognizant Communication Corporation, New York, Sydney, Tokyo.
- Jafari J., Aaser D. (1988), *Tourism as the subject of doctoral dissertations*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 15 (3). 1988, s. 407-429.
- Jogarathnam G., Chon K., McCleary K., Mena M., Yoo, J. (2005), *An analysis of institutional contributors to three major academic tourism journals: 1992-2001*, „Tourism Management”, Vol. 26(5), s. 641-648.
- Ma E., Law R. (2009), *Components of Tourism Research: Evidence from Annals of Tourism Research*, „Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research”, Vol. 20(1), s. 62-74.
- McKercher B. (2008), *A citation analysis of tourism scholars*, „Tourism Management”, Vol. 29(6), s. 1226-1232.

- McKercher B., Law R., Lam T. (2006), *Rating tourism and hospitality journals*, „Tourism Management”, Vol. 27(6), s. 1235-1252.
- Krapf K. (1952), *Von der Empirie zur Theories des Fremdenverkehrs*, „Jahrbuch für Fremdenverkehr“, Vol. 1, Munchen, s. 38-49.
- Michel J-B., Shen Y.K., Aiden A.P., Veres A., Gray M.K., Pickett J.P., Hoi-berg D., Clancy D., Norvig P., Orwant J., Pinker S., Nowak M.A., Aiden E.L., (2011), *Quantitative Analysis of Culture Using Millions of Digitized Books*, „Science”, 14 January 2011, Vol. 331 (6014), s. 176-182.
- Nash D. (1996), *Anthropology of Tourism*, Tourism Social Science Series, Pergamon.
- Nash D. (2007), *The Study of Tourism: Anthropological and Sociological Beginnings*, Elsevier, Oxford.
- Nash D., Smith V.L. (1991) *Anthropology of Tourism*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 18, s. 12-25.
- Núñez T., (1963), *Tourism, Tradition, and Acculturation. Weekendismo in a Mexican Village*, „Ethnology”, Vol. 2, s. 347-352.
- Oliveira C., De Man A., Guerreiro S. (2015), *Tourism research: A systematic review of knowledge and cross cultural evaluation of doctoral theses*, “Tourism Management Studies”, Vol. 11 (1), s. 111-119. Online: <http://tmstudies.net/index.php/ectms/article/download/765/1302>
- Ostrowski S. (1970), *Zarys historyczny statystycznego badania ruchu turystycznego*, „Ruch Turystyczny – Studia i Monografie”, Vol. 1 (31), SGPiS, Warszawa.
- Przeclawski K. (1979), *Socjologiczne problemy turystyki*, IWCRZZ, Warszawa.
- Ryan C. (2005), *The Ranking and Rating of Academics and Journals in Tourism Research*, „Tourism Management”, Vol. 26, s. 657-662.
- Rykowski J. (2014), *Metody i narzędzia rozpoznawania mowy w zastosowaniach niekomercyjnych*, „Napędy i sterowanie” Vol. 6/l Czerwiec.
- Schuhwerk F. (1930), *Die Metodik in der deutschen und osterreichischen Fremdenverkehrsstatistik*, „Archiv für den Fremdenverkehr“, Jahrgang Vol. 3, Berlin.
- Smith V.L. (1977), *Hosts and Guests – The Antropology of Tourism*, Philadelphia, PA, The Univeristy of Pennsylvania Press.
- Smith V.L. (1978), *Hosts and Guests – The Antropology of Tourism*, Blackwells Oxford.
- Smith, V.L. (ed.) (1989) *Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism*, 2nd edition, The Univeristy of Pennsylvania Press.
- Smith V.L., M. Brent (red.) (2001), *Host and Guest Revisited: Tourism Issues of the 21<sup>st</sup> Century*, Cognizant Communication Corporation, New York, Sydney, Tokyo.
- Tribe J., Xiao H., Chambers D. (2012), *The reflexive journal: Inside the black box*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 39(1), s. 7-35.

- Troisi M. (1940), *La Rendita Turistica, Arti Grafiche Cressati*, „Annali de la Facola di Economia e Commercio”, Vol. III, Bari, s. 1-135.
- Troisi M. (1955), *Teoria economica del turismo e della rendita turistica*, Bari 1955.
- Troisi M. (1966), *Ekonomiczna teoria turystyki i renty turystycznej*, Materiały i Dokumenty T. III, AWF Warszawa.
- Weiler B., Moyle B. D., McLennan Ch. (2012), *Disciplines that influence tourism doctoral research: The United States, Canada, Australia and New Zealand*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 39(3), s. 1425-1445. Online: <https://scholar.google.pl/scholar?hl=pl&q=disciplines+that+influence+tourism&btnG=&lr>
- Wickham M., Dunn A., Sweeney S. (2012), *Analysis of the leading tourism journals 1999-2008*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 39(3), s. 1714-1718.
- Zhao W., Ritchie J.R. (2007), *An Investigation of Academic Leadership in Tourism Research: 1985-2004*, “Tourism Management”, Vol. 28 (2), s. 476-490.
- Xiao H., Jafari J., Cloke P., Tribe J. (2013), *Annals: 40-40 vision*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 40, s. 352-385.
- Xiao H., Smith S. L. J. (2005), *Source knowledge for tourism research*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 32(1), s. 272-275.
- Xiao H., Smith S. L. J. (2006), *The making of tourism research: Insights from a social sciences journal*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 33(2), s. 490-507.
- Xiao H., Smith S. L. J. (2008), *Knowledge impact: An appraisal of tourism scholarship*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 35(1), s. 62-83.

## “ANNALS OF TOURISM RESEARCH” AS A SOURCE OF KNOWLEDGE ON THE RESEARCH ACHIEVEMENTS OF ANTHROPOLOGY IN THE DOMAIN OF TOURISM

### Abstract

**Purpose.** The primary objective of the present paper is an attempt at determining the role of anthropology in tourism research and analysis of the contribution of the “Annals of Tourism Research” (ATR) journal into the popularization of such studies. An additional study aim embraces an analysis of the ATR’s position within the market of tourism research journals.

**Method.** In the section related to the role of anthropology in tourism research: an analysis on the research foci of doctoral dissertations defended in various countries in the years 1951-2013. In the section pertaining to the disciplinary profile of papers published in ATR: an analysis of titles, keywords and the so-called *highlights* of the papers with the use of the so-called *word cloud* tool, as well as an n-gram analysis with the use of Google Ngram Viewer software, which helped to determine the frequency of occurrence of n-grams of the terms “tourism anthropology” and “Annals of Tourism Research” in the digitalized resources of the internet (according to the existing state as of 11 November 2015). The importance and position of ATR in the journal market was determined on the basis of the indices used in the parametrical evaluation of research activity in the databases of Journal Citation Reports and SCOPUS.

**Findings.** Anthropology constitutes an important branch of tourism research as it is one of only the few disciplines of science in which tourism-related doctoral degrees are most frequently awarded. Anthropological aspects are also often analyzed in the papers published in the ATR journal, though the study seems to indicate that the share of this discipline gradually decreases, which may be related to a more interdisciplinary profile of the journal. “Annals of Tourism Research” is a leader amongst tourism research journals, which is proven by the most important indices of journal evaluation (IF – 2.865; H-Index – 95; SJR - 2.262).

**Study and conclusion limitations.** The paper is largely based on secondary materials, which were, however, properly processed for the sake of the present study.

**Practical implications.** The paper may constitute an important source for individuals seeking interesting subjects for their research (e.g. doctoral dissertations), and also for editors of research journals aspiring to achieve a high position within the market.

**Research originality.** This seems to be the first such publication in Poland analyzing a prestigious research journal (at least as far as the attempt at determining the role that the anthropology of tourism plays in the journal is concerned).

**Type of paper.** A review paper supplemented with original empirical studies.

**Key words:** tourism, scientific journals, science disciplines, anthropology of tourism, doctoral dissertations, *word cloud*, n-gram analysis, Annals of Tourism Research.

## ANTROPOLOGIA JEDZENIA W PODRÓŻY

*Karolina Buczkowska-Gołąbek\**

### Abstrakt

**Cel.** Jedzenie jest istotnym elementem stylu życia każdego turysty i nierzadko stanowi istotną kwestię w budowaniu jego tożsamości, stąd też powinno być tematem ważnym dla antropologów. Jak pokazała wstępna kwerenda zasobów bibliotecznych, w Polsce istnieje w tym zakresie znaczna nisza i zasadniczo nie znajdzie się szerzej opracowanych zagadnień na temat tego, co i dlaczego jadają lub czego nie jadają turyści – tak w podróży, jak i w domu, jak reagują na wybrane dania, jakie doświadczenia kulinarne gromadzą, jakie miejsce zajmuje i jaką rolę odgrywa kuchnia i kultura kulinarna w ich itinerariach. Celem pracy stało się więc dokonanie analizy treści wybranych polskich artykułów i publikacji z zakresu antropologii jedzenia z ostatnich kilkunastu lat pod kątem poświęconej w nich uwagi zagadnieniom jedzenia w podróży, by zbadać stan rzeczywisty problemu i zasignalizować konieczność rozwoju subdziedziny antropologii o nazwie: antropologia jedzenia w podróży.

**Metoda.** Krytyczna analiza literatury.

**Wyniki.** Analiza literatury potwierdziła wstępne założenia, że subdziedzina: antropologia jedzenia w podróży zasadniczo w Polsce w ogóle nie istnieje i tylko niektórzy antropolodzy zdają się marginalnie tematykę tę dostrzegać.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Brak możliwości przeprowadzenia osobistych wywiadów z antropologami jedzenia w celu ustalenia powodów ich braku zainteresowania tematem jedzenia w podróży (wstępne wywiady mailowe nie przyniosły oczekiwanych rezultatów, dlatego też tej metody badawczej nie omówiono w artykule).

**Implikacje praktyczne.** Znacząca informacja dla organizatorów turystyki kulturowej (w tym kulinarnej) o braku możliwości pozyskania do tej pory kompleksowych informacji o preferencjach kulinarnych polskich turystów.

**Oryginalność pracy.** Artykuł jest pierwszym w odniesieniu do polskiego środowiska badawczego tekstem zwracającym uwagę na konieczność prowadzenia badań z zakresu antropologii jedzenia w podróży i akcentującym braki w tym zakresie.

**Rodzaj pracy.** Artykuł o charakterze przeglądowym, prezentujący jednocześnie koncepcje teoretyczne.

**Słowa kluczowe:** antropologia turystyki, antropologia jedzenia, podróż, turystyka kulinarna.

---

\* Dr hab.; Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego w Poznaniu, Wydział Turystyki i Rekreacji, Zakład Kulturowych Podstaw Turystyki; e-mail: turystykakulturowa@interia.pl.

## Wprowadzenie

„Pozdrowienia ze słonecznego Wietnamu dla całej Waszej rodziny przesyła Maciej.  
P.S. W Sajgonie jest strasznie upalnie. Wietnam jest fascynującym krajem.  
Jedzenie jest przepyszne.  
Ho Chi Minh City 11/11/2014”.

Kartka pocztowa o krótkiej treści, którą przesłał do mnie kilka miesięcy temu przyjaciel, pokazuje wyraźnie, że spośród różnych fascynujących rzeczy w Wietnamie jedzenie zasłużyło na szczególne wyróżnienie. Dodatkowo awers pocztówki zawiera fotografię lokalnej restauracji w mieście Ho Chi Minh (ryc. 1). Gdy zaciekawiona tym faktem sięgam po inne kartki przesłane mi w ostatnich kilku latach przez bliskich i znajomych z różnych zakątków Polski i świata, zauważam, że o jedzeniu wspomina prawie każdy i ponadto na części kartek znajdują się fotografie dań, owoców, targów żywności, spotkań przy stole itp. (przykłady na rycinach 2-4).



**Ryc. 1.** Kulinarne pocztówki z Wietnamu

**Fig. 1.** Culinary postcard from Vietnam

**Źródło:** wydawca pocztówki: DUC MINH, archiwum własne.

**Source:** postcard editor: DUC MINH, own archive.

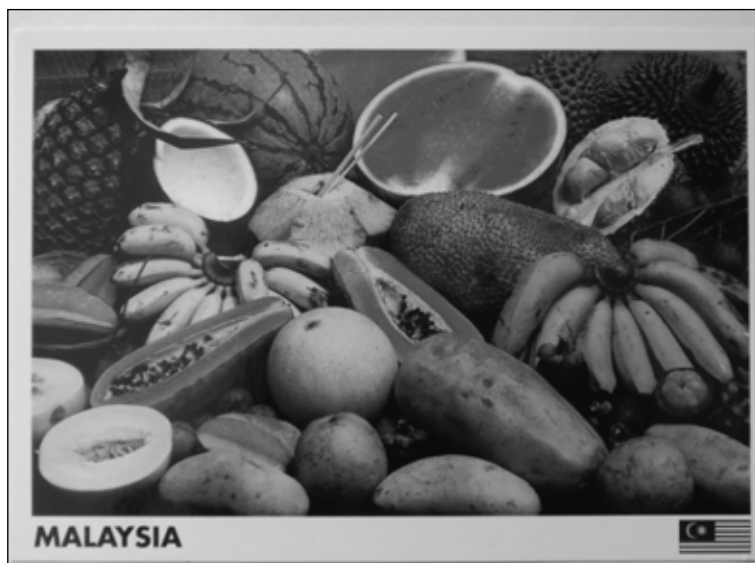


**Ryc. 2.** Kulinarna pocztówka z Finlandii

**Fig. 2.** Culinary postcard from Finland

**Źródło:** wydawca pocztówki: Moomin Characters, archiwum własne.

**Source:** postcard editor: Moomin Characters, own archive.



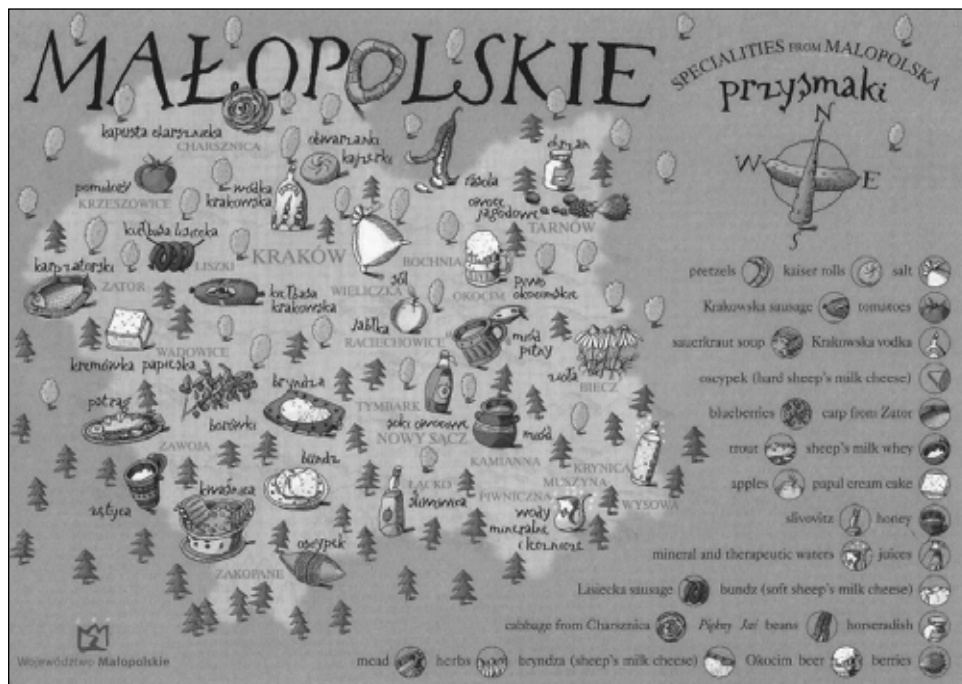
**Ryc. 3.** Kulinarna pocztówka z Malezji

**Fig. 3.** Culinary postcard from Malaysia

**Źródło:** wydawca pocztówki: Yacine Collection, archiwum własne.

**Source:** postcard editor: Yacine Collection, own archive.





**Ryc. 4.** Kulinarna pocztówka z województwa małopolskiego

**Fig. 4.** Culinary postcard from Małopolskie Voivodeship (Poland)

**Źródło:** wydawca pocztówki: Małopolski Urząd Wojewódzki, archiwum własne.

**Source:** postcard editor: Małopolski Urząd Wojewódzki, own archive.

Takie kulinarne pozdrowienia przez pocztówkę to bez wątpienia informacja, że jedzenie w podróży jest dla współczesnych turystów niezwykle ważne. I wcale nie musi to dotyczyć tylko zadeklarowanych turystów kulinarnych (ostatnio w terminologii turystycznej nazywanych coraz częściej „*foodies*”<sup>1</sup>), którzy podróżują w celu gromadzenia smakowych doznań i wiedzy gastronomicznej – dla nich kulinaria to cel sam w sobie, ale także turystów, dla których aspekt jedzenia jest równorzędny z innymi celami wyjazdu i chętnie, będąc w drodze, poświęcają mu swoją uwagę. Nie można jednak zapominać, że istnieje też trzecia grupa, do której zaliczymy turystów, którzy nie planują spotkania z inną kuchnią i nieszczęśliwie się nią

<sup>1</sup> Definicja autorstwa zespołu: D. Getz, R. Robinson, T. Andersson, S. Vujicic [2014, s. 197]: „Foodie to miłośnik jedzenia, którego tożsamość jednostkowa i społeczna kształtowane są przez jakość jedzenia, czynność gotowania, dzielenie posiłków z innymi i przez kulinarne doświadczenia. Foodies włączają wszystkie aspekty kulinarne do swego stylu życia, co często prowadzi ich do podejmowania podróży w celu zdobywania nowych i autentycznych doświadczeń w tym zakresie” (tłumaczenie własne z języka angielskiego).

interesują i którzy nam zapewne kulinarnych kartek nie prześlą – dla nich kulinaria to nieznaczący dodatek do wyjazdu czy wakacji, lecz w podróży i tak coś jeść i pić muszą i nierzadko ten aspekt staje się dla finalnego podsumowania ich wyjazdu znaczący.

Smak potraw, tajniki ich przygotowywania, tworzące je składniki, sposoby konsumowania i znaczenie jedzenia w poszczególnych kulturach pozostają w centrum zainteresowania antropologów na świecie już od wielu lat. Nie brakuje publikacji naukowych z tego zakresu, a wrażenie robi mnogość poruszanych w nich zagadnień w obrębie subdziedziny antropologii, którą nazywa się najczęściej antropologią jedzenia. Jak podają R. E. Hryciuk i J. Mroczkowska [2012, s. 3-4]: „w naukach społecznych i humanistycznych od dawna zajmowano się jedzeniem, a dorobek antropologów zachodnich w tej dziedzinie jest tak bogaty, że trudno go nawet pobieżnie zarysować”. Jeżeli chodzi jednak o pole badań polskich antropologów, to jak podają te same badaczki [2012, s. 6] trend akademicki w tym zakresie nie jest u nas ożywiony, a tym bardziej, nie tak, jak na Zachodzie i „nie odzwierciedla w małym choćby stopniu ogromnego społecznego zainteresowania jedzeniem ani debat, jakie toczą się wokół niego w polskim społeczeństwie”. W związku z powyższym w bibliotekach nie znajdziemy zbyt wielu publikacji z antropologii jedzenia autorstwa polskich badaczy. Potwierdza to też tekst zawarty na portalu [www.edu.gazeta.pl](http://www.edu.gazeta.pl) [*Antropologia jedzenia*]: „O ile w Europie Zachodniej i Ameryce Północnej dorobek naukowców z zakresu antropologii jedzenia jest niezwykle rozbudowany, w Polsce dziedzina ta dopiero się rozwija”.

Co więcej, w polskiej literaturze antropologicznej nie znajdzie się szerzej opracowanych zagadnień na temat tego, co i dlaczego jadają lub czego nie jadają turyści – tak w podróży, jak i w domu, jak reagują na wybrane dania, jakie doświadczenia kulinarne gromadzą, jakie miejsce i rolę odgrywa kuchnia i kultura kulinarna w ich itinerariach. Próba zgłębienia tej tematyki w obszernej już bibliotece artykułów i w kilku książkach z zakresu turystyki kulinarnej wykazuje, że tu w centrum uwagi badaczy (tym bardziej polskich) są najczęściej kulinarne atrakcje i szlaki, a także potencjał miejsc i obszarów w celu ich kreowania bądź rozwijania, a o turyście i jego doznaniach pisze się niewiele lub bardzo ogólnikowo. Wiąże się to między innymi z niewielką liczbą antropologów w gronie badaczy turystyki oraz ukierunkowaniem ich zainteresowań na inne tematy. Subdziedzina antropologii, którą można by nazwać antropologią jedzenia w podróży, jak się wydaje, w Polsce w ogóle nie istnieje.

Celem moich rozważań w niniejszym artykule będzie w związku z powyższym dokonanie analizy treści wybranych polskich artykułów i publikacji zwartych z zakresu antropologii jedzenia z ostatnich kilkunastu lat pod kątem poświęconej w nich uwagi zagadnieniom jedzenia w podróży i zgromadzenie w ten sposób wiedzy, która może wzbogacić zasoby antro-

pologii kulturowej. Hipoteza badawcza (oparta na dokonanej wcześniej kwerendzie katalogów bibliotecznych z zakresu antropologii kulturowej) brzmi: W dziedzinie antropologii jedzenia istnieje w Polsce rzadko badana i pomijana nisza, jaką jest jedzenie w podróży.

Analizę literatury poprzedzę przytoczeniem niezbędnej terminologii i wprowadzeniem w tematykę antropologii jedzenia.

## **Rozwój badań nad kulturowym kontekstem jedzenia i istota antropologii jedzenia**

„Zainteresowanie jedzeniem towarzyszyło antropologii od samego początku powstania tej dyscypliny” [*Antropologia jedzenia*], a w centrum uwagi badaczy znajdowała się wówczas głównie klasyfikacja potraw, które spożywały badane przez nich społeczności i analiza sposobów spożywania jedzenia w celu ustalenia poziomu rozwinięcia danej społeczności. Podobnie jak było z narodzinami antropologii turystyki, tak i podejmowanie przez badaczy kwestii dotyczących jedzenia często napotykało opór i krytykę środowiska, choćby dlatego, że publikowanie opisów obcych, egzotycznych zwyczajów żywieniowych często wywoływało – także u samych badaczy – zdziwienie lub nawet oburzenie. Temat jedzenia był dla badaczy innych subdziedzin antropologii niepoważny i niegodny uwagi naukowca. Badacze, którzy się falą krytyki nie przejęli, w kolejnych etapach swej pracy (widoczne to było chociażby w latach 60. XX wieku) pisali o tabu, nakazach i zakazach jedzeniowych, sposobach przygotowywania jedzenia, kanibalizmie, zachowaniu przy stole, konsumpcji, roli kobiet w przygotowywaniu posiłków itd. [Hryciuk, Mroczkowska 2012, s. 4; *Antropologia jedzenia*].

Antropolożki Hryciuk i Mroczkowska [2012, s. 4-5] twierdzą, że obecnie mamy do czynienia z dwiema sprzecznymi tendencjami. „Z jednej strony do dziś w wielu kręgach akademickich antropologiczne czy socjologiczne analizy gustów jedzeniowych, książek kucharskich czy zachowania przy stole budzą często konsternację”, ale też i prześmiewcze reakcje, „z drugiej zaś strony równolegle, od lat 80-90. XX wieku w Europie Zachodniej i Ameryce Północnej zainteresowanie jedzeniem gwałtownie rośnie”. Konsumpcja, w tym jedzenia, stała się obecnie jedną z podstawowych strategii budowania tożsamości, obserwowalny jest „boom” na książki kucharskie, wspomnienia i biografie kuchennych sław oraz na blogi kulinarne. Gotowanie stało się modne, a szefowie kuchni brylują w świecie celebrytów. Do tego dochodzi zwrot ku takim terminom, jak autentyczność, smak, zdrowie, co sprawia, że nieunikniony stał się rozwój tzw. *food studies* (studiów nad jedzeniem), w tym antropologicznych badań nad jedzeniem. Antropolodzy zaczynają więc już poruszać w swych badaniach następujące tematy: ciało i karmienie (niegdyś tematy zbyt osobiste, intymne), konsumpcja jedzenia, bezpieczeń-

stwo żywieniowe, przeobrażenia lokalnych społeczności, etyczna konsumpcja i wspierające ją ruchy społeczne, rola i historia wybranych produktów żywnościowych itd. Wśród wymienionych tematów brakuje tych o znaczeniu jedzenia w turystyce/podróży. Czy są to treści celowo pomijane (jeśli tak, to dlaczego?), czy też dotychczasowa niezauważalność problemu wynika z braku antropologów, którzy jednocześnie zajmują się turystyką i jedzeniem? Pytanie to pozostaje dotychczas bez odpowiedzi.

Wracając jeszcze do korzeni i istoty antropologii jedzenia warto zaakcentować, że skupienie się świata naukowego w latach 80. XX wieku na jedzeniu, praktykach kulinarnych i konsumpcyjnych stało się „punktem wyjścia w analizach złożoności współczesnych procesów społeczno-kulturowych” [Hryciuk 2014/2015], co nieustannie jest badane i dostarcza cennej wiedzy o nas samych.

Jeżeli chodzi o początki badań antropologicznych nad jedzeniem w Polsce, to jak wspomniałam we wprowadzeniu, u nas nurt ten dopiero się rozwija, mimo że także zauważalny jest silny trend „projedzeniowy” – zwłaszcza w sferze kultury popularnej i mediów [Hryciuk, Mroczkowska 2012, s. 5]. W literaturze z wcześniejszych dekad znaleźć można jedynie dawne relacje etnograficzne badaczy, takich jak O. Kolberg, K. Moszyński czy J.S. Kubary, publikacje z zakresu antropologii historycznej na temat historii sztuki kulinarnej i wyżywienia czy publikacje J. Wasilewskiego o tabu jedzeniowym. Zauważalny zwrot ku antropologii jedzenia nastąpił w Polsce z początkiem XXI wieku. Kilka tekstów (artykuły i książka) o charakterze „analizy turystyki kulinarnej” opublikowała A. Wiczorkiewicz oraz pojawiło się kilka redagowanych publikacji zwartych, poruszających różne zagadnienia z tematyki antropologii jedzenia. W dalszej części artykułu przeanalizuję je pod kątem poruszania w nich skorelowanych treści dotyczących turystyki i jedzenia.

Efektom zainteresowania polskich antropologów jedzeniem było wprowadzenie w 2012 r. przez Uniwersytet Warszawski zajęć poświęconych antropologii jedzenia, co jednak przez środowisko zewnętrzne zostało skwitowane prześmiewczym pytaniem: „To co wy tam gotujecie?” [Hryciuk, Mroczkowska 2012, s. 5]. Obecnie przedmiot ten jest wykładany na kilku wyższych uczelniach w Polsce.

Brak zainteresowania antropologią jedzenia dał się zauważyć podczas I Kongresu Antropologicznego, który odbył się w Warszawie w dniach 23-25 października 2013 r. Wówczas żadna z dwudziestu sekcji nie została poświęcona tej subdyscyplinie antropologii. Jedynie w sekcji dedykowanej mobilności znalazło się jedno wystąpienie z jedzeniem w tle, niezwiązane jednak stricte z turystyką, a bardziej z szeroko rozumianą mobilnością ludzi i przedmiotów (tłumaczoną przez organizatorów sekcji następująco: „Jedną z najważniejszych charakterystyk współczesności jest mobilność. Ludzie, przedmioty, maszyny, informacje, kapitał, idee i obrazy przemieszczają się

na niespotykaną wcześniej skalę, tworząc nowe relacje i zależności społeczne, ekonomiczne i kulturowe (...) Zjawiska te oraz ich skutki powodują, że obok ugruntowanej w naukach społecznych kategorii migracji otwierają się nowe pola badawcze”). Wystąpienie wspomianej już wcześniej J. Mroczkowskiej zatytułowane było: *Paczka z jedzeniem. Mobilne medium tożsamości podlaskiej* [<http://www.kongresantropologiczny.pl>].

Czym więc zajmuje się i powinna się zajmować antropologia jedzenia jako subdyscyplina naukowa, której tak unikają polscy antropolodzy i której definicji nie sposób znaleźć w polskiej literaturze? Z definicji dostępnych w Internecie można przytoczyć następującą: „antropologia jedzenia zajmuje się badaniem pożywienia w kontekście kulturowym człowieka i stara się wyjaśnić zależności między systemami pożywienia a zachowaniami ludzi”. Antropologów zajmujących się powyższymi zagadnieniami interesuje to, co ludzie jedzą, jak spożywają posiłki, gdzie, z kim i dlaczego, jakie wartości są nadawane poszczególnym potrawom i sposobom ich konsumpcji lub co podlega zakazowi konsumpcji (tabu pokarmowe) [*Antropologia jedzenia*].

K. Siejkowski [2012, s. 96] uważa, że „jedzenie w antropologii analizuje się zazwyczaj w kategoriach produkcji, dystrybucji i konsumpcji, szukając wplecionych w nie przepływów ludzi i idei, relacji władzy i nierówności, lokalnych refleksów globalizacji”.

Według A. Krupy-Ławrynowicz [2014/2015] antropologia jedzenia to „kulturowa refleksja nad pożywieniem jako powszechnym faktem społecznym, wokół którego można gromadzić różne metafizyki oraz różne dyskursy: tożsamościowy, ludyczny, etyczny, estetyczny”.

Współcześnie antropologia jedzenia łączy się z takimi dziedzinami nauk, jak antropologia zmysłów, historia jedzenia, socjologia jedzenia oraz *food studies* i wielu badaczy korzysta z nich, pełniej odnosząc się dzięki temu do prezentowanych zagadnień.

## **O jedzeniu w podróży – analiza tekstów polskiej literatury z zakresu antropologii jedzenia**

Jedynym polskim antropologiem, który w ostatnich latach zwrócił szerzej uwagę na korelację jedzenia i turystyki, jest cytowana wcześniej Wieczorkiewicz. W latach 2004-2008 poświęciła ona temu zagadnieniu kilka artykułów oraz część publikacji zwartej (analizując w nich przede wszystkim książki i filmy obyczajowe oraz reklamy o tematyce kulinarnej), lecz nie napisała już ani jednego akapitu na ten temat w monografii z zakresu antropologii jedzenia, zredagowanej przez siebie w 2014 r. [Jarecka, Wieczorkiewicz 2014].

Jeden z tekstów Wieczorkiewicz, który wnosi spory wkład do teorii antropologii jedzenia w podróży i może być uznany za pierwszy „z serii” (stąd

przede wszystkim wymaga omówienia i komentarza) – to artykuł *Cały świat w zasięgu smaku. O projektach doświadczeń kulinarno-turystycznych* z 2004 r., zawarty w pracy zbiorowej pod redakcją M. Jacyno, A. Jawlowskiej i M. Kempnego *Kultura w czasach globalizacji* (Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa, s. 201-208). Artykuł ten został podzielony na kilka krótkich części, w których autorka chętnie powołuje się na publikację D. Bella i G. Valentine z 1997 r. pt. *Consuming Geography* (Wydawnictwo Routledge) i odnosi się do kilku różnych kwestii dotyczących jedzenia i turystyki. Pierwsza część: *Kulinarna konkwiasta* to tekst o najeździe kuchni i potraw na nowe obszary i tym, co z tego wynika; druga część: *Migracje ludności i migracje smaku* jest o migrowaniu jedzenia wraz z emigrantami, a część trzecia: *Jedzenie jako znak tożsamości* (w domyśle: regionalnej) traktuje o dziedzictwie kulinarnym, braku kuchni narodowych, lokalnej kuchni gastronomicznej czy narodzinach ruchu *Slow Food* oraz globalizacji i glokalizacji. W części kolejnej: *Turystyka jako obszar doznań kulinarnych* Wieczorkiewicz pisze, że na obszarze turystyki „jedzenie coraz częściej wykorzystywane jest jak wieloaspektowy znak” (s. 206), a kuchnie narodowe przyrównuje do „nader poręcznych rekwizytów, używanych przy tworzeniu uniwersum atrakcji turystycznych”. Wynika to w dużej mierze z faktu kształtowania takiej przestrzeni przez przemysł turystyczny, „w której urzeczywistnić się mają turystyczne pragnienia”, także przez wypracowanie różnych formuł nadawania znaczenia jedzeniu. Wieczorkiewicz zwraca też uwagę na to, że z jednej strony gastronomia bywa „elementem środowiskowej bańki otaczającej podróży”, a z drugiej – „dostarcza formuł wykraczania poza świat codziennych doznań”. W tekście pojawia się też ważne stwierdzenie, że w trosce o bezpieczeństwo i wygodę turystów przestrzenie wypoczynku i rekreacji poddawane są standaryzacji, co wynika m.in. z faktu zapotrzebowania na nią ze strony znacznej grupy turystów, choćby w kwestiach żywieniowych (turyści ci nie chcą rezygnować na wakacjach ze swych żywieniowych przyzwyczajzeń)<sup>2</sup>. Następnie, w części pt. *Atrakcje kulinarne*, owe atrakcje są przez Wieczorkiewicz określone jako powstałe „za sprawą” przemysłu turystycznego i mające za zadanie podniesienie walorów turystycznych danego miejsca (jest to prawda oczywista, tak funkcjonuje bowiem turystyka), co znajduje odzwierciedlenie w folderach turystycznych. W ten sposób kulinaria „dostarczają wątków przewodnich wielu wycieczkowym scenariuszom”, a turystom obiecuje się „oryginalność” i „prawdziwość” lokalnych specjałów, czasem nawet kreując je zupełnie od podstaw (jako element strategii marketingowych)<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Warto byłoby więc badać, jak znaczna jest to grupa i co nią powoduje, jak również przyjąć się tym turystom, którzy przyzwyczajenia żywieniowe zostawiają w domu i w podróży gotowi są na spotkania z lokalnymi smakami – to istotne zadanie dla antropologii jedzenia w podróży.

<sup>3</sup> Kwestia ta to kolejny temat wart zainteresowania ze strony antropologów – które atrakcje kulinarne są rzeczywiście oparte na tradycji i związane z danym miejscem, a które powstały

Kolejne cztery części artykułu (*Retoryczne tworzenie atrakcji kulinarnych, Podróż przez znaki świata, Prawdziwe jedzenie i fantastyczne podróże oraz Historia na nowo przyprawiona*) mówią o kształtowaniu doświadczeń kulinarno-turystycznych przez reklamę prasową (bogata w warstwę opisową). Wieczorkiewicz omawia mechanizmy stosowane przez autorów reklam turystycznych, by przez działanie na zmysły (m.in. wprowadzając motyw smakowania) zachęcić turystów do odwiedzenia opisywanych miejsc. Wieczorkiewicz pisze, że w przekazach reklamowych „podróżowanie jawi się jako jedzenie, próbowanie, smakowanie, pochłanianie; z drugiej strony jedzenie bywa przedstawiane jako podróż, wyprawa odkrywcza, ucieczka od codzienności” (s. 210). Nadmienia ponadto, że w promowaniu egzotycznych potraw i lokali „tradycja ma się łączyć z modą w kreatywny sposób. Ważny jest przy tym wątek widowiskowości: posiłek zostaje obrócony w spektakl. Widzami są goście (...)” (s. 211). Jak wynika z analizy reklam, „gastronomia i turystyka korzystają z podobnych strategii retorycznych, by zasugerować, że dostępne jest nam pewne całościowe doznanie: zasmakowanie w różnorodności świata” oraz że dziedzictwo kulturowe, tradycja i kultura wykorzystywane są jako klucze „otwierające duszę konsumenta”, a historia to „sos, jakim współczesność przyprawia różne elementy masowej konsumpcji – polewa nim placki z mięsem, aromatyzuje puddingi...”. I wreszcie spojrzenie na turystę: przemysł turystyczny traktuje go jak „poszukiwacza tego, co »oryginalne«, naturalne i »autentyczne«, a pojęcia te odnoszą się zarówno do oglądanego świata, jak i do osobowości podróżujących (...)”<sup>4</sup>. Wieczorkiewicz słusznie też zauważa, że potencjalnym klientom turystyka obiecuje, że „wejdą w inny świat, zanurzą się w jego atmosferze, wszystkimi zmysłami odczują jego istnienie” i że „jedzenie to doznania estetyczne, przygoda, podróż w czasie lub przestrzeni; to także doświadczenie poznawcze” – nikt nie wspomina w reklamach o kulinarnych niebezpieczeństwach czy uciążliwościach w podróży, zapewniając, że „jedzenie – choćby zostało zjedzone nie wiadomo w jakiej ilości – nie wywoła niestrawności, nie stanie się też przyczyną wzrostu wagi ciała”<sup>5</sup>. Ostatnia część artykułu, stanowiąca jego podsumowanie, zatytułowana jest *Apetyt na doznania*, co określa – jak podaje autorka za C. Campbellem (1978) – jedną z ważniejszych cech współczesnego człowieka. Mowa tu w dużej mierze o doznaniach smakowych, o których marzą turyści. Jak trafnie podsumowuje Wieczorkiewicz: „doświadczenie

---

z niczego, po to tylko, by przyciągnąć turystów? W konsekwencji tego istotne byłoby też badanie reakcji turystów na owe atrakcje, ich odczuć, opinii.

<sup>4</sup> Nadszedł już chyba czas, żeby zapytać samych zainteresowanych, czego poszukują i co dla nich ma znamiona oryginalności, naturalności i autentyzmu w świecie zwiedzanym i jego kuchniach, a nie tylko bazować na tym, co wmawia im przemysł turystyczny.

<sup>5</sup> A jeśli niestrawności wywoła, to co będzie dalej z nastrojem, nastawieniem i resztą wakacji danego turysty? Czy nie warto byłoby tego się dowiedzieć, pytając turystów o wszystkie kulinarne doznania z podróży i ich implikacje?

kulinarno-turystyczne ma być przerwą w »normalnym życiu«, okazją do tego, by rozluźnić rygory narzucane przez codzienność, a jednocześnie poszerzyć spektrum doznawania. Próbując nowych potraw, eksperymentując z nowymi smakami, zyskujemy szczególny kontakt z otoczeniem. Wychoząc poza to, co znane naszym zmysłom, możemy przeniknąć do świata Innych, poznać go w sposób bezpośredni” (s. 216-217). Jednakże „tendencjom do eksploracji może jednak stanąć na przeszkodzie lęk przed zagrożeniem związanym z wpuszczeniem do wnętrza ciała tego, co nieznanne. Te dwie reakcje wyznaczają granice obszaru, w którym dokonywać się może turystyczne »smakowanie świata«”<sup>6</sup>.

W innym tekście Wieczorkiewicz z 2004 r. pt. *Jeść jak tubylcy. Fragmenty mitologii turystycznej*, zawartym w książce: *Opowiadanie w perspektywie badań porównawczych* pod redakcją Z. Mitosek (Wydawnictwo Universitas, Kraków, s. 267-280) warto zwrócić uwagę na następujący fragment:

„Nie da się ukryć, że motyw podróży dodaje atrakcyjności problematyce gastronomicznej, czego wyraziste przykłady można spotkać w czasopiśmie, książkach kucharskich i programach telewizyjnych, prezentujących potrawy kuchni regionalnych i etnicznych. W prezentacjach tych często podkreśla się, że wnoszą one w nasze życie nieco egzotyki, udostępniają różnorodność świata, pozwalają cieszyć się życiem i światem i stanowią substytut eksploratorskich przygód w dalekich krajach. (...) Z kolei w opowieściach o podróży wiązanie motywów wędrowania i jedzenia pomaga wyrazić wieloaspektowe relacje między człowiekiem udającym się w obcy świat a tym, co napotyka i czego doświadcza podróżny” (s. 267).

Wieczorkiewicz poddaje te kwestie szczegółowej analizie w swej książce z 2008 r. pt. *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży* (Wydawnictwo Universitas, Kraków), w szczególności w części czwartej: *Smakowanie świata* (zawierającej rozdziały: *Jeść jak tubylcy*, *Smak turystyczny* i *Kulturowa retoryka jedzenia*). Publikacja zawiera rozwinięcie zagadnień prezentowanych w obu wcześniej przytoczonych artykułach. Obszerna analiza reklam, filmów i książek dokonana przez Wieczorkiewicz dostarcza niewątpliwie ciekawego spektrum spojrzeń na relacje turystyki i jedzenia, jednakże ogranicza się jedynie do zmysłowej podróży lub potencjalnego wpływu na plany podróżnicze turystów, co stanowi jedynie tylko częściowy wkład w subdyscyplinę, jakimi są antropologia jedzenia i antropologia turystyki.

Ważną publikacją z zakresu antropologii jedzenia (jedną z pięciu zbiorowych wydanych w ostatnich kilku latach) jest wydanie tematyczne kwartal-

---

<sup>6</sup> To zagadnienie jest chyba jednym z najważniejszych i najciekawszych dla antropologii jedzenia w podróży i szczególnie wartym badania (sformułowane jest na podstawie tezy B. Curtis i C. Pajęczkowskiej, [w:] Wieczorkiewicz 2004a, s. 217: jaki wymiar ma dla poszczególnych turystów gastronomiczne uczestnictwo w różnicy kulturowej, dokonujące się w spektrum, które rozciąga się między tym, co znajome a tym, co egzotyczne?



nika antropologów i etnografów „Op. Cit.” Maszyna interpretacyjna. Czasopismo kulturalno-społeczne nr 43/2012, zredagowane przez R. E. Hryciuk, J. Mroczkowską i I. Strączka (Wydawnictwo Stowarzyszenie Pasaż Kultury, Warszawa). Jak zapewniły czytelników redaktorki tomu [Hryciuk, Mroczkowska 2012, s. 6], publikacja prezentuje tematy z zakresu antropologii jedzenia „żywotnie istotne współcześnie” i jednocześnie takie, które „frapują polskich badaczy wpisujących się w szeroko rozumiany nurt studiów nad jedzeniem” i to, co znajduje się w centrum ich zainteresowania. Celem wydania tematycznego czasopisma, było, aby teksty te zainspirowały polskich badaczy do podjęcia szerszych badań nad wieloma aspektami jedzenia i picia [Hryciuk, Mroczkowska 2012, s. 6]. W publikacji, na którą złożyło się 20 tekstów, niestety jedynie jeden odnosi się – i to marginalnie – do kwestii jedzenia i turystyki: to tekst U. Klimut [2012, s. 76-79] pt. *Czy na pewno chcemy oscypka?* W tym krótkim artykule o historii, wytworze i współczesnej promocji oscypka (którą krytykują bacowie – że nazbyt trywialna „pod publiczkę” i nieautentyczna) na temat turystów padają dwa zdania – pierwsze zdanie tekstu: „Bacowie nie chcą sprzedawać ceprom oscypków, a my – turyści – wcale nie chcemy ich jeść” (s. 77). oraz jedno z końcowych: „Dla »swoich« bacowie zawsze mają produkty najwyższej jakości. Niestety, my turyści, nie mamy tego komfortu” (s. 79). Oba stwierdzenia są niestety zbyt subiektywne, niekoniecznie zgodne z prawdą i w dodatku za krótkie, by tekst mógł wnieść jakąś wiedzę do antropologii jedzenia w podróży. Szkoda, bo temat jest dla turystyki ważny i ciekawy.

Kolejna książka z zakresu antropologii jedzenia pojawiła się w roku 2012 i była to *Antropologia praktyk kulinarnych. Szkice. Tom V. Pongo* pod redakcją naukową R. Chymkowskiego, A. Jaroszuk i M. Mostek (Wydawnictwo UW, Warszawa). Książka – jak wskazywał wydawca – jest zbiorem szkiców, których autorzy prezentują kontekst religijny oraz filozoficzny jedzenia, dzieje jedzenia oraz jego rolę np. w procesach modernizacyjnych, kwestie ideologiczne związane ze spożywaniem określonych potraw czy uprawianiem konkretnych praktyk kulinarnych, a nawet podejmują próbę ukazania jedzenia przez pryzmat konstruowania tożsamości zbiorowych. Podobnie jak było wcześniej, tak i tutaj, na 32 artykuły tylko jeden jest o jedzeniu w podróży. Jego autorką jest J. Tabaszewska [2012, s. 313-326] i dotyczy on następującego zagadnienia: *Zderzenie z kuchnią Innego. Mechanizm kształtowania wspólnoty oraz wyznaczania obcego na przykładzie prozy Wojciecha Albińskiego i Ryszarda Kapuścińskiego*. Tekst ciekawy, lecz będący studium przypadku stanowiska jedynie dwóch pisarzy, wnosi wkład istotny, choć bardzo zawężony tematycznie, do biblioteki antropologii jedzenia w podróży.

Trochę więcej uwagi antropologii jedzenia w podróży poświęcili autorzy czterech z ponad 20 dwudziestu tekstów o różnych kulturach kulinarnych w monografii *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze* z 2013 r. (tekst PDF opublikowany na stronie internetowej Magazynu antropologiczno-społecz-

no-kulturowego „Maska”). I tak: K. Mrozek-Kochanek w artykule: pt. *Cuchnące bulwy jako niepozorni sprzymierzeńcy kochanków? O zastosowaniu roślin cebulowych w antycznej kuchni i dietetyce* [2013, s. 16-24] pisała o tym, jak żyjący w XVI w. arabski podróżnik Ibn Batuta w relacjach ze swoich wypraw z przyjemnością wspominał pobyt na wyspie Dibat El Halal, gdzie używano czosnku; T. Lis w tekście: *Kultura jedzenia w Bośni i Hercegowinie w okresie austro-węgierskim* [2013, s. 74-82] przedstawiał z perspektywy historycznej dawnych podróżników; podobnie O. Kalarus, który artykuł pt. *Ryż, ryby, herbata* [2013, s. 83-90] poświęcił dziewiętnastowiecznym polskim podróżnikom przy japońskich stołach. Tekst ostatni dostarcza sporo godnych uwagi informacji z zakresu antropologii jedzenia w podróży – czytamy w nim m.in.: „Nawet jeżeli podróżnik dokonywał wysiłku choćby chwilowego wydostania się poza szczelną bańkę środowiskową i osobistego przekonania się, jak używa się pałeczek lub jak smakują potrawy miejscowej kuchni, były to zwykle doświadczenia, które zdecydowanie nie zachęcały do dalszych eksperymentów (...)” (s. 88), a także:

„Dziewiętnastowieczne relacje Polaków z podróży po Japonii wzbogaciły dostępną wówczas w Polsce informacje o japońskich kulinariach jedynie w niewielkim stopniu. Potwierdzały popularność ryżu, ryb i herbaty oraz opisywały najbardziej widoczne różnice kulturowe, takie jak zwyczaj używania pałeczek lub brak europejskich stołów i krzeseł. Brak jest choćby prób analizy lub głębszego wnikięcia w przyczyny odmiennego zachowania Japończyków przy stole – jak na przykład w przywołanym fragmencie, w którym hałaśliwe jedzenie przypisuje Sapiaha raczej nieumiejętności niż świadomemu działaniu, wynikającemu z różnic kulturowych” (s. 89).

Wkład w teorię antropologii jedzenia w podróży mógłby dać też tekst A. Kuzskowskiej: *Produkt który ma imię i nazwisko. Czy Sprawiedliwy Handel rzeczywiście zbliża konsumentów i producentów* [2013, s. 142-151], w którym mowa jest o podróżach tzw. *coffee hunterów* (jest to jednak tylko zasygnalizowane zagadnienie, nierozwinięte) oraz tekst M. Skowery: *Cudowna i pożyteczna Magda Gessler. O strukturze, znaczeniach i wartościach „telewizyjnej baśni”* [2013, s. 196-205] – w tym o sposobie prezentacji na ekranie jej kolejnych „podróży” tej restauratorki z wielkiego miasta na prowincję (informacja również podana hasłowo, bez rozwinięcia).

Następna polska publikacja, też z 2013 r.: *W garnku kultury. Rozważania nad jedzeniem w przestrzeni społeczno-kulturowej* pod redakcją A. Drzał-Sierockiej (Wydawnictwo Naukowe Katedra SWPS, Gdańsk) to dzieło kulturoznawców, socjologów, filozofów, antropologów, autorów blogów kulinarnych, zawodowych kucharzy, jak również innych osób związanych z branżą gastronomiczną. Publikacja składa się z trzech części. Pierwsza zawiera teksty, których autorzy podejmują refleksje nad funkcjami, jakie spełnia jedzenie w naszym codziennym życiu oraz nad tym, na ile zdajemy sobie spr-

wę z wyjątkowego potencjału kulinariów w wyrażaniu i kreowaniu naszej tożsamości, systemu wartości itd. Druga część książki poświęcona jest medialnym i artystycznym kontekstom jedzenia, a trzecia zabiera czytelnika „w najmroczniejsze strefy kulinarnych doświadczeń”. Wśród tak wielu ważnych zagadnień nie znalazła się antropologia jedzenia w podróży. Spośród dwunastu autorów tekstów, odniosła się do niej tylko jedna osoba – Agata Ciastoń w tekście: *Kucharz na szklanym ekranie, czyli o różnych obliczach programów kulinarnych* [2013, s. 161-176]. Czytamy tu m.in., że programy kulinarne „dzielą się na co najmniej trzy kategorie: te zapoczątkowane przez Julię [Child], a więc prezentujące domową kuchnię, te związane z szefami kuchni, przyjmujące zazwyczaj formę spektakularnego konkursu, będące rodzajem dramatycznego performansu oraz te związane z podróżami” (s. 163). W kwestii tych trzecich badaczka pisze (krótko) m.in., że „(...) zawodowi kucharze w swoich programach często opuszczają kuchnię i udają się w podróż, jak Anthony Bourdain, który oferuje przygodę, fascynującą obcość egzotycznych krajów. Podróżuje on przez świat wystawiając się na kulinarne niebezpieczeństwa, w programie *Bez rezerwacji* kosztuje nawet najbardziej ohydnych rzeczy w najbardziej odrażających miejscach” (s. 164). Trudno nazwać to wynikiem pogłębionego badania, więc i wkład w antropologię jedzenia podróży tekst ten wnosi niewielki.

I wreszcie publikacja najnowsza, z 2014 r., pod redakcją U. Jareckiej i wspomianej wcześniej A. Wieczorkiewicz, zatytułowana *Terytoria smaku. Studia z antropologii i socjologii jedzenia* (Wydawnictwo IEiAK UW, IFiS PAN, Warszawa). Wkład w teorię antropologii jedzenia w podróży wnoszą tu autorki trzech z osiemnastu<sup>7</sup> tekstów<sup>7</sup>, zawartych w części pierwszej publikacji: *Swojskie przestrzenie smaku – dom, region, świat* (część druga zatytułowana jest natomiast: *Smak w przestrzeni symbolicznej – praktyki kulinarne w mediach. Wyobrażenia kulinarna i praktyka smaku*). Pierwszy tekst zawiera analizę treści książki o tematyce kulinarnej – E. Rybicka pokusiła się o to w artykule: *Kuchnia, mapa, mit śród-kowoeuropejski (wokół Café Museum Roberta Makłowicza)* [2014, s. 115-132], jednakże skupiła się bardziej na analizie treści owej książki i ocenie samego autora, nie koncentrując się z nadto na jego podróżach; obszernie za to odnosząc się do antropologii zmysłów (bo jak pisał sam R. Makłowicz [Makłowicz R., 2010, *Cafe Museum*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec, s. 13]: „podejmowałem nieraz wyprawy bez konkretnie określonego celu, byle tylko *usłyszeć* inny język, *zjeść* inny rodzaj zupy, *spróbować* innego alkoholu, *zobaczyć* inny krajobraz”). Kolejny artykuł: B. Brzozowskiej pt. *Zjedanie miasta – doświadczenie przestrzeni miejskiej w perspektywie nowych praktyk kulinarnych* [2014, s. 153-172] zawiera znaczące odniesienia

<sup>7</sup> Za ciekawostkę można uznać, że wśród 19 autorów tekstów znalazł się tylko jeden mężczyzna – czyżby antropologia jedzenia w Polsce miała stać się domeną antropolożek?

do turystyki, choć najwięcej uwagi autorka poświęca w nim kulinariom Łodzi, restauracyjnej rewitalizacji ul. Piotrkowskiej, obecności kulinariów w promocji miasta, popularności lokali gastronomicznych Łodzi wśród mieszkańców. Tekst trzeci, także dość ważny i ciekawy, napisany został przez M. Owczarską i, zatytułowany *Ma'a tahiti, brzuch, tożsamość i świat postkolonialny* [2014, s. 193-220], a zawiera omówienie tego, co z dziedziny kulinarnej mogą spróbować na Tahiti turyści, co jest im proponowane i jak to jest przygotowywane, o czym informują przewodnicy, a jaka jest rzeczywiście kuchnia lokalna Tahiti. Szkoda, że żadnego odniesienia do turystów i podróży kulinarnych nie znajdziemy w tekście *Stare i nowe smaki lokalnego wina: o lubuskiej winorośli, winnicach i winiarzach* autorstwa E. Kopczyńskiej [2014, s. 133-152], bo temat na to pozwalał. Niemniej jednak można stwierdzić, że z wolna problematyka jedzenia w podróży zaczyna być dostrzegana w polskiej antropologii, na co wskazuje najnowsza publikacja z tej dziedziny.

### **Zakończenie: Czemu ma służyć antropologia jedzenia w podróży?**

Jak akcentowałam na początku artykułu oraz jak pokazała analiza ważniejszych polskich publikacji z zakresu antropologii jedzenia ostatnich lat, antropologia jedzenia w podróży to zdecydowana nisza badawcza w polskiej nauce. Nisza ta warta jest jednak zapełnienia, choćby dlatego, że zgodnie z definicją antropologii kulturowej J.D. Ellera [2012, s. 8] jest ona „nauką o różnorodności zachowań ludzkich w teraźniejszości”, a jedzenie do takich czynności także należy. Antropologia polega na badaniu tej różnorodności, dzięki czemu dociera się „do samej istoty człowieczeństwa, a jej dodatkowym celem jest także uzyskanie wiedzy o pobudkach, które skłaniają ludzi do określonych zachowań” [Eller 2012, s. 9]. Według Ellera także [2012, s. 8-9] antropologia kulturowa odpowiada na pytania: „Co oddziela jeden typ człowieka od drugiego, a mimo to łączy nas wszystkich? Co sprawia, że serca i umysły jednej grupy ludzi różnią się od serc i umysłów członków innej grupy, a mimo to są do siebie podobne i sobie pokrewne?” – pytania te w kontekście jedzenia w podróży też mogą mieć ogromne znaczenie, a znalezienie odpowiedzi na nie może wiele wyjaśnić w zakresie relacji turystów ze środowiskiem odwiedzanym.

Znawca turystyki kulturowej G. Richards [2002] powiedział (na słowa te powołuje się w swych pracach Wieczorkiewicz [2004a, s. 206]): „jedzenie to obowiązkowa część wakacyjnych doświadczeń” i „służy też jako środek odróżniania się od innych” – aż dziwi, że tak ważne i ciekawe zagadnienia nie doczekały się jeszcze w Polsce badań antropologicznych. Temat jedzenia w podróży jest ważny także dlatego, że – jak podaje A. Matusiak [2009, s. 4]:

„Jedzenie i podróżowanie splatają się ze sobą, są nierozzerwalne, bo muszą być nierozzerwalne. Opowieści z wszelakich wojaży, wakacji, weekendowych wypadów, łączą się ze wspomnieniami o tym, co dobrego, bądź niekoniecznie smacznego, udało się zjeść; o tym, co zaskoczyło, czy wręcz przeciwnie, okazało się być zgodne z przewidywaniami. Fazy podróży obejmujące podróż wyobrażoną, rzeczywistą i wspomnieniową odnoszą się także do konsumowanej w jej trakcie żywności i konkretnych potraw. Smakując turysta poznaje kulisy odwiedzanego kraju, odkrywa go poprzez niepowtarzalny smak i zapach. »Pachnące słońcem« włoskie pomidory, »prawdziwa« wiedeńska kawa, niepowtarzalny polski bigos, to smaki, które pozwalają się zakotwiczyć w tubylczości. Poczucie się »wewnątrz«, a nie »obok«, stać się uczestnikiem, a nie »ogładcem« czy »podglądaczem« życia ludzi w danym kraju, regionie, mieście lub wsi. Czasem na chwilę i bardzo pobieżnie, ale jednak”.

Jedzenie jest istotnym elementem stylu życia każdego turysty i nierzadko stanowi żywołą kwestię w budowaniu jego tożsamości, stąd też powinno być tematem ważnym dla antropologów. Jak uważa też Wieczorkiewicz [2014, s. 14], „jedzenie – rozumiane jako produkty nadające się do spożycia i sama czynność spożywania – to złożona kwestia ideologiczna, polityczna, kulturowa. Smak w doświadczeniu jednostkowym ewoluuje wraz z przekształceniami kontekstu społeczno-ekonomicznego, technologicznego i kulturowego” – podróż do takiego przekształcania kontekstu też się przecież zalicza i warto się jej się przyglądać, tym bardziej, że jak dalej podaje Wieczorkiewicz [2014, s. 14]: „badanie przeobrażeń dokonujących się w różnych obszarach kultury – od skali mikro do makro – otwiera przed interpretatorami kultury niezwykle interesujące pole badawcze”.

Treści poruszane przez antropologię jedzenia w podróży są też ważne i ciekawe dla antropologii turystyki i wpisują się także w jej tematykę badawczą – określa ją D. Nash, podając, że obecnie istnieją trzy podstawowe sfery, na których koncentruje się uwaga antropologów turystyki: sfera pierwsza to badanie turystyki jako czynnika akulturacji, zmiany i rozwoju (zwłaszcza na płaszczyźnie relacji: turyści – gospodarze); w sferze drugiej nacisk jest kładziony na turystykę jako proces wewnętrznej przemiany jednostki – w tym przypadku badacze zajmują się turystami; sfera trzecia dotyczy natomiast traktowania turystyki jako rodzaju społecznej nadbudowy systemu (badaczy interesują tu społeczności „wysyłające” turystów) [Nash 1996; za: Podemski 2008, s. 54].

Warte przytoczenia jest także stanowisko antropolożki turystyki M. Banaszkiewicz [2011, s. 19], która uważa, że turystyka i antropologia wchodzi z sobą w ciągłą interakcję: „I wydaje się, że obecnie nie mniejszą wartością niż to, co antropologia wnosi do badań nad turystyką, jest to, co badania nad turystyką mogą wnieść do dzisiejszego rozumienia antropologii – do tego, jak postrzega, konceptualizuje i analizuje człowieka i kulturę” – również w kontekście jedzenia.

Badania nad jedzeniem w podróży wpisują się też w koncepcję antropologii turystyki kulturowej (jako subdyscypliny antropologii kulturowej), która bada zachowania i cechy turystów, stopień ich zainteresowania kulturami odwiedzanymi podczas podróży oraz stosunek turystów do nich i ich wytworów przez pryzmat własnej osobowości, stylu życia, tożsamości, motywacji, potrzeb, doświadczenia podróżniczego [Buczowska 2014, s. 29].

Anthelme Brillat-Savarin – jeden z twórców antropologii jedzenia, uznawany za ojca gastronomicznej refleksji – zamieścił w 1825 roku, na łamach swej książki pt. *Fizjologia smaku albo Medytacje o gastronomii doskonałej* [1977, s. 8] następujące słowa: „Powiedz mi, co jesz, a powiem ci, kim jesteś”. Słowa te wielu antropologów przyjęło za motto swych naukowych dążeń. A być może zdanie to – w nieco tylko rozbudowanej wersji – warto by ponownie wskazać antropologom jako ciekawe zadanie na przyszłość – brzmiałoby ono wówczas: „Powiedz mi, co jesz w podróży, a powiem ci, kim jesteś”.

## Bibliografia

- Antropologia jedzenia*, <http://edu.gazeta.pl/edu/h/Antropologia+jedzenia> (27.06.2015).
- Antropologia mobilności*, materiały informacyjne I Kongresu Antropologicznego w Warszawie w dniach 23-25 października 2013 r., <http://www.kongresantropologiczny.pl/antropologia-mobilnosci.html> (17.07.2015).
- Banaszkiewicz M. (2011), *Antropologia turystyki. Zarys problematyki*, [w:] Panakowicz A., red., *W kręgu kultury*, Wydawnictwo UJ, Kraków, s. 119-134.
- Brillat-Savarin A. (1977), *Fizjologia smaku albo Medytacje o gastronomii doskonałej*, wybór i oprac. W. Zawadzki, Warszawa.
- Brzozowska B. (2014), *Zjedanie miasta – doświadczenie przestrzeni miejskiej w perspektywie nowych praktyk kulinarnych*, [w:] Jarecka U., Wiczorkiewicz A., red., *Terytoria smaku. Studia z antropologii i socjologii jedzenia*, Wydawnictwo I EiAK UW, IFiS PAN, Warszawa, s. 153-172.
- Buczowska K. (2014), *Portret współczesnego turysty kulturowego*, Wydawnictwo AWF, Poznań.
- Chymkowski R., Jaroszuk A., Mostek M., red. (2012), *Antropologia praktyk kulinarnych. Szkice. Tom V. Pongo*, Wydawnictwo UW, Warszawa.
- Ciastoń A. (2013), *Kucharz na szklanym ekranie, czyli o różnych obliczach programów kulinarnych*, [w:] Drzał-Sierocka A., red., *W garnku kultury. Rozważania nad jedzeniem w przestrzeni społeczno-kulturowej*, Wydawnictwo Naukowe Katedra SWPS, Gdańsk, s. 161-176.
- Drzał-Sierocka A., red. (2013), *W garnku kultury. Rozważania nad jedzeniem w przestrzeni społeczno-kulturowej*, Wydawnictwo Naukowe Katedra SWPS, Gdańsk.

- Eller J.D. (2012), *Antropologia kulturowa. Globalne sity, lokalne światy*, Wydawnictwo UJ, Kraków.
- Getz D., Robinson R., Andersson T., Vujicic S. (2014), *Foodies & Food Tourism*, Goodfellow Publishers Ltd, Oxford.
- Hryciuk R. (2014/2015), sylabus: *Jedzenie i konsumpcja w perspektywie antropologicznej*, Uniwersytet Warszawski, [http://informatorects.uw.edu.pl/pl/courses/view?prz\\_kod=3102-LJKA](http://informatorects.uw.edu.pl/pl/courses/view?prz_kod=3102-LJKA) (19.06.2015).
- Hryciuk R.E., Mroczkowska J. (2012), *Co wy tam gotujecie? O antropologicznych badaniach nad jedzeniem*, „Op. Cit.” Maszyna interpretacyjna. Czasopismo kulturalno-społeczne, nr 43, Wydawnictwo Stowarzyszenie Pasaż Kultury, Warszawa, s. 3-7.
- Hryciuk R.E., Mroczkowska J., Strączek I., red. (2012), „Op. Cit.” Maszyna interpretacyjna. Czasopismo kulturalno-społeczne, nr 43, Wydawnictwo Stowarzyszenie Pasaż Kultury, Warszawa.
- Jarecka U., Wieczorkiewicz A., red. (2014), *Terytoria smaku. Studia z antropologii i socjologii jedzenia*, Wydawnictwo IEiAK UW, IFiS PAN, Warszawa.
- Kalarus O. (2013), *Ryż, ryby, herbata. Dziewiętnastowieczni polscy podróżnicy przy japońskich stołach*, [w:] *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze*, teksty na kanwie referatów wygłoszonych na ogólnopolskiej, studencko-doktorancko-eksperskiej konferencji naukowej *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze*, która odbyła się w Krakowie 16-17 listopada 2013 r., PDF, s. 83-90.
- Klimut U. (2012), *Czy na pewno chcemy oscypka?*, „Op. Cit.” Maszyna interpretacyjna. Czasopismo kulturalno-społeczne, nr 43, Wydawnictwo Stowarzyszenie Pasaż Kultury, Warszawa, s. 76-79.
- Krupa-Ławrynowicz A. (2014/2015), sylabus: *Antropologia jedzenia*, Uniwersytet Łódzki, <http://www.etnologia.uni.lodz.pl/index.php?id=365> (20.06.2015).
- Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze* (2013), teksty na kanwie referatów wygłoszonych na ogólnopolskiej, studencko-doktorancko-eksperskiej konferencji naukowej *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze*, która odbyła się w Krakowie 16-17 listopada 2013 r., PDF.
- Kuszkowska A. (2013), *Produkt który ma imię i nazwisko. Czy Sprawiedliwy Handel rzeczywiście zbliża konsumentów i producentów*, [w:] *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze*, teksty na kanwie referatów wygłoszonych na ogólnopolskiej, studencko-doktorancko-eksperskiej konferencji naukowej *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze*, która odbyła się w Krakowie 16-17 listopada 2013 r., PDF, s. 142-151.
- Lis T. (2013), *Kultura jedzenia w Bośni i Hercegowinie w okresie austro-węgierskim*, *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze*, teksty na kanwie referatów wygłoszonych na ogólnopolskiej, studencko-doktorancko-eksperskiej konferencji naukowej *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze*, która odbyła się w Krakowie 16-17 listopada 2013 r., PDF, s. 74-82.

- Makłowicz R. (2010), *Cafe Museum*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec
- Matusiak A. (2009), *Kulinarne wojaze jako element turystyki kulturowej. Dziedzictwo kulinarne Górnego Śląska*, „Turystyka Kulturowa”, nr 2/2009, s. 4-19.
- Mrozek-Kochanek K. (2013), *Cuchnące bulwy jako niepozorni sprzymierzeńcy kochanków? O zastosowaniu roślin cebulowych w antycznej kuchni i dietetyce*, [w:] *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze*, teksty na kanwie referatów wygłoszonych na ogólnopolskiej, studencko-doktorancko-eksperskiej konferencji naukowej *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze*, która odbyła się w Krakowie 16-17 listopada 2013 r., PDF, s. 16-24.
- Owczarska M. (2014), *Ma'a tahiti, brzuch, tożsamość i świat postkolonialny*, [w:] Jarecka U., Wieczorkiewicz A., red., *Terytoria smaku. Studia z antropologii i socjologii jedzenia*, Wydawnictwo IEiAK UW, IFiS PAN, Warszawa, s. 193-220.
- Podemski K. (2008), *Antropologia turystyki*, [w:] Winiarski R., red., *Turystyka w naukach humanistycznych*, PWN, Warszawa, s. 48-64.
- Rybicka E. (2014), *Kuchnia, mapa, mit środkowoeuropejski (wokół Café Museum Roberta Makłowicza)*, [w:] Jarecka U., Wieczorkiewicz A., red., *Terytoria smaku. Studia z antropologii i socjologii jedzenia*, Wydawnictwo IEiAK UW, IFiS PAN, Warszawa, s. 115-132.
- Siejkowski K. (2012), *Smaczniejsze cudze. Opowieści z chodzenia na i do – kradzież, szaber jedzenia*, „Op. Cit.” Maszyna interpretacyjna. Czasopismo kulturalno-społeczne, nr 43, Wydawnictwo Stowarzyszenie Pasaż Kultury, Warszawa, s. 96-99.
- Skowera M. (2013), *Cudowna i pożyteczna Magda Gessler. O strukturze, znaczeniach i wartościach „telewizyjnej baśni”*, [w:] *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze*, teksty na kanwie referatów wygłoszonych na ogólnopolskiej, studencko-doktorancko-eksperskiej konferencji naukowej *Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze*, która odbyła się w Krakowie 16-17 listopada 2013 r., PDF, s. 196-205.
- Szafran M. (2014), kartka pocztowa z Ho Chi Minh City Wietnam, wysłana 11 listopada.
- Tabaszewska J. (2012), *Zderzenie z kuchnią Innego. Mechanizm kształtowania wspólnoty oraz wyznaczania obcego na przykładzie prozy Wojciecha Albińskiego i Ryszarda Kapuścińskiego*, [w:] Chymkowski R., Jaroszuk A., Mostek M., red., *Antropologia praktyk kulinarnych. Szkice. Tom V. Pongo*, Wydawnictwo UW, Warszawa, s. 313-326.
- Wieczorkiewicz A. (2004a), *Cały świat w zasięgu smaku. O projektach doświadczeń kulinarno-turystycznych*, [w:] Jacyno M., Jawłowska A., Kempny M., red., *Kultura w czasach globalizacji*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa, s. 201-208.



- Wieczorkiewicz A. (2004b), *Jeść jak tubylcy. Fragmenty mitologii turystycznej*, [w:] Mitosek Z., red., *Opowiadanie w perspektywie badań porównawczych*, Wydawnictwo Universitas, Kraków, s. 267-280.
- Wieczorkiewicz A. (2008), *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*, Wydawnictwo Universitas, Kraków.
- Wieczorkiewicz A. (2014), *Wstęp*, [w:] Jarecka U., Wieczorkiewicz A., red., *Terytoria smaku. Studia z antropologii i socjologii jedzenia*, Wydawnictwo IEiAK UW, IFiS PAN, Warszawa, s. 7-14.

## ANTHROPOLOGY OF FOOD IN TRAVEL

### Abstract

**Purpose.** Food is an important element of each tourist's lifestyle and it frequently becomes a key issue in building their identity, therefore, it should become a subject essential for anthropologists. As the initial investigation into library sources has shown, Poland has a substantial niche in this area and it is hard to find any comprehensive research papers on what and why tourists eat or do not eat – both in travel and at home, how they react to certain dishes, what kind of culinary experiences they collect, what is the place and role of cuisine and culinary culture in their itineraries. The aim of this paper is to analyze chosen Polish articles and publications on the anthropology of food from the last several years. The analysis will show how much attention was devoted to food in travel, it will research the status quo of the matter and indicate the necessity to develop a subfield of anthropology called anthropology of food in travel.

**Method.** Critical analysis of the subject matter literature.

**Findings.** The analysis of subject matter literature has confirmed the initial assumptions that the subfield of anthropology of food in travel is almost non-existent and only few anthropologists marginally notice the subject.

**Research and conclusion limitations.** The lack of possibility to carry out personal interviews with food anthropologists in order to establish their limited interest in the subject of food in travel (initial mail interviews have not brought expected results, therefore, this method was not described in the article).

**Practical implications.** The significant message for cultural tourism organizers (including the culinary one) about the inability to gather information, as for now, about culinary preferences of Polish tourists.

**Originality of the paper.** The article is the first text drawing attention to the necessity of research into the anthropology of food in travel and stressing deficiency in this matter.

**Type of paper.** The article is an overview also presenting theoretical concepts.

**Key words:** anthropology of tourism, anthropology of food, travel, culinary tourism.

## ANALIZA PROGRAMÓW IMPREZ TURYSTYCZNYCH JAKO PODSTAWA TYPOLOGII UCZESTNIKÓW TURYSTYKI RELIGIJNEJ

*Armin Mikos von Rohrscheidt\**

### Abstrakt

**Cel.** Ukazanie różnorodności programów zorganizowanych wypraw do miejsc świętych i religijnie znaczących. Hipoteza wyjściowa zakłada, że dzięki ustaleniu najczęściej pojawiających się modułów programowych wycieczek i przyporządkowania im typowych zachowań uczestników możliwe jest wstępne ustalenie kilku podstawowych rodzajów takich wypraw i (pośrednio) bliższe określenie zainteresowań biorących w nich udział, niezależnie od zaistnienia motywacji ściśle religijnej.

**Metoda.** Na potrzeby badania została opracowana metoda obejmująca selekcję materiału badawczego na podstawie odniesień do idei religijnych i ich przejawów w głównych modułach programu wypraw, podział tych modułów na zakładające wiarę uczestników i obejmujące ich zaangażowanie religijne, mające na celu wyłącznie dostarczenie wiedzy oraz pozostałe, a następnie analizę zachowań i sporządzenie typologii uczestników wypraw.

**Wyniki badań.** Wykazano dużą różnorodność zachowań uczestników wypraw turystyki religijnej, udowodnioną przez realizowane z ich udziałem (więc akceptowane) programy. Na tej podstawie zaproponowano wstępną typologię uczestników turystyki religijnej.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Badanie objęło programy zorganizowanych wypraw, ukierunkowane na miejsca znaczące dla religii, dlatego wnioskowanie wprost odnosi się do tego rodzaju wypraw (w tym zbiorowych pielgrzymek). Wnioski odnoszące się do typologii turystów można ekstrapolować na indywidualnych turystów religijnych tylko na podstawie przypuszczalnej zbieżności zainteresowań.

**Implikacje praktyczne.** Opracowanie jest przydatne jako faktograficznie uzasadniony punkt wyjścia dalszej refleksji nad turystyką religijną i w formułowaniu ofert dla kręgu jej potencjalnych uczestników.

**Oryginalność pracy.** Po raz pierwszy w polskiej literaturze wprowadzono propozycję typologii uczestników zorganizowanych wypraw religijnych opartą na popycie i udokumentowaną studiami przypadków.

**Rodzaj pracy.** Artykuł prezentuje wyniki badań empirycznych i zawiera propozycje odnoszące się do teorii turystyki.

**Słowa kluczowe:** turystyka religijna, pielgrzymka, zainteresowania turystów, oczekiwania turystów, aktywności turystów, turystyka kulturowa.

---

\* Dr hab. prof. nadzw.; Gnieźnieńska Szkoła Wyższa Milenium, Redakcja „Turystyki Kulturowej”; e-mail: armin@turystykakulturowa.org.

## Wprowadzenie i przegląd literatury

Turystyka religijna jest z pewnością jedną z najstarszych i najpopularniejszych form turystyki kulturowej. Reprezentując pogląd o kluczowym znaczeniu przedmiotu zainteresowania turysty dla definiowania tego fenomenu i jego poszczególnych form, autor – uznając dużą różnorodność ich przejawów – za właściwe do badania zachowań turystycznych ukierunkowanych na religię i jej przejawy uważa stosowanie podejścia integrującego.

Wieloletnia dyskusja krajowych badaczy zjawiska turystyki religijnej jak dotąd nie doprowadziła nawet do wprowadzenia powszechnie uznanej klasyfikacji tego zjawiska i kluczowej terminologii opisującej go. Dominujący dotychczas pogląd, oparty na autorytecie zasłużonych polskich geografów religii (najczęściej koncentrujących swoją uwagę na pielgrzymkach), najlepiej reprezentuje wielokrotnie formułowany postulat stosowania określenia „turystyka religijna” zarówno do pielgrzymek, jak i wycieczek z programem religijno-poznawczym (czyli swego rodzaju hybryd). Często kwestionowane jest natomiast jego odnoszenie do aktywności turystycznych wynikających z pobudek lub realizujących programy o charakterze wyłącznie poznawczym, nawet jeśli są one również ukierunkowane wyłącznie lub głównie na obiekty i treści religijne [Jackowski, Ptaszycka-Jackowska, Sołjan 2002; Jackowski 2003; Michałowski 2003]. Zdaniem reprezentantów tego poglądu, ta ostatnia grupa wypraw zaliczałaby się do turystyki kulturowej. Pogląd ten jest rozbieżny z tezami wielu antropologów turystyki. Wychodząc z założenia o przynależności religii do kultury jako zjawiska szerszego, w swoich analizach wskazują oni na swego rodzaju kontinuum postaw turystów motywowanych wiarą i tych tylko zainteresowanych religią jako fenomenem, czemu w motywacji podejmowania podróży odpowiadają rozmaite zainteresowania, oczekiwania czy potrzeby: od ściśle religijnych do ściśle poznawczych. Owo kontinuum sięga od pielgrzymy aż do turysty w pełni obojętnej religijnie [Smith 1992]. Mocnym przemianom ulega również profil pielgrzymy jako osoby działającej z pobudek ściśle i jednoznacznie powiązanych z wiarą. W Polsce (być może pod wpływem autorów z kręgów kościelnych) był on i nadal bywa tak właśnie opisywany, często nawet przez poważnych badaczy. Rozbieżność tego tradycyjnego ujęcia z dzisiejszą rzeczywistością ukazał Paweł Różycki, wyliczając około dwudziestu najczęściej spotykanych motywów podejmowania pielgrzymek przez współczesnych Polaków, wśród których większość nie ma wiele wspólnego z wiarą czy szerzej – z religią [Różycki 2009, s. 170-171]. Z kolei Dorota Szczepanowicz [2011, s. 19-24] na podstawie innych niedawno wykonanych badań polskich turystów udających się do Izraela w ramach zorganizowanych wypraw stwierdza, że turyści z naszego kraju coraz liczniej realizują zwiedzanie miejsc świętych i pielgrzymkowych głównie w aspekcie poznawczym (a nawet w ramach programów z mocno występującym elementem rekreacyjnym), a nie tylko religijnym. Nie ule-

ga zatem wątpliwości, że aktualnie także turystykę Polaków cechuje mocne zróżnicowanie spektrum aktywności powiązanych zarówno z treściami, jak i z wytworami różnych religii, a także z miejscami o religijnym znaczeniu. Jednocześnie nie da się zakwestionować przynależności wszystkich tych zachowań do turystyki kulturowej, ponieważ religie i wszystkie ich wytwory są nieodłączną częścią kultury we wszystkich kręgach cywilizacyjnych.

Faktem niezaprzeczalnym jest również, że różnorakie wyprawy nakierowane programowo wprost na idee religijne lub uzewnętrzniające je wytwory niematerialne (jak formułowane treści, obrzędy itd.) oraz materialne (święte przedmioty, miejsca wydarzeń, obiekty sakralne, trasy pielgrzymek itd.) mają wspólne z sobą zarówno miejsca docelowe, jak i treści tematyczne, zawsze przecież powiązane z ideami religijnymi, doktrynami, kultem czy bohaterami historii religii. Należy je zatem wszystkie zaliczyć do wspólnej formy turystyki kulturowej, dla której najbardziej adekwatną nazwą byłaby właśnie „turystyka religijna”, podobnie jak inne jej formy biorące nazwy od głównego przedmiotu: turystyka miejska, literacka, militarna, dziedzictwa itd. – niezależnie od takiego czy innego podejścia do swojego przedmiotu. Dopiero w ramach takiej turystyki religijnej – w zależności od zainteresowań i oczekiwań uczestników i ich motywów podejmowania wyprawy, ale także z uwzględnieniem przeważających typów zachowań w czasie jej realizacji – mieści się szereg różniących się od siebie typów i zestawów aktywności i konkretnych zachowań. Są wśród nich – na obu biegunach – aktywności wysoce jednoznaczne, jak m.in. pielgrzymowanie oraz turystyka o charakterze wyłącznie poznawczym, pomiędzy nimi da się jednak dostrzec szereg innych zachowań, które można by wprawdzie także ściślej zdefiniować (jako np. religijną turystykę przeżyciową), jednak wprowadzanie takich systematyk niekoniecznie ma głębszy sens. Badając całość zjawiska musimy się po prostu pogodzić ze wspomnianym kontinuum profili wypraw.

Jednocześnie (choć w kontekście zainteresowań religią terminy, takie jak „popyt” i „podaż” mogą być uznane za mało odpowiednie) z dawniejszych i aktualnych analiz propozycji wyjazdów i pobyków wynika, że rozmaitym zainteresowaniom i oczekiwaniom potencjalnych uczestników turystyki religijnej odpowiadają również programy zorganizowanych wypraw. Zajmowanie się nimi wydaje się celowe i pożyteczne tak z punktu widzenia refleksji antropologicznej nad turystyką (służy bowiem dokładniejszemu poznaniu głęboko humanistycznych podstaw mechanizmów rynkowych w turystyce), jak i od strony analizy rynku krajowej turystyki kulturowej, w tym oczywiście religijnej, która może przynieść wymierne korzyści działającym na nim podmiotom.

Kilkukrotnie w krajowej dyskusji na temat turystyki religijnej zabierał głos Armin Mikos v. Rohrscheidt. Pisał o niej w swojej pierwszej monografii na temat turystyki kulturowej, wskazując na różnorodność wypraw religijnych. Uczynił to odwołując się do kilkunastu przeprowadzonych stu-

diów przypadków, z których dwa zaprezentował w charakterze uzasadnienia swoich wywodów [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 152-153]. W kolejnym wydaniu tej książki zaproponował wprost uwzględnienie poznawczej turystyki religijnej w klasyfikacji ofert i zachowań turystów kulturowych [Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 170]. Sformułowana przezeń definicja tej formy turystyki kulturowej opierała się właśnie na analizie rzeczywistych ofert. Podstawową dychotomię turystyki religijnej, przy jedności jej celów fizycznych, oddaje treść tej definicji: „turystyka religijna to podróże podejmowane z motywów religijnych lub poznawczych, których głównym celem są miejsca związane z historią religii, miejsca kultu religijnego oraz wydarzenia religijne.” Dodatkowo – właśnie ze względu na mocno zróżnicowane powody podejmowania wyjazdów i odpowiadające im typy aktywności turystów – w tym samym opracowaniu w ramach turystyki religijnej jako takiej zaproponowano, wyodrębnić i opisać jej dwa główne i radykalnie odmienne podtypy. I tak jako turystykę religijno-pielgrzymkową określono „podróże, podejmowane z motywów religijnych, których głównym celem są miejsca kultu religijnego, wydarzenia o charakterze religijnym oraz obiekty sakralne”, a jako turystykę kulturowo-religijną (w innych miejscach nazywaną także poznawczą turystyką religijną) „podróże podejmowane z motywów poznawczych, których głównym celem są miejsca związane z historią religii oraz miejsca kultu religijnego” [Ibidem]. Jako wspólna dla obydwu typów ofert (i realizowanych podróży indywidualnych) widziana jest więc nie tylko religia jako zakres tematyczny, ale również rzeczywistość tworząca grupę fizycznych celów wypraw. Są nimi w ogromnej większości miejsca i obiekty powiązane z ideami religijnymi, ważnymi postaciami życia religijnego i jego dziejów oraz ośrodki kultu, nieco rzadziej łączą je także wydarzenia religijne (które częściej przyciągają pielgrzymów). Zasadniczo natomiast oba te typy wypraw różnią się motywami podjęcia aktywności turystycznej przez uczestników, niezależnie, czy jest to wycieczka zorganizowana przez biuro podróży, czy też samodzielnie zrealizowana wyprawa. W ich bogatym spektrum można wyróżnić między innymi:

- pobudki natury czysto religijnej (jak w przypadku podjęcia pielgrzymki jako formy modlitwy lub rekolekcji w drodze albo udziału w wydarzeniu religijnym w miejscu docelowym),
- chęć zapoznania się z żywymi przejawami życia religijnego (jako obserwator),
- zwiedzanie miejsc o znaczeniu religijnym ze względu na ich znaczenie dla kultury uniwersalnej lub tylko danego kręgu cywilizacyjnego,
- cele ściśle edukacyjne (na przykład w wypadku grup realizujących programy akademickie),
- chęć doświadczenia tych fenomenów jako dziedzictwa kulturowego,
- zainteresowanie określonymi historycznymi lub żywymi formami życia społecznego (wspólnoty monastyczne),

- zainteresowanie sposobami artystycznego wyrazu idei (np. rozwiązania stosowane w gotyckich budowlach sakralnych wraz z ich symboliką) i wiele innych.

Zwrócono przy tym uwagę, że duża grupa poddawanych badaniom wypraw o charakterze kulturowo-religijnym nie da się wyraźnie zakwalifikować, lokując się gdzieś pomiędzy obydwoma wyraźniej zdefiniowanymi biegunami. W tym kontekście wspomniano także polski fenomen tzw. pielgrzymko-wycieczek [Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 172], masowo organizowanych od ostatniego przełomu stuleci przez krajowych touroperatorów i nazywanych tak głównie ze względów marketingowych: w nadziei przyciągnięcia jako klientów zarówno zwolenników wypraw religijnych, jak i pielgrzymek do miejsc świętych. Już samo istnienie i relatywnie duże powodzenie takich hybrydowych ofert jeszcze kilka lat temu świadczyło o dobrym rozeznaniu przedstawicieli branży turystycznej w oczekiwaniach polskich turystów. W innym opracowaniu tegoż autora [Mikos v. Rohrscheidt 2013] dodatkowo uzasadniono twierdzenie o przynależności wypraw religijnej turystyki poznawczej do turystyki religijnej, dokumentując je licznymi analizami przypadków, które udowadniają tezę o jedności przedmiotu zainteresowań i celów niezależnie od obecności lub nie zaangażowania wynikającego z wiary.

Zadaniem, jakie postawił przed sobą autor niniejszego artykułu, nie jest powtórzenie w nim też zawartych w przytoczonych powyżej własnych opracowaniach. Celem podjętej tu analizy około dwudziestu aktualnych (bo pochodzących z roku 2015) propozycji touroperatorów specjalizujących się w wyprawach religijnych jest wskazanie elementów najczęściej występujących w programach wycieczek tematyzowanych religijnie. Takie samodzielne moduły mogą być uznane nie tylko za typowe dla tej grupy wypraw, ale dodatkowo za istotne – ich bowiem zadaniem jest wyjście naprzeciw specyficznym zainteresowaniom i oczekiwaniom kulturowego turysty religijnego. Udokumentowaniem zaproponowanej typologii wypraw religijnych jest zbiór szczegółowych opisów ich programów, dołączony w Aneksie, do którego analiza w wielu punktach się odwołuje. Zaproponowana typologia prezentowanych w Aneksie wycieczek opiera się na wynikach przeprowadzonej analizy, dzieląc je na typowe wycieczki o charakterze poznawczym i te odpowiadające konkretnym potrzebom religijnym (co łatwo wykazać na podstawie ewidentnej przewagi lub nawet wyłączności odpowiednich modułów programu). Jednak uwzględnia ona także grupę propozycji z programem mieszanym lub oferującym w szerszym zakresie zaspokojenie zainteresowań i oczekiwań innych niż dwie wyraźnie wyodrębnione grupy. Należą do nich na przykład niezaangażowane religijnie doświadczenie bez wymagania systematycznego poznawania czy zaspokojana w miejscu o znaczeniu religijnym potrzeba pogłębionej osobistej refleksji, jednak bez ich łączenia z praktykami religijnymi. Obecność takich

propozycji w prezentowanym materiale i ich uwzględnienie w krytycznej analizie oczekiwań i preferencji turystów pomoże ukazać różnorodność współczesnej turystyki religijnej.

Niniejszy tekst jest więc próbą pogłębionej i podbudowanej faktografią refleksji na temat zjawiska zorganizowanej turystyki religijnej. Została ona przeprowadzona na podstawie analizy ofert prezentowanych na ważnym i dobrze rozwiniętym rynku turystyki kulturowej – w krajach niemieckojęzycznych. Pierwszym celem opracowania jest zaprezentowanie bogatego spektrum tych ofert i udokumentowanie aktualności tezy o jego różnorodności – od ofert od koncentrujących się na zaangażowanym przeżywaniu sacrum po programy o czysto poznawczym charakterze. Analiza ofert pozwoli jednocześnie na zrealizowanie drugiego celu: ukazanie rozmaitych, typowych dla danej formy zorganizowanej wyprawy sposobów konfrontacji z treściami i tematami religijnymi lub reprezentującymi je wytworami. Dlatego prezentacja wyników badania skupia się na przedmiotach i rodzajach aktywności turystycznych, w tym głównie na formach konfrontacji uczestników z treściami religijnymi, tworzącymi poszczególne moduły zwiedzania lub innego tematycznego zagospodarowania czasu turysty. Pozwoli to przynajmniej w części, bez czasochłonnego i kosztownego badania uczestników wypraw, osiągnąć także cel trzeci: uchwycić i zdefiniować wyraźniejsze różnice w zainteresowaniach i zachowaniach typowych dla przynajmniej dwóch skrajnych grup dzisiejszych turystów religijnych: współczesnych pielgrzymów oraz uczestników religijnych wypraw tematycznych. Pomiędzy nimi istnieje rzeczywistość – jak to zostanie udowodnione na przykładach – także dość szeroka sfera pośrednia, łącząca elementy wiedzy i przeżycia, niekoniecznie powiązanego jednak z osobistym religijnym zaangażowaniem uczestników.

### **Badanie: zakres i metoda**

**Założenia wstępne.** Do skuteczności analizy tego rodzaju nie jest niezbędna jej zupełność (objęcie nią wszystkich podmiotów realizujących podróże kulturowe), ani nawet reprezentatywność. Wystarczy wskazanie na istnienie licznej grupy ofert, które – mieszcząc się w spektrum turystyki kulturowej i eksploatując wyłącznie lub głównie tematykę religijną – jednocześnie wyraźnie różnią się pod kątem oczekiwań turystów, którym odpowiada ich program. Dlatego na potrzeby opracowania nie przeprowadzono badań ilościowych, a w samym tekście nie sporządzono statystyk, ujmujących na przykład proporcje wypraw poznawczych do pielgrzymkowych<sup>1</sup>. Takie działanie zdecydowanie wykraczałoby poza przyjęte ramy ar-

---

<sup>1</sup> Jednak również dostępne oficjalne dane z ośrodków życia religijnego prowadzących statystyki odwiedzających pokazują duży, a w wielu miejscach przeważający udział turystów

tykułu, jednak może i powinno być podjęte w ramach późniejszych badań systematycznych, przy czym winno być prowadzone na znacznie szerszą skalę i odnosić się na przykład do ofert wypraw o profilu religijnym we wszystkich krajach o rozwiniętym rynku turystycznym. Do grupy tej Polska aspiruje, zatem nie tylko obecne tam grupy ofert, ale i tendencje popytowe powinny zainteresować wszystkich zajmujących się szeroko rozumianą turystyką kulturową: jej organizatorów, badaczy, a także twórców potencjalnych produktów turystycznych w miejscach mających potencjał religijny.

Wyraźne ograniczenie przedmiotu badania polega na tym, że obejmuje ono tylko podróże zorganizowane, a zatem nie odnosi się do spontanicznych, indywidualnie planowanych i realizowanych pielgrzymek oraz krótszych czy dłuższych wyjazdów prywatnych. Te aktywności stanowią na pewno znaczący odsetek podróży religijnych, ale nie dadzą się zbadać metodą analizy programu. Można jednak przypuszczać, że i w ich przypadku da się rozróżnić zarówno podróże wypływające z osobistej motywacji religijnej, jak i te bazujące na zainteresowaniach czysto poznawczych oraz aktywności natury pośredniej. Skoro bowiem – jak to można wykazać w drodze analizy programów – chętnych nabywców znajduje zróżnicowana oferta zorganizowanych podróży grupowych (wycieczek lub pielgrzymek z określonym programem), to także turyści kulturowi z różnych powodów zainteresowani religią czy religiami, którzy preferują podróże indywidualne i organizują je sobie we własnym zakresie, nabywając niezbędne usługi (jak przelot czy nocleg), wypełniają pobyt na miejscu lub na miejscach wizytami, spotkaniami czy może udziałem w praktykach religijnych odpowiednio do własnych zainteresowań lub nawet potrzeb. Zatem również w segmencie podróży indywidualnych zapewne można będzie potwierdzić istnienie kontinuum zainteresowań i potrzeb oraz odpowiadających im oczekiwań i preferencji, wreszcie konkretnych zachowań, wspólnie kształtujących spektrum aktywności typowych dla turystyki religijnej. Jednak

---

niebędących pielgrzymami ani nie wykazujących typowych dla nich zachowań: I tak Lois Gonzalez [2012, s. 183-188] ukazuje szerokie spektrum pochodzenia i motywów osób podejmujących nawet wędrowkę do Composteli, czyli aktywność typowo pielgrzymią. Wśród 4-5 milionów corocznych gości Composteli tylko 200-300 tysięcy spełnia wymagające kryteria „prawdziwego” pielgrzymowania. Okazuje się, że i w tej niewielkiej grupie są między innymi... izraelscy Żydzi czy Japończycy, a więc osoby raczej nie podejrzewane o motywy wypływające z wiary, jednak zainteresowane fenomenem religijnym. Liczni są też Europejczycy, podejmujący wyprawę Drogą głównie w celu konfrontacji z jej materialnym dziedzictwem i tradycją – zatem typowi „poznawczy” turyści religijni. To oni, rejestrując się w Composteli, podają mieszaną motywację religijno-kulturową (aż 50,62% „pielgrzymów”) oraz wyłącznie kulturową (6,92%) [Camino Milenario 2014-2015]. Można przypuszczać, że gdyby takie dane udało się zebrać z innych największych sanktuariów, zestawień w jednym miejscu i poddać analizie, udokumentowałyby one nie tylko poważny udział wypraw poznawczych w szeroko rozumianej turystyce religijnej, ale być może również w miejscach, w których dominacja pielgrzymów dotychczas nie była podważana.



wymagałoby to innej metody badania, bazującej na ankietowaniu indywidualnych odwiedzających obiekty religijne, niebędących mieszkańcami danej miejscowości.

**Kryteria wyboru materiału.** Do badania, opisu i analizy wybierano zorganizowane i rzeczywiście przeprowadzone wyprawy najpierw według klucza organizatorów, poszukując ich wśród touroperatorów oraz podmiotów, które w realizacji swej misji regularnie zajmują się taką działalnością obok podstawowych celów (są to m.in. organizacje religijne lub ich wyspecjalizowane agendy). Pierwszym kryterium wyszukiwania ofert były deklarowane tytuły wypraw zamieszczone w katalogach oferentów, rocznych programach działalności lub innych zbiorach podawanych przez nich oficjalnych informacji. Kolejnym kryterium doboru była obecność w programie jako jedynych lub głównych miejsc docelowych wyprawy fizycznych celów powszechnie kojarzonych z kontekstem religijnym, wśród nich miejscowości, miejsc, obiektów i wydarzeń. Dzięki temu dokonany opis i analiza odnoszą się tylko do tych wycieczek, których cele pierwszorzędne rzeczywiście miały bezpośredni lub pośredni (przez wytwory materialne lub wydarzenia) związek z ideami religijnymi. Musiał on być potwierdzony ich wyłączną lub przeważającą reprezentacją w programie wycieczki. Dlatego po wstępnej ocenie wyeliminowano te programy, które (nawet jeśli tytuł wyprawy deklarował inaczej) koncentrowały się w istocie na eklektycznym zwiedzaniu obszaru docelowego. Uznano je za programy typowe dla innych form turystyki kulturowej, takich jak turystyka dziedzictwa, turystyka regionalna, turystyka miejska, podróże studyjne. Ostatecznie analizie poddano 172 programy wypraw, realizowanych przez grupę 41 organizatorów z trzech państw: Niemiec (126 programów, 24 organizatorów), Austrii (32 programów, 10 organizatorów) oraz Szwajcarii (14 programów, 7 organizatorów). W celu uzyskania możliwie szerokiego i reprezentatywnego spektrum przypadków ich ostateczną selekcję przeprowadzono na podstawie podobieństwa i różnic programów, eliminując z grupy ofert zawierających te same cele lub bardzo podobnie zbudowane programy wszystkie poza jednym, możliwie najdokładniej opisanym.

**Procedury badawcze.** Autor założył, że szczególnie w przypadku pola badawczego, takiego jak oferty i bazujące na nich aktywności turystyczne, dowodem trudnym do obalenia jest istnienie określonych propozycji i ich realizacja. Dlatego skonstruowano metodę, na którą złożyły się cztery etapy. Przyjmując za wyjściowe kryterium wiodącą tematykę religijną wycieczki wyrażoną w jej tytule, przeprowadzono kwerendę oraz udokumentowano propozycje wycieczek turystyki religijnej w aktualnych katalogach ofert organizatorów prezentowanych na targach turystycznych lub na oficjalnych portalach internetowych. Następnie przez kontakt telefoniczny lub elektroniczny potwierdzano u organizatora fakt zrealizowania wybranych do analizy wypraw, co zapewniło oparcie badania na rzeczywistym popycie, a nie tyl-

ko podaży. Kolejnym krokiem była analiza szczegółowych programów tych wypraw pod kątem wyłącznej obecności lub zdecydowanej przewagi elementów odpowiadających typowym religijnym potrzebom pielgrzymów i wprowadzających osobiste lub zbiorowe przeżycie religijne czy – przeciwnie – aktywności zaspokajających jedynie lub prawie wyłącznie zainteresowania poznawcze. Ostatni etap to przyporządkowanie propozycji do grupy ofert o charakterze ściśle religijnym, w tym pielgrzymkowych, tych realizujących cele edukacyjne lub mieszanych ze wskazaniem na elementy wyróżniające dany typ podróży. Naturalną konsekwencją zastosowania tej metody analizy jest także przyjęty sposób szczegółowej prezentacji wyników w Aneksie, w formie odrębnych ministudiów przypadków. Zostały one pogrupowane zgodnie z klasyfikacją przyjętą podczas badania i oparte na wspomnianym kryterium realizowanych zainteresowań i preferencji. Ostatnim elementem badania było sformułowanie wniosków na podstawie analizy porównawczej modułów programu wycieczek.

### **Wyniki badania: religijna turystyka wiary, religijna turystyka wiedzy i religijna turystyka doznań**

Przeprowadzona analiza w całej rozciągłości potwierdziła założoną hipotezę: zainteresowania i zachowania turystów uczestniczących w wyprawach tematyzowanych religijnie tworzą bogate i mocno zróżnicowane spektrum, czego dowodzą zróżnicowane programy wypraw, nawet tych kierowanych do tych samych miejsc lub obszarów docelowych. Zgodnie z deklarowanym zakresem badania, koncentrowało się ono na podróżach realizowanych przez instytucjonalnych organizatorów, w tym zarówno komercyjnych touroperatorów, jak i na podmiotach, posiadających status organizacji (religijnych, edukacyjnych lub innych pożytku publicznego) i wykonujących tę działalność jako jedno ze swoich statutowych zadań; znaleźli się wśród nich także gospodarze ośrodków życia religijnego. Szczegółowo opisane w Aneksie programy wypraw sklasyfikowano zatem zgodnie z celami deklarowanymi przez organizatorów, jednak tylko na podstawie potwierdzenia ich przez szczegółową analizę danego programu. Na tej podstawie wyodrębniono najpierw dwa skrajne profile wyraziste, znajdujące się w biegunowych względem siebie sektorach spektrum wypraw religijnych. Odpowiednio do dominujących modułów programowych w danej grupie wypraw określono je skrótowymi nazwami „religijnej turystyki wiary” (por. Aneks, część A, przypadki 1-5) oraz „religijnej turystyki wiedzy” (por. Aneks, część C, przypadki 12-18). Przy wyłącznej obecności lub zdecydowanej przewadze typowych dla danej grupy rodzajów aktywności odpowiadają one odpowiednio ściśle już to religijnym potrzebom turystów, już to ich zainteresowaniom intelektualnym przy nieuwzględnianiu zaangażowania religijnego ani bez zachęcania do

niego. Pomędzy tymi dwoma grupami znalazła się liczna grupa propozycji (dodatkowo wewnątrznie zróżnicowanych), którą można sklasyfikować jako trzeci – mieszany – typ wypraw turystyki religijnej. Ze względu na często pojawiające się w programach wypraw należących do tej grupy elementy uczestnictwa obserwującego, doświadczeń i spotkań, określono ją zbiorczą nazwą „religijnej turystyki doznań” (por. Aneks, część B, przypadki 6-11). Wybrane do prezentacji w materiale dowodowym oferty ukazano z wykorzystaniem jednolitego rastra, który obok danych identyfikacyjnych (nazwa propozycji, organizator, źródło danych) zawiera również zestawienie skrótowo opisanych typów aktywności, wśród nich i tych powiązanych treściowo z religią, i pozostałych, takich jak rekreacja, shopping, zwiedzanie rozmaitych atrakcji. Komentarz dołączony do analizowanych programów zwraca uwagę na specyficzne sposoby realizacji poszczególnych modułów i – jeśli to nie wynika wprost z samego wyliczenia modułów – na zainteresowania i oczekiwania, które one wprost zaspokajają.

Przykładem nie tylko powszechnego występowania różnorodności wypraw religijnych, ale i akceptacji tego stanu rzeczy, niech będzie uchwycona przy okazji badania koincydencja wszystkich trzech typów wypraw kulturowych zmierzających do tego samego miejsca. W trakcie analizy potwierdzono bowiem, że niektóre miejsca i obszary są jednocześnie celami wszystkich trzech powyżej wyodrębnionych typów wypraw kulturowej turystyki religijnej. Jest to udziałem przede wszystkim znanych miejsc powszechnie kojarzonych z religiami. Najbardziej przekonujący wydaje się przykład jednego powszechnie znanego miejsca, któremu przysługuje status sanktuarium religijnego, będącego w administracji Kościoła katolickiego. Do celów pośrednich wszystkich trzech kierujących się ku niemu wypraw, reprezentujących poszczególne typy naszej klasyfikacji, należały przy tym w dużej liczbie inne obiekty sakralne, związane z historycznym szlakiem pielgrzymim i odwiedzone przez uczestników po drodze.

### **Wiele dróg prowadzi do Rzymu – zróżnicowane programy w tym samym miejscu**

Takim miejscem jest hiszpańska Compostela, jedno z najstarszych sanktuariów chrześcijańskiego Zachodu, przynajmniej od dziesięciu wieków stanowiące cel masowych pielgrzymek. Wśród przeglądanych i analizowanych programów wypraw religijnych bez trudu dało się odnaleźć zarówno program podróży pielgrzymkowej, propozycję realizującą cele czysto poznawcze, jak i podróż o mieszanym profilu, którą można zaliczyć do środkowej grupy religijnej turystyki doznań. Krótkie zestawienie trzech programów prezentujemy w tabeli 1, tytułem przykładu koncentracji poszczególnych typów turystyki religijnej w tych samych miejscach. Jest to jednocześnie dowód ilustrujący rzeczywiste przedmiotowe powiązanie różnych podejść. W tym wypadku jest nim religijna idea zlokalizowanego kultu świętego (apostoła Jakuba) i piel-

**Tabela 1.** Santiago de Compostela jako cel różnych typów wypraw turystyki religijnej**Table 1.** Santiago de Compostela as a goal of different religious trips

<b>Cel: Compostela</b>			
Rodzaj turystyki religijnej	turystyka wiary	turystyka doznań	turystyka wiedzy
Nazwa i typ wyprawy	Pilger-Wanderreise auf dem Jakobsweg nach Santiago de Compostela Pielgrzymka	Pilgern auf dem Jakobsweg  Wędrowka refleksyjna	Auf dem Jakobsweg Podróż tematyczna
typ organizatora	biuro pielgrzymkowe (agenda kościelna)	Koch-Reisen Organizator wycieczek w małych grupach	Rotel Tours – touroperator komercyjny
czas trwania / obszar	9 dni	15 dni	20 dni (Niemcy – Francja – Hiszpania)
sposób przemieszczania	pieszo	pieszo – mikrobus	autokar, odcinki piesze
typ odwiedzanych miejsc	kościół, klasztor, schroniska pielgrzymów, historyczne miasta	kościół, muzea, wioski,	historyczne miejscowości i obiekty na dawnym „Camino”
dominujące elementy i treści programu	<b>religijne</b>	<b>refleksyjne</b>	<b>poznawcze</b>
typ modułów tematycznych	modlitwa wspólna (10), celebrowanie religijna (6), medytacja (2), stała opieka duchownego, obrzęd zakończenia	spotkania grupowe (5), spotkania „w drodze” warsztaty tematyczne (3), rekonstrukcja drogi i odpoczynku (w tym hospicja, degustacje)	oprowadzanie z komentarzem (30), samodzielne zwiedzanie (12-15)
udział innych modułów	zwiedzanie z komentarzem historycznym, degustacja pielgrzymiego wina i jadła	udział w liturgii (1), obrzęd wysłania i zakończenia drogi (ryt muszel), zwiedzanie historyczne (3)	spacery krajobrazowe (6-8) obserwacja nabożeństw lub uczestnictwo (3)
Źródło	Bayerisches Pilgerbüro, Pilgerreisen 2015	Koch-Reisen Katalog 2015, s. 34-38	Rotel Tours 2015, s. 34

**Źródło:** zestawienie na podstawie badania, kompletne referencje źródeł podano w Aneksie

**Source:** own elaboration on the basis of research, see also: Annex.

grzymowania do niego. Z kolei wśród rozlicznych aspektów powiązanych (stanowiących odpowiednio elementy religijnej praktyki, przeżywania i refleksji czy poznawczego zainteresowania) znajdują się wyrażające tę ideę wydarzenia (pielgrzymowanie, obrzędy kultyczne, przeżycie na miejscu), odnoszące się do niej tematycznie i historycznie miejsca (na szlaku), praktyki pielgrzymie, formy sztuki i architektury czy inne fenomeny.

Analiza wykazała, że celami podobnie zróżnicowanych wypraw, które mogą być zaliczone do wszystkich trzech typów, są także Izrael jako destynacja obszarowa oraz poszczególne święte miejsca Indii, Tybetu oraz Nepalu. Jednak ze względu na religijne (chrześcijańskie) korzenie Niemców, Austriaków i Szwajcarów, którzy tworzą grupę klientów organizatorów analizowanych wypraw, już trudniej znaleźć wyprawy motywowane wiarą, organizowane do destynacji azjatyckich przez wspomnianych touroperatorów. Z pewnością jednak takie wyprawy znajdują się wśród ofert tworzonych przez rodzimych touroperatorów w tych krajach.

### **Wnioski: propozycja klasyfikacji uczestników zorganizowanej turystyki religijnej**

Na podstawie ukazanych w szczegółowych opisach podobieństw i różnic typowych programów zorganizowanych wypraw można stwierdzić, że przy zasadniczym ukierunkowaniu na te same miejsca, obiekty, artefakty lub wydarzenia – powiązane z ideami religijnymi – w zależności od profilu swoich uczestników (klientów) umożliwiają one realizację z gruntu różniących się rzeczywistych potrzeb i oczekiwań. Są wśród nich oczywiście potrzeby ściśle religijne: mające bezpośrednie odniesienie uczestnika do religijnie pojmowanej transcendencji i jednocześnie silnie powiązane z daną doktryną, nurtem duchowości czy zespołem przekonań. Inne realizowane aktywności wynikają z chęci namacalnego zetknięcia z sacrum lub jego zewnętrzna manifestacją (w postaci np. celebracji liturgii, obchodzenia unikatowego rytuału czy publicznej modlitwy), jednak bez osobistego zaangażowania się z poziomu uczestnika. Aktywności należące już bez wątpienia do grupy „poznawczych” mają wprawdzie charakter czysto intelektualny, jednak – wynikając z osobistych zainteresowań – także kierują się *explicite* ku ideom lub doktrynom religijnym albo ich zmaterializowanym i utrwalonym formom. Jeszcze inne aktywności objęte programami wypraw zasadzają się na pragnieniu zapoznania się z całością dziedzictwa kulturowego (a więc koniecznie także jego religijnym komponentem). Wreszcie wielu zwiedzających obiekty i miejsca o znaczeniu religijnym kieruje się chęcią powierzchownego zapoznania z nimi jako rozpoznawalnymi atrakcjami turystycznymi danego terenu. Trzy pierwsze z wymienionych grup aktywności stymulują czy właściwie wprost „tworzą” kulturową turystykę

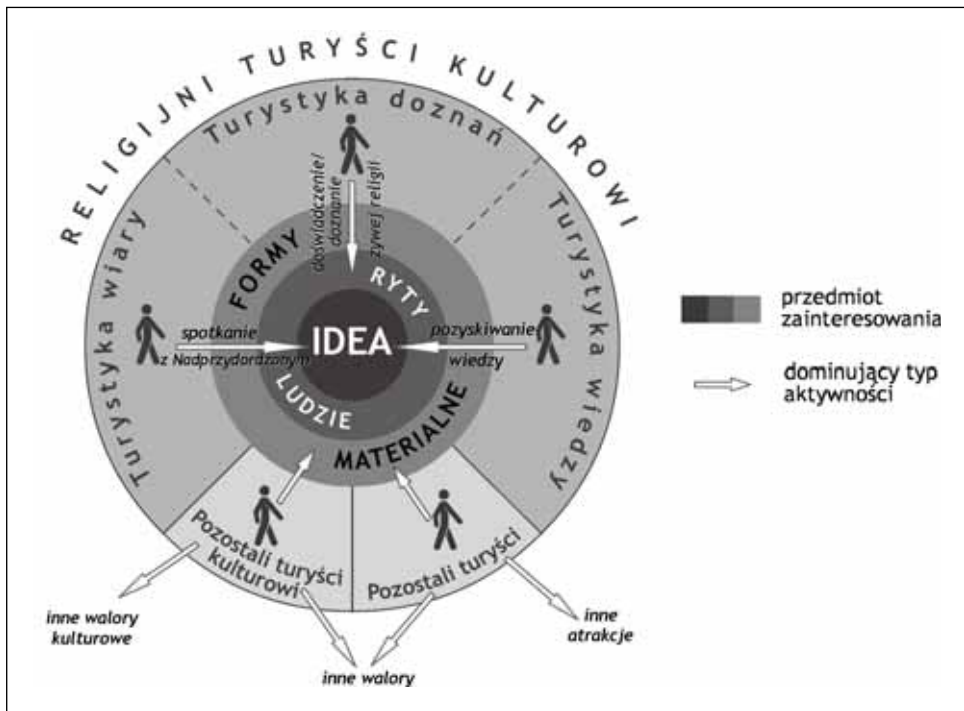
religijną, czwarta jest typowa dla szerszego grona uczestników turystyki dziedzictwa kulturowego lub turystyki studyjnej (i w analizowanej grupie ofert realizowana często podczas podróży studyjnych – *Studienreisen*), natomiast piąta charakteryzuje turystów przyciąganych kulturowo, którzy tylko w najszerszym sensie i nawet nie przez wszystkich badaczy są uznawani za uczestników turystyki kulturowej. Na podstawie przeprowadzonej analizy, uwzględniając sposoby konfrontacji z tematyką religijną odpowiadające różnym ludzkim zainteresowaniom i potrzebom, można potwierdzić klasyfikację zaproponowaną we wcześniejszych publikacjach A. Mikosa v. Rohrscheidt. W pojemnych ramach zakreślonych dla kulturowej turystyki religijnej mieści ona zarówno pielgrzymki, jak i podróże tematyczne, o ile tylko są one jednoznacznie skoncentrowane na celach (miejscach i wydarzeniach) pierwotnie i bezdyskusyjnie powiązanych ze zjawiskiem religii, a zaspokajane poprzez wyprawy zainteresowania i oczekiwania uczestników oraz ich głębsze potrzeby możliwe są do zrealizowania właśnie przez kontakt z nimi. Tymczasem jednak kryterium z punktu widzenia uczestników kluczowym, lecz od strony podtrzymywania i organizacji tego fenomenu już tylko drugorzędym, są konkretne oczekiwania i preferencje, wynikające częstokroć z głębszych potrzeb: ich zróżnicowanie stoi u podstaw jego dalszego podziału, uwidocznionego i uchwytnego dla badania m.in. przez szczegółową analizę programów wycieczek i proponowanych w nich typów aktywności. To na ich podstawie można wstępnie wyodrębnić turystykę wiary, turystykę doznań i turystykę wiedzy, a może też inne – na dziś raczej niszowe – podtypy turystyki religijnej, widzianej jako integralny element turystyki kulturowej.

Jeśli rozpatrywać ogólnie kwestię celów wypraw turystyki religijnej, to na podstawie przeglądu badanych programów wycieczek można stwierdzić dość naturalną prawidłowość: żywe ośrodki życia religijnego przyciągają w większej liczbie turystów religijnych praktykujących swoją wiarę (w tym oczywiście pielgrzymów), osoby poszukujące przeżycia religijnego i w ogóle częściej ludzi należących do danej denominacji religijnej, podczas gdy miejsca i obiekty pozbawione funkcji religijnej (których np. w Europie jest wiele) są w zdecydowanej większości celami wypraw o charakterze poznawczym, a znaczący odsetek udających się tam stanowią osoby mniej lub w ogóle nie angażujące się religijnie, czego dowodzą programy pozbawione tych właśnie modułów.

Ujmując wyniki przeprowadzonej analizy z punktu widzenia typowych miejsc docelowych wypraw turystyki religijnej, to jest miejsc i obiektów ściśle powiązanych z ideami religijnymi, można zaprezentować zróżnicowane spektrum osób odwiedzających je w ramach zorganizowanej turystyki w relacji do idei religijnej materializującej się w tym miejscu. Schemat przedstawiony na rycinie 1 ukazuje poszczególne grupy uczestników wypraw religijnej turystyki kulturowej oraz ich relacje do pierwotnego przedmiotu

zainteresowań tej formy turystyki (idei religijnej). Typowe dla poszczególnych grup zachowania (ustalone przez badanie programów) tworzą dominujące formy konfrontacji z tymi ideami na różnych poziomach.

Ukazana w powyższym diagramie wstępna typologia uczestników zorganizowanej turystyki do miejsc znaczących religijnie może być bardziej szczegółowo opisana, jak poniżej:



**Ryc. 1.** Uczestnicy turystyki religijnej w miejscach docelowych oraz ich dominujące aktywności

**Fig. 1.** Religious tourism participants in destinations and their main activities

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie badania

**Source:** own elaboration on the basis of research

## 1. Turyści religijni motywowani wiarą:

**A. Pielgrzym,** przybywający i przebywający wyłącznie lub głównie za względu na 1) wiarę w wyjątkowość miejsca i 2) własne potrzeby religijne, jednocześnie 3) samą drogę do miejsca rozumiejący jako ważny element przeżycia religijnego. Pielgrzym zazwyczaj koncentruje się na miejscu (miejscach) świętych i proponowanych tam praktykach religijnych oraz indywidualnej modlitwie. Należy jednak zwrócić uwagę na

wewnętrzne zróżnicowanie tej grupy, w której są między innymi pielgrzymi klasyczni, podejmujący rzeczywisty trud drogi do miejsca świętego (np. wielodniowego marszu, często z realizacją tradycyjnego zestawu praktyk pielgrzymich i osobistych praktyk ascetycznych) oraz tak zwani pielgrzymi współcześni, przybywający nowoczesnymi środkami transportu, przez co na samo przemieszczenie poświęcają tylko relatywnie krótki czas, a towarzyszący temu etapowi program religijny i ascetyczny (o ile jest) zostaje znacznie zredukowany.

- B. Zaangażowany uczestnik** pobytu, przebywający w miejscach powiązanych z ideami religijnymi na przykład podczas realizacji rekolekcji, seminarium poświęconego rozwojowi duchowości i podobnych form. Także on realizuje własne potrzeby religijne, w tym indywidualne przeżycie duchowe. W danym miejscu znalazł się on już to ze względu na wiarę w jego wyjątkowe religijne znaczenie, już to z powodu zlokalizowania tu programu, w którym uczestniczy. Może on koncentrować się na samym miejscu i reprezentowanych w nim ideach religijnych lub raczej na programie pobytu i proponowanych w nim praktykach religijnych czy ćwiczeniach duchowych.

Wyprawy organizowane dla turystów z obu powyższych grup cechuje silniejsza koncentracja celów fizycznych – są nimi albo jedno święte miejsce, albo grupa raczej jednorodnych celów, jak szereg miejsc kultu religijnego, i zdecydowana przewaga modułów religijnych nad poznawczymi oraz pozostałymi, w tym stosunkowo rzadki udział modułów rekreacyjnych programu.

## 2. Turyści religijni poszukujący doznań (doświadczenia/spotkania):

- C. Częściowo zaangażowany uczestnik** to osoba, która w poszukiwaniu osobistego doświadczenia atmosfery religijnego przeżycia bierze udział w elementach obrzędowych na zasadzie „wmieszania się w tłum” czy swego rodzaju „zanurzenia” we wspólnocie. W zależności od proponowanego programu może ona uczestniczyć w doświadczeniu pielgrzymowania (przejście odcinków tras pielgrzymich, traktowane jako rekonstrukcja historycznych czy tradycyjnych zwyczajów). Turyści z tej grupy często uczestniczą również w obrzędach wynikających z tradycji religijnej, jednak nie w praktykach stanowiących jądro przeżycia religijnego, jak sakramenty czy słowne albo symboliczne formy wyznania wiary itp. Są oni gotowi do częściowego i niezobowiązującego uczestnictwa w codziennym życiu wspólnoty religijnej, mogą być też zainteresowanymi odbiorcami świadectw religijnych. Ich zaangażowanie nie przekracza jednak progu osobistego zobowiązania religijnego.

- D. Niezaangażowany uczestnik** to „neutralny” obserwator życia religijnego w miejscu świętym lub podczas wydarzenia nastawiony na do-



świadczenia i doznania nie wypływające z jego osobistej wiary. Może to być osoba zainteresowana doświadczeniem „żywej” religii, niekoniecznie przy tym dzieląc jej zespół przekonań, na przykład tak zwany wierny poszukujący, ale także osoba pozostająca w dystansie do doktryny lub formalnej sfery organizacji religijnej, do której nominalnie należy, jak również wierny innej religii.

Programy wypraw organizowane dla obu powyższych grup charakteryzują się względną równowagą modułów przeżyciowych (wśród nich często wprost udziału w obrzędach religijnych) i poznawczych, podobnie relatywnie często pojawia się element warsztatów grupowych lub seminarium.

### 3. Turyści religijni ukierunkowani poznawczo:

**E. Zainteresowany poznawczo ideami religijnymi**, które należy rozumieć szeroko, zarówno jako przesłanie danego miejsca (na przykład jako miejsca ważnych wydarzeń, miejsca narodzin idei lub doktryny), biografią lub/i przekazem ważnych postaci życia religijnego, ale także m.in. głębszym podłożem, środowiskiem powstania i genezą historycznych lub nadal żywych jego form i kierunków duchowości (jak wspólnoty monastyczne, szkoły medytacji, organizacje misyjne itd.). Taki turysta wybiera program wycieczki lub przybywa do miejsca samodzielnie ze względu na tematy, idee tu reprezentowane.

**F. Zainteresowany poznawczo formami** jako wyrazem idei religijnych, który wybiera program wycieczki lub przybywa samodzielnie do miejsca ze względu na zainteresowanie zewnętrznymi manifestacjami tych idei. Obiektem jego zainteresowania są najczęściej formy wyrazu artystycznego, formy kultu, życia wspólnotowego i inne przejawy materializacji idei, szczególnie unikatowe lub właśnie typowe, powiązane pierwotnie z danym miejscem lub tu doprowadzone do wybitnej postaci.

Programy przygotowywane dla turystów z obu powyższych grup częściej niż w przypadku pozostałych uwzględniają miejsca bez aktualnego życia religijnego (zatem o znaczeniu historycznym). Ta grupa programów zawiera też zdecydowanie więcej modułów poznawczych, z obiektywnym komentarzem, często o charakterze naukowym. Stosunkowo często pojawiają się w nich również elementy rekreacji lub innych atrakcyjnych dla turysty aktywności (jak shopping), natomiast rzadziej – moduły zawierające udział w czynnościach religijnych, a jeśli już – to z pozycji obserwatora. W skrajnych przypadkach moduły religijne w ogóle nie są uwzględniane.

Z analizy przedstawionego zestawienia ofert można wnioskować, że wśród rozlicznych aktywności proponowanych uczestnikom zorganizowanych wypraw i realizowanych w formie odrębnych i samodzielnych modułów w trakcie poszczególnych dni, obydwie wyraziste profile (skrajne) tworzą

określone dominujące sposoby zachowań. Konstatację tę ilustruje materiał zebrany w tabeli 2, w której do każdej wymienionej aktywności dopasowano potrzebę, która w najczęstszych przypadkach bywa zaspokajana tym działaniem. Aktywności w każdej kolumnie zestawiono według częstotliwości

**Tabela 2.** Typowe aktywności turystów religijnych realizowane przez moduły programu wycieczki w odpowiedzi na zainteresowania, oczekiwania i preferencje turystów

**Table 2.** Typical activities of religious tourists realized in the modules of a trip as an answer to tourists' interests, expectations and preferences

<b>religijna turystyka wiary</b>	<b>religijna turystyka doznań (pośrednia grupa wypraw)</b>	<b>religijna turystyka wiedzy</b>
A: udział w liturgii typowej <i>Oczekiwanie: transcendencji, przeżycia wspólnoty wiary, spełnienie obowiązku religijnego</i>	A: obserwacja zbiorowej modlitwy lub udział w niej <i>Oczekiwanie/Preferencja: przeżycia wspólnoty, doświadczenia religijnego</i>	A: zwiedzanie tematyczne z komentarzem interpretacyjnym <i>Zainteresowanie/Oczekiwanie: odkrycia związku idei i faktów religijnych oraz wynikających z nich form wyrazu (tradycji, sztuki, architektury itd.)</i>
A: udział w rycie specyficznym dla miejsca (procesje, obrzędy pielgrzymie, inne) <i>O: transcendencji, przeżycia specyficznej tajemnicy wiary lub wydarzenia religijnego, przeżycia wspólnoty wiary</i>	A: obserwacja liturgii <i>O/Z: doświadczenie przeżywanej wiary, poznanie rytów i symboli</i>	A: spotkania o charakterze wykładu lub seminarium <i>O/P: nabycia wiedzy o doktrynie, historii miejsca, praktykach religijnych lub formach wyrazu idei religijnej</i>
A: indywidualna modlitwa <i>O: spełnienia praktyki religijnej, kontaktu ze sferą nadprzyrodzoną</i>	A: spotkania o charakterze warsztatu, seminarium nt. m.in. doktryny, reguł lub rytów <i>P/O: nabycia wiedzy o doktrynie i praktykach, nabycia umiejętności potrzebnych w praktyce na miejscu</i>	A: obserwacja z komentarzem lub samo objaśnienie struktury obrzędów i symboli rytów <i>O/P: pozyskania wiedzy o treści i znaczeniu symboliki kultu religijnego</i>
A: udział w zbiorowej modlitwie <i>O: spełnienia praktyki religijnej, kontaktu ze sferą nadprzyrodzoną, przeżycia wspólnoty.</i>	A: udział w rycie specyficznym dla miejsca lub pielgrzymim <i>O/P: doświadczenia wspólnoty religijnej, emocji wynikającej z uczestnictwa w obrzędzie</i>	A: obserwacja liturgii <i>Z/P/ poznania rytów i symboli religijnych</i>

A: zwiedzanie z komentarzem religijnym (np. hagiograficznym) <i>O/Z: wprowadzenia w fakt religijny, zapoznania z religijną biografią postaci</i>	A: obserwacja modlitwy albo medytacji lub udział w niej <i>Z/P: doświadczenia religijnego, poznania praktyki medytacyjnej</i>	A: obserwacja modlitw zbiorowych (ewentualnie z komentarzem) <i>Z/O: znajomości treści i zachowań modlitewnych</i>
A: spotkanie z reprezentantem miejsca, wspólnoty, hierarchii itd. <i>O: kontaktu z autorytetem religijnym, uzyskania pouczenia lub/i świadectwa religijnego, przejęcie wzorców postaw</i>	A: spotkanie z reprezentantem miejsca, wspólnoty itd. <i>O: bezpośredni kontakt z ludźmi praktykującymi religię, przejęcie wzorców postaw</i>	A: spotkanie z reprezentantem miejsca, wspólnoty itd. <i>Z/P/O: pozyskania z pierwszej ręki informacji w wersji subiektywnej</i>
A: spotkania uczestników <i>O/P: wymiany świadectw życia religijnego, wzajemnego umocnienia w wierze i postawach religijnych</i>	A: zwiedzanie z komentarzem religijnym lub interpretacyjnym <i>P/O: wprowadzenia w doktrynę lub teologię miejsca, zapoznania z jego historią</i>	A: obserwacja modlitwy i indywidualnych praktyk religijnych <i>P/O: znajomości postaw modlitewnych</i>
A: spotkania o charakterze wykładu lub ćwiczenia praktyk <i>O/P: pogłębienia świadomości religijnej, kształtowania postaw, nabycia umiejętności w sferze praktyk (np. śpiew, medytacja)</i>	A: spotkania uczestników wyprawy <i>P/O: wymiany doświadczeń z pobytu lub udziału w praktykach</i>	A: zakup literatury, zapoznanie z przedmiotami kultu i paramentami, <i>Z/O: zdobycia wiedzy o symbolice, kontekście i sposobach praktyki religijnej, pamiątka z pobytu</i>
A: zakup przedmiotów świętych, symbolicznych <i>O/P: podtrzymania kontaktu z miejscem świętym, intensyfikacji praktyk religijnych</i>	A: zakup literatury, zakup przedmiotów symbolicznych przedmiotów świętych <i>P/O: pozyskania pamiątki z pobytu i doświadczenia religijnego</i>	A: spotkania uczestników <i>P: wymiany osobistych obserwacji, dyskusji</i>

Wyjaśnienie: A – aktywność (lub moduł programu), Z/O/P: zainteresowanie, oczekiwanie, preferencja turystów

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie badania, źródła poszczególnych programów podano w Aneksie.

**Source:** own elaboration on the basis of research. See also: Annex

ich wykorzystania, ustalonej podczas analizy 172 badanych programów wypraw, co pozwala w przybliżeniu określić ich wpływ na całościowy profil danego typu programu.

**Inni.** W tym miejscu należy także przypomnieć o innych wyprawach, wyeliminowanych z badania po wstępnej analizie ich programu, gdy okaza-

ło się, iż wbrew deklaracjom organizatora nie przeważały w nim elementy ukierunkowane na tematykę religijną. W większości przypadków dobrze rozpoznawalna nazwa obiektu o znaczeniu religijnym spełniała w nich cele marketingowe, to jest przyciągała potencjalnych klientów i skłaniała ich do skorzystania z oferty organizatora podróży. Tę grupę wypraw – wraz z licznymi innymi ofertami uwzględniającymi zwiedzanie obiektów powiązanych z religią wśród wielu innych – należy traktować jako aktywności innych form turystyki kulturowej, a ich uczestnicy mogą być sklasyfikowani jako:

- G. Turysta kulturowy realizujący inne formy** wyjazdu, mający skryształizowane zainteresowania, na przykład uczestnik turystyki dziedzictwa kulturowego, turystyki miejskiej, turystyki regionalnej i tak dalej.
- H. Eklektyczny turysta kulturowy** przybywający do miejsc powiązanych z religią w ramach szerszego programu zwiedzania o mieszanym profilu (na przykład podróży studyjnej lub tak zwanej „ambitnej objazdówki”), zazwyczaj odbierający religię i związane z nią miejsca jako jeden z przejawów kultury lub lokalnego dziedzictwa.
- I. Przypadkowy turysta**, odwiedzający nawet szereg obiektów z powodu ich umieszczenia na liście atrakcji lub w programie tzw. masowej objazdówki albo pojawiający się i zwiedzający interesujące nas miejsca ze względu na ich obecność w kanonie turystycznym miejsca lub regionu. Zazwyczaj nie przejawia on zainteresowania ideami religijnymi ani nie wykazuje inicjatywy zapoznania się z nimi.

## Dyskusja

Przyjmując kryterium religii (wyznawanej osobiście przez uczestnika czy przez innych ludzi) jako decydujące o zaliczeniu wyprawy do turystyki religijnej, wszystkie ukazane w opracowaniu przypadki mieszczą się w tej nader pojemnej formie, określanej nazwą *religious tourism* (pol.: turystyka religijna), co wymusza na badaczach fenomenu wypraw kulturowych integralne podejście do tego tematu. Stosunkowo młoda, lecz dynamicznie rosnąca gałąź religijnej turystyki kulturowej: ta poznawcza, czyli grupa wypraw określona w niniejszym tekście roboczo jako religijna turystyka wiedzy, powinna być nie tylko szerzej zauważana w krajowych analizach (co w coraz większym stopniu ma miejsce), ale także ujmowana w ramach szerszego pojęcia: turystyki religijnej, a w nim obok fenomenu pielgrzymowania (a nie w opozycji do niego).

Z kolei dla gospodarzy obiektów o dużym znaczeniu religijnym, bądź jeśli z różnych powodów owi gospodarze się na to nie zdecydują – to przynajmniej dla samorządów miejscowości, których potencjał turystyczny w dużej mierze tworzą takie obiekty, z prezentowanych badań wynika postulat monitoringu rzeczywistych potrzeb odwiedzających i dostosowywania pro-

gramu do poszczególnych typów religijnych turystów kulturowych, a może także pozostałych uczestników turystyki kulturowej. Ignorowanie zainteresowań i oczekiwań rosnącej grupy w krótszej czy dłuższej perspektywie odbije się negatywnie na ruchu turystycznym, a pośrednio także na zainteresowaniu obiektem i ostatecznie również samymi ideami religijnymi, które się w jego funkcjonowaniu materializują, są przez nie reprezentowane lub propagowane.

Przedstawione powyżej wyniki przeprowadzonego badania rynku ofert niemieckiego obszaru językowego i wnioski wypływające z ich analizy nie dadzą się oczywiście bezpośrednio zastosować do oceny tego segmentu w innych krajach, w tym w Polsce. Można jednak potraktować je jako impuls do spojrzenia na zagadnienie z szerszej perspektywy i wyjścia poza ramy oceniania całej religijnej turystyki kulturowej przez pryzmat polskich ofert i polskich doświadczeń, nadal zdominowanych przez oferty i zachowania charakterystyczne dla jej pielgrzymkowej gałęzi. Wnioski wypływające z badania potwierdzają fakt, że obecnie w społecznościach kulturowo nam bliższych ta forma turystycznej aktywności realizowana jest w mocno zróżnicowany sposób, a zatem niedługo może się ona różnicować także w naszym kraju. Warto więc już teraz przyrzeć się temu fenomenowi dokładniej także w Polsce, analizując go od strony potrzeb turystów, zaspokajanych przez organizatorów wypraw. Należy to zrobić z uwzględnieniem rozlicznych niuansów i specyficznie krajowych uwarunkowań, jednak bez niepotrzebnego wprowadzania ideologii, która uniemożliwia trzeźwą i obiektywną analizę.

## Bibliografia

- Buczowska K. (2012), *Aspekty religijne w podróżach kulturowych osób starszych (na przykładzie słuchaczy UTW i ATW w Poznaniu)*, „Folia Turistica”, Vol. 27, s. 53-73.
- Jackowski A. (2003), *Święta przestrzeń świata. Podstawy geografii religii*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Jackowski A., Ptaszycka-Jackowska D., Sołjan I. (2002), *Światowy system ośrodków pielgrzymkowych*, „Turizm”, Vol. 2., s. 51-63.
- Jackowski A. (2010), *Pielgrzymki a turystyka religijna. Rozważania na czasie*, [w:] Kroplewski Z., Panasiuk A., red., *Turystyka Religijna*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Vol. 647, Szczecin, s. 17-31.
- Lois Gonzalez R.C. (2012), *The Way to Santiago today: a multicultural debate*, [w:] Włodarczyk B., Krakowiak B., red., *Kultura i Turystyka. Wspólne korzenie*, Wydawnictwo Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Łódzkiego, Łódź, s. 179-197.
- Michałowski K. (2003) *Analiza i perspektywy rozwoju turystyki religijnej i pielgrzymkowej w Polsce Północno-Wschodniej*, [w:] Bergier J., Zbi-

- kowski J., red., *Turystyka a religia*, Wyd. Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska, s. 177-190.
- Mikos v. Rohrscheidt A. (2008), *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wydawnictwo GWSHM Milenium, Gniezno.
- Mikos v. Rohrscheidt A. (2010), *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wydanie 2, Wydawnictwo KulTour.pl, Poznań.
- Mikos v. Rohrscheidt A. (2013), *Religion as a subject of cognitive interest to tourists. Analysis of the phenomenon and products on offer for cultural-religious tourism*, „Turystyka Kulturowa”, Vol. 5, s. 5-19
- Różycki P. (2009) *Turystyka religijna i pielgrzymkowa*, [w:] Buczkowska K., Mikos v. Rohrscheidt A. (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Poznań, s. 157–174.
- Szczepanowicz D. (2011), *Turystyka religijna elementem turystyki kulturowej na przykładzie wyjazdów polskich grup turystycznych do Ziemi Świętej*, „Turystyka Kulturowa”, Vol. 5, s. 17-28

Źródła katalogów i portali internetowych organizatorów analizowanych wypraw zostały podane w Aneksie do niniejszego opracowania.

## ANALYSIS OF THE PROGRAMS OF TOURIST TRIPS AS THE BASIS FOR A TYPOLOGY OF PARTICIPANTS IN RELIGIOUS TOURISM

### Abstract

**Purpose.** The aim of this study is to show the variety of organized tourist trip programs, which targets are holy and religiously significant places and the content of these programs is dominated by religious ideas or their tangible and intangible manifestations. The output hypothesis assumes that by establishing the most frequent program modules and assigning typical behavior of participants to them, it is possible to pre-establish some basic types of these expeditions and further determine (indirectly) the interests involved as specifically as possible, regardless the existence (or its lack) of strictly religious motivation.

**Method.** For the purpose of the study, a method was developed comprising the selection of research material on the basis of references to religious ideas and their manifestation in the major modules of journey programs. The central criterion is the division of these modules: including religious involvement, solely providing knowledge and others. The analysis and presentation of a typology of participants in religious tourism is based on their interests and needs satisfied by the journey's program.

**Results.** The large variety of participants' interests and behaviors in organized religious tourism trips is proven. Besides activities closely associated with the faith of the participants (such as religious practices) and modules fulfilling only educational goals, numerous activities were confirmed focusing on the experience of the religious phenomenon without personal involvement. On this basis, the proposed initial typology of tourists interested in contact with religious ideas or materialized forms of experiencing and expressing them was created and we

formulated a proposal for classification of religious tourists, looking for contact with religious ideas or materialized forms of its expression.

**Research and conclusion limitations.** The survey covered programs of organized journeys aimed at places significant for religions and containing modules relating to religious ideas. Therefore, the applications refer directly to these kinds of journeys (collective pilgrimages are among them). For individual religious tourists, the results of the study are representative only in relation to the sphere of their needs.

**Implications.** The study can be useful as a factual, legitimate starting point for further reflection on religious tourism and for the formulation of offers for its potential participants.

**The originality.** For the first time in Polish literature, a typology of religious journeys and the needs of their participants based on documented case studies was introduced. Examples of analyzed programs as evidence for the results are shown in the annex.

**Type of paper.** The article presents the results of empirical research and contains proposals relating to the theory of tourism.

**Key words:** religious tourism, pilgrimage, tourists' interests, tourists' expectations, tourists' activities, cultural tourism.

**Aneks do artykułu Armin Mikos v. Rohrscheidt,  
Analiza programów imprez turystycznych jako podstawa typologii  
uczestników turystyki religijnej  
Programy wypraw turystyki religijnej – wybrane opisy  
przypadków ilustrujące zaproponowaną klasyfikację  
„Folia Turistica”, Vol. 39/2016**

**A. Religijna turystyka wiary – programy pielgrzymek i innych  
wypraw realizujących aktywności powiązane z wiarą religijną**

**Przypadek 1.**

**Nazwa/tytuł: Pilgerreise nach Medjugorje**

**Organizator:** Christl-Reisen, komercyjny organizator pielgrzymek

**Typ podróży** – pielgrzymka maryjna

**Główny środek transportu** – autokar

**Czas trwania** – 5 dni

**Miejsca odwiedzane** – Medjugorie

**Moduły religijne** – katolickie liturgie mszalne (3), procesja Niedzieli Palmowej, medytacja w drodze na miejsce objawień i na miejscu, Droga Krzyżowa, wspólna modlitwa (5).

**Moduły poznawcze** – brak

**Pozostałe aktywności** – brak wzmianek w programie

**Źródło** – Christl-Reisen, 2015

**Uwagi/komentarz:** Oferta dotyczy jednego z licznych wyjazdów oferowanych do sanktuariów maryjnych, organizator zakłada udział uczestników w miejscowych aktywnościach religijnych i bez zmian przejmuje je do programu.

**Przypadek 2.**

**Nazwa/tytuł: Heiliges Land für Ehejubilare**

**Organizator:** Bayerisches Pilgerbüro – konfesyjny organizator pielgrzymek

**Typ podróży** – pielgrzymka z elementami rekolekcji małżeńskich

**Główny środek transportu** – autokar (transfer lotniczy do obszaru zwiedzanego)

**Czas trwania** – 8 dni

**Miejsca odwiedzane** – Cezarea, Akka, Zippori, Kana, Nazaret, Kafarnaum, Góra Błogosławieństw, Tabgha, Jerozolima (kilka obiektów), Masada, Betlejem.



**Moduły religijne** – liturgie mszalne (4) wspólna modlitwa w świątyniach (6), obrzęd odnowienia sakramentu, medytacje w Wieczerniku i Ogrodzie Oliwnym, droga krzyżowa.

**Moduły poznawcze** zwiedzanie z komentarzem artystycznym (mozaiki) i historycznym (wykopaliska (3)).

**Pozostałe aktywności** – kąpiel w Morzu Martwym, degustacja regionalnej kuchni, podróż łodziami przez Jezioro Genezaret.

**Źródło** – Pilgerreisen.de, 2015

**Uwagi/komentarz:** oferta przeznaczona dla osób starszych, praktykujących katolików, koncentruje się na elementach religijnych, które są przez nich akceptowane. Podróż do Ziemi Świętej łączy pielgrzymkę do źródeł chrześcijaństwa z refleksją nad zawartym przez nich chrześcijańskim małżeństwem, jest więc także formą rekolekcji.

### Przypadek 3.

**Nazwa/tytuł:** Yoga und Ayurveda Gruppenreise

**Organizator:** Neue Wege Seminare & Reisen, organizator wypraw i kursów

**Typ podróży** – powiązanie pielgrzymki i szkoły medytacji

**Główny środek transportu** – stacjonarne, kilkukrotne przejazdy autokarowe, transfer lotniczy do obszaru zwiedzanego

**Czas trwania** – 13 dni

**Miejsca odwiedzone** – Stacjonarnie: Nattika (Indie), poza tym: świątynie i miejsca pielgrzymkowe w Gangaikondacholapuram, Darasuram, Chidambaram, Thanjavu, Swamimalai, Tamil Nadu.

**Moduły religijne** – pobyt w aśramie wprowadzenie w religijny kontekst kierunku duchowego Jnana-yoga, wprowadzenie w medytację i wspólne ćwiczenia, teoria i praktyka mantr, uczestnictwo w rytuałach grupowych (obejście świętej góry, rytuały pielgrzymie w świątyniach) uczestniczące odwiedziny centrów duchowych i historycznych świątyń, udział w ceremoniach kultu astralnego.

**Moduły poznawcze** – spotkania seminaryjne na temat medytacji.

**Pozostałe aktywności** – masaże olejkowe, odwiedziny warsztatu rzemieślniczego, rekreacja plażowa, ćwiczenia oddechowe.

**Źródło** – Neue Wege 2015, 5INH6201

**Uwagi/komentarz:** Program jest w całości skierowany do osób akceptujących hinduistyczne rozumienie świata, ma na celu ich konfrontacje z początkami doktryny i jej podstawowymi zasadami. Zapoznanie ze świętymi miejscami religii uznawanej przez nich za źródło duchowości ma charakter pielgrzymki. Wszystkie realizowane tam ćwiczenia mają za zadanie wprowadzić ich w regularną samodzielną praktykę religijną.

**Przypadek 4.****Nazwa/tytuł: Fatima**

**Organizator:** Pilgerbüro der Erzdiözese Freiburg, konfesyjny organizator pielgrzymek

**Typ podróży** – pobyt w sanktuarium

**Główny środek transportu** – samolot i autokar (transfer i wycieczki z Fatimy)

**Czas trwania** – 5 dni

**Miejsca odwiedzane** – Fatima, Aljustrel, klasztor Batalha, Sitio, Nazare, Lizbona.

**Moduły religijne** – liturgie mszalne codziennie, procesja świateł (3), modlitwa różańcowa (codziennie), modlitwa wspólnotowa (4), zwiedzanie sanktuarium i klasztorów z komentarzem religijnym (4), błogosławieństwo chorych, modlitewne czuwanie nocne.

**Moduły poznawcze** – zwiedzanie zabytków Lizbony (w dzień przylotu).

**Pozostałe aktywności** – nie stwierdzono

**Źródło** – DER Pilger Reisen. Erzdiözese Freiburg, Freiburg, 2015

**Uwagi/komentarz:** Uczestnicy wyprawy biorą udział we wszystkichznaczonych w programie aktywnościach religijnych. Podczas pobytu organizator w całości włącza ich w codzienny program sanktuarium, proponując tylko jedną wycieczkę do klasztorów.

**Przypadek 5.****Nazwa/tytuł: Oster-Pilgerreise ins Heilige Land**

**Organizator:** DVHL Heilig-Land-Reisen GmbH, oddział Stowarzyszenia Ziemi Świętej

**Typ podróży** – pielgrzymka świąteczna (w Wielkim Tygodniu)

**Główny środek transportu** – autokar (transfer lotniczy do obszaru zwiedzanego)

**Czas trwania** – 11 dni

**Miejsca odwiedzane** – Tabgha i Jez. Genezaret, Kafarnaum, Góra Błogosławieństw, Góra Arbel, Migdał, Nazaret, Góra Tabor, Safet, Akka, Dolina Jordanu, Qumran, Jerycho, Jerozolima (kilkanaście miejsc), Abu Gosh (Emaus).

**Moduły religijne** – liturgia Wielkiego Tygodnia (4), inne liturgie mszalne (2), modlitwa ze wspólnotami zakonnymi (3), udział w Drodze Krzyżowej, czuwanie nocne

**Moduły poznawcze** – spotkania z przedstawicielami zakonów (3), zwiedzanie, zwiedzanie twierdzy krzyżowców z komentarzem historycznym.

**Pozostałe aktywności** – rejs łodziami po J. Genezaret, kąpiel w Morzu Martwym

**Źródło** – Heilig Land Verein 2015

**Uwagi/komentarz:** Program jest ściśle uzgodniony z katolickim kalendarzem wielkiego tygodnia i przewiduje udział we wszystkich kluczowych liturgiach. Celebracje, o ile to tylko możliwe, zlokalizowano „in situ” – w miejscach wydarzeń opisanych w Ewangeliach, co nadaje pielgrzymce wymiar dosłownego postępowania śladami Jezusa. Nawet elementy poznawcze (jak spotkania informacyjne) mają wyraźny kontekst religijny (orientacja w życiu i aktywności wspólnot zakonnych z Ziemi Świętej).

## **B. Religijna turystyka doznań – „kwitnące pogranicze” mieszanych zainteresowań i oczekiwań**

### **Przypadek 6.**

**Nazwa/tytuł:** Spirituelles Laos-Vietnam – zu den Quellen des Buddhismus

**Organizator:** Neue Wege – organizator kulturowych podróży egzotycznych

**Typ podróży** – egzotyczna wyprawa tematyczna z elementami przeżyciowymi

**Główny środek transportu** – autokar i lokalne przeloty samolotem, transfer lotniczy do obszaru wyprawy

**Czas trwania** – 15 dni

**Miejsca odwiedzane** – Vientiane, Vang Vien, Luang Prabang, Ho-Chi-Min, Hue, Hoi Ai,

**Moduły religijne** – przeżycie jednego dnia w klasztorze z obserwacją życia i modlitw, udział w medytacji z mnichami buddyjskimi, udział w rytuale Qi Gong, udział w tradycyjnym przekazywaniu darów na rzecz klasztoru.

**Moduły poznawcze** – wykłady w drodze na temat doktryny buddyjskiej, ludowych tradycji religijnych, architektury i sztuki religijnej, zwiedzanie świątyń i klasztorów z komentarzem merytorycznym, wędrówka tematyczna (miejsca biograficzne buddyjskiego myśliciela Thich Nhat Hanh), obserwacja śpiewanych medytacji mnichów z wprowadzeniem.

**Pozostałe aktywności** – wizyta w typowej wiosce wietnamskiej, trzy prowadzone spacerunki miejskie, spacerunki krajobrazowe, przejazd tradycyjną łodzią po rzece, wizyta na targu.

**Źródło** – Neue Wege 2015, LAG01

**Uwagi/komentarz:** Program zawiera liczne elementy doświadczenia życia religijnego, realizowane z pozycji obserwatora lub częściowo zaangażowanego uczestnika, uzupełnione o moduły o zdecydowanie poznawczym charakterze.

**Przypadek 7.****Nazwa/tytuł: Chagall, die Bibel, der Midrasch**

**Organizator:** Interreligiös Reisen, organizacja działająca na rzecz ekumenicznego kształcenia zaangażowanych chrześcijan.

**Typ podróży** – kilkudniowe spotkanie z osobą i dziełem religijnego artysty: seminarium biblijne z elementami medytacji.

**Główny środek transportu** – program stacjonarny, dojazd we własnym zakresie uczestników

**Czas trwania** – 6 dni.

**Miejsca odwiedzone** – Musée National Marc Chagall, stacjonarnie

**Moduły religijne** – prowadzone rozważania realizowane w strukturze religijnego midraszu, indywidualna medytacja obrazów z wprowadzeniem religijnym.

**Moduły poznawcze** – szczegółowe omówienia 17 obrazów M. Chagalla, wykłady na temat egzegezy biblijnej – żydowskiej i chrześcijańskiej

**Pozostałe aktywności** – elementy rekreacji

**Źródło** – Ir-Reisen-Ch 2015

**Uwagi/komentarz:** Istotą propozycji jest wspólne przeżywanie idei religijnych z pomocą ich interpretacji w formie dzieł sztuki. Program ukierunkowany jest na dzieła, których tematem są centralne wydarzenia biblijne, a autorem głęboko religijny wybitny malarz, którego inspiracje biblijne są znane i zostały tu wykorzystane. Uczestnikom proponuje się wspólne poszukiwanie kontaktu z sensem wydarzenia religijnego posiłkując się interpretacją artystyczną oraz religijnym komentarzem, z którego czerpał autor dzieł. Element ściśle religijny (medytacja i modlitwa) jest proponowany i wspomagany przez wprowadzenia, lecz nie narzucany (sama modlitwa nie jest publiczna).

**Przypadek 8.****Nazwa/tytuł: Wallfahrten in der Bretagne**

**Organizator:** Studiosus Reisen, Organizator podróży studyjnych

**Typ podróży** – tematyczna wyprawa z elementami przeżyciowymi. Jej treścią są żywe tradycje pielgrzymkowe w Bretonii.

**Główny środek transportu** – autokar i pociągi dużych prędkości

**Czas trwania** – 9 dni

**Miejsca odwiedzone** – Quimper, Pont-l'Abbe, Tronoen, Guilvinec, ST. Theogenec, Guilmiliau, Lampau, Sizun, Pleyben, Menez-Hom, Locronan, Carnac, Auray, Vannes.

**Moduły religijne** – udział (obserwacja uczestnicząca) w etapie pielgrzymki, udział w mszy odpustowej, rekonstrukcja drogi kalwaryjskiej z elementami tradycyjnej inscenizacji.

**Moduły poznawcze** – zwiedzanie kościołów pielgrzymkowych z komentarzem tematycznym i historycznym (6), obserwacja procesji pielgrzymiej.

**Pozostałe aktywności** – prowadzone spacerunki miejskie (3), zwiedzanie muzeum regionalnego, degustacja tradycyjnej kuchni bretońskiej, obserwacja tradycyjnego połowu morskiego, wizyta na tradycyjnym targu, wizyta w hodowli ostryg z degustacją.

**Źródło** – KulTimer. Events und Kulturtrips, 2015, s. 68-69

**Uwagi/komentarz:** Program zawiera elementy typowe zarówno dla turystyki poznawczej, jak i motywowanej wiarą. Jednak te ostatnie proponuje się przeżyć z pozycji uczestniczącego obserwatora, nie przesądzając o osobistym zaangażowaniu. Widoczna jest dążność organizatorów do zapewnienia osobistego doświadczenia.

### Przypadek 9.

#### Nazwa/tytuł: Serbien – Klöster und Kultur

**Organizator:** Ikarus Tours, organizator podróży studyjnych i przeżyciowych

**Typ podróży** – tematyczna podróż eksploatująca wpływ duchowości i wspólnot mniszych na kulturę regionu i narodu.

**Główny środek transportu** – autokar

**Czas trwania** – 10 dni

**Miejsca odwiedzane** – Novi Sad, Fruska Gora, Belgrad, Mileseva, Sirogojno, Stupovi, Sopocani, Studenica, Gradach, Zica, V. Banja, Ljubostinja, Kalenic, Ravanica, Manasija.

**Moduły religijne** – możliwość obserwacji uczestniczącej wspólnotowej liturgii mnichów (2) i modlitwy mniszek (1), kilkukrotny nocleg w klasztornym hospicjum dla gości, wieczerza ze wspólnotą zakonna, mnichami.

**Moduły poznawcze** – zwiedzanie tematyczne kilkunastu klasztorów (dawnych i czynnych), prelekcje tematyczne (reguły zakonne, rola zakonów w środowisku, teologia ikony, architektura i sztuka klasztorna), spotkanie z mnichem (charakter informacyjny).

**Pozostałe aktywności** – wizyta w skansenie, historyczne spacerunki miejskie (2), degustacja wód mineralnych, trzykrotna możliwość skorzystania z usługi Wellness i Spa.

**Źródło** - Ikarus Tours. Ferne Welten. Europa, 2015, s. 106

**Uwagi/komentarz:** Program przewiduje elementy przeżyciowe (jak udział w nabożeństwach i modlitwach), nie zakładając zaangażowania choćby ze względu na barierę językową. Także elementy udziału w życiu wspólnot zakonnych jak nocleg i posiłek nie przewidują pełnej integracji, a tylko bliskie zetknięcie z ich regułą i warunkami życia. Licznie obecne elementy poznawcze odnoszą się do materializacji idei religijnej i interpretacji form wyrazu religii.

**Przypadek 10.****Nazwa/tytuł: Dharamsala – Einführung in den tibetischen Buddhismus****Organizator:** Neue Wege – organizator kulturowych podróży egzotycznych**Typ podróży** – seminarium stacjonarne**Główny środek transportu** – stacjonarne, transfer lotniczy i autokarowy**Czas trwania** – 15 dni**Miejsca odwiedzone** – Dharamsala (Indie) emigracyjne centrum religijne, Amritsar**Moduły religijne** – udział w buddyjskich praktykach medytacyjnych, obserwacja obrzędów w klasztorze.**Moduły poznawcze** – seminaria wprowadzające w podstawy i dzieje buddyzmu (8 trzygodzinnych), wizyta w Nying Thob Ling domu dla upośledzonych dzieci tybetańskich, spotkanie z Karmapa-Lamą, rozmowy z tybetańskimi emigrantami.**Pozostałe aktywności** – jednodniowa wyprawa górską, wizyta w warsztacie tradycyjnego tybetańskiego rzemiosła.**Źródło** – Neue Wege 2015, ING09**Uwagi/komentarz:** Program proponuje wyważony melanz elementów religijnych i poznawczych, zachęcając, ale nie obligując do udziału w czynnościach kulturowych. Zakładany regularny udział w medytacji może być wliczony do religijnej warstwy wyprawy.**Przypadek 11.****Nazwa/tytuł: Zu Fuß auf dem Jakobsweg****Organizator:** Ikarus Tours, organizator podróży studyjnych i przeżyciowych**Typ podróży** – indywidualna piesza wyprawa śladami średniowiecznych pielgrzymów.**Główny środek transportu** – pieszo**Czas trwania** – cztery wersje „etapowe”: 5-, 11-, 12- i 13-dniowa**Miejsca odwiedzone** – m.in. St. Jean Pied de Port, Pamplona, Bentarte, Ronscevalles, Erron Zubiri, Puente la Reina, Estella, Najera, Santo domingo d.l. Calzada, Belorado, San Juan, Burgos, Castrojeriz, Formista, Calzadilla, Leon, Astorga, Rabanal del Camino, Ponferrada, Sarria, Santiago de Compostela.**Moduły religijne** – pozostawione do decyzji uczestnika, opisane w przewodniku historycznym ze szczegółowo opisanymi praktykami, terminami i godzinami.

**Moduły poznawcze** – doświadczenie drogi i historycznych obiektów, zwiedzanie z przygotowanym programem w formie przewodnika.

**Pozostałe aktywności** – brak w programie.

**Źródło** – Ikarus Tours. Ferne Welten. Europa, 2015, s. 22

**Uwagi/komentarz:** Istotą programu jest rekonstrukcja szlaku pielgrzymiego z pozycji osobistego doświadczenia drogi, noclegów rezerwowanych częściowo w historycznych schroniskach dla pielgrzymów oraz wszystkich odwiedzanych miejsc, powiązanych z pielgrzymim szlakiem (między innymi kościołów, klasztorów, pustelni). Organizator zapewnia dojazd do miejsca startu, noclegi i jeden główny posiłek, transport bagażu oraz dokładny przewodnik po drodze i wszystkich obiektach sakralnych z możliwością stałej konsultacji. Nie zakłada wprost religijnego zaangażowania uczestnika, ale umożliwia je przez opisy miejsc, praktyk i ich czasowe określenie.

### C. Religijna turystyka wiedzy – aktywności bazujące na zainteresowaniach poznawczych

#### Przypadek 12.

**Nazwa/tytuł:** Heliges Land – Israel

**Organizator:** Rotel – komercyjny organizator kulturowych podróży studyjnych

**Typ podróży** – Objazdowa podróż studyjna

**Główny środek transportu** – autokar ze zintegrowaną bazą noclegową

**Czas trwania** – 14 dni

**Miejsca odwiedzane** – Sefad, Nazaret, Kafarnaum, Jezioro Genezaret (z Tabgha i Górą Błogosławieństw), Jerycho, Akka, Megiddo, Góra Karmel, wybrzeże Morza Martwego, Qumran, Ein Gedi, Masada, Pustynia Negev, Kibuc Mashabei Sade, Eliat nad Morzem Czerwonym, Timna, Beer Szeba, Jerozolima (kilkanaście miejsc i obiektów, w tym Góra Oliwna, Wzgórze Świątynne, trasa drogi krzyżowej, Bazylika Grobu), Betlejem, En-Karem, Tel-Aviv.

**Moduły religijne** – brak w programie

**Moduły poznawcze.** Zwiedzanie kilkadziesiątu miejsc biblijnych Starego (7) i Nowego Testamentu (21) ze szczególnym uwzględnieniem biograficznych miejsc Jezusa: narodzenia, śmierci, pochówku, sześciu miejsc słynnych mów lub cudów Jezusa (w tym Kazania na Górze i rozmnożenia chleba) oraz odwiedzimy miejsca narodzenia Jana Chrzciciela, miejsca związanego z biografią proroka Eliasza. Zwiedzanie Wzgórza Świątynnego, wizyta w miejscu najważniejszego odkrycia zwojów biblijnych w Qumran, odwiedzimy czynnej synagogi i meczetu, siedmiu czynnych kościołów

różnych wyznań, odwiedziny w czterech muzeach, w tym Muzeum Biblii i siedmiu miejscach odkryć archeologicznych. Zwiedzanie ma trzy zasadnicze formy: wstępna prelekcja i oprowadzanie z krytycznym komentarzem egzegetyczno-historycznym po miejscach religijnych, prowadzone lub samodzielne zwiedzanie wystaw archeologicznych (w drugim przypadku ze wstępem przewodnika i elektronicznym komentarzem) lub oprowadzanie z interpretacją artystyczną.

**Pozostałe aktywności** – zwiedzanie miejsc historycznych z czasów biblijnych (Masada i inne) oraz nowszej historii (jak świątynia krzyżowców), zwiedzanie obserwatorium podmorskiego, kibucu, dzielnicy artystów z możliwością zakupów, przejażdżka na wielbłądzie, odwiedziny Yad Vashem, kąpiel morska (opcja nurkowania), kąpiel w gorących źródłach.

**Źródło** – Rotel Tours 2015, s. 160

**Uwagi/komentarz:** Podróż ma zdecydowany profil poznawczy, nie uwzględnia udziału w obrzędach religijnych, a tylko w jednym miejscu (Bazylika Grobu) ich obserwowanie. Elementy poznawcze są „wzmocnione” przez krótkie krytyczne prelekcje przewodnika z przygotowaniem teologicznym i archeologicznym.

### **Przypadek 13.**

**Nazwa/tytuł:** **Auf den Spuren der frühen ökumenischen Konzilien**

**Organizator:** Terra Santa Tours – komercyjny organizator podróży religijnych

**Typ podróży** – tematyczna wyprawa studyjna

**Główny środek transportu** – autokar (plus transfer lotniczy)

**Czas trwania** – 10 dni

**Miejsca odwiedzane** – Sztambuł, Chalcedon, Iznik (Nicea), Bursa, Sardes, Pammukale, Hierapolis – Laodicea, Izmir, Efez.

**Moduły religijne** – brak

**Moduły poznawcze** – wykłady historyczne i teologiczne na temat tworzenia się doktryny chrześcijańskiej i poszczególnych soborów (6), warsztaty seminaryjne (3), komentarze teologiczne i historyczne do zwiedzanych miejsc (9), prelekcje w drodze (4-6), tematyczne zwiedzanie miast (3).

**Pozostałe aktywności** – Rejs statkiem po cieśninie Bosfor, wizyta w manufakturze dywanów, zwiedzanie Parku Narodowego w Pammukale, kąpiel termalna, shopping.

**Źródło** – Terra Santa Tours 2015

**Uwagi/komentarz:** Celem wyprawy jest uzyskanie „pogłębionego zrozumienia pochodzenia wiary chrześcijańskiej i procesów historycznych, formujących jej doktrynę”. Jej program tematyczny w pełni koncentruje się



wokół treści dotyczących religii, jednak jest realizowany (przez osoby o najwyższych kwalifikacjach (prof. Markus Ries) wyłącznie w aspekcie poznawczym. Brak elementów przeżycia religijnego.

#### **Przypadek 14.**

**Nazwa/tytuł: Des Christenherz auf Rosen geht – Wege zu Martin Luther in Mitteldeutschland.**

**Organizator:** Civitas Touristic Berlin-Brandenburg, organizator wypraw kulturowych.

**Typ podróży** – podróż rekonstruująca główne trasy wędrówek Marcina Lutra

**Główny środek transportu** – autokar

**Czas trwania** – 5 dni

**Miejsca odwiedzane** – Eisenach, Wartburg, Erfurt, Möhra, Wittenberg, Sottenheim, Torgau

**Moduły religijne** – możliwość uczestnictwa w liturgii ewangelickiej w Wittenberdze

**Moduły poznawcze:** odwiedziny miejsc pochodzenia rodziny Marcina Lutra, jego miejsca biograficzne: nauki, studiów, zwrotnego przeżycia („nawrócenia”), życia zakonnego i ordynacji, nauczania i wystąpienia z tezami Reformacji, ukrywania się i tłumaczenia Biblii, ostatnich lat życia, miejsca rodzinne jego żony z miejscem pochówku. Wśród modułów zwiedzenie 5 wystaw muzealnych, trzy spaceru tematyczne przez miasta. Przewidziane kilka prelekcji tematycznych w drodze.

**Pozostałe aktywności** – brak w programie, przewidziane na czas wolny (m.in. kąpiel w źródłach termalnych).

**Źródło** – Civitas Touristic 2015

**Uwagi/komentarz:** Program ukierunkowany na krytyczną rekonstrukcję życiorysu tytułowego bohatera wyprawy (postaci kluczowej dla idei religijnej i jednego z głównych wyznań chrześcijańskich) w miejscach jego życia i na szlakach przemieszczeń powiązanych z jego misją. Zdecydowanie dominują elementy poznawcze, jedyny element religijny pozostawiony jest uczestnikom do wolnego wyboru i może być realizowany z pozycji obserwatora.

#### **Przypadek 15.**

**Nazwa/tytuł: Ahnenkulte und Voodoo-Zauber**

**Organizator:** Lonely Planet Traveller, organizator kulturowych podróży egzotycznych

**Typ podróży** – tematyczna wyprawa objazdowa

**Główny środek transportu** – samolot (transfer), autokar, statek rzeczny, transfer lotniczy do obszaru wyprawy

**Czas trwania** – 19 dni

**Miejsca odwiedzone** – znajdują się w trzech krajach: Burkina Faso, Beninie i Togo. Są to kolejno: Ouagadougou, Tiebele, Park Narodowy Nazgina, Gaoua, Fabledougou, Bobo-Dioulasso, Manega, Natitingou, Somba, Abomey, Porto Novo, Cotonou, Ganie, Ouidah, Python, Grand-popo, Anetho, Togo-Ville, Kpalime, Klouto, Atakame, Lome.

**Moduły religijne** – brak

**Moduły poznawcze** – zwiedzanie dawnych i aktualnych miejsc świętych (9-10), obserwacja kilku typów obrzędów Voodoo (m.in. ceremonii Zangbetto) oraz rekonstrukcji tańców obrzędowych, oprowadzanie w świętym lesie, spotkanie z miejscową rodziną w jej domu z rozmową o roli wiary i religii w ich życiu, tematyczne zwiedzanie muzeum (przedmioty obrzędowe). Wizyta na targu Voodoo i obserwacja przyrządzania mikstur. W drodze i przed obserwacjami rytów i rekonstrukcji komentarze wprowadzające.

**Pozostałe aktywności** – zwiedzanie miast i wiosek, wizyta w zabytkowych obiektach oraz wędrówka przez teren parku narodowego, spacer przyrodnicze (4), shopping na miejscowym targu, kąpiele morskie i w wodospadzie.

**Źródło** – World insight 2015, s.112-113

**Uwagi/komentarz:** Podróż ma charakter typowo poznawczy, modułom religijnym towarzyszy krytyczny komentarz, a elementy uczestnictwa w obrzędach realizowane są wyłącznie z pozycji obserwatora. Spotkanie z wiernymi religii odbywa się w ich środowisku domowym.

### **Przypadek 16.**

**Nazwa/tytuł: Istanbul interreligiös und interkulturell**

**Organizator:** Zürcher Lehrhaus – miejska instytucja edukacyjna.

**Typ podróży** – seminarium „in situ”

**Główny środek transportu** – program stacjonarny, transfer lotniczy do miasta realizacji

**Czas trwania** – 5 dni

**Miejsca odwiedzone** – Istanbul (stacjonarnie)

**Moduły religijne** – brak

**Moduły poznawcze** – seminaryjne warsztaty teologiczne (4), wizyty w czynnych obiektach sakralnych chrześcijan (różnych wyznań i rytów) i centrach muzułmańskich (różne kierunki), spotkania z przedstawicielami wyznań i kierunków interpretacji islamu (5), prelekcje tematyczne.

**Pozostałe aktywności** – brak wzmianek (w czasie wolnym do uznania uczestników)

**Źródło** – Zürcher Lehrhaus 2015

**Uwagi/komentarz:** Program koncentruje się w pełni na tematyce religijnej (nie zawiera nawet zwyczajowego zwiedzania miasta), jednak ma charakter intelektualnej konfrontacji z tą tematyką i nie proponuje elementów modlitwy, kultu ani przeżywania wiary nawet z pozycji obserwacji.

**Przypadek 17.**

**Nazwa/tytuł: Kathedralen in Frankreich**

**Organizator:** Studiosus Reisen, organizator podróży studyjnych

**Typ podróży** – tematyczna podróż kulturowa

**Główny środek transportu** – autokar

**Czas trwania** – 8 dni

**Miejsca odwiedzone** – Reims, Laon, Noyon, Compiègne, Senlis, Soissons, Amiens, Beauvais, Paris (3 obiekty), Chartres, Sens, Troyes.

**Moduły religijne** – brak w programie

**Moduły poznawcze** – zwiedzanie, prelekcje tematyczne (w sumie 7, m.in. dotyczące religijnych źródeł symboliki gotyku, kontekstu religijnego witraży), prelekcje „in situ” na temat szczegółowych rozwiązań architektonicznych lub historycznego rozwoju form (4), spotkanie z artystą witrażystą.

**Pozostałe aktywności** – wizyta w wytwórni szampanów z degustacją, spacery miejskie (3).

**Źródło** – KulTimer. Events und Kulturtrips 2015, s. 44-45

**Uwagi/komentarz:** Ta propozycja wydaje się sytuować dokładnie na pograniczu turystyki religijnej i całkowicie świeckiej turystyki dziedzictwa kulturowego: analiza jej programu pozwala ustalić obecność treści typowych dla obu form turystyki kulturowej. Turyści nie stykają się wprost z rzeczywistością religijną, jednak pogłębione komentarze wielokrotnie doprowadzają ich do refleksowania idei w kontekście form wyrazu: ich teologiczne źródła i znaczenia są prezentowane na równi z technicznymi i artystycznymi rozwiązaniami.

**Przypadek 18.**

**Nazwa / tytuł: Den Göttern ganz nahe**

**Organizator:** Lonely Planet Traveller, organizator kulturowych podróży egzotycznych

**Typ podróży** – tematyczna wyprawa aktywna w małej grupie (4-12 osób)

**Główny środek transportu** – piesza z odcinkami autokarowymi

**Czas trwania** – 18 dni (plus 6 dni trekkingu z oddzielnym programem)

**Miejsca odwiedzone** – Katmandu, Pashupatinath, Bodnath, Patan, Bhaktapur, Dhulikhel, Changu-Narayan, Nagarkot, Bandipur, Pokhara, Pame, Park Narodowy Chitwan.

**Moduły religijne** – brak w programie

**Moduły poznawcze** – zwiedzanie świątyń, stup i klasztorów, prelekcje na temat doktryny, ludowych wierzeń i życia religijnego Nepalczyków, obserwacja religijnego obrzędu kremacji ciała, bierny udział w obrzędzie religijnym wiejskiej społeczności, spotkanie i rozmowa z mnichem buddyjskim.

**Pozostałe aktywności** – turystyczny lot nad fragmentem Himalajów, safari w dżungli z przejażdżką na słoniu, shopping na lokalnym targu, spacer turystyczne przez miasta (4) spacer przyrodnicze (6).

**Źródło** – World insight 2015, s. 220-221

**Uwagi/komentarz:** Jakkolwiek program zawiera elementy uczestnictwa w obrzędach religijnych, to są one ograniczone do obserwacji z przewidzianym z góry dystansem fizycznym, gwarantującym nieprzeszkadzanie wiernym. Z kolei zwiedzanie czynnych miejsc kultu umożliwia wmiśnięcie się w tłum wiernych i ograniczony udział w ich przeżyciu, jednak go nie zakłada ani nie wymusza. Spotkanie z przedstawicielem religii zawiera jego opisową wypowiedź i rundę pytań, co jest typowe dla modułów poznawczych.

### **Źródła:**

**Katalogi wybranych touroperatorów zawierające programy prezentowanych wypraw:**

Camino Milenario 2014-2015, [www.caminomilenario.com](http://www.caminomilenario.com)

DER Pilger Reisen. Erzdiözese Freiburg, Freiburg, 2015

Ikarus Tours. Ferne Welten. Europa, Ikarus Tours GmbH, Königstein 2015

Rotel Tours 2015 – Rotel Tours – das rollende Hotel. Die größten Bussreisen der Welt, Tittling

Koch-Reisen, Katalog 2015, Wohlfalden 2015

KulTimer. Events und Kulturtrips, Wyd Studiosus Reisen GmbH, München 2015

Terra Sancta Tours, AG, Reisekatalog 2015, Bern, 2015

World insight. Erlebnis Reisens 2015/2016, Lonely Planet Traveller PressUp GmbH, Hamburg 2015

**Oficjalne strony internetowe touroperatorów i organizacji:**

(dostęp do wszystkich źródeł potwierdzony na dzień 21 marca 2015)

Christl-Reisen 2015, [www.christl-reisen.at](http://www.christl-reisen.at)

Civitas Touristic 2015, Reise zu Luther, [www.civitas-touristic.de](http://www.civitas-touristic.de)

Heilig Land Verein 2015, [www.heilig-land-verein.de](http://www.heilig-land-verein.de)

Ir-Reisen-CH 2015, Chagall, [www.ir-reisen.ch](http://www.ir-reisen.ch)

Neue Wege 2015, [www.neuewege.com](http://www.neuewege.com)

Pilgerreisen.de 2015, [www.pilgerreisen.de](http://www.pilgerreisen.de)

Zürcher Lehrhaus 2015, [www.zuercher-lehrhaus.ch](http://www.zuercher-lehrhaus.ch)



## JAK TURYSŃCI ZWIEDZAJĄ MUZEA SZTUKI? PROPOZYCJA KLASYFIKACJI

*Maria Gutowska\**

### Abstrakt

**Cel.** Analiza zachowań turystów w muzeach sztuki – kwestie motywacji, celów, sposobów zwiedzania, traktowania sztuki, przestrzeni muzealnej itd. Propozycja klasyfikacji turystów ze względu na przyjmowane w muzeum role. Wskazanie na ich poważny charakter.

**Metoda.** Antropologiczne, empiryczne badania prowadzone wśród indywidualnych turystów zwiedzających muzea sztuki. Badania o charakterze wstępnym miały charakter otwartej ankiety. Badaniem ankietowym objęto 150 osób zwiedzających Muzeum Książąt Czartoryskich w Krakowie, Galerię Uffizi we Florencji oraz Luwr w Paryżu. Dalsze, zasadnicze badania jakościowe stanowiły pogłębione wywiady z 30 osobami, trwające średnio 1,5 godziny.

**Wyniki.** Wyniki przeprowadzonych badań, które ujęte zostały w niniejszym artykule, to proponowana klasyfikacja turystów zależnie od przyjmowanej w muzeum roli: *Ciekawego Wiedzy, Admiratora, Konesera, Ciekawego Atrakeji i Towarzysza.*

**Ograniczenia badań i wnioski.** Praca dotyczy jedynie turystów indywidualnych, którzy zwiedzają muzea sztuki. Nacisk położono na muzea sztuki w Europie, nie podjęto problematyki związanej z postrzeganiem np. sztuki egzotycznej.

**Implikacje praktyczne.** Ustalenia badawcze mogą nie tylko posłużyć do dalszych badań antropologicznych, lecz również wykazać swą przydatność w praktyce muzealnej.

**Oryginalność pracy.** Dotąd powstało niewiele prac, w których prezentowano szczegółowo problematykę turystów zwiedzających muzea sztuki. Zaproponowana w artykule klasyfikacja jest o tyle oryginalna, że choć wpisuje się w pewną tradycję badawczą, to jednak starano się w niej unikać popełnianych wcześniej błędów (m.in. wartościowania) oraz oparto ją na rzadkich w tym kontekście badaniach antropologicznych.

**Rodzaj pracy.** Artykuł prezentujący część wyników badań empirycznych.

**Słowa kluczowe:** muzea sztuki, sztuka, turyści, zwiedzający.

---

\* Mgr; Uniwersytet Jagielloński, Wydział Historyczny; e-mail: maria.gutowska@gmail.com.

## Wprowadzenie

Atrakcję turystyczną można postrzegać, powołując się na klasyczną już pozycję D. MacCannella [2002], jako triadę złożoną z turysty, widoku i oznacznika. Taką szczególną atrakcją stanowią muzea sztuki oraz zgromadzone w nich dzieła. Natychmiast pojawiają się wtedy pytania: Co stanowi „widok” tej atrakcji: czy pojedynczy obraz czy kolekcja czy też muzeum jako całość? Co jest oznaczniakiem: czy tabliczka z „suchą” informacją i nazwiskiem autora, czy też wszelkie (także popkulturowe) odniesienia do danego miejsca czy dzieła? I wreszcie: kim jest turysta? W poniższym artykule zajmę się właśnie tą ostatnią kwestią. Turystów, którzy odwiedzają muzea sztuki, najczęściej klasyfikujemy jako turystów kulturowych. Zważywszy jednak, że muzea sztuki stanowią obecnie jedno z najważniejszych atrakcji w dużych europejskich metropoliach i przyciągają dosłownie miliony zwiedzających, konieczna jest refleksja na ich temat i próba klasyfikacji. Warto zająć się tym, co motywuje turystę do pójścia do muzeum sztuki, jakie stawia on sobie cele, co i w jaki sposób ogląda, jakim doświadczeniem jest dla niego zwiedzanie i, ostatecznie, jakie potrzeby zaspokaja, co mu ono daje. W ten sposób można będzie lepiej zrozumieć zjawisko muzealnej turystyki. Zasadniczą część niniejszego artykułu stanowi próba klasyfikacji turystów, którzy odwiedzają muzea sztuki. Stworzono ją na podstawie zarówno istniejącej literatury przedmiotu, jak i własnych badań; przede wszystkim pogłębionych wywiadów.

## Przegląd literatury

Zjawisko turystyki muzealnej, choć ma charakter masowy, to jest jednak stosunkowo rzadko analizowane przez badaczy turystyki. Najwięcej uwagi poświęca się muzeom historycznym, które bardzo wyraźnie wpisują się w turystykę dziedzictwa i w jej kontekście są przywoływane [Urry 2007]. Badania samej publiczności muzealnej mają swoją historię w socjologii i sięgają lat 60. XX wieku oraz ogromnego przedsięwzięcia P. Bourdieu [2005, s. 10-11], którego zainteresował gust kulturalny i jego źródła. Ustalenia tego badacza stanowiły podwaliny pod dokonania tych, którzy w socjologii zajmowali się później odbiorem sztuki. Wykazał on, że kompetencje i gust dotyczące rozmaitych poziomów kultury zależne są od habitusu osoby, a te z kolei od demografii, warunków życia społecznego, poziomu edukacji i pochodzenia. Analogicznie, kompetencja artystyczna, rozumiana jako obeznanie ze sztuką, jej stylami i klasyfikacjami, wskazuje wyraźnie na wykształcenie i klasę społeczną. Takie spojrzenie na odbiór sztuki i kompetencję kulturową zdominowało na dłuższy czas socjologię sztuki [Heinich 2010, s. 68-72]. Zbieranie danych demograficznych na temat zwiedzających jest nadal głównym celem badań zleczanych przez same muzea.

Od lat 60. ubiegłego wieku wiele się jednak zmieniło zarówno w muzeach sztuki, jak i wśród publiczności. Wraz ze wzrastającą liczbą turystów wzrasta także liczba zwiedzających, do których muzea próbują się w znacznym stopniu dostosować. Idea demokratyczności, która leżała u początków narodowych muzeów, ustanawianych od końca XVIII wieku jako wspólne dobro narodu, współcześnie wydaje się realizować lepiej niż kiedykolwiek. Dzisiaj wiedza o sztuce jest nie tylko łatwiej dostępna dla wszystkich, niezależnie od klasy społecznej i wykształcenia jako takiego, ale także na rozmaite sposoby popularyzowana. W dobie globalizacji i masowej reprodukcji dzieł zjawiskiem powszechnym jest pisanie o sztuce w prasie codziennej i kolorowej, wszędybyłskość reprodukcji oraz mnogość odwołań do słynnych dzieł, także w kulturze popularnej<sup>1</sup>. Dochodzi do tego również względna łatwość dostępu do dzieł znanych i wybitnych. Podróż do Luwru nie wymaga już od statystycznego Europejczyka wielkich nakładów energii, czasu i pieniędzy. Oczywiście nie dotyczy to mieszkańców całego świata, ale możliwość bezpośredniego obcowania z oryginalnym dziełem sztuki pozostaje w zasięgu większości turystów.

Muzea, zainteresowane zwiększeniem liczby zwiedzających oraz udoskonaleniem swojej oferty edukacyjnej, prowadzą obecnie własne badania zwiedzających i ich frekwencji (które tylko niekiedy są publikowane), jednak znakomita ich większość ogranicza się do demografii<sup>2</sup>. W ten sposób powielają jedynie ustalenia P. Bourdieu, iż do muzeum przychodzi wykształcony biały z klasy średniej (do muzeum sztuki częściej kobieta). Nie pomagają to jednak w odkrywaniu różnorodności zwiedzających i ich motywacji, co dobitnie uzmysłowił wieloletni badacz zwiedzających John Falk, przypominając, iż „biały duński mężczyzna jest zawsze białym duńskim mężczyzną” [Falk 2013, s. 110]. Jak wykażemy poniżej, sposobów zwiedzania można podać przynajmniej kilka, nawet w grupie, która jest demograficznie spójna.

Badania jakościowe o charakterze antropologicznym, zaczęły się pojawiać w latach 80. XX wieku. Był to moment, w którym badacze zorientowali się, że turyści [Cohen 1979] i zwiedzający muzea [Hood 1983] nie są grupą homogeniczną i wskazane są dogłębne studia nad dotyczącą ich problematyką. Odejście od demografii zwiedzających i edukacyjnego charakteru muzeów pozwala na znacznie bardziej szczegółowe ustalenia dotyczące muzealnych wizyt. Ze względu na brak miejsca na szczegółowe omówienie zagadnienia ograniczę się jedynie do krótkiego przywołania najważniejszych prac.

---

<sup>1</sup> Niezwykle ciekawie o obrazie muzeum w filmach pisze Ewelina Mędrala-Młyńska, *Co widz wie o muzeum? Obraz muzeum w filmie i serialu*, [w:] *Rocznik Muzeum Częstochowskiego*, Częstochowa 2011.

<sup>2</sup> Istnieją oczywiście chlubne wyjątki jak np. badania zlecone przez Smithsonian Institute w latach 90 [za: A.J. Pekarik i in. 1999, s. 152-173] czy w londyńskim Tate Modern i Tate Britain (w ramach większego ogólnomuzealnego projektu) wykonane przez ośrodek badawczy Morris Hargreaves McIntyre (opublikowane w 2007 pt. *Audience knowledge digest. Why people visit museums and galleries, and what can be done to attract them*).



Wspomniana M. Hood [1983] w swoich badaniach przedmiotem zainteresowania uczyniła nie tylko demografię, ale także indywidualne preferencje, motywacje i doświadczenia potencjalnych zwiedzających. Ustaliła relację pomiędzy częstotliwością wizyt w muzeum a preferowanym sposobem spędzania wolnego czasu<sup>3</sup>. Pod koniec lat 90. Th. Moussouri [Falk 2009], pytając o motywacje wizyt muzealnych wskazała sześć istotnych celów, dla których zwiedzający udają się do muzeum, czyli: edukację, rozrywkę, wydarzenie towarzyskie, cykl życia (przyrowadzenie do muzeum dziecka, bo samemu w dzieciństwie chodziło się do muzeum), miejsce (odwiedzenie miejsca, które jest charakterystyczne dla danego miasta), kwestie praktyczne (brzydka pogoda, bliskość, darmowy bilet). Badania te były kontynuowane zarówno przez samą Hood, jak i J. Falka oraz D. Coulsona i wynika z nich dalsze istotne ustalenie, że edukacja i rozrywka nie muszą stać w opozycji; mogą być (i często są) współobecne w zwiedzaniu. Badacze wskazali także na niejednoznaczność postaw zwiedzających, których nie sposób i nie warto „szufladkować”.

Dotychczas przywołane zostały badania dotyczące muzeów jako takich. Jednak ze względu na specyfikę muzeów sztuki trzeba na nie spojrzeć z nieco innej perspektywy. Ciekawe badania dotyczące stricte muzeów sztuki przeprowadziła na Cyprze Th. Stylianou-Lambert [2003]. Będą one stanowiły podstawę zaproponowanego przeze mnie dalej podziału. Stylianou-Lambert badała zarówno osoby, które do muzeów chodziły, jak i te, które tego nie robiły. Nie badała publiczności konkretnego muzeum, lecz ogólniej – postrzeganie muzeów sztuki. Badaczka oparła swoją klasyfikację na ośmiu „filtrach”, z których trzy dotyczyły osób nieodwiedzających muzeów sztuki. Kategoria „filtru” ma zaletę plastyczności; łatwo możemy sobie wyobrazić potencjalnego zwiedzającego, który przy okazji konkretnej wizyty wybiera odpowiedni dla siebie filtr i nakłada go na obiekt swojego zwiedzania, a ponadto może tych filtrów nałożyć jednocześnie więcej.

Stosowanie kategorii „filtrów” zamiast ścisłych klasyfikacji pozwala na swobodniejsze operowanie zebrany materiał. Filtry te łączą się nie tylko z podstawową motywacją i celem, z jakim zwiedzający przychodzi do muzeum, ale także pozwalają uzyskać sporo informacji o samym sposobie zwiedzania, obcowania ze sztuką i o ogólnym do niej stosunku. Podobny podział odnajdujemy u J. Falka, który swoje badania prowadzi od lat 80. [Falk 1992, 2012]. Stworzona przez niego klasyfikacja jest obecnie wykorzystywana w badaniach prowadzonych przez same muzea i pozwala im odpowiedzieć na rozmaite potrzeby zwiedzających<sup>4</sup>. Falk podaje sześć motywacji,

<sup>3</sup> W ciągu ostatnich 30 lat sposoby spędzania wolnego czasu oraz mobilność uległy ogromnym zmianom, więc badania Hood [1983] straciły obecnie na aktualności. Późniejsze badania [Falk 2009] nie do końca zgodne są z pierwotnymi ustaleniami Hood.

<sup>4</sup> Wykorzystują ją m.in. coroczne duńskie narodowe badania muzeów. Strona internetowa projektu <http://www.kulturstyrelsen.dk/english/institutions/museums/museum-surveys/> raport: *User Survey 2012*, Danish Agency for Culture [5.03.2015].

które pozwalają przypisać osobę wkraczającą do muzeum do jednej z grup. Gdy przyjrzeć się dokładnie typografii stworzonej przez Stylianou-Lambert i Falka, okazują się one niezmiernie podobne, tak iż przy niewielkich modyfikacjach można je na siebie nałożyć, co przedstawiono w tabeli 1:

**Tabela 1.** Zestawienie klasyfikacji turystów wg Th. Stylianou-Lambert oraz J. Falka.

**Table 1.** The classification of tourists by Th. Stylianou-Lambert and J. Falk.

Stylianou-Lambert (filtry)	Falk (postaci)	Charakterystyka
profesjonalny	Organizator	przyrowadzanie kogoś do muzeum
	Profesjonalista/Entuzjasta	zawodowe zainteresowanie muzeum
miłości do sztuki		potrzeba podziwiania
osobistego rozwoju	Poszukiwacz wiedzy	zdobywanie wiedzy o sobie (Stylianou-Lambert) i świecie (Falk)
turysty kulturowego	Spragniony doświadczeń	zainteresowanie tym co słynne i kulturowo ważne
towarzyski	Ciągany	przyrowadzony do muzeum przez kogoś
x	Ładujący baterie	potrzeba oderwania od codzienności i poszukiwanie estetycznej przyjemności

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

U Falka kategorii jest więcej niż u Stylianou-Lambert. Wprowadzenie osobnej kategorii *Organizatora* (wpisującego się w filtr profesjonalny Stylianou-Lambert) wynika z odmienności badanych muzeów. Falk analizuje całościowo wszystkie muzea, włączając w to muzea techniki, nauki czy historii, w których uczenie siebie i innych jest priorytetowe i stąd ważna rola Organizatora. Inaczej rzecz się ma w muzeach sztuki, które nie są w tak dużym stopniu nastawione na edukowanie zwiedzających. Wśród motywacji indywidualnych zwiedzających muzea sztuki może pojawić się chęć pokazania ich komuś innemu (szczególnie dzieciom), jednak towarzyszyć będzie temu także jakaś inna, bardziej osobista, motywacja<sup>5</sup> [Stylianou-Lambert 2003, s. 413].

<sup>5</sup> T. Stylianou-Lambert opisuje Kostasa – ojca rodziny, który jako kurator stosuje filtr profesjonalny, ale jednocześnie ma potrzebę przyrowadzania do muzeum swoich dzieci.

Druga kategoria Falka, niewspółgrająca z teorią „filtrów” Stylianou-Lambert – to *Ładujący baterie*. Jest to kategoria najbardziej problematyczna, a jednocześnie w pewien sposób godna szczególniejszej uwagi. Do tej grupy wpisać należy osoby, które do muzeum przychodzą, żeby się zregenerować, odpocząć, zebrać energię, oderwać się od codzienności. Co więcej, z ustaleń Falka<sup>6</sup> wynika, że ta grupa dominuje w muzeach sztuki. Tym bardziej wydaje się intrygujące, że nic podobnego nie pojawia się u Stylianou-Lambert. Jest tak dlatego, że jeśli przyjąć za cel regenerację, to i tak konieczne jest wybranie jeszcze drugiej motywacji, która określi sam sposób zwiedzania. Jeśli regeneracja ma odbyć się w muzeum van Gogha, to trzeba będzie w nim wybrać, czy odpoczywamy czytając podpisy i dowiadując się rzeczy nowych (*Poszukiwacz wiedzy*), czy też może chłoniemy atmosferę miejsca i spokój eksponatów jako miłośnicy impresjonistów (*Entuzjasta*) albo może przechadzamy się jedynie po salach, do których, jak wierzymy, konieczne „trzeba” wejść, aby zobaczyć eksponowane w nich dzieła sztuki i to napawa nas satysfakcją (*Spragniony doświadczeń*)? W muzeum sztuki regeneracja jest szczególnie ważna i dotyczy niemal wszystkich zwiedzających, przenika wszystkie pozostałe motywacje i strategie zwiedzania, nie należy jej zatem wyodrębnić jako pojedynczej, osobnej kategorii<sup>7</sup>. Stąd klasyfikacja Falka nie jest w stu procentach satysfakcjonująca w odniesieniu do muzeów sztuki.

W perspektywie moich badań muszę dokonać także pewnej adaptacji klasyfikacji Stylianou-Lambert. Przed wszystkim dlatego, że interesowali mnie jedynie ci zwiedzający, których można nazywać turystami, z pominięciem osób przebywających w muzeum w związku ze swoją pracą (pomijam zatem filtr profesjonalny). Konieczna jest także zmiana nazwy filtra „turystyki kulturowej”, bowiem jest to bardzo szeroka kategoria i mieści się w niej znakomita większość osób przekraczających progi muzeów. W toku swoich badań doszłam także do wniosku, że konieczne jest wyróżnienie osobnej kategorii, łączącej tych, którzy w muzeum poszukują wiedzy. Stylianou-Lambert jednym filtrem „rozwoju osobistego” obejmuje osoby, które chcą w muzeum poszerzyć swoją wiedzę faktograficzną i tych, którzy chcą się poprzez wizytę wewnątrznie rozwinąć.

## Metoda

Przeprowadzone przeze mnie badania uzupełniają różnorodność podejść badawczych przede wszystkim dlatego, że zajmują się pewną określoną grupą turystów muzealnych. Interesują mnie relacje osób, które w czasie

---

<sup>6</sup> Potwierdzają to także wspomniane wcześniej w przypisach duńskie badania z lat 2012-2014.

<sup>7</sup> Podobnie o oderwaniu od codzienności i związanej z tym regeneracji każdego turysty pisał Nelson Graburn, widząc w tym dalej rytualny charakter turystyki [Graburn 1983].

swoich indywidualnych wyjazdów turystycznych odwiedzają muzea sztuki. Pomijam tym samym turystów, którzy jeżdżą z wycieczkami zorganizowanymi (choć sędzę, że także ich dotyczyć mogą poczynione dalej uwagi), profesjonalistów muzealnych, którzy odwiedzają muzea np. jako kuratorzy, czy dzieci, które nauczyciel przyprowadził do muzeum na lekcje. Na pierwszym etapie badań przeanalizowałam za pomocą otwartych ankiet motywację około 150 osób różnych narodowości, które dopiero co wyszły z muzeum (Muzeum Książąt Czartoryskich w Krakowie, Galerii Uffizi we Florencji i Luwru w Paryżu) lub właśnie miały do niego wejść. Później zaś przeprowadziłam pogłębione (trwające średnio około 1,5 godziny) wywiady z około 30 Polakami, którzy deklarowali, że w czasie wyjazdów zwiedzają muzea. Każda z tych osób inaczej opowiadała o swoich muzealnych doświadczeniach i wrażeniach, niemniej dało się zauważyć pewne powtarzające się cechy wspólne dotyczące sposobów zwiedzania muzeów sztuki, uznawane przez samych rozmówców za szczególnie istotne. Na tej podstawie, korzystając także z dotychczasowych ustaleń zawartych w literaturze przedmiotu, dokonałam własnej próby klasyfikacji. Nie dotyczy ona stricte typów turystów, ale podejmowanych przez nich sposobów uprawiania turystyki muzealnej, które nazwałam „rolami”. Zebrane relacje pozwoliły mi wyodrębnić pięć zasadniczych ról, które mają istotne znaczenie w sposobie realizacji wizyty muzealnej i perspektywie opowiadania o muzeum. Rola jest pewnym wzorcem idealnym, konkretna osoba podejmuje ją w sobie właściwy sposób, modyfikuje, może też w czasie zwiedzania muzeum odgrywać więcej niż jedną rolę. Inspiracją do takiego traktowania muzealnych turystów i dalej – do przyjęcia zaproponowanej klasyfikacji – były przywołane powyżej badania J. Falka [2012] oraz Th. Stylianou-Lambert [2003]. Klasyfikacje tych badaczy, jak się okazało, wymagały jednak pewnych zmian. Tym niemniej widoczne są podobieństwa pomiędzy tymi badaniami (odległymi od siebie w czasie i przestrzeni), co pozwala ryzykować stwierdzenie, że zaproponowana poniżej klasyfikacja jest stosunkowo uniwersalna. Chociaż jest również prawdopodobne, że dalsze szczegółowe badania ujawnią kolejną potrzebę jej adaptacji, np. zależną od narodowości respondentów.

Posługując się kategorią „roli” chciałam uniknąć zbyt sztywnego, kategorycznego i jednoznacznego szufladkowania turystów. Należy też od razu zaznaczyć, o czym już dalej nie będzie mowy, że wyszczególnione role nie obejmują wszystkich istotnych dla zwiedzających elementów zwiedzania, takich jak potrzeba autentyczności, ludyczność zwiedzania czy odczuwanie transcendencji. Te kwestie pojawiają się bowiem niezależnie od ról, a ich omówienie wykracza poza ramy tego artykułu.

Tworząc nazwy dla ról ważne było dla mnie, aby klasyfikacja była możliwie niewartościująca. Gdy mamy bowiem do czynienia [Stylianou-Lambert 2003] np. z odbiorem „profesjonalnym” i „turystą kulturowym” z łatwością, niemal niezauważalnie i wbrew sobie, zaczynamy wartościować. Spojrzenie

„profesjonalisty” łatwo odczytać jako idealne, zaś określenie „turysta kulturowy” kojarzyć się może z powierzchownością. Proponowane i omawiane dalej role to:

- *Ciekawy Wiedzy* – istotne jest dla niej poznawanie i zdobywanie wiedzy, ustawiczne kształcenie, które jednak nie powinno kojarzyć się z wysiłkiem, a raczej przyjemnością.
- *Admirator* – rola podziwiającego sztukę (nie jest konieczna wiedza na jej temat).
- *Koneser* – rola podziwiającego sztukę (posiada pewną wiedzę o niej).
- *Ciekawy Atrakcji* – rola traktującego muzeum sztuki jako atrakcję turystyczną, którą należy zobaczyć „na własne oczy”.
- *Towarzysz* – rola tego, który znalazł się w muzeum dla towarzystwa.

## Wyniki

Poniżej przedstawię cechy charakterystyczne dla każdej roli na przykładzie dwóch wybranych rozmówców reprezentujących w sposób najpełniejszy poszczególne podejście do zwiedzania.

**CIEKAWY WIEDZY.** Dla osoby, która wybiera rolę Ciekawego Wiedzy, najważniejszy staje się aspekt poznawczy zwiedzania. Charakterystyczne cechy sposobu zwiedzania, odbioru sztuki, traktowania i doświadczania muzeum przez Ciekawego Wiedzy pokażę na dwóch przykładach: 25-letniego informatyka Grzegorza i 45-letniego nauczyciela matematyki Michała. Obaj w trakcie wyjazdów znajdują czas na odwiedzenie muzeów, wśród nich muzeów sztuki. Grzegorz zwiedza wraz z żoną europejskie stolice podczas krótkich okołoweekendowych wyjazdów. Michał zazwyczaj podróżuje sam. Odbywa dłuższe (trwające 2-3 tygodnie) wyjazdy do Europy Wschodniej, gdzie poświęca uwagę zarówno kulturze danego regionu, jak i przyrodzie, oraz krótsze (kilkudniowe) wyjazdy do miast Europy Zachodniej – tu interesuje go raczej kultura niż przyroda. Zasadniczą motywację *Ciekawego Wiedzy* do odbycia wizyty w muzeum dobrze oddają słowa Michała:

„Dla mnie życie jest ciągle, w jakimś stopniu, poznawaniem. Poznawaniem otoczenia. Więc pójście do muzeum się w to wpisuje. [...] Dla mnie jest to takie samo poznawanie świata, jak inne. Jak mówię, ja mogę przez pół dnia jeździć metrem i oglądać sobie: tu jest taka stacja, tu... to też jest podobne do muzeum” [Michał].

## Historie

Dla *Ciekawego Wiedzy* poznawanie wiąże się z historiami odnajdywanymi w muzeum sztuki. Niekoniecznie historiami w znaczeniu dziejów krajów czy kontynentów, ale opowieściami związanymi z obrazem i jego

autorem. Kieruje on swoje kroki do muzeum, w którym ma nadzieję poznać interesujące historie i to wiedza pozwala mu czerpać przyjemność z oglądania dzieł sztuki.

„Mnie w muzeum najbardziej cieszy, jak mogę zobaczyć jakąś historię. W Orsayu (...) jak jest wystawa o van Goghu, to przechodzi się właściwie przez całe jego życie. Przez jego listy. Listy są w audioguidzie, przy każdym obrazie jest zawsze tło. Także naprawdę da się przejść przez całe jego życie i trochę to połączyć. Jakby masz obraz jakiejś realnej historii” [Grzegorz].

Wyraźnie widoczne są tu już dwa elementy typowe dla *Ciekawego Wiedzy*: wartość opowiedzianej historii oraz fakt, że to, co w dziele cieszy, stanowi właśnie poznawanie jego historii. Przy tym owo poznawanie może oznaczać dwie różne sprawy: historię dzieła w kontekście biografii jego autora lub historię, którą samo dzieło pokazuje. W powyższym cytacie wyraźne jest zainteresowanie historią samego artysty i związku jego życia z tym, jak wygląda obraz. W poniższej wypowiedzi zaś widać zainteresowanie samym tematem obrazu. Wyraźny jest też aspekt poznawczy.

„Czasem na pewne rzeczy dobrze, żeby ktoś mi zwrócił uwagę, czego normalnie bym nie dostrzegł. (...) Ostatnio... znaczy z rok temu, byłem na takim wykładzie o anamorfozach (...). Pokazywała dziewczyna obraz, który jest w Londynie, w National Gallery. Już nie pamiętam teraz autora... [mowa o *Ambasadach* Holbeina – MG] obraz, na którym jest czaszka, którą widać dopiero [wtedy], jak się stanie tam w pewnym miejscu. Ja wielokrotnie przechodziłem koło tego obrazu i jakoś nie zwróciłem na to uwagi, a teraz wiedziałem, że muszę go znaleźć i zobaczyć, jak on wygląda” [Michał].

### Metodyczność i detale

W sposobie zwiedzania *Ciekawego Wiedzy* charakterystyczna jest metodyczność, stara się on nie pomijać niczego i przechodzi także przez te sale, które go mniej interesują. Istotna jest tu pewna całkowitość zwiedzania i spojrzenia. W czasie kolejnej wizyty zwiedzanie może być już znacznie bardziej wybiórcze.

„Generalnie, ponieważ jestem dość metodyczny, więc staram się przejść wszystko. To, co mnie mniej interesuje, po prostu przebiegam. Jak coś mnie zainteresuje, to się zatrzymuję. (...) W Londynie... za pierwszym razem jak byłem w British Museum, to starałem się zrobić tak jak z Luvrem, czyli przebiec całe. A później, ponieważ ja tam jestem co chwila jednak, i mogę wejść, właśnie przez to, że nie ma biletów, właśnie na godzinę, pół godziny” [Michał].

Taka strategia – przejścia przez całość ekspozycji – nie zakłada, że każdemu dziełu poświęca się tyle samo czasu, bo zwiedzający znajduje dzieła, które bardziej go interesują i na dłużej skupia na nich uwagę. Tutaj dla *Cie-*

*kawego Wiedzy* charakterystyczne jest skupienie na detalu, a także technice wykonania.

„Jeśli jest to jakaś duża, skomplikowana zbiorowa scena, to jest opowiedziane, że tutaj jest coś tam, a tutaj coś tam. Przechodzę przez cały obraz i faktycznie trzeba dłuższej chwili, żeby można było strawić i docenić te wszystkie rzeczy, które tam są. (...) Mi się też czasem strasznie podobają takie wstawki na temat techniki. Też kojarzę właśnie Gauguina obraz, jakby gdzie opisywali takie odkrycie ich, gdzie jakby każda krawędź była zaznaczona... dokładnie kontrastującym kolorem. Znaczący kolor był dokładnie na odwrotnej stronie na kole barwnym. I faktycznie tak było” [Grzegorz].

### **Przyjemność rozpoznawania**

Satysfakcja *Ciekawego Wiedzy* płynie z dalszego aplikowania zdobytej wiedzy. Jest bodaj najbardziej charakterystyczną jego cechą, że ostatecznie przyjemność, jaką daje mu pójście do muzeum sztuki, jest przyjemnością łączenia ze sobą faktów, dostrzegania rzeczy, które wcześniej nie były widoczne.

„Ostatnio robimy [z żoną] chyba dużo takich analiz porównawczych [...] i np. oglądamy Makowskiego w kontekście Cézanna, faktycznie ma [to] sens, bo widać po przeczytaniu i skojarzeniu, że faktycznie wyjeżdżał i wszystko zaczyna pasować. że oni się po prostu wzorowali” [Grzegorz].

„Czuję się usatysfakcjonowany, jak popatrzę na obraz i nie przeczytam jeszcze i rozpoznam, że to jest jakiś tam El Greco. Bo on też ma taką kreskę, że jestem w stanie rozpoznać. Oczywiście czasem się pomylę. Chociaż sam może mnie akurat nie fascynować. Ale: A! Udało mi się. (...)

[W sztuce średniowiecznej] strasznie mi się podoba, że umiem sobie rozpoznać, że to taki ewangelista, a to taki, bo ma takie atrybuty” [Michał].

Pamiętać należy, że żaden zwiedzający wkraczając do muzeum nie odrywa się od swojej tożsamości; nadal ma ona silny wpływ na jego spojrzenie. U badaniach Falka [2012] i jego klasyfikacji podstawą było założenie o motywacjach zgodnych z pozamuzealną tożsamością zwiedzającego. Zaznaczał on, że motywacje, które kierują zwiedzającego do muzeum, są silnie związane z tym, kim jest on na co dzień. Tak też jest w muzeum sztuki: niezależnie od tego, jak bardzo daleka jest jego tematyka od codziennych zainteresowań zwiedzającego, przyłoży on do niej swoją miarę i swoje preferencje. Tutaj na przykładzie matematyka widać to doskonale: w muzeum w żaden sposób nie przestaje on być związany ze swoim zawodem. Obserwować to będziemy także w przypadku przyjmowania innych ról niż *Ciekawy Wiedzy*.

„Szukam jakiś tropów matematycznych w obrazach. Ponieważ bardzo siedzę mocno w grach planszowych, więc szukam gier. Nawet starych. (...) Mam np.

taki obraz w Londynie, kiedyś sobie chodziłem, patrzę na obraz. Obraz jak obraz. Jakaś tam loteria na jakimś placu w Rzymie, (...) ludzie pod balkonem jakiegoś pałacu. Ja sobie na ten obraz patrzę, patrzę i nagle zobaczyłem, jest zegar. I okazało się, że zegar jest sześciogodzinny. No i ja z tego obrazu zrobiłem potem całą lekcję, bo zrobiłem z tego lekcję o kongruencjach” [Michał].

Jak zaznaczałam wyżej, przyjmowana rola nie ma charakteru kategorycznego. Możliwe jest ich łączenie, a w odniesieniu do większości osób zwiedzających można wskazać drugą rolę, w którą się wcielają. Zarówno w przypadku Michała (choć w mniejszym stopniu), jak i Grzegorza drugą rolą jest *Ciekawy Atrakcji*, który wybiera znane miejsca z ciekawości, aby samemu znaleźć się pod ich urokiem.

„Czułem, że dobrze by było, że skoro już jesteśmy w Paryżu, a nie mieliśmy w perspektywie powrotu, że dobrze by było przekonać się na żywo, jak to wygląda” [Grzegorz].

**ADMIRATOR.** Podstawowym doświadczeniem dla roli *Admiratora* jest podziwianie sztuki. Nie musi to oznaczać jej głębokiej znajomości, a jedynie pewne zainteresowanie. Informacje dotyczące dzieła schodzą w przypadku tego typu zwiedzania na drugi plan, ustępując miejsca samemu obrazowi czy rzeźbie. Charakterystyczne w podejściu *Admiratora* jest bardzo osobiste oraz emocjonalne traktowanie sztuki, jak zobaczymy to na przykładzie wypowiedzi Grzegorza, 49 lat, prezesa stowarzyszenia osób niepełnosprawnych oraz Ewy, 49 lat, psychiatry.

Grzegorz podróżuje zazwyczaj z grupą przyjaciół oraz znajomych (10-20 osób) i wraz z nimi wynajmuje dom na południu Europy. Potem wszyscy, którzy są zainteresowani taką formą spędzania czasu raz na dwa dni jeżdżą samochodem na wycieczki zwiedzać miasta i zabytki. Ewa podróżuje z rodziną (ostatnio we dwie z nastoletnią córką) do dużych miast Europy, gdzie stara się nie obciążać zbyt programu zwiedzania i wybierać 2-3 muzea w jednym mieście.

### Podziw dla dzieła i człowieka

Podziw, o jakim możemy mówić w kontekście *Admiratora*, jest podziwem nie tylko dla samego dzieła i jako taki nie musi się wiązać np. z kontemplacją, lecz również dla sztuki w ogóle oraz dla człowieka jako jej twórcy. Przy czym jest to nie tylko admiring konkretnego artysty, ale także możliwości człowieka.

„Jest za tym [dziełem] zawsze człowiek, jest jego myśl, jest jego twórczość, jego pewien zamysł, (...) coś, co chyba cenię tak naprawdę w ludziach, [to] jest pasja, możliwość też takiego podążania za tym, co potrafimy, tak? Takie pewne przekraczanie też granic, ponieważ jeżeli sami czujemy swoje granice,



to myślę, że to jest też cudne zobaczyć, że dla kogoś jest to coś naturalnego, wpisanego w jego życie” [Ewa].

Podziw *Admiratora* objawia się także w sposobie zwiedzania. Większość zwiedzających zachowuje w muzeum ciszę i spokojnym krokiem wędruje od dzieła do dzieła. Dla *Admiratorów* nie jest to jednak jedynie kwestia zwyczaju i szacunku dla pozostałych zwiedzających, a rzecz znacząca. Owa cisza i skupienie są wyrazem podziwu dla ludzkich możliwości i wynikają z poczucia obcowania z czymś, co wykracza poza możliwości twórcze samego *Admiratora*.

„Jak wchodzę do jakiejś galerii i stoję przed dziełami sztuki – to czuję, że to jest »coś«, jeżeli np. mówimy »wielki artysta«, prawda, no to ja od razu wiem, że to jest ktoś wielki w sensie ducha, energii, talentu. Natomiast ja jestem zwykłym, szarym człowiekiem, który idzie zobaczyć coś wielkiego i automatycznie zachowuje się proporcjonalnie do tego mojego uczucia. (...) Bo ja to tak odbieram, że obcuje z czymś wielkim i ja automatycznie staję się kimś mniejszym, mniej ważnym. I staram się w tym zachowywać jakoś cicho i niezauważalnie, wiem, że coś innego jest ważne w tej przestrzeni, nie ja. (...) I to jest też tak, że jeśli coś nam się podoba, to możemy na to patrzeć nawet pół godziny i fragment po fragmencie sobie oglądać ten... I po prostu być. Ja nie potrafię tego dokładnie sprecyzować, ale najbliższa analogia, jaka mi się nasuwa, to jest jak bycie w towarzystwie przyjaciela na przykład. Można z kimś przesiedzieć (...)” [Grzegorz].

W ostatnim fragmencie wypowiedzi widać, że z podziwu dla dzieła, które się podoba, może wypływać bardzo osobista relacja. Porównanie obcowania z dziełem do przebywania z przyjacielem, z którym wystarczy tylko przebywać, bardzo mocno daje odczuć to indywidualistyczne podejście *Admiratora* do dzieła. Jednocześnie oddaje sposób obcowania ze sztuką, który nie domaga się wiedzy, faktów czy historii, a zasadza się na wzajemnej obecności. Odczuwanie obecności dzieła jest przyznawaniem mu tym samym pewnej siły. Wypowiedzi te stanowią doskonały przykład tego, o czym pisał D. Freedberg w *Potędze wizerunków* [Freedberg 2005]; obrazy nie pozostają dla widzów obojętne i martwe, ale mają w ich oczach ogromną siłę, która ma moc nie tylko przyciągania, ale także odmieniania widza i rzeczywistości.

Co więcej, *Admirator* wierzy w bezpośrednie oddziaływanie sztuki na ludzi i wpływ na ich działania. Dla *Admiratora* sztuka może być istotnym motorem historii, jak również wpłynąć na duchową kondycję pojedynczego człowieka. *Admirator* nie stara się na siłę zracjonalizować swojego spojrzenia, lecz pozwala dziełu na działanie.

„Dla mnie to jest właśnie ta część historii, ta istotna część historii, która powoduje przemianę, powiedzmy... nawet przemianę duchową, powoduje to, że zmieniamy się na lepsze. W tych kategoriach odbieram. Na ten temat mamy

wiele dowodów w historii, np. jak mówiono o twórczości Chopina, że to armaty ukryte wśród kwiatów. Ktoś tam świadomie odbierał romantyzm, te emocje, które on budził, to wiadomo, że on dawał ducha narodowi i jakby podtrzymywanie. [Impresjoniści zdziałać mogą] to samo (...), oglądając np. wschód słońca no to tak samo może nas to duchowo podbudować i dać nam pozytywne emocje, jak słuchając i rozumiejąc muzykę Chopina” [Grzegorz].

### Szacunek dla miejsca

Bardzo ściśle z podziwem i szacunkiem dla sztuki wiąże się podobne traktowanie całej przestrzeni muzeum. W *Admiratorze* przestrzeń muzeum sztuki wzbudza szczególny szacunek jako miejsce wyjątkowe.

„Ja mam taki szacunek do takiego miejsca, dla mnie to się troszeczkę kojarzy jakby z kościołem. Wchodząc do kościoła, mówię to z perspektywy osoby wierzącej, to wiadomo, że ścisząmy głos, staramy się zachowywać jakoś inaczej niż w parku, wchodząc do muzeum, to też mam takie poczucie zmian proporcji, w sensie emocjonalnym. (...) wiem, że coś innego jest ważne w tej przestrzeni nie ja. To jest kwestia myślenia szacunku do tego z czym się spotykamy” [Grzegorz].

„To miejsce też wiąże się w takim moim przekonaniu z takim szacunkiem dla... no właśnie tej energii, którą ktoś włożył, żeby zebrać, z jakąś określoną ideą dla innych, żeby to przetrwało, żeby inni mogli właśnie z tego coś zaczerpnąć. I dlatego jest skojarzenie ze świątynią. (...) Szacunek dla twórczości, dla talentu (...) wyjątkowości. Myślę, że z jednego i drugiego miejsca, trochę tak metaforycznie, wychodzimy uskrzydleni” [Ewa].

Pojawiło się tu wiele wątków, które wszystkie związane są z miejscem i jego szczególnym traktowaniem. Porównanie muzeum z kościołem, świątynią nie jest charakterystyczne tylko dla *Admiratorów*, gdyż pojawiało się także u zwiedzających, którzy wybierali inną rolę. Istotne jest natomiast, dlaczego *Admiratorom* muzeum przypomina kościół: chodzi tu nade wszystko o szacunek, jaki wzbudzają same ekspozycje oraz postawę zwiedzającego. Szacunek dla miejsca jest prostą konsekwencją podziwu dla ekspozycji. Dzieła sztuki *Admirator* traktuje odmiennie od innych przedmiotów, nie porównuje ich np. do przedmiotów codziennego użytku zgromadzonych w muzeach historycznych. Charakterystyczna jest także postawa wobec dzieł: z jednej strony czuje się wobec nich pokornie, a z drugiej – potrafi z nich czerpać (lub widzi jak czerpią inni) czy to uskrzydlającą przyjemność, czy też przemianę duchową. Istotne jest wtedy znów zarówno samo dzieło i wrażenie, jakie może wyrzucić, jak i emocjonalny stosunek widza do niego.

### Wrażenia sensoryczne i emocje

Ponieważ wiedza o dziele nie stanowi głównego zainteresowania *Admiratorów*, ich ogląd skupia się na estetyce, wrażeniach sensorycznych i emo-

cjach, jakie dzieło wywołuje. W konsekwencji zaś podchodzą oni do oglądania sztuki bardzo osobiście. Co więcej, także ważne jest to, z czym do muzeum przychodzą, bowiem dane dzieło jednego dnia może poruszać, drugiego zaś pozostawiać obojętnym.

„Chodzi o estetykę i moje osobiste widzenie świata. To jest tak, jak się czyta poezję. Obraz to jest tak, jak poezja. Jeden wiersz będzie... będą trzy wiersze wybitnych poetów: jeden nam się będzie podobał, a dwa nie. Jeden człowiek podejdzie do tych samych trzech kartek i dokona zupełnie innego wyboru. A też jest tak, że dzisiaj dokonamy takiego wyboru, w takim nastroju i takim momencie swojego życia, że akurat to gdzieś nam gra w naszej duszy, a za dwa lata przeczytamy trzy dokładnie te same wiersze, będąc w innej sytuacji życiowej, w nastroju i wybierzemy inne” [Grzegorz].

W drugiej kolejności zarówno Ewa, jak i Grzegorz wcielają się w role *Ciekawych Atrakcji*. Wybierając miejsca kierują się swoimi osobistymi zainteresowaniami, jednocześnie chcą zobaczyć to, co w danym mieście czy kraju znane. *Ciekawy Atrakcji* jest bardzo popularną rolą, od której trudno uciec któremukolwiek turyście, jej realizacja może się jednak znacznie różnić. Ewa jest ciekawa tego, co znane, ale potrafi zignorować muzealną atrakcję, o ile jej ona osobiście nie interesuje. Grzegorz ma znacznie większą potrzebę zobaczenia czegoś, o czym mówi wiele osób. W jego przypadku przekłada się to także na chęć odwiedzania wystaw czasowych w swoim mieście, w tym również wystaw tych artystów, których dzieła mniej go interesują. Skoro jednak dzieła znalazły się w pobliżu i wzbudzają ogólne zainteresowanie, Grzegorz chce je sam zobaczyć.

**KONESER.** Dotychczas mieliśmy do czynienia z dwiema spolaryzowanymi postawami – związaną z wiedzą i poznaniem oraz z emocjami i podziwem. Nie jest jednak tak, że doświadczając sztuki trzeba opowiedzieć się kategorycznie po jednej ze stron. Piętnuje to N. Goodman, pisząc, że możemy „o większość gnębiących nas problemów oskarżać tyranię dychotomii pomiędzy tym, co poznawcze, a tym co emocjonalne. Po jednej stronie stawiamy odczuwanie zmysłowe, postrzeganie, wnioskowanie, domniemanie, beznamiętną eksplorację i badanie, fakt i prawdę; po drugiej zaś rozkosz i ból, zainteresowanie, zadowolenie, rozczarowanie, wszystkie reakcje bez zastanowienia, sympatię i nienawiść. Dość skutecznie uniemożliwia nam to dostrzeżenie, że w doświadczeniu estetycznym *emocje pełnią funkcje poznawcze*. Dzieło sztuki jest pojmowane zarówno za pomocą uczuć, jak i zmysłów” [Goodman 1976, s. 247-248]. Jak widzieliśmy, nie musi się tak dziać zawsze; są osoby, które wybierają tylko poznanie lub tylko emocje. Podejście, które łączy osobiste doświadczanie z gromadzeniem wiedzy, charakteryzuje *Koneserów*. *Koneser* to osoba, która przychodzi do muzeum z pewną wiedzą na temat tego, co zobaczy. *Koneser* owszem posiada znaczne kompetencje

z zakresu historii sztuki, choć niekoniecznie potwierdzone formalnie, a jego wiedza może być zdobywana w dużej mierze w samych muzeach, które namiętnie ogląda. Nie oznacza to, że w wielkim muzeum *Koneser* będzie znał wszystkie dzieła, lecz jedynie, że ma pewne wyobrażenie o całej kolekcji, wie coś o artystach, których prace zobaczy lub o samych obrazach czy rzeźbach. *Koneserzy* to także osoby, które do muzeów chodzą nie tylko podczas turystycznych wyjazdów, ale również w miejscu swojego zamieszkania, gdzie odwiedzają wystawy stałe i czasowe.

W pewien sposób *Koneser* łączy w sobie cechy *Ciekawego Wiedzy* i *Admiratora*. Przy czym *Ciekawy Wiedzy* rzadko pogłębia swoją wiedzę o sztuce poza muzeum, zaś *Admirator* potrafi się bez niej zupełnie obyć. *Koneserowi* wiedza pomaga wyciągnąć z dzieła więcej dla siebie.

Przytoczę wypowiedzi Joanny, lat 63, teatrologa, oraz Piotra, lat 31, tłumacza. Joanna jeździ wraz z mężem od lat 70. po całym właściwie świecie. Wyjazdy dalsze są zazwyczaj dłuższe (3-4 tygodnie), bliższe (europejskie) zaś krótsze (1-2 tygodni). Piotr jeździ wraz z partnerem na 1-2 tygodni, najczęściej, choć nie tylko, po Europie, głównie jest zainteresowany miastami.

## Historia i kultura miasta

W przypadku *Konesera* – i to odróżnia go w dużym stopniu od pozostałych grup – możemy jasno wskazać, jakim jest on turystą, jakie miejsca, oprócz muzeów, zwiedza przede wszystkim i co jest dla niego ważne. Dla *Konesera* zwiedzanie danego miasta czy kraju silnie wiąże się z chęcią poznania jego historii i kultury. Chociaż może interesować go przyroda danego regionu, to jego kultura będzie stała na pierwszym miejscu, podobnie nie będzie się chciał ograniczyć jedynie do wypoczynku np. na plaży. Poznawanie kultury i zwiedzanie będzie stanowiło najważniejszy aspekt wyjazdu.

„W każdym z odwiedzanych miejsc staraliśmy się zobaczyć to, co stanowi o ich specyfice, odrębności. Wszelkiego rodzaju zabytki kultury i sztuki danego regionu oglądaliśmy w pierwszej kolejności” [Joanna].

„Przeważnie nie są to wyjazdy czysto wypoczynkowe, nie jest to leżenie na plaży. [Jeździmy] przeważnie do miast większych. Bardzo dużo czasu spędzamy na chodzeniu po kościołach, muzeach, mieście po prostu” [Piotr].

Druga, charakterystyczna tutaj cecha zwiedzania – to powrót do tych samych muzeów i dzieł. *Koneser* odwiedza niektóre miejsca po wielokroć, miewa w muzeach swoje ulubione sale czy obrazy. Nie wystarcza mu zobaczenie czegoś raz, gdyż przyjemność sprawia mu nie tyle świadomość, że coś widział, ile raczej samo doświadczenie.

## Emocjonalne spojrzenie na sztukę, osobisty odbiór

*Koneser* z jednej strony zainteresowany jest poznawaniem kultury i muzea stanowią dla niego zbiór, który powinien poznać by dopełnić swoje wykształcenie, z drugiej zaś wypatruje dzieł, które go w jakiś sposób dotkną i pragnie ich oddziaływania.

„Zdarza się, że zachwyca mnie technika malarska i mogę stwierdzić, jak w przypadku holenderskich martwych natur czy pejzaży, że coś jest pięknie namalowane, to jest po prostu ładne. Ale samo ładne nie wystarcza. Np. impresjoniści mnie średnio bawią, bo są ładni bardzo często, ale nie ma tam niczego więcej. (...) Natomiast u Bacona, na przykład, widzę. (...) Duchowość Bacona jest mi znacznie bliższa, bo mogę się jakoś zidentyfikować z Baconem czy z Hammershoi'em, który ma 100 lat, niż z [innym artystą], który był malarzem XIV wieku” [Piotr].

„Różne wiadomości mogą tu rozjaśniać odbiór, ułatwiać wartościowanie. Choć niekoniecznie to one wpływają na przeżycie estetyczne. Chyba ważne, żeby ucząc się obcowania ze sztuką poprzez wiedzę o technikach malarskich, czasach artysty i tak dalej nie zatracić wrażliwości (...)” [Joanna].

## Sztuka jako wyraz ludzkich umiejętności, ludzkiego ducha

Ta sztuka, która najbardziej dotyka *Konesera*, to ta, co do której wierzy, że mówi coś o kondycji ludzkiej i potrafi przekazywać jakąś uniwersalną prawdę o człowieku, a przez to staje się fascynująca, a także dotyka odbiorcę osobiście. Jednocześnie zaś sama jest wyrazem siły ludzkiego ducha. Sztuka, w tym rozumieniu, jest manifestacją i kwintesencją tego, do czego człowiek jest zdolny.

„Jak byłem na wystawie Bacona, tej w Londynie, to wyszedłem stamtąd rzeczywiście poruszony (...) Jest [to] nieprzyjemne, jest to takie »gut wrenching«, ale mam wrażenie, że jest czymś ważnym i... naprawdę nie ma lepszego słowa, niż poruszające. Naprawdę... [Ważne w znaczeniu] humanistycznym, takim ludzkim. Że w tym się właśnie objawia wielkość człowieka, jeśli człowiek jest wielki to w takich rzeczach, jest w stanie po prostu wziąć pędzel i farbę i po prostu z tego samego co ja bym napaćkał jest w stanie stworzyć coś co jednocześnie jest czasem straszne, może być piękne” [Piotr].

„Fakt, że podziwiać można najprzeróżniejsze wytwory rozmaitych kultur świadczy jednak – że się wyrażę nieco patetycznie – o pewnej ludzkiej wspólnocie, w której jakoś także można się rozpoznać. Chociażby w bezinteresownej potrzebie tworzenia artefaktów, które mają walory estetyczne” [Joanna].

## Kształtowanie wiedzy

Zaznaczyliśmy już, że *Konesera* charakteryzuje pewien zasób wiedzy z zakresu historii sztuki i kultury, który pozwala mu oglądać pewne dzieła także bez zagłębiania się w szczegółową historię obrazu.

„Opisy obrazów nie zawsze są konieczne. Znaczy ja nie muszę znać historii tego obrazu, żeby go docenić” [Piotr].

Nie oznacza to, że *Koneser* nie próbuje dowiedzieć się czegoś o dziele. Nie stroni on bowiem od kupowania katalogów wystaw, albumów reprodukcji czy książek o sztuce. W muzeum jednak nie ma tak wielkiej potrzeby jednoczesnego kształcenia się, wyjątek stanowią wystawy poświęcone pojedynczemu artyście.

„Jeśli jest to wystawa czyjaś, no to katalog zdarza mi się czytać albo przejrzeć przynajmniej. [Kupuję] wtedy, kiedy artysta jest albo mniej znany, albo w ogóle lubię. (...) Właśnie w przypadku wystawy jednego twórcy bardziej jestem zainteresowany informacją. (...) Jak masz dużo dzieł jednego twórcy, dobrze jest wiedzieć: jakie okresy przechodził. To, że teraz maluje tak a nie inaczej z czegoś wynika, albo że maluje tę osobę, bo ona jest ważna” [Piotr].

„O sztuce XX-wiecznej (powiedzmy od postimpresjonistów i symbolistów poczynając) wiem znacznie więcej. I często w muzeum staram się pogłębić swoją wiedzę. Czasem więc nie tyle/tylko kontempluję, ale też »studiuję« dzieła. Lepiej chyba potrafię je »odczytać«, zrozumieć intencję, kierunek poszukiwań artystów, ich stosunek do świata, do malarstwa, sztuki. Jest tu sporo artystów, których dzieła mnie nie tylko ciekawią, ale też fascynują, od Cézanne’a po, powiedzmy, Bacona” [Joanna].

## Przyjemność

Bardzo ważna w przypadku zwiedzania *Konesera* jest przyjemność czerpana z doświadczenia muzeum. Wynika ona zarówno ze sposobu traktowania dzieł – nie tylko z szacunkiem, ale i z osobistym zaciekawieniem – jak i z samego przebywania w muzeum, które traktowane jest jako miejsce bardzo przyjazne. *Koneser* podobny jest w tym do *Admiratora*.

„Zachodnioeuropejskie muzea sztuki są zazwyczaj przyjemnym i miłym miejscem, gdzie poza tym, że są ładne obrazy, to jest jeszcze... to czasami samo miejsce nastraja pozytywnie i miło tak jakoś. (...) Wizyta w muzeum jest przyjemna także organizacyjnie. Można zrobić przerwę, żeby się czegoś napić. Ja lubię sobie zrobić przerwę, żeby iść na kawę. Lubię pójść do sklepiku. Po” [Piotr].

*Koneser*, jak wspomnieliśmy na początku, łączy cechy *Ciekawego Wiedzy* i *Admiratora* i czasem trudno w sposób jednoznaczny wskazać, do którego jest mu bliżej, a zatem którą rolę można wskazać jako drugą. W przypadku Joanny i Piotra wyraźnie widać, że najbardziej wartościowe jest dla nich doświadczenie dzieł, które ich w jakiś sposób przejmują i wzbudzają emocje. Stąd można powiedzieć, że skłaniają się oni raczej ku postawie *Admiratorów*.

**CIEKAWY ATRAKCJI.** Osoby, które przyjmują tę rolę, pragną na własnej skórze doświadczyć pewnej turystycznej atrakcji. Atrakcji w znaczeniu widoku słynnego, uznanego za kulturowo ważny, który często stanowi symbol danego miejsca. Dotyczy to zarówno elementów przyrody, parków rozrywki, jak i zabytków kultury. Osobiste doświadczenie czegoś, co wiele osób uznało za warte doświadczenia, jest jednocześnie związane bardzo ściśle z zaspokojeniem ciekawości. To ciekawość tego doświadczenia pcha *Ciekawego Atrakcji* w dane miejsce. Następuje rodzaj usprawiedliwienia swojego zachowania przez uznanie tego, co słynne, za tożsame z tym, co najciekawsze w danym rejonie, a jednocześnie dla niego charakterystyczne.

Postawę tę reprezentuje Ryszard, inżynier, ok. 60 lat, oraz Michał, ok. 25 lat, informatyk. Ryszard zwiedza Europę oraz Amerykę Północną w czasie wspólnych, rodzinnych wyjazdów. Lubi aktywny wypoczynek, przebywanie na łonie przyrody, ale także nie stroni od zwiedzania miast i rozmaitych muzeów. Michał zaczął niedawno swoją przygodę z turystyką kulturową i wraz z przyjaciółmi zwiedzał Londyn oraz Paryż.

„[słynne dzieła –] każdy z nas się z tym zetknął wcześniej i chcę zobaczyć jak to wygląda w rzeczywistości” [Ryszard].

„[Dlaczego takie miejsca przyciągają?] Wydaje mi się, że po prostu dlatego, że są po prostu znane i sam chcę się przekonać. Tak to jest. (...) bardzo mi się podobało: miło jest zobaczyć coś takiego na własnej skórze” [Michał].

### **Osobisty rozwój**

Do tej pierwszej motywacji, związanej z ambicją zobaczenia czegoś słynnego na własne oczy i tym samym wpisania się w pewien kulturowy trend, dochodzi drugi ważny aspekt: osobistego zainteresowania i chęci rozwoju. Niekiedy zainteresowanie czymś jest w pewien sposób wymuszone (najczęściej dzieje się tak w przypadku sztuki współczesnej) i usprawiedliwiane chęcią rozwoju.

„Pewne rzeczy uważam, że jeżeli jest okazja to trzeba zaliczyć. (...) Bo jestem ciekaw, co prezentują w środku i w jaki sposób. A są to tak szerokie muzea (...), że każdy znajdzie jakiś dział, który go bardziej interesuje lub mniej. (...) Ja jestem inżynierem budownictwa i ja jestem zainteresowany często bardziej architekturą, jak i tym, co tam jest w środku. Podobnie było z Tate Modern w Londynie, gdzie wiedziałam, że mi się tam nie będzie podobała ekspozycja. Natomiast dla samego budynku” [Ryszard].

W przypadku Michała jego zainteresowania szły zdecydowanie w kierunku muzeów techniki i przyznawał, że oglądanie sztuki, jako takie, nie sprawia mu przyjemności. Rekompensował jednak to sobie z jednej strony oglądaniem czegoś znanego o czym słyszał, z drugiej zaś – odświeżaniem

i ewentualnym poszerzeniem swojej wiedzy z czasów szkolnych. Przy czym takŹe w sposób szkolny do sztuki podchodził (niesławne „co autor miał na myśli”).

„Fajnie było zobaczyć, wiadomo, ten van Gogh i chyba jeszcze nie pamiętam kto jeszcze... te obrazy, które się widziało tam gdzieś ileś temu na lekcjach jakichś tam języka polskiego. (...) bo wydaje mi się, Źe jest... można sobie przypomnieć niektóre sprawy. (...) Myślę, Źe jest to dla mnie trochę teŹ taki obowiązek. Obowiązek, no nie wiem... Źeby być jednak świadomym istnienia jakichś tam dzieł. Czyli to jest element nauki, powiedzmy, jeszcze na poziomie liceum, języka polskiego. Fajnie jest uzupełnić jakieś braki” [Michał].

### Podziw dla kunsztu

Dla *Ciekawego Atrakcji* sztuka jest przede wszystkim wyrazem pewnych technicznych umiejętności twórcy. JeŹli dzieła nie mają takiej siły oddziaływania, jak miało to miejsce w przypadku *Admiratora* i *Konesera*, to ich znaczenie i podziw dla nich wynika z manualnego talentu autora. Nie ma tu mowy o aspekcie duchowym, ale raczej technicznym. Stąd teŹ ekspozyty w muzeach sztuki traktowane sĄ podobnie jak te wystawiane w muzeach historycznych i podobnie jak sztuka uŹytkowa.

„[Zbiory zgromadzone w] Skarbcu katedralnym w Akwizgranie (...). No więcej dla mnie to jest sztuka przez duŹe »S«. (...) sztuka uŹytkowa [mnie] interesuje, a jeszcze wzbogacona takim blichтром, przepychem, sposobem wytworzenia. (...) WłaŹnie z kunsztem wykonania tego [wiĄżą się emocje]. (...) Cuda, rzeczy, które... przykładowo jest tam jakieś pudło na koronę i jest 20 prawie identycznych figurek ze złota, to od razu człowiekowi przychodzi skojarzenie z techniką jakąś komputerową, Źe coŹ takiego się komuś udało zrobić” [Ryszard].

„Sam motyw religijny jako taki nie jest dla mnie jakoŹ specjalnie [bardziej] interesujący niŹ inny. Ale w którymś z muzeów widziałem taką salę z ikonami. Takimi naprawdę bardzo, bardzo szczegółowo, nie wiem, czy mogę powiedzieć: namalowanymi. Detale były tak z niesamowitą rozdzielczością pokazane. I to na mnie zrobiło niesamowite wrażenie, ale to bardziej od strony bardziej, powiedzmy, technicznej wykonania” [Michał].

Aspekt techniczny dzieł jest dla *Ciekawego Atrakcji* bardzo istotny. W muzeach sztuki dawnej porównuje on przedmioty tworzone wspólcześnie z tymi dawnymi i fascynuje go zręczność autorów tych ostatnich.

### DoŹwiadczenie osobiste i historyczne podejście do sztuki

Wielkie muzea sztuki przytłaczają swoim rozmiarem właściwie wszystkich zwiedzających. *Ciekawy Atrakcji*, który zazwyczaj odwiedza konkretne muzeum raz i stara się zobaczyć je w całości, mówi o nich z podziwem, ale większą jego sympatię zdobywają muzea kameralne.



„Nie da się ukryć, że na pewno muzea, te europejskie, zapadają w pamięć. Czy to jest muzeum Art Gallery w Londynie, czy Luwr, prawda, to na pewno. Z tym, że są to muzea męczące, prawda? Trzeba [by było] kiedyś pojechać... i codziennie iść tam na dwie trzy godziny i załatwić jakiś dział, bo są przytłaczające” [Ryszard].

Wielkie muzea są męczące, a zmęczenie utrudnia doświadczanie atrakcji. Obcowanie ze sztuką, z oryginalnymi dziełami, „na żywo”, ma swoje fundamentalne znaczenie. Co więcej, istotne jest także zwiedzanie muzeum wraz z innymi ludźmi. W ten sposób zwiedzanie staje się częścią pewnego uznanego społecznego zachowania.

„To jest tak, jak oglądanie meczu w telewizji i na stadionie. (...) W telewizji lepiej widać i są powtórki, a na stadionie jest inna atmosfera. Gdyby ludzie nie chcieli tego zobaczyć na żywo, to by nie było muzeów, prawda? (...) Są inni zainteresowani. (...) Dla mnie [ważne jest] doświadczenie [bycia z dziełem]. (...) Mnie nie zależy, wie Pani, żeby się dowiedzieć, maksymalnie zapamiętać, że to dzieło jest z roku tego i tego i tak i tak robione. Albo mi się coś podoba, albo nie” [Ryszard].

Doświadczanie muzeum wiąże się także z panującą w nim atmosferą, która z kolei związana jest w historią. Muzea sztuki dawnej są wyciszone i sprzyjają myśleniu o przeszłości, rozumieniu jej. Mogą być pewnym jej uobecnieniem.

„Jeżeli się idzie przez Luwr to czuć ten przepych czasów... (...) I wydaje mi się, że to jest... to ma bardzo pozytywny wpływ na zwiedzanie, bo się można bardziej wczuć w ten okres. (...) Łatwiej sobie wyobrazić... portrety książąt czy kogoś takiego i sale, po których faktycznie ci książęta chodzili – dużo łatwiej sobie to wizualizować, jak to wyglądało. Ale też jest takie przeniesienie w czasie właśnie. (...) Takie otoczenie, które pokrywa się z okresem, w którym dzieło powstało jest... no sprzyja może zrozumieniu tego dzieła albo okresu” [Michał].

Drugą rolę, którą odgrywa Ryszard, jest *Admirator*, który raczej podziwia kunszt wykonania dzieł i odnosi je niekiedy do własnych doświadczeń, niż skupia się na poznaniu poszczególnych historii. Michał nie odnosi sztuki tak osobiście do siebie. Jego drugą rolą jest *Ciekawy Wiedzy*, ponieważ stara się zdobyć w muzeum pewną wiedzę. W muzeum sztuki interesuje go malarstwo historyczne, sceny batalistyczne, obrazy, które pozwalają mu lepiej zrozumieć charakter wydarzeń historycznych, zobaczyć je w szerszym kontekście. Dzieła sztuki pozwalają mu w sposób pełniejszy zrozumieć przeszłe wydarzenia. Wyniesienie z muzeum jakiejś konkretnej wiedzy, a nie tylko odczuć, jest warunkiem sine qua non zwiedzania, inaczej bowiem ma wrażenie, że wizyta w muzeum nic mu nie dała.

„Zawsze staram się historycznie dowiedzieć się, co... jaka jest [scena] przedstawiona na obrazie. Co symbolizuje. (...) Wydaje mi się, że ciekawe jest... fajnie jest poczytać o bohaterkości, bo zazwyczaj stoi za tym jakaś albo właśnie bohaterstwo, albo poświęcenie i to też jest.... Z punktu widzenia takiego historycznego jest, że strona A kontra strona B i strona B przegrywa. A tutaj jest bardziej po ludzku. To jest ciekawe. (...) Wydaje mi się, że jednak najważniejsze jest żeby zgłębić... znaczy żeby go po prostu zinterpretować poprawnie. Żeby dowiedzieć się co miał autor na myśli. I jeżeli coś takiego uda mi się, albo ktoś mi opowie to raczej wtedy wiem... bym czuł że taki obraz... że coś z niego wyniosłem. Że coś mi tam zostało i że to nie było tak po prostu przejście obok” [Michał].

**TOWARZYSZ.** Rola *Towarzysza* jest interesująca jako dopełnienie pewnej całości. Dotychczas zwiedzający znajdowali się w muzeum z ciekawości samej kolekcji lub miejsca, tutaj mamy natomiast do czynienia z kimś, kto znalazł się w muzeum poniekąd przypadkiem. Zasadniczą część wywiadów przeprowadziłam z osobami zainteresowanymi muzeami, jednak także w tych rozmowach zdarzał się wątek towarzyszenia komuś innemu lub opowieści np. o małżonkach, którzy chadzają do muzeum tylko dla towarzystwa.

### Spółeczny wymiar zwiedzania

Podstawową motywacją *Towarzysza* jest społeczny wymiar zwiedzania. Jedną z respondentek (żona wyżej cytowanego Ryszarda), Jolanta (pracownik umysłowy, lat ok. 60), nie przepada za muzeami sztuki współczesnej, ale uważa, że ich zwiedzanie jest to jednak czas spędzany razem z rodziną, którego nie należy zaprzepaścić. I to doskonale oddaje nastawienie *Towarzysza*.

[Ryszard] „No takie pójście do Tate Modern to było dla mojej żony poświęcenie bo nie dość, że ją mało interesowały turbiny starej elektrowni, to [wszystko] to, co tam było, nas w ogóle nie interesowało”.

[MG] „Mogła Pani zatem spędzić ten czas przy kawie?”

[Jolanta] „No i co? Mam sama siedzieć przy stoliku i pić kawę? I wziąć książkę i poczytać? To ja wolę z nimi pochodzić, od czasu do czasu coś tam podyskutujemy, że to beznadziejne albo... jesteśmy razem. O to chodzi, żeby spędzić ten czas na tych wakacjach... Cały rok jesteśmy gdzieś tam rozbiegani..., a na kawę to sobie idziemy później”.

### Wybór drugiej roli

Nie jest jednak możliwe trwanie jedynie w roli *Towarzysza*. Osoba „wrzucona” w przestrzeń muzealną zmuszona jest wybrać jakąś strategię zwiedzania. W jakiś sposób musi do dzieł podchodzić – wybiera wtedy jedną z pozostałych czterech ról, skupiając się na dowiadrywaniu się czegoś nowego, podziwianiu dzieł lub doświadczaniu ich jako atrakcji turystycznej. Stąd rola *Towarzysza* egzystuje niejako na marginesie powyższych podziałów, sytuując się na granicy dzielącej osoby zwiedzające i nieziedzające. Z drugiej

zaś strony *Towarzysz* zawsze wchodzi w jedną ze znanych nam ról przyjmowanych przez osoby zwiedzające muzea sztuki. Nie można roli *Towarzysza* jednak ignorować, bo jednocześnie jest ona bardzo ważna, gdyż uświadamia nam, jak istotny jest wspólnotowy charakter zwiedzania.

### Wnioski

Przedstawione powyżej pięć ról, po pierwsze, pozwala nam zdać sobie sprawę z niehomogeniczności grupy, jaką stanowią turyści zwiedzający muzea sztuki. Po drugie zaś, dzięki ich zdefiniowaniu, uzmysławiamy sobie fakt, że można – na podstawie powtarzających się wypowiedzi – w pewien sposób owych zwiedzających klasyfikować. Najważniejszy wniosek ogólny, który należy wyciągnąć z powyższych rozważań o rolach, jest prosty, ale niezwykle istotny dla całości zjawiska, jakim jest obecność turystów w muzeach sztuki. Mianowicie, muzea sztuki są dla zwiedzających je turystów sprawą poważną, elementem „życia poważnego”, używając terminologii E. Durkheima. Niewątpliwym błędem byłoby ograniczać się do stwierdzenia, że turystyka muzealna jest manifestacją swoistego snobizmu, a celem turystów jest jedynie „zaliczanie” kolejnych słynnych atrakcji. Podejmowanie turystyki muzealnej – co znajduje wyraźne odzwierciedlenie w przytoczonych cytatach – ma bowiem znacznie istotniejsze cele i głębsze znaczenie dla samych turystów i ich życia.

### Bibliografia

- Bourdieu P., Darbel A., Schnapper D. (1997), *The Love of Art: European Art Museums and Their Public*, Polity Press.
- Bourdieu P. (2005), *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Cohen E. (1979), *A Phenomenology of Tourist Experiences*, „Sociology”, Vol. 13, s. 179-201.
- Falk J.H. (1993), *Leisure Destinations influencing African American Use of Museums*, American Association of Museums, Washington DC.
- Falk J.H. (2009), *Identity and Museum Visitor Experience*, Left Coast Press, CA, USA.
- Falk J.H., Dierking L.D. (2012), *The Museum Experience Revisited*, Left Coast Press.
- Falk J.H. (2013), *Understanding Museum Visitors' Museums Motivations and Learning*, [w:] Lundgaard I.B., Jensen J.T., eds., *Social Learning Spaces and Knowledge Producing Processes*, Styrelsen.
- Freedberg D. (2005), *Potęga wizerunków*, Wydawnictwo UJ, Kraków.

- Goodman N. (1976), *Languages of Art: An Approach to a Theory of Symbols*, Indianapolis.
- Graburn N. (1983), *Anthropology of Tourism*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 10, s. 9-33.
- Heinich N. (2010), *Socjologia sztuki*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Hood M.G. (1983), *Staying Away. Why People Choose Not to Visit Museums*, „Museum News”, s. 50-57.
- Mędrala-Młyńska E. (2011), *Co widz wie o muzeum? Obraz muzeum w filmie i serialu*, „Rocznik Muzeum Częstochowskiego”, Częstochowa.
- Moussouri T. (1997), *Family Agendas and Family Learning in Hands-On Museums*, Unpublished doctoral dissertation, University of Leicester, Leicester, UK.
- Pekarik A.J., Doering Z.D., Karns D.A. (1999), *Exploring Satisfying Experiences in Museums*, „Curator, the Museum Journal”, Vol. 42, No. 2.
- Stylianou-Lambert T. (2003), *Gazing from Home: Cultural Tourism and Art Museums*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 38, No. 2, s. 403-421.
- Urry J. (2007), *Spojrzenie turysty*, PWN Warszawa.

## Netografia

- <http://www.kulturstyrelsen.dk/english/institutions/museums/museum-surveys/> [dostęp: 05.03.2015]
- <http://www.statista.com> [dostęp 9.07.2015]
- Audience knowledge digest. Why people visit museums and galleries, and what can be done to attract them*, marzec 2007. Raport dostępny: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20111013143242/http://research.mla.gov.uk/evidence/documents/Audience%20Knowledge%20Digest.pdf> [dostęp: 16.03.2015]

## HOW DO TOURISTS VISIT ART MUSEUMS? CLASSIFICATION PROPOSAL

### Abstract

**Purpose.** The article is an analysis of touristic behaviour in art museums – motivation, aims, ways of visiting museums and treating art, etc. The outlined classification is based on roles which visitors can uptake at a museum. The empirical material implies the seriousness with which the visits are undertaken.

**Method.** Empirical research among individual tourists who choose to visit art museums when on holiday. The preliminary research included 150 surveys (conducted in the Czartoryski Museum in Kraków, Uffizi Gallery in Florence and the Louvre in Paris) and was followed by further, essential in-depth interviews which took 1.5 h on average.

**Findings.** The findings presented in this paper focus on a proposed classification. It is based on 5 roles that tourists can choose from when visiting a museum: the Seeker of Knowledge, the Admirer, the Connoisseur, the Seeker of Attractions, the Tag Along.

**Research and conclusion limitations.** The research focuses only on individual tourists in art museums. The emphasis was put on European art and museums and therefore, the research excluded a variety of problems, for example those of exotic art.

**Practical implications.** The research findings can be a starting point for further anthropological studies as well as prove useful for museum practices.

**Originality.** Little research has been dedicated solely to tourists in art museums. The proposed classification is embedded in existing theories but remains original for two reasons: it is based on anthropological interviews and seeks to avoid the mistakes of earlier research (including that of valuation).

**Type of paper.** An article presenting the findings of empirical research.

**Key words:** art museums, art, tourists, visitors.

## CZY KULTURA, MOTYWY, SPOSOBY PODRÓŻOWANIA W XIX I POCZĄTKACH XX WIEKU POZOSTAJĄ DZISIAJ TYLKO PRZESZŁOŚCIĄ, CZY MOŻE POSIADAJĄ CECHY PONADCZASOWE?

*Matylda Siwek\**

### Abstrakt

**Cel.** W analizie dziejów turystyki wiek XIX ma kluczowe znaczenie m.in. dlatego, że na ten okres przypadają początki zjawiska zwanego turystyką i jego wyodrębnienie z szerszego pojęcia, jakim jest podróżowanie. Ze względu na unowocześnienie form transportu, a w szczególności wynalezienie kolei oraz wprowadzenie pewnych zmian w prawie pracy, ułatwiających odbywanie podróży, ruch turystyczny uległ umasowieniu, stał się powszechniejszym zjawiskiem. Sposób podróżowania, motywy, normy zachowania ówczesnych podróżnych były niewątpliwie podporządkowane zasadom narzuconym przez epokę, ale wiele z nich obowiązuje również dzisiaj. Celem niniejszego artykułu jest ukazanie czynników społecznych, kulturowych, politycznych, skłaniających do podejmowania podróży oraz sposobów zachowania się podróżnych, a także wskazanie na pewną ich ponadczasowość.

**Metoda.** W artykule zastosowano metody stosowane w naukach historycznych, w szczególności dedukcyjną i indukcyjną, które polegały na analizie oraz interpretacji materiałów źródłowych.

**Wyniki.** Zebrane materiały źródłowe zostały zanalizowane pod kątem obowiązujących w omawianym okresie zasad etyczno-moralnych w podróży i miejscach wypoczynku oraz sposobów i motywów podróżowania

**Ograniczenia badań i wnioski.** Analizie poddano 19 pozycji pochodzących z lat 1852-1934, na które składają się poradniki dotyczące zasad poprawnego zachowania oraz publikacje o charakterze pamiętnikarskim, jak również 11 współczesnych tytułów, należących do grupy poradników z zakresu *savoir vivre*'u.

**Implikacje praktyczne.** Wykazano, że wiele stosowanych w omawianym okresie zasad etyczno-moralnych jest nadal aktualnych, pomimo widocznych zmian w obyczajowości.

**Oryginalność pracy.** W literaturze pojawiły się wcześniej prace dotyczące zasad zachowania się [Chwalba 2005; Cybula 2006; Lisak 2013], jednakże tematyka podróży i miejsc wypoczynku była w nich omawiana jako jeden z tematów.

**Rodzaj pracy.** Artykuł historyczny.

**Słowa kluczowe:** Stereotypy, tradycja, turystyka.

---

\* Dr; Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie; e-mail: matylda\_siwek@op.pl.

W wieku XIX, a w szczególności w jego drugiej połowie, wzrosła liczba podróży, co było związane m.in. z wynalezieniem kolei i tym samym umasowaniem turystyki, przemianą w świadomości ludzi, którzy zaczęli odczuwać potrzebę zmiany otoczenia, poprawy zdrowia i kondycji psychofizycznej, poznania nieznanych dotąd miejsc, zdobycia nowej wiedzy i doświadczeń, a także polepszeniem warunków bytowo-socjalnych i pracy. Jednocześnie, wraz ze wzrostem zainteresowania turystyką, problematyka zwyczajów i obyczajów w podróży, na lotniskach, w gościnie pojawiała się coraz częściej w różnego rodzaju literaturze, m.in. w pamiętnikach, relacjach z podróży czy poradnikach. Zaznaczano, że na wycieczkach, wyjazdach panowała może i większa swoboda towarzyska niż w salonach czy na oficjalnych spotkaniach, jednakże nie zwalniało to z poszanowania ogólnie przyjętych norm zachowania. Pominięcie tych reguł „złe daje świadectwo o znajomości zwyczajów światowych” [*Wskazówki życiowe...* 1884, s. 41-42] – pisano w jednym z pamiętników. W innym dodano: „Obowiązki grzeczności w podróży są nieliczne, nietrudne i nie zaciągają żadnego długu za obrębem jej kresu: atoli nie można ich pominąć, nie chcąc uchodzić za obcego zwyczajom dobrego towarzystwa” [*Prawidła obyczajności...* 1852, s. 61]. Ważne było, aby zachować trzy zasady: „1. Czego nie chcesz, by ci kto inny czynił, tego i ty nie czyn drugiemu. 2. Grzeczność względem obcego, którego się zapewne już nigdy nie zobaczy, przynosi większy zaszczyt człowiekowi, niżeli grzeczność względem znajomego. 3. Gdyby niejeden wiedział, czym niejeden jest, z pewnością większą oddałby mu cześć!” [Janowicz 1924, s. 126-127].

Wiele zasad zachowania się w podróży i w miejscach wypoczynku odnaleźć można było w poradnikach, które cieszyły się dużą popularnością. Zawierały one szereg informacji dotyczących zasad etyczno-moralnych, które powinny obowiązywać w podróży, jak również wiele praktycznych porad dotyczących m.in. ubioru, bagażu, sposobu zawierania znajomości itp. Porady dotyczące kultury i zasad zachowania się omawiane były z zachowaniem podziału na środki lokomocji, np. powóz, kolej, statek czy miejsca, np. pobyt w miejscowościach uzdrowiskowych lub na wsi u gospodarzy.

Podróże kolejowe w XIX w. cieszyły się dużym powodzeniem, ponieważ kolej była najszybszym środkiem lokomocji. Prędko zyskała grono zwolenników, stała się swoistym „motorem do podróżowania”. W literaturze poruszającej temat podróży koleją wiele miejsca poświęcano zagadnieniu nawiązywania nowych znajomości ze współpasażerami, a także ze sposobem prowadzenia konwersacji oraz treścią rozmowy.

Autorzy poradników zwrócili uwagę na łatwość zawierania znajomości w podróży i w związku z tym mniejsze wymogi dotyczące etykiety i norm zachowania. Nie należało unikać rozmowy z towarzyszami podróży, ale trzeba było zachować duży dystans i umiar w relacjach z nieznanymi. W rozmowie zalecano unikanie tematów dotyczących polityki, religii, a także życia

osobistego. Rozmawianie o swoich prywatnych sprawach oraz zadawanie osobistych pytań rozmówcy uważane było za bardzo niestosowne. W jednym z poradników zaznaczono: „Zwyczaj upoważnia tylko do grzeczności, nieobowiązującej do niczego. Unikając zbytecznego chłodu i obojętności, nie należy zarazem rzucać się w przeciwną ostateczność” [*Zwyczajem towarzyskie...* 1876, s. 50]. W innym poradniku również zwrócono uwagę na większe odstępstwa od sztywnych norm przyjętych w towarzystwie:

„Obyczajność w podróży daleka jest od wymaganych przepisów, jakieśmy w zwykłych stosunkach towarzyskich zachowywać zwykli. Dość będzie, jeżeli w powozie okażesz się uprzejmym dla towarzyszków, i nie okażesz dumy, tak aby z ciebie zadowoleni być mogli. Zresztą masz zupełną, błogą wolność czytania, spania, przypatrywania się okolicom, zamyślenia się, milczenia, o ile jedno lub drugie przypada ci do smaku. Wszakże na zapytania, które się do ciebie stosują, masz odpowiedzieć grzecznie, i o tyle, jeżeli można, zaspokoić ciekawość pytającego, o ile ona nie jest niedyskretną” [*Prawidła obyczajności...* 1852, s. 57-58].

Nie powinno się rozmawiać o sprawach prywatnych z osobami, z którymi się podróżuje (np. z krewnymi, przyjaciółmi) w towarzystwie innych nieznanymi osobami. „Roztropność w połączeniu z dobrym tonem nie pozwala rozprawiać o swych interesach czy poufnych sprawach z krewnymi, z którymi się jedzie, ale w obecności nieznanymi. Nie wiadomo, nigdy, czy podobne zwierzenia, czynione głośno, nie mogą pociągnąć nieprzyjemnych następstw” – doradzano w *Kodeksie światowym* [1898, s. 130]. Ogólnie mówiąc, każda głośna rozmowa w miejscu publicznym uznawana była za niewłaściwe zachowanie.

Wynalezienie kolei znacznie skróciło czas podróżowania. Wcześniej, gdy przemieszczano się powozami, współtowarzysze byli zdani na siebie nawet przez kilka dni. W opisach z podróży pojawiał się również wątek rozmowy, która nie zawsze była miła dla ucha współtowarzyszy. Autor wspomnień *Podróż na wozie pocztowym* opisywał swoją drogę do Antwerpii wozem pocztowym: „Pyszny był to dzień. Tem chętniej też spoglądałem na piękną ozłoczoną krainę, aby nie słuchać gorszących anegdotek, jakimi się moi towarzysze podróży bawili. Kiedyśmy pod górę wjeżdżali i cały widok był zakryty, wtedy dopiero śmiech przeraźliwy współpasażerów zwrócił uwagę moją na ich hałaśliwą rozmowę” [1853, s. 10-11]. Współpasażerowie poruszali tematy religijne, wypowiadając się w niekulturalny sposób, czym wprowadzali w zakłopotanie i zdenerwowanie pozostałych pasażerów. Takie sytuacje w powozach czy wagonach kolejowych też miały miejsce.

W niektórych poradnikach dotyczących zachowania w podróży odnajdujemy informacje sprzeczne z powyższymi, pouczające, aby unikać rozmowy z nieznanymi, jedynie uprzejmie odpowiedzieć na zadane pytanie [*Kodeks światowy...* 1898, s. 130]. Natomiast nie powinno się rozpoczynać roz-



mowy w omnibusach miejskich i tramwajach, uchodziło to za zachowanie niestosowne [*Zwyczaję towarzyskie...* 1876, s. 54].

Przy wsiadaniu i wysiadaniu z powozu obowiązywały sztywne reguły. Również kolejność zajmowania miejsc określona była pewnym porządkiem. Szczegółowy opis znajdujemy w poradniku przeznaczonym dla osób duchownych:

„Osoby najważniejsze powinny wchodzić pierwsze. Właściciel powozu naznacza porządek, według którego osoby kolejno wchodzić mają. Pierwszeństwo należy się wyższym stanowiskiem, paniom, starcom i w ogólności starszym. Właściciel ekwipażu wchodzi ostatni. [...] Miejsce w głębi powozu na prawo uważa się za pierwsze; w głębi na lewo – za drugie, na przodzie wprost pierwszego – za trzecie, wprost drugiego – za czwarte. I te miejsca zajmują się odpowiednio do porządku, w jakim się siada do powozu. Wysiada się w porządku odwrotnym. Ci, co weszli ostatni, wychodzą pierwsi” [*Zwyczaję towarzyskie dla osób duchownych...* 1893, s. 128-129].

Dużą wagę przywiązywano również do relacji z towarzyszami podróży, traktowania ich z szacunkiem. Palenie w wagonach dla niepalących, otwieranie okna, gdy innym pasażerom to nie odpowiada oraz wykonywanie szeregu innych czynności, które mogłyby uprzykrzać podróż pozostałym pasażerom, uznawane były za zachowanie w bardzo w złym tonie. Obszerny cytat dotyczący powyższej kwestii zamieszczono w poradniku *Pani domu*:

„Kto jest struggleforliver, t. j. człowiekiem, walczącym o życie, ten, zgodnie ze swoją dewizą, nie powinien się wcale troszczyć o sąsiadkę, wyciągając się z nogami na ławce, nie pomagać jej przy zdejmowaniu pakunków, podśpiewywać, pogwizdywać, kaszlać, spluwać, chrapać w potrzebie, opuszczać firankę na latarni, otwierać wszystkie okna bez względu na cugi, lub zamykać je pomimo skwaru, potracąc siedzących przy wychodzeniu na stacjach, deptać im nogi, nie przepaszając ich wcale, przywoływać nad ich uchem chłopca z gazetami lub przekupnia z owocem – słowem, robić to wszystko, czego w podróży uprzejmy i dobrze wychowany człowiek nigdy nie uczyni” [Rościszewski 1904, s. 238].

Mężczyźni powinni okazywać szacunek kobietom, ustępować im miejsca, pomagać z bagażem. Zaznaczono nawet, że wszyscy mężczyźni, którzy byli zdrowi i nie znajdowali się w podeszłym wieku, winni byli oddać swoje miejsce każdej osobie płci żeńskiej, nawet jeśli była nią mała dziewczynka. Zdarzało się, że panowie przesadzali w okazywaniu swej uprzejmości kobietom. Ich zachowanie było wówczas odbierane jako nachalne lub natarczywe. Aby uniknąć takich sytuacji, kolej wprowadziła specjalne wagony dla pań. We wszystkich środkach lokomocji należy szacunek powinno okazywać się osobom starszym [Rościszewski 1920, s. 159; Rościszewski b.r.w., s. 290; *Zwyczaję towarzyskie...* 1876, s. 51].

Zwracano również uwagę na fakt, iż podróżni powinni sobie wzajemnie pomagać, wspierać się w podróży, iść na pewne względem siebie ustępstwa, a przynajmniej nie być uciążliwym i natrętnym oraz nie przeszkadzać sobie nawzajem. Wśród czynności niewskazanych w wagonach i dyliżansach wymieniano np. jedzenie potraw o silnym, drażniącym zapachu, opieranie nóg na sąsiednim siedzeniu. Otwieranie lub zamykanie okien było częstym powodem sporów. Uważano, że „[s]zyba powozu należy do tego, który najbliższej niej siedzi” [*Zwyczaje towarzyskie...* 1876, s. 53], należało jednak spełnić życzenia osób starszych czy tych, które gorzej się czuły, gdyby poprosiły one o uchylenie czy przymknięcie okna. Częstować posiłkiem można było tylko te osoby, z którymi wcześniej prowadziło się rozmowę. Jeżeli zostało się poczęstowanym przez towarzysza podróży, należało tę czynność w jak najkrótszym czasie odwzajemnić [*Zwyczaje towarzyskie...* 1876, s. 53-54].

Sformułowano również wiele zasad dotyczących stroju, szczególnie kobiecego. Powinien on być wygodny, prosty, niezbyt wyzywający i szykowny. Dokładniej opisał go M. Rościszewski: „Elegancja pretensjonalna, barwy jaskrawe w ubraniu, suknie zanadto strojne i rzucające się w oczy należą w ogóle do złego tonu. Ale w podróży, bardziej niż gdziekolwiek, dystygowana prostota stroju wyróżnia osobę z towarzystwa” [b.r.w., s. 290].

Doradzano również, aby na wszystkich przejściach granicznych nie ociążać się z przygotowaniem swoich bagaży do kontroli i nie zapominać o zgłoszeniu przedmiotów, za przewożenie których powinna być uiszczona odpowiednia opłata [*Zwyczaje towarzyskie...* 1876, s. 54].

Niektóre poradniki kierowane były do wąskiej grupy odbiorców. Znaczna ich część była adresowana do kobiet, niektóre zawierały więcej porad dla mężczyzn, młodzieży czy młodych dziewcząt. Osobną grupę, której zasady zachowania się były szczególnie restrykcyjne, stanowili kapłani. Musieli oni stosować się do ogólnie przyjętych norm obowiązujących w towarzystwie, jak również do tych, które były wymagane od osób duchownych. Wśród wielu zasad zawartych w poradniku *Zwyczaje towarzyskie dla osób duchownych*, napisanym przez L. Branchereau, znalazły się również te, które związane były z podróżami. Dotyczyły one m.in. przejażdżek konnych, podejmowanych np. w miejscowościach uzdrowiskowych. Autor opracowania zaznaczył, iż kapłani mogli jeździć konno, ale powinni oni stosować się do przyjętych zasad. Pierwszą był wybór towarzystwa: kapłan mógł urządzać przejażdżki z „poważnymi” mężczyznami. Reguły dotyczyły również wsiadania i zsiadania z konia oraz ustawienia w czasie jazdy.

„Osoba najwyższa znaczeniem pierwsza wsiada na konia. Jeżeli osoba ta jest twoim zwierzchnikiem albo też w starszym jest wieku, dobrze byłoby nawet, żebyś konia pottrzymał. Jeżeli towarzyszysz w przejażdżce przełożonemu, o wiele wyższemu stanowiskiem od ciebie, należy go puścić nieco naprzód, a samemu jechać w tyle. Jeżeli zażąda żebyś się zbliżył, to grzeczność każe tak

prowadzić swego konia, żeby zawsze koń jego przynajmniej o głowę wyprzedził twojego konia” – zaznaczono w opracowaniu [*Zwyczaje towarzyskie dla osób duchownych...* 1893, s. 129].

Ponadto ksiądz nie powinien wykonywać żadnych ewolucji na koniu, jechać kłusem albo stępą. Również zwiedzanie zabytków obwarowane było ścisłymi zasadami. Osoby duchowne powinny oglądać tylko te obiekty i eksponaty, które były dla nich odpowiednie. W ogrodach nie należało zrywać kwiatów i owoców [*Zwyczaje towarzyskie dla osób duchownych...* 1893, s. 130].

Do młodzieży kierowano porady, które w dużej mierze nie straciły na aktualności do dnia dzisiejszego. Dotyczyły one nie tylko kulturalnego zachowania na wycieczkach, w podróży czy miejscowościach letniskowych, ale również bezpieczeństwa i ochrony przyrody. W opracowaniu skierowanym do uczniów szkół średnich zaznaczono m.in., że na wycieczkach można swobodniej się zachowywać, jednakże nie można zapominać w żadnym wypadku o zasadach dobrego wychowania, nie należy zrywać kwiatów ani owoców z drzew, nie wolno niszczyć ruin czy też zaśmiecać lasów, gór, robić szkód w parkach, nie wolno pisać po ławkach ani łowić ryb i raków bez pozwolenia. Zwrócono uwagę również, aby na wycieczki piesze, zwłaszcza górskie, nie udawać się w pojedynkę, zalecano słuchać rad doświadczonych przewodników. Aktualna wydaje się również rada, aby przebywając za granicą nie krytykować, ale dostosowywać się do panujących tam zwyczajów i obyczajów [*Zasady przyzwoitego zachowania się...* 1912, s. 37-41].

Kolejną dużą grupę zasad dotyczących podróży stanowiły porady odnoszące się do zachowania się na letniskach, a w szczególności w miejscowościach uzdrowiskowych. W XIX i początkach XX w. dużą popularnością cieszyły się wyjazdy do kurortów nadmorskich i miejscowości uzdrowiskowych – tzw. wyjazdy do wód. Pobyt w tych miejscowościach, a w szczególności zachowanie się w hotelu, obwarowany był wieloma regułami i zasadami.

W miejscowościach wczasowych czas spędzano przeważnie w trzech miejscach: na plaży, salonach przeznaczonych do rozrywki i przy stole. Wiele uwagi poświęcano zachowaniu się w hotelu oraz restauracji hotelowej, a zwłaszcza nawiązywaniu nowych znajomości. Największą uwagę należało zwracać na to, z kim zawierało się nową znajomość. Nieważny był stopień zamożności czy pozycja, ale status moralny. Przestrzegano przed „kobietami dwuznacznego i mętnego życia” [*Kodeks światowy...* 1898, s. 131] oraz tymi, którzy upatrują korzyści ze znajomości z osobami o wysokiej pozycji społecznej. Znajomości takie mogły okazać się ogromnie kłopotliwe i przysporzyć wielu problemów [*Kodeks światowy...* 1898, s. 132]. Zalecano, aby zasięgnąć informacji o danej osobie, zanim podejmie się decyzje o nawiązaniu z nią bliższych kontaktów: „Nie tylko mężczyźni, lecz i kobiety przybywają tu pod maską dla różnych swych celów, dlatego znajomości jednych, jak

drugich, bez poprzedniego a dobrego zaciągnięcia informacji roztropność wystrzegać się radzi” [*Wskazówki obejścia...* 1882, s. 70].

We wszystkich miejscach, w których się przebywało, należało z wielką rozwagą i ostrożnością wybierać towarzystwo, ponieważ: „Kto jest nieostrożnym w otaczaniu się znajomymi o ciemnej przeszłości i podejrzanej teraźniejszości, ten naraża się sam na niesłuszne pomówienia i złą opinię” [Rościszewski b.r.w., s. 293].

W restauracji hotelowej warto było usiąść przy stole z osobami godnymi poszanowania, ale również znającymi zasady odpowiedniego zachowania się podczas jedzenia. Należało unikać plotkowania, udawać, że się nie słyszy słów „lekkomyślnych lub dwuznacznych” [*Kodeks światowy...* 1898, s. 135]. Można było przyjąć pomoc od osób, z którymi spożywało się posiłek, ponieważ w złym tonie było odmówić. Młoda kobieta poproszona o zagranie na fortepianie nie powinna odmawiać, chyba że publiczność była zbyt liczna i w ten sposób zwracałaby na siebie zbyt dużą uwagę. Podczas balu należało tańczyć z kilkoma partnerami, nie wypadło przyjmować zaproszenia wyłącznie od jednego, stanowczo zaś należało odmówić osobom nieznanym. Młode, niezamężne kobiety nie powinny zbyt wcześnie i zbyt często wyjeżdżać do kurortów nadmorskich, gdyż postronni obserwatorzy mogliby wówczas odnieść wrażenie, iż głównym celem ich podróży było poszukiwanie kandydata na męża. Gdyby takich wyjazdów było więcej, niezamężne panie mogłyby być uważane w towarzystwie za „stare panny”. Dużą wagę przywiązywano do strojów, zwłaszcza kobiecych. Na plaży wymagane były dwie toalety: poranna – skromniejsza i popołudniowa – elegantsza. Na śniadanie do restauracji hotelowej powinno się przychodzić w skromnym stroju, ale nigdy w szlafroku, na obiad ubiór powinien być staranny i elegancki, mile widziane były kwiaty we włosach. Według angielskich zwyczajów do posiłków w hotelach wymagane były wydekoltowane kreacje pań, według polskich – wystarczyła odpowiednio dobrana suknia. Ważne było, aby na posiłek przyjść punktualnie [*Kodeks światowy...* 1898, s. 133-136; *Zwyczaje towarzyskie...* 1876, s. 54].

W XIX i początkach XX w. wśród mieszkańców miast popularne były wyjazdy na wieś. „Co do pobytu na wsi przyjmuje się tylko wtedy zaproszenia, gdy obie strony znają dobrze swe usposobienia i zwyczaje” – doradzał J. Poeche w *Brewiarzyku salonowym* [1887, s. 229], natomiast w *Zwyczajach towarzyskich* zaznaczono: „Tylko bardzo gorące i nalegające zaproszenia na wieś przyjmować należy, »Może pan będzie łaskaw nas odwiedzić w lecie na wsi« nie powinno wystarczyć” [*Zwyczaje towarzyskie...* 1876, s. 40]. Czasem zaproszenie było tylko kurtuazyjnym gestem. Nie należało przyjeżdżać w gościnę z większą rodziną, jeżeli nie zostało to wyraźnie zaznaczone w zaproszeniu [*Zwyczaje towarzyskie...* 1876, s. 40].

Zaproszenie do czyjegoś domu na dłuższy pobyt oraz chęć wprowadzenia innych osób w swoje prywatne życie i zwyczaje powinny być traktowane

jako wyróżnienie. Jednakże zaproszone osoby powinny się zastanowić, czy odpowiada im taka bliskość i czy będą potrafiły dostosować się do być może bardzo odmiennych warunków życia, tak aby nie sprawiać kłopotu gospodarzom i „wnieść ze sobą atmosferę pogody i dobrego nastroju” [Vauban, Kurcewicz 1934, s. 132]. Podkreślano, iż „[o]soby chore, smutne, zagryzione nie powinny swą obecnością zatruwać ludziom humoru, toteż lepiej, by odmówiły od razu, niż gdyby miały narazić uprzejmych państwa domu na przykry zawód” [Vauban, Kurcewicz 1934, s. 132]. W poradniku *Zwyczajje towarzyskie...* powyższą myśl opisano jeszcze dokładniej: „Kiedy kto jest delikatnego zdrowia, chorowity, kiedy nie może jadać wszystkiego, chodzić dużo, nie powinien bawić długo u swoich przyjaciół, robi im bowiem swoim pobytem kłopot i przeszkadzać innym bawić się. Przyjemnym gościem na wsi jest tylko ten, kto bez szemrania i narzekań znosi zmiany powietrza, ukąszenia komarów i much, kto nie nuży się na wycieczkach i może jeść to czem chata bogata” [1876, s. 41].

Ważne było, aby obydwie strony czuły się swobodnie i rozumiały swoje potrzeby, odmienne upodobania i zwyczaje oraz potrzebę intymności. Osoby odwiedzające powinny szanować prywatność oraz zwyczaje gospodarzy, ci ostatni natomiast zobowiązani byli sprawić, aby goście czuli się u nich jak najlepiej. Nie powinno się ingerować w prywatne sprawy gospodarzy, nie narzucać się ze swoją obecnością. Nie należało również zrywać kwiatów oraz owoców w ogrodzie gospodarzy, pomimo ich przyzwolenia, a nawet prośby. W dobrym tonie było również, aby nie nadweręzać gościnności gospodarzy, określić czas planowanego wyjazdu. Rolą przyjmujących było natomiast zaspokajanie wszelkich potrzeb gości – zarówno materialnych, jak i niematerialnych – niewyobrażalnym było także przyjęcie zapłaty za gościnę. Zwracano również uwagę na strój, którego nie powinno się zaniedbać; fraki u panów i wydekoltowane suknie u pań, w dobrym tonie była zmiana toalety do obiadu.

„Jest to wyborny zwyczaj – zaznaczono w jednym z poradników – tym sposobem bowiem ratujemy od zupełnego upadku zasady towarzyskiego szacunku i grzeczności, które coraz bardziej rzadkimi stają się w pośród nas. Opieramy się wszelkimi możliwymi sposobami temu brakowi przymusu, tej poufałej bezceremonialności, która podkopuje zasady dystynkcji, przyzwoitego zachowania się, uprzejmości i wzajemnego poważania jakie sobie winni jesteśmy” [*Zwyczajje towarzyskie...* 1876, s. 42].

Jednocześnie podkreślano, że najważniejsze było dostosowanie się do panujących w domu gospodarzy zwyczajów w kwestii toalety i jej zmiany.

Przyjęte było również, aby gospodarze przywitali swoich gości na dworcu kolejowym, ewentualnie, w razie większej odległości, wysyłali po nich powóz lub samochód. W tym przypadku oczekiwać mieli na gości na ganku domu, a po przywitaniu i rozgoszczeniu się – poczęstować ich posiłkiem.

Niezwłocznie po powrocie do miasta powinno się wysłać do goszczących gospodarzy list z podziękowaniem oraz złożyć im wizytę, gdy powrócą do swoich domów w mieście [Poeche 1887, s. 229; Vauban, Kurcewicz 1934, s. 133-134; *Wskazówki obejścia się...* 1882, s. 68-69; *Wskazówki życiowe...* 1884, s. 90-91; *Zwyczaję towarzyskie...* 1876, s. 42].

Pielęgnując starą polską tradycję gościnności, w rezydencjach, dworach szlacheckich, magnackich chętnie goszczono przybyszy. Częstym celem podróży były odwiedziny krewnych i znajomych. Był to pewnego rodzaju rytuał, ale też i obowiązek towarzyski. Kazimierz Bujnicki, podejmując podróż celem odwiedzenia miejsc i osób po 25 latach niewidzenia, pisał: „Nic tak prędko nie wątlī stosunków z przyjaciółmi, jak zaniedbywanie widywania się z niemi” [Bujnicki 1852, s. 281]. Opisując rodzaje podróżnych, Bujnicki wymienił „wędrowców periodycznych”: „Są to ludzie, którzy po pewnym przeciągu czasu lubią zwiedzać też same miejsca co już kiedyś widziały, w których zostawili coś ze swoich myśli, ze swoich uczuć, coś jakby rzecz ze swojej duszy, a których wzajem wynieśli nie zatarte wrażenia i wielorakie pamiątki” [1852, s. 31]. Autor we wspomnieniach ze swojej podróży pisał, jak ważny dla niego był powrót do tych samych miejsc po upływie czasu, dawało mu to możliwość zaobserwowania zmian, jakie zaszły wśród mieszkających tam ludzi w tym czasie. We wszystkich miejscach, do których Bujnicki przybywał, witany był z otwartymi ramionami, wedle reguł „starej polskiej gościnności”. Nocleg otrzymywał na dworach, w posiadłościach swoich znajomych, jak również u nowo poznanych przyjaciół. Udzielanie gościny podróżnemu, jak i jej przyjmowanie obarczone było wieloma regułami. O jednej z nich Bujnicki pisał we wspomnieniach z podróży: „Następujący ranek przepędziłem w moim pokoju, zostawiony samemu sobie. Dobry to, i dla gościa wygodny zwyczaj, gdy mu wolno do południa być jak we własnym domu, spać póki chce, a wstawszy zażądać rannego posiłku do jakiego nawykł, potem pisać, czytać albo spacerować podług upodobania” [1852, s. 281].

W omawianym okresie chętniej i częściej udzielano nieznanym podróżnym gościny. Gościli ich nie tylko zamożniejsi dziedzice, szlachcice, ale również mieszczanie zagrodowi, włościanie czy chłopci.

Ludomił Jastrzębowski autor *Wspomnień z podróży*, odbytej „dla zdrowia, nauki i pożytku” [1854, s. 5] z uczniami Instytutu Gospodarstwa w Marymoncie opisywał sposób podróżowania i udzieloną im gościnę. W jednej wsi, do której podjechali wynajętymi wozami, ze względu na późną porę udzielono im noclegu we dworze, a ściślej – w stodole. Nazajutrz szlachcic umożliwił im zwiedzanie swojej posiadłości wraz z browarem, ogrodem, folwarkiem, spichlerzem oraz zaobserwowanie innowacyjnych rozwiązań stosowanych przy pracy na roli [Jastrzębowski 1854, s. 10]. Podczas swojej wędrówki nocowali w karczmach, zajazdach lub stodołach gospodarzy, podróżowali pieszo lub wynajętymi czy też pożyczonymi od szlachty wozami, a także koleją. Wszędzie spotykali się z uprzejmością i gościnnością [Jastrzębowski 1854, s. 14].

W czasie podróży łatwo zawierano znajomości, które niejednokrotnie trwały przez długie lata. Odwiedzano się wzajemnie, korespondowano, zwłaszcza osoby mieszkające w rezydencjach wiejskich, oddalonych od dużych miast i bogatego życia towarzyskiego, żadne były odwiedzin i spotkań z przyjaciółmi i znajomymi. E. Jelinek, odwiedzając znajomych poznanych właśnie w podróży, pisał: „[...] jechałem jedną z tych polskich dróg w południowej części Księstwa Poznańskiego, którego każda prawie wiezie do jakiegoś przytulnego dworu szlacheckiego” [Jelinek 1885, s. 18]. Łatwo było dojechać do dworów szlacheckich, gdzie czekali gościnni gospodarze. Przy budynku, do którego zmierzano znajdował się podjazd: „W lecie tutaj zatrzymują się powozy, w zimie sanki, tam co rok wysiadają setki pożądanych gości, i krewnych, i obcych, starców i matron, eleganckich młodych panów i dziewic podobnych do wiosennego kwiecia” [Jelinek 1885, s. 21].

E. Jelinek w swojej książce zamieścił również kilka wspomnień z odbytych przez siebie podróży i zawartych wówczas znajomości. W czasie rejsu po Adriatyku zapoznał się z kilkoma pasażerami, z którymi wspólnie zwiedzał porty: „Powiem tylko, że po całych dniach błądziliśmy razem po muzeach, wystawach, sławnych placach, mostach, pałacach i t. d. a na wieczór umawialiśmy się co do przejażdżki po lagunach” [Jelinek 1885, s. 12]. Podczas zwiedzania wystawy krajowej w Moskwie autor zwrócił uwagę, że cała „otoczka”, która towarzyszyła takiemu wydarzeniu – jak ubiór, sposób zachowania, towarzystwo – była niejednokrotnie ważniejsza niż same eksponaty: „Tymczasem nadeszło południe. Co tylko w Kremlu bogatego i pięknego przybywa, wszystko zeszło na wystawę, a najwięcej do oddziału sztuk pięknych. Szelest przepysznych trenów, powiew różnobarwnych wachlarzy i dźwięk najrozmaitszych klejnotów innych ozdób damskich, zburzył cały dawniejszy porządek; ludzie spoglądali po sobie i dla wielu arcydzieła dzieł sztuki na drugi plan schodziły” [Jelinek 1885, s. 100]. Podczas posiłków w hotelowej restauracji nawiązywano znajomości i niejednokrotnie spędzano nawet cały pobyt w danym miejscu z nowo poznanymi osobami [Jelinek 1885, s. 106].

Wśród motywów podróży, poza odwiedzeniem krewnych i znajomych, wymieniano jeszcze chęć zwiedzenia miast, zabytków, poznania i zobaczenia nowych rzeczy, poprawy zdrowia i kondycji. Tak opisywał je wspomniany wcześniej Jastrzębowski: „Dlatego w różnych celach zazwyczaj puszczamy się w podróż, już to dla zwiedzania miejsc cudownych, świętych lub słynnych z pamiątek, już to w celu skorzystania z różnych wiadomości pożytecznych, wyciągniętych z tego cośmy widzieli lub słyszeli; albo też w celu zwiedzania pięknych różnorodnych obrazów natury; na koniec przedsięwzięmy czasem podróż w celu polepszenia zdrowia” [1854, s. 5].

Do roku 1918, czyli do odzyskania przez Polskę niepodległości, w podróżach podejmowanych przez rodaków, szczególnie do miejsc związanych z historią dziejową państwa, takich jak np. Kraków, dominował motyw patriotyczny.

Do momentu wynalezienia kolei, w I połowie XIX w. podróżowano głównie powozami, dylizansami. Dobrze rozwinięta była sieć dylizansów pocztowych, z usytuowanymi przy drogach stacjami, gdzie można było odpocząć lub wymienić konie. Czas przejazdu uzależniony był m.in. od rodzaju powozu. Przykładowo z Wiednia do Lwowa w I połowie XIX w. najszybciej tę trasę można było przebyć tak zwanym „Eilwagenem” – cztery doby i 10 godzin, jednakże opłata była dosyć wysoka i dostępna tylko dla zamożnych osób. Taniej można było podróżować tak zwanym „Packwagenem”<sup>1</sup>, ale podróż trwała tydzień [Schnür-Pepłowski 1896, s. 73-74]. Podróż zarówno pojazdami zaprzęzonymi w konie, jak i pojawiającymi się coraz częściej pod koniec wieku XIX automobilami, nie była łatwa, głównie ze względu na zły stan dróg. Podróże dylizansami i powozami na dłuższe trasy zastąpione zostały podróżami koleją, jednak z tych pierwszych korzystano w dalszym ciągu, aby dojechać w te miejsca, które nie miały połączenia kolejowego.

Wynalezienie kolei i użycie jej jako środka transportu było ogromnym przełomem, traktowanym nie tylko jako ułatwienie w ogólnym przemierzaniu się, ale również dla turystyki, w dzisiejszym jej rozumieniu. Dzięki kolei podróż stała się krótsza, mniej uciążliwa, wobec tego częściej można było podejmować wyjazdy. Stała się ona również tańsza, bardziej powszechna, niektóre wycieczki, np. włościan do Krakowa, przybierały nawet charakter masowy. Zmieniły się również kierunki wyjazdów. Podróżny stał się mniej uzależniony od ludzi i zwierząt (koni), miał większą swobodę i dowolność podróżowania. Stanisław Grodzicki podaje, iż „[...] jeździła ona [kolej – przyp. autora] wcale szybko, punktualnie i bezpiecznie” [1998, s. 7].

Przy drogach lokalizowane były karczmy i zajazdy, ale często usługi w nich stały na bardzo niskim poziomie, przez co nie cieszyły one się dobrą reputacją. Krótki opis jednej z karczm zamieścił cytowany wcześniej Bujnicki we wspomnieniach ze swojej podróży: „Karczma odpowiadała swą strukturą i ochędóstwem należycie owej przebytej grobli. Pochylona, zaledwie przykryta, błotnista i ciasna, służyła jedno dla pijaków i dla chłopskich wozów” [1852, s. 89]. Przydrożne karczmy często prowadzone były przez Żydów. Zatrzymywali się w nich np. podróżni jadący z chłopami na wozach drabiniastych. W zwyczaju było, żeby pasażer postawił woźnicy wódkę w karczmie [Dzierżkowski 1846, s. 43-38].

W karczmach często nie było łóżek, spano na podłodze, na przygotowanej słomie i na wiezionych ze sobą pościelach. W miastach sytuacja wyglądała lepiej. Nocleg można było dostać w coraz lepszej jakości hotelach, wielokrotnie przebudowywanych z dawnych karczm i zajazdów.

---

<sup>1</sup> „Eilwagen” i „Packwagen” to określenia odnoszące się do wozów pocztowych. „Eilwagen”, uważany za „wóz pośpieszny”, pokonywał daną trasę szybciej niż Packwagen, ale podróż nim była również droższa [przyp. autora]. Zob. *Postkutschen. Dylizanse pocztowe*, <http://www.hausschlesien.de/wp-content/uploads/2015/01/postkutschen.pdf> (dostęp: 28.12.2015).



Po pierwszej, a później po drugiej wojnie światowej nastąpiły pewne zmiany w obyczajowości Polaków. Inne sprawy stały się ważne, nie przywiązywano już tak dużej wagi do konwenansów i sztywnych reguł zachowania. Jednakże wiele zasad dotyczących sposobu zachowania w środkach lokomocji, miejscach wypoczynku czy podczas przyjmowania lub udzielania gościny nie uległo większym zmianom. Współczesne poradniki dotyczące kultury, grzeczności, obyczajowości ujmują powyższe zagadnienia w podobny sposób, dodając nowe wskazówki, np. dotyczące rozmowy przez telefon komórkowy w środkach transportu.

W publikacjach dotyczących zasad *savoir vivre'u* zaznacza się, że wchodząc do przedziału kolejowego należy przywitać się ze współpasażerami, a wysiadając – pożegnać się z nimi. Wsiadając do wagonu bez przedziałów, autokaru czy samolotu nie ma takiej konieczności, jednakże powinno się przywitać z osobą, koło której się usiadzie. Za najlepsze miejsca w wagonie uważa się te przy oknie, twarzą w kierunku jazdy, po nich – drugie przy oknie, a następnie te przy drzwiach. Jeśli chce się komuś okazać uprzejmość lub szacunek, wtedy można odstąpić na korzyść tej osoby swoje lepsze miejsce. Poradniki zaznaczają, iż podróżując w środkach lokomocji nie ma obowiązku prowadzenia konwersacji, jednakże należy uprzejmie odpowiedzieć na zadane pytania. Zaleca się, aby rozmowa była niezobowiązująca, nie powinno poruszać się tematów osobistych czy uznawanych za „delikatne”, jak np. polityka czy religia. Za nieuprzejme uważa się używanie wulgarnych słów, prowadzenie zbyt głośnej rozmowy czy naprzykrzanie się swoją osobą innym współpasażerom. Nie należy również zaglądać przez ramię osobie czytającej. Zasady dotyczące kulturalnego zachowania względem współtowarzyszy podróży, niekładzenia nóg na siedzeniach, pomocy z bagażem czy przy wsiadaniu i wysiadaniu, grzeczności w stosunku do kobiet lub osób starszych, nieuprzykrzaniu sobie czasu spędzonego w środku lokomocji pozostają nadal aktualne. Jeśli chodzi o spożywanie posiłków, to podobnie jak w wieku XIX nie zaleca się zabierania z sobą w podróż jedzenia, które ma silną i drażniącą woń. Nie ma jednakże obowiązku częstowania zabranym posiłkiem współpasażerów [Popławska, s. 90-92; Hurton, 2000, s. 165; Post, 2007, s. 31-32; Pietkiewicz, 1990, s. 5-6; Brzozowski, Wysocki, 2003, s. 170].

Przebywający na wakacjach często mniej restrykcyjnie traktują normy dobrego zachowania, jednak nie powinno się o nich zapominać. Autorzy poradników zwracają uwagę, iż będąc poza miejscem swojego zamieszkania, znanym środowiskiem, ludzie przybierają różne pozy, maski, udają osoby, którymi nie są, np. ostentacyjnie demonstrując swoją domniemaną zamożność. Za niezgodne z zasadami *savoir vivre'u* uważa się również zadawanie osobistych pytań nowo poznanym osobom, opowiadanie o swoich sukcesach czy majątku współbiedniakom w hotelowej restauracji [Robak, s. 94-95]. W hotelu należy odnosić się do personelu z szacunkiem, w uprzejmy sposób zgłaszać swoje uwagi i ewentualne reklamacje, starać się, aby swoim zacho-

waniem nie przeszkadzać w wypoczynku innym. Nie należy również przylaszczać sobie wyposażenia hotelowego [Schwinghammer, 2013, s. 177; Tautz-Wiesner, 2000, s. 57-58].

Podobnymi zasadami, co w XIX i początkach XX w., w myśl staropolskiej zasady „gość w dom, Bóg w dom”, obarczone jest przyjmowanie gości bądź gościny. Z tą różnicą, że w ubiegłych stuleciach częściej zdarzały się niezapowiedziane wizyty, chociażby wędrowców proszących o nocleg we dworze. Współczesne poradniki *savoir vivre'u* traktują pojawienie się niezapowiedzianych gości na dłuższą wizytę za nietaktowne, ponieważ: „nie spodziewani goście zawsze burzą rytm życia rodziny, zakłócają prywatne i zawodowe plany, obligują do zapewnienia noclegu, często posiłków, do dotrzymywania towarzystwa, podwożenia – czyli poświęcenia sporo czasu i uwagi” [Popławska, s. 37]. Do najważniejszych reguł, których powinny przestrzegać zaproszone osoby, należy zaliczyć m.in.: dostosowanie się do sposobu i rytmu życia gospodarzy, przestrzeganie panujących w domu reguł, uzgadnianie programu dnia, aby nie kolidował z codziennymi obowiązkami mieszkańców, unikanie narzekania na być może odmienne zwyczaje czy sposoby jedzenia, pomaganie gospodarzom w razie potrzeby w ich codziennych obowiązkach, a przynajmniej utrzymywanie swoich rzeczy w porządku. Nie należy również przedłużać pobytu na siłę. Na zakończenie wizyty trzeba podziękować gospodarzom, później po powrocie do swojego domu również listownie oraz nie dłużej niż w przeciągu roku wystosować rewanżowe zaproszenie. Inaczej niż w ubiegłych stuleciach, dopuszcza się wspomaganie finansowe gospodarzy, np. w postaci zrobienia zakupów czy przygotowania posiłku [Popławska, s. 37-38; Pietkiewicz, 1990, s. 8-9].

W poradnikach dotyczących zasad kulturalnego zachowania poświęcano również sporo uwagi odpowiedniemu doborowi stroju w podróży czy podczas spędzania urlopu. Mogłoby się wydawać, że w dzisiejszych czasach w porównaniu z XIX czy początkami XX wieku normy obyczajowe w tym zakresie są dużo mniej restrykcyjne. Jeśli chodzi o rodzaj ubrania, jak np. długie suknie czy zakrywające w dużej mierze ciało kostiumy kąpielowe – na pewno dzisiaj są dużo swobodniejsze. Jednak, jak zaznaczył T. Robak, „zasady są zasadami, także w czasie urlopu” [Robak, s. 39]. W strojach kąpielowych powinno się przebywać tylko na plaży czy basenie. Nie powinno się chodzić w nich po obiekcie noclegowym, do sklepu czy restauracji. Dla gości hotelowych ważnym posiłkiem jest kolacja, ponieważ wtedy większość z nich może spożyć posiłek razem. Strój na tę okazję nie musi być oczywiście wieczorowy, ale zaleca się, aby był świeży, elegancki, ze starannie dobranymi dodatkami, w żadnym zaś wypadku nie powinny go stanowić wydekoltowane koszulki, stroje gimnastyczne, szorty czy podobnego typu ubrania [Piedboeuf, 1999, s. 158; Robak, s. 39]. Szczególne zasady dotyczą promenady, czyli miejsca, w którym – podobnie jak to się odbywało w ubiegłych stuleciach – przebywa się głównie po to, aby się pokazać, poobserwować innych. Nie wystarczy

założyć jakieś ubranie, „[z]asadą bowiem jest tu popis elegancji, a także i demonstracyjnej oryginalności” [Robak, s. 41]. Ważne jest również dostosowanie sposobu ubierania się do norm i zwyczajów panujących w danym kraju, szczególnie zasada ta dotyczy przebywania w miejscach kultu religijnego [Schwinghammer, 2013, s. 172-173]. Strój podczas podróży koleją czy samolotem powinien być wygodny, jednak nie nazbyt swobodny [Piedboeuf, 1999, s. 73-77, 81].

Zagadnieniem często poruszonym we współczesnych poradnikach *savoir vivre'u*, a w zasadzie omijanym w ich dziewiętnastowiecznych poprzednikach, jest zachowanie się turystów za granicą. Przede wszystkim mowa jest o konieczności poszanowania zwyczajów, kultury, obyczajów, norm i praw obowiązujących w danym miejscu. Autorzy podkreślają, że nie należy głośno wyrażać negatywnych opinii czy używać niewłaściwych słów w swoim języku, w przekonaniu, że nie będzie się zrozumianym przez osoby znajdujące się w pobliżu. Zachowanie powyższe uważane jest za wysoce naganne [Schwinghammer, 2013, s. 168-170, Robak, r.w.?, s. 95; Popławska, r.w.?, s. 91-92; Hurton, 2000, s. 165].

W dzisiejszych czasach wiele osób podejmuje podróż w celach biznesowych. Jest ona także regulowana wieloma zasadami, które dotyczą m.in. korzystania z publicznych środków transportu, ubioru, spotkań biznesowych, przebywania w hotelach i restauracjach, używania sprzętów elektronicznych, takich jak laptopy czy telefony komórkowe w miejscach publicznych [Post, Post, s. 267-275]. Zasady zachowania się podczas gościny u partnera biznesowego są w zasadzie takie same, jak w przypadku wizyty u krewnych czy znajomych. Należy być jak najmniej kłopotliwym gościem dla gospodarzy, wykazać się dużą samodzielnością, starać się w miarę możliwości nie zakłócać codziennego rytmu życia. Nie wolno zapomnieć o podziękowaniu i zaproponowaniu gościny w swoim domu [Pernal 2001, s. 35-36].

Wiele z motywów dziewiętnastowiecznych podróży jest aktualnych i dzisiaj. Wśród nich można wymienić m.in. te związane z kulturą fizyczną, regeneracją sił psychicznych i fizycznych, czyli podejmowane w celach zdrowotnych, wypoczynkowych, jak również motywy kulturalne, edukacyjne i poznawcze, czyli zwiedzanie zabytków, ciekawych miejsc, uczestnictwo w różnorodnych imprezach kulturalnych, motywy religijne – podróże do miejsc kultu religijnego, towarzyskie – odwiedzanie krewnych i znajomych, przebywanie w towarzystwie [Middleton 1999, s. 54]. Motywy patriotyczne, które przeważały m.in. w podróżach do Krakowa, w czasie, kiedy Polska znajdowała się pod zaborami, dzisiaj utraciły swoje znaczenie. Jednakże wiele podróży podejmowanych jest np. do krajów przodków, w celu odnalezienia swoich korzeni czy do miejsca pochodzenia, jeśli przebywa się dłużej za granicą. Mają one często charakter nostalgiczny.

Świat się nieustannie zmienia, rozwija się nauka, technologia, a z nimi również sposoby i motywy podróżowania. Powóz czy dyliżans służy obec-

nie głównie jako atrakcje turystyczne do przewożenia turystów, samochód, a w ostatnim czasie również samolot stały się powszechnymi środkami transportu. W związku z rozwojem łączności i nowoczesnych metod komunikacji, takich jak telefon czy Internet, wyjazdy w celu odwiedzenia krewnych lub znajomych nie są już jedyną, poza pisaniem listów, formą utrzymywania kontaktów. Jednakże wiele z motywów podejmowania podróży czy zasad *savoir vivre'u*, związanych przede wszystkim z kulturą osobistą, z gościnnością, wzajemną pomocą, jest aktualnych i dzisiaj. „Przestrzeganie reguł obyczajowych nie zmienia warunków życia, ale czyni je przyjemniejszym – zauważył E. Pietkiwicz [E. Pietkiwicz 1990, s. 6]. Dotyczy to wszystkich aspektów życia ludzkiego, w tym również podróżowania. Dlatego ważne jest, aby tradycje dotyczące kultury zachowania, przestrzegane i pielęgnowane przez naszych przodków, nie były dzisiaj zaprzepaszczone. Czasy się zmieniają, pewne zwyczaje zanikają, inne się pojawiają, ale wiele reguł określających zachowanie człowieka jako istoty społecznej, zwłaszcza dotyczących wzajemnego poszanowania, ma wartość uniwersalną, można zaryzykować stwierdzenie, że ponadczasową.

## Bibliografia

- [Dzierżkowski J.] (1846), *Obrazy z życia i podróży*, Poznań.
- [Jastrzębowski L.] (1854), *Wspomnienia z podróży przez uczniów Instytutu Gospodarstwa Wiejskiego i Leśnictwa w Marymoncie pod przewodnictwem Profesora Wojciecha Jastrzębowskiego po kraju odbytej w miesiącach lipcu i sierpniu 1853 roku*, Warszawa.
- Brzozowski M.A., Wysocki R. (2003), *ABC dobrych manier*, Muza SA, Warszawa.
- Bujnicki K. (1852). *Nowa wędrówka po małych drogach. Szkice obyczajowe* [...], tom I-II, Wilno.
- Chwalba A., red. (2005), *Obyczaje w Polsce od średniowiecza do czasów współczesnych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Cybulka I. (2006), *Kultura czasu wolnego w zwyczaju i obyczaju społeczeństwa polskiego w XIX i początkach XX wieku*, „Studia Humanistyczne”, Vol. 6, s. 71-83.
- Grodzicki S. (1998), *Wzdłuż Wisły, Dniestru i Zbrucza. Wędrówki po Galicji dyliżansem, koleją, samochodem*, Wydawnictwo Bohdan Grell i córka, s.c., Kraków.
- Hurton A. (2000), *Współczesny savoir vivre. Poradnik*, Wydawnictwo H. Bauer Klub Dla Ciebie, Warszawa.
- Janowicz E. (1924), *Kodeks światowy. Przykazania grzeczności i przyzwoitości*, Mikołów.
- Jelinek E. (1885), *Polskie Panie i dziewice, niezapominajki z książek, podróży i z życia*, Kraków.

- Kodeks światowy, czyli znajomość życia we wszelkich stosunkach z ludźmi* (...) (1898), Warszawa.
- Lisak A. (2013), *Życie towarzyskie w XIX wieku. Salony, bale, teatry*, Bellona, Warszawa.
- Middleton V.T.C. (1999), *Marketing w turystyce*, PAPT, Warszawa.
- Pernal E. (2001), *Savoir-vivre w podróży. Poradnik dla turystów i biznesmenów*, Wydawnictwo Prószyński i S-ka, Warszawa.
- Piedboeuf H. L. (1999), *O stroju na każdą okazję*, Diogenes, Warszawa.
- Pietkiewicz E. (1990), *Savoir-vivre dzisiaj*, Wydawnictwo Prawnicze, Warszawa.
- Podróż na wozie pocztowym czyli nie sądz, czego nie znasz* (1853), Poznań.
- Poeche J. (1887), *Brewiarzyk salonowy; Prawidła i wskazówki do zachowania dobrego tonu w życiu towarzyskim*, Rzeszów.
- Popławska A., (r.w.), *Jak się zachować. Grzeczność ułatwia życie, czyli praktyczny savoir vivre*, Wydawnictwo Leliwa Sp. z o.o., Warszawa.
- Post P. (2007). *Księga dobrych obyczajów*, t. 1, Cartalia Press, Poznań – Warszawa.
- Post P. i Post P. (r.w.), *Vademecum dobrych obyczajów w biznesie*, Cartalia Press, Poznań – Warszawa.
- Prawidła obyczajności ku zachowaniu uprzejmych w świecie stosunków według dzieła francuzkiego przez J. Miłkowskiego* (1852). Kraków.
- Robak T., (r.w.), *Savoir vivre bez tajemnic*, Prószyński i S-ka, Warszawa.
- Rościszewski M. [B. Londyński] (1904). *Pani Domu. Skarbiec porad praktycznych dla Polek wszelkich stanów*, Warszawa.
- Rościszewski M. [B. Londyński] (1920), *Dobry ton. Szkoła pożycia z ludźmi wszelkich stanów w stosunkach poufnych i ceremonialnych. Podręcznik praktyczny dla pań i panów*, wyd. 4, Warszawa.
- Rościszewski M. [B. Londyński] (b.r.w.), *Księga obyczajów towarzyskich*, Kraków – Złoczów.
- Schnür-Peplowski S. (1896), *Obrazy z przeszłości Galicyi i Krakowa (1772-1858)*, Lwów.
- Schwinhammer H. (2013), *Wielka księga savoir vivre'u. Podręcznik właściwego zachowania*, Świat Książki, Warszawa.
- Tautz-Wiessner G. (2000), *Savoir vivre w życiu zawodowym. Dobre obyczaje kluczem do sukcesu*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław.
- Vauban M., Kurcewicz M. (1934), *Jak składać wizyty i przyjmować gości*, Warszawa.
- Wskazówki obejścia się z ludźmi i zwyczaje światowe. Gry i zabawy towarzyskie, anegdoty i zagadki, zbiorek wybornych utworów poetycznych, złote zdania i myśli* (1882), Kraków.
- Wskazówki życiowe w różnych okolicznościach życia. Album prawd. Rozrywki umysłowe* (1884), Kraków.

*Zasady przyzwoitego zachowania się uczniów szkół średnich według dr J. Wisnara, opracował dr J. Piątek (1912), Lwów.*

*Zwyczaje towarzyskie (Le savoir-vivre) w ważniejszych okolicznościach życia przyjęte, według dzieł francuskich spisane (1876), Kraków.*

*Zwyczaje towarzyskie dla osób duchownych podług X. L. Branchereau Rektora Seminarium duchownego w Orleanie Zastosował do potrzeb miejscowych i wydał X. Wł. Szczęśniak Vice-Regens Seminarium Metropolitalnego Ś-go Jana (1893), Warszawa.*

## ARE CULTURE, MOTIVES, WAYS OF TRAVELLING IN THE 19<sup>TH</sup> AND BEGINNINGS OF THE 20<sup>TH</sup> CENTURY ONLY A THING OF THE PAST OR DO THEY HAVE TIMELESS FEATURES?

### Abstract

**Purpose.** In the history of tourism, the 19<sup>th</sup> century was crucial because then, ‘modern tourism’ began. Inventing the railway and some changes in labour laws caused tourism to become more popular and mass. There were a great deal of ethical and moral principles regarding the ways of travelling or behaviour during the journey and at the touristic destinations. Some of them are still current nowadays. The aim of the paper was to present the social, cultural and political factors generated by travelling, tourists’ behaviour, as well to focus attention on their timelessness.

**Method.** In the article, such historical methods as deductive and inductive have been used to analyse and interpret chosen documents.

**Findings.** Chosen documents have been analyzed paying special attention to ethical and moral principles during the journey and at the touristic destinations, as well as motives and ways of travelling.

**Research and conclusion limitations.** 19 publications from the years 1852-1934 and 11 from recent years have been analyzed in the paper.

**Practical implications.** In the paper, it has been proved that a great deal of ethical and moral principles that were current in the 19<sup>th</sup> and beginnings of 20<sup>th</sup> century are still used at present, despite significant changes in customs.

**Originality.** In the literature, issues regarding Polish customs, savoir vivre in tourism, have been discussed earlier but not as a separate subject [Chwalba 2005, Cybula 2006, Lisak 2013].

**Type of paper.** Historical article.

**Key words:** stereotype, tradition, tourism.



## „GŁOWA MIAST WSZYSTKICH”. OBRAZ RZYMU W PRZEWODNIKU *PIELGRZYM* WŁOSKI Z 1614 ROKU

*Joanna Ziarkowska\**, *Dominik Ziarkowski\*\**

### Abstrakt

**Cel.** Charakterystyka jednego z najstarszych polskich przewodników turystycznych, zatytułowanego *Pielgrzym włoski, albo krótkie Rzymu i miast przedniejszych włoskich krótkie opisanie*, przedstawienie sylwetki jego autora – Franciszka Cezarego, a także określenie znaczenia tej publikacji w ramach najstarszej polskiej literatury przewodnikowej.

**Metoda.** Analiza treści badanego przewodnika, odniesienie go do włoskiego pierwowzoru *L'antichità di Roma* Andrei Palladia (analiza porównawcza), wykorzystanie literatury dotyczącej osoby Franciszka Cezarego, a także opracowań z zakresu historii turystyki.

**Wyniki.** Przeprowadzone badania wykazały, że omówiony w artykule *Pielgrzym włoski* stanowi istotny, a jednocześnie niedoceniany w literaturze naukowej wkład w kształtowanie się polskiej literatury przewodnikowej, zaś osobę Franciszka Cezarego należy uznać za jednego z prekursorów tworzenia tego rodzaju opracowań. Zasadniczy tekst przewodnika został zaczerpnięty z książki Andrei Palladia na temat starożytności rzymskich i stanowi drugi (po francuskim) przekład tego dzieła. Cezary jest natomiast autorem erudycyjnej przedmowy, stanowiącej dedykację dla księcia Pawła Janusza Ostrogińskiego, a także zamieszczonego na końcu zestawienia informacji praktycznych na temat tras przejazdu, noclegów i walut obowiązujących w mijanych po drodze do Włoch krajach.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Słaby stan wiedzy na temat początków polskiej literatury przewodnikowej utrudnia przedstawienie pełniejszego kontekstu kulturowego, w jakim osadzona jest omawiana publikacja.

**Implikacje praktyczne.** Praca wskazuje na konieczność prowadzenia szczegółowych badań nad najstarszymi polskimi przewodnikami turystycznymi.

**Oryginalność pracy.** Artykuł dotyczy ważnego dla polskiej historiografii turystycznej opracowania, które do tej pory nie uzyskało omówienia w literaturze naukowej z zakresu historii turystyki.

**Rodzaj pracy.** Artykuł o charakterze przeglądowym.

**Słowa kluczowe:** Franciszek Cezary, *Grand Tour*, przewodniki, Rzym.

---

\* Dr; Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji; e-mail: joanna.ziarkowska@awf.krakow.pl

\*\* Dr; Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Wydział Zarządzania, Katedra Turystyki; e-mail: dominik.ziarkowski@uek.krakow.pl



## Wprowadzenie

Przewodniki turystyczne stanowią jeden z najstarszych gatunków literatury podróżniczej, który znany był już w starożytności. Za prekursora literatury przewodnikowej uznaje się Pausaniasza, który w II wieku n.e. sporządził wyczerpujący opis poszczególnych regionów Grecji, przygotowany z myślą o podróżujących. Z *Historii naturalnej* Pliniusza wiadomo, że podobne dzieła powstawały w Grecji jeszcze przed Pausaniaszem, jednakże nie zachowały się [Freitag 1996, s. 807]. W okresie średniowiecza i w epoce nowożytnej tworzone opracowania przeznaczone dla pielgrzymów, zawierające opisy świętych miejsc, do których najczęściej się udawano. Nieco później pojawiły się publikacje, w których zamieszczano nie tylko wiadomości na temat najważniejszych miejsc i zabytków, ale także praktyczne informacje dotyczące transportu, zakwaterowania, waluty, języka itp. Antoni Mączak za najwcześniejsze tego typu opracowanie uznał *La Guide des chemins de France (Przewodnik po drogach Francji)* autorstwa Charlesa Estienne'a, wydany po raz pierwszy w Paryżu w 1552 roku [Mączak 1978, s. 30]. Dalszy rozwój przewodników związany był z upowszechnieniem się wyjazdów edukacyjnych, określanych mianem *Grand Tour*, które rozwinęły się w XVII i XVIII wieku<sup>1</sup>.

Rekordowo duża liczba przewodników dotyczyła Rzymu<sup>2</sup>, który był tradycyjnym miejscem pielgrzymkowym, a jednocześnie jednym z głównych celów uczestników *Grand Tour*. Powstawały publikacje w języku łacińskim, a potem także włoskim, wielokrotnie wznawiano te same tytuły, aktualizując ich treść, a także tłumacząc na inne języki. Jednym z przykładów bardzo wczesnej adaptacji włoskiego opracowania jest *Pielgrzym włoski, albo krótkie Rzymu i miast przedniejszych włoskich opisanie* autorstwa Franciszka Cezarego, wydany w Krakowie w 1614 roku. Do tej pory przewodnik ten nie został opracowany w literaturze z zakresu historii turystyki. Podstawowym celem niniejszego artykułu jest charakterystyka publikacji Cezarego oraz jej porównanie z włoskim pierwowzorem. Ponadto zostanie podjęta próba określenia znaczenia *Pielgrzymy włoskiego* w obrębie najstarszej polskiej literatury periegetycznej.

---

<sup>1</sup> Określenie *Grand Tour* pojawiło się po raz pierwszy dopiero w roku 1670, w wydanej wówczas książce Richarda Lasselsa pt. *The Voyage of Italy* [Bratuń 2014, s. 21], jednakże początki nowożytnych podróży edukacyjnych są znacznie wcześniejsze i sięgają schyłku XV oraz początku XVI wieku [Żołądź 1994, s. 31]. Podróże podejmowane w ramach *Grand Tour* stanowiły ostatni etap kształcenia europejskich elit i miały służyć zdobywaniu wiedzy, poznawaniu innych krajów, ich kultury, obyczajów i języka. Owe naukowe podróże, których celem były przede wszystkim Włochy, Francja i Niemcy, stały się w epoce nowożytnej jednym z kulturowych kanonów, a samo określenie *Grand Tour* posłużyło później do stworzenia terminu „turystyka”. Na temat fenomenu *Grand Tour* istnieje bogata literatura. Oprócz cytowanych wyżej polskich prac zob. np.: Mead [1914], Knebel [1960], Trease [1967], Wilton, Bignamini [1996], Black [2003], Seta [2014].

<sup>2</sup> Tylko w latach 1475-1600 ukazało się 127 wydań przewodników po Wiecznym Mieście, zob. Mączak [1978, s. 32].

## Franciszek Cezary – drukarz i autor książek

Franciszek Cezary był jednym z najważniejszych polskich drukarzy pierwszej połowy XVII wieku, lecz o jego życiu wiadomo stosunkowo niewiele. Urodził się prawdopodobnie w 1583 roku w Łobżenicy w Wielkopolsce, tam bowiem w 1606 roku wystawiono mu dokument rekomendacyjny, potrzebny przy staraniach o obywatelstwo krakowskie, które Franciszek uzyskał w roku 1617 [Budka 1937, s. 243; Malicki 2010, s. 10]. Nie wiadomo, kiedy dokładnie przybył do grodu Kraka ani jak przebiegała jego edukacja. Niewykluczone, że odbył studia w Akademii Krakowskiej, lecz nie jest to potwierdzone [Malicki 2010, s. 10]. Zgodnie z inskrypcją na niezachowanym do czasów współczesnych nagrobku w kościele św. Anny w Krakowie, Franciszek trzykrotnie podróżował do Włoch i Niemiec, służąc na dworach magnackich, w czym pomagała mu znajomość obcych języków. Podróże te miały miejsce przed rokiem 1616, w którym poślubił Barbarę Malicką i uruchomił własną drukarnię, przejmując wyposażenie po zmarłym kilkanaście lat wcześniej ojcu swojej żony Stanisławie Malickim [Korotajowa 2000, s. 82].

Nie wiadomo dokładnie, gdzie znajdowała się pierwsza drukarnia Cezarego. Prawdopodobnie była ona zlokalizowana przy Małym Rynku, choć są też dwie inne hipotezy, według których siedziba firmy mogła mieścić się albo przy ul. Szpitalnej (na tyłach drukarni Piotrkowczyków), albo przy ul. Floriańskiej 15 (w tylnej części kamienicy „Pod Wiewiórką”). Franciszek Cezary stopniowo rozwijał swoją działalność, m.in. w 1618 roku zakupił narzędzia drukarskie od innego krakowskiego księgarza – Mikołaja Loba. Wystarał się również o przywilej królewski, potwierdzający prawa drukarskie oficyny. Wydał go Zygmunt III Waza w dniu 16 lipca 1620 roku, a potem przywilej ten był jeszcze potwierdzany przez Władysława IV oraz Jana Kazimierza. W lutym 1623 roku Franciszek Cezary nabył kamienicę przy ul. Św. Anny, która stała się odtąd nową siedzibą jego oficyny [Korotajowa 2000, s. 83-90].

Firma Cezarego działała niezwykle prężnie. Zgodnie z inwentaryzacją przeprowadzoną przez Mariana Malickiego [2010, s. 19], w ciągu 35 lat jej działalności<sup>3</sup> spod maszyn drukarskich wyszły łącznie aż 773 pozycje. Warto dodać, że w okresie staropolskim żaden typograf nie wydawał tak dużo. Wśród wydawanych przez Cezarego dzieł dominowały prace pisarzy akademickich (302 pozycje), co uzasadnia zamieszczony na nagrobku Cezarego tytuł *Typographus Academiae Cracoviensis*. Drugą najliczniejszą grupę autorów stanowili pisarze duchowni (łącznie 215 dzieł), w tym zwłaszcza jezuitcy. Fakt ten pokazuje dobry zmysł przedsiębiorczy Cezarego, który wydawał zarówno teksty autorów związanych z Uniwersytetem, jak i skonfliktowanych wówczas z uczelnią jezuitów. Oprócz tego opisywana oficyna drukowała dzieła pisarzy obcych i polskich, zarówno współczesnych, jak i dawnych [Malicki 2010,

<sup>3</sup> Do śmierci Franciszka Cezarego w 1651 roku. Później drukarnia działała nadal, kierowana przez jego następców (aż do roku 1731), ale to wychodzi już poza ramy niniejszego opracowania.

s. 21-22]. Repertuar tematyczny druków Cezarego również był bardzo zróżnicowany. Co ciekawe, najliczniejszą grupę stanowiła literatura okolicznościowa (317 dzieł, czyli aż 41% wszystkich wydawnictw), w tym także teksty pisane na promocje i inne uroczystości w Akademii Krakowskiej. Prace naukowe w tym zestawieniu są na drugiej pozycji (127 dzieł). Oprócz tego w oficynie Cezarego wydawano literaturę polityczną, religijną, piśmiennictwo użytkowe religijne i świeckie, literaturę piękną, piśmiennictwo historyczne, gazety ulotne i druki informacyjne, a nawet druki urzędowe [Malicki 2010, s. 27-28].

Franciszek Cezary był oczywiście przede wszystkim księgarzem, ale oprócz tego sam napisał również kilka książek. Najwcześniejszą jego publikacją był *Pielgrzym włoski, albo Rzymu i miast przedniejszych włoskich krótkie opisanie*. Dziełko to ukazało się jeszcze przed założeniem przez Cezarego oficyny wydawniczej, nakładem drukarni Jakuba Siebeneychera. Szczegółowa analiza tego przewodnika zostanie zaprezentowana w dalszej części artykułu. Najbardziej znanym dziełem Cezarego jest inny przewodnik, mianowicie *Stołecznego miasta Krakowa kościoły i klejnoty*, wydany po raz pierwszy anonimowo w jego drukarni w 1647 roku. Autorstwo tego opracowania budziło przez długi czas kontrowersje, gdyż jeszcze w tym samym roku ukazała się edycja z nazwiskiem Piotra Hiacynta Pruszcza (1605-1668) na stronie tytułowej. Autor ten został wymieniony również w kolejnym wydaniu z roku 1650, które nosi trochę inny tytuł (*Klejnoty stołecznego miasta Krakowa*), ale zasadniczo powtarza treść wcześniejszej wersji. Już pod koniec XIX wieku Karol Estreicher starszy wysunął przypuszczenie, że przewodnik został jednak napisany przez Cezarego, zaś Pruszcza prawdopodobnie opracował jedynie wzbogaconą wersję drugiego wydania [*Bibliografia Polska...* 1898, s. 135; *Bibliografia Polska...* 1913, s. 331]. Z tezą tą zgodzili się niektórzy późniejsi badacze [Estreicher 1977, s. 60; Rożek 1986, s. 51; Malicki 2010, s. 749; Ziarkowski 2011, s. 18], choć nie można wykluczyć i takiej ewentualności, że Franciszek Cezary pracował nad przewodnikiem wspólnie z Pruszczem [Bieniarzówna 1974, s. 12; Korotajowa 2000, s. 99].

Oprócz tego krakowski typograf wydał pod własnym nazwiskiem dwie inne książki, mianowicie *Żywot S. Franciszki Rzymianki* (dwa wydania: 1617 i 1635) oraz modlitewnik *Viridariolum Marianum dulcissimo nomini Jesu et Mariae consecratum* (1638) [Korotajowa 2000, s. 99-100].

### ***Pielgrzym włoski* – charakterystyka treści**

Tak, jak zostało wyżej wspomniane, *Pielgrzym włoski* ukazał się w roku 1614<sup>4</sup>. Franciszek Cezary został wymieniony na stronie tytułowej jako autor przekładu z języka włoskiego, jednak bez podania tekstu źródłowego. Na

<sup>4</sup> Pełny tytuł: *Pielgrzym włoski, albo krótkie Rzymu i miast przedniejszych włoskich opisanie, teraz nowo z włoskiego na polski język przełożone przez Franciszka Cesariusa*.

treść tej niewielkiej książeczki składa się pięć nienumerowanych stron dedykacji, czterdzieści trzy karty tekstu oraz dziewięć nienumerowanych stron końcowych, na których zamieszczono wykaz pocztowych itinerariów i noclegów, jak również ogólne informacje o walutach obowiązujących w mijanych po drodze krajach. Oprócz tego na odwrocie strony tytułowej zamieszczony został heraldyczny wiersz poświęcony herbowi Ostrogskich.

Szczególnie interesującą częścią książeczki jest wspomniana przedmowa, stanowiąca pełną erudycji dedykację, skierowaną do hrabiego tarnowskiego i wojewodzica wołyńskiego Pawła Janusza Ostrogskiego (1598-1619). Jest to też autorski fragment Cezarego, który znacznie więcej mówi o nim samym aniżeli zasadniczy tekst przewodnika, przełożony z języka włoskiego. We wstępie dedykacji pojawia się „Janusz z Ostroga”, co należy tłumaczyć faktem, iż młody magnat nie używał swojego pierwszego imienia [Litwor-  
nia 2003, s. 84]. W roku 1614 Paweł Janusz wybierał się do Włoch, gdzie rok wcześniej był jego starszy brat, Paweł Konstanty. Franciszek Cezary wiedział o podróżniczych planach wojewodzica, ofiarując przewodnik „[...] panu swemu Miłościwemu za czasem w tamte kraje jadącemu”.

Najciekawsze w owej przedmowie są jednak nie pełne uniżenia zwroty do hrabiego, lecz bardzo interesujące uzasadnienie stworzenia przewodnika, w którym autor odwołał się do kultury klasycznej. Przywołał licznych pisarzy antycznych, tworzących opisy historyczno-geograficzne, takich jak: Korneliusz Nepos, Pliniusz Starszy, Strabon czy Pausaniasz. Docenił ich dzieła, pisząc, iż za to „[...] im wiek terażniejszy i wszystkie inne potomne czasy dziękują i dziękować będą, ponieważ jako Arystoteles świadczy: *Natura hominum novitatis avida*, a drugi zaś napisał: *Antiquitas valde delectat*” [Cezary 1614, z przedmowy]. Te szerokie odwołania do antycznych korzeni literatury podróżniczej, wprawdzie dość skrótowe, ale bardzo trafnie zestawione, ukazują Franciszka Cezarego jako człowieka czytanego i jednocześnie świadomego wartości swojej pracy, która nawiązuje do opracowań tworzonych przez wybitnych autorów starożytności.

Zasadniczy tekst przewodnika został przetłumaczony z pracy wybitnego włoskiego architekta – Andrei Palladia (1508-1580) pt. *L'antichità di Roma*. Palladio opublikował swój opis starożytności rzymskich po wizycie w Wiecznym Mieście w roku 1554. Opierał się na opisach wcześniejszych autorów, a także własnych pomiarach budowli i ruin, tworząc pierwszy solidny przewodnik po antycznych pozostałościach Rzymu [Ackerman 1996, s. 27]. Warto dodać, że w tym samym roku architekt opracował oraz wydał drugą książeczkę, która poświęcona była kościołom chrześcijańskim (*Descrittione delle chiese*). Obydwie publikacje należy traktować jako pewną całość, która w syntetycznej formie ujmuje najważniejsze informacje na temat Rzy-

---

Przydane są od tegoż drogi i gościńce cudzoziemskie, rachując wszędy dalekość ich na mile własne każdego państwa, przytym też wiadomość niemieckiej i włoskiej monety, Kraków, U dziedziców Jakuba Siebencheyera, 1614.

mu pogańskiego oraz chrześcijańskiego. Z tych dwóch publikacji znacznie większą popularność zdobyło opracowanie dotyczące starożytności, które do połowy XVIII wieku doczekało się aż 30 wydań. Zaletą tej książeczki jest podawanie gruntownie sprawdzonych przez autora informacji, natomiast sam sposób prezentacji treści nie jest rewolucyjny i wyraźnie wzoruje się na wcześniejszych opisach Rzymu, określanym wspólnym mianem *Mirabilia urbis Romae*. Podobnie jak w starszych przewodnikach, również u Palladia dominują informacje faktograficzne, a więc przede wszystkim kto i dlaczego zbudował dany zabytek oraz jakie były dalsze jego losy. Uderzający jest przy tym niemal zupełny brak uwag na temat samej architektury, co musi zadziwiać u późniejszego autora słynnego traktatu architektonicznego *I quattro libri dell'architettura* [Herndon 2007, s. 26-27].

Mimo to jednak nie ulega wątpliwości, iż spośród wszystkich włoskich opisów antycznego Rzymu przewodnik Palladia był najsolidniejszy, dlatego nie dziwi fakt, że Franciszek Cezary postanowił przełożyć właśnie tę publikację, tworząc tym samym jeden z najstarszych przewodników opublikowanych w języku polskim.

Przekład Cezarego cechuje się dużą wiernością wobec oryginału, a niewielkie odstępstwa są efektem opuszczenia niektórych drobnych fragmentów oraz wprowadzenia przez tłumacza kilku własnych spostrzeżeń. Trzeba też dodać, iż tłumaczenie nie jest wolne od błędów, a skład drukarski wykazuje pewne niekonsekwencje gramatyczne. Wszystko to można zapewne wyjaśnić pośpiechem, który towarzyszył powstawaniu książki, a związany był z chęcią jej wydania przed wyjazdem Ostrogskiego do Włoch<sup>5</sup>.

Krakowski księgarz przejął od Palladia podział tekstu na dużą liczbę (w sumie ponad osiemdziesiąt) krótkich rozdziałów, poświęconych różnym aspektom historycznym oraz grupom zabytków starożytnego Rzymu. W zdecydowanej większości przetłumaczył dosłownie tytuły owych rozdziałików, jedynie w kilku przypadkach zamieszczając własne propozycje. Przykładowo początek opracowania, wyróżniony przez Palladia jako *Dell'edificazione di Roma (O założeniu Rzymu)*, przemianował na bardziej poetycko brzmiące: *Rzym miasto, głowa miast wszystkich* [Cezary 1614, k. 1r.]. Kolejność poszczególnych fragmentów została oczywiście również przejęta od Palladia. Po wstępie historycznym mamy zatem krótkie opisy m.in. bram rzymskich, dróg i ulic, mostów, wzgórz, akweduktów, łaźni, łuków triumfalnych itp.

Tekst opracowania zaznajamia czytelnika zarówno z zachowanymi zabytkami, jak i z tymi, które na początku XVII wieku znane były jedynie ze źródeł historycznych. Uderzająca jest gloryfikacja antycznego Rzymu, wyrażająca się w licznych zachwytach nad jego osiągnięciami. Przykładowo o słynnym, spalonym w czasach Trajana pałacu Nerona zanotowano: „Pałac

<sup>5</sup> Szczegółowego omówienia różnic przekładu dokonanego przez Cezarego w stosunku do pierwowzoru dokonał A. Litwornia w przypisach do polskiego tekstu. Zob. Litwornia [2003, s. 94-126].

ten był złotem ozdobiony i drogiemi kamieniami osadzony, powały albo piętra były z słoniowej kości robione dziwnie kosztowną robotą, a te piętra obracały się i ruszały. W nich były rurki wprawione, przez które kwiecie pachnące rozmaite i wonności wszelakie spadały na ludzi, gdy obiad albo wieczerza była. Sala przedniejsza w tym pałacu była okrągła, a obracała się zawždy na kształt obrotu niebieskiego” [Cezary 1614, k. 19v.]. Wśród najważniejszych świątyń antycznych wymieniony został Panteon – „okrągły wszystek w cyrkiel, na wyż jest stóp sto czterdzieści i cztery, także też wiele i wszertz, wewnątrz ozdobiony pięknymi marmorami, a z wierzchu cegłą” [Cezary 1614, k. 30v.]. W wielu miejscach przewodnika pojawiają się informacje o bogactwie starożytnego Rzymu, „co każdy poznać może z osobliwego i kosztownego budowania, z teatrów i inszych dziwnych i ozdobnych rzeczy, których tam było pełno” [Cezary 1614, k. 35r.].

Fragmety poświęcone materialnemu dziedzictwu starożytnego Rzymu przeplecione zostały informacjami o dawnych zwyczajach i organizacji życia publicznego. Z tekstu przewodnika można pozyskać podstawowe informacje np. o urzędach, zabawach ludu rzymskiego, wychowaniu dzieci, małżeństwach i rozwodach. Opisy dotyczące tych zagadnień również przedstawiają starożytnych Rzymian w bardzo pozytywnym świetle. Mieli oni na przykład wykazywać dużą troskę i staranność o wychowanie dzieci: „Naprzód nigdy im nie dopuścili jadać gdzie indziej, jedno doma. Strzegli i zakazowali, aby plugawych i sprosnych słów nie mówili. Słali je do Aten, do Rodis i indziej, aby się uczyli nauk wyzwolonych i obyczajów przystojnych” [Cezary 1614, k. 36v.].

Warto podkreślić, że Cezary, tłumacząc tekst Palladia, często dodawał własne objaśnienia, które miały być pomocne dla polskiego czytelnika. Przykładowo podając informacje o powierzchni Rzymu, przywoływał system miar stosowany w Polsce: „Jako był wielki Rzym w około wiedzieć się dostatecznie nie może, bo historykowie sami nie zgadzają się: bo jedni piszą, iż był pięćdziesiąt mil włoskich, co uczyni naszych dziesięć, drudzy piszą, iż trzydzieści i dwie, a drudzy dwadzieścia i ośm – naszych czyni półszósty mile. Teraz nie masz go więcej jedno na szesnaście mil włoskich, a na trzy naszych, rachując Piotra ś[więtego] kościół i pałace papieskie, i to co za Tybrem jest” [Cezary 1614, k. 4r.-4v.]. Z kolei podając nazwy dawnych rzymskich urzędów, autor często przywoływał ich polskie odpowiedniki, informując na przykład, że *pretor urbanus* to „burmistrz po naszymu” [Cezary 1614, k. 21r.].

Ogólnie na treść omawianego przewodnika składa się zbiór podanych w syntetycznej formie wiadomości na temat pogańskiego Rzymu. Uderzające jest to, że w tekście prawie zupełnie brakuje informacji na temat zabytków chrześcijańskich. Nazwy kościołów przywoływane są co prawda dość często, ale zawsze na marginesie opisów starożytności, w celu jak gdyby lepszego ich umiejscowienia na mapie Rzymu. Jedynym wyjątkiem jest troszkę

szerzej opisany pałac papieski, choć i w tym przypadku spora część uwagi została skierowana na papieską kolekcję rzeźb starożytnych. Kilka słów poświęconych zostało również freskom Michała Anioła. Franciszek Cezary powtórzył za Palladiem, że: „[...] papież Paweł Trzeci dał wymalować Sąd Pański nad ołtarzem w kaplicy papieża Sykstusa sławnemu malarzowi, którego zwano *Michael Angelus Bonarotti*, i dał pozłocić pałac *conclavis* rzeczony, w której na wierzchu uczynił cudną kaplicę, którą tenże malarz malował” [Cezary 1614, k. 40r.].

Franciszek Cezary inaczej niż Palladio zakończył opis Rzymu. Pomiął hołdy oddawane przez włoskiego architekta ówczesnym papieżom, a zamiast tego odesłał zainteresowanego czytelnika do obszerniejszego opisu Wiecznego Miasta autorstwa ks. Andrzeja Wargockiego, który ukazał się w 1610 roku w Krakowie pod tytułem *O Rzymie pogańskim i chrześcijańskim*. Jednocześnie podkreślił, że jego przewodnik ma spełniać funkcje praktyczne, pisząc: „Jam to nie domowym, historie czytającym, ale podróżnym krótko, aby pamiętać mogli, napisał, na com sam patrzył” [Cezary 1614, k. 41r.]. To podkreślenie znajomości Wiecznego Miasta z autopsji można odczytywać jako własną rekomendację do funkcji przewodnika w podróży. Wydaje się bardzo prawdopodobne, że Cezary starał się w ten sposób dołączyć do orszaku wybierającego się do Włoch hrabiego Ostrońskiego [Litwornia 2003, s. 87], zwłaszcza jeśli zestawimy zacytowane powyżej słowa z zakończeniem przedmowy, gdzie autor oddaje się w opiekę magnata, „z ofiarowaniem powolnych służb moich, które aby się kiedykolwiek na co zgodzić mogły, zawsze się starać będę”.

Treść *Pielgrzyma włoskiego* została – jak już wspomniano – w ogromnym stopniu przejęta od Andrei Palladia. Mimo wszystko dość zaskakujący jest fakt, że krakowski księgarz w dobie kontrreformacji wybrał do przetłumaczenia właśnie to opracowanie, a nie książeczkę włoskiego architekta na temat kościołów chrześcijańskich, która stanowiła w jego (tj. Palladia) zamiśle pewną całość wraz z opisem starożytności. Być może Cezary chciał w ten sposób stworzyć swoistą przeciwwagę dla obecnych już wówczas w literaturze polskiej zachwytów nad Rzymem chrześcijańskim, który wynoszono zdecydowanie ponad Rzym pogański. Jako przykłady wymienić można teksty wspomnianego już ks. Wargockiego, a także wiersze ks. Stanisława Grochowskiego, w których autor gloryfikował „nowy Rzym”<sup>6</sup>.

Nie mniej zastanawiający jest tytuł, jaki swojej publikacji nadał Cezary, który mógł przecież przetłumaczyć traktacik dosłownie – jako *Starożytności rzymskie*. Tytuł *Pielgrzym włoski* sugeruje bowiem sakralną treść, której w przewodniku prawie w ogóle nie ma. Cezaremu chodziło najwyraźniej nie o pielgrzymy w religijnym, ale w świeckim, humanistycznym znaczeniu

<sup>6</sup> Na uwagę zasługuje zwłaszcza wydany w Krakowie w 1610 roku tomik *Rzym nowy szczęśliwszy nad stary*, dedykowany papieżowi Pawłowi V Borghese. Zob. Litwornia [2003, s. 56].

człowieka-wędrowca, miłośnika antyku, który chce zapoznać się z dziedzictwem starożytnego Rzymu.

Przyrzeczony w tytule „opis miast przedniejszych włoskich” również nie został opracowany przez Franciszka Cezarego. Autor wstawił w tym miejscu wiersz Stanisława Grochowskiego *Włoskie miasta co przedniejsze*, który wydany został kilka lat wcześniej w Krakowie. Jest to polski przekład łacińskiego wiersza *Urbium Italicarum descriptio* Thomasa Edwardsa, który cieszył się wówczas sporą popularnością, gdyż dawał króciutkie charakterystyki kilkudziesięciu włoskich miast [Litwornia 2003, s. 74]. Oczywiście nie można w tym przypadku mówić o wyczerpującym opisie owych miast, a raczej o próbie stworzenia ich mocno stereotypowego obrazu, na przykład:

*Naprzód RZYM świętym zowią, bo wszystek skropiony  
krwią męczenników Bożych i tą poświęcony.  
WENECYJA bogata, morzem otoczona,  
ktemu Marka świętego ma w niebie patrona.  
NEAPOLIS książęta, szlachtę, hrabie rodzi,  
a MEDYJOLAN inne wielkością przechodzi.*

Na ostatnich kartach przewodnika mamy opracowane zapewne już przez Cezarego *Gościńce albo poszty rozmaitych miast niemieckich, francuskich i hiszpańskich z pilnością opisane*, w których autor przedrukował ówczesne itineraria, czyli etapy dzienne, jakie pokonywała poczta na najważniejszych trasach od Krakowa do Composteli. Zestawienie to nawiązuje do wykazów stacji pocztowych, drukowanych na użytek kupców od początku XVI wieku i obejmujących trasę Norymberga – Augsburg – Wenecja – Rzym [por. Quirini-Popławska 1994, s. 40]. Publikację zamyka *Wiadomość cudzoziemskie monety, każdemu tam nieświadomemu wiedzieć potrzebna*, zawierająca informacje o pieniądzach i ich wartości w kilku krajach mijanych po drodze do Rzymu (Królestwie Czeskim, Cesarstwie Rzymskim, Austrii, Republice Weneckiej). Warto dodać, że informacje o drogach oraz walucie stanowią najstarszy znany drukowany tekst tego rodzaju w języku polskim [Litwornia 2003, s. 128]. Te zamieszczone na końcu opracowania informacje w znacznym stopniu podniosły wartość użytkową przewodnika, gdyż pozwalały na właściwe zaplanowanie podróży, a także odpowiednie zaopatrzenie się w obce waluty.

### **Znaczenie *Pielgrzyma włoskiego* dla polskiej literatury periegetycznej**

Trudno jednoznacznie wskazać publikację, którą można byłoby uznać za najstarszy polski przewodnik. Problemy wynikają z tego, że nie zawsze łatwo jest wyodrębnić przewodniki spośród innych form literatury podróżniczej, zwłaszcza relacji z podróży [Mączak 1998, s. 5-6]. Sytuację dodatkowo komplikuje fakt, iż takie relacje często wykorzystywano jako przewod-



niki, czerpiąc z nich informacje o miejscach i zabytkach uprzednio przez kogoś zwiedzonych i opisanych. Wśród wczesnych polskich przykładów tego rodzaju opisów wymienić można *Opisanie Ziemi Świętej* Anzelma Polaka (1507-1508), *Peregrynację do Ziemi Świętej* Jana Goryńskiego (ok. 1560), a także najbardziej znane dzieło o podobnej tematyce – *Peregrynacja do Ziemi Świętej i Egiptu* Mikołaja Krzysztofa Radziwiłła, zwanego „Sierotką” (1582-1584) [*Antologia pamiętników...* 1966].

Zbigniew Kulczycki za najstarszy polski przewodnik uznał opis kraju sporządzony przez Marcina Kromera dla króla Henryka Walezego. Dzieło to, zatytułowane *Polonia, sive de situ, populis, moribus, magistratibus te republica Regni Poloniae*, ukazało się w 1577 roku, a drugie wydanie już rok później<sup>7</sup>. Obszerne opracowanie Kromera należy jednak traktować jako książkę o charakterze geograficzno-krajoznawczym. Z pewnością nie była ona pisana z myślą o praktycznym wykorzystaniu w czasie podróży.

Po raz pierwsze słowo „przewodnik” pojawiło się w tytule polskiego opracowania w roku 1603. Wtedy to ukazał się w Krakowie anonimowy *Przewodnik abo kościołów krakowskich krótkie opisanie*, który jednak również trudno uznać za rzeczywisty przewodnik, gdyż nie zawiera praktycznych informacji dotyczących zwiedzania, a jedynie zwięzły opis 46 krakowskich kościołów [Duda 1996, s. 55-56; Duda 2007, s. 29]<sup>8</sup>. Pod koniec pierwszej połowy XVII wieku (1643) wydany został *Gościniec, albo krótkie opisanie Warszawy* autorstwa Adama Jarzębskiego, pisany wierszem, ale zawierający dużo danych faktograficznych. Uznawany on niekiedy bywa – chyba niesłusznie – za najstarszy przewodnik napisany po polsku i dotyczący Polski [Merski, Piotrowski 2010, s. 32].

Bez wątplenia zatem analizowany w niniejszej pracy *Pielgrzym włoski* stanowi jeden z najstarszych przykładów polskiej literatury przewodnikowej. Wydany został zaledwie jedenaście lat później niż wspomniany opis kościołów krakowskich z 1603 roku, a także niemal trzydzieści lat wcześniej od warszawskiego opracowania Adama Jarzębskiego. Już sam wczesny czas powstania decyduje o doniosłej roli dziełka Franciszka Cezarego, zaś jego treść, w tym pełen erudycji wstęp, jeszcze owo znaczenie potęguje. Mimo to *Przewodnik włoski* jest pozycją niedocenianą w literaturze z zakresu dziejów turystyki w Polsce. Dość powiedzieć, że w podstawowym podręczniku autorstwa Zbigniewa Kulczyckiego publikacja Cezarego została jedynie wzmiankowana, bez podania autora, a także z błędnym zapisem tytułu – jako *Pielgrzym polski* [Kulczycki 1977, s. 21]. Taki sam niewłaściwy tytuł powtórzył w swoim opracowaniu także Jerzy Gaj [2006, s. 28]. Z kolei zaś

<sup>7</sup> Polski przekład zob. Kromer [1984].

<sup>8</sup> Książeczka ta ukazała się z okazji Roku Świętego, obchodzonego w Krakowie w 1603, i dedykowana była biskupowi krakowskiemu Bernardowi Maciejowskiemu. Niewątpliwie przeznaczona była dla odwiedzających miasto pielgrzymów. Zdaniem Michała Rożka, autorem opracowania mógł być znany ówczesnie księgarz i pisarz Jan Januszowski [Rożek 1986, s. 51].

w książce Janusza Merskiego i Jana Pawła Piotrowskiego [2010], stanowiącej syntezę wiadomości o polskich przewodnikach turystycznych, o *Pielgrzymie włoskim* nie ma w ogóle mowy.

Dodatkowym argumentem, dla którego opracowanie Franciszka Cezarego zasługuje na uwagę jest fakt, że stanowi ono najstarszy przewodnik po Włoszech napisany w języku polskim, który wyprzedził o pół wieku *Delicje ziemi włoskiej* – wydane w 1665 roku w Krakowie tłumaczenie niemieckiego tekstu Gaspara Ensa [Mączak 1978, s. 32]<sup>9</sup>. Niezwykle ważny jest ponadto fakt, że Cezary dokonał przekładu dzieła Palladia, przybliżając polskiemu czytelnikowi ustalenia znakomitego włoskiego architekta i badacza starożytności. Warto podkreślić, że krakowski księgarz sporządził drugi (po francuskim) przekład *L'antichità di Roma* [Litwornia 2003, s. 92]. Można zatem bez wątpienia stwierdzić, że *Pielgrzym włoski* ma duże znaczenie nie tylko dla kultury polskiej, ale także europejskiej.

### Zakończenie

Omówiony w niniejszym artykule *Pielgrzym włoski* autorstwa Franciszka Cezarego stanowi niezwykle istotny, a jednocześnie niedoceniany w literaturze naukowej wkład w kształtowanie się polskiej literatury przewodnikowej. Publikacja ta może być traktowana jako ważny dowód zainteresowania Italią i samym podróżowaniem przez oświecone warstwy polskiego społeczeństwa epoki nowożytnej. Wydaje się to zrozumiałe, gdyż w XVI i XVII wieku Włochy były przeważnie ostatnim etapem szlacheckich podróży edukacyjnych, podejmowanych przez Polaków [Żołądź 1994, s. 53]. Franciszek Cezary postanowił zatem przybliżyć przybywającym do Rzymu znad Wisły uczestnikom *Grand Tour*, a zwłaszcza hrabiemu Pawłowi Januszowi Ostrogskiemu, antyczne dziedzictwo Wiecznego Miasta, tworząc wierny przekład książeczki Andrei Palladia.

Godny mocnego podkreślenia jest także fakt, że samego Franciszka Cezarego należy postrzegać jako pioniera wśród autorów polskich przewodników turystycznych. Stworzył on dwa z zaledwie kilku znanych tego rodzaju

---

<sup>9</sup> Warto może w tym miejscu odnotować, że Bronisław Biliński [1992] za najstarszy polski przewodnik po Rzymie uznał wzmiankowane wcześniej dzieło ks. Wargockiego *O Rzymie pogzańskim i chrześcijańskim*, wydane po raz pierwszy w Krakowie w roku 1610. Z tezą tą jednak trudno się zgodzić, gdyż – jak zauważa sam autor w końcowej części swojego tekstu – w książce ks. Wargockiego nie ma informacji użytecznych dla podróżnych, w które zaopatrzył swój przewodnik Franciszek Cezary [Biliński 1992, s. 137]. Opis Rzymu sporządzony przez kapłana przeznaczony był zdecydowanie dla wymagającego czytelnika, który chciał w domowym zaciszu zgłębić swoją wiedzę na temat Wiecznego Miasta, a nie dla podróżnego, który mógłby posiłkować się owym tekstem w czasie zwiedzania Rzymu. Z wymienionych powodów raczej należy przyznać Andrzejowi Litworni, który za najstarszy przewodnik po Rzymie napisany w języku polskim uznał *Pielgrzymia włoskiego* [Litwornia 1991].

opracowań, powstałych w Rzeczypospolitej do połowy XVII wieku. W odróżnieniu od autorów innych najstarszych opisów miast, krakowski drukarz starał się uczynić swoje książki użytecznymi dla podróżnych. W *Pielgrzymie włoskim* praktyczne informacje zostały zamieszczone na końcu opracowania, zaś w przypadku *Klejnotów stołecznego miasta Krakowa* zabytki zostały opisane nie w porządku alfabetycznym, ale według ulic. Podpowiadało to czytelnikowi kolejność zwiedzania oraz ułatwiało mu poruszanie się po mieście – od Wawelu ulicą Kanoniczą i Grodzką do Rynku, następnie wokół głównego placu miasta, a wreszcie powrót ul. Grodzką do kościoła św. Idziego [Duda 1996, s. 56].

Warto na koniec zauważyć, że nasza wiedza na temat najstarszych polskich przewodników jest bardzo powierzchowna, gdyż nie uzyskały one do tej pory gruntownego omówienia w literaturze naukowej. Są wprawdzie wymieniane w różnych opracowaniach, ale wyraźnie brakuje analizy treści tych dzieł. Pod tym względem znacznie lepiej opracowane są późniejsze publikacje, omówione gruntownie zwłaszcza w monograficznej książce Dariusza Opalińskiego o polskich przewodnikach turystycznych w okresie zaborów [Opaliński 2013]. Tymczasem zaś te najstarsze przewodniki, powstałe w okresie staropolskim, mimo że jest ich niezbyt dużo, nie doczekały się naukowej analizy. Warto zatem sformułować postulat o potrzebie uzupełnienia tej luki, gdyż owe publikacje są znakomitymi źródłami do dziejów turystyki i kultury w naszym kraju. Bez wątpienia ważną rolę wśród nich zajmuje *Pielgrzym włoski*, co staraliśmy się w niniejszym tekście wykazać.

## Bibliografia

- Ackermann J. S. (1966), *Palladio*, Penguin Books, New York.
- Antologia pamiątek polskich XVI wieku* (1966), Pollak R., red., wybór i opracowanie Drewniak S. i Kaczmarek M., Ossolineum, Wrocław.
- Bibliografia Polska Karola Estreichera* (1898), t. 14, Wydanie Akademii Umiejętności, Czcionkami Drukarni Akademii Umiejętności, Kraków.
- Bibliografia Polska Karola Estreichera* (1913), t. 25, wydał S. Estreicher, Nakładem Akademii Umiejętności, Kraków.
- Bieniarzówna J. (1974), *Wiekowe tradycje miłośnictwa Krakowa*, „Rocznik Krakowski”, t. 45, s. 11-18.
- Biliński B. (1992), *La prima guida polacca di Roma: Andrzej Wargocki «O Rzymie pogańskim y chrześcijańskim ksiąg dwoje» (Sulla Roma pagana e cristiana libri due), Cracovia 1610, 1648*, [w:] Idem, *Figure e momenti Polacchi a Roma. Strenna di commiato*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk, Wrocław, s. 33-144.
- Black J. (2003), *The British Abroad. The Grand Tour in Eighteenth Century*, Sutton Publishing, London.

- Bratuń M. (2014), *Narodziny – Rozwój – Zmierzch*, [w:] Ročko A., red., *Polski Grand Tour w XVIII i początkach XIX wieku*, Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie, Warszawa, s. 19-30.
- Budka W. (1937), *Cezary Franciszek (1583-1651)*, [w:] *Polski Słownik Biograficzny*, t. 3, Nakładem Polskiej Akademii Umiejętności, Kraków, s. 243-244.
- Cezary F. (1614), *Pielgrzym włoski, albo krótkie Rzymu i miast przedniejszych włoskich opisanie, teraz nowo z włoskiego na polski język przełożone przez Franciszka Cesariusa. Przydane są od tegoż drogi i gościńce cudzoziemskie, rachując wszędy dalekość ich na mile własne każdego państwa, przytym też wiadomość niemieckiej i włoskiej monety*, U dziedziców Jakuba Siebencheyera, Kraków.
- Duda J. (1996), *Przewodniki po Krakowie (do 1914 roku). Książki, ich autorzy i wydawcy*, „Rocznik Krakowski”, t. 57, s. 53-87.
- Duda J. (2007), *Z przewodnikiem po Krakowie*, „Alma Mater”, nr 87, s. 28-33.
- Estreicher K. (1977), *Emanuela Murraya „Opisanie Krakowa” a literatura o Krakowie i plan kołtątajowski*, „Rocznik Krakowski”, t. 48, s. 57-157.
- Freitag W. M. (1996), *Guidebook*, [w:] *The Dictionary of Art*, red. J. Turner, t. 13, Macmillan Publishers Limited, London, s. 807-813.
- Gaj J. (2006), *Dzieje turystyki w Polsce*, Almamater Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa.
- Herndon Ch. M. (2007), *The history of the architectural guidebooks and the development of an architectural information system*, Georgia Institute of Technology.
- Knebel H. (1960), *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus*, Enke, Stuttgart.
- Korotajowa A. (2000), *Cezary Franciszek (Caesarius Franciscus) drukarz w Krakowie 1616-1651*, [w:] Pirożyński J., red., *Drukarze dawnej Polski od XV do XVIII wieku. Vol 1: A-K*, Nakładem Polskiej Akademii Umiejętności, Kraków, s. 82-100.
- Kromer M. (1984), *Polska czyli o położeniu, ludności, obyczajach, urzędach i sprawach publicznych Królestwa Polskiego księgi dwie*, tłum. Kazikowski S., wstęp i oprac. Marchwiński R., Pojezierze, Olsztyn.
- Kulczycki Z. (1977), *Zarys historii turystyki w Polsce*, wydanie III uzupełnione, Sport i Turystyka, Warszawa.
- Litwornia A. (1991), *La prima guida di Roma in lingua polacca (1614)*, „Alma Roma”, Vol. 32, No. 1-2, s. 37-44.
- Litwornia A. (2003), *W Rzymie zwyciężonym Rzym niezwyknięty. Spory o Wieczne Miasto (1575-1630)*, Studia Staropolskie – Series Nova, t. III, Instytut Badań Literackich Polskiej Akademii Nauk, Warszawa.
- Mączak A. (1978), *Życie codzienne w podróżach po Europie w XVI i XVII wieku*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.

- Mączak A. (1998), *Odkrywanie Europy. Podróże w czasach renesansu i baroku*, Novus Orbis, Gdańsk.
- Malicki M. (2010), *Repertuar wydawniczy drukarni Franciszka Cezarego starszego 1616-1651, część 1: Bibliografia druków Franciszka Cezarego starszego 1616-1651*, Księgarnia Akademicka, Kraków.
- Mead W. E. (1914), *The Grand Tour in the Eighteenth Century*, Houghton Mifflin Company, Boston – New York.
- Merski J., Piotrowski J. P. (2010), *Drogi ewolucji drukowanych przewodników turystycznych po Polsce*, Almamer Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa.
- Opaliński D. (2013), *Przewodniki turystyczne na ziemiach polskich w okresie zaborów. Studium historyczno-źródłoznawcze*, Ruthenus, Krosno.
- Quirini-Popławska D. (1994), *L'arte del viaggiare in Italia nel Medioevo*, [w:] Quirini-Popławska D., red., *Atti del convegno italo-polacco "Viaggio in Italia e viaggio in Polonia" organizzato dall' Istituto di Storia dell' Università Jagellonica di Cracovia dal 19 al. 20 ottobre 1992 in occasione del cinquecentesimo anniversario della scoperta dell' America*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace Historyczne”, z. 110, Nakładem Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1994, s. 27-41.
- Rożek M. (1986), *Mirabilia Urbis Cracoviae*, „Krzysztofory. Zeszyty Naukowe Muzeum Historycznego Miasta Krakowa”, nr 13, s. 49-53.
- Seta C. (2014), *L'Italia nello specchio del Grand Tour*, Rizzoli, Milano.
- Trease L. G. (1967), *The Grand Tour*, Heinemann, London.
- Wilton A., Bignamini I. (1996), *Grand Tour: Lure of Italy in the Eighteenth Century*, Tate Publishing, London.
- Ziarkowski D. (2011), *Zabytki a turystyka. Studium poświęcone historii naukowego i krajoznawczego poznawania Doliny Prądnika*, Proksenia, Kraków.
- Żołądź D. (1994), *Podróże edukacyjne Polaków w XVI i XVII w.*, [w:] Hellwig J., Jamrozek W., Żołądź D., *Z prac poznańskich historyków wychowania*, Wydawnictwo Eruditus, Poznań, s. 29-63.

**“THE CAPITAL OF ALL CITIES”.  
THE IMAGE OF ROME IN *ITALIAN PILGRIM*,  
THE 1614 GUIDEBOOK**

**Abstract**

**Purpose.** The characteristics of one of the oldest Polish traveller’s guides entitled *Italian Pilgrim or a Short Description of Rome and Other Outstanding Cities in Italy*, moreover the presentation of its author - Franciszek Cezary and the significance of this publication among the oldest Polish guidebooks.

**Method.** The analysis of the content of the studied guidebook by reference to the Italian original *L’antichità di Roma* by Andrea Palladio (comparative analysis), recourse to the literature where information about Franciszek Cezary can be found and to the compilations related to the history of tourism.

**Findings.** The study showed that the guidebook discussed in the article, *Italian Pilgrim*, is a significant, yet not appreciated in academic literature contribution to the development of Polish guidebook literature. Consequently, Franciszek Cezary should be treated as one of the forerunners of creating such compilations. The main content of the guidebook was borrowed from Andrea Palladio’s book about Roman antiquity and is the second (after the French one) translation of the book. However, Cezary is the sole author of an erudite foreword which, as a matter of fact, is a dedication to Prince Paweł Janusz Ostrogski. He is also the author of the compilation of practical information concerning the routes, accommodation and currencies used in the countries crossed while travelling to Italy, which was printed at the end of the book.

**Research and conclusion limitations.** Poor knowledge about the beginnings of Polish guidebooks hinders the full presentation of cultural context of the publication.

**Practical implications.** The paper shows the necessity to carry out detailed research in the oldest Polish traveller’s guides.

**Originality.** The article concerns an important compilation contributing to the Polish tourism historiography, which has never been described before in literature on the history of tourism.

**Type of paper.** A review article.

**Key words:** Franciszek Cezary, *Grand Tour*, guidebooks, Rome.



## PRZEMIANOWANE MIASTA EUROPY ŚRODKOWEJ I WSCHODNIEJ – ŚWIADECTWO DOŚWIADCZENIA PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ

*Joanna Roszak\**

### Abstrakt

**Cel.** Zdefiniowanie przestrzeni literackiej miast przemianowanych. Egzemplifikacją uczyniony zostanie Gdańsk/Wolne Miasto Gdańsk/Danzig; na jego przykładzie wskażę możliwe sposoby odzyskiwania przez turystę-antropologa przemianowanych przestrzeni.

**Metoda.** Autorka artykułu proponuje wykorzystanie w turystyce teorii hermeneutycznej i ukazuje, jaką rolę w interpretacji miejsc, do których przybywa turysta, może odegrać ta jedna z najstarszych metod odczytywania ukrytych sensów dzieł, pozwalająca także rekonstruować kolejne warstwy miejskiej, palimpsestowej historii.

**Wyniki.** Analiza problemu wskazuje na możliwości wykorzystania potencjału literackiego przemianowanych miast dla potrzeb utworzenia europejskiej tematycznej trasy turystycznej.

**Ograniczenia badań i wnioskowania.** Ograniczenia egzemplifikacji do jednego miasta, Gdańska. Idealny modus poznania zakłada doświadczenie i obrazu literackiego, i turystyczne dotknięcie fizycznej przestrzeni.

**Implikacje praktyczne.** Wdrożenie produktu turystycznego – szlak/trasa pt. *Literacki Gdańsk*.

**Oryginalność.** Publikacja zakłada nowatorskie podejście do wykorzystania i wzbogacenia produktu turystycznego miast oraz ujrzenia miast przemianowanych Europy Środkowej i Wschodniej jako potencjalnego szlaku.

**Rodzaj pracy.** Artykuł prezentujący koncepcję z próbą jej empirycznej weryfikacji.

**Słowa kluczowe:** turystyka literacka, turystyka kulturowa, geokrytyka, przemianowane miasta.

---

\* Dr; Instytut Sławistyki Polskiej Akademii Nauk; e-mail: joannamroszak@gmail.com.



## Literatura jako biuro podróży – turysta hermeneuta na tropie przemianowanych miast

### Wstęp

„Aż przybywam do miasta wysokich domów i długich ulic (...)  
Kto mnie tutaj nakarmi, kiedy idę o chmurnym świecie”.

Czesław Miłosz

„(...) kto opowiada historię, zaczyna od nazwy. Wszystkie historie zaczynają się  
(...)  
od pochylenia się nad nazwami”.

Karl Schlögel

Wojciech J. Burszta pisał, że antropologia „zdolna jest tworzyć wiedzę na temat wszelkiej kultury, każdego społeczeństwa” [Burszta 1996, s. 54], a turystykę kulturową koligacił z wyprawą intelektualną [Burszta 1996, s. 45]. W artykule planuję przyjrzeć się turyście w antropologicznym otoczeniu przemianowanych miast oraz sprawdzić, jak przebiega budowanie kulturowego obrazu tych przestrzeni. Chciałabym zaproponować wykorzystanie w turystyce teorii hermeneutycznej i ukazać, jaką rolę w interpretacji miejsc, do których przybywa turysta, może odegrać ta jedna z najstarszych metod odczytywania ukrytych sensów dzieł literackich [por. Lewicka 2010]. Praktykując ją i używając charakterystycznych dla niej kategorii, uruchamia się aktywność intelektualną, będącą domeną odbiorcy empatycznego, turysty kulturowego; opowieść przybiera wówczas postać głębszej egzegezy, zmierzającej do objaśnienia historii i prawdziwego sensu miejsc, w których odbiorze może pojawić się kłopot ze zrekonstruowaniem sensu. Trud ów występuje w przestrzeniach przemianowanych miast, w obcowaniu z takimi budowlami, jak choćby byłe synagogi, zamienione w obiekty o innej funkcji lub dawne gmachy władz komunistycznych, znajdujące się obecnie w użytkowaniu np. władz miejskich czy uniwersyteckich. Hans-Georg Gadamer w *Prawdzie i metodzie. Zarysie hermeneutyki filozoficznej* twierdził: „interpretacja jest konieczna wszędzie, gdzie nie chce się zaufać temu, czym dane zjawisko bezpośrednio jest” [Gadamer 1993, s. 315]. Orientacja hermeneutyczna zakłada więc dotarcie do źródeł miejsca, włączenie postawy filozoficznej i oczekiwanie na fuzję horyzontów, polegającą na pełnym poznaniu tego, co obce; włączona w tryby rozumienia wraz z semiotyką daje wiedzę o miejscu i jego własnościach. Hermeneutyka stanowi niejako przeciwważny biegun dla wizualnego i politycznego zawłaszczenia, które stały się losem przemianowanych miast. Orientuje praktyki lektury na rozpoznanie dynamiki przestrzeni.

Literatura, i wokół tego stwierdzenia będą centrować wywód, ma zdolność stworzyć mit miasta, stymuluje i wytwarza potencjał turystyczny. Literaci dla turysty-antropologa stają się *sui generis* biurem podróży, powieści pozwalają rekonesansowo obejrzeć świat, nim turysta trafi w dane miejsce, a nierzadko sugerują one destynację bądź pozwalają przygotować się do podróży; dają się traktować komplementarnie z planami miasta i przewodnikiem. *Homo touristicus* jako *homo legens*, dzięki hermeneutycznej lekturze literatury i samego miasta, bada fragmenty „znikającej Europy”, czyta biografie miejsc – z resentymentami, nostalgiami, potrzebą rozrachunku z historią.

„Przemianowane miasta” ujrzą przez pryzmat Gdańska, a ten z kolei: przez soczewkę wybranych tekstów literackich, będących zwierciadłami miejskimi, literaturą-*site-specific*. Na jego przykładzie wskażę możliwe sposoby odzyskiwania przez turystę przemianowanych przestrzeni. Idealny modus poznania zakłada doświadczenie i obrazu literackiego, i turystyczne dotknięcie fizycznej przestrzeni.

Lista miast przemianowanych jest nader obfita:

Wrocław/Breslau,

Gorzów Wielkopolski/Landsberg an der Warthe,

Szczecin/Stettin,

Bydgoszcz/Bromberg,

Opole/Oppeln,

Międzyrzecz/Meseritz,

Gliwice/Gleiwitz/Glivice/Gływicy,

Katowice/Kattowitz,

Cieplice Śląskie-Zdrój/Bad Warmbrunn,

Wałbrzych/Waldenburg/Valdenburk i inne miasta Górnego i Dolnego Śląska,

Petersburg/Pietierburg/Leningrad,

Lwów/Lviv/Lemberg,

Wilno/Vilnius,

Bratysława/Pressburg,

Iwano-Frankiwnsk/Stanisławów,

Kaliningrad/Królewiec,

Koszyce/Kaschau/Kosice,

Liberec/Reichenberg/Libercys,

Tallinn/Rewel

oraz miasta poobozowe, np.: Theresienstadt/Terezin, Kulmhof/Chełmno, Stutthof/Sztutowo.

Karl Schlögel tematyzował próby szukania dyskursu na temat tożsamości interesującej mnie w artykule części Europy. Ten, kto opisałby ścieranie się nazw i nazewnictwa, rywalizację nazw, ich symultaniczność, opowiedziałby jednocześnie fragment newralgicznej dla Europy Środkowo-Wschodniej historii. Zazwyczaj temat ów wiąże się z czasami przełomu, jak rok 1989.

Niemiecki badacz posługuje się przykładem rodzinnego miasta Brodskiego: Leningrad to więc alegoria miasta oblężonego, natomiast Petersburg ewokuje dawną stolicę carskiej Rosji:

„Już ten, kto sprawi sobie plan miasta, błyskawicznie stwierdzi, że istnieje tyle miast, ile planów (...). Istnieje tyle planów metropolii wielonarodowościowych w zróżnicowanych etnicznie państwach, ile istniało lub istnieje tam grup narodowych, religijnych, językowych. Już samo miasto może widnieć pod różnymi nazwami: Vilnius na Litwie to jednocześnie Wilna, Wilno, Vilne. Lemberg to jednocześnie Leopoldis, Lwów, Lviv, Tallin to Reval, Oradea to Großwardein i Navygrad. (...) Każda z tych nazw reprezentuje inny segment, inną kulturę, inny język, inną tradycję, a wszystkie razem z niewielkim naddatkiem składają się na miasto, o którym mowa. (...) Zapoznanie się z tą wielowarstwowością i multiperspektywicznością należy do największych wyzwań każdego przygotowania do podróży” [Schlögel 2009, s. 302].

Transformację (polityczną, kulturową, architektoniczną) i przeobrażenia, jakie wniósł w przemianowanych miastach wiek XX (głównie lata: 1918, 1945, 1989, 1990), można śledzić w wielokrotnym kodowaniu nazw ulic, rotacji patronów instytucji, w wielości języków, widniejących niegdyś na sztykach. Przemoc przemianowania zagarnęła różne sfery życia mieszkańców terenów wielokulturowych. W przestrzeni niektórych nazw do dziś obcość przenika się z zadomowieniem.

Powieści i poezja pozwalają zrewidować spojrzenie na historię Europy Środkowej i Wschodniej, a więc postkomunistycznej, oraz na procesy rządzące jej historią. Miejsca historycznej nieciągłości zostają przywracane przestrzeni publicznej przez literaturę i – wspierane przez nią – stają się atrakcją turystyczną. Procesy rządzące kreowaniem literackiego produktu turystycznego w przemianowanych miastach ukazują, że turystyka literacka stała się ciekawą alternatywą dla poznania ich historii, umożliwia odczytywanie nietransparentnych materialnych i duchowych śladów przeszłości i przemianowań [por. Andruchowicz 2014], ustala kierunki zmian. Poświęcone „przemianowanym miastom” utwory literackie składają się na katalog tekstów spektralnych. Zatem przy lekturze wybranych fragmentów przemianowanych przestrzeni, by właściwie ją odczytać, trzeba oczyma wyobraźni widzieć także to, co już nie istnieje [por.: Buczkowska 2008, s. 40]. Literatura uwzględnia i uwiarygodnia ich niespójną przeszłość, scala to, co rozszczerzone, by przez artefakt na nowo pozwolić wstąpić w ich złożoną tożsamość. W sposób szczególny zajmują ją istniejące w miastach zamazane ślady czasów sprzed II wojny światowej, tropy współistnienia wielu kultur, angażuje się ona w proces „odpominania” [por.: Benjamin 1996].

Formuły „przemianowanego miasta” – mającej proveniencję w eseju Josifa Brodskiego *Dyptyk petersburski, czyli przewodnik po przemianowanym mieście* – używam w odniesieniu do licznych miast Europy Środkowej

i Wschodniej, których zmieniające się nazwy pozwalają uchwycić historię kolejnych przeobrażeń, aż do ostatecznej transformacji 1989/1990 roku. Funkcjonowała w nich wielokulturowa mozaika, później poddały się nacjonalizmom lub sowieckiej okupacji. Teksty literackie z reprezentacjami miast rekonstruuja kolejne warstwy palimpsestu miejskiej historii.

Opisywane miasta i ich miejsca układają się w ponadnarodowy wirtualny szlak przemianowanej Europy – ma on charakter postulatyczny i prezentowałby walory ich dziedzictwa oraz obiektów skoligaconych z przemianami politycznymi, a przemierzenie go nosiłoby znamiona podróży edukacyjnej i stałoby się ofertą dla wyodrębnionej grupy odbiorców, zainteresowanych dziedzictwem kulturowym i historycznym Europy Środkowej i Wschodniej.

„Miejsca pamięci” przemianowanych miast należą do najczęstszych punktów turystycznych przeznaczeń, ale zwiedza się je w specyficzny sposób, wszelako „zabytkowość” lub atrakcyjność turystyczna obiektów zdaje się problematyczna, a ich estetyka budzi kontrowersje. Dlatego zwiedzanie może odbywać się przez pamięć, zbiorową i kulturową [por.: Assmann 2008], w innej interakcji z miejscem niż klasyczne „spojrzenie turysty” [por. Urry 2007]. Literatura oswaja relikty przeszłości – badanie przez nią śladów totalitarnej dominacji ma także znaczenie terapeutyczne dla zamieszkujących te miasta społeczności.

W przemianowanych miastach (także tych, których nazwy istniały równoległe w różnych wariantach językowych, jak np. w przypadku Lwowa – niemiecka, polska, ukraińska, żydowska) mamy do czynienia ze szczególnym sposobem obcowania z historią. Josif Brodski o Petersburgu-Leningradzie, założycielskim dla interesującego mnie paradygmatu, pisał: „Oto więc miasto, liczące sobie dwieście siedemdziesiąt sześć lat, istnieje pod dwiema nazwami – otrzymanej przy «narodzinach» i potem, jako «przezwiśko»” [Brodski 2003]. Niekompatybilność przemianowanych przestrzeni, ich heterotopiczność wiąże się i z przecinaniem się losów kilku narodów, i z transformacją ustrojową. Obcość niekiedy uobecnia się w odmianie nazw przez starszych mieszkańców, jak w przypadku Sopotu, miasta Polaków, Kaszubów i Niemców, leżącego w latach 1939-1945 w granicach III Rzeszy (relikt językowy: „przyjechać do Sopot”).

Turysta literacki, turysta-antropolog spogląda nie tylko na mapy, ale także zapoznaje się z literaturą prozatorską, eseistyczną i poezją, również będącymi rodzajem odwzorowania, stara się uchwycić „formy przepadających miast”, jak wyraził się Czesław Miłosz [Miłosz 2011, s. 68]. Polski noblista, wyczulony na traumę migrujących, pisał:

„(...) literaci polscy mieszkający w Gdańsku i o tym mieście piszący są (...) jak dla mnie litewscy literaci tu, w Wilnie. W naszej części Europy życie wielu ludzi zostało zmienione wskutek masowych ruchów ludności, które miały miejsce przy końcu wojny. Decyzją Stalina Polska została przesunięta na za-

chód, wygnano niemiecką ludność całych wielkich miast, Gdańska, Wrocławia, Szczecina, a do domów i mieszkań, jeżeli ocalały, wprowadzili się wygnańcy ze wschodu, z Wilna i Lwowa (...)” [Miłosz 2011, s. 20].

Piętno wygnania dyskretnie odciska się na jego literaturze, przemianowane miasto dzieciństwa stało się dla pisarza kompasem. Deklarował wszelako: „Nigdy od ciebie, miasto, nie mogłem odjechać. / Długa była mila, ale cofało mnie jak figurę w szachach” [Miłosz 2011, s. 28]. Mając osiemdziesiąt dziewięć lat, przyznawał, że Wilno mu ciąży [Miłosz 2011, s. 6]: „(...) przyjeżdżając do Wilna, zawsze mam wrażenie, że trzeba tu chodzić jak po cienkim lodzie i że nie wystarcza tutaj być człowiekiem, bo każdego natychmiast zapytają, czy jest Litwinem, czy Polakiem, Żydem czy Niemcem, jakby ponury wiek dwudziesty, wiek etnicznych podziałów, trwał tu dalej w najlepsze” [Miłosz 2011, s. 8].

### Gdańsk w ruchu – trzy narracje

„(...) czasem różne miasta następują po sobie w tym samym miejscu (...), rodzą się i umierają (...). (...) odeszli bez słowa bogowie, którzy mieszkają pod nazwami i ponad miejscami, a zamiast nich zagnieździli się tam bogowie obcy”.

Italo Calvino, *Niewidzialne miasta*, przeł. Alina Kreisberg

Rekonstrukcji kodu multikulturowego Gdańska oraz jego zablizniających się ran podjęli się pisarze kultury polskiej i niemieckiej. Poznając miasto z kart ich powieści, a później krocząc śladami bohaterów, turysta wprowadza koncept *flanerii*. Günter Grass, Stefan Chwin i Paweł Huelle toczą spory o pamięć i post-pamięć, a lektura ich narracji uruchamia wyobraźnię antropologiczną czytającego, uskoki narracyjne stają się analogonem historycznych pęknięć, zaś zmiana perspektywy pozwala holistycznie spojrzeć na palimpsestową historię miasta. W ostatnich latach po przedwojennym mieście oprowadzają też powieści Izabeli Żukowskiej [por. Żukowska 2012 i 2014], czyniące bohaterem Franza Thiedtkego, na miesiąc przed wybuchem wojny rozwiązującego na przykład zagadkę morderstwa młodej kobiety w Glettkau (Jelitkowie). Przykładem tworzenia nowego produktu, wspomagającego oprowadzanie po literackich miejscach starego Gdańska, jest zaś *Grassówka*, interaktywna gra komputerowa, mająca walory edukacyjne, związana z powieściami Günтера Grassa *Błaszany bębenek*, *Turbot* i *Wróżby kumaka*.

Ojciec urodzonego 16 października 1927 roku w Wolnym Mieście Gdańsku noblisty posiadał sklep z towarami kolonialnymi na jednym z przedmieść [Światłowski 1987, s. 7], podobnie jak później Alfred Matzerath z *Blaşanego bębenka*. Gdańska trylogia (*Błaszany bębenek*, *Kot*

*i mysz, Psie lata*) to, jak zauważył trafnie Hansjoachim Bleyl, kronika życia niemieckiego drobnomieszczanstwa [Bleyl 1979]. Hans Magnus Enzensberger konstataował zaś: „Nieosiągalny i niezgłębiony, a przecież wyrazisty niczym Vineta w morzu, leży Gdańsk na dnie tej prozy” [cyt. za: Świątłowski 1987, s. 117].

Wydawca *Psich lat* niemieckiego noblisty adnotuje na końcu książki ślady przemianowań:

„Wszystkie nazwy gdańskich dzielnic, ulic, placów i parków w przekładzie *Psich lat* zostały podane w polskim brzmieniu z zachowaniem ich znaczeń z czasów opisywanych przez Grassa. Część tych nazw, dotyczących zwłaszcza starego Gdańska, jest identyczna z dzisiejszymi, część brzmi dziś zupełnie inaczej.

Oto ich zestawienie:

Czajcza (niem. Kiebitzgasse) – dziś: Jagłana  
 Mysia (niem. Mausegasse) – dziś: Owsiana  
 Bociania (niem. Adebargasse) – dziś: Pszenna  
 Mnisza (niem. Münchengasse) – dziś: Żytnia (...)” [Grass 2007, s. 703].

To zaledwie początek rejestru. Bliźniaczy gest wykonuje Stefan Chwin, drukując na ostatniej karcie *Hanemanna* klucz do miejsc.

„Adolf-Hitler-Strasse – Grunwaldzka; główny ciąg komunikacyjny dla wojsk pieszych, konnych i gąsienicowych od czasów Napoleona do grudnia 1981 roku. Wschodnia część od Bramy Oliwskiej do Ostseestrasse: Aleja Hindenburga.  
 Am Johannisberg – Sobótki.  
 Bischofsberg – Biskupia Górka.  
 Brabank – Stara Stocznia.  
 Breitgasse – Szeroka.  
 Breslau – Wrocław.  
 Bromberg – Bydgoszcz.  
 Brösen – Brzeźno.  
 Brösener Weg – Bolesława Chrobrego.  
 Danzig – Gdańsk.  
 Delbrück-Allee – Curie-Skłodowskiej; ulica biegnąca od dawnej Alei Hindenburga do Akademii Medycznej. Po zachodniej stronie jezdnii, aż do Politechniki, ciągnęły się cmentarze ewangelickie i katolickie, po stronie wschodniej, u zbiegu Delbrück-Allee z Aleją Hindenburga, stał gmach „profesora Spannera”, opisany później przez Nałkowską.  
 Dirschau – Tczew” [Chwin 1995].

Po zakończeniu wojny ludność niemiecką (ok. 130 tys. osób w połowie 1945 roku) w większości przesiedlono do Niemiec, bohater wspomnianej powieści, doktor Hanemann, pozostał w Gdańsku i znalazł się wśród nowych sąsiadów. Od połowy 1945 roku miasto stało się celem licznych transpor-

tów przymusowych wysiedleńców z Kresów Wschodnich. Powieści Grassa i Chwina dotyczą tematu wypędzonych – ostatnie sceny *Blaszanego bębena* przeglądają się w relacji Stefana Chwina z biograficznego eseju:

„Moja matka dobrze zapamiętała ludzi z walizkami, czekających godzinami w deszczu na starym peronie dworca we Wrzeszczu (niemieckim Langfuhr) na ostatni pociąg, który nocą odjeżdżał do – jak wtedy mówiono – «wschodniej strefy okupacyjnej». Powiedzmy jednak wyraźnie: w czasach mojego dzieciństwa i później mało kto w Polsce współczuł wypędzonym Niemcom i interesował się ich losem. Przeciwnie: nie tylko komunistyczna propaganda, lecz i zwykli ludzie uważali, że Niemcom należało się to bolesne doświadczenie za Auschwitz i Treblinkę.

Moje osobiste doświadczenia były jednak szczególne. Któregoś dnia w latach sześćdziesiątych do mojego mieszkania w Gdańsku na ulicy Poznańskiej (dawniej *Lützowstraße*) zapukało dwoje siwowłosych ludzi, którzy – jak się później okazało – mieszkali tu do stycznia 1945 roku. Moi rodzice rozmawiali z nimi na migi, więc niczego nie dowiedziałem się o ich losach. Po raz drugi już się w naszym mieszkaniu nie pokazali. Zapewne umarli gdzieś pod Hamburgiem czy Frankfurtem. Ale ta wizyta zostawiła w mojej pamięci niezatarty ślad. Ujrzałem wypędzonych na własne oczy” [Chwin 2002, s. 9].

Tożsamość Gdańska – miasta niegdyś królewskiego, hanzeatyckiego – na przestrzeni wieków kształtowała się pod wpływem różnych kultur. Ludność polska w 1939 roku stanowiła ok. 10% mieszkańców. Jest Gdańsk symbolicznym miejscem wybuchu II wojny światowej oraz początku upadku komunizmu w Europie Środkowej. O „przededniu” tego wydarzenia i tajemnicy związanej ze zniknięciem w lesie brętowskim w sierpniu 1957 roku dwunastoletniego żydowskiego chłopca, Weisera Dawidka, opowiada powieść Pawła Huellego, umożliwiającą nostalgiczną podróż po przemianowanym mieście:

„Tak, na sąsiedniej ulicy, która nazywała się Karłowicza, instalowano elektryczne lampy, a stare, gazowe latarnie miały iść na złom. [...] Nowe kino miało nazywać się «Znicz» i obiecywano, że będzie tam panoramiczny ekran, jakiego nie mieli w «Tramwajarzu» obok zajezdni, w pobliżu naszej szkoły.

(...) muzyka ucichła, a spiker zapowiedział, że teraz będą fragmenty przemówienia Władysława Gomułki, którego łysina widniała od niedawna na portretach we wszystkich klasach” [Huelle 2000, s. 110].

Szczególnie znaczący zdaje się poniższy wyimek z powieści Huellego. Także w kontekście wielokrotnego przemianowania imienia i nazwiska głównego bohatera, który – to jedna z hipotez interpretacyjnych – być może przybiera nazwisko ujrzane na płycie cementarnej, Horst Meller, i emigruje do Niemiec:

„(...) wtedy po wojnie, kiedy tysiące ludzi zmierzało ze wschodu na zachód, z południa na północ i z zachodu na wschód, wtedy ginęły papiery i można było

podać różne rzeczy, bo nie wszystko dało się sprawdzić. Zaginięcia i cudowne odnalezienia były, zdaje się, chlebem codziennym ówczesnych urzędników działu ewidencji ludności i pan Abraham Weiser mógł z powodzeniem twierdzić, że chłopiec jest jego wnukiem, że nazywa się Dawid i nosi to samo nazwisko co on, tyle tylko, że jest narodowości polskiej. Ale mógł też tak twierdzić dlatego, że tamten naród przestał już zupełnie istnieć” [Huelle 2000, s. 63].

Jeden z najważniejszych planów powieści Huellego wiąże się wszak ze zniknięciem Żydów z Polski, symbolizowanym przez zniknięcie Weisera, jego rozplynięcie się w powietrzu, które było losem sześciu milionów europejskich Żydów. Ale gdański autor przeprowadza czytelnika także przez inne zwrotne momenty polskiej historii XX wieku.

Dzieciący bohaterowie (można wszak zakwalifikować *Weisera Dawidka* jako typową *Entwicklungsroman*) mają głęboką świadomość uczestniczenia w przemianowanej przestrzeni:

„(...) pojechaliśmy do Wrzeszcza i Weiser wysiadł specjalnie po to, żeby pokazać Elce jeszcze jeden dom, tym razem nie filozofa, ale Schichaua, który przed wojną, kiedy ta część miasta nazywała się Langfuhr, był właścicielem stoczni i musiał mieć pewnie strasznie dużo pieniędzy, bo dom był rzeczywiście ogromny, miał kilka wejść i okrągłych wieżyczek” (...) [Huelle 2000, s. 70-71].

Piotr, Paweł i Elka jawią się zatem zarówno kryptologami-detektywami losów swojego żydowskiego kolegi, jak i własnego miasta, o czym świadczą takie passusy narracji:

„Już wówczas, siedząc w sekretariacie szkoły, wiedziałem, że Weiser ze szczególnym upodobaniem tropił niemieckie ślady, ale co było tego przyczyną, nie mogłem dociec wtedy i nie mogę teraz (...)” [Huelle 2000, s. 73].

„Dzisiaj turyści lub mieszkańcy miasta udają się do zoo autobusem spod pętli tramwajowej w Oliwie. Ale wtedy autobusów było, zdaje się, nieco mniej (...)” [Huelle 2000, s. 54].

Gdańsk próbuje uporać się z traumatyczną przeszłością, a turyści literacy podążają tropem pisarzy, będących rozpoznawalnym „produktem” miasta i składową tego, co tworzy jego *genius loci*. Dzięki potencjałowi kulturowemu miasto nadal odgrywa rolę ważnego ośrodka wielokulturowej Europy. Odbywają się tu Dni Mniejszości, a także organizowane przez Instytut Kultury Miejskiej Europejski wydarzenia Poeta Wolności i Odnalezione w Tłumaczeniu czy zainicjowany przez Gdańską Galerię Miejską i Miasto Gdańsk Festiwal Grassomania. W ramach tych imprez zrealizowano projekty wizualne, związane z odzyskiwaniem dziedzictwa, otworzono drzwi wielogłosowości.

22 października 1960 roku Celan wyznawał w mowie, *Meridian*, w kontekście rodzinnych, przemianowanych Czerniowców: „Szukam tego wszyst-



kiego bardzo niedokładnym zapewne, bo niespokojnym palcem na mapie – na dziecięcej mapie, jak to muszę wyznać. Żadnego z tych miejsc nie można znaleźć, nie istnieją, ale wiem, gdzie teraz powinny istnieć, i... znajduję coś! (...) znajduję to, co łączy i jest jak wiersz prowadzący do spotkania. Znajduję (...) Meridian” [Celan 1998, s. 341)]. Słowa te warto odnieść do miast przemianowanych, bo literatura prowadzi do spotkania z ich przeszłymi wcieleniami.

### Literatura na mapie turysty

Można więc czytać miasta przemianowane, rozwijając liczne wątki geofilozofii (rizomatyczna struktura, przestrzeń „gładka”, nomadologia Gilles’a Deleuze’a i Felixa Guattariego), można przepracować koncept lektury przestrzeni miasta Władimira Toporowa, semiotykę przestrzeni Jurija Łotmana, Bachtinowską chronotopię, heterotopię Michela Foucaulta, hiperrealność Jeana Baudrillarda, zagadnienia mikrohistorii czy uczynić punktem odniesienia podejście Marii Lewickej do jakościowego badania miejsc [Lewicka 2010].

W artykule chciałam jednak ukazać, że metodę geokrytyczną warto kolidować z turystyką literacką [por. Loew 2013], która włącza literaturę do świata pozaczytelniczego doświadczenia. Wraz z podejściem geokrytycznym, refleksją na temat turystyki literackiej, zwrotu przestrzennego, artystycznych gestów memorialnych i postkolonializmu ujawnia się perspektywa antropologa miasta, spacjologa, badacza kulturowego. Wszystkie te perspektywy pozwalają badać zmiany na mapach powojennej Środkowej i Wschodniej Europy, organizować nowoczesne społeczeństwo i opierać się – co dziś szczególnie istotne – globalizacji.

### Bibliografia

- Andruchowicz J. (2014), *Leksykon miast intymnych. Swobodny podręcznik do geopoetyki i kosmopolityki*, przeł. K. Kotyńska, Czarne, Wołowiec.
- Assmann J. (2008), *Pamięć kulturowa. Pismo, zapamiętywanie i polityczna tożsamość w cywilizacjach starożytnych*, przeł. A. Kryczyńska-Pham, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Benjamin W. (1996), *Dzieło sztuki w dobie reprodukcji technicznej*, przeł. H. Orłowski, [w:] *Anioł historii. Eseje, szkice, fragmenty*, wybór i oprac. H. Orłowski, Poznań.
- Blejl H. (1979), *Alchemia gdańska Güntera Grassa*, „Literatura na Świecie”, nr 1.

- Brodski J. (2003), *Dyptyk petersburski, czyli przewodnik po przemianowanym mieście* przeł. P. Hertz, Fundacja Zeszytów Literackich, Warszawa 2003.
- Buczkowska K. (2008), *Turystyka kulturowa*, AWF w Poznaniu, Poznań 2008.
- Burszta W. J. (1996), *Antropologiczne wędrówki po kulturze*, Wydawnictwo Humaniora, Poznań.
- Celan P. (1998), *Przemówienie z okazji przyjęcia nagrody literackiej Wolnego Hanzeatyckiego Miasta Bremy*, przeł. F. Przybylak, [w:] *Utwory wybrane / Ausgewählte Gedichte und Prosa*, pod red. R. Krynickiego, przeł. różni, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
- Chwin S. (1995), *Hanemann*, Marabut, Gdańsk.
- Chwin S. (2002), *Ujrzałem wypędzonych na własne oczy. O nieistniejącym już, a kiedyś podwójnym tabu w Polsce*, „Tygodnik Powszechny”, 10 marca.
- Gadamer H.-G. (1993), *Prawda i metoda. Zarys hermeneutyki filozoficznej*, przeł. B. Baran, Kraków.
- Grass G. (2007), *Psie lata*, przeł. S. Błaut, Warszawa.
- Huelle P. (2000), *Weiser Dawidek*, słowo/obraz terytoria, Gdańsk.
- Lewicka L. (2010), *Psychologia miejsca*, Scholar, Warszawa 2012
- Loew P. O. (2013), *Gdańsk. Przewodnik literacki*, Instytut Kultury Miejskiej, Gdańsk.
- Miłosz C. (2011), *Bernardynka*, [w:] *Wilno. Vilnius*, fotografie: J. Gromek-Illg, Austeria, Kraków-Budapeszt.
- Schlögel K. (2009), *W przestrzeni czas czytamy. O historii cywilizacji i geopolityce*, przeł. I. Drozdowska i Ł. Musiał, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań.
- Światłowski Z. (1987), *Günter Grass*, Czytelnik, Warszawa.
- Urry J. (2007), *Spojrzenie turysty*, przeł. A. Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Żukowska I. (2012), *Gotenhafen*, Wydawnictwo Nowy Świat, Warszawa.
- Żukowska (2014), *Teufel*, Oficyna, Gdańsk.

## RENAMED CITIES OF CENTRAL AND EASTERN EUROPE – CERTIFICATE OF THE TOURIST EXPERIENCE OF SPACE

### Abstract

**Purpose.** Defining the literary projection of renamed cities. Gdańsk / Free City of Danzig / Danzig as exemplification; this example will point out possible ways to recover renamed space by the tourist-anthropologist.

**Method.** The article proposes the use of hermeneutical theory in tourism and shows which role in the interpretation of places, where tourists arrive, can be played by one of the oldest methods of reading the hidden meanings of works; hermeneutical theory also allows to reconstruct the history of the urban palimpsests.

**Findings.** Analysis of the theme indicates the literary potential to use the renamed cities for the creation of the European thematic tourist route.

**Research and conclusion limitations.** The restriction is exemplification of one city, Gdansk. The ideal modus would assume the experience of the literary image and touch the physical space by tourist.

**Practical implications.** The implementation of the tourism product – the trail / route *Literary Gdańsk*.

**Type of paper.** Research article.

**Key words:** literary tourism, heritage tourism, geocriticism, renamed cities in Central and Eastern Europe.

## ZWIEDZANIE DŹWIĘKAMI. MUZYCZNE PODRÓŻE PÓ LIZBONIE

*Karolina Golemo\**

### Abstrakt

**Cel.** Ukazanie dźwiękowej warstwy Lizbony ze szczególnym uwzględnieniem wieloetnicznego muzycznego bogactwa, będącego rezultatem kolonialnych zależności obszarów portugalskojęzycznych oraz imigracyjnej teraźniejszości Portugalii. Próba pokazania, że to dziedzictwo muzyczne może być alternatywą dla standardowych ofert turystycznych w Lizbonie.

**Metoda.** Analiza źródeł zastanych (polskiej i zagranicznej literatury naukowej z zakresu turystyki kulturowej, socjologii muzyki i etnomuzykologii, artykułów prasowych, zawartości stron internetowych) oraz wykorzystanie źródeł wywołanych podczas badań terenowych w Lizbonie w okresach: listopad 2014, luty 2015, czerwiec – lipiec 2015 (metoda etnograficzna, obserwacja, obserwacja uczestnicząca, cykl wywiadów swobodnych).

**Wyniki.** Badania ukazały, że współczesna muzyczna oferta dla zwiedzających Lizbonę ogranicza się niemal wyłącznie do fado. Brakuje strategii promocji miasta jako międzykulturowego, wieloetnicznego obszaru, w którym – wskutek doświadczeń kolonialnych, a także dzięki obecności imigrantów w epoce postkolonialnej – łączą się wpływy kulturowe (także muzyczne) różnych kontynentów. W oficjalnych kanałach promocji turystycznej miasta i dostępnych materiałach informacyjnych brakuje odniesień do koncepcji luzofonii jako idei łączącej kulturowo Portugalie z jej byłymi koloniami.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Badania miały charakter pilotażowy i egzemplifikacyjny, w związku z tym nie mogą być uznane za reprezentatywne. Zwrócono jedynie uwagę na zaistniały problem, który powinien zostać poddany dalszej eksploracji. W artykule wykorzystano tylko pewien fragment materiału zebranego w terenie. Pominięto niemal całkowicie informacje uzyskane w trakcie wywiadów swobodnych (pozostawiono je do dalszych opracowań).

**Oryginalność pracy.** Tematyka turystyki muzycznej w Lizbonie nie była jak dotąd podejmowana przez polskich badaczy. Niewiele się też pisze o tym zjawisku za granicą (trudno o takie opracowania nawet w Portugalii). Można więc podejmowany temat uznać za pionierski. Wykorzystano materiały uzyskane w czasie prac w terenie, a także oryginalne publikacje powiązane z tematem, autorstwa badaczy z różnych kręgów kulturowych: polskiego, portugalskiego, brytyjskiego, francuskiego, hiszpańskiego.

**Rodzaj pracy.** Studium przypadku, z elementami prezentacji wyników badań empirycznych i odniesień teoretycznych.

**Słowa kluczowe:** turystyka muzyczna, Lizbona, luzofonia, dziedzictwo muzyczne.

\* Dr; Uniwersytet Jagielloński, Instytut Studiów Międzykulturowych; e-mail: karolina.golemo@uj.edu.pl .

## Wprowadzenie

Lizbona to miasto kulturowych kontrastów: położona na skraju kontynentu, mocno osadzona w europejskiej kulturze, jednocześnie spogląda z nostalgią w stronę Atlantyku, ku dalszym, innym światom<sup>1</sup>. Melancholijno-atlantyckie oblicze Europy, którego poszukują turyści spragnieni odmienności i „niespieszności” – to tylko jedna z wielu odsłon miasta. „Barwność daje szczęście nie tylko oku, które może cieszyć się urodą tak wielu odmiennych twarzy. Nie jedynie podniebieniu, zlaknionemu wielości doznań. Przede wszystkim to radość dla ucha” – pisze o różnorodności Lizbony jej wielbiciel M. Kydryński [2013, s. 42]. Fado pobrzmiwające w zakątkach Alfamy czy Mourarii jest bodaj najbardziej rozpoznawalną muzyczną wizytówką Lizbony<sup>2</sup> i to zapewne jego urok sprawia, że odwiedzający ją bez wahania zasiadają za stołami lizbońskich barów i tawern, a płacenie wysokich rachunków za kulinarno-duchową ucztę przy takim akompaniamencie wydaje im się mniej bolesne. Muzeum Fado organizuje cyklicznie *Visitas Cantadas* – wizyty „śpiewane”, podczas których przewodnicy oprowadzają chętnych po charakterystycznych zakątkach miasta związanych z historią fado, przy wtórce gitarzystów oraz pieśniarzy występujących „ad hoc”, na ulicy.

Ale dzisiejsza Lizbona to nie tylko melancholia i saudade<sup>3</sup>; imigranci z krajów Afryki, Brazylii czy Wysp Zielonego Przylądka przynieśli wraz z sobą nowe style muzyczne i żywołość, dzięki której sentymentalne ulice portugalskiej stolicy zaczęły tętnić życiem, energią, optymizmem. Rytm brazylijskiej capoeiry czy kabowerdeńskiego batuque<sup>4</sup> pobrzmiwają czasem na Rua Augusta, pełniące rolę „słonecznego kręgosłupa starej Lizbony” [Kydryński

---

<sup>1</sup> Jeszcze kilka lat temu miasto to opisywano jako schronienie dla uciekających przed europejskim zgiełkiem: „Lizbona jest ostatnim brzegiem ratunku dla zdesperowanych uciekinierów. Chwieje się na krawędzi Europy, jakby sama miała za chwilę, niczym śliska biała foka, spłynąć do oceanu” [Kydryński 2013, 26].

<sup>2</sup> Nazywany czasem portugalskim bluesem, gatunek ten powstał w XIX wieku, w ubogich dzielnicach Lizbony: Alfama i Mouraria. Sentymentalno-melancholijny nastrój współgra z nazwą fado, która po portugalsku oznacza dosłownie: ‘los, przeznaczenie’. Od 2011 roku znajduje się na liście niematerialnego dziedzictwa UNESCO. Fado stało się m.in. motywem przewodnim filmu Wima Wendersa „Lisbon Story”. Jeśli chodzi o etymologię tego terminu, najczęściej podaje się łacińskie słowo „fatum”, choć są też inne interpretacje, wskazujące na powiązanie słowa „fado” z arabskim pojęciem „khado” (kantylena, śpiew); wywiad z José Lino Nevesem z organizacji Batoto Yetu Portugal, 20.06.2015.

<sup>3</sup> Portugalczycy twierdzą, że nie ma słowa, które by w pełni oddało znaczenie tego pojęcia w innych językach, chociaż najlepszym polskim przekładem tego terminu wydaje się „tęsknota”. *Saudade* to poczucie nostalgii i tęsknoty zarówno za czymś (za kimś), co się utraciło, jak i za tym, czego się nigdy nie posiadało. To stan ducha wiążący się z kontemplacją, zadumą nad przeszłością i przemijaniem. Emocja ta nie musi iść w parze z poczuciem dekadencji, ale raczej z głęboką świadomością „piękna rozkładu” i ulotności teraźniejszości.

<sup>4</sup> Batuque – rytmiczny, żywołowy gatunek muzyczny i styl tańca wywodzący się z Wysp Zielonego Przylądka.

2013, s. 28], a wykonujący ją uliczni tancerze o niemal akrobatycznych umiejętnościach pozostają uwiecznieni jako wspomnienie z podróży na nagraniach i fotografiach obserwujących ich turystów. Przy stacji metra Baixa-Chiado, tuż obok słynnej kawiarni Brasileira, często słychać pulsujące kabowerdeńskie funaná czy łagodniejszą coladeirę<sup>5</sup>. Lizbona to także miejsce inspirujące do tańca. Na Avenida da Liberdade czy Placu Martim Moniz w pogodne wieczory gromadzą się miłośnicy brazylijskiego forró<sup>6</sup>, aby potańczyć na wolnym powietrzu, często w towarzystwie przyglądających się temu spektaklowi przyjezdnych. Parki i skwery – jak Parque da Estrela czy Largo das Portas do Sol – zajmowane są wieczorami przez entuzjastów tańca lindy hop<sup>7</sup>, w hallu stacji Cais de Sodré czasem odbywają się milongi<sup>8</sup> przyciągające wielbicieli argentyńskiego tanga. Bardzo popularnym gatunkiem jest dziś w Lizbonie kizomba<sup>9</sup> – zwana czasem afrykańskim tangiem – która w ostatnich kilku latach zdominowała miejscowe kluby taneczne, a także ofertę szkół tańca.

Celem tego eseju jest próba zaprezentowania sonorycznej warstwy portugalskiej stolicy, z uwzględnieniem jej wieloetnicznego, muzycznego bogactwa oraz pokazanie, że dziedzictwo związane z muzyką może stanowić interesującą propozycję dla odwiedzających to miasto turystów. Muzyczne zwiedzanie Lizbony to sposób na dotarcie do jej istoty, dźwiękowe pomieszczenie (*miscigenação musical*) jest bowiem odzwierciedleniem współczesnego, realnego oblicza miasta: kosmopolitycznego, międzykulturowego, które wciąż czerpie z trudnej kolonialnej przeszłości, jednocześnie zanurzając się w imigranckiej teraźniejszości.

## Świat kultury – świat dźwięków

Kulturę, która nas otacza i kształtuje, można odbierać (czytać, czuć, przeżywać) na różne sposoby. Możemy jej doświadczać na poziomie racjonalnym, intelektualnym, analitycznym, jak i w sposób bardziej ulotny i efe-

---

<sup>5</sup> Coladeira/Coladera – radosny, taneczny gatunek muzyczny wywodzący się z wyspy São Vicente (Cabo Verde); powstała w połowie XX w. Funaná – dynamiczna, żywiołowa fuzja stylów reggae, samby, jazzu i wpływów afrykańskich. Powstała w latach 70. XX wieku na Wyspach Zielonego Przylądka.

<sup>6</sup> Forró – zbiorczy termin określający różne style tańca popularnego w północno-wschodniej części Brazylii (Região Nordeste), wykonywane m.in. w czasie świąt ludowych, religijnych i imprez okolicznościowych. Ich tempo oraz charakter mogą się różnić, wyodrębnia się m.in. takie podtypy, jak: baião, quadrilha, xaxado, czy xote, Muzyka gatunku forró wykonywana jest tradycyjnie przez trio grające na akordeonie (sanfona), bębenu (zabumba) i trójkącie, choć współcześnie instrumentarium to może być inne (włącza się do niego saksofon, instrumenty klawiszowe).

<sup>7</sup> Styl tańca towarzyskiego wywodzący się z dzielnicy Harlem w Nowym Jorku. Wykształcił się w Stanach Zjednoczonych w tzw. erze swingu, czyli na przełomie lat 30. i 40. XX wieku.

<sup>8</sup> Milonga – tu: miejsce lub impreza taneczna, na której tańczy się tango.

<sup>9</sup> O gatunku tym piszę w dalszej części tekstu.

meryczny – za pomocą zmysłów, doznań, odczuć, emocji. Poznawanie świata w tradycji Zachodu zostało znacznie ograniczone do sfery wizualnej i to ona dominuje ciągle nad naszą percepcją rzeczywistości. Jak pisał Jacques Attali: „W koncepcji zachodniej od dwudziestu pięciu wieków usiłuje się widzieć świat. Nie rozumiano, że świata się nie ogląda. Słyszy się go. Nie czyta się. Wsłuchuje się w niego” [Attali 1997, s. 7]<sup>10</sup>. Choć to kontrowersyjne stwierdzenie nie jest pozbawione dozy pretensjonalności i arbitralności (świat można przecież zarówno oglądać, jak i słuchać go), zwraca uwagę na istotność sfery dźwiękowej w analizie otoczenia.

Przewodniki turystyczne, próbujące wprowadzać podróżujących w inne światy i przygotowywać ich na spotkanie z tym, co kulturowo odmienne od znanej codzienności, koncentrują się przede wszystkim na warstwie wizualnej. Strona dźwiękowa, stanowiąca nieodłączny wymiar każdego miejsca i każdej sytuacji, zazwyczaj pozostaje na dalszym planie. Wiele przewodników zawiera, co prawda, osobne fragmenty poświęcone lokalnej muzyce, jej gatunkom, a prezentacji tej towarzyszą np. fotografie muzyków ulicznych, zatrzymane w kadrach ujęcia z lokalnych koncertów czy ikony przedstawiające typowe instrumenty regionu. Pobudza to wyobraźnię czytelnika, sprawia, że może on próbować wyobrazić sobie brzmienie kultury, w którą ma zamiar się zagłębić. Ale żaden nawet wyrafinowany zabieg synestezyjny (a więc próba opowiadania o słuchowych doznaniach zmysłowych za pomocą słowa i obrazu) nie odda jego istoty poznawalnej jedynie w bezpośrednim doświadczeniu. Opowiadanie o muzyce słowami i obrazami jest więc tylko zaproszeniem do zanurzenia się w niej głębiej, przy udziale pozostałych zmysłów oraz towarzyszących im uczuć i emocji. Kultura słyszenia, związana z poznawaniem otaczającej nas dźwiękosfery, jest czymś zupełnie naturalnym i podstawowym w naszej egzystencji [Jabłońska 2014, s. 17]. Jednak ten „dźwiękowy design”, „dźwiękowe środowisko”, tak ważny element przestrzeni życiowej człowieka, bywa zapomniany i pomijany w badaniach nad kulturą [Augusto 2014, s. 90-91].

Spacerujący po portugalskiej stolicy turyści coraz chętniej korzystają dziś z możliwości zapisu audiowizualnego, np. kiedy napotykają grupę muzyków ulicznych grających w jakimś zakątku miasta, czy też uczestniczą w koncercie fado albo festiwalu na otwartym powietrzu. Rzadziej sięgają po ten sposób dokumentacji, aby uwiecznić po prostu sonoryczne tło, audialną przestrzeń, w której się znajdują. A przecież zapisanie brzmieniowej warstwy Lizbony może być również wspaniałą bazą dla ożywienia wspomnień z podróży. Dźwiękosferę współczesnej Lizbony tworzy nie tylko muzyka, ale także: uliczny gwar i polifonia przeróżnych języków świata splatających się ze sobą w kosmopolityczną całość, turkot słynnych żółtych tramwajów,

---

<sup>10</sup> O ile nie zaznaczono inaczej, wszystkie cytaty z języków obcych podaję w przekładzie własnym.

trzepotanie skrzydeł i odgłosy przelatujących na głowami mew, których charakterystyczny chichot odbija się echem od fasad lizbońskich kamienic w okolicy Praça do Comércio, uderzanie fal o nabrzeże Tagu, skrzywienie promów przycumowanych w Cais de Sodré i dźwięki syreny sygnalizujące odjazd statku, stukot kół pojazdów przejeżdżających przez stalowy most 25 de Abril i wiele innych. Krajobraz dźwiękowy współgra z wymiarem wizualnym, warstwa sonoryczna odwiedzanego miasta, jego muzyka, współtworzy klimat danej przestrzeni, wyrażający się w swoistym i niepowtarzalnym *genius loci*. Zwiedzanie poprzez dźwięki staje się jednocześnie poznawaniem i odczuwaniem – głębszym, pełniejszym, bogatszym.

Lizbona, „*cidade que abraça*” (miasto, które przytula<sup>11</sup>), jest bardzo zmysłowym zakątkiem Europy. Dlatego to doskonałe miejsce dla – parafrazując tytuł książki Anny Wieczorkiewicz – turysty z wyszukany „apetytem”, wierzącego, że poprzez zmysłowe doznania ciała doświadczy czegoś, czego „nie jest nam w stanie dać myśl racjonalna” [Wieczorkiewicz 2008, s. 333]. W jednej ze swoich pieśni Amália Rodrigues śpiewała: „Lizbona pachnie kwiatami i morzem, kawiarniami na placu Rossío, a fado zawsze pachnie samotnością, pachnie pieczonymi kasztanami, kiedy jest zimno, a w lecie – dojrzałymi owocami”<sup>12</sup>. W portugalskiej stolicy mieszają się przeróżne barwy, wonie, smaki, brzmienia. Uderza jasne, przejrzyste światło, oszałamia nieustający wiatr pachnący oceanem, intryguje otoczenie dźwiękowe. I to właśnie wymiar muzyczny – splatających się melodii, fraz, rytmów, harmonii – może być doskonałym kluczem do poznania dzisiejszej, mozaikowej kultury miasta. Ta „wielobarwna muzyczna mapa Lizbony” [Kydryński 2013, s. 45] nie byłaby tak bogata, gdyby nie obecność imigrantów z różnych stron świata.

## **Lizbona – spotkanie czterech kontynentów i laboratorium muzycznych fuzji**

Analizując muzyczne bogactwo dzisiejszej Lizbony (także w kontekście oferty turystycznej) nie sposób pominąć jej wielokulturowego rodowodu. Dziedzictwo kulturowe, które to miasto ma dziś do zaoferowania, jest rezultatem postępującego procesu mobilności ludzi i kreolizacji kultur<sup>13</sup>, ale także

---

<sup>11</sup> Takie określenie usłyszałam kiedyś w porannej audycji radia Zet Chilli poświęconej Lizbonie.

<sup>12</sup> “Lisboa tem cheiro de flores e de mar / Lisboa cheira aos cafés do Rossío / E o fado cheira sempre a solidão / Cheira a castanha assada se está frio / Cheira a fruta madura quando é Verão...” – tekst piosenki “Cheira bem, cheira a Lisboa”.

<sup>13</sup> Ulf Hannerz [2006] definiuje kultury kreolskie jako „te, które w jakiś sposób wykorzystują dwa (lub więcej) historyczne źródła, pierwotnie nierzadko bardzo od siebie różne”. Świat skreolizowany to według niego „świat ruchu i mieszania się” [Tamże, s. 291].



– a może przede wszystkim – efektem trudnych doświadczeń historycznych. W przypadku Portugalii mamy do czynienia ze szczególną postacią proliferacji kulturowej (rozumianej jako bujny rozkwit, namnażanie się, rozwijanie, odradzanie elementów kultury), będącej wynikiem przenikania się kolonialnej przeszłości z postkolonialną współczesnością imigracyjną. Splatają się w niej i łączą wpływy kilku przestrzeni kulturowych: afrykańskiej (w jej różnych odsłonach), zachodnio- i wschodnioeuropejskiej, latynoskiej, dalekowschodniej [Golemo 2015, *passim*]. Stolica państwa leżącego na okołooceanicznych rubieżach Europy przybiera dzisiaj formę wyjątkowej mieszanki stylów życia, mód, tradycji, zwyczajów z różnych kontynentów. Przybywa portugalskich obywateli posiadających nieportugalskie pochodzenie etniczne<sup>14</sup>, przede wszystkim z byłych kolonii. Pojawienie się na portugalskiej ziemi imigrantów oraz ich dzieci sprawiło, że definicja „portugalskości” – tego, co portugalskie, przynależne Portugalii, tożsame z portugalską kulturą – zaczęła się zmieniać. Rozumienie terminu „portugalidade” (dosł. portugalskość), kiedyś kojarzonego z tym, co europejskie, „białe”, luzytańskie, dzisiaj ulega modyfikacjom. Według raportu Serviço Estrangeiros e Fronteiras (SEF) pośród głównych grup imigranckich w Portugalii na pierwszych miejscach plasują się kolejno Brazylijczycy (22%), Kabowerdeńczycy i Ukraińcy (po ok. 10% z lekką numeryczną przewagą przybyszów z Wysp Zielonego Przylądka)<sup>15</sup>. Co prawda, według tego raportu w 2014 roku, po raz pierwszy od roku 2002, liczba imigrantów na terytorium kraju była niższa niż 400 000 (odnotowano dokładnie 395 195 osób)<sup>16</sup> [SEF 2014, s. 9], ale od kilku dekad nieprzerwanie stanowią oni widoczny element krajobrazu społeczno-kulturowego Portugalii. Jednym z najbardziej wyrazistych skupisk społeczności imigranckich jest stolica – Lizbona i przyległe do niej gminy. Dystrykt Lizbony zamieszkiwało w 2014 roku prawie 177 000 cudzoziemców [SEF 2014, 11]. W samej stolicy imigranci koncentrują się przede wszystkim na kilku obszarach: ich obecność jest najbardziej widoczna w okolicach wokół placu Martim Moniz w dzielnicy Mouraria<sup>17</sup>, w rejonie stacji metra Intendente, Arroios i Anjos, a także w pobliżu São Bento i parku Estrela (m.in. tam skupia się w dużym stopniu populacja afrykańska). Duże grupy imigrantów zamieszkują również miasta przylegające do Lizbony, np. Amadorę, ze

<sup>14</sup> Chodzi o osoby, które wystąpiły o nadanie im nacionalidade portuguesa, czyli portugalskiego obywatelstwa (choć w dosłownym tłumaczeniu słowo to oznacza „narodowość” – co może być mylące, zważywszy na polską terminologię i rozróżnienie na: obywatelstwo oraz narodowość).

<sup>15</sup> Na temat Kabowerdeńczyków w Portugalii zob. „Muzyka jako droga do samookreślenia w wielokulturowym świecie...” [Golemo 2015].

<sup>16</sup> Liczba ta dotyczy imigrantów z uregulowanym statusem.

<sup>17</sup> Np. o barze Esplanada da Mouraria, Kydryński pisze, że bliżej mu do „dawnych lupanarów Luandy, przedmieść Maputo, niż do bulwarów śródziemnomorskich metropolii” [Kydryński 2013, s. 77].

słynną już dzielnicą Alto da Cova da Moura, gdzie tradycyjnie osiedlają się przybysze z Cabo Verde. Spora grupa Afrykańczyków zasiedliła także południowy brzeg Tagu, m.in. Almadę.

Społeczność imigrancka, a wraz z nią najnowsze pokolenie młodych o cudzoziemskich korzeniach, ciągle doświadcza jeszcze odrzucenia, walczy z barierami systemowymi, stereotypami, mniej lub bardziej widocznymi przejawami rasizmu. Ale staje się jednocześnie ważną siłą tworzącego się (nowego) społeczeństwa Portugalii, wnosząc do niego własne zaplecze kulturowe: wartości, wzory zachowań, obyczaje, a także bazujące na rodzimej tradycji wytwory kultury symbolicznej, w tym muzykę. Tradycja muzyczna wchodzi bowiem w skład kulturowego bagażu, który zabierają ze sobą przemieszczający się migranci. Mobilność ludzi wyzwała więc procesy muzycznej dyfuzji pomiędzy regionami powiązаныmi ze sobą poprzez procesy migracyjne, pojawia się miejsce zarówno na odtwarzanie tradycyjnych form, jak i na eksperymenty, jedyne w swoim rodzaju artystyczne fuzje różnych gatunków muzyki [zob. Golemo 2015].

S. Sardo, analizując rolę twórczości muzycznej w postkolonialnej Portugalii w odniesieniu do relacji diaspora – kraj przyjmujący imigrantów, opisuje proces „delokalizacji muzyki” [Sardo 2010, s. 59], w którym oryginalne gatunki tradycyjnie związane z pewnym miejscem, odrywają się niejako od swoich korzeni, fundamentów i zaczynają istnieć w nowej przestrzeni, w innym muzycznym uniwersum, współgrając z pozostałymi gatunkami muzyki „imigranckiej”<sup>18</sup> i miejscowej. Dochodzi do spotkania, konfrontacji tradycji muzycznych z różnych stron świata: pochodzące z wielu źródeł instrumenty, melodie, rytmy, zasady harmonii i kompozycji, łączą się stwarzając nowe wzorce i stanowiąc inspirację dla kolejnych przemian w kulturze [por. Nobis 2007, s. 166]. We współczesnych, wieloetnicznych miastach, takich jak Lizbona, w pewnym sensie na nowo odkrywa się też lokalne, prowincjonalne tradycje muzyczne pojawiające się wraz z napływem imigrantów z obszarów wiejskich [Cidra 2008, s. 109]. Portugalia wchłania bogactwo muzyki przynoszonej przez imigrantów, czego koronnym przykładem może być włączenie na listę portugalskiego niematerialnego dziedzictwa kulturowego święta Kola San Jon, wywodzącego się z Wysp Zielonego Przylądka<sup>19</sup>.

<sup>18</sup> Poza tradycyjnym fado, dzięki obecności imigrantów w Lizbonie można dzisiaj usłyszeć gatunki takie jak: kizomba, fuananá, coladera, batuque, semba (angolska), zouk, bachata, salsa, cumbia, mazurka, bossa nova, samba, forró, kuduro, gumbé, coupé-decalé, afrohouse i inne.

<sup>19</sup> Celebrowany na wyspach w okolicach dnia św. Jana, tradycyjny wielogodzinny muzyczny pochód, przy charakterystycznych rytmach batuque i transowym tańcu kończy się wspólnym biesiadowaniem. Od wielu lat w taki właśnie sposób obchodzą to święto Kabowerdeńcy zamieszkujący dzielnicę Alto da Cova da Moura w podlizbońskim miasteczku Amadora. W zeszłorocznej celebracji święta (20.06.2015) uczestniczyło nawet kilkoro zaciekawionych „egzotyką” turystów. Dzień wcześniej, 19.06. 2015, w Muzeum Etnologii w Lizbonie odbyło się natomiast specjalne sympozjum poświęcone zjawisku, jakim jest Kola San Jon, jego znaczeniu i miejscu w kulturze Kabowerdeńczyków.

Wracając do głównego wątku tego eseju, trzeba wskazać na jeszcze jedną funkcję muzyki, a mianowicie jej walor marketingowy. Twórczość muzyczną można postrzegać jako turystyczną ofertę, dobro, towar na sprzedaż, w sensie, w jakim opisywał ten proces Th. Adorno, mówiąc o utowarowieniu kultury [Adorno 1990, s. 108]. Skoro społeczeństwo i kultura Portugalii ulegają tak widocznym przemianom, powinno mieć to swoje odzwierciedlenie także w sposobach kreowania wizerunku tego kraju dla przyjezdnych z zewnątrz, poszukujących istoty „portugalskości”. Przyglądając się ofercie turystycznej dostępnej w agencjach w Lizbonie, można odnieść wrażenie, że aspekt wielokulturowości pojawia się w pakietach dla odwiedzających jedynie w odniesieniu do arabskich korzeni dzielnic Alfama i Mouraria<sup>20</sup>. Współczesną, widoczną na ulicach miasta wieloetniczną mieszankę praktycznie się ignoruje w przekazie „turystycznym”. Jeżeli przyjmiemy za C. Henriques, że „dziedzictwo stanowi odzwierciedlenie wartości kulturowych danej społeczności, (...) jest to zobiektywizowany obraz wartości, które jakaś społeczność ludzka pielęgnuje i uświęca jako bazę, podporę swojej tożsamości, będącej de facto jej największym dobrem” [Henriques 2003, s. 52], warto się zastanowić, jak zdefiniować współcześnie dziedzictwo kulturowe Portugalii. Trzeba by też postawić pytanie o jego udostępnianie, sposób prezentowania innym (w tym wypadku przyjezdnym, turystom) bogactwa portugalskiej kultury i wpływów, jakie ją kształtowały. Warto także, idąc za postulatami C. A. Augusto, skierować uwagę na ten szczególny typ dziedzictwa, jakim jest „dziedzictwo muzyczne” [Augusto 2014, s. 92], uświadamiając sobie jednocześnie, że w dzisiejszej Portugalii składa się na nie wiele, także pozaeuropejskich, wpływów.

## **Turystyka muzyczna jako rodzaj turystyki kulturowej**

Jak pisze S. Bernat, „doznania wizualne, do których odwoływały się liczne przedsięwzięcia turystyki masowej, wydają się zbyt słabym wabikiem dla współczesnych urlopowiczów” [Bernat 2014, s. 25]. Dlatego też wzbogacenie zwiedzania danego miejsca o wątki oddziałujące na pozostałe zmysły pozwala na dogłębsze, pełniejsze jego doświadczenie. Aby zanurzyć się w poznawaną rzeczywistość, powinno się „unikać nadrzędności zmysłu wzroku” [Hayllar, Griffin, Edwards 2008, s. 188]. Zaangażowanie dodatkowych kanałów sensorycznych sprawia bowiem, że „zniwelowany zostaje dystans, jaki z reguły istnieje między widzeniem a przedmiotem oglądu” [Bernat 2014, s. 25].

Turystyka muzyczna, która zakłada pobudzenie w zwiedzającym wrażliwości słuchowej na dane miejsce, może być uważana za jedną z form turystyki kulturowej. Jeśli więc turysta kulturowy to osoba, dla której „kultura

---

<sup>20</sup> Jedną z lisbońskich agencji turystycznych oferuje tematyczną wycieczkę po tych dzielnicach zatytułowaną „The Moorish Lisbon” (Mauretańska Lizbona).

odgrywa kluczową rolę podczas selekcji kierunku podróży i aktywności, które podejmuje w czasie pobytu” [Henriques 2003, s. 105]<sup>21</sup>, analogicznie – turystą muzycznym można by nazwać kogoś, dla kogo poznawanie bogactwa muzycznego jest w podróżowaniu priorytetem. Turystyka muzyczna umożliwia połączenie co najmniej dwóch pasji: podróży i hobby, jakim jest muzyka. Może to być poszukiwanie nowych brzmień i gatunków muzycznych, delectowanie się znanymi już i ulubionymi stylami muzycznymi, podążanie po śladach cenionych muzyków etc. Należałoby odróżnić ten rodzaj turystyki od innych – związanych z uczestnictwem w konkretnych i wyselekcjonowanych uprzednio wydarzeniach muzycznych – jakimi są turystyka festiwalowa, czy – po części – eventowa<sup>22</sup>. Turystyka muzyczna jest pojęciem szerszym, dotyczy bowiem tej formy poznawania danych miejsc, w której na plan pierwszy wysuwa się chęć poznania, doświadczenia, odczucia muzycznego bogactwa wiążącego się z danym obszarem (miastem, regionem). Są to, w najogólniejszym ujęciu, „podróże podyktowane muzycznymi zainteresowaniami” [Piasecka 2012, s. 42]. Odwołując się do schematu zaproponowanego przez E. Piasecką [Tamże, s. 43], można przyjąć, że turystyka muzyczna (jako rodzaj turystyki kulturowej), może obejmować pewne formy turystyki eventowej (udział w wybranych koncertach, festiwalach muzycznych) czy nawet „pielgrzymkowej” (podróże śladami muzyków, odwiedzanie miejsc, w których mieszkali i tworzyli), a także – co nie jest ujęte we wspomnianym wyżej wykresie [Tamże, s. 43] – eksplorowanie miejsc, które posłużyły za inspirację przy powstawaniu jakiegoś utworu muzycznego albo tekstu piosenki. W Lizbonie przykładem takiej formy turystyki muzycznej może być podróżowanie po śladach ikony portugalskiego fado – Amálie Rodrigues. Wielbiciele jej ponadczasowego talentu zwiedzają między innymi dom pieśniarki (obecnie funkcjonujący jako muzeum), casas de fado, w których występowała czy miejsce pochówku w Pantheonie Narodowym. Imieniem Amálie Rodrigues nazwano też w 2000 roku ogród, położony na tyłach parku Eduardo VII w Lizbonie.

Reasumując, turystyka muzyczna może dotyczyć różnego rodzaju aktywności, które łączy chęć zapoznania się z muzycznym dziedzictwem danego miejsca, utożsamianym zarówno z tzw. „kulturą wysoką”, jak i popular-

---

<sup>21</sup> Istnieją też bardziej szczegółowe definicje tego zjawiska: „Nazwą turystyki kulturowej możemy określić te wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej albo powiększenie ich wiedzy o organizowanym przez człowieka świecie otaczającym jest zasadniczą częścią programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o jej podjęciu lub wzięciu w niej udziału” [Mikos von Rohrscheidt 2008, s. 31]; W jeszcze innym ujęciu jest to: „(...) zespół zachowań turystów związanych z ich autentycznym zainteresowaniem dziedzictwem kulturowym, a z drugiej strony ich uczestnictwem w szeroko rozumianym współczesnym życiu kulturalnym” [Kowalczyk 2008, s. 13].

<sup>22</sup> O turystyce eventowej pisze Bernat, że jest to typ podróży, których „głównym motywem jest uczestnictwo w krótkotrwałej imprezie zorganizowanej, przeżycie doświadczenia wykraczającego poza codzienność” [Bernat 2014, s. 25].

ną czy alternatywną<sup>23</sup>. Istnieją obszary, które słyną ze szczególnie bogatej oferty muzycznej związanej z jakimś konkretnym gatunkiem muzyki. Bez wątplenia do takich miejsc, odwiedzanych przez „turystów muzycznych”, należą Wiedeń, Salzburg (muzyka klasyczna) Rio de Janeiro (samba, bossa nova), Buenos Aires (tango), Seattle (grunge), Nowy Orlean (jazz), Andaluzja (flamenco) itp.<sup>24</sup>. Inwestowanie w promocję bogactwa muzycznego danego miejsca czy regionu może być strategią rozwoju gospodarczego, a jednocześnie bywa sposobem na przechowanie, ożywienie własnych, lokalnych tradycji muzycznych (choć często w ich skomercjalizowanej formie, co w przypadku niektórych gatunków można by nazwać promowaniem „etniczności turystycznej”)<sup>25</sup>. Można przyjąć, że także Lizbona ze swoim bogactwem dźwięków ma odpowiedni potencjał do tego, by traktować ją jako cel szeroko pojmowanej turystyki muzycznej.

### Lizbona „turystyczna”

Lizbona wciąż jeszcze bywa postrzegana jako nieco peryferyjny, zawieszony nad oceanem zakątek europejskiego kontynentu. „Działa czar miejsca na uboczu, zapomnianego przez zdyszana, zatłoczoną Europę. Lizbona (...) to już preludium do Afryki.” [Kydryński 2013, s. 26]. Rzeczywiście, przejawiająca się w różny sposób obecność afrykańska jest w Lizbonie czymś tak naturalnym, tak plastycznie wkomponowanym w miejski krajobraz, że może dziwić pomijanie tego elementu rzeczywistości w oficjalnych kanałach turystycznej promocji miasta. Jeśli chodzi natomiast o niekwestionowany czar luzytańskiej stolicy – jej magia i „inność” zaczęła coraz mocniej oddziaływać w ostatnich latach na zabieganych i zmęczonych innymi kierunkami przyjezdnych, tak więc można dziś chyba zaryzykować stwierdzenie, że z „miejsca na uboczu” przeobraziła się w jedno z coraz częściej odwiedzanych, tłocznych miejsc na kontynencie. Rozmawiając z lizbońskimi znajomymi wielokrotnie miałam okazję słyszeć krytyczne komentarze na temat wszechogarniającej masy turystów, szczególnie w dzielnicach takich jak Baixa, Chiado czy Alfama. Na ścianie jednej z kamienic przy ulicy Rua do Sol à Graça w dzielnicy Graça ktoś napisał sprayem: „Tuk-tuki to nie

---

<sup>23</sup> Takiego rozróżnienia dokonuje K. Buczkowska, analizując turystykę eventową [Buczkowska 2009, s. 92-93].

<sup>24</sup> Istnieją też miejsca przyciągające swoją bardziej niszową muzyczną ofertą, jak np. Barcelona ze względu na rumbę katalońską (la rumba catalana) praktykowaną tam przez społeczność romską [Varela Villalba 2011]. Gatunek ten łączy wpływy flamenco, rumbi kubańskiej i rock&roll'a.

<sup>25</sup> O instrumentalnym użyciu etniczności w celach turystycznych i związanych z tym dylematami dotyczących autentyczności pisze w swoim eseju: Rodrigo de Azeredo Grunewald (2003), *Turismo e etnicidade*, „Horizontes Antropológicos”, Vol. 20, s. 141-159.

jest prawdziwa Lizbona!”, odwołując się do coraz bardziej popularnego, importowanego środka lokomocji, chętnie używanego przez zwiedzających, ale znienawidzonego przez miejscowych<sup>26</sup>.

Turyści odwiedzający Lizbonę mają współcześnie do dyspozycji bogaty repertuar środków i możliwości zwiedzania. Ceniący wygodę i przewidywalność obserwują miasto z pokładu piętrowych autobusów, oferujących turystom standardowe „must see”, pozwalając przy tym zaoszczędzić na czasie; spragnieni bliższego kontaktu z miejską tkanką, ale nie mający ochoty na spacer pieszo, korzystają z przemkających wąskimi uliczkami centrum tuk-tuków<sup>27</sup>, a poszukiwacze oryginalniejszych wrażeń stawiają na przejażdżkę lizbońską amfibią, mogąc dzięki temu odkryć nie tylko zaułki miasta, ale i sprawdzić, co kryje się pod powierzchnią opływającego Lizbonę Tagu. Współczesny turysta, chcący poznać portugalską stolicę, ma do dyspozycji także inne środki transportu, czyli segway, gochar, helikopter, prom, pojazdy w stylu vintage (Beetle) czy tradycyjne żółte tramwaje. Szeroki jest też wachlarz proponowanych „opcji tematycznych”<sup>28</sup>: Fado Tour/ Living Fado, SurfTour, Street art Tour, Pub Crawl, Wine Adventure, Ghost Tours, Lisbon with Fernando Pessoa, Sunset on the Hills, Lisbon Lovers, The Moorish Lisbon.

**Tab. 1.** Przykłady ofert (pakietów) lizbońskich agencji turystycznych na podstawie przeanalizowanego materiału.

**Tab. 1.** Examples of the selected offer of Lisbon tourism agencies, based on analyzed data.

<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Lisbon Gastronomy</i></li> <li>– <i>Lisbon Essential</i> („an historic and practical guide to Lisbon”)</li> <li>– <i>Old Lisbon</i> (Alfama &amp; the Castle)</li> <li>– <i>Lisbon of Fado</i> („followed by signer”)</li> <li>– <i>Lisbon Wine</i> (wine, food and friends)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Lisbon from the other side – <i>Across the Tejo River</i></li> <li>– Chiado &amp; Bairro Alto – <i>The bohemian side of Lisbon</i></li> <li>– Beyond the tram n. 28 – <i>from breathtaking viewpoints to the streets of Alfama</i></li> <li>– Baixa, the Downtown – <i>a new city built after the 1755 earthquake</i></li> <li>– Belém – <i>new world to be discovered...</i></li> </ul>
---	---

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

<sup>26</sup> O najbardziej uciążliwych dla Lizbończyków skutkach ubocznych turystyki można przeczytać na stronie <http://www.lisboa-does-not-love.com/pl.html>

<sup>27</sup> Tuk-tuk – inaczej autoriksza. Rodzaj zmotoryzowanej, zazwyczaj trójkołowej rikszy używanej jako środek transportu głównie w krajach azjatyckich (Indie, Pakistan, Nepal, Bangladesz i Sri Lanka).

<sup>28</sup> Zestawienie opracowane na podstawie materiałów zebranych w czerwcu 2015 roku w punktach informacji turystycznej w okolicach Rossio i Praça do Comércio. Zachowano oryginalne angielskie nazwy używane w folderach i ulotkach.

Z przywołanych wyżej przykładów wynika, że turysta odwiedzający Lizbonę ma do wyboru dość szeroki zestaw „pakietów” i wizyt tematycznych: od poznawania przysmaków lokalnej kuchni i wina, przez „włóczenie się po pubach”, tropienie duchów, oglądanie zachodu słońca z lizbońskich wzgórz, romantyczne zwiedzanie dla zakochanych, eksplorowanie miejsc związanych z Fernandem Pessoa czy podziwianie lizbońskiego graffiti.

Postulowany przez W. Welscha „zwrot audialny” [Jabłońska 2014, s. 224], przejście od kultury wizualnej do słuchowej, może znaleźć swoje odzwierciedlenie także w ofercie turystycznej. Jednak jeśli chodzi o kulturę muzyczną, jedyną oferowaną „opcją turystyczną” jest prezentowanie Lizbony jako ojczyzny fado. Wizyty w lokalach z muzyką fado na ulotkach i w folderach informacyjnych bywają konsekwentnie nazywane spotkaniami z „luzytańską duszą”. Wśród wielu materiałów turystycznych, jakie udało mi się zebrać i przeglądać, nie znalazłam odniesień do tworzących współczesną Portugalię innych, pozaeuropejskich wpływów kulturowych. Nie pojawiła się np. koncepcja luzofonii<sup>29</sup>. Nie było też wzmianki o stylach muzycznych innych niż fado.

Dzisiejszy, zindywidualizowany turysta dąży do znalezienia takiego produktu, który będzie unikatowy, skrojony jakby specjalnie dla niego, zaspokajający jego osobiste potrzeby [Henriques 2003, s. 54]<sup>30</sup>. Miasta takie jak Lizbona, oferują zwiedzającym wiele możliwości, doświadczeń, przyjemności, które niekoniecznie pociągają za sobą dodatkowe koszty. Chodzi o pewien specyficzny klimat, niepowtarzalne środowisko, atmosferę, którą się „chłonie”, wibracje w powietrzu, którymi się oddycha. Istnieją miejsca wytwarzające wyjątkową aurę i to ona staje się celem turystów [Henriques 2003, s. 92]. W portugalskiej stolicy część tej aury stanowi warstwa muzyczna, szczególnie latem, kiedy rozkwitają na lizbońskich ulicach różnego rodzaju festiwale, tętniące rytmami bliższych i dalszych zakątków świata<sup>31</sup>. Czerwiec to miesiąc św. Antoniego, patrona miasta. Odbywają się wówczas arraiais – uliczne festyny, biesiady (główną atrakcją kulinarną są grillowane sardynki) i potańcówki w barach lub specjalnie na tę okazję stworzonych

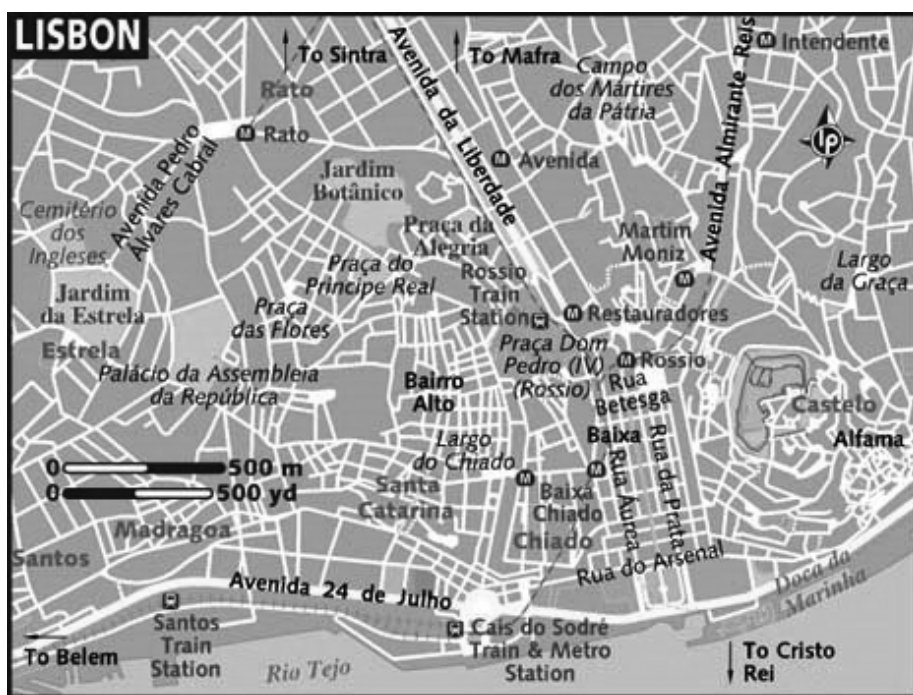
---

<sup>29</sup> Jest to popularna w dzisiejszym dyskursie idea dotycząca wzajemnych wpływów obszarów zjednoczonych przez język portugalski, kiedyś wymuszonych przez kolonializm a dziś redefiniowanych w odniesieniu do żyjących w Portugalii imigrantów z różnych części, byłego kolonialnego imperium, jakie zbudował ten kraj.

<sup>30</sup> Specjaliści sektora turystycznego przekonują, że wybierając strategię promocji kraju powinno się spojrzeć z perspektywy klienta-turysty, który podróżując do Portugalii poszukuje dziś czegoś więcej, niż „morza, słońca i golfa” (portugalskiego odpowiednika teorii 3 s: Sand, Sea, Sun? – K.G.) [Cunha Ferreira 2015a, s. 15].

<sup>31</sup> Od kilku lat rozkwita w Portugalii oferta festiwali muzycznych, także tych odbywających się na plaży, w miesiącach letnich (w przypadku Lizbony za przykład może posłużyć cieszący się zainteresowaniem festiwal O Sol da Caparica, organizowany nad brzegiem oceanu w miejscowości położonej kilka kilometrów od stolicy). Są to oferty przeznaczone dla „nowych konsumentów”, nowych turystów, którzy oczekują po swoich podróżach czegoś więcej niż zwiedzania miejsc typu „must see” [Cunha Ferreira 2015b, s. 23].

przestrzeniach, ad hoc przystrojonych girlandami<sup>32</sup>. Organizowane są liczne koncerty na wolnym powietrzu i w lokalach, np. w ramach przedsięwzięć takich jak Festas de Lisboa, Lisboa Mistura, Faz Música. Kolejne miesiące lata przynoszą nowe atrakcje: festiwale Meo Out Jazz, EDP Cool Jazz, Nós Alive, Lisboa na Rua, Festiwal o Sol da Caparica i wiele innych inicjatyw. W ciągu roku odbywają się przeróżne imprezy poświęcone kulturze – w tym muzyce – poszczególnych grup etnicznych i społeczności imigranckich żyjących w Lizbonie, czego ukoronowaniem jest cykliczny festiwal Imigrarte, prezentujący twórczość artystyczną imigrantów z różnych kontynentów. Niektóre z nich, choć nie wszystkie, reklamowane są w informatorach kulturalnych „Agenda Cultural de Lisboa” czy „Follow me Lisboa”, dostępnych w kilku wersjach językowych w punktach informacji turystycznej oraz w Internecie. Spragnieni tego typu muzycznych wrażeń turyści mogą więc przy odpowiedniej motywacji i odrobinie ciekawości wyszukać dla siebie atrakcję, która wychodzi poza ramy oficjalnych pakietów dla zwiedzających.



Ryc. 1. Mapa Centrum Lizbony

Fig. 1. Lisbon City Center Map

Źródło/Source: [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com).

<sup>32</sup> Apogee świętowania przypada na 12.06, dzień świętego Antoniego. Odbywa się wówczas tradycyjny pochód przedstawicieli każdej z lizbońskich dzielnic, prezentujących swój układ choreograficzny (tzw. marchas populares).



Obszary turystyczne mają wyjątkowy potencjał, pozwalający na stwarzanie nowych doświadczeń dla zwiedzającego, na „egzystencjalne odczucie przestrzeni” [Hayllar, Griffin, Edwards 2008, s. 11]. Autorzy ci piszą o istnieniu niepowtarzalnego królestwa „doświadczalnej przestrzeni”, w której odbywa się nadawanie przez turystę znaczeń poszczególnym miejscom [Tamże, s. 12]. W tym doświadczanym przez zwiedzających obszarze dochodzi także do rozbudzenia wrażliwości muzycznej i skojarzeń muzycznych z danym miejscem. Muzyka może być wyróżnikiem danego miejsca na rynku usług i produktów turystycznych, pomagać w jego skuteczniejszym pozycjonowaniu w hierarchii popularnych „turystycznych kierunków” [De Souza Alves, Diniz Ferreira, Dias Marquezini 2009]. Ciekawą inicjatywą byłoby zaprezentowanie Lizbony wychodzące poza standardowe i tradycyjne gatunki fado. Dla turysty przyjeżdżającego z innego kraju, zainteresowanego muzyką i kojarzącego Portugalię przede wszystkim z fado, poznawanie dźwiękosfery Lizbony w nieco innej odsłonie: kosmopolitycznej, międzykulturowej, eklektycznej, wielogatunkowej – mogłoby być ciekawym i zaskakującym doświadczeniem. Emocje i pamięć są bardzo istotne w doświadczaniu turystycznych szlaków [Hayllar, Griffin, Edwards 2008, s. 188]. Przez pokazanie wieloletniego muzycznego bogactwa portugalskiej stolicy można by się odnieść do skomplikowanej historii kolonialnej i imigracyjnej teraźniejszości. W mieszance różnych stylów i kultur muzycznych wyraża się bowiem pamięć o przeszłości i trudnych zależnościach, a także emocje towarzyszące współczesnemu procesowi godzenia się z historią i odnajdywania nowej przestrzeni dla dialogu<sup>33</sup>.

### Fado – klucz do portugalskiej duszy?

Lizbona to przykład miejsca ciekawie „umeblowanego muzyką” [Jabłońska 2014, s. 207], chociaż – jak już wspomniano – można odnieść wrażenie, że oferta muzyczna skierowana do turystów pragnących poznać lizbońską dźwiękosferę została ograniczona do fado. Melancholijne pieśni przy akompaniamencie gitary (dokładnie dwóch jej typów: viola i guitarra portuguesa<sup>34</sup>) płyną z głośników barów, restauracji, sklepów muzycznych, a tak-

<sup>33</sup> Jak pisze Ana Mafalda Leite, epoka kolonialna przez długi czas jawiła się w dyskursie publicznym w Portugalii jako czas-zjawia (tempo fantasma) [Leite 2010, s. 75], coś nierealnego, co próbowano spychać na dalsze plany pamięci. Dopiero od niedawna pojawił się w dyskusjach pomijany przez trzy dekady temat kolonializmu [Macedo, Cabecinhas, Abadia 2013, s. 159]. Zanurzenie się w muzycznym bogactwie Lizbony – to dzisiaj także „eksploracja tożsamościowej dynamiki wynikającej z procesów migracji w okresie po-kolonialnym” [Tamże, s. 165].

<sup>34</sup> „Viola” to portugalska nazwa tzw. gitary hiszpańskiej (będącej odmianą gitary klasycznej), natomiast guitarra portuguesa to 12-strunowy instrument podobny kształtem do mandoliny, o której Kydryński pisze, że jest to „skrzyżowanie mandoliny z klawesynem i cy-

że sklepików z pamiątkami. Fado funkcjonuje jako muzyczna marka, znak rozpoznawczy miasta. Jak zauważa Jabłońska, „wylewająca się na zewnątrz budynków muzyka polega na zawłaszczaniu przestrzeni czy jej przedłużaniu o obszar otaczający budynek, w celu stworzenia swoistego muzycznego buforu. Tak pojęte praktyki, sprowadzające się do tworzenia muzycznych enklaw, mają na celu wykorzystanie muzycznego gustu w celu kontrolowania otoczenia i odstraszenia ludzi, których obecność nie jest mile widziana” [Jabłońska 2014, s. 209]. W przypadku turystycznych miejsc Lizbony – w dzielnicach Alfama, Mouraria, Baixa czy Chiado – to opanowywanie przestrzeni muzyką fado nie ma może na celu „odstraszenia” niepożądanych gości, ale raczej narzucenie i utrwalenie odwiedzającym prostej zależności: portugalskość = fado. Teren naznaczony przez tradycyjną portugalską pieśń nie może już pomieścić innych muzycznych odwołań i inspiracji (afrykańskich, kabowerdeńskich, brazylijskich), które też tworzą dzisiaj dźwiękową rzeczywistość Lizbony. Te pozaeuropejskie rytmy i brzmienia można odnaleźć w innych, mniej „turystycznych” zaułkach miasta czy to wydobywające się z afrykańskich lokali, czy z prywatnych mieszkań w imigranckich dzielnicach.

R. Amirou w swojej książce „Wizerunek turystyki kulturowej” pisze o poszukiwaniu „autentyczności turystycznej”, nostalgicznym dążeniu do „prawdziwego życia” zachowanego w dawnych społecznościach, które w swej wierności tradycji podtrzymały antycznie-egzotyczny posmak [Amirou 2000, s. 29-30]. To usilne tropienie „realności” rzeczy odbywa się także w sferze muzyki. Przyjeżdżający do Lizbony turyści bywają kuszeni na każdym kroku ofertami wyjątkowych i jedynych w swoim rodzaju koncertów muzyki fado: od tych ekskluzywnych przy lampce najdroższego wina i delikatesach portugalskiej kuchni, do mniej wyrafinowanych i niskobudżetowych – wciąż jednak sprzedawanych jako turystyczny „pakiet”. Prawdopodobnie wielu odwiedzających tradycyjne lizbońskie *casas de fado*<sup>35</sup> i inne, bardziej skomercjalizowane lokale, liczy na spotkanie z autentycznością, z muzyką wypływającą z tradycji, będącą owocem artystycznej wrażliwości pochodzącej ze źródeł portugalskości. Na ulotkach oferujących kolację i koncert fado w pakietach turystycznych nęci się turystów wzmiankami o „prawdziwej luzytańskiej duszy”, w którą będą mogli się zagłębić podczas wieczoru. Publiczność liczy więc na uczestnictwo w czymś realnym i prawdziwym, a nie w spektaklu starannie wyreżyserowanym i zaprojektowanym,

---

trą jednocześnie” [Kydryński 2013, s. 38]. Genezę i ewolucję tego instrumentu (m.in. to, że w XVIII w. była mylnie nazywana „angielską” i że początkowo używały jej tylko kobiety) ciekawie przedstawiono w Muzeum Fado. Zestaw interesujących gitar portugalskich z różnych epok w otoczeniu innych podobnych im instrumentów można też podziwiać w lizbońskim Muzeum Muzyki.

<sup>35</sup> Pośród tych najbardziej znanych i cenionych warto wymienić: Clube de Fado (bodaj najbardziej prestiżowy i elegancki), Dragão da Alfama, Maria da Mouraria (dawniej: Casa da Severa). Te bardziej „swojskie” i autentyczne to np. Tasca do Chico, Zé da Mouraria, czy Adega do Machado (położony w dzielnicy Bairro Alto, znanej bardziej z nocnych klubów i pubów).

skrojonym odpowiednio do potrzeb masowego turysty. Prawdopodobnie każdy chce doświadczyć „prawdziwego” fado – takiego, jakie śpiewano tu jeszcze zanim portugalska stolica stała się celem coraz bardziej masowej turystyki – a nie repertuaru „oszlifowanego”, tak aby łatwiej zaspokoił uśrednione gusta zagranicznego turysty. W często odwiedzanych przez turystów casas de fado, jak w Dragão de Alfama, w repertuarze fadistów i fadistek pojawiają się również i akcenty humorystyczne, jak piosenki z wplatanymi zagranicznymi frazami, skierowanymi do przedstawicieli poszczególnych nacji. W sytuacji coraz większej komercjalizacji kultury, produkty kulturowe często oferowane są przyjezdnym w ich „wersji turystycznej” [Amirou 2000, s. 40]. Są jednak i takie zakątki Lizbony, w których bywają miejscowi, znający wyśpiewywane melodie i teksty i włączający się spontanicznie w płynącą pieśń. Atmosfera w casas de fado robi się coraz mniej formalna wraz z upływem wieczoru. Po kilku sesjach fadistów, przerywanych na czas konsumpcji, przychodzi moment rozluźnienia, improwizacji, większej swobody, w którym artyści wychodzą nieco ze swoich sformalizowanych ról, wtapiają



Ryc. 2. Malowidło na ścianie casa de fado Maria da Mouraria. Fot. Karolina Golemo

Fig. 2. Mural inside the casa de fado Maria da Mouraria, Fot. Karolina Golemo

Źródło/Source: Zbiory własne/ Own collection.

się w otoczenie, rozmawiają z słuchającymi. Nierzadko dochodzi wtedy do swego rodzaju „jam sessions”, a nawet występów osób z publiczności, które ad hoc próbują swoich sił w repertuarze fado lub innym. Na przykład w lokalu Maria da Mouraria, którego właścicielem jest fadista Helder Moutinho, zdarzało mi się słyszeć spontaniczne występy amatorów fado: zarówno Portugalczyków, jak i Hiszpanów<sup>36</sup>.

## Podtrzymywanie tradycji – Muzeum Fado i Visitas Cantadas

Odwiedziny w Muzeum Fado to nie tylko wędrówka w głąb portugalskiej duszy, ale zarazem semantyczna podróż ku odkrywaniu znaczenia jednego z najistotniejszych portugalskich pojęć – *saudade*. „Ten rozkoszny ból, ta gorycz pełna słodyczy, błoga tęsknota. Upojna tortura poszukiwania sensu życia, bez której żaden Portugalczyk życia sobie w ogóle nie wyobraża” – tak próbuje zdefiniować ten ulotny stan duszy M. Kydryński [2013, s. 36]. Muzeum zajmuje stosunkowo niewielką przestrzeń, w której jednak mieści się mnóstwo muzyki. Została w nim opowiedziana historia fado, jego geneza, fazy rozwoju, powiązania z radiem, teatrem, telewizją, nastawienie reżimu Salazara do fado w czasach Estado Novo. Ściany zdobią ogromne fototapeety przedstawiające kolaże porterów najbardziej znanych portugalskich fadistów. Ukazani są razem, jak jedna wielka rodzina, połączona wspólną, międzypokoleniową pasją. Przedstawiciele starszej generacji widnieją na jednej fotografii razem z młodszymi artystami, jak: Carminho, Mariza, Antonio Zambujo, Filipa Cardoso, Ana Moura i in. W jednym z pomieszczeń znajduje się bogata fonoteka. Można delektować się wybranymi utworami najznajmniejszych śpiewaczek i śpiewaków. Ściany muzeum zdobią teksty pieśni, opowiadające przede wszystkim o tęsknocie, trudzie, niespełnionych miłościach, niezrealizowanych marzeniach, melancholii – słowem – przesiąknięte są tą jedyną w swoim rodzaju, typowo portugalską emocją zwaną *saudade*. W małej salce kinowej wyświetlany jest film dokumentalny, podczas którego kilkoro znanych artystów (m.in. Camané, Rui Vieira Nery, Carminho, Mariza) wypowiada się na temat istoty fado, bycia fadistą i wpływu, jaki śpiewanie ma na ich życie. Można się z tych wypowiedzi wiele dowiedzieć o sposobie interpretowania tego muzycznego dziedzictwa przez artystów, którzy je tworzą i podtrzymują.

Ciekawą inicjatywą Muzeum Fado jest „zwiedzanie ze śpiewem” (Visitas Cantadas, dosł. „wizyty śpiewane”). Można w ten sposób poznać najciekawsze zakątki dwóch lisbońskich dzielnic: Alfamy i Mourarii. Przewodniczki z muzeum oprowadzają grupę zwiedzających po najbardziej emblematicz-

<sup>36</sup> Kiedyś jedna z galisyjskich turystek, nie czując się pewnie w trudnym repertuarze fado, zaczęła przy akompaniamencie dwóch gitar, śpiewać tradycyjne piosenki z sąsiedniej hiszpańskiej Galicji, przy uciesze słuchających.

nych miejscach, a towarzyszący im muzycy (śpiewacy i gitarzyści) upiększają tę opowieść utworami wykonywanymi na ulicy, na placykach, na schodach kościołów. I tutaj można by się zastanawiać, gdzie przebiega granica między performansem, spektaklem, budowaniem marki i prezentowaniem „produktu” a autentycznością, prawdziwością przekazu muzycznego. Miałam okazję kilka razy uczestniczyć w takiej „wizycie śpiewanej” i za każdym razem ujmowało mnie zaangażowanie miejscowych ludzi w dziejące się przed oknami ich domów widowisko. Starsi mieszkańcy, głównie kobiety, jakby oczekiwali nadejścia wycieczki z przewodnikiem i muzykami po to, aby wychylić się z okna albo usadowić na stołkach w progu mieszkania i uczestniczyć w tym minikoncercie. Wzruszające było ich oddanie, włączanie się w muzykę, śpiewanie lub choćby tylko szeptanie tekstów tak bliskich sercu pieśni. Cały ten spektakl działo się jakby jednocześnie według dwóch odmiennych porządków – dla turystów, jako rodzaj lokalnej ciekawostki i atrakcji oraz dla miejscowych – jako współuczestnictwo, współprzeżywanie, potwierdzanie i odnajdywanie siebie we własnej, znajomej, bliskiej kulturze muzycznej<sup>37</sup>.

### **Inne muzyczne tropy: Muzeum Muzyki i brzmienia Lizbony afrykańskiej**

Turyści poszukujący muzycznych inspiracji mogą odwiedzić także Muzeum Muzyki w Lizbonie, choć jego „oferta” nie należy do najbogatszych. Zajmuje bardzo niewielką przestrzeń przy stacji metra Alto Dos Moinhos, a jego stałą ekspozycję trudno uznać za rozbudowaną (tylko jedno piętro), chociaż w folderze informacyjnym napisano, że posiada ono kolekcję złożoną z 1000 instrumentów. Muzeum prezentuje klasyczną, europocentryczną wizję historii muzyki. W kolekcji pojawia się wiele odniesień do tradycji zachodnioeuropejskiej (włoskiej, francuskiej, hiszpańskiej, angielskiej) i portugalskiej. Niewiele miejsca poświęcono natomiast wpływom innych kultur: azjatyckich, latynoamerykańskich i afrykańskich. Co prawda pokazano kilka instrumentów z dalszych części świata (Maroko, Gabon, Chiny, Brazylia), ale jest to tylko ekspozycja z nazwami instrumentów (Ombi, Nanga, Yang Qin, Rebab, Eh’ru, Salteirão, etc.)<sup>38</sup>, brakuje natomiast wyjaśnienia dotyczącego genezy, drogi ich rozwoju, wzajemnych muzycznych inspiracji przy konstruowaniu i użytkowaniu pewnych instrumentów w różnych, geograficznie odległych od siebie muzycznych światach. Można było wzbogacić ko-

<sup>37</sup> Na stronie Muzeum Fado można znaleźć szczegółowy plan „wizyt śpiewanych” na lipiec, sierpień i wrzesień 2015: <http://www.museudofado.pt/calendario/detalhes.php?id=474>.

<sup>38</sup> Ciekawym pomysłem jest zestawienie w gablotach obok siebie podobnych instrumentów, należących niejako do tych samych grup, „rodzin” (smyczkowych, strunowych, dętych, perkusyjnych, etc), ale wywodzących się z różnych kontynentów (Europy, Azji, Afryki).

lekcję opisami tłumaczącymi obecność tych „egzotycznych” instrumentów w Portugalii, sięgając do relacji muzycznych zachodzących pomiędzy Europą a innymi kontynentami. Szkoda, że nie wyjaśniono np. wpływu, jaki miał okres kolonialny oraz dzisiejsza imigracja na przemiany twórczości muzycznej, pojawienie się nowych gatunków, nowego instrumentarium itp. Ekspozycja Muzeum Muzyki to właściwie zestawienie instrumentów oddziałujące przede wszystkim w sferze wizualnej. Można je oglądać, ale nie można się w nie wsłuchać, gdyż brakuje wymiaru dźwiękowego<sup>39</sup>.

Wciąż istnieją w Portugalii polemiki muzykologów dotyczące rozmiaru wpływów „obcych”, pozaeuropejskich na muzykę portugalską. Są badacze, którzy dopatrują się w fado zapożyczeń arabskich, widzą je też np. w melizmatycznym śpiewie regionu Alentejo [Bettencourt da Câmara 2001, s. 33]. Zdaniem autora, trudno jest zdefiniować tradycyjną muzykę portugalską, odwołując się do jakiegoś wspólnego mianownika, jako że składa się ona z „regionalnych, czy nawet lokalnych tradycji, które łączy ze sobą niewiele więcej, jak tylko wspólny język” [Tamże, s. 47]. Można zauważyć, że już w obszarze samej muzyki uznanej za rdzennie portugalską występuje duża fragmentaryzacja, łączenie jej w jedną kategorię byłoby więc zabiegiem arbitralnym. W muzykę Portugalii wpisane jest niejako to podzielenie, pomieszczenie, zróżnicowanie, które współcześnie nabiera nowego wymiaru dzięki twórczości muzycznej wspólnot imigranckich.

Bodaj najbardziej afrykańskim zakątkiem Lizbony jest niezmiennie okolica São Domingos (kościół św. Dominika). Można tam spotkać przedstawicieli społeczności afrykańskiej, którzy gromadzą się w grupkach na placu przed kościołem aby postać, porozmawiać, albo też handlować sprzedawanymi przez siebie produktami żywnościowymi. Afrykańskich wpływów jest sporo w całym centrum miasta. Jak pisze Kydryński: „Nie ma na świecie drugiego miejsca, które byłoby tak, zaryzykujemy, „wpół Afryką” jak stara Lizbona” [Kydryński 2013, s. 41]. Warto przypomnieć, że afrykańska obecność w Lizbonie sięga kilku wieków wstecz. W czasie sympozjum, które poświęcono kabowerdeńskiemu świętu Kola San Jon w Muzeum Etnologii w Lizbonie, jedna z prelegentek, Helena Roseta, mówiła o zapomnianej i niewystarczająco dziś docenianej długiej obecności kultur afrykańskich w portugalskiej stolicy<sup>40</sup>. Już od XV stulecia niewolnicy z podbitych przez Portugalczyków terenów Afryki zajmowali bardzo istotne miejsce w przestrzeni miejskiej, podejmowali się różnych prac, dzięki którym mieszkańcy Lizbony mogli funkcjonować w swoim codziennym życiu. Afrykański niewolnik był zintegrowany z miejskim krajobrazem Lizbony. Postaci Afrykań-

<sup>39</sup> Kolekcję zdecydowanie urozmaiciłyby nagrania dźwięków poszczególnych instrumentów, można by je wtedy odsłuchać, porównać, doświadczyć muzyki. Takie rozwiązanie zastosowano np. z powodzeniem w muzeum muzyki w Brukseli.

<sup>40</sup> Referat nosił wygłoszony w czasie sympozjum (19.06.15), nosił tytuł: „Zakazana kultura, podziwiane dziedzictwo” (Cultura proibida, patrimonio estimado).



**Ryc. 3.** Festiwal Imigrarte (15.11.2015). Fot. Karolina Golemo

**Fig. 3.** Imigrarte Festival (15.11.2015), Fot. Karolina Golemo

**Źródło/Source:** zbiory własne/own collection.

czyków służących swoim białym panom pojawiały się w sztukach teatralnych w Portugalii już w XVI wieku. Roseta przypomniała, iż Jose Ramos Tinhorão<sup>41</sup>, brazylijski pisarz, badacz i krytyk muzyczny, wysunął nawet tezę o afrykańskim pochodzeniu fado: gatunek ten miałby się wywodzić od afrykańskich form tańca – fofa<sup>42</sup> i lundu<sup>43</sup>. Podsumowała swoje wystąpienie stwierdzeniem: „Fado przedostało się z ciemności tawern ku światłu salonów, nie stało się tak natomiast z obecnością afrykańską w Lizbonie”.

Kultura afrykańska krajów obszaru PALOP<sup>44</sup> jest dzisiaj promowana w portugalskiej stolicy dzięki działalności organizacji pozarządowych (stowarzyszeń, wspólnot imigranckich, dzielnicowych domów kultury

<sup>41</sup> Autor m.in. wydanej w 1988 r. pracy *Os negros em Portugal: uma presença silenciosa* [Czarni w Portugalii: cicha obecność].

<sup>42</sup> Fofa – gatunek przybyły do Portugalii prawdopodobnie w pierwszej połowie XVIII w., przyniesiony przez Brazylijczyków afrykańskiego pochodzenia, z regionu Bahii.

<sup>43</sup> Lundu – brazylijski taniec mający postać hybrydy łączącej wpływy batuque (pochodzącego od angielskich niewolników) oraz rytmów portugalskich.

<sup>44</sup> PALOP – Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (Kraje Afrykańskie Urzędowego Języka Portugalskiego).

etc.) czasem wspólnie z władzami miasta<sup>45</sup>. To właśnie dzięki tego typu inicjatywom promuje się „Lizbonę międzykulturową”. Portal Lisboa Africana<sup>46</sup> jest rodzajem forum przekazującego informacje na temat różnych wymiarów kultury afrykańskiej (czy lepiej – kultur afrykańskich), w tym także wydarzeń muzycznych. Może służyć także jako dobry punkt odniesienia dla turystów poszukujących afrykańskości w portugalskiej stolicy. Afrykańskie (afro-lusofońskie) brzmienia promują też pomysłodawcy projektu Celeste Mariposa<sup>47</sup>. Organizując koncerty afrykańskich artystów, a od niedawna wydając ich płyty, starają się zaznajomić Portugalczków (a przy okazji – przyjeżdżających tutaj cudzoziemców) z bogactwem muzycznym obszaru PALOP, które – jak twierdzi inicjator projektu Francisco Sousa – w dużej mierze ciągle pozostaje niedoceniane<sup>48</sup>. Gatunkiem, który bezsprzecznie zdominował muzyczne i taneczne przestrzenie Lizbony, jest od kilku lat kizomba. Swój początek wzięła od organizowanych w Angoli w latach 50. i 60. XX w. popularnych imprez tanecznych, zwanych „kizombadas”, w czasie których tańczono przy akompaniamencie miejscowej muzyki. Wykształciła się głównie na bazie angolskiej semby (charakteryzującej się szybszym niż kizomba tempem) oraz zouka – formy powstałej w latach 80. XX w. na terenie Antyli Francuskich. Za początek funkcjonowania kizomby w jej współczesnej formie przyjmuje się lata 80. XX w. Podgatunkami kizomby są m.in. passada czy tarraxinha. Ma ona również swoje regionalne odmiany: mówi się m.in. o kizombie kabowerdeńskiej czy francuskiej (widoczne są w niej wpływy tanga)<sup>49</sup>. Kizomba, w swoich różnych odsłonach, jest gatunkiem popularnym przede wszystkim na obszarze luzofońskim, ale zdobyła także uznanie na innych terenach (wielu krajów Europy, Stanów Zjednoczonych, Brazylii i in.). W wielu miejscach odbywają się kursy i warsztaty tego tańca, przyciągając nie tylko Lizbończyków, ale także przyjezdnych. Jeden z muzyków kadowerdeńskich, z którymi miałam okazję rozmawiać, skarżył się na tę

---

<sup>45</sup> W kwietniu 2015 r., z okazji 40. rocznicy upadku dyktatury i rozpoczęcia procesu dekolonizacji, odbyło się w Lizbonie szereg przedsięwzięć o charakterze kulturalnym, promujących m.in. muzykę z byłych terenów kolonialnych (nie tylko afrykańskich). Celebrowano też muzycznie obchody Dnia Afryki.

<sup>46</sup> [www.lisboafricana.com](http://www.lisboafricana.com) Logo portalu to charakterystyczna lizbońska sardynka z fryzurą afro na głowie.

<sup>47</sup> Francisco Sousa oraz Willson Vilarez od kilku lat przeszukują archiwa płyt winylowych, z muzyką różnych regionów Afryki z kilku ostatnich dekad. Na bazie tych materiałów komponują własne DJ-sety podczas imprez tanecznych zwanych afro-baile. Zob. stronę internetową projektu, <https://celestemariposa.com/pt/somos-nos/>

<sup>48</sup> Informacje uzyskane w czasie wywiadu z Francisco Souzą, w Lizbonie, w listopadzie 2014 r.

<sup>49</sup> Dzisiaj rozwija się ona także w kierunku „street dance”, wyodrębnia się osobną jej odmianę: „urban kizomba” (kizomba miejska), w której odczuwane są muzyczne wpływy stylów, takich jak hip-hop, R&B czy dub step.



rosnącą popularność kizomby, która sprawia, że w czasie różnego rodzaju imprez okolicznościowych grywa się w coraz mniejszym stopniu inne rodzaje muzyki afrykańskiej<sup>50</sup>.

### ***Lusofonia* – muzyczna marka współczesnej Lizbony pośród postkolonialnych dylematów**

W promocji turystycznej istotne jest wykreowanie wizerunku danej przestrzeni, turyści kierują się bowiem przede wszystkim obrazem, jaki posiadają na temat określonego miejsca, oczekując, że spełni ono ich oczekiwania, marzenia etc. Wizerunek musi być ściśle powiązany z tożsamością miejsca, prezentując je jako unikatowe, odmienne niż pozostałe, rozbudzając emocje. W procesie budowania marki miasta muszą z jednej strony otworzyć się na zwiedzających, zaistnieć w światowej sieci kierunków turystycznych, komunikować się z potencjalnymi odwiedzającymi w sposób globalny, ale jednocześnie muszą także zawalczyć o swoje „ulokowanie w świecie”, w konkretnym miejscu, a więc przejść przez odwrotny proces „de-globalizacji” (desglobalização) [Henriques 2003, s. 135]. Popularną ideą przyświecającą dzisiaj różnym inicjatywom kulturalnym w Portugalii jest *lusofonia*, rozumiana jako „gra podobieństw i głębokiego porozumienia (cumplicidades) między różnymi odcieniami tego, co portugalskie” [Rei 2006]. W opiniach zwolenników tej koncepcji wspólnota języka portugalskiego na obszarach Portugalii i jej byłych kolonii<sup>51</sup> przekłada się na szczególną, choć trudną do precyzyjnego zdefiniowania bliskość kulturową, poza oczywistymi relacjami natury politycznej i ekonomiczno-handlowej, które łączą współcześnie te obszary. W Lizbonie istnieją stowarzyszenia odwołujące się do luzofonii, takie jak „Conexão Lusófona” (Luzofońskie Połączenie) oraz „Sons da Lusofonia” (Dźwięki Luzofonii).

Muzyka z terenów podbitych, podobnie jak inne wytwory kultury symbolicznej, stawała się w procesie dekolonizacji towarem do sprzedania na zachodnich rynkach. Zachód stosunkowo późno zdał sobie sprawę z jej walorów, ale kiedy odkryto w „inności” i „egzotyce” potencjał, zaczęto z niego czerpać korzyści. Często te muzyczne zdobycze musiały przechodzić metamorfozę, zostać „oszlifowane”, uładzone i upiękzone, aby zadowolić gusta europejskiego odbiorcy [Acosta 1989, s. 28-29]. Obecnie, granice między tym, co muzycznie swoje i obce, znajome i egzotyczne, coraz bar-

<sup>50</sup> Wywiad z Djoyem Seną, przeprowadzony w Aveiro, w lipcu 2014 r.

<sup>51</sup> Język portugalski jest językiem oficjalnie używanym w byłych portugalskich koloniach: Brazylii, Angoli, Mozambiku, Republice Zielonego Przylądka, Gwinei Bissau, Wyspach Św. Tomasza i Książęcej, w mniejszym stopniu również w Timorze Wschodnim, na terenie Goa i Makau. W języku portugalskim używa się również terminów *afro-lusofonia* czy *afro-lusófono* odnoszących się do portugalskojęzycznych obszarów afrykańskich.

dziej się zacierają. Dostępność i łatwość w transmisji różnych muzycznych wzorów (także dzięki osiągnięciom nowych technologii) powodują, że muzyka się globalizuje.

Badacze obserwujący przemiany oferty kulturalnej (w tym muzycznej) Lizbony zauważają, że miasto nad Tagiem niejako „wynajduje siebie na nowo (re-inventa) poprzez promowanie Innego (...) innego sposobu patrzenia, innej rzeczywistości, innych przestrzeni, innych Lizbon” [De la Barre 2010, s. 52]. Portugalia, poprzez popularyzowanie różnorodności, promuje więc także samą siebie, próbując się odnaleźć i określić w zglobalizowanym świecie. „W tym procesie wynajdowania na nowo i konsumowania tego, co egzotyczne, Inny posiada niemalże magiczne właściwości ożywiania, odmładzania Europy, dzięki ‘prymitywnej prawdziwości’ swojej sztuki, tańca, muzyki etc.” [Tamże, s. 160]. O takiej strategii nowego definiowania portugalskiej tożsamości może świadczyć popularność koncertów, targów, festiwali utrzymanych w duchu „luzofońskiej wspólnoty”. Dla jednych jest to oznaką otwarcia, szacunku, dialogu, swobody przepływu elementów kulturowych w postkolonialnej rzeczywistości, dla innych – wyrazem tendencji neokolonialnych, do ponownego zawłaszczania elementów kultury społeczeństw



**Ryc. 4.** Furró na Avenida da Liberdade. Fot. Karolina Golemo

**Fig. 4.** Furró on Avenida da Liberdade. Fot. Karolina Golemo

**Źródło/Source:** zbiory własne/own collection.

wcześniej zdominowanych i uzurpowania sobie prawa do ich interpretacji i robienia z nich użytku dla własnej korzyści. W luzofońskim świecie, zdaniem krytyków koncepcji, ciągle przewodzi bowiem Portugalia.

Zdaniem De la Barre, próbuje się dzisiaj wytwarzać autowizerunek Lizbony jako miasta otwartego (*cidade inclusiva*) i wielokulturowego. „W tym procesie, nowe formy etniczności mogą zyskać rozpoznawalność w wyniku urynkwienia »lusoworld music« (to jest muzyki świata praktykowanej w krajach luzofońskich – K.G.)” [Tamże, s. 147]. Działania takie podejmują przedstawiciele świata kultury i sztuki, osoby prowadzące lokale i bary muzyczne, pracujące w stowarzyszeniach i fundacjach promujących międzykulturowość. Warto spośród nich wymienić inicjatywy i projekty organizowane m.in. przez *Renovar Mouraria*, *Art Casa*, *Chapitô*, *Casa Independente*, *Damas* i in.<sup>52</sup> Nie bardzo widać jednak, żeby ten rodzaj strategii tożsamościowej przekładał się na aktualną ofertę turystyczną. Warto by się zastanowić, dlaczego budując markę miasta dla zagranicznych przyjezdnych przedstawiciele agencji turystycznych i indywidualni przewodnicy nie starają się wprowadzić do swojej oferty elementów odnoszących się do muzycznej różnorodności Lizbony, wpływającej z wieloetnicznego, imigracyjnego podłoża. Pytanie to może stanowić dobry punkt wyjścia do badań nad turystyką muzyczną w Portugalii<sup>53</sup>.

### Zamiast zakończenia. Muzyka lizbońskich ulic<sup>54</sup>

Lizbona pulsuje muzyką, także tą uliczną. Kydryński w swojej książce przytacza historie najbardziej znanych i rozpoznawalnych muzyków grających w miejskiej przestrzeni. Prowadzi przez kolejne zakątki i zaułki miasta, zatrzymując się w miejscach związanych z jakąś muzyczną osobowością [Kydryński 2013]. Uliczni artyści są bardzo istotnym elementem w muzycznej tkance Lizbony. Przy stacji metra *Baixa-Chiado* w ciepłe letnie wieczory można posłuchać kabowedeńskich rytmów w wykonaniu zespołu „*Misticu*”, czasem rockowego zawodzenia jakiegoś samotnego gitarzysty, innym ra-

<sup>52</sup> Są to nazwy miejsc (lokal) w Lizbonie i zarazem nazwy stowarzyszeń organizujących różnego rodzaju wydarzenia kulturalne i artystyczne, w dużej mierze muzyczne, których motywem przewodnim jest promocja różnorodności kulturowej. Jest w nich miejsce zarówno na muzykę portugalską (nie tylko *fado*), jak i na inne brzmienia, głównie brazylijskie i afrykańskie.

<sup>53</sup> W artykule tym, który może zostać uznany za wstęp do tematyki turystyki muzycznej w Portugalii, zasygnalizowałam brak odniesień do muzycznej różnorodności w aktualnie istniejących na rynku pakietach turystycznych oraz starałam się pokazać, że współczesna Lizbona w warstwie muzycznej ma do zaoferowania zwiedzającym o wiele więcej niż proponują touroperatorzy. Kolejnym krokiem w badaniach nad tym problemem może być poznanie opinii przedstawicieli branży turystycznej oraz stanowiska władz miasta i ekspertów odpowiedzialnych za oficjalne kanały promocji. Pozwoli to odpowiedzieć na pytanie, dlaczego muzyczny potencjał miasta nie jest dostatecznie wykorzystywany jako jedna z turystycznych atrakcji.

<sup>54</sup> Parafrazuję tytuł książki M. Kydryńskiego, *Lizbona. Muzyka moich ulic*.

zem muzyków grających trudną do zidentyfikowania mieszankę stylów pop i pimba<sup>55</sup>. Na Avenida da Liberdade słyszałam kiedyś świetny brazylijski zespół grający funk i soul, a na placu Martim Moniz – francuską artystkę, która swoimi mazurkami wygrywanymi na akordeonie zachęciła do zmysłowego tańca sporą część słuchających. Te przykłady można by mnożyć bez końca. Jeżeli w ofercie turystycznej Lizbony są Visitas Cantadas, miejskie podróże po tawernach z fado czy śladami Amálie Rodrigues, to może warto byłoby rozpatrzyć wprowadzenie także innej oferty turystycznej, obejmującej pozostałe rodzaje muzycznej twórczości, tak obecne w portugalskiej stolicy? S. Bernat turystykę masową utożsamia z hałasem, natomiast turystykę zrównoważoną – z ciszą, krajobrazem dźwiękowym i muzyką [Bernat 2014, s. 30]. Może więc wyznaczenie takich muzycznych, nie do końca typowych szlaków po portugalskiej stolicy byłoby ciekawą propozycją dla turysty nietuzinkowego, niszowego, kulturowego. Lizbona przepelniona jest miejscami, w których gra się muzykę afrykańską czy brazylijską. Poza przytoczonymi wcześniej nazwami lokali warto wspomnieć choćby o założonym w 1995 r. klubie B.leza, promującym przede wszystkim kulturę muzyczną Wysp Zielonego Przylądka i Afryki, czy o innych miejscach, takich jak Casa Mocambo, Santiago Alquimista, A Barraca, Lusitano Clube albo Music Box. Przez cały rok – a szczególnie latem – organizowane są eventy, koncerty pod gołym niebem z udziałem „luzofońskich” artystów, miasto zapełnia się ulicznymi muzykami, których przyjemnie posłuchać. Opracowanie tematycznych muzycznych wycieczek „śladami luzofonii” albo „tropem afrykańskości” w Lizbonie mogłoby być ciekawą alternatywą dla przyjezdnych, którzy w muzycznej warstwie miasta chcieliby się doszukać czegoś więcej niż fado.

## Bibliografia

- Acosta L. (1989), *Música e descolonização*, Editorial Caminho, Lisboa.
- Adorno T. (1990), *Sztuka i sztuki. Wybór esejów*, PIW, Warszawa.
- Amirou R. (2000), *Imaginaire du tourisme culturel*, PUF, Paris.
- Attali J. (1997), *Bruits. Essai sur l'économie politique de la musique*, PUF, Paris.
- Augusto C.B. (2014), *Sons e Silêncios da Paisagem Sonora Portuguesa*, FFMS, Lisboa.
- Bernat S. (2014), *Turystyka dźwiękowa jako nowa forma turystyki zrównoważonej*, „Zeszyty Naukowe Turystyka i Rekreacja”, Vol. 13 (1), s. 25-39.
- Bettencourt da Câmara J. (2001), *O essencial sobre a música tradicional portuguesa*, Imprensa Nacional-Casa da Moeda, Lisboa.

---

<sup>55</sup> Pimba – styl muzyki biesiadnej popularnej w Portugalii, będący swoistą mieszkanką folkloru i popu, cechujący się mało wyrafinowanymi aranżacjami i trywialnością tekstów piosenek.

- Blacking J. (1973), *How Musical is Man?*, Faber, London.
- Buczowska K. (2009), *Kulturowa turystyka eventowa*, [w:] Buczowska K., Mikos von Rohrscheidt A., red., *Współczesne formy turystyki kulturowej*, AWF im. E. Piaseckiego, Poznań.
- Cidra R. (2008), *Produzindo a música de Cabo Verde na diáspora: redes transnacionais, world music e múltiplas formações crioulas*, [w:] Góis P., red., *Comunidade(s) Cabo-verdiana(s): As múltiplas faces da imigração cabo-verdiana*, Lisboa, s. 105-125.
- Cunha Ferreira S. (2015a), *Qual a melhor estratégia para promover Portugal?*, „Turisver”, Vol. 6.
- Cunha Ferreira S. (2015b), *Oferta no centro estava em crescendo*, „Turisver”, Vol. 6.
- De Azeredo Grünewald R. (2003), *Turismo e etnicidade*, „Horizontes Antropológicos”, Vol. 20, s. 141-159.
- De la Barre J. (2010), *Música, cidade, etnicidade: explorando cenas musicais em Lisboa*, „Revista Migrações”, Vol. 7, s. 147-166.
- De Souza Alves F.V., Diniz Ferreira M.H., Dias Marquezini M. (2009), *A música como experiência e diferencial mercadológico no turismo: um estudo de caso sobre o trecho Serro a São Gonçalo do Rio Preto – Estrada Real – MG*, „Caderno Virtual de Turismo”, Vol. 9, N° 2, s. 59-71.
- Golemo K. (2015), *Muzyka jako droga do samookreślenia w wielokulturowym świecie. Odnajdywanie tożsamości i reinterpretowanie tradycji poprzez muzykę, na przykładzie twórczości portugalskich artystek pochodzenia kabowerdeńskiego*, „Politeja”, nr 35, s. 313-331.
- Hannerz U. (2006), *Skreolizowany świat*, [w:] Kempny M., Nowicka E., red., *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej. Kontynuacje*, PWN, Warszawa, s. 284-298.
- Hayllar B, Griffin T., Edwards D., red. (2008), *City Spaces – Urban Spaces. Urban Tourist Precincts*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Henriques C. (2003), *Turismo, cidade e cultura. Planeamento e gestão sustentável*, Edições Silabo, Lisboa.
- Jabłońska B. (2014), *Socjologia muzyki*, Scholar, Warszawa.
- Kowalczyk A. (2008), *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych UW, Warszawa.
- Kydryński M. (2013), *Lizbona. Muzyka moich ulic*, National Geographic, Warszawa.
- Leite A. M. (2010), *Formas e lugares fantasmas da memória colonial e pós-colonial*, „Via Atlântica”, Vol. 17, s. 69-82.
- Macedo I., Cabecinhas R., Abadia L. (2013) *Audiovisual Post-colonial Narratives: Dealing with the Past In ‘Dundo, Colonial Memory’*, [w:] Cabecinhas R., Abadia L, red., *Narratives and social memory: theoretical and methodological approaches*, CESC, Braga, s. 159-174.
- Mikos von Rohrscheidt, A. (2008), *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, KMB, Gniezno.

- Nobis A. (2007), *Film Belisario Franca 'Zamorska przygoda Portugalczyków' jako koncepcja zmian kulturowych*, [w:] Janiak A., Krzemińska W., Wojtasik-Tokarz A., red., *Przestrzenie wizualne i akustyczne człowieka. Antropologia audiowizualna jako przedmiot i metoda badań*, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP, Wrocław, s. 161-169.
- Piasecka E. (2012), *Uczestnictwo w muzycznych wydarzeniach kulturalnych – forma turystyki czy tylko sposób spędzania czasu wolnego?*, „Turystyka Kulturowa”, nr 2, s. 41-52.
- Rei L. (2006), *Orgulho crioulo*, blog „Crónicas da terra” 2006, 14 IX [online], <http://cronicasdaterra.com/cronicas/blog/entrevista-sara-tavares-orgulho-crioulo/>, (20.08.2015).
- Ribeiro J. C. (2010), *Migração, sodade e conciliação: a prática do batuque cabo-verdiano em Portugal*, „Revista Migrações”, Vol. 7., s. 99-117.
- Sardo S. (2010), *Proud to be Goan: memórias coloniais, identidades pós-coloniais e música*, „Revista Migrações”, Vol. 7., s. 55-71.
- SEF – Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, *Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo*, Barcarena, Lisboa 2014, [http://sefstat.sef.pt/Docs/Rifa\\_2014.pdf](http://sefstat.sef.pt/Docs/Rifa_2014.pdf) (22.08.2015).
- Turismo musical: el ahora y el ayer*, <https://turismomusical.wordpress.com/turismo-musical-el-ahora-y-el-ayer/> (20.08.2015).
- Wieczorkiewicz A. (2008), *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*, Universitas, Kraków.
- Varela Villalba R. (2011), *Turismo musical en Barcelona: el caso de los locales con programación permanente de flamenco y rumba catalana en directo*, praca dyplomowa obroniona na Uniwersytecie Barcelońskim, <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/48699/1/TESIS%20RICARDO%20VARELA%20VILLALBA.pdf>, (20.08.2015).

## VISITING THROUGH THE TUNES. LISBON MUSIC TOURS

### Abstract

**Purpose.** The main goal of the article is to present the “sound dimension” of Lisbon with particular regard to multi-ethnic musical wealth, which is the result of colonial interdependence of Portuguese-speaking areas, and the immigration reality of contemporary Portugal. It is an attempt to show that this musical heritage can be an alternative to the standard tourist offers in Lisbon.

**Method.** Analysis of existing secondary sources (Polish and foreign scientific literature from the area of cultural tourism, sociology of music and ethnomusicology, press articles, web sites) and the use of primary data collected during field research in Lisbon in the following period of time: November 2014, February 2015, June – July 2015 (ethnographic method, observation, participatory observation, non-directive interviews).

**Findings.** The research showed that the current music offer for visitors of Lisbon is based almost exclusively on *fado*. The Portuguese capital seems to be lacking a promotional strategy focusing on Lisbon as a multiethnic and intercultural city, the area of convergence of many cultural influences (including music) from different continents (a consequence of both colonial experiences and the presence of immigrants in the post-colonial era). The official channels of the tourist promotion of the city and the available information is missing references to the concept of “Lusophony” (Lusofonia), as the idea of a particular cultural tie and proximity connecting Portugal and its former colonies.

**Research and conclusion limitations.** The research should be treated as a kind of pilot study, an exemplification of existing trends and cannot be considered representative. It was aimed at drawing attention to existing problems which should be subjected to further exploration. The article uses only a limited part of the material collected during field work. Broad information obtained during interviews was almost entirely omitted (left for further analysis).

**Originality.** The subject of music tourism in Lisbon has not been analyzed by Polish researchers so far, and even abroad, there is a very small number of studies on this issue (even in Portugal it seems difficult to encounter such reports). Hence, the problematics of this article may be considered pioneering. The sources of data used for the research were both materials collected during field work and original publications related to the theme, by researchers from different cultures: Polish, Portuguese, British, French, Spanish.

**Type of paper.** Case study, with the preliminary presentation of partial results of an empirical study and theoretical background

**Key words:** music tourism, Lisbon, Lusophony (Lusofonia), music heritage.

## SLOW TURYSTYKA W DUŻYCH MIASTACH – KREOWANIE NIEŚPIESZNYCH DZIELNIC

*Anna Wilkońska\**

### Abstrakt

**Cel.** Refleksja dotycząca możliwości rozwoju dużych miast pod kątem slow turystyki, zwłaszcza w kontekście wydzielonej przestrzeni dzielnic. Odwołano się tutaj do przypadku Krakowa.

**Metoda.** W analizie literatury przedmiotu odwołano się do zagadnień związanych z ideą slow (*slow movement*), w tym zwłaszcza w odniesieniu do miast (*slow city*) i turystyki (*slow tourism*). Analiza przypadku Krakowa, w kontekście zaplanowanego w mieście zadania dotyczącego utworzenia dzielnicy slow, pozwoliła na praktyczne odniesienie się do omawianego zagadnienia.

**Wyniki.** Przeprowadzone analizy ukazały złożoność zjawiska, jakim jest idea slow, ale także jej atrakcyjność zarówno dla dużych miast, jak i dla samego turysty (np. ze względu na ochronę środowiska). Jednakże upowszechnienie idei slow niesie za sobą również ryzyka, w tym zwłaszcza związane z jej umasowaniem i w efekcie komercjalizacją.

**Ograniczenia badań i wnioskowania.** Analiza literatury przedmiotu dotyczyła jedynie fragmentu zagadnienia, a analiza przypadku odnosiła się tylko do jednego ośrodka miejskiego.

**Implikacje praktyczne.** Odwołano się do obowiązującego, konkretnego zadania ze Strategii Rozwoju Turystyki w Krakowie.

**Oryginalność pracy.** Odniesiono się do dużego ośrodka miejskiego, co w kontekście idei *slow* jest bardzo rzadko tematem prac naukowych. Połączono to z konkretnym przypadkiem dzielnicy slow, zaplanowanej w turystycznym dokumencie strategicznym Krakowa.

**Rodzaj pracy.** Artykuł o charakterze przeglądowym wraz ze studium przypadku.

**Słowa kluczowe:** slow city, slow turystyka, Kraków, slow dzielnica.

---

\* Dr; Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Turystyki i Rekreacji, Zakład Obsługi Ruchu Turystycznego; e-mail: anna.wilkonska@awf.krakow.pl.



## Wprowadzenie

Współczesny człowiek żyje w przyspieszonym tempie, można powiedzieć – w pędzie, wskutek czego jest coraz bardziej wyczerpany i przepracowany, a mimo to pragnie łatwego i wygodnego życia [Wiśniewska 2012, s. 161]. Pracuje od rana do wieczora, je szybko i byle co, korzystając z gotowych, przetworzonych produktów. Jego umysł wypełnia spam informacyjny.

„By przestać zajmować się mózgowym spamem, potrzebujemy treningu wyostrzonej koncentracji i obecności w tym, co jest tu i teraz. A uwolniony od spamu umysł zaczyna samoistnie ujawniać swój prawdziwy potencjał – aż doświadczymy umysłu jako lustra i zarazem rzeczywistości, którą odbija. Wtedy pojmimy, że sens i znaczenie naszemu życiu możemy nadać jedynie poprzez uważne, świadome zaangażowanie we wszystko, co się nam przydarza. Ale najpierw trzeba zresetować umysł” [Eichelberger 2014, s. 31].

Nie tylko w Japonii znany jest syndrom *karoshi*, czyli problem nagłego zgonu człowieka, spowodowanego przepracowaniem, wyczerpaniem zawodowym, szybkim tempem życia i stresem [Wiśniewska 2012, s. 161]. Im szybciej żyjemy i więcej czasu spędzamy w cyberprzestrzeni, tym większa potrzeba autentyczności, własnego miejsca i poczucia „bycia” [Knox 2005, s. 5]. Zmiany zachodzące w życiu, w ludzkim wnętrzu, dotyczą także otoczenia, w którym człowiek mieszka czy też czasowo przebywa. Ciągłe gdzieś podróżuje, coś poznaje, przemieszcza się po kolejnym lotnisku, śpi w następnym, podobnym do poprzedniego hotelu, jedzie samochodem za oknem mijając krajobrazy, nawet nie wiedząc, gdzie w ogóle się znajduje. W opozycji do tego „mijania”, proponuje się powrót do istoty poznania, zatrzymania i delektowania miejscem i chwilą.

Coraz częściej zwraca się uwagę na społeczne „doświadczenie” jako nowy styl życia i samorealizacji człowieka. Cywilizacji „fast” przeciwstawia się cywilizację „slow”. To ostatnie tłumaczy się z języka angielskiego nie tyle jako „powolną”, ile „nieśpieszną”, czyli taką, która pozwala dotknąć, poczuć, posmakować, a nie prześlizgiwać się po powierzchni pytań i odpowiedzi. Takie życie współcześnie wydaje się trudniejsze niż w przeszłości [Maksimowska 2010, s. 69]. Jest to pewnego rodzaju budowanie poczucia stałości, zbalansowania życia, poprzez m.in. poświęcenie czasu dla rodziny, przyjaciół, na własne hobby czy refleksję nad życiem, w opozycji do ustawicznych zmian, które dotyczą tego co dotychczas uchodziło za trwałe [Marianiński 2010, s. 20; Heinonen, Halonen, Daldoss 2006, s. 97]. Zatem w idei slow chodzi o świadome, zrównoważone, „dobre”, nieśpieszne: życie (*slow life*), rozwój miast (*slow city*), spożywanie posiłków (*slow food*) czy m.in. podróżowanie (*slow tourism*). Filozofia ta promieniuje również na inne sfery życia (np. *slow sex*, *slow reading*, *slow education*, *slow housing* itd.) [Niedź-

wiecka 2015, s. 40; Heinonen, Halonen, Daldoss 2006]. Kluczowe dla idei słow są pojęcia czasu i przestrzeni [Heinonen, Halonen, Daldoss 2006, s. 98].

W tym kontekście interesujące wydaje się spojrzenie na duże ośrodki miejskie. Czy same – będąc arenami kumulacji konsumpcji, pośpiechu, hałasu oraz m.in. anonimowości albo wręcz wyobcowania człowieka [Heinonen, Halonen, Daldoss 2006, s. 94] – mogą kreować miejsca tworzące tkankę społeczną [Augé 2010, s. 20], do tego „nieśpieszne” i przyciągać do nich turystów? Czy jest to w ogóle możliwe? „Miasto jest wyrazem jakiejś kultury, a raczej kultur działających w czasie. Tworzą je budynki, ale, na równi z nimi, stosunki międzyludzkie, mechanizmy i struktury społeczne” [Rembowska 2000, s. 49]. Obecnie ponad połowa ludności świata mieszka właśnie w miastach. Podaje się, że do 2050 roku ten odsetek jeszcze się zwiększy i osiągnie ogółem poziom 1/3 całej populacji ludzkiej [Meyer-Lindenberg 2012, s. 66]. Współczesne duże miasta to skomplikowane zjawiska, na które składają się złożone układy przestrzenne, społeczne, ekonomiczne i ekologiczne [Pęski 1999, s. 12]. „Miasta nigdy nie są spokojne; nie ustają w wysiłkach, aby dokładnie określać swój sens. Musimy respektować ich rytmy i rozpoznawać, że życie formy miasta musi znajdować się gdzieś pomiędzy totalną kontrolą a totalną wolnością działania” [Kostof 1992, za: Kantarek 2008, s. 21]. Ciągłe zmiany, oczekiwania, różne wzajemnie się przeplatające poziomy komunikacji społecznej (albo np. „nawarstwienia” z różnych okresów dziejów) są wyzwaniem z punktu widzenia zarządzania miastem<sup>1</sup> czy po prostu życia w nim. Zwraca się uwagę, że „do największych wad życia w mieście należą: hałas, brak przestrzeni i szybkie tempo życia. Nie należy zapominać także o społecznej fragmentacji – utracie bezpośredniego kontaktu z rodziną. Życie w dużym mieście obciąża mocno zdrowie psychiczne” [Meyer-Lindenberg 2012, s. 66]. Do tego, szczególnie właśnie w miastach, manifestuje się m.in. proces globalizacji<sup>2</sup>, który silnie wpływa na ich strukturę przestrzenno-funkcjonalną. Jako przeciwwagę uniwersalizacji wskazuje się lokalność, rozumianą jako indywidualizacja na poziomie lokalnym, a ideę słow traktuje się właśnie jako narzędzie do przeciwdziałania utracie lokalnego charakteru miejsca [Mayer, Knox 2006a, s. 322; Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Kwiatkowski 2011, s. 190]. W tym kontekście wydaje się ważna rola dzielnic<sup>3</sup>, które kreują własną przestrzeń, a ludzie w nich żyją sobie właściwym rytmem.

---

<sup>1</sup> Zarządzanie miastem rozumiane jest „jako działalność zmierzająca do zapewnienia sprawnego funkcjonowania i zrównoważonego rozwoju historycznie ukształtowanego osiedla” [Pęski 1999, s. 17].

<sup>2</sup> Jest to jednakże znacznie bardziej złożony problem. Współczesne miasta to hybrydy oparte na różnych poziomach powiązań, sieci i skomplikowanych węzłów, zmuszone do podporządkowania się globalnemu kapitalizmowi [Brenner 2009, s. 304; por. też: Lorens 2008, s. 23].

<sup>3</sup> Dzielnicą jest częścią miasta, jego wyodrębnioną przestrzenią, wyróżniającą się od strony funkcjonalnej, charakterem zabudowy lub pod względem społecznym [Pawlikowska-Piechotka 2013, s. 314].

Jak już wspomniano, miasta to miejsca intensywnej konsumpcji, która pozostaje w opozycji do głównego założenia rozwoju opartego na równowadze, czyli na zachowaniu dziedzictwa dla przyszłych pokoleń, w tym, mimo iż mówimy o miastach, również przyrodniczego [Pęski 1999, s. 20]. Tak więc nieustająco trwa tu konflikt dwóch stron: jedna nakazuje chronić środowisko przyrodnicze, a druga – rozwijać ośrodek również pod względem gospodarczym.

Miasta to przestrzenie, gdzie ludzie nieustannie spotykają się nie tylko z sobą nawzajem, ale i z samym miejscem. Oba te rodzaje spotkań wpływają na kształtowanie multisensorycznej wiedzy człowieka [Pink 2008, s. 96-97], który „nadając sens światu, ustosunkowuje się do niego” [Wieczorkiewicz 2005, s. 139]. Do tego dochodzi możliwość spotkania z sacrum i z sobą samym. Miejsca na takie spotkania muszą być w mieście najważniejsze. Pojawia się nowa miara – miara spotkania osób, która jest „właściwą miarą dla miasta” [Kantarek 2008, s. 166]. Spotkania takie związane są także z różnorodnymi inicjatywami lokalnymi, „które świadczą o tym, iż potrzeba kreowania świata nie znikła na skutek wycofania się w sferę życia prywatnego, nie została zastąpiona autokreacją wedle konsumpcyjnych wzorów” [Jawłowska 2005, s. 62]. Szczególnym rodzajem spotkań są te zachodzące pomiędzy przestrzenią, mieszkańcami i turystą, przybywającym czasowo do danego miejsca. Stąd nie powinno dziwić to, że idea słow silnie zakorzeniła się w turystyce i promieniuje również na metropolie [Maksimowska 2010, s. 70]. Trzeba pamiętać, że człowiek podróżuje ciałem, umysłem i duszą [Wilkońska 2012, s. 82]. Z. Bauman określa współczesnego turystę jako „kolekcjonera wrażeń”, który traktuje podróż jako „coś normalnego” i wszędzie czuje się jak u siebie w domu [za: Kozak 2009, s. 8]. Wyjazd poza swoje codzienne środowisko i obowiązki niejednokrotnie zmienia człowieka. Ma on możliwość zwrócenia się ku sobie samemu, „pochylenia się” nad sobą samym, ale nie musi tego robić – pytanie czy będzie na to gotowy.

Postępujący pęd życia, wielość wrażeń, spośród których można wybierać, powierzchowne relacje z innymi i samym sobą, przynoszą również pewne „spłaszczenie” lub wręcz zanik rytuałów. L. Kolmer [2009, s. 12] odnotowuje, że „Jemy palcami, mówimy z pełnymi ustami, sięgamy po wszystko, na co mamy ochotę, siedzimy przy stoliku nie dłużej niż dwadzieścia minut (...), a potem znikamy, pozostawiając po sobie górę śmieci”. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę na tzw. makdonaldyzację społeczeństwa, a w szerszym kontekście – wręcz na makdonaldyzację duchowości [Gottwald 2009, s. 7; Sobolewska 2009, s. 20; Lorens 2008, s. 24]. „Na kursach prosperity oraz świadomego śnienia można się nauczyć, jak zdobywać pieniądze. Wszystkie propozycje nauczycieli duchowych zawierają cenę usługi. Dawniej przy stoliczku wywoływało się duchy towarzysko i za darmo. Dzisiaj wszystkim zajmują się specjaliści” [Sobolewska 2009, s. 21]. Można nawet w weekend nauczyć się szamanizmu czy np. budowania pozytywnych relacji ze zmarłymi [Wilkońska 2012, s. 87].

W niniejszym artykule zostanie zwrócona uwaga na te aspekty idei slow (*slow movement*), które odnoszą się lub mogą się odnosić do przestrzeni turystycznej miast, a także (w węższym rozumieniu) jej fragmentu – dzielnicy oraz człowieka – turysty jako aktora i kreatora tej przestrzeni. Celem niniejszego artykułu jest refleksja nad możliwościami rozwoju dużych ośrodków miejskich, zwłaszcza w kontekście wydzielonej przestrzeni dzielnic, pod kątem slow turystyki. Odwołano się tutaj do przypadku Krakowa. Na wstępie zadano więc kilka pytań badawczych:

- Czy idea slow (nieśpieszności) wpisuje się we współczesne podejście do rozwoju i zarządzania miastem oraz może stanowić o atrakcyjności także dużych ośrodków miejskich?
- Jakie narzędzia można wykorzystać do tego, aby przeciwstawić masowej, anonimowej, przypadkowej turystyce w miastach – turystykę odczuwaną, doświadczaną, przynależną do miejsca i opartą na lokalnej tożsamości?
- Czy taki „nieśpieszny” obszar ma szansę powstać w Krakowie i na stałe zagościć w świadomości turystów?

Przeprowadzając analizę zjawiska zapoznano się z literaturą naukową odnoszącą się do idei slow, w tym w kontekście turystyki i miast, w każdym przypadku odwołując się do niej przy okazji omawiania poszczególnych zagadnień. Należy zwrócić uwagę na niewielką liczbę publikacji naukowych na ten temat, które pojawiły się w Polsce.

### Idea slow a współczesne miasta

Jak już wspomniano podstawą idei slow jest „nieśpieszność”, wyhamowanie, wyciszenie, które odnosi się do różnych sfer życia człowieka, a w zasadzie do całego człowieka i wszystkiego, co on robi [Maksimowska 2010, s. 72]. Według M. Tanti podstawę paradygmatu idei slow tworzą:

- czas (dostrojenie wewnętrzne człowieka, własny rytm),
- przestrzeń (dostrzeganie otaczającego środowiska, kreatywność),
- połączenia (holistyczne ujmowanie człowieka i jego związków ze środowiskiem i otoczeniem),
- zrównoważony rozwój (ocalenie spuścizny kulturowej, zrozumienie siebie i kultury),
- wybory moralne (zasób wartości, konsekwencja w swoich wyborach i działaniu),
- przyjemność (delektowanie się życiem, jedzeniem, przestrzenią),
- kultura i tradycja (ochrona tradycji i dziedzictwa kulturowego, ale i celebrowanie tego co najlepsze w nowoczesnym świecie) [Tanti 2011].

Idea slow swoje początki miała w *slow food*, a potem szybko przeniosła się na miasta (*slow city*). Wszystko zaczęło się od sprzeciwu wobec *fast food*

i obiektów gastronomicznych serwujących „śmieciowe” jedzenie tego typu [Niedźwiecka 2015, s. 40]. Za ojca idei uważany jest Włoch Carlo Petrini, a czas jej narodzin przypada na połowę lat 80. XX. [Wiśniewska 2012, s. 162]. „Odżywianie się i przygotowywanie posiłków (kiedyś wyznaczające także porządek dnia) przestały być głównym elementem trybu życia. Nie wymagają już większych nakładów pracy i w wyniku dumpingu stosowanego przez wytwórców oraz dystrybutorów nie są też dużym obciążeniem dla domowego budżetu” [Gottwald 2009, s. 8]. Pożywienie coraz częściej traktuje się jedynie w kontekście zaspokojenia głodu – byle czym, byle jak, byle szybko (*food as fuel*), a przecież wspólne spożywanie posiłków buduje więzi społeczne [Kolmer 2009, s. 11]. Poczucie głodu przynależności i odwołanie do sfery *sacrum*, z drugiej strony, spowodowało, że jedzenie niejednokrotnie jest traktowane jako namiastka życia duchowego. Takie kwestie, jak wegetarianizm, weganizm, kuchnia makrobiotyczna, pięciu przemian itp., stosowanie różnych diet, głodówek, są dziś traktowane jako element wzrostu duchowego i kształtowania własnej osobowości [Sobolewska 2009, s. 56-57; Wilkońska 2012, s. 81]. *Slow food* to odpowiedź na potrzeby wyższego rzędu, podkreślenie lokalnej odrębności i jednocześnie przeciwieństwo intensywnego konsumpcjonizmu. Jest to zrównoważona, świadoma konsumpcja żywności oparta na racjonalnych decyzjach [Mayer, Knox 2006a, s. 324]. Uwzględniająca przy okazji zakupu produktu nie tylko własne potrzeby nabywcy, „ale także ekonomiczne potrzeby producenta, oczekującego godnej zapłaty za swój produkt oraz potrzeby środowiska naturalnego” [Wiśniewska 2012, s. 162]. Idea ta odwołuje się również do zachowań hedonistycznych konsumenta – chodzi o to, aby człowiek czerpał z jedzenia zmysłową przyjemność (kultura przyjemności posilania się – *food as pleasure culture*), a do tego potrzebne są produkty wysokiej jakości [Wiśniewska 2012, s. 166; Pink 2008, s. 97].

Idea slow od samego początku jej popularyzacji związana była z mniejszymi miastami. „Ruch Slow Cities zainicjowały stare, małe i średnie miasta europejskie, które miały dość wielkiego ruchu aut, hałasu, natarczywych reklam zakrywających piękne budynki” [Maksimowska 2010, s. 71]. Powołano stowarzyszenie Cittaslow, do którego mogą przystąpić miasta do 50 tys. mieszkańców [Statut Cittaslow]. Jest to obecnie „międzynarodowa sieć miast, które skupiają się nad poprawą jakości życia swoich mieszkańców i stwarzają warunki serdecznej i gościnnej atmosfery dla osób, które odwiedzają te miasta” [Wiśniewska 2012, s. 171]. Kierują się one zasadą: „Życ powoli. Inna strona nowoczesności” [Wiśniewska 2012, s. 170]. Przejawia się to np. w dążeniu do zmniejszania ruchu samochodowego na rzecz ciągów spacerowo-rekreacyjnych czy m.in. ograniczaniu budowy wielkopowierzchniowych centrów handlowych lub restauracji typu *fast* na rzecz lokalnych sklepów, lokali gastronomicznych itp. Prowadzi się także działania wspierające sprzedaż lokalnych, zdrowych produktów żywnościowych [Maksimowska 2010, s. 71].

Jednym z głównych założeń Cittaslow jest rozpowszechnianie kultury dobrego życia, aktywizacja i partycypacja mieszkańców w zrównoważonym rozwoju miasta i budowaniu społeczeństwa obywatelskiego, z uwzględnieniem dbałości o środowisko naturalne [Mayer, Knox 2006a; Wiśniewska 2012; Pink, Lewis 2014]. Miasta zrzeszone w ruchu muszą spełniać wymagania i podejmować działania związane z ochroną środowiska, jak również dbać o zachowanie dziedzictwa kulturowego, czy m.in. zwracać uwagę na jakość życia w mieście [Wiśniewska 2012, s. 170-171]. Wiąże się to z koncepcją „zdrowego miasta” [Borys 2000, s. 26], które powinno być miejscem, gdzie „smakuje się” życia, pracuje zgodnie z własnym rytmem, żyje zgodnie z naturą, otaczającym środowiskiem. Wszystko to musi być mocno osadzone w codzienności życia mieszkańców, w każdym jego wymiarze – zarówno w domu, w pracy, na ulicy jak i w przestrzeni publicznej [Pink, Lewis 2014, s. 697; Knox 2005, s. 8].

Wyróżnia się następujące podstawowe kryteria dla miast zrzeszonych w ramach Cittaslow:

- ochrona środowiska (jakość powietrza, wody, recykling, alternatywne źródła energii itd.),
- urbanistyczne wzornictwo (design) i formy (publiczne tereny zielone, alternatywne formy przemieszczania się itd.),
- urbanistyczna jakość (stan zabytków, zazielenienie przestrzeni publicznej itd.),
- lokalne produkty (zachowanie lokalnej kultury, rozwój i lokalny rynek produktów itd.),
- gościnność (szlaki turystyczne, promocja idei slow city itd.),
- świadomość (edukacja, kampanie informacyjne na temat idei slow),
- świadomość społeczna [Mayer, Knox 2006b].

Idea slow w kontekście rozwoju i kształtowania przestrzeni miast budzi zainteresowanie środowisk urbanistyczno-architektonicznych. Podejmuje się zwłaszcza polemikę na temat wpływu „tego zjawiska na ochronę wartości lokalnych, na poczucie tożsamości, między innymi przez zachowanie skali i relacji przestrzennych” [Wiśniewska 2012, s. 171]. Obecnie w planowaniu przestrzennym i rozwoju miast dużą popularnością cieszy się idea *smart city* (inteligentne miasta przyszłości). Chodzi tutaj o miasta, gdzie inwestuje się w kapitał ludzki i społeczny, nowoczesną infrastrukturę i buduje wysoką jakość życia w połączeniu z mądrym zarządzaniem środowiskiem naturalnym [Bendyk, Bonikowska, Rabiej, Romański 2013, s. 5]. Inicjatywa ta wpisuje się to w ideę slow. Należy jednak zastanowić się czy *smart city* to nie kolejna moda, mająca zresztą już swoje odzwierciedlenie w dokumentach strategicznych miast<sup>4</sup>, z chwytliwymi hasłami (*smart governance, smart people, smart living, smart mobility, smart environment, smart economy*).

<sup>4</sup> Jako przykłady można podać strategię rozwoju np. Gdańska, w której znalazły się odwołania do idei *smart city* czy przygotowaną, ale jeszcze nie uchwaloną (stan na marzec 2016 r.), strategię rozwoju Krakowa, która w całości (wraz z częścią programową) oparta jest na tej idei.

Jednym ze wspólnych mianowników idei słow oraz miast może być przemysł kreatywny<sup>5</sup> i właściwe mu podejście do rozwoju i kreowania przyszłości miasta. Jest on związany głównie z dużymi ośrodkami miejskimi i aglomeracjami. Przemysły kreatywne są uznawane za nowoczesną część tkanki miejskiej i stanowią podstawę klasyfikowania miasta jako ośrodka innowacyjnego [Kniaziuk 2012, s. 94, 101]. W literaturze przedmiotu podkreśla się, że mają one bardzo duże znaczenie dla lokalnej gospodarki [Mempel-Śnieżyk 2012, s. 84]. Katalizatorem kreatywności jest kultura, a własna kreatywność jest źródłem innowacji zarówno społecznej, jak i technologicznej [Kniaziuk 2012, s. 89]. Współcześnie w przeważającej liczbie strategii zwraca się uwagę na konieczność zwiększania udziału członków społeczności lokalnej w rozwoju przedsiębiorstwa, miasta, regionu czy kraju, czy na tworzenie warunków do kreatywności i innowacyjności [Kniaziuk 2012, s. 97]. Z punktu widzenia miasta, które chce osiągnąć przewagę konkurencyjną nad innymi ośrodkami, należy zauważyć, że nie może ono pozwolić sobie „na odpływanie kapitału kreatywnego”, a wręcz przeciwnie – robić wszystko, aby go przyciągnąć i później utrzymać [Mempel-Śnieżyk 2012, s. 83]. Tak dzieje się w miastach Europy Zachodniej – w Londynie, Berlinie i innych. Wydaje się, że w przypadku miast polskich przemysł kreatywny to na razie jedynie modne hasło, które w nieznacznym stopniu ma swoje odzwierciedlenie w kompleksowych, zaplanowanych i konsekwentnie realizowanych programach/działaniach<sup>6</sup>.

Patrząc na zagadnienie przemysłów kreatywnych i kreatywności samej w sobie, w połączeniu z ideą słow, należy zwrócić uwagę, że wyciszając się wewnętrznie, uwalniając od stresu, człowiek ma szansę otworzyć się na nowe pomysły, co może inspirować do przemyśleń, działania czy pobudzać zmysły do odbioru wrażeń, innych kultur, doznań. Kreatywność jest polem wyrażania wiedzy intuicyjnej<sup>7</sup>, rozumianej jako „efektywna, holistyczna i wielowymiarowa koncepcja postrzegania świata (...). Wiedza intuicyjna łączy się z motywacją i zaangażowaniem, jak ciekawość, pasja, zawładnięcie,

---

<sup>5</sup> „Do przemysłów kreatywnych w definicji przedstawionej przez władze Wielkiej Brytanii zaliczono reklamę, architekturę, antyki i sztukę, rzemiosło, wzornictwo, projektowanie mody, film i wideo. gry komputerowe, muzykę, sztuki performatywne, rynek wydawniczy, oprogramowanie, usługi komputerowe, telewizję i radio” [Mempel-Śnieżyk 2012, s. 85]. Niekiedy zalicza się tu także sport i rekreację (spędzanie czasu wolnego) [Por. Namysłak 2014, s. 448].

<sup>6</sup> W Krakowie podejmowane są różne inicjatywy w tym zakresie (np. zaplanowane na 2018 r. otwarcie Forum Literatury w Składzie Solnym przy ul. Limanowskiego), choć na razie bez odnośników do dokumentu planistycznego. Strategia Rozwoju Kultury, obowiązująca do 2014 roku, nie odwoływała się bezpośrednio do tego zagadnienia, a dopiero na 2016 rok zaplanowano rozpoczęcie prac nad budową nowego dokumentu strategicznego.

<sup>7</sup> „Intuicja wywodzi się z łacińskiego słowa *intuitio* i w przetłumaczeniu oznacza: patrzeć, oglądanie, widzenie, poznanie, podszept, przecucie, przewidywanie, twórczą wyobraźnię” [Barcik 2008, s. 267].

pewien stan” [Barcik 2008, s. 269-270]. Pozwala na uwrażliwienie się na pojawiające intuicyjne impulsy i w efekcie – tworzenie i poszukiwanie nowych możliwości, idei, pomysłów, kreacji.

Poza wymienionymi powyżej czynnikami, działalności kreatywne są narzędziem rewitalizacji obszarów zdegradowanych, a zmiana charakteru dzielnic miejskich na takie, które oparte są na przemyśle kreatywnym, staje się coraz częściej celem polityki urbanistycznej [Namyślak 2014, s. 452]. Wiadać tutaj duże możliwości przemyślanego, interesującego również w kontekście idei slow, rozwoju urbanistycznego i społecznego dzielnic, w tym zwłaszcza tych o charakterze historycznym, które mogą zainteresować turystów.

### **Slow turystyka w przestrzeni miasta i jego dzielnic**

Idea slow w sposób automatyczny rozszerzyła się i przeniosła swój ciężar na turystykę. Miasto w oczach turysty „jest ciągiem obrazów i wrażeń” [Bielecki, Banaszewski 2011, s. 63]. Jednakże masowemu, biegającemu z aparatem fotograficznym od zabytku do zabytku i zaliczającemu poszczególne atrakcje anonimowemu, przypadkowemu turyście *fast* – przeciwstawia się turystę *slow* [Wiśniewska 2012, s. 172]. Chodzi tutaj o turystę zainteresowanego alternatywną, niszową ofertą, w przeciwieństwie do turysty masowego korzystającego ze spakietowanych, wystandaryzowanych produktów. Slow turysta to osoba, która zwiedza świadomie, „nieśpiesznie”, nastawia się na indywidualne<sup>8</sup> spotkania z ludźmi, miejscem i w określonym – tylko temu poświęconym – czasie. Nasuwa się tutaj pytanie: Czy w przypadku dużych miast jest to możliwe do zrealizowania np. w kontekście kontaktów z mieszkańcami, którzy traktują turystów jak obcych (nie jak gości) i świadomie nie pozwalają na przekraczanie pewnych granic intymności? [Podemski 2004, s. 43]. To, co pokazuje się turyście, to świat sztuczny, specjalnie dla niego stworzony, pięknie podany i daleki od rzeczywistości codziennego życia mieszkańca, zaś to, co wewnątrz społeczności – jest dla niego zakryte. G. Ritzer uważa, że makdonaldyzacja prędzej czy później osiągnie także niszowe formy turystyki [za: Podemski 2004, s. 95]. Czy idea slow rzeczywiście pozwoli na kontakt turysty z autentycznością? Czy w ogóle możliwe jest autentyczne doświadczenie w turystyce? Według MacCannella – nie [za: Horolets 2012, s. 117]. Antropolodzy zwracają uwagę, iż wkroczenie przez turystę nawet na jeden dzień do codzienności mieszkańca, pozwala na głębsze poznanie. Dla turysty jego świat codzienny jest sferą konieczności – świat codzienny osób spotkanych podczas podróży „jest światem wolności – wolności turysty” [Horolets 2012, s. 123]

---

<sup>8</sup> W literaturze przedmiotu podkreśla się, że proces indywidualizacji jest cechą charakterystyczną późnej nowoczesności [Horolets 2012, s. 115]



Wakacje mogą być okresem zwolnienia tempa, odprężenia. Zwracając „jednostkę ku sobie samej, uwalniają od trosk i trudów, a także od obowiązków zawodowych, pogrążają ją w odpoczynku oraz izolacji (...)” [Caillois 2009, s. 214]. Winien to być świadomy czas wędrowania rozumianego dosłownie, jak również stanowić analogię do całego życia człowieka jako własnej wędrówki i drogi, którą kroczy. Przestrzenią podróży jest także sam człowiek, jego wnętrze. Jeśli nie jest on otwarty na to, co przyniesie mu droga, to nie wróci z niej odmieniony, bogatszy [Pecarice 2013, s. 24]. Zarówno w ciągu całego życia, jak i w czasie wakacji czasem człowiek będzie błdził, czasem wybierał drogę przez pustynię albo odwrotnie: ruchliwą autostradę. Raz będzie szedł w towarzystwie innych ludzi, a raz sam i będzie to czas umożliwiający spojrzenie w głąb siebie, nabrania dystansu czy próby zrozumienia siebie, innych ludzi, a może nawet spotkania z *sacrum*. Niekiedy będzie miał do dźwigania lżejszy plecak, a niekiedy ciężką walizkę. Każdy krok będzie przynosił wiedzę, doświadczenie, nowe umiejętności [Przeclawski 1994, s. 71]. „Człowiek potrzebuje wyjść na zewnątrz, żeby wrócić odmieniony wewnątrz. Tylko w drodze pozna siebie” [Pecarice 2013, s. 25]. W idei słow chodzi przede wszystkim właśnie o świadomy odbiór tej drogi i tego, co człowieka w jej trakcie spotyka.

Patrząc na słow turystykę, jako zjawisko, którego podmiotami jest ogół ludzi o charakterystycznych zachowaniach i postawach, opierających się na zasadach „chwytania” czasu i przywiązania do konkretnych miejsc [Yurtseven, Kaya 2011, s. 91], należy wyróżnić następujące czynniki, przyczyniające się do rozwoju tej formy turystyki:

- nastawienie na zaspokojenie potrzeb turystów,
- autentyczność, wiarygodność, lokalność,
- dostępność miejsc, produktów,
- zróżnicowanie produktów turystycznych, eksponujących ich lokalny wymiar,
- kreatywność, innowacyjność,
- ukierunkowanie na lokalne dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze,
- wysoki standard usług i jakość oferty,
- bezpieczeństwo,
- stosowanie się do zasad zrównoważonego rozwoju,
- efektywna komunikacja marketingowa z docelowymi segmentami rynku.

Biorąc pod uwagę miasta, jako bardzo częste destynacje turystyczne, należy zauważyć że walczą one o zatrzymanie i przyciągnięcie turystów, m.in. poprzez kształtowanie wysokiej jakości przestrzeni i obsługi ruchu turystycznego [Mempel-Śnieżyk 2012, s. 87]. Są rzeczywistością społeczno-kulturową, z własnym miejskim rytmem, specyficznymi, właściwymi tylko sobie kodami, które przefiltrowywane są przez ciało i umysł turysty, wprowadzają go w jemu właściwy, własny rytm poznawczy [Rewers 2005, s. 61;

Rembowska 2000, s. 49]. W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że przestrzeń miasta jest bardzo zróżnicowana. Tworzą ją „miejsca tożsamościowe” i nie-miejsca, czyli przestrzenie tranzytowe, niczyje [Augé 2010, XI, s. 64]. Rolą tych ostatnich jest umożliwienie ruchu i przepływów i choć spędzamy w nich relatywnie dużo czasu, nie wiążą się one z poczuciem jakiegokolwiek więzi z ludźmi, których tam mamy okazję spotkać [Kantarek 2008, s. 162; Lorens 2006, s. 19]. „W konkretnej rzeczywistości dzisiejszego świata miejsca i przestrzenie, miejsca i nie-miejsca mieszają się ze sobą i wzajemnie się przenikają. Możliwość nie-miejsca nigdy nie oddala się od miejsca. Powrót do miejsca jest ucieczką bywalca nie-miejsc (...). Miejsca i nie-miejsca przeciwstawiają się sobie (albo nawzajem się przywołują)” [Augé 2010, s. 73].

### **Specjalna przestrzeń miasta – dzielnica *slow* w Krakowie**

W *Strategii Rozwoju Turystyki w Krakowie na lata 2014-2020* w priorytecie II pojawia się zadanie (nr II.3.6.) pt. „Wdrożenie Programu *Slow quarter*”. Odwołuje się ono do rozwoju obszaru historycznych trzech dzielnic miasta: Kazimierza, Starego Podgórze i Zabłocia. Zadanie scharakteryzowano w następujący sposób: „Celem zadania jest aktywizacja i zmiana akcentów z punktu widzenia istniejących obecnie funkcji na terenie obejmującym Stare Podgórze, Kazimierz i Zabłocie. Zgodnie z założeniami *slow* turystyki, czyli »powolnej turystyki«, jako formy alternatywnej dla współczesnego masowego ruchu turystycznego, chodzi o stworzenie produktu, który pozwoli »poczuć« miejsce, kładąc nacisk na gościnność oraz dogłębne, świadome poznanie i »delektowanie się« zarówno miejscem (walory krajo-brazowe), jak i jedzeniem (*Slow Food* – tradycyjne, ekologiczne, wysokiej jakości, sezonowe) czy autentycznymi, lokalnymi dobrami kultury (historia, rzemiosło). W efekcie zakłada się skoncentrowanie działań na przeciwdziałaniu utraci lokalnego charakteru i tożsamości poprzez promocję i sprzedaż oferty małych (niszowych) form artystycznych, różnego rodzaju klubów hobbystycznych, dobrego jedzenia, ciekawej pod względem artystycznym, alternatywnej rozrywki itd.” [Wilkońska, Rotter-Jarzębińska 2014, s. 44]. Należy zaznaczyć, że w 2015 roku<sup>9</sup> włączono wspomniany obszar (Kazimierz – Stare Podgórze – Zabłocie) do nowo kreowanych produktów turystycznych, opartych na tradycyjnych targowiskach. Urząd Miasta stara się (stan na marzec 2016 r.) o pozyskanie zewnętrznego finansowania na projekt *Slow Food Culture*, który ma bezpośrednio odnosić się wspomnianego zadania<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Rada Miasta Krakowa przyjęła i zatwierdziła Strategię do realizacji w listopadzie 2014 r.

<sup>10</sup> Jednocześnie ze względu na bezpośrednie powiązanie zadania z kulturą, nie podjęto szerzej zakrojonych działań, oczekując na nową strategię rozwoju kultury i wspólnie zaplanowanie dalszych prac.

Historyczna dzielnica Kazimierz jest, poza Rynkiem Głównym i Wawelem, obszarem najczęściej odwiedzanym przez turystów [Borkowski i inni 2014, s. 238]. Przeprowadzona z Kazimierza w kierunku na Rynek Podgórski kładka pieszo-rowerowa (zwana Bernatką), przecinająca rzekę Wisłę, z odpowiednio oznakowanymi trasami turystycznymi, pozwoliła na łatwe przemieszczanie się turystów (w układzie liniowym) na Stare Podgórze i dalej na Zabłocie. Na ten obszar z centrum miasta prowadzi jeszcze jeden most (ul. Starowiślna), kierujący turystę przez Kazimierz do pamiątek związanych z dawnym Gettem żydowskim.

Nastąpiło tu naturalne przejście – po uruchomieniu kładki pojawiły się bezpośrednio przy niej i dalej wzdłuż głównych ciągów pieszych, związanych ze zwiedzanymi miejscami, lokale gastronomiczne, sklepy z różnymi drobiazgami itp. Jednocześnie zaniedbana, dawna przemysłowa dzielnica Zabłocie objęta została programem rewitalizacji; ulokowano tu m.in. placówki muzealne, a dawne budynki fabryczne przekształcono w przestrzenie dla firm startupowych. Doprowadziło to do zmian funkcjonalno-przestrzennych, które w efekcie wykreowały wyspecjalizowaną dzielnicę [por. Kowalczyk 2014, s. 16]. Proces podnoszenia wartości ekonomicznej, społecznej i kulturowej (symbolicznej) miejsc nazywa się gentryfikacją, czyli uszlachetnianiem fragmentów przestrzeni miasta [Lorens 2008, s. 34]. Na Zabłociu mamy już przy tym do czynienia z niekorzystnym zjawiskiem, czyli ze zwiększeniem wartości gruntów i cen wynajmu nieruchomości, a w efekcie – z ucieczką firm startupowych w inne miejsca, niejednokrotnie poza granice Polski.

Zarządzanie współczesnym miastem jest trudne, a zapewne stanie się w przyszłości jeszcze trudniejsze. Będzie wymagało elastyczności i ciągłego dostosowywania się do potrzeb mieszkańców oraz przyjezdnych gości, ale także zaspokojenia „potrzeb” środowiska naturalnego.

W planowaniu rozwoju obszarów dysponuje się czterema podstawowymi narzędziami:

- 1) planistycznymi,
- 2) przestrzennymi,
- 3) finansowymi,
- 4) społecznymi.

Biorąc pod uwagę rozwój słow turystyki na wspomnianym obszarze Krakowa (Kazimierz – Stare Podgórze – Zabłocie) proponuje się podjęcie działań, do których należy zaliczyć:

- opracowanie programu/planu rozwoju dzielnicy słow i w tym kontekście słow turystyki (lub odwrotnie ogółem słow turystyki, ale z uwzględnieniem zagospodarowania dzielnicy),
- uwzględnienie form bliskich idei słow w lokalnym planie zagospodarowania przestrzennego oraz programach/planach rewitalizacji,
- opracowanie i realizacja na wskazanym obszarze lokalnego planu ochrony walorów kulturowych i przyrodniczych, w tym utworzenia i zagospodarowania terenów zielonych,

- promowanie ciekawych rozwiązań architektonicznych (bioarchitektura) i urbanistycznych
- wdrożenie polityki przestrzennej w kontekście reklam,
- zbudowanie systemu wsparcia finansowego (np. niższe podatki, zadania promowane w ramach budżetu obywatelskiego, dotacje, niskooprocentowane pożyczki itp.) dla małych lokalnych firm, artystów, twórców, zwłaszcza związanych z przemysłem kreatywnym,
- wspieranie lokalnych inicjatyw społecznych i biznesowych budujących współpracę, partnerstwo, więzi społeczne,
- skierowanie zróżnicowanej, wielosegmentowej lokalnej oferty dostępnej dla różnych grup odbiorców, opartej na lokalnym dziedzictwie kulturowym i przyrodniczym (szlaki, ścieżki edukacyjne, ogrody dydaktyczne, centra kultury, miejsca spotkań, kluby, ekofestiwale, specjalne pakiety turystyczne itp.),
- w bieżących pracach (np. remont drogi, zagospodarowanie przestrzeni pod małą architekturę itp.) stawianie na pierwszym miejscu ochrony środowiska naturalnego i kulturowego z uwzględnieniem najwyższej jakości wyrobów czy usług,
- udostępnianie i sprzedaż (przyjazne sklepy) produktów lokalnych (rzemiosło, rękodzieło, design, malarstwo itd.),
- rozwój gastronomii opartej przede wszystkim na lokalnych producentach zdrowej, ekologicznej i najwyższej jakości żywności (mała gastronomia, stałe i sezonowe giełdy i place targowe, wystawowe, pokazy, degustacje itp.),
- promowanie lokalizacji na terenie dzielnicy hoteli butikowych, które z założenia mają indywidualny charakter, zwłaszcza wnętrz,
- dostępność i odpowiednie oznakowanie dojazdów i samej przestrzeni dzielnicy, uwzględniając przy tym jej indywidualny charakter,
- wprowadzenie zintensyfikowanej komunikacji marketingowej, wykorzystującej formalne i nieformalne kanały oraz narzędzia informacji, w tym powierzenie szczególnej roli mediom społecznościowym,
- opracowanie lokalnego systemu znakowania produktów, wyrobów rzemieślniczych, rękodzieła itd.,
- rozbudowanie programu edukacyjno-szkoleniowego z zakresu ekologii, diety, innowacji, wzornictwa itp.,
- wsparcie działalności lokalnych zespołów, organizacji, partnerstw tym pozarządowych, jak również tych o charakterze nieformalnym.

Według M. Wiśniewskiej [2012, s. 166] oferta slow powinna być kierowana zwłaszcza do wyedukowanego, cechującego się wyrafinowanym gustem, zamożnego klienta. Można polemizować: czy tylko zamożnego? Z pewnością produkty ręcznie wykonywane, ekologiczne itd. są droższe, ale nie aż tak, aby oferta slow była dostępna jedynie dla bogatych turystów. Natomiast turyści, do których ma być skierowana oferta powinni się charakteryzować następującymi cechami:

- otwartością na ideę slow i odkrywanie nowych i innych od swojej kultur, społeczności,
- chęcią uczenia się i posiadania wiedzy z zakresu kultury oraz filozofii slow,
- niezależnością podróżowania, myślenia,
- stawianiem sobie i odwiedzanym obszarom wysokich wymagań,
- hedonistycznym podejściem do jedzenia (w tym preferowanie ekogastronomii) [por. Yurtseven, Kaya, 2011, s. 94].

Realizacja planu uwzględniającego utworzenie dzielnicy slow spowoduje zmiany w jej funkcjonowaniu i przestrzeni. Nastąpi m.in.:

- poprawa jakości i funkcji przestrzeni,
- rozwój kultury życia w różnych jej wymiarach,
- wdrożenie w praktyce, w sposób zauważalny dla społeczności lokalnych, zasad zrównoważonego rozwoju (ochrona zasobów kulturowych, przyrodniczych i społecznych),
- zintensyfikowanie działań proekologicznych, rozwój produkcji opartej na lokalnej, autentycznej twórczości,
- poprawa bezpieczeństwa,
- rozwój lokalnych usług, przedsiębiorczości, twórczości,
- rozbudowa wysokiej jakości infrastruktury turystycznej i okołoturystycznej,
- rozwój pożądanых form turystyki i zagospodarowania turystycznego,
- wzrost dochodów społeczności lokalnych i sytuacji ekonomicznej np. artystów,
- rozwój ciekawych, nowatorskich rozwiązań architektonicznych i urbanistycznych, w tym wzmocnienie roli elementów przestrzennych istotnych dla przyszłości miasta,
- rozszerzenie i zróżnicowanie lokalnej oferty,
- wzrost dostępności produktów niszowych, autorskich, unikalnych,
- budowa wizerunku miasta jako dbającego o swoich mieszkańców, przedsiębiorców, twórców, turystów, jak również środowisko naturalne,
- uściślenie i głębsze relacje: turysta – społeczności lokalne – najbliższa lokalna przestrzeń (miejsce),
- zbudowane, trwałe sieci partnerstw lokalnych.

## Zakończenie

Ryszard Kapuściński w jednym z wywiadów zwrócił uwagę, że „ludzie mają duży głód autentyczności, bo żyją w świecie bajki, telewizji, rozrywki” [Kapuściński 2013, s. 39]. Od końca XX w. obserwowany jest wzrost zainteresowania wszelkimi formami turystyki, które są w opozycji do turystyki masowej [Horolets 2012, s. 113]. Idea slow ze wszech miar wydaje

się pożądanym kierunkiem rozwoju dużych ośrodków miejskich (zwłaszcza ze względu na istniejącą pewną sprzeczność). Wdrożenie idei slow stwarza wiele możliwości, należy jednak także zwrócić uwagę na zagrożenia, jakie mogą się pojawić w trakcie realizacji, i które trzeba brać pod uwagę planując zadania. Zaliczyć do nich należy m.in. niebezpieczeństwo, iż:

- sukces realizacji programu może skutkować umasowieniem i komercjalizacją produktów, powodując w efekcie znaczący wzrost podaży i popytu, a co za tym idzie – również cen,
- wysoka jakość usług może być związana z ponoszeniem nadmiernych kosztów zarówno przez wytwórców/producentów, jak i turystów,
- może dojść do nieplanowanej fragmentaryzacji i tematyzacji przestrzeni<sup>11</sup>, co w efekcie doprowadzi do stworzenia efektu sztuczności oraz iluzji,
- sukces może doprowadzić do wzrostu konkurencji – wskutek zbyt dużego zainteresowania innych miast ideą slow,
- upowszechni się traktowanie oferty slow jako skierowanej tylko do elit, niedostępnej dla przeciętnego użytkownika,
- realizację utrudni brak umiejętności i chęci współpracy przedsiębiorców, mieszkańców, twórców itd.

W przypadku dużych miast największa bariera rozwoju idei slow i jednocześnie największe ryzyko – to stan środowiska przyrodniczego, a zwłaszcza zanieczyszczenie powietrza, brak terenów zielonych itd. Wątpliwa wydaje się przyjemność picia kawy na chodniku, podczas gdy przejeżdżające samochody hałasują i zanieczyszczają powietrze. Do pozostałych barier należy zaliczyć związane ze sferami:

- społeczno-kulturową (brak wiedzy, niezrozumienie, zamknięcie się na „obcych”, niskie poczucie lokalnej tożsamości, silna presja wywierana ze strony mieszkańców itd.),
- techniczną (braki w zagospodarowaniu i infrastrukturze, ograniczona możliwość wdrożenia nowoczesnych technologii i rozwiązań itd.),
- ekonomiczną (brak środków finansowych, zbyt silne dążenie do uzyskania natychmiastowego zarobku, duża konkurencja, nieefektywne wykorzystanie zasobów itd.),
- planistyczną (brak systemowych, kompleksowych rozwiązań lub ich nieumiejętne bądź np. odłożone w czasie wdrażanie, swoista „krótkowzroczność” w formułowaniu zadań, podejmowanie doraźnych działań, niski poziom estetyki przestrzeni itp.),
- zarządczą (nadmierna biurokracja, brak pożądaných kompetencji, niejasne struktury, zamknięcie się na kreatywne, niestandardowe rozwiązania, brak integracji działań, zaangażowania, chęci współpracy, itp.),

---

<sup>11</sup> Wiąże się ona „z budowaniem przestrzeni publicznej jako szczególnej scenografii urbanistycznej” [Lorens 2006, s. 11-12]. W literaturze, zwłaszcza popularnej, zamiennie stosuje się określenie „disneylandyzacja”.

- komunikacyjno-marketingową (słaba komunikacja na linii: władza lokalna – mieszkańcy, niedostosowane przekazy do docelowych grup odbiorców, zbyt nachalna reklama, w tym w przestrzeni publicznej, niedostosowanie produktów do potrzeb turystów, sztuczność oferty itd.),
- prawno-polityczną (niekorzystne rozwiązania na poziomie prawa lokalnego, niejasność i utrudnienia proceduralne, upolitycznienie podejmowanych działań itd.).

Przełamanie tych barier będzie możliwe pod warunkiem długoterminowego podejścia do zadań oraz holistycznego, sieciowego myślenia i działania [Dodds, Butler 2010, s. 48].

Z pewnością Kraków powinien iść tą drogą i już zresztą poczynił odpowiednie kroki – na razie planistyczne. Czy uda się wdrożyć ideę na wskazanym obszarze, jeżeli wielokrotnie w ciągu roku przekraczane są normy zanieczyszczenia powietrza, a mieszkańcy w małym stopniu angażują się w życie publiczne, budowanie więzi społecznych itd.? Będzie to zależeć od wielu czynników, a przede wszystkim od zaangażowania urzędników, przedsiębiorców, twórców, mieszkańców i samych turystów. Pytanie jednak brzmi, czy w przypadku dużego miasta ma to w ogóle sens? Z drugiej strony np. w Londynie z sukcesem wdraża się ideę *slow*, zatem czy w Krakowie nie jest to możliwe? Planując rozwój dzielnicy i tej formy turystyki ważny będzie jeszcze jeden element: prostota i minimalizm jako „antidotum na konsumerski pseudosens życia. Po co aż tyle? Po co zapracowywać się, by kupować więcej i więcej urządzeń i gadżetów, a potem pracować jeszcze więcej, by utrzymać je wszystkie na chodzie? Czy nie staliśmy się niewolnikami tego, co już posiadamy?” [Eichelberger 2014, s. 31]. Z pewnością jednym z rozwiązań jest tu właśnie idea *slow* ze swoją „nieśpiesznością”, może ona pomoże człowiekowi XXI wieku wrócić „do siebie”, do istoty swojego człowieczeństwa.

## Bibliografia

- Augé M. (2010), *Nie-miejsca; wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Barcik A. (2008), *Intuicja jako metoda poznania w nauce i praktyce zarządzania*, [w:] Halemba P., red., *Współczesne problemy zarządzania sportem i turystyką*, AWF Katowice, Katowice.
- Bendyk E., Bonikowska M., Rabiej P., Romański W. (2013), *Raport Miasto Przyszłości*, <http://mttp.pl/pobieranie/RaportMiastoPrzyszlosci.pdf> (21.11.2015)
- Bielecki Cz., Banaszewski K. (2011), *Polityka miejska*, Instytut Historyczny Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.

- Borkowski K., Grabiński T., Mazanek L., Seweryn R., Wilkońska A., Grabińska E. (2014), *Ruch turystyczny w Krakowie w 2014 r. Raport końcowy*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków.
- Borys T. (2000), *Podstawy programowania ekonomii rozwoju miast*, [w:] Ślodyczek J., red., *Ekologiczne aspekty gospodarki miejskiej i nowe instrumenty w zarządzaniu miastem*, Uniwersytet Opolski, Opole.
- Brenner N. (2009), *New State Spaces*, Oxford University Press, New York.
- Caillois R. (2009), *Człowiek i sacrum*, Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa.
- Dodds R., Butler R. (2010), *Barriers to implementing sustainable tourism policy in mass tourism destinations*, „Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism”, Vol. 5, No. 1, s. 35-53.
- Eichelberger W. (2014), *Ukradzony spokój*, „Charaktery”, nr 12.
- Gottwald F.-T. (2009), *Słowo wstępne*, [w:] Gottwald F.-T., Kolmera L., red., *Jedzenie rytuały i magia*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA, Warszawa.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., Kwiatkowski G. (2011), *Cittaslow International Network: An Example of a Globalization Idea?*, University of Ostrava, [http://conference.osu.eu/globalization/publ2011/186-192\\_Grz-elak-Kostulska-Holowiecka-kwiatkowski.pdf](http://conference.osu.eu/globalization/publ2011/186-192_Grz-elak-Kostulska-Holowiecka-kwiatkowski.pdf) (14.08.2015)
- Heinonen S., Halonen M., Daldoss L. (2006), *Slow housing – competitive edge for innovative living environments*, „Fennia”, nr 184(1).
- Horolets A. (2012), *Codziennosc jako atrakcja turystyczna w doświadczeniu turystów niszowych do byłego ZSRR*, „Kultura i Społeczeństwo”, Vol. 3, s. 113-130.
- Jawłowska A. (2005), *Konsument czy obywatel? Konsumpcjonizm i jego zaprzeczenia*, [w:] Jawłowska A., Kempny M., red., *Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji kulturowej*, IFiS PAN, Warszawa.
- Kantarek A. A. (2008), *O orientacji w przestrzeni miasta*, Politechnika Krakowska, Kraków.
- Kapuściński R. (2013), *Tłumaczenie świata*, „Style i Charaktery. Podróże”, nr 2.
- Kniaziuk P. (2012), *Polityka regionalna Unii Europejskiej a gospodarka kreatywna jako czynnik wzrostu innowacyjności miast i regionów*, [w:] Klasik A., red., *Kreatywna gospodarka w mieście i aglomeracji*, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice.
- Knox P. L. (2005), *Creating Ordinary Places: Slow Cities in a Fast World*, „Journal of Urban Design”, Vol. 10(1), s. 1-11.
- Kolmer L. (2009), *Wprowadzenie*, [w:] Gottwald F.-T., Kolmera L., red., *Jedzenie rytuały i magia*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA, Warszawa.
- Kostof S. (1992), *The City Assembled. The Elements of Urban Form Through History*, Thames & Hudson Ltd., London.



- Kowalczyk A. (2014), *Od street food do food districts – usługi gastronomiczne i turystyka kulinarna w przestrzeni miasta*, „Turystyka Kulturowa”, Vol. 9, s. 6-31.
- Kozak M. W. (2009), *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa.
- Lorens P. (2006), *Tematyzacja przestrzeni publicznej miasta*, Politechnika Gdańska, Gdańsk.
- Lorens P. (2008), *Główne tendencje przemian struktury funkcjonalno-przestrzennej współczesnych miast*, [w:] Lorens P., Ratajczyk-Piątkowska E., red., *Komercjalizacja przestrzeni – charakterystyka zjawiska*, Urbania, Warszawa.
- Maksimowska B. (2010), *Slow city*, [w:] Lisowski M., red., *Uwarunkowania rozwoju turystyki w mieście*, Wyższa Szkoła Menedżerska w Białymstoku, Białystok.
- Mariański J. (2010), *Religia w społeczeństwie ponowoczesnym*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Mayer H., Knox P. L. (2006a), *Slow cities: sustainable places in a fast world*, „Journal of Urban Affairs”, Vol. 28(4), s. 321-334.
- Mayer H., Knox P. (2006b), *Slow Cities: Sustainable Places in a Fast World*, World Planners Congress, Vancouver Canada, [www.china-up.com:8080/international/case/case/255.pdf](http://www.china-up.com:8080/international/case/case/255.pdf) (22.11.2015).
- Mempel-Śnieżyk A. (2012), *Gospodarka kreatywna – kwestie interpretacyjne z uwzględnieniem możliwych związków z turystyką kulturową*, [w:] Kłasiak A., red., *Kreatywna gospodarka w mieście i aglomeracji*, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice.
- Meyer-Lindenberg A. (2012), *Miasto zmienia mózg*, „Charaktery”, nr 2.
- Namyślak B. (2014), *Rozwój oparty o działalności twórcze – ujęcie teoretyczne. Charakterystyka podmiotów zaliczanych do działalności twórczych we Wrocławiu*, [w:] Kuć-Czajkowska K., Sidor M., red., *Miasta, aglomeracje, metropolie w nurcie globalnych przemian*, Uniwersytet im. Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Niedźwiecka M. (2015), *W rytmie slow*, „Sens”, nr 1/76.
- Pawlikowska-Piechotka A. (2013), *Planowanie przestrzeni turystycznej*, Novae Res, Gdynia.
- Pecarice S. (2013), *Idź dla siebie i Twojego kraju*, „Style i Charaktery. Podróże”, nr 2.
- Pęski W. (1999), *Zarządzanie zrównoważonym rozwojem miast*, Wydawnictwo Arkady, Warszawa.
- Pink S. (2008), *Sense and sustainability: The case of the Slow City movement*, „Local Environment”, Vol. 13(2), s. 95-106.
- Pink S., Lewis T. (2014), *Making resilience: everyday affect and global affiliation in Australian Slow Cities*, „Cultural Geographies”, Vol. 21(4), s. 695-710.

- Podemski K. (2004), *Socjologia podróży*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Przeclawski K. (1994), *Turystyka a świat współczesny*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa.
- Rembowska K. (2000), *Zmiana a wartości. Miasto postsocjalistyczne*, [w:] *Miasto postsocjalistyczne; organizacja przestrzeni miejskiej i jej przemiany*, XIII Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Uniwersytet Łódzki Katedra Geografii Miast i Turyzmu, Łódź.
- Rewers E. (2005), *POST-POLIS Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta*, Universitas, Kraków.
- Sobolewska A. (2009), *Mapy duchowe współczesności*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa,
- Statut Cittaslow, [http://www.cittaslowpolska.pl/userfiles/pliki\\_do\\_pobrania/2014/statut\\_cittaslow\\_21\\_czerwca\\_2014\\_pl.pdf](http://www.cittaslowpolska.pl/userfiles/pliki_do_pobrania/2014/statut_cittaslow_21_czerwca_2014_pl.pdf) (15.11.2015).
- Tanti M. (2011), *Towards a Paradigm of Slow*, [http://sydney.edu.au/education\\_social\\_work/coco/events/research\\_fest/2011/1PCMiriam.pdf](http://sydney.edu.au/education_social_work/coco/events/research_fest/2011/1PCMiriam.pdf) (28.02.2014).
- Wieczorkiewicz A. (2005), *Konsumując świat*, [w:] Jawłowska A., Kempny M., red., *Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji kulturowej*, IFiS PAN, Warszawa.
- Wilkońska A. (2012), *Turystyka holistyczna – podróż do wnętrza siebie poprzez świat zewnętrzny*, „Folia Turistica”, Vol. 27, s. 75-91.
- Wilkońska A., Rotter-Jarzębińska K. (2014), *Strategia rozwoju turystyki w Krakowie na lata 2014-2020*, Urząd Miasta Krakowa, Załącznik do Uchwały RMK Nr CXXI/1965/14 z dn. 5.11.2014 r., Kraków.
- Wiśniewska M. (2012), *Żywność, życie i turystyka w stylu „slow”*, „The Journal of Management and Finance”, Vol. 3(2), s. 161-176.
- Yurtseven H.R., Kaya O. (2011), *Slow Tourists: A Comparative Research Based on Cittaslow Principles*, „American International Journal of Contemporary Research”, Vol. 1(2), s. 91-98.

## **SLOW TOURISM IN LARGE CITIES: CREATING SLOW DISTRICTS**

### **Abstract**

**Purpose.** Discussion regarding the development potential of large cities with respect to the idea of slow tourism, especially in the context of designated areas of specific city districts. References were made to the city of Cracow.

**Method.** Analysis of literature on the subject made references to issues related to the idea of slow movement with respect to cities (slow city) and tourism (slow tourism). Analysis of Cracow's case, in the context of the establishment of a slow district which is scheduled in the city, allowed for practical references with respect to the discussed issue.

**Findings.** The performed analyses showed the complexity of the issue of slow movement, but also its attractiveness for large cities and tourists (e.g. on account of environmental protection). However, popularisation of the idea of slow movement also entails risks, especially related to its mass character and, in effect, its commercialisation.

**Research and conclusion limitations.** Analysis of literature on the subject only referred to a fragment of the issue and case analysis focused on only one municipal centre.

**Practical implications.** References were made to specific binding tasks from the Tourism Development Strategy of Cracow.

**Originality.** References were made to a large municipal centre which, in the context of the slow movement idea, is a rare subject of academic papers. The subject matter was connected to specific examples of slow districts, planned in the strategic document for Cracow.

**Type of paper.** Overview-type article and case study.

**Key words:** slow city, slow tourism, Cracow, slow district.

**„PODWIECZOREK U BERBERA” –  
GOSPODARZE I GOŚCIE  
W ŚWIECIE TURYSTYKI ETNICZNEJ.  
ANTROPOLOGICZNA ANAŁIZA OFERT  
BIUR PODRÓŻY**

*Paulina Cichoń\**

**Abstrakt**

**Cel.** Interpretatywne spojrzenie na współczesny marketing turystyczny w kontekście turystyki etnicznej na przykładzie społeczności berberyjskich.

**Metoda.** Antropologiczna analiza treści i ikonografii ofert biur podróży, stron internetowych w kontekście turystyki etnicznej z uwzględnieniem takich problemów badawczych jak rola i miejsce uczestników kulturowego spotkania.

**Wyniki.** Analiza przestrzeni internetowej pod kątem ofert formułowanych do „potencjalnych klientów” wyłoniła pewne pojawiające się tendencje w sposobie opisywania i przedstawiania lokalnych światów, projektowania relacji i interakcji pomiędzy gośćmi i gospodarzami. Te tendencje nazwane zostały kolejno – *etnicznością jako retoryką, etnicznością jako elementem krajobrazu, etnicznością jako dodatkiem i etnicznością jako spotkaniem*.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Zaprezentowane wyniki badań nie pretendują do miana naukowej teorii czy holistycznego opisu turystycznego uniwersum, ale pewnej refleksji antropologicznej wynikającej z konkretnego studium przypadku. Wnioski formułowane są w duchu paradygmatu postmodernistycznego.

**Implikacje praktyczne.** Antropologiczna refleksja nad turystyką etniczną w kontekście społeczności berberyjskich może skłonić do zmierzenia się z dominującymi instytucjami społeczeństwa, nie tylko opisywać współczesną rzeczywistość, ale wpływać na jej charakter i kształt, uwzględniając „epistemologię wielorakich punktów widzenia”.

**Oryginalność pracy.** Rozważania nad turystyką etniczną w kontekście społeczności berberyjskich nie były podejmowane na gruncie polskiej humanistyki.

**Rodzaj pracy.** Studium przypadku.

**Słowa kluczowe:** etniczność, autentyczność, tradycja, turystyka etniczna, marketing turystyczny.

---

\* Mgr; Uniwersytet Łódzki, Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych, Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej; e-mail: cichon.paulina89@gmail.com.

## Wprowadzenie

„There is nothing so strange in a strange land as a stranger  
who comes to visit it”

D.O'Rourke “Cannibal Tours”

Turystyka etniczna jako jedna z odmian współczesnych podróży winna stanowić obszar pogłębionej refleksji humanistycznej. Mówi bowiem o tych rodzajach „wojaży”, które posługując się tutaj pojęciem zaproponowanym przez Mary Louis Pratt dotyczą szczególnej „strefy kontaktu” [Pratt 2011, s. 26]. Strefy, w której centrum lokują się ludzkie światy i ich kultury. Nie bez powodu we wstępie tego artykułu przywołuję właśnie to sformułowanie, zdradzające częściowo moje intencje. Autorka posługuje się nim, próbując opisać, w jaki sposób imperialne pisarstwo podróżnicze stwarzało obraz świata poza Europą i wpływało na wyobrażenia i wiedzę europejskich czytelników. „Strefą kontaktu” określa tę przestrzeń, w której odległe geograficznie i historycznie kultury stykają się ze sobą, kontaktują i nawiązują wzajemne relacje. Jej książka „Imperialne spojrzenie” zrodziła się „jako część większego projektu, mającego na celu przybliżenie zasad funkcjonowania imperializmu w jego kolonialnych, neokolonialnych i niekolonialnych przejawach po to, by można było je poddać refleksji i transformacji” [Pratt 2011, s. 13]<sup>1</sup>. Zapożyczając ten termin do rozważań nad turystyką etniczną, tylko częściowo pozabawiam go jego genealogicznych odniesień. Zarówno europejskie pisarstwo podróżnicze, jak i oferty biur podróży proponujące pozaeuropejskie destynacje należą do „tekstów kultury”<sup>2</sup>, które tworzą wiedzę podzielaną o tym „innym, odległym świecie”. Te „teksty kultury” stanowią element niezwykle rozległej i złożonej rzeczywistości społecznej. Badanie ich w kontekście, który je do istnienia powołał, wiele może powiedzieć o postawach, społecznych wartościach, normach i motywacjach tych, którzy w niej siebie i „innych” opowiadają i poprzez nią wyrażają. Analizując wybrane oferty biur podróży, które dotyczą turystyki etnicznej do krajów postkolonialnych ramę koncepcyjno-informacyjną stanowi dla mnie tekst w rozumieniu Rolanda Barthes’a: „Tekst jak Tkanina: dotąd jednak uznawaliśmy zawsze tę tkaninę za wytwór, gotową zasłonę za którą stoi bardziej lub mniej ukryty

<sup>1</sup> Książka Marry Louis Pratt wpisuje się w krytykę postkolonialną. Powstało na ten temat wiele cennych i ważnych publikacji. Pionierem tej krytyki był E. Said i jego książka „Orientalizm” [1991]. W dziele tym autor analizując wcześniejsze badania nad „Orientem”, wraz z ich referencyjnymi tekstami, próbuje ukazać, że wiedza nie jest niewinna, ale ściśle związana z funkcjonowaniem władzy. Zob. także np. [Gandhi 2008, Loomba, 2011].

<sup>2</sup> Termin ten został po raz pierwszy użyty przez przedstawicieli szkoły tartusko-moskiewskiej w drugiej połowie XX wieku. Zob. np. [Gomuła, Rygielska 2014], W artykule tym posługuje się nim w innym niż jego pierwotne znaczenie kontekście, odwołując się do Rolanda Barthes’a [1997].

sens (prawda), teraz podkreślamy w tkaninie płodną ideę: tekst tworzy się, wypracowuje przez nieustanne splatanie” [Barthes 1997, s. 92]. „Teksty kultury” nie tworzą się w próżni, nie są bezstronne, ujawniają bowiem spojrzenie, kierowane z jakiegoś punktu odniesienia, za którym kryje się długa tradycja myśli, idei, prądów kulturowych. Analizowanie ofert turystycznych w optyce „tekstu kultury” może wiele powiedzieć o sposobach czytania świata i legitymizowania jego kształtu. Odczytując oferty zarówno polskich, jak i zagranicznych biur podróży<sup>3</sup> staram się spojrzeć, na „turystykę etniczną” na przykładzie Berberów, z różnych punktów odniesienia. Poddaję antropologicznej refleksji to jak projektuje się turystyczne doświadczenia i za pomocą jakich środków – języka, obrazów, retoryki – oferty biur turystycznych promują określone koncepcje świata i człowieka? Jakie aspekty kulturowej odrębności stają się szczególnie ważne, podkreślane i najbardziej atrakcyjne? Na ile reprezentacje społeczności berberyjskich są kontynuacją kolonialnego dyskursu? Wreszcie, czy „turystyka etniczna” może być obietnicą porozumienia międzykulturowego, kształtować świadomego i odpowiedzialnego turystę, czy raczej stanowi jądro tego, co Dean MacCannell ponad dwie dekady temu określił jako „puste miejsce spotkań” [MacCannell 1992]? W swoich badaniach przyjąłam podejście transdyscyplinarne, które pozwala uchwycić to, co „jest zarazem między dyscyplinami, poprzez rozmaite dyscypliny i jednocześnie poza każdą z nich” [Zeidler-Janiszewska 2006, s. 11, za: Domańska 2011, s. 55].

## Turystyka etniczna – wiele praktyk, różne spojrzenia

Pojęcie „turystyki etnicznej” (*ethnic tourism, ethnotourism lub ethno-tourism*) nie jest jednoznaczne. Wielu badaczy posługuje się nim, definiując praktyki różnego rodzaju, które z kolei odznaczają się wewnętrznym zróżnicowaniem. Kolejnym problemem, który utrudnia zawężenie jego pola semantycznego, jest motywacja samych podróżujących: sposób, w jaki turyści docierają do miejsc, o których wartości przesądza ich lokalny „koloryt”, poziom zaangażowania w odwiedzaną kulturę i droga jej doświadczania. Pokazuje to, jak wielowątkowa i wielowymiarowa jest turystyka w dzisiejszym świecie. Dodatkowo uczula na pewien ważny aspekt metodologiczny: musimy pamiętać, że za pewnym modelowym pojęciem „turysta”, stoi – jak

---

<sup>3</sup> Analizowałam m.in. oferty takich polskich touroperatorów jak: „Itaka”, „Rainbowtour”, „MKTramping”, „Odyseo”, „Gaudeamus”, „Juvied Travel”, „Tui” starając się odczytać, w jaki sposób formułowane są oferty, które w swoim programie odwołują się do społeczności lokalnych. W artykule tym jako egzemplifikację nazwanych przeze mnie powtarzających się tendencji, przytaczam tylko część z tych ofert, ze względu na ograniczenia ilościowe. Wśród zagranicznych biur podróży pojawiły się takie jak „Authentic Morocco”, „Berberadventure”, „Berber Tours Morocco”.

określił to Dean MacCannell – „realnie istniejący człowiek, z krwi i kości”. Podkreślenie tego pozwala wydobyć pewne ogólne prawidłowości, przy jednoczesnym zastrzeżeniu, że ludzie są różni i biorą czynny udział w transformacji kultury.

Różnie zatem opisują to zjawisko sami badacze zajmujący się tematyką turystyki, w zależności od przyjętych paradygmatów czy środowiska naukowego, z jakiego się wywodzą. Większość autorów jednak „turystyką etniczną” określa ten rodzaj podróży, którego motywacją jest zainteresowanie walorami kulturowymi obszarów i społecznością etniczną, a więc jej wytworami materialnymi, jak i niematerialnymi. W *Encyclopedia of tourism*, czytamy, że „turystyka etniczna” to:

„(...) forma turystyki, w której najważniejszą motywacją turysty, jest pragnienie doświadczenia inności i kontaktowania się, z egzotycznymi społecznościami etnicznymi” [Jafari 2000, s. 236]

Dalej definicja ta zostaje rozwinięta o wątek inicjowanych wzajemnie relacji, w trakcie owego doświadczenia „inności”. Te złożone relacje wpływają na tożsamość „gospodarzy”, jak zauważa autor. K. Buczkowska określa tym terminem te rodzaje wypraw, które podejmowane są „w celu spotkań z przedstawicielami grup etnicznych i narodowych, które na wybranych obszarach występują w postaci etnicznych i narodowych mniejszości” [Buczkowska 2008, s. 54]. Według autorki jest ona formą turystyki kulturowej. Dla R.E. Wooda ten wariant podróżowania pozwala na „bezpośrednie doświadczenie praktyk odmiennej kultury” [Wood 1984, s. 353]. W Ameryce Północnej, w odniesieniu do ludności indiańskiej, badacze zjawiska częściej posługują się terminem „turystyka tubylcza” (*aboriginal tourism*) bądź „turystyka plemienna” (*tribal tourism*). Ciekawą perspektywę „turystyki plemienną”, która miałaby jednocześnie wpisywać się w założenia turystyki zrównoważonej zaproponowała amerykańska antropolog Valene L. Smith. Jest ona autorką koncepcji określanej mianem „4H”: *habitat, heritage, history, handicrafts*, które w języku polskim odpowiadają kolejno połączeniu „środowiska”, „dziedzictwa”, „historii” i „rękodzieła” [Smith 1997, s. 141-152]. Zdaniem Smith, w ideę „4H” wpisują się liczne czynniki, decydujące o tym, które zasoby kulturowe są bardziej, a które mniej istotne dla rozwoju turystyki.

„Turystyka etniczna”, często bywa nazywana „sentymentalną” czy „ojczyźnianą”, tyle, że w tym ujęciu punkt ciężkości przesuwa się z poznawania innych kultur na odkrywanie własnego dziedzictwa i korzeni. Jest więc „turystyka sentymentalna” okazją powrotu, do miejsca pochodzenia przodków i odkrywania własnej tożsamości. Ta perspektywa nie będzie mnie szczególnie interesowała, bowiem dotyczy zasadniczo innego rodzaju podróży, którą nie zajmuję się w tej pracy. Do tej całej gamy rozważań dochodzą jeszcze głosy autorów, którzy turystykę etniczną traktują jako część

szeroko pojętej turystyki kulturowej, poznawczej, alternatywnej czy przygodowej. Na koniec tego wybiórczego wyliczenia, przedstawię jeszcze jedną koncepcję spojrzenia na turystykę etniczną, która będzie pomocna w dalszej części tej pracy, a mianowicie „turystyka ACE”, której autorem jest D. Weaver [Weaver 2001]. Podkreśla on, że wobec coraz to nowszych form i możliwości uprawiania turystyki, a także kłopotów z określeniem granicy między nimi, powstają nowe połączenia i różnorodne interpretacje, które nazywa hybrydami. „Turystyka ACE” (*adventure, cultural, ecotourism*) jest tego jednym z przykładów i stanowi „amalgamat” turystyki przygodowej, kulturowej i ekoturystyki. Właśnie te trzy składowe elementy, bardzo często w swych reklamach wykorzystują biura podróży, podkreślając, że wychodzą naprzeciw tym, których nie interesuje jedynie, bezrefleksyjne, bierne i powierzchowne doświadczenie obcych miejsc i ludzi, ale chcą naprawdę poczuć, zrozumieć i doświadczyć na własnej skórze różnorodność współczesnego świata, wnikając bardziej i głębiej w społeczność i kulturę. Wykorzystują je też dla podkreślenia, że w przeciwieństwie do produktu turystycznego wyspecjalizowanego w jednym kierunku, ich oferta łączy w sobie w jednym syntetycznym produkcie wiele zróżnicowanych atrakcji.

Turystyka jako fenomen społeczny przez długi czas nie znajdowała się w polu zainteresowania antropologii. Jak zauważa G.L. Burns turystyka była postrzegana jako zjawisko, które dotyczy społeczeństw przemysłowych, a więc spojrzenie badaczy koncentrowało się raczej na czynnikach ekonomicznych i samych turystach niż społecznościach lokalnych i gospodarzach [Burns 1999]. W 1974 roku V.L. Smith zorganizowała pierwsze sympozjum Amerykańskiego Towarzystwa Antropologicznego (American Anthropological Association) poświęcone turystyce, którego wynikiem stała się praca *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* [Smith 1977]. Najnowsze wydanie tej książki poszerzone zostało o nowe dylematy antropologii i turystyki w XXI wieku [Smith, Brent 2001].

W ostatnich latach powstało wiele cennych publikacji – teoretycznych jak i odwołujących się do badań empirycznych, podejmujących kwestie relacji „gości” i „gospodarzy”, wpływu turystyki na społeczność lokalną [Joseph, Kavoori 2001; Ryan 2005], czy samego sposobu badania ludzkich światów. Jak zauważa cytowany przeze mnie autor, jeszcze wiele obszarów turystycznego uniwersum winno zostać poddanych antropologicznej refleksji: „Antropologia dotyczy ludzi, tak jak turystyka. Antropolodzy, czy im się to podoba czy nie, są zarówno uczestnikami turystyki, jak i obserwatorami. Szeroki wybór możliwości studiów nad turystyką został dopiero dostrzeżony. To ekscytujący i trudny moment. To także niezwykle ważny moment – czas, w którym antropologia i turystyka dla przyszłości obu, powinny być właściwie połączone”<sup>4</sup> [Burns 2004, s. 13].

---

<sup>4</sup> Cytat z oryginału angielskiego podany w tłumaczeniu autorki tekstu.



## Berberowie „Amazigh” – o gospodarzach słów kilka

Berberowie to zróżnicowana etnicznie, rdzenna niearabska ludność Afryki Północnej i Sahary. Samo określenie „Berber”, jest typowym przykładem egzoetnonimu, bowiem w VII w.n.e termin ten przyjęli Arabowie, na oznaczenie ogółu autochtonicznej ludności północnoafrykańskiej rasy białej. Geneza tego słowa wywodzi się zaś z łacińsko-greckiego określenia barbarzyńców – *barbari*, czyli pierwotnych ludów reprezentujących kulturę odmienną od helleńskiej lub łacińskiej. Arabski termin *Barabira* (l. poj. *Barbari*) trafił do literatury europejskiej i rozpowszechnił się zarówno w opracowaniach naukowych, jak i obiegu potocznym [Komorowski 1989, Kotula 1996, Posern-Zieliński 2000]<sup>5</sup>. Sami zaś, rdzenni mieszkańcy Północnej Aryki, choć przyjęli już wspomnianą nazwę, jako własną, stosują w zależności od regionu wiele endoetnonimów. Te najbardziej znane i ogólne to: *Amazigh* („Człowiek”) czy *Imazighen* („Ludzie”).

Dzisiaj Berberowie stanowią mniejszość, rozrzuconą endemicznie pośród Arabów i ludów zarabizowanych<sup>6</sup>. Zepchnięci z nizin w góry, tutaj tworzą swoje enklawy. Badaczom tematu trudno jest określić dokładną liczebność populacji berberyjskiej, po pierwsze dlatego, iż nie do końca jasne jest identyfikowanie berberyjskości – choć do berberyjskich korzeni, przyznaje się większość mieszkańców Tunezji, tylko 10 000 z nich uważa się za czystych Berberów. W wyniku procesu arabizacji, większość marokańskich Berberów jest dwujęzyczna i poza swoim własnym dialektem języka berberyjskiego, posługuje się również językiem arabskim, który nauczany jest w szkołach. Tak naprawdę, mimo że Arabowie przybyli na te ziemie wieki temu (VII w. n.e.) i rozpoczęli swoje działania, zmierzające do zarabizowania zamieszkującej je ludności, z sukcesem rozpowszechniając islam, to całkowity proces arabizacji dobiega końca dopiero na naszych oczach. I tak w Maroku, w którym populacja Berberów jest najsilniejsza i najliczniejsza, ostatnie enklawy wyłącznie berberyjskojęzyczne, zniknęły przed ponad pół wieku temu, wraz z zakrojoną na szeroką skalę polityką urbanizacji kraju. Odrzucenie kryterium uniwersalnego języka, pozwala Berberem – nie osobom berberyjskiego pochodzenia – określić tego, który na co dzień posługuje się językiem berberyjskim (tzn. jego dialektycznym odpowiednikiem) i mimo uczestnictwa w większym lub mniejszym stopniu w kulturze arabsko-muzułmańskiej, ma świadomość odrębności kulturowej i językowej. W związku z powyższą charakterystyką szacuje się, że tereny Afryki Północnej i Sahary zamieszkuje ok. 14 mln. Berberów, z czego najwięcej w Maroku – 9,5 mln, co stanowi ok. 40% całej populacji tego kraju, 4,5 mln w Algierii, 10 tys. w Tunezji i Egipcie oraz niewielu w Libii i Mauretanii.

<sup>5</sup> Informacje te możemy odnaleźć w wielu opracowaniach naukowych. Posiłkowałam się tutaj między innymi takimi pozycjami jak: [Komorowski 1989, Posern-Zieliński 2000, Kotula 1996].

<sup>6</sup> Poza Marokiem, gdzie stanowią około 40% populacji [Posern-Zieliński 2000].

Należy tutaj zaznaczyć, że używając określenia „Berberowie”, na rdzeną niearabską ludność Afryki Północnej i Sahary, posługujemy się pewnymi upraszczającymi rzeczywistość kategoriami, bowiem Berberowie to niezwykle zróżnicowana wewnętrznie grupa. Wspomnienie o Rifinach, Beraberach i Szleuchach w Maroku, Kabylach i Mzabitach w Algierii oraz Zanatach i Tuaregach na Saharze w bardzo niewielkim stopniu ukazuje to zróżnicowanie.

Przyszłość berberskich mniejszości wraz z pojawieniem się nowych trendów tożsamościowych, które zapoczątkowały globalny dyskurs nad ideami wielokulturowości, praw mniejszości etnicznych, tolerancji i pluralizmu, zaczęła spoczywać w rękach grupy określanej etniczną inteligencją. Zostawiając jednak rozważania na temat upolitycznienia i ideologizacji więzi etnicznej na inną okazję, nie da się zaprzeczyć, że dyskurs nad ideami wielokulturowości sprawił, że „odrębność kulturowa” stała się wartością – elementem cenionym i poszukiwanym przez świat zewnętrzny, który nierzadko wykorzystuje przemysł turystyczny. Przechodząc zatem do zasadniczej części tego artykułu przyjrzyć się ofertom biur podróży, by odnaleźć znaczenie, jakie kryje się za ich formą i treścią.

### **Berberowie w reklamowym projekcie świata**

Podróż rodzi się w umyśle podróżującego. Zawsze przyjemnie jest uciec w krainę możliwości, by choć na chwilę, chociaż myślą oderwać się od codziennych spraw. Naszą wyobraźnię podsycają podróżnicze magazyny, przez których zapisane strony, przedziera się świat idealny, gdzie woda jest bardziej niebieska niż w naturze, soczysta zieleń traw kusci, by oddać się przyjemności medytacji w bezruchu, piaszczyste plaże, skąpane w objęciach słońca (tutaj zawsze świeci słońce) mieniają się bardziej niż złoto, a całość pejzażu dopełnia rozpościerający się nad horyzontem błękit nieba, przywołujący rajskie skojarzenia. Co jednak sprawia, że pewne miejsca, obiekty, a nawet całe społeczności stają się dla nas szczególnie atrakcyjne? MacCannell te kluczowe pojęcia nazywa oznacznikami [MacCannell 2002, s. 172-204], rozszerzając ten termin poza klasycznym ujęciem (informacja o danym obiekcie), na wszelkie przekazy dotyczące danego widoku pojawiające się w przewodnikach turystycznych, muzealnych, książkach podróżniczych, ofertach turystycznych itp. Zauważa przy tym, że turyści odwiedzając dane miejsca: podziwiając „widoki”, dzieła sztuki, budynki architektoniczne nie stykają się od początku z samym obiektem, lecz z jego przedstawieniem. Zanim jednak turysta zacznie rozpoznawać widoki, przekształcając je w jeden z oznaczników, musi nastąpić mechaniczna reprodukcja jego przedstawień (tutaj pojawia się rola turystycznej kreacji – ilustracji, zdjęć, opisów, filmów podróżniczych itd.). Ostatnim etapem jest reprodukcja społeczna, w której oznacznik może odnosić się do konkretnego obiektu, ale równie dobrze

symbolizować inne widoki i całe „mikroświaty”. Innymi słowy, powołanie do życia atrakcji turystycznych jest rodzajem społecznej umowy, którą wszystkie strony muszą zaakceptować, by obiekty mogły wznieść się na najwyższe stadium, a turysta z łatwością kojarzył ją ze znaczeniami, które wpisują się w powiązany ze sobą system odniesień. Właśnie za pomocą tych znaków, kiedy przeglądamy reklamowe broszury oferujące chociażby podróż do Maroka, w naszym umyśle, niczym na filmowej taśmie przesuwają się kolejne obrazy. Mimo iż nigdy wcześniej nie doświadczyliśmy cielesnie połaci pustyni, to widzimy je wyraźnie, bo wizerunek ten reprodukowany był wielokrotnie.

Trochę inaczej przedstawia się to w wypadku miejsc, które dopiero stają się widokami, są w stadium eksponowania i jeszcze nie przeszły do powszechnej społecznej reprodukcji. Tak właśnie, w moim odczuciu, jest w przypadku turystyki etnicznej, zwłaszcza wśród społeczności stosunkowo mało znanych. Wtedy też trzeba odwołać się do innych kategorii – np. szeroko pojętej „egzotyki”. Winna jestem w tym miejscu nieco szerzej objaśnić kategorię „egzotyki”. Dodam także, że wszystkie analizowane przeze mnie biura turystyczne w swojej ofercie posługują się sformułowaniami „egzotyka”/„egzotyczny”. Biura turystyczne: Odyseo, Tui, Itaka, Rainbowtours na swoich stronach internetowych posiadają osobną zakładkę pod tytułem „egzotyka”, gdzie możemy znaleźć m.in. takie zachęcające do wybrania danego



Ryc. 1. „Egzotyka”.

Fig. 1. „Exoticism”

Źródło/Source: <http://www.itaka.pl/egzotyka/>

touroperaatora slogany reklamowe jak: „Czas na egzotykę. Tej zimy poznaj niezwykle miejsca i przeżyj prawdziwą przygodę!” [Itaka 2015]. Ilustrację tej egzotyki, zgodnie z tym, że we współczesnym świecie przede wszystkim wokół doznań wzrokowych organizuje się sens podróży [Wieczorkiewicz 2008], jest zdjęcie które zamieszczam na rycinie 1.

Jak zatem przedstawiana jest „egzotyka” przez organizatorów wycieczek biura podróży „Itaka”? Konotuje proste skojarzenia, które mają być czytelne dla odbiorców komunikatu: Oman to połacie pustyni, Kuba – stare samochody (buicky, packardy, chryslery, hudsony, fordy itd.), Zjednoczone Emiraty Arabskie – Wielbłąd na tle *skyscraper’ów*, Kenia – dzika fauna i flora, itd. Podobnie zresztą do doświadczenia „egzotyki” zachęca Rainbowtours, gdzie ilustracją „Prawdziwej Egzotyki” [Rainbowtours 2015], stają się ruchome obrazy: buddyjskich mnichów w szatach koloru orchy, Masajów w tradycyjnych strojach, kobiety o „orientalnej” urodzie na tle świątyni.

Jak słusznie zauważa Andrzej Stoff „nie istnieją kraje egzotyczne w sensie geograficznym” [Stoff 1997]. W języku greckim *eksotikos* oznacza po prostu „obcego”, a „egzotyzm” można określić jako kulturowe odczucie „obcości”. „Egzotyka” zatem nie stanowi kategorii ontologicznej – nie jest tym „co jest”, ale dotyczy „obszaru rzeczywistości **odczuwanego** jako zdecydowanie odmienny od terytorium kulturowo własnego” [Stoff 1997]. Odnosi się więc do naszych wyobrażeń, potrzeb, dyspozycji, a samo „odczucie” obcości zawsze występuje w uwikłaniu – to, co „obce” jest ambiwalentne – niezwykle i przerażające zarazem, budowane na zasadzie obrazu antyteptycznego do grupy własnej. Odczucie egzotyki nie występuje w oderwaniu od kulturowych konwencji, to w nich właśnie szuka sposobów artykulacji i zaczyna istnieć jako fakt kulturowy, dopiero wtedy, kiedy materialne substraty zostaną odczytane jako „egzotyczne”. Długa tradycja europejskiej myśli i różnych idei kryje się za tym, że kiedy widzimy obraz buddyjskiego mnicha egzemplifikującego „prawdziwą egzotykę”, skojarzenie to jest dla nas w pełni czytelne.

Biura turystyczne, w związku z demokratyzacją podróży, wiele wysiłku wkładają w to, by ich oferta wyróżniała się na tle innych. Rodzaj oferty, jaką wybierzemy, dużo mówi o nas samych i definiuje nas jako turystów. Typologie turystycznych doświadczeń są rozmaite. Wielu badaczy próbuje usystematyzować nieco to obszerne zagadnienie, proponując pogrupowanie różnych praktyk w zależności od motywów, oczekiwań i wyboru turystów. Jednego z najchętniej chyba cytowanych podziału turystów dokonał Erik Cohen. Zaproponował cztery typy turystów i turystyki, według ich gotowości do wyjścia poza własny świat [Cohen 1972, s. 164-189]. Większość analizowanych przeze mnie ofert, jako iż obejmują swym zasięgiem zorganizowane wyjazdy zbiorowe i pakiety podróźnicze wpisywać się będą w pierwszy typ – zorganizowany turysta masowy. Turyści są tu w trybie ochronnym, pod kloszem sztucznego, podobnego domowemu środowisku; mogą czuć się

bezpiecznie i kultywować swoje przyzwyczajenia. Nie odczuwają dyskomfortu psychicznego, bowiem „szok kulturowy” jest kontrolowany. Dalej Cohen wyróżnia indywidualnych turystów masowych, którzy podróżując na własną rękę wynoszą znacznie więcej doświadczeń, ale mają one charakter raczej zrutynizowany. Turystę eksploratora, który nie zadowala się powszechną formułą i zamiast zorganizowanej sieci usług, woli oglądać świat przez własne „soczewki” (choć nie odrzuca usług całkowicie). Natomiast turysta „dryfujący” chce w pełni i na własną rękę doznać „obcości” i pozostaje zupełnie poza konwencjonalnymi formami turystyki.

Zacznę zatem od tej pierwszej formy turystyki, którą Cohen nazywa konwencjonalną zorganizowaną. W ten rodzaj podróży, w moim odczuciu, wpisują się wszelkie wyjazdy zorganizowane, proponowane przez biura turystyczne, a „spotkanie z Innym” jest tylko jedną z wielu atrakcji realizowanych w ramach wycieczek fakultatywnych. Jednocześnie chcę podkreślić, że klasyfikacji zaproponowanej przez Cohena nie zapożyczam w sposób dosłowny – moje spostrzeżenia nie dotyczą postawy turystów, ale reprezentacji stworzonych w ramach marketingu turystycznego. Właśnie ze względu na ten cel badawczy, przyjąłam perspektywę odczytywania ofert, jako „tekstów kultury”, które nie niosą za sobą neutralnego przekazu, nie odzwierciedlają rzeczywistości, ale narzucają jej obrazy.

„Odyseo” jest jednym z pierwszych turystycznych portali sprzedających wycieczki przez Internet. Wybierając ich ofertę możemy pojechać niemal do każdego miejsca na globie. Na ich stronie możemy znaleźć wymarzony cel podróży według przypisanych kategorii: dla singli, par, rodzin, luksusowe, imprezowe, egzotyka itd. Sami o sobie piszą: „Naszą misją jest spełnianie podróżniczych marzeń Klientów”. „Odyseo”, które pragnie abyśmy poznawali świat razem z nim, w swojej długiej liście fakultatywnych wycieczek proponuje jedną z poniższych.

„Ta wspaniała podróż pełna jest fascynujących krajobrazów łańcuchów górskich Anty-Atlasu sięgających 2500 m n.p.m. Trasa przebiega przez wiele małych wiosek porzrzucanych pośród skał. W Tafraout przewidziany jest lunch w tradycyjnym marokańskim stylu. Droga powrotna do Agadiru wiedzie przez miasto Tiznit, znane z wyrobu srebrnej biżuterii charakterystycznej dla kultury Berberów. Wycieczka stanowi wyjątkową okazję, by z bliska **przyrzyć się** codziennemu życiu społeczności zamieszkujących dzikie i majestatyczne góry. Dzięki położeniu na uboczu, te trudno dostępne tereny zachowały swe wielowiekowe tradycje” [Odyseo 2014].

Na stronie innego biura – JuvitTravel - które jest pośrednikiem, zajmującym się sprzedażą wycieczek „rzetelnych i tylko sprawdzonych touroperatorów”, i tym razem zaprasza nas do Tunezji, czytamy:

„W programie przewidziano zwiedzanie: Matmata – zwiedzanie troglodytów

(podziemnych jaskiń zamieszkałych przez Berberów – rdzennych mieszkańców Tunezji). Górską wioska Tamezret zamieszkała przez Berberów (przerwa na fotografowanie). Douz – brama Sahary – typowa oaza pustynna. Fakultatywnie – przejażdżka na wielbłądach. Lunch. Przejazd przez Chott El Jerid – największe wyschnięte słone jezioro Afryki” [Juidtravel 2014].

Obie te oferty wydają się być jedynie standardowym opisem większości wycieczek objazdowych, jednak kryje się za nimi szereg rozmaitych komunikatów. Zarówno w jednym, jak i w drugim przypadku, „etniczność”<sup>7</sup> staje się malowniczym elementem krajobrazu wtopionym w fascynujące łańcuchy górskie Anty-Atlasu, niejako przy okazji. Turyści podróżują klimatyzowanymi autokarami, od czasu do czasu zatrzymując się przy „widokach” – miejscach wg MacCannellowskiej logiki, wartych zobaczenia ze względu na przypisane im oznaczniki. W drugiej ofercie pojawia się także problem autentyczności, kiedy jednym z elementów wycieczki staje się „zwiedzanie troglodytów – podziemnych jaskiń zamieszkałych przez Berberów”. Ten opis kulturowego miejsca, jest informacją nieprawdziwą, wprowadzającą uczestników wycieczki w fałszywe przekonanie, że istnieje coś takiego jak „troglodyty”.

Rozważania na temat autentyczności w kontekście turystyki podejmowane były przez wielu badaczy [zob. np. MacCannell 1976; Wieczorkiewicz 2008; Kazimierzak 2009]. Istotne rozróżnienie w tej kwestii, które może być pomocne w uniknięciu esencjalizacji kategorii „autentyczności” wprowadził T. Selwyn, przedstawiając koncepcję „autentyczności zimnej i gorącej” [Selwyn 1996]. Pierwsza odnosi się do zestawu wiarygodnych informacji „opisujących przyrodnicze, geograficzne, społeczne i kulturowe oblicze danego obszaru” [Wieczorkiewicz 2008, s. 41], druga natomiast wiąże się z subiektywnymi oczekiwaniami i motywacjami – jest zatem doświadczeniem podmiotu, powstającym z indywidualnych wyobrażeń. Powyższą ofertę, możemy zatem rozpatrywać w optyce „autentyczności zimnej”, poddając weryfikacji wiarygodność informacji.

„Przerwa na fotografowanie” – to jeden z obowiązkowych rytuałów współczesnych podróży. Niektórzy badacze uważają, że fotografowanie to zawłaszczenie dystansu, a turystów nie interesuje życie rzeczywiste, codzienne (chyba, że jest ono zaklasyfikowane jako »malownicze«), zamiast tego podążają przez świat ukazywany przez przewodnika – „kolekcjonując” kolejne „widoki”. Jak pół wieku temu stwierdził Edgar Morin, a jego myśl jest wciąż aktualna: „widzi się po to, żeby wspominać, a fotografuje po to, żeby zobaczyć obraz swoich wspomnień” [Morin 1965, s. 69]. Co więcej, robienie zdjęć wiąże się bezpośrednio z uprzywilejowaniem zmysłu wzroku we współczesnych praktykach turystycznych. Podróżując przez „fantastyczne krajobrazy łańcuchów górskich Anty-Atlasu

<sup>7</sup> „Etniczność” jest tu jedynie umownym pojęciem, a nie kategorią opisującą rzeczywistość.

p r z y g l ą d a m y się życiu codziennemu społeczności zamieszkującej dzikie i majestatyczne góry”. Także i to zdanie wiele nam mówi o sposobie projektowania charakteru „spotkania” z lokalną ludnością. Turysta jest tutaj w trybie rekreacji [Cohen 1979] zakłada się, że nie będzie wnikał w odwiedzone świąty. Zaangażowanie tylko jednego zmysłu w proces poznania, z góry zakłada jego niedoskonałość, a dominujący zmysł wzroku może stać na drodze do prawdziwego doświadczenia i pełnego zanurzenia się w lokalnej kulturze

„Etniczność jako element krajobrazu”, gdzieś między wierszami to najczęstszy motyw pojawiający się w turystyce konwencjonalnej zorganizowanej do krajów Północnej Afryki – potwierdzają to nie tylko opisy, ale i zdjęcia ilustrujące „wymarzone” wakacje. Rzadko spojrzenie turysty napotyka ludzi „z innych światów”. Pojawiają się zaś rozległe pustynie, górskie krajobrazy, wielkie zabytki budownictwa fortyfikacyjnego, wąskie uliczki miast, bogate w najrozmaitsze kolory bazyliki z orientalnymi przyprawami, wielbłądy na tle zachodzącego słońca pustyni (same) – wszystkie te przedstawienia są zupełnie wyludnione. Czasem zdjęcie przedstawia jakiegoś wylegującego się na hamaku wycieczkowicza, z rękoma splecionymi pod głową, wpatrującego się w błękit morza, czy przemierzającego wydmy pustyni na grzbiecie wielbłąda. Ujęcie jednak zrobione jest tak, żebyśmy myśleli, że jest on jedynym uczestnikiem beztroskiego wypoczynku. Te reprezentacje prowadzą do wyobcowania miejsc z ich naturalnego kontekstu. Elementy turystycznego marketingu: pocztówki, filmy, broszury reklamowe – pod pozorem dokumentacji – teatralizują i estetyzują przedstawianą rzeczywistość.

Na około 100 przejranych przeze mnie zdjęć – oznaczników turystycznego świata, oferujących podróże do Maroka odnalazłam trzy, które przedstawiają wizerunek lokalnych mieszkańców: na jednym mężczyźni prowadzącego „karawanę” siedmiu wielbłądów, z turystami na grzbiecie („złapanego” tak, jakby niemal wychodził z kadru zdjęcia); na drugim – wędrownych aktorów (z dopiskiem „kuglarze”), ubranych w wielobarwne stroje, z wysokimi kapeluszami na głowie; trzecie zaś ukazuje kobietę – zdjęcie wykadrowane jest tak, że widzimy jej oczy wpatrujące się w obiektyw aparatu, reszta twarzy na tle pustynnego krajobrazu ukryta jest pod zasłoną. W takich ujęciach lokalni mieszkańcy stają się „pieczętką” rozpoznawalnej egzotyki, zaznaczają swym wizerunkiem, że podróż odbywa się do miejsc rzadko odwiedzanych.

„Etniczność jako retoryka” to kolejna po „etniczności jako element krajobrazu” z zaobserwowanych przeze mnie tendencji tworzenia turystycznej kreacji. Oferty biur podróży, choć odwołują się do powszechnie przyjętego egzotyzmu społeczności lokalnej, nie przewidują w swym programie wycieczki żadnych elementów (lub w bardzo małym stopniu), które zakładałyby w pośredni (jak chociażby „przyglądanie się”), jak i bezpośredni sposób kontakt z „gospodarzami”. Na stronie internetowej biura podróży Itaka,

możemy znaleźć ofertę pod enigmatyczną nazwą: „Rabat na Berbera”. Na próżno szukać w tej trwającej osiem dni wyprawie jakiegokolwiek wzmianki o tym, coż mógłby oznaczać ów „Rabat na Berbera”, na próżno szukać w opisie jakiegos elementu wskazującego na „spotkanie z owym Berberem”:

Możemy natomiast zobaczyć na zdjęciu poniżej (stanowiącym ilustrację opisu – dla unaocznienia), jak ów Berber mógłby wyglądać.



Ryc. 2. „Rabat na Berbera”

Fig. 2. „Discount on Berber“

**Źródło/Source:** <http://www.itaka.pl/wycieczki/maroko/rabat-na-berbera,AGAKROL.html>.

Problematyczność takich wizerunków, jak mierniam, nie leży w samej wątpliwości co do ich prawdziwości czy autentyczności. W końcu z kadru zdjęcia spogląda na nas człowiek z krwi i kości. Być może stoi on na tle sklepu z lokalnymi wyrobami, jest rzemieślnikiem, być może pracownikiem czy właścicielem lokalnej galerii. Może też stać w drzwiach restauracji czy kawiarni o ciekawym, nawiązującym do korzeni Maroka wnętrzu. Problem pojawia się natomiast wtedy, gdy wizerunek, zostaje wyposażony w oznacznik „Rabat na Berbera”. Wizerunek mężczyzny staje się wtedy przedstawieniem całej społeczności berberyjskiej, a „Berberowie” zaczynają funkcjonować w zbiorowej świadomości, jako ciemnoskórzy mężczyźni, ubrani w niebieskie szaty z turbanami na głowie. Zdjęcie nie przedstawia wtedy człowieka, a jedynie pewną stylizację dla uatrakcyjnienia oferty, uwydatnienia egzotyki.



Przedstawienia te nie uwzględniają też lokalnego kontekstu: zróżnicowania społeczności berberyjskiej, procesów urbanizacji, które wpłynęły na załamanie się tradycyjnej struktury plemiennej, a co za tym idzie zmiany dotychczasowego trybu życia, wreszcie rozmaitych statusów wewnątrz samej grupy i wielu innych czynników, które wyraźnie wskazują, że nie mamy do czynienia z homogeniczną grupą, w której każdy wygląda tak jak na powyższej ilustracji. Potęgą takich wizerunków, jest ogromna i niebezpieczna zarazem. Jak zauważa Michał Buchowski: „to co piszemy, nie tylko opisuje, ale również współtworzy ludzi i miejsca, w których oni żyją” [Buchowski 2008, s. 98-107]. J. Alberts, zajmując się badaniami dotyczącymi fotografii turystycznej, wyróżnia trzy główne formotwórcze procesy tworzenia przedstawień, kopii i aranżacji na turystyczny użytek: homogenizacja, dekontekstualizacja i mistyfikacja [Alberts 1988]. Poniżej pokrótce omawiam każdy z nich, gdyż potwierdzają na poziomie dyskursywnym to, co niejako intuicyjnie udało mi się zauważyć w powyższym przedstawieniu.

**Homogenizacja** polega na wykorzystaniu charakterystycznych cech jednej z zamieszkujących dany region społeczności, która ze względu na swój najbardziej „malowniczy” i „archaiczny” charakter staje się „wizytówką” kulturowej całości. W tym celu aranżuje się specjalne miejsca, w których możemy podziwiać elementy owej „egzotyki” – obrzędy, tańce, pieśni, prace rzemieślników. Zaś te komponenty, które mogłyby zaburzyć ten „idylliczny” obraz, zostają usunięte. Fotografia przedstawia świat, z którego usunięto wszelkie, wywołujące nieprzyjemne skojarzenia „mankamenty” (brud, głód, biedę czy cierpienie). **Dekontekstualizacja** opisuje proces wypreparowania poszczególnych elementów z ich historycznego kontekstu. Na potrzeby tworzenia turystycznych przedstawień, historia zostaje uogólniona i przez to abstrakcyjna, artykułuje się ją w języku dziedzictwa i tradycji, nie zważając na żywotne odniesienia historyczne. Prowadzi to między innymi do tego, że daną kulturę zaczynamy postrzegać nie przez pryzmat należących do niej ludzi, ale wytwarzanych przez nich ubiorów, strojów, przedmiotów i obyczajów. Na mocy dekontekstualizacji tworzy się przedstawienia wzorcowe (pocztówki, obrazy, broszury turystyczne), w których miejsce „człowiek z twarzą i imieniem” zastępuje typowy wizerunek plemiennego wodza, pustynnego koczownika czy tancerki „hula”. **Mistyfikacja** zaś jest konsekwencją dwóch powyższych formotwórczych procesów – lokalne światy istnieją jako „wyobrażone”, dalekie od realiów rzeczywistości.

Kolejną tendencją, która ujawnia się na płaszczyźnie spotkań „goście – gospodarze” (a dokładniej reprezentacji tworzonych przez biura podróży) nazwałabym „etnicznością jako dodatek”. Tutaj zakłada się bezpośrednią interakcję z lokalną ludnością. Berberowie stają się przewodnikami, możemy wybrać się na wizytę do jednej z berberyjskich wiosek, wziąć udział w wieczornym pokazie folklorystycznym, a nawet dotrzeć do jednej z oaz na pustyni, by spędzić noc pośród gwieździstej scenerii w jednym z berberyj-

skich namiotów. Wreszcie, jesteśmy instruowani o obowiązkowym zakupie pamiątek na lokalnym targu (*suk*). Dlaczego zatem owo spotkanie z lokalną społecznością jest tylko dodatkiem? Najczęściej pojawia się jako alternatywa, czy ciekawy akcent, dodany do całego turnusu zwiedzania zabytków architektonicznych, gajów oliwnych, miast, ruin. Czasem biuro podróży oferuje taki rodzaj „atrakcji” jako jedną ze swoich wycieczek fakultatywnych, której czas wynosi od 2 godzin do 1 czy 2 dni. Jest więc to okazja do dostarczenia sobie dodatkowych przeżyć, ucieczki od zatłoczonych miast albo przystanek w czasie podróży do kolejnego celu na mapie atrakcji. Zobaczmy zatem jedną z takich ofert.

„Dzień 6. Wczesnie rano ruszamy do Merzougi (Erg Chebbi), po drodze zatrzymujemy się w pobliżu Azrou na spacer wśród cedrów, późnym po południem jesteśmy na miejscu, po obiedzie przygotowujemy się do wyprawy na wielbłądach na „pustynię”, nocujemy tam w berberyjskich jurtach i po kolacji przygotowanej przez przewodnika na ognisku idziemy spać (fakultatywnie, do wyboru także opcja krótszej przejażdżki na pustynię i spanie w miasteczku w hotelu).

Dzień 7. Nasz opiekun budzi nas na wschód słońca, podziwiamy, potem możemy jeszcze się zdrzemnąć, a przewodnik robi śniadanie. Po śniadaniu zwijamy obóz i wracamy na wielbłądach do cywilizacji” [Gaudeamus 2014].

Wyraźnie zaznacza się tutaj, że kontakt z miejscową ludnością, został zaplanowany jako przystanek w dalszej podróży. Osoba gospodarza ogranicza się do roli przewodnika, który przygotowuje kolację i śniadanie, może osiodłać wielbłąda (choć i to nie jest tu wyrażone, dlatego odnosiśmy wrażenie, jakbyśmy to my sami kontrolowali przebieg trasy), w końcu jest oznaczniakiem miejsca noclegu. W dodatku, noclegu w „berberyjskich jurtach”! Ponownie mamy tu do czynienia z problemem „autentyczności zimnej”: być może ci nieco bardziej wytrawni podróżnicy, którzy prawdziwie zainteresowani są różnorodnością kulturową współczesnego świata, odczytują tę daleko idącą mistyfikację i dekontekstualizację [Alberts 1988], mając świadomość, że jurty rzeczywiście są domem i schronieniem o bardzo bogatej symbolice, ale występują na zupełnie innych obszarach kulturowych<sup>8</sup>.

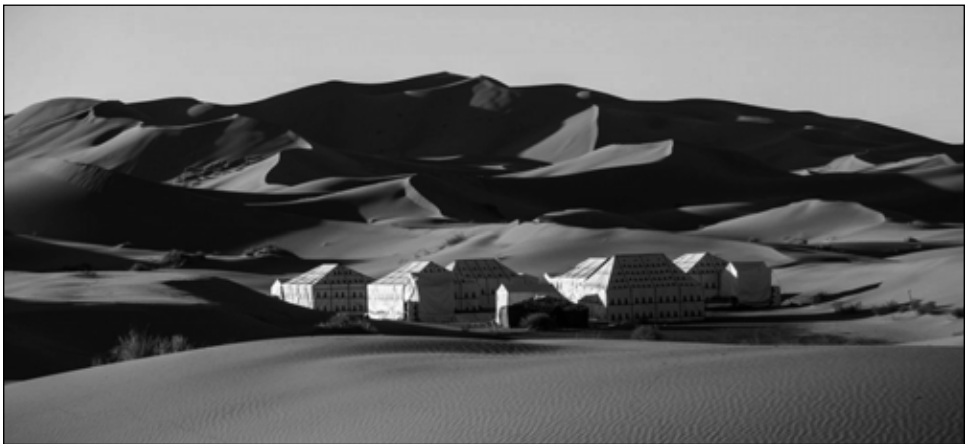
Po tej niewątpliwie obfitej w nowe doświadczenia, dostarczającej wielu emocji wycieczce, turyści mogą wrócić na wielbłądach do „cywilizacji”. Zważywszy na to, że nie każdy może być na tyle odważny, by zdecydować się na nocleg pośrodku pustyni, organizator zaznacza, że istnieje możliwość krót-

---

<sup>8</sup> Jurty (z języka tureckiego), tradycyjnie domy społeczności prowadzących koczowniczy tryb życia na obszarach od Morza Kaspijskiego po Altaj. Na stepach Mongolii (od Altaju Zachodniego po Wielki Chinghan) domy te nazywają się *ger*: O bogatej symbolice jurty pisał m.in. Jerzy Sławomir Wasilewski, który w latach 1974-1975 prowadził badania terenowe wśród Chałchasów, Chotgojców, Darchatów i Torgutów [Wasilewski 1977].

szej wyprawy, a turysta będzie mógł znowu znaleźć się w dobrze znanych i oswojonych strukturach. Alma Gottlieb w artykule poświęconym amerykańskim wakacjom wspomina o dwóch formułach organizowania wypoczynku – królewskiej i wieśniaczej [Gottlieb 1982, s. 165-187]. Czasem można przechodzić od jednego do drugiego wzorca. W ciągu dnia turyści próbują wmieścić się w tłum na bazarze, przyjmują poczęstunki, noce zaś spędzają w luksusowych hotelach. Natomiast ci stale zaznaczający dystans dzielący ich od lokalnych sprzedawców, kelnerów i spotykanych na ulicach przechodniów, mogą ulec w nocy pauperyzacji i udawać się do tanich hotelików pozabawionych wszelkich wygód.

Owa dwoistość zaznacza się także w reklamowych projektach, gdzie na samotnej „dzikiej” wyspie czy w samym „sercu pustyni” możemy odnaleźć komfort i wygodę. Taki przypadek ilustruje kolejny rodzaj oferty, którą znalazłam na jednej ze stron zagranicznego biura podróży – „Authentic Morocco”. Warto poświęcić jej nieco więcej uwagi. Organizatorzy wiele wysiłku włożyli w to, by ich produkt, zdecydowanie wyróżniał się na tle innych. Turyści mogą poczuć się, jakby byli „na krańcu świata”, pośród niczego, w samym epicentrum natury i nie musi się to odbywać kosztem komfortu i wygody. „Luksusowe wycieczki po pustyni” („Luxury desert tours”) odznaczają się najwyższymi standardami. Zapewniają nie tylko opiekę berberyjskiego przewodnika, przejazd samochodem prawie do samego kompleksu, gdzie w zależności od preferencji można wybrać: b e z p i e c z n y krótki spacer przez piaski pustyni albo przejechać na grzbiecie wielbłąda z berberyjskim przewodnikiem. Zobaczmy zatem, jak wygląda ten „raj” pośród „głuszy”, który przedstawia ilustracja poniżej.



**Ryc. 3.** „Authentic Morocco”

**Fig. 3.** „Authentic Morocco”

**Źródło/Skurse:** <http://authentic-journeys-morocco.com/luxury-desert-camp-in-erg-chebbi>.

Sami organizatorzy tak opisują swoją oazę:

„Nasz luksusowy obóz, ulokowany jest między niewielkimi wydymami, na piaszczystym morzu. Można do niego dotrzeć samochodem (4x4) albo wybierając przejażdżkę wielbłądem. Ten pełen uroku i czaru kompleks, to kemping w najlepszym wydaniu (glamping). Posiada cztery apartamenty wyposażone we wszystko, czego potrzebujesz, by rozkoszować się w pełni romantyczną nocą pod gołym niebem: łóżko z baldachimem, z najwyższej jakości materacem, pościel, koc, dywaniki i wodę. (...) Wstań wczesnym rankiem, by wspiąć się na wydmy i podziwiać przepiękny wschód słońca, w pustynnej scenerii. Dołącz do nas kolejnego dnia, by zafundować sobie dzień relaksu, spacer po pustyni” [Authentic Marocco 2014]<sup>9</sup>.

Organizatorzy owej „oazy” wychodzą naprzeciw nawet najbardziej wybrednym wojażerom. Obraz kompleksu, dopełniony szczegółowym opisem, pobudza wyobraźnię. Romantyczna noc pod gołym niebem, blask gwiazd, płomienie świec, wschód słońca na tle morza piasku, dzień relaksu – oto znaleźliśmy się w królestwie, w którym pieszczone są wszystkie nasze zmysły. „Twojej wygody i komfortu”, „Wstań”, „Posłuchaj” „Dołącz”, ta indywidualizowana forma narracji, intymność i kameralność sytuacji oraz osobisty charakter doświadczenia to niezwykle istotne cechy turystycznego świata. Pytanie tylko, czy to turystyczny przemysł, dostarczając nam coraz bardziej wyszukanych rozrywek generuje owe potrzeby, czy jest jedynie na nie odpowiedzią? I co w tym wszystkim jest „autentyczne”? Nasze chwilowe doświadczenie niekontrolowanego strumienia przyjemności, mikroświaty, jakie odwiedzamy, miejsce, kultura? Cytowane wyżej biuro proponuje poznanie „autentycznego Maroka”. Czy możemy doświadczyć innej kultury, pozostając w zamkniętej przestrzeni, istnej enklawie zachodniej konsumpcji? Nie będąc współuczestnikami lokalnych światów, do jakich przyjeżdżamy, zanurzając się jedynie w rekwizyty wakacyjnej zabawy, jakich dostarcza nam się w ramach turystycznego *sensorium*? Na koniec tej części artykułu chciałabym przedstawić jeszcze jedną ofertę lokalnego biura podróży, które proponuje nieco inny sposób poznania kultury gospodarzy. Podróżników wybierających „Berber Travel Adventure”, wpisałabym w Cohenowski typ „masowych turystów indywidualnych”, a jeszcze bardziej „turystów eksploratorów”. Są oni bowiem gotowi wyjść poza własny świat i dobrze znane struktury, porzucić pogoń za „widokami” i wybrać się na spotkanie z kulturą – kulturą, za którą stoi człowiek.

„Nasze wyprawy są inne. Po pierwsze i przede wszystkim, chodzi w nich zawsze o poznanie ludzi, kultury i życia społeczności berberyjskich zamieszkujących górskie wsie. Chcemy, żeby po tym doświadczeniu, pozostały ci nie tylko zdjęcia, ale historie i wspomnienia tego osobistego spotkania z osobami, które

<sup>9</sup> Cytat z oryginału angielskiego, podany w tłumaczeniu autorki.

spotkasz w trakcie swojego pobytu z nami, na wzgórzach Wysokiego Atlasu. Zaraz po tym, jak dotrzesz do Amizmiz, początkowego punktu naszej wyprawy, będziemy podróżować w sposób, w jaki przemieszczają się mieszkańcy wioski: pieszo, albo dla tych, którzy tego wymagają (ze względów zdrowotnych) na osiołku. Stwarza to okazję, do rozmowy z przewodnikiem, który zrobi wszystko co w jego mocy, by mieć pewność, że opuszczasz wioskę, prawdziwie rozumiejąc życie lokalne mieszkańców. (...) Po przejściu lokalnymi ścieżkami i szlakami, wybierzemy się do berberyjskiej rodziny, na herbatę i lunch. Zjemy wspólnie obiad, a wieczorem zachęcamy Cię, żebyś obserwował, albo nawet pomagał w przygotowywaniu posiłków. Wspólne spożywanie posiłków stwarza doskonałą okazję do rozmowy, dlatego nie czuj się skrępowany angażując w nią swoich gospodarzy i przewodnika” [Berber Adventures 2014].<sup>10</sup>

Powyższa oferta w moim odczuciu, spełnia postulaty tego, co powinno charakteryzować turystykę etniczną rozumianą tutaj jako tę szczególną „strefę kontaktu”, w której centrum lokują się ludzkie światy: wyjście naprzeciw innej kulturze bez uprzedzeń, stereotypów, wyobrażonych wizerunków, których potędze poddajemy się na długo przed tym, zanim empirycznie zetkniemy się z inną kulturą. Nie tylko sam program oferty, ale także sposób, w jaki organizatorzy piszą o lokalnej społeczności, pozwala widzieć ten rodzaj turystyki jako płaszczyznę, na której spotykają się „goście” i „gospodarze”, a każda z tych stron zajmuje postawę, która winna charakteryzować dobrego gospodarza i dobrego gościa. „Berber Travel Adventures” jest lokalnym biurem w miasteczku Amizmiz, a swoje działania określa jako „turystykę zrównoważoną” – wsparcie społeczności berberyjskiej poprzez wpływy z turystyki, przy jak najmniejszych szkodach dla środowiska i kultury. Przesłanie zamieszczone na stronie Berber Travel Adventure brzmi: „Nie oglądaj jedynie widoków, spotkaj ludzi. Maroko to coś więcej niż wielbłądy i drzewka oliwne. Poznaj kulturę z perspektywy jej lokalnych mieszkańców” [Berber Adventures 2014]. W przypadku powyższej oferty zgodziłabym się z twierdzeniem Kowalczyka, że może być obietnicą „pozytywnego wpływu na życie ludności odwiedzanych przez turystów miejscowości i obszarów. Pozytywne zmiany dotyczą przede wszystkim gospodarki i tego, co można nazwać wzrostem poziomu życia, jak również ochrony materialnego i niematerialnego dziedzictwa kulturowego” [Kowalczyk 2010, s. 163-164].

## Zakończenie

Na zakończenie artykułu, należałoby odpowiedzieć na pytanie: czy turystyka etniczna (i turystyka w ogóle) to „puste miejsce spotkań” [MacCannell 1992], czy kształtowanie odpowiedzialnego turysty? Niełatwo na nie odpowiedzieć, bowiem tak postawione pytanie z góry zakłada ewolucjoni-

<sup>10</sup> Tłumaczenie autorki.

styczną jedność natury ludzkiej – zakłada, że turystyczne doświadczenie, można sprowadzić do wspólnego mianownika. Jak słusznie zauważa J. Urry: „Nie ma jednego wzorcowego doświadczenia turystycznego. Sposób patrzenia na świat zależy od społeczeństwa, grupy społecznej i epoki historycznej. Spojrzenie turysty definiuje różnica” [Urry 2007, s. 14]. Różne są światy, kultury i ludzie. Jedni będą w stanie zostawić swoje „ego” za sobą i wyjść na spotkanie z „drugim człowiekiem”, które wcale nie musi być puste, może natomiast wzbogacić metafizycznie obie strony. Inni pozostaną przy kolekcjonowaniu rekwizytów wakacyjnej przygody, zadowolając się „pseudowydawzeniami” [Boorstin 1964], pauperyzując za dnia, pławiąc w luksusach nocą, albo odwrotnie. Być może, wybiorą właśnie taką drogę, nie mając świadomości globalnych współzależności i ich skutków, a może po prostu, dlatego, że los Innych ich zwyczajnie nie interesuje i dalej wolą pozostawać mentalnie w kolonialnym dyskursie.

W tym miejscu niezwykle istotna jest głębsza autorefleksja, nie tylko na poziomie codziennych praktyk społecznych, ale także w naukach społecznych. Jak zauważa Chris Ryan, turystyka w ostatnim czasie zaczyna być postrzegana nie przez pryzmat kreowania i podtrzymywania stereotypów o społecznościach marginalizowanych, ale aspiracji i dążeń tych społeczności do sprawiedliwości ekonomicznej i politycznej jako przestrzeni dialogu pomiędzy i poprzez różnorodne sposoby pojmowania świata [Ryan 2005]. Obietnicą międzykulturowego porozumienia jest przeniesienie ciężaru polemiki z dyskursu różnic na dyskurs tożsamości, opisując i badając społeczne światy, w kontekście ich globalnego współdziałania, wreszcie traktując „gospodarzy” nie jak „obiekty” czy „turystyczne atrakcje”, ale aktywnych uczestników. Należy zadać pytanie o to, w jaki sposób oni doświadczają turystykę. Jak pisze Rabinow „Musimy zantropologizować zachód. Pokazać, jak egzotyczne jest jego konstruowanie rzeczywistości” [Rabinow 1999], co starałam się ukazać w tym artykule. Na koniec pozwolę sobie zacytować jeszcze jedną doniosłą myśl, która mogłaby posłużyć za *credo* współczesnych spotkań „gospodarze-goście”: „Obcość nie jest tylko u obcego, ale nawet przede wszystkim w tym, co własne. (...) Warunkiem poznania obcego jest sproblematyzowanie własnej oczywistości, które pozwala na odnalezienie we własnym tego, co zostało poruszone przez obcość drugiego” [Tokarska-Bakir 1992, s. 12].

## Bibliografia

- Alberts J. (1988), *Travel photography. A methodological approach*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 15, s. 154-160.
- Barthes R. (1967), *Przyjemność tekstu*, Warszawa, Wydawnictwo KR.
- Buchowski M. (2008), *Widmo orientalizmu w Europie. Od egzotycznego Innego do napiętnowanego swojego*, „Recykling Idei”, Vol. 10, s. 98-107.

- Buczowska K. (2008), *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Wyd. AWF, Poznań.
- Burns G. L. (1999), *Anthropology and Tourism: Past Contributions and Future Theoretical Challenges*, „Anthropological Forum: A Journal of Social Anthropology and Comparative Sociology”, Vol. 15(1), s. 5-22.
- Cohen E. (1972), *Towards a sociology of international tourism*, „Social Research”, Vol. 39, s. 164-189.
- Domańska I. (2005), *Antropologia literatury – project interdyscyplinarny czy transdyscyplinarny?*, „Przegląd Kulturoznawczy”, t. 1 (9), s. 55-64.
- Gandhi L. (2008), *Teoria postkolonialna: wprowadzenie krytyczne*, Wyd. Poznańskie, Poznań.
- Gomuła A., Rygielska M. (2014), *Tekst kultury jako narzędzie badawcze*, [w:] B. Płonka-Syroka, M. Dąsał (red.), *Źródło historyczne jako tekst kultury*, Wrocław 2014, s. 231-244.
- Gottlieb A. (1982), *Americans' vacations*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 9, s. 165-187.
- Jafari J. (2000), *Encyclopedia of tourism*, London, Routledge.
- Joseph C., Kavoori A. (2000), *Mediated resistance: Tourism and the host community*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 28(4), s. 998-1009.
- Kazimierzczak M. (2009), *W poszukiwaniu autentyczności turystyki kulturowej*, [w:] Z. Krawczyk, E. Lewandowska-Tarasiuk, J.W. Sienkiewicz (red.) *Człowiek w podróży*, Warszawa, Almamer, s. 41-58.
- Komorowski Z. (1989), *Kultury Maghrebu. Dzieje i grupy etniczne*, Warszawa.
- Kotula T. (1996), *Libijczycy – autochtoniczna ludność Afryki Północnej, Fenicjanie, Kartagina*, [w:] M. Tymowski (red.), *Historia Afryki do początku XIX wieku*, Wrocław 1996, s. 234 -240.
- Kowalczyk A. (2010), *Kulturowe aspekty turystyki zrównoważonej. Turystyka kulturowa jako integralna część turystyki zrównoważonej*, [w:] *Turystyka zrównoważona*, Warszawa, s. 162-164.
- Loomba A. (2011), *Kolonializm/Postkolonializm*, Wyd. Poznańskie, Poznań.
- MacCannell D. (1992), *Empty meeting grounds*, London and New York, Routledge.
- MacCannell D. (2002), *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawa, MUZA.
- Morin E. (1965) *Duch czasu*, Warszawa.
- Posern-Zieliński A., red. (2000), *Wielka Encyklopedia Geografii Świata, t. XVIII: Świat grup etnicznych*, Poznań, s. 286-290.
- Pratt M. L. (2011), *Imperialne spojrzenie. Pisarstwo podróżnicze a transkulturowanie*, Kraków.
- Ryan Ch. (2005), *Indigenous Tourism: The Commodification and Management of Culture*, New Zealand.

- Selwyn T., red. (1996), *The Tourist Image. Myths and Myth Making in Tourism*, Chichester, Wiley & Sons.
- Smith V.L. (1997) *The four Hs of tribal tourism: Acoma – a Pueblo Case Study*, [w] C. Coope, (red.) *Tourism development: environmental and community issues*, Chichester, New York, Wienhiem, Brisbane, Singapur, Toronto, Wiley & Sons, s. 141-152.
- Smith V.L., Brent M. (2001), *Host and quest revisited: Tourism issues of the 21<sup>st</sup> century*, New York, Cognizant Communication Co.
- Smith V.L. (1977), *Hosts and guests: The anthropology of tourism*, Philadelphia, Univ. of Pennsylvania Press.
- Stoff A. (1997), *Egzotyka, egzotyzm, egzotyczność. Próba rozgraniczenia pojęć*, [w:] tegoż, *Studia z teorii literatury i poetyki historycznej*, Lublin, Wyd. KUL.
- Tokarska-Bakir J. (1992), *Hermeneutyka gadamerowska w etnograficznym badaniu obcości*, „Polska Sztuka Ludowa. Konteksty”, t. 46, s. 3-17.
- Urry J. (2007), *Spojrzenie turysty*, Wyd. PWN, Warszawa.
- Weaver E. (2001), *Ecotourism*, Melbourne, Wiley & Sons.
- Wieczorkiewicz A. (2008), *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*, Kraków, Universitas.
- Wood E.R. (1984), *Ethnic tourism: the state and cultural changes in South-east Asia*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 11(3), s. 353-374.

### Źródła internetowe

- Authentic Morocco, <http://authentic-journeys-morocco.com/luxury-desert-camp-in-erg-chebbi>, [27.10.2014]
- Berber Adventures Journey, <http://berberadventures.com/excursions.htm> [27.10.2014]
- JuvidTravel, <http://www.juvidtravel.pl/tunezja-djerba/> [27.10.2014]
- Odyseo, <http://odyseo.pl/maroko-wycieczki-fakultatywne,1,110.html>, [27.10.2014]
- Rainbow Tours, <http://www.rainbowtours.pl/maroko-magiczne-poludnie/zakwaterowanie-mrp/20150828> [27.10.2014]



## ‘SUPPER WITH BERBER’ – HOSTS AND GUESTS IN THE VIEW OF ETHNIC TOURISM. ANTHROPOLOGICAL ANALYSIS OF THE TRAVEL AGENCIES’ OFFERS

### Abstract

**Purpose.** Interpretative insight on contemporary tourist marketing in the context of ethnic tourism on the case study of the Berbers.

**Method.** Analyzing offers of both Polish and foreign travel agencies the author focus on the role and place of host and guest in tourist universe.

**Findings.** An analysis of internet tourist offers for „potential clients”, showed some tendencies in the ways of describing and presenting local worlds, projecting of the hosts-guests relationships. These tendencies are called: *ethnicity as rhetoric, ethnicity as the element of landscape, ethnicity as an addition, ethnicity as an encounter.*

**Research and conclusions limitations.** The research findings are a kind of anthropological insight on the basis of the case study and do not form any theory or holistic description of the tourist universum. Conclusions are formulated in the light of postmodern paradigm.

**Practical implications.** The anthropological reflection on ethnic tourism in the context of the Berber can lead to critical view on dominating social institutions, not only describing the contemporariness but also influencing its character.

**Research originality.** Ethnic tourism in the context of the Berbers was not examined in the humanities in Poland.

**Type of paper.** A case study.

**Key words:** ethnicity, authenticity, tradition, ethnic tourism, tourism marketing.

## TURYSTYKA SZOKU – MIĘDZY SENSACJĄ A EMPATJĄ. 9/11 STUDIUM PRZYPADKU

*Anna Duda\**

### Abstrakt

**Cel.** Głównym celem artykułu będzie próba definicji turystyki szoku jako jednej z gałęzi wpisujących się w zjawisko *dark tourism*. Po raz pierwszy fenomen spontanicznych podróży do miejsc pokatastrofalnych z antropologicznego punktu widzenia opisał Chris Rojek w 1993 r. Posłużył się on wówczas pojęciem podróży *black spots*, będących reakcją człowieka na przekazywane przez media wiadomości „z ostatniej chwili” (*spotlights*). Na gruncie polskich badań z zakresu antropologii turystyki dostrzegany jest zarówno brak tłumaczenia samego terminu, jak i wyraźnych nawiązań do podróży, których bezpośrednim stymulatorem są środki masowego przekazu. Zaproponowana definicja turystyki szoku nie zostanie ukazana jedynie jako swego rodzaju turystyka sensacji. Zwiedzający przez swą obecność wpływają bowiem nie tylko na kształt powstających Miejsc Pamięci, lecz przede wszystkim biorą czynny udział w budowaniu pamięci wokół tragicznych wydarzeń. Przykład nowojorskiej Strefy Zero ukaże, jak bardzo na przestrzeni lat zmieniła się nie tylko przestrzeń pokatastrofalna, ale także jej symboliczny wymiar. Tym samym narracja Narodowego Muzeum 11 Września, Miejsca Pamięci oraz działalność organizacji non profit 9/11 Tribute Center przyczyniają się do zmiany turystycznego spojrzenia na „miejsca szoku” z *lieux de l’imagination* na *lieux de mémoire*.

**Metoda.** Badania terenowe oparte głównie na obserwacji uczestniczącej (analiza narracji 9/11 Muzeum i Miejsca Pamięci, obserwacja zachowań turystów i przewodników, uczestnictwo w spotkaniach ze świadkami ataku na *World Trade Center*, organizowanych przez *9/11 Tribute Center*).

**Wyniki.** Przez analizę narracji 9/11 Muzeum i Miejsca Pamięci, zapoznanie się z istotą działalności 9/11 Tribute Center badania stały się punktem wyjścia dalszych rozważań dotyczących roli turystów w budowaniu ponowoczesnych Miejsc Pamięci.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Ograniczony czas badań (10 dni).

**Oryginalność pracy.** Artykuł wskazuje na ponowoczesny fenomen ewolucji pokatastrofalnych miejsc w stronę *memorylands*, pojmowanych zgodnie z koncepcją Sharon Macdonald. Ujęcie tych przemian w ramy turystyki szoku odsłania nowe horyzonty i perspektywy badawcze.

**Rodzaj.** Praca teoretyczna oparta na studium przypadku 9/11.

**Słowa kluczowe:** Nowy Jork, podróże *black spots*, doświadczenie turystyczne, Miejsce Pamięci, semiotyka atrakcji turystycznych.

\* Mgr; Uniwersytet Jagielloński, Instytut Studiów Międzykulturowych; e-mail: anna.duda@doctoral.uj.edu.pl.

## Wprowadzenie

“If you wish to forget anything on the spot, make a note that this thing is to be remembered”.

Edgar Allan Poe

Wyznaczanie w ponowoczesnym świecie granic definicyjnych zjawisk nie należy do zadań prostych. Trudno bowiem opisywać rzeczywistość, którą badacze często określają za pomocą takich przymiotników, jak płynna, niejednorodna, symulakryczna [Baudrillard, 1988, Bauman, 1994]. Na gruncie antropologii turystyki nieostrość terminów jest niejako naturalną konsekwencją interdyscyplinarności samej dziedziny. Tymczasem wraz ze zmieniającą się rzeczywistością wciąż rośnie potrzeba precyzowania pojęć.

W związku z powyższą konstatacją tekst będzie próbą ujęcia zjawiska *black spots*, o którym w 1993 r. wspomniał Chris Rojek. Poruszył on wówczas w swojej rozprawie doktorskiej pt. *Ways of Escape. Modern transformations of Leisure and Travel* temat nagłych podróży do miejsc katastrofalnych oraz do miejsc powiązanych z późniejszą tragedią. Badacz jako przykłady tego zjawiska podaje m.in. śmierć Jamesa Deana w wypadku samochodowym, ale także miejsce restauracji, w której aktor zjadł ostatni posiłek [Rojek 1993, s. 313]. Mimo że Rojek w swojej rozprawie nawiązuje również do obozu zagłady w Auschwitz-Birkenau, Pól Śmierci w Kambodży czy też Westwood Memorial Park w Los Angeles, to w literaturze naukowej [Stone 2006, s. 148] przywołane przez niego *black spots* kojarzone bywają nierzadko z tzw. turystyką sensacji, traktowaną jako konsekwencja oddziaływania środków masowego przekazu. Na myśl przychodzi tu luźne skojarzenie, że telewizyjne wiadomości „z ostatniej chwili” (*spotlights*) prowokują do odbycia podróży *black spots*. Turysta-reporter, szukający atrakcji-sensacji, niewątpliwie może stanowić punkt wyjścia rozważań nad wspomnianym zjawiskiem. Wraz z początkiem nowego tysiąclecia można odnieść wrażenie, że wspomniany przez Chrisa Rojka rodzaj podróży nie tylko się zintensyfikował, lecz również przyjął inny kierunek, który niekoniecznie wpisuje się w słownikową definicję sensacji. Opierając się na studium przypadku nowojorskiej Strefy Zero postaram się dokonać próby ujęcia terminu w szersze ramy tzw. turystyki szoku. Oparta na badaniach terenowych (obserwacja uczestnicząca) analiza obecnego Muzeum i Miejsca Pamięci 11 Września pod względem infrastruktury turystycznej oraz narracji pozwoli zrozumieć tendencje współczesnego świata do tworzenia Miejsc Pamięci, nierzadko przypominających atrakcyjne parki tematyczne.

W 1996 r. Lennon i Foley na łamach specjalnego numeru czasopisma *International Journal of Heritage Studies* po raz pierwszy posłużyli się terminem *dark tourism* (mroczna turystyka). Zdefiniowali go jako ‘podróże

do miejsc związanych ze śmiercią w kontekście metafory czasów ponowoczesnych, nierozzerwalnie związanych z działaniem czynników globalizacyjnych'. W tym samym roku Seaton opisane przez Lennona i Foleya wyprawy określił terminem *thanatourism* (tanatoturystyka) [Seaton, 2009, s. 522-544]. Wyróżnił on 5 typów podróży tanatoptycznych, podkreślając ich długą historię. Mimo iż oba pojęcia: „mroczna turystyka” oraz „tanatoturystyka” stosowane są zamiennie, to jednak pierwszy z terminów ma większy zasięg i bardziej niż do historii odwołuje się do zmian zachodzących współcześnie na gruncie turystyki. Lennon i Foley – autorzy późniejszej monografii pt. *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disasters* – terminem mrocznej turystyki objęli w pewien sposób również podróże Ch. Rojka. Niezależnie od istniejącej typologii atrakcji turystycznych typu *dark* [Stone 2006, s. 145-160], warto jednak spojrzeć na *black spots* nie tyle z perspektywy miejsca, ile interesującego z antropologicznego punktu widzenia zjawiska. Tym samym, o ile atrakcje turystyczne typu *dark* często są historycznymi Miejscami Pamięci, o tyle w przypadku miejsc *black spots* można mówić w pierwszej kolejności o pewnym punkcie zwrotnym biegu wydarzeń, o momencie „oznakowania” miejsca. W nawiązaniu do opracowanego przez D. MacCannella modelu powstawania atrakcji turystycznych [MacCannell, 2002, s. 172]:

oznacznik/widok/turysta [ATRAKCJA]

na myśl nasuwa się refleksja, że w przypadku *black spots* model wyglądałby następująco:

[TRAGEDIA] oznakowanie/widok/turysta/oznacznik [ATRAKCJA].

Atrakcja powstaje w momencie, gdy miejscu lub przedmiotowi przypisuje się oznacznik. MacCannell wyodrębnia dwa ich typy: oznacznik w zasięgu wzroku oraz oznacznik poza zasięgiem wzroku [2002, s. 173]. Pierwszy to konkretna informacja o obiekcie – tablica informacyjna, drugi natomiast to wyobrażenie turysty o danym miejscu, skojarzenia z konkretnym muzeum, wieżą, statua, pomnikiem, np. Wieżą Eiffla w Paryżu lub Aleją Gwiazd w Los Angeles. Bez względu jednak na to, czy mówimy o oznaczniku „rzeczywistym”, czy jedynie o wyobrażeniowym, turystycznym znakowaniu świata to *signifié* odnosi się do *signifiant* i na odwrót [Saussure, 1961].

W przypadku „miejsc szoku” wstępne wyobrażenie turysty nie znajduje odzwierciedlenia w rzeczywistości. Mediatyzowane obrazy często nie pozostawiają przestrzeni na myślenie alternatywne o tym, jak naprawdę wygląda miejsce pokatastrofalne. Zapomina się o tym, że stacje telewizyjne ukazują wydarzenia rozgrywające się „tu i teraz”, ale „jutro i pojutrze” realia mogą już wyglądać zupełnie inaczej. Patrząc więc przez pryzmat głównie XXI w., kiedy to każda tragedia jest przez media „wystawiana na

widok publiczny”, można mówić o pewnego rodzaju stygmatyzacji miejsc oraz globalnym generowaniu nie tylko wyobrażenia (także turystycznego), ale również pamięci.

Symulakryczność świata jest jednak coraz częściej demaskowana, a wśród osób podróżujących na horyzoncie pojawia się post-turysta, reprezentujący pewien typ postawy wobec świata [Wieczorkiewicz 2012, s. 194-195] – wrażliwy, trochę ironiczny, ale przede wszystkim świadomy interpretator otaczającej rzeczywistości. Nawet jeśli jego wyobrażenie miejsca pokatastrofalnego stanowi kilka stereotypowych, ogólnie przyjętych obrazów, które „nakazały” zarejestrować media, to następuje u niego swoista chęć „odczarowania” miejsca. Jego celem jest w większym stopniu postawienie reporterskiej diagnozy niż dziennikarska pogoń za sensacją. To niejednokrotnie chęć włączenia się w dyskurs współczesnych człowiekowi zjawisk i wydarzeń, pragnienie wzięcia czynnego udziału w tworzeniu historii ludzkości. Anna Wieczorkiewicz w *Apetycie turysty*, pisząc o turystycznym projekcie świata na przykładzie filmów turystyczno-podróżniczych, podkreśla:

„Naukowy cel dodatkowo nobilituje przedsięwzięcie. Portret podróżnika-naukowca nie jest pozbawiony znamion romantyzmu. Badacze to ludzie mądrzy, wrażliwi, kierujący się w swych badaniach wielorakimi motywami. Do badań skłania ich nie tylko luka w wiedzy, ale i żyłka eksploratorska. (...) Świat pokazywany jako obszar eksploracji musi kryć pewne zagadki. Jeśli nie byłoby już niczego do odkrycia, podróże utraciłyby część swego magicznego uroku. Na szczęście tereny penetracji dają się poszerzyć. Każdy obszar można ujrzeć w jakiś inny sposób – spojrzeć na niego przez pryzmat legendy, mitu, biografii sławnych osób czy motywów literackich. (...) Hipoteza ma jednak głównie znaczenie konstrukcyjne – służy umotywowaniu podróżniczej fabuły, a jednocześnie wespół z innymi motywami składa się na apoteozę kreatywnych zdolności ludzkiej wyobraźni” [Wieczorkiewicz 2012, s. 199-201].

Powyższy portret podróżnika-naukowca pokrywa się w dużym stopniu z modelem osobowym turysty-reportera. Badaczka jednak podkreśla, że w analizowanych przez nią filmach turystyczno-podróżniczych brakuje odniesień do sytuacji społeczno-politycznej zwiedzanych miejsc:

„Często jednak można odnieść wrażenie, że obszar egzotyki istnieje niezależnie od cywilizacji zachodnioeuropejskiej. Wizja globalnego świata z jego wielorakimi powiązaniem o charakterze ekonomicznym, politycznym i społecznym wcale nie jest powszechna” [Wieczorkiewicz 2012, s. 201].

Wyjazd wakacyjny turysty-reportera niekoniecznie łączy się z oderwaniem od kontekstu społeczno-politycznego, wręcz przeciwnie – to próba dotarcia do miejsc, którymi przez ostatnie miesiące absorbowały go media.

Zaproponowany powyżej model powstawania atrakcji typu *black spots*, będący reinterpretacją modelu MacCannella postaram się opisać na przy-

kładzie wydarzeń z 11 Września, a następnie dokonującej się ewolucji nowojorskiej Strefy Zero.

Obecnie na Dolnym Manhattanie, w miejscu po ataku terrorystycznym na *World Trade Center*, znajduje się Miejsce Pamięci – otoczone lasem dębowym, nowoczesne, interaktywne Muzeum Pamięci 11 Września oraz nowy kompleks WTC z wieżą *Freedom Tower*. Nam jednak, gdy myślimy o nowojorskiej Strefie Zero, wciąż przed oczyma pojawiają się obrazy dwóch bliźniaczych wież, w które w 2001 r. uderzyły porwane przez terrorystów samoloty pasażerskie *Boeing 767*. Te same obrazy przez bardzo długi czas były pokazywane nie tylko przez ogólnowiatowe stacje telewizyjne, lecz również krajowe. Wieże stały się z jednej strony symbolem narastających w nowym tysiącleciu międzycywilizacyjnych antagonizmów, z drugiej zaś – dowodem na rosnącą globalną solidarność i tolerancję wobec kulturowej różnorodności. Obraz ataku na *World Trade Center* na trwałe wpisał się w kulturę wizualną, co zdeterminowało myślenie o nowojorskiej Strefie Zero bez względu na to, że obecnie jest to jedno z przyjemniejszych miejsc na Dolnym Manhattanie. Pod kątem turystycznym miejsce to zostało oznakowane przez pewne wyobrażenie, które już 11 września 2001 r. straciło swe odzwierciedlenie w rzeczywistości. Autentyczny wygląd Strefy Zero nie istnieje w globalnej świadomości. Miejsce Pamięci ze spokojnym parkiem dębowym to w wyobraźni turystycznej nadal walące się wieże *Twin Towers*.

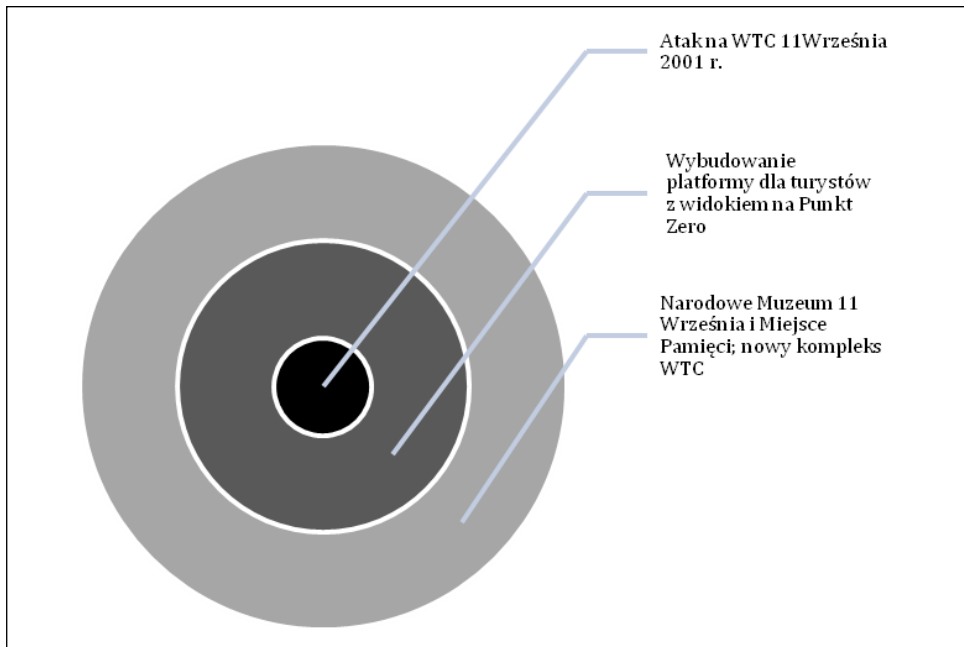
Niewątpliwie medialne spojrzenie zdeterminował również fakt, że niedługo po ataku burmistrz Nowego Jorku Rudolf W. Giuliani wprowadził zakaz fotografowania ruin WTC, uzasadniając swą decyzję słowami, że jest to miejsce zbrodni, a nie atrakcja turystyczna [Gutman 2009, s. 57]. Był to jednocześnie moment odcięcia Strefy Zero nie tylko od reszty miasta, lecz również powstrzymania przez władze procesu masowej produkcji obrazów medialnych. Moment odgruzowywania Strefy Zero był więc niedostępny zarówno dla przyjezdnych, jak i nowojorczyków. Miejsce po WTC zostało ogrodzone, a jedynym znakiem po tragedii były kwiaty, zdjęcia i znicze.

Tymczasem jednak zaledwie pół roku po ataku David Rockwell zaprojektował wielką platformę widokową na Punkt Zero. Była to odpowiedź na komentarze turystów-pielgrzymów, którzy przyjeżdżali, aby zobaczyć Strefę Zero. Wchodzący na platformę turyści, obserwujący pusty, najbardziej oświetlony w ciasno zabudowanej części Manhattanu punkt, odprawiali swój rytuał, na który składały się: chwila zadumy, zdjęcie i zejście z platformy widokowej. Znamienne są słowa A. Wieczorkiewicz, która w *Apetycie turysty* opisała pierwsze przemiany zachodzące w Strefie Zero:

„Cienka linia dzieli społecznie aprobowane uczucia, na których opiera się budowanie poczucia narodowej i ogólnoludzkiej solidarności i patriotyzmu (oraz ich symbolicznych emblematów takich jak miejsca pamięci) od płytkiego zain-

teresowania sensacją. Pielgrzym chce autentycznego doznania. Trudno jednak na pierwszy rzut oka ocenić, czy dany turysta ma pielgrzymi stosunek do swoich peregrynacji” [Wieczorkiewicz 2012, s. 143].

Platforma widokowa zbudowana tuż po katastrofie przeszła wszystkie wyróżnione przez MacCannella etapy powstawania atrakcji turystycznej. Narodowe Muzeum 11 Września, Miejsce Pamięci oraz nowy kompleks WTC są zatem pewną redefinicją atrakcji wcześniej już istniejącej. Proces ewolucji przedstawiałby się następująco:



**Ryc. 1.** Rozwój nowojorskiej Strefy Zero na podstawie wskaźnika *darkest-lightest* Philipa Stone'a

**Fig. 1.** NYC Ground Zero evolution based on the Philip Stone index *darkest-lightest*

**Źródło:** Opracowanie własne.

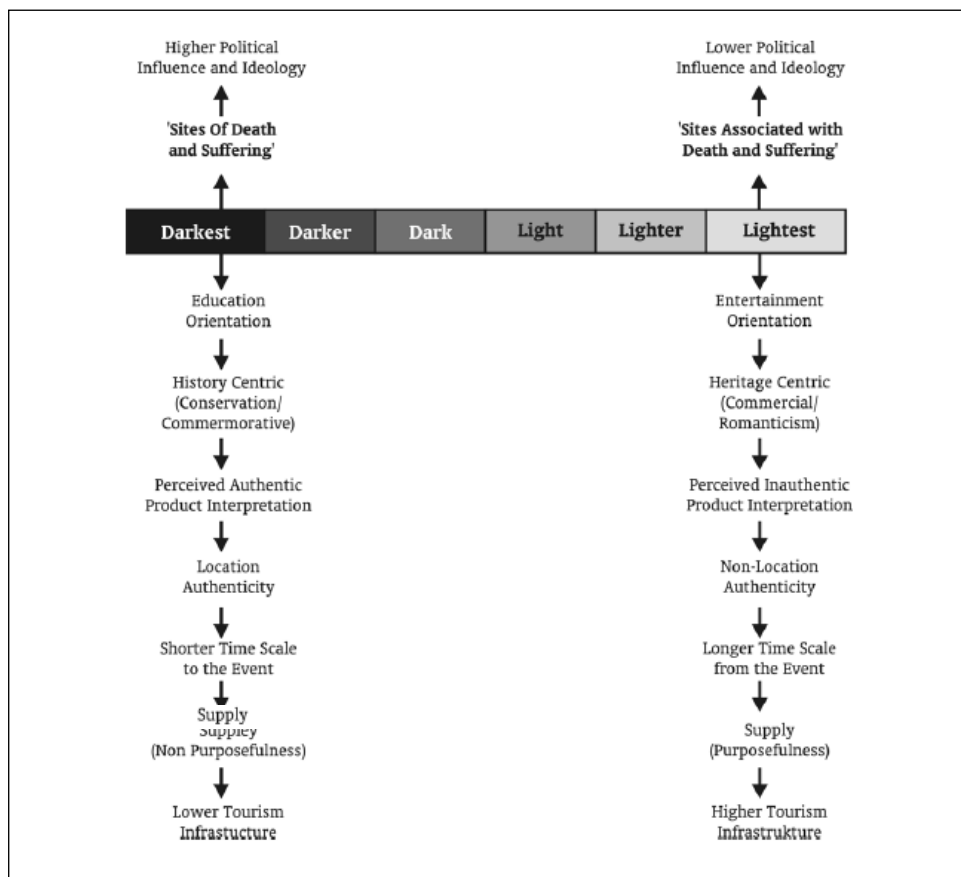
**Source:** Own elaboration.

Patrząc dalej przez pryzmat zdefiniowanych przez MacCannella etapów sakralizacji widoku<sup>1</sup> [MacCannell 2002, s. 69-71] warto zauważyć, że w nowojorskiej Strefie Zero o mechanicznej reprodukcji czy reprodukcji społecznej można mówić już w momencie budowania platformy widokowej. Proces komercjalizacji był nieodłącznym elementem ewolucji miejsca po tragedii

<sup>1</sup> I. Faza nadawania oznacznika; II. Ujęcie w ramy i podniesienie; III. Mechaniczna reprodukcja – reprodukcje, fotografie, modele, wizerunki obiektu; IV. Reprodukcja społeczna – kiedy grupy, miasta, regiony przybierają nazwy sławnych atrakcji.

11 Września. Proces „sakralizacji” jednocześnie wzbudzał najwięcej kontrowersji i automatycznie wystawiał negatywną (osądzającą) opinię wszystkim turystom, bez względu na motywy podjęcia decyzji o wejściu na platformę widokową. Co interesujące, reprodukcje i fotografie ataku na WTC najczęściej prezentowały perspektywę „spojrzenia medialnego” i tym samym przyczyniły się do zobrazowania narracji rodzącej się pamięci o miejscu po ataku terrorystycznym.

Medialny dyskurs odnoszący się do największych tragedii i katastrof nie pozostawia miejsca na ciszę i milczenie – jego celem jest wywołanie silnych, negatywnych emocji. Szok ma przyciągnąć uwagę widza. Ze względu



**Ryc. 2.** Wskaźnik *darkest – lightest* atrakcji turystycznych, wpisujących się w zjawisko *dark tourism*

**Fig. 2.** A dark tourism spectrum: perceived product features of dark tourism within a darkest-lightest framework of supply

**Źródło/Source:** [Stone 2006]. Institute for Dark Tourism Research, University of Central Lancashire.



na aktualność wydarzeń oraz krótki dystans czasowy atrakcje typu *black spots* są tymi, które według wskaźnika atrakcji turystycznych typu *dark P. Stone'a* określić można mianem *darkest* (najciemniejsze).

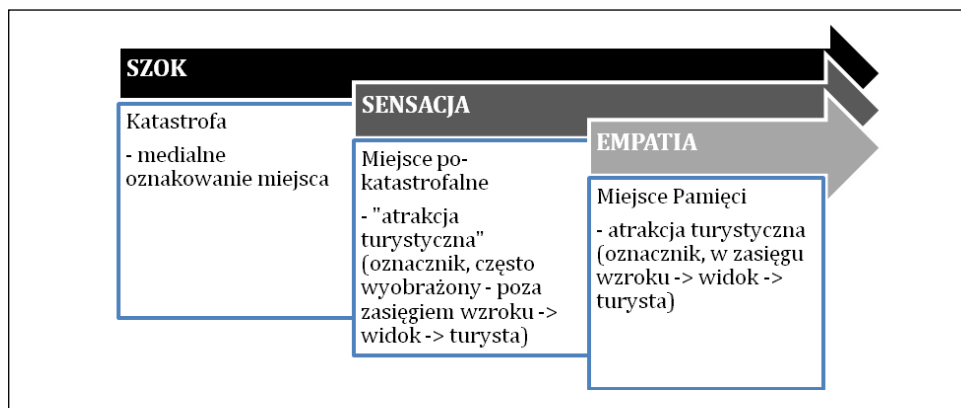
Nie bez przyczyny również wykres kołowy obrazujący ewolucję Strefy Zero oznaczony jest różnymi odcieniami szarości. Nawiązując do wskaźnika *darkest – lightest* widać, jak bardzo Punkt Zero ewoluował. Niewątpliwie wcześniej wydarzenia 11 Września były postrzegane bardziej pod kątem sytuacji politycznej oraz rozmów w sprawie terroryzmu prowadzonych na arenie międzynarodowej itd. W 2002 r. platforma widokowa powstała nie tyle z myślą o turystach, ile w większym stopniu na ich życzenie. Słabo rozbudowana infrastruktura nie była tym samym przeszkodą dla turystów – szok, sensacja, empatia były bodźcami do odbycia podróży. Punkt Zero tuż po ataku – gruzy, popiół; platforma widokowa na pustą przestrzeń była atrakcją typu *darkest*.

Z inną sytuacją mamy do czynienia w przypadku Muzeum 11 Września oraz Miejsca Pamięci. Co prawda nigdy nie będzie to miejsce typu *lightest*, ponieważ jest to teren, gdzie doszło do autentycznej tragedii, niemniej zmianą, która zaszła od tamtego momentu, jest estetyzacja miejsca oraz rozbudowanie infrastruktury turystycznej. Dziś jest to punkt na Dolnym Manhattanie, który nie tylko przypomina o tragedii, ale także – niezależnie od kontrowersyjnego wydźwięku tych słów – stanowi dziś również przestrzeń rekreacyjną, gdzie nie tylko turyści, ale i nowojorczyki przychodzą pospacerować i odpocząć. Także *Freedom Tower*, mimo iż wybudowana na zgliszczach dawnego kompleksu WTC, jest dziś atrakcją turystyczną, powstałą z myślą o masowym turyście, który chce zobaczyć z wysokości 1776 stóp panoramę Nowego Jorku.

Zmianie ulega również samo myślenie o ataku na WTC. Uczucie szoku i medialna sensacja zostały uzupełnione o empatię. Wizja uderzających w dwie wieże samolotów na zawsze pozostanie pierwszym skojarzeniem, jednak obecna Strefa Zero przede wszystkim pokazuje ogromną tragedię poszczególnych jednostek, co wcześniej przysłonięte było telewizyjnymi informacjami o kolejnych krokach podejmowanych przez Biały Dom w sprawie Osamy bin Ladena, terroryzmu, a następnie wojny w Iraku.

Autentyczny Punkt Zero wraz z platformą widokową na przestrzeni lat zastąpiony został nieautentyczną, turystyczną przestrzenią. Informacje jednak, których dostarcza dziś Muzeum oraz Miejsce Pamięci, ożywiają historię poszczególnych jednostek, a nieautentyczność przestrzeni zostaje zrekompenrowana autentycznymi artefaktami, pochodzącymi z dnia 11 Września 2001 r.

Miejsce pokatastrofalne *darkest* zamieniło się w Miejsce Pamięci *light*. Tym samym siła ciężkości z polityki przechyliła się w stronę pamięci o ofiarach ataku. Pogoń za sensacją oddała pierwszeństwo empatii. Uczucie szoku, bez względu na to, czy jest to spot telewizyjny, czy moment po wyjściu z Muzeum 11 Września, zawsze jednak towarzyszy człowiekowi, w którym zaszczerpiony został obowiązek poczucia globalnej solidarności.



**Ryc. 3.** Ewolucja nowojorskiej Strefy Zero na podstawie modelu powstawania atrakcji turystycznej D. MacCannella na bazie wskaźnika *darkest-lightest* P. Stone'a

**Fig. 3.** NYC Ground Zero evolution basis on the model of formation of tourist attractions D. MacCannell with reference to P. Stone's index *darkest-lightest*

**Źródło:** Opracowanie własne.

**Source:** Own elaboration.

Powyższy wykres obrazuje kolejne etapy wizualnej przemiany nowojorskiej Strefy Zero. Turystyka szoku stanowi pewien fenomen w generowaniu globalnego wymiaru pamięci. W przypadku klasycznych miejsc typu *dark* zazwyczaj pominięty jest etap środkowy, a powstanie Miejsca Pamięci jest często efektem przebudzenia się trzeciego pokolenia po wielkiej katastrofie [Hirsh, 2008]. Konsekwencją odczuwalnego braku obecności na miejscu w momencie katastrofy środków masowego przekazu było przyjęcie przez następną generację postawy milczącego pokolenia, które pragnęło zatrzeć bolesne wspomnienia tragedii. Ukazany na wykresie środkowy etap „sensacji” nie istniał, a o narodzinach globalnego poczucia solidarności wobec Miejsc Pamięci można mówić dopiero w przypadku ponowoczesnych generacji. Za przykład mogą posłużyć nazistowskie obozy zagłady, do których badacze najczęściej się odwołują w kontekście post-pamięci. Turystyka szoku natomiast, poprzez etap podróży *black spots*, będących wynikiem, często medialnego szoku, bierze udział w naturalnym i płynnym procesie tworzenia pamięci o miejscach pokatastrofalnych. Generowanie globalnej pamięci w nowym tysiącleciu nie pozostawia miejsca na milczenie, a Miejsce Pamięci w postaci nowoczesnej atrakcji turystycznej powstaje w momencie, gdy tak naprawdę już wszystko zostało powiedziane. Są to już raczej przestrzenie, które zarysowują konkretną narrację i weryfikują różne próby interpretacji. Wraz z przebudzeniem trzeciego pokolenia nastąpił okres nazywany przez badaczy *heritage boom* (boom dziedzictwa), *heritage craze* (szaleństwo dziedzictwa), *memorymania* (pamięciomania), *memory boom* (boom pamięci),

*remembrance epidemic* (epidemia pamięci) [Macdonald 2013, s. 3]. Po okresie „kulturowej amnezji” [2013, s. 3] strach przed ponowną utratą transpokoleniowej ciągłości przekazu historii, a tym samym pamięci, zaszczerpił potrzebę kultywowania miejsc. Sh. Macdonald zauważa, że ów „fenomen pamięci” odzwierciedla się w postaci *memorylands* („pamięciolandii”) [Macdonald 2013, s. 4], które, jak pisze, najprościej można nazwać parkiem tematycznym – miejscem nastawionym na konsumpcję, które ukazuje ważny dla dziejów ludzkości moment. Patrząc jednak na zjawisko z antropologicznego punktu widzenia *memorylands* odsłaniają tendencję do tworzenia płynnej granicy pomiędzy historią a pamięcią, w której zanurzył się Zachód. Człowiek coraz bardziej nastawiony jest na poznawanie nie tyle historii i suchych faktów, ile losów pojedynczych jednostek, często bazujących jedynie na wspomnieniach. P. Nora, który jako pierwszy zauważył szerzącą się „obsesję pamięci”, wprowadził na stałe do słownika akademickiego pojęcie *lieux de mémoire* (miejsca pamięci) (1980). Pisze:

„Pamięć i historia dalekie są od bycia synonimami, dziś wydają się być wręcz w fundamentalnej względem siebie opozycji. Pamięć żyje, rodzi się w społeczeństwach, nadaje tożsamość. Pozostaje w ciągłej ewolucji, otwarta na dialektykę, na upamiętnianie i zapominanie, nieświadoma kolejnych zniekształceń, łatwo ulegająca manipulacjom i przywłaszczaniu, podatna na długie pozostawanie w uspieniu i okresowe ożywianie. Historia z drugiej strony jest rekonstrukcją tego, czego już nie ma, ciągle niekompletną i dyskusyjną. Pamięć jest nieustannie aktualnym zjawiskiem, wiążącym nas z wieczną terażniejszością; historia jest reprezentacją przeszłości” [Nora 1989, s. 8].

Czarna strzałka na wykresie wskazuje, że moment katastrofy, czyli znakowania miejsca, dominuje i determinuje jego późniejsze postrzeganie. Oczywiście argument, że miejsce pokatastrofalne jest późniejszym Miejscem Pamięci, ponieważ ma przypominać o konkretnych wydarzeniach, jest jak najbardziej słuszny. Fenomen medialnej pamięci polegać ma nie na tym, że przywoływana jest, zresztą słusznie, konkretna tragedia – fenomen polega na tym, że umysły ludzkie przywołują konkretne medialne obrazy, które narzucają pewną ogólną interpretację zdarzeń. S. Reijnders wyrażenie Nory *lieux de mémoire* zastępuje sformuowaniem *lieux de l'imagination* (miejsce wyobraźni) – obejmującym fizycznie istniejące miejsca i obiekty, które dla specyficznej grupy ludzi są pretekstem do konstruowania transsymbolicznych znaczeń, dryfujących pomiędzy światem rzeczywistym a fikcją [Reijnders 2010, s. 40]. Autor artykułu badał fanów seriali telewizyjnych, którzy odwiedzają miejsca związane z ich ulubionymi bohaterami. Sztuczne tworzenie „miejsc filmowych”, przepełnionych nostalgią i sentymentem, dla niektórych często nie mniej ważnych (lista *must see*) niż Miejsca Pamięci, ukazuje, jak dużą rolę odgrywa dziś proces transgresji. Reijnders podkreśla, że „świat wyobraźni może oczywiście mieć historyczne podłoże, ale nie jest to konieczne.

(...) Jak wiele miejsc zostało wyobrażonych, zanim zostały odkryte? Cytując słowa Edmundo O’Gormana – *America was invented before it was discovered* (»Ameryka została wynaleziona zanim została odkryta«) [2010, s. 40].

Powyższa refleksja nasuwa luźne skojarzenie z Nowym Jorkiem – najpierw mitycznym i filmowym, a dopiero później rzeczywistym miejscem. Niewątpliwie owa „legendarność” miejsca spowodowała bieg wydarzeń po ataku na *World Trade Center* – niewyobrażalną komercjalizację, w konsekwencji której Muzeum 11 Września oraz Miejsce Pamięci postrzegane są nierzadko przez samych pracowników jako przestrzeń kontrowersyjna.

### 9/11 studium przypadku

Dalsza część artykułu, oparta na studium przypadku obecnego Muzeum i Miejsca Pamięci 11 Września, pozwoli ukazać płynne przejście „turystycznego spojrzenia” z *lieux de l’imagination* do *lieux de mémoire*. Przeprowadzona obserwacja uczestnicząca będzie również próbą ukazania, że niekoniecznie obiektywna prawda historyczna i subiektywne wspomnienia świadków tragedii, oparte na pamięci, jednoznacznie świadczą o autentyczności lub nieautentyczności przekazu. Okazuje się, że według rodzącego się dyskursu wokół pamięci od suchych faktów istotniejsze wydają się przeżycia i emocje osób bezpośrednio związanych z tragedią.

Analiza byłego Punktu Zero podzielona zostanie na części i objmie: Miejsce Pamięci 9/11, Narodowe Muzeum 9/11, sklepik z pamiątkami 9/11, Tribute Center 9/11.

O tym, jak dobrze rozbudowana jest infrastruktura turystyczna miejsca 9/11, można się przekonać już na stacji metra linii E – przystanek WTC. Tablice informacyjne z napisem: *9/11 MEMORIAL Path* pojawiają się kilkakrotnie w podziemiach – wystarczy pójść za strzałkami, aby bez problemu trafić do Miejsca Pamięci. Po wyjściu na powierzchnię wzrok zwiedzającego zatrzymuje się na jaskrawożółtych kamizelkach osób porządkujących ruch uliczny, co związane jest z budową pozostałych – po wieży *Freedom Tower* – budynków nowego kompleksu *World Trade Center*. Kontynuując spacer turysta może dostrzec coraz więcej radiowozów policyjnych. Jest to niewątpliwie, zaraz po *Times Square*, najatrakcyjniejsze dla zwiedzających Nowy Jork miejsce. Nawet jeśli panuje 40-stopniowy upał, turystów nie zniechęcają długie na kilkanaście metrów kolejki do muzeum czy na *Freedom Tower*.

Po dotarciu na Miejsce Pamięci na tablicy informacyjnej można przeczytać swoisty dekalog skierowany do zwiedzających. Najważniejsza informacja dotyczy zachowania: „Proszę pamiętać o tym, że 9/11 to przede wszystkim Miejsce Pamięci i cichej refleksji”<sup>2</sup>. Następnie jest przekaz dotyczący spraw-

<sup>2</sup> Tłum. własne: *Please be reminded that the 9/11 Memorial is a place of remembrance and quiet reflection.*

dzania przy wejściu torebek i przedmiotów osobistych (niczym lotniskowa procedura sprawdzania bagaży podręcznych)<sup>3</sup> oraz szereg zakazów: nie słuchać głośno muzyki, nie wyprowadzać psów, nie pić alkoholu, nie palić papierosów, nie jeździć na rowerze, rolkach i deskorolce; obowiązuje też zakaz posiadania broni i noża.

Miejsce Pamięci zajmuje głównie przestrzeń po byłych wieżach *Twin Towers*, w miejscu których obecnie znajdują się dwa kwadratowe wgłębienia w ziemi. W ich środku przez cały rok przelewa się woda w postaci wodospadów. Dookoła nich znajdują się płyty z nazwiskami ofiar ataku. Projekt 34-letniego Michaela Arada *Reflecting Absence* [Blais, Rasic 2015, s. 135-143] nawiązuje do śmierci większości osób, po których nic nie pozostało, których ciał nigdy nie odnaleziono. Próznia znajdująca się w basenach oraz znikające kaskady wody symbolizują pustkę, jaką pozostawiły po sobie ofiary ataku. Minimalistyczny projekt Arada, uzupełniony został o poprawki sugerowane przez 71-letniego architekta krajobrazu z Kalifornii Petera Walkera. Na znak „ponownych narodzin” pomiędzy śladami po byłych *Twin Towers* zasadzono 400 drzewek dębowych. Tak jak ulotność ludzkiego życia ukazana została w postaci znikających kaskad wody, tak ukorzenione, powoli wrastające drzewa symbolizują wciąż żywą pamięć o wydarzeniach 11 Września.

Jedno ze znajdujących się drzewek jest wyjątkowe – to *Callery pear tree*. Wyróżnia je spośród innych nie tylko odmienny gatunek, ale także fakt, że jego historia jest bezpośrednio związana z wydarzeniami z 2001 r. Grusza ta bowiem została znaleziona przez pracowników w Strefie Zero kilka tygodni po ataku. Drzewka te były sadzone w latach 70. XX w. w okolicach 4. i 5. budynku *World Trade Center*. Nadpaloną gruszę przewieziono do nowojorskiego Departamentu ds. Parków i Rekreacji, gdzie przeszła rekonwalescencję. W grudniu 2010 r. burmistrz Nowego Jorku Michael R. Bloomberg, w obecności osób, które przeżyły atak, przeniósł drzewko z powrotem do Strefy Zero [Blais, Rasic 2015, s. 208].

Historia *Survivor Tree* już na samym początku zwiedzania odsłania kierunek, w którym będzie podążać cała narracja Muzeum 11 Września. Odtąd symbolika oraz mitologizacja zdarzeń na zmianę będą wywoływały skrajne emocje: z jednej strony wzruszenia i autentyczności, z drugiej zaś – przesady, sprowokowanej wrażeniem sztucznego dopisywania historii.

Obecna przestrzeń, zwana do niedawna Strefą Zero, jest niejako antytezą obrazów kojarzonych z atakiem na *World Trade Center*. Krzyk i przerażający hałas, towarzyszące wydarzeniom z tamtego dnia, zastąpione zostały ciszą, przerażenie i strach – spokojną refleksją. Zdjęcia dwóch wież sprzed ataku, fotografowanych z żabiej perspektywy, zastąpiły *selfie*, robione z per-

<sup>3</sup> *All visitors and belongings are subject to security screening at the discretion of the 9/11 Memorial.*

spektywy lotu ptaka lub za pomocą specjalnego kijka, żeby lepiej było widać znajdujące się we wgłębieniach wodospady.

Przebywając w obecnym Miejscu Pamięci można odnieść wrażenie, że zarówno architekci, jak i jury decydujące się na taki a nie inny projekt architektoniczny chcieli wymazać z pamięci tak dobrze znane światu obrazy walących się *Twin Towers*. W tym kontekście znamienne zdają się być słowa przewodnika z *9/11 Tribute Center*: „Jesteśmy tutaj nie po to, aby pamiętać, lecz po to, by nigdy nie zapomnieć”.

Pomiędzy dwoma basenami z wodospadami znajduje się nowoczesny budynek, otwartego w maju 2014 r. Narodowego Muzeum 11 Września. Część wystawowa oraz Centrum Edukacji znajdują się pod ziemią. Narracja budowana wokół autentycznych fundamentów po *World Trade Center* pozwala w prosty sposób poruszać się po Muzeum. Po przejściu procedury bezpieczeństwa przy wejściu, tuż po okazaniu biletu należy zjechać ruchomymi schodami na poziom -1. Pomiędzy schodami a „Informacją” najczęściej zbierają się grupy czekające na przewodnika. Indywidualni turyści mogą rozpocząć zwiedzanie, którego kierunek wskazują pracownicy oraz osoby z ochrony, pojawiające się na każdym kroku.

Pierwszy punkt zwiedzania, przy którym zatrzymują się zarówno indywidualni turyści, jak i przewodnicy z grupami – to wielkie zdjęcie panoramy Manhattanu, wykonane z Brooklynu. Było to ostatnie zdjęcie *Twin Towers*, zrobione 11 września około godziny 8:30. Przewodnicy szczególną uwagę zwracają na piękne, błękitne niebo, o którym mowa będzie w dalszej części oprowadzania. Po drugiej stronie umieszczono mapę Stanów Zjednoczonych z zarysowanymi trasami 4 samolotów: American Airlines Flight 11 (z Bostonu do Los Angeles; start z lotniska Logan International Airport), United Airlines Flight 175 (z Bostonu do Los Angeles; start z lotniska Logan International Airport), American Airlines Flight 77 (z Washington Dulles International Airport do Los Angeles), United Airlines Flight 93 (z Newark International Airport do San Francisco). O godzinie 8:42 Flight 11 uderza w Wieżę Północną (1WTC), o godzinie 9:03 Flight 175 uderza w Wieżę Południową (2WTC), o 9:37 terroryści uderzają w Pentagon, o 10:03 pasażerowie Flight 93 atakują terrorystów, którzy w odpowiedzi rozbijają samolot na otwartym polu w Pensylwanii.

Po otrzymaniu podstawowych informacji zwiedzający przemieszcza się przez ciemny korytarz. Przechodzi pomiędzy ekranami, na których wyświetlane są napisy obrazujące reakcje nowojorczyków na atak, a następnie seria zdjęć ukazujących przerażonych mieszkańców Nowego Jorku. Poczucie szoku na każdej z fotografii ukazane zostało przez charakterystyczny gest złapania się za głowę lub zasłonięcie ręką otwartych ust. Co istotne, na fotografiach zostają ukazane tylko takie ujęcia nowojorczyków.

Po przejściu „korytarza szoku” już z góry widać najważniejszą – wystawową – część ekspozycji. To właśnie prezentacji artefaktów, rozmieszczono

nych na wielkiej otwartej przestrzeni *Foundation Hall*, przewodnicy poświęcają najwięcej czasu. Każdy z przedmiotów opowiada swoją własną historię. Najważniejsze zostały spisane w zbiorowej publikacji: *The stories they tell. Artifacts from the national september 11 memorial museum. A journey of remembrance*, opatrzonej wstępem burmistrza Michaela R. Bloomberga.

Wśród artefaktów znajdują się m.in. fragmenty wież *World Trade Center*, przedmioty osobiste ofiar ataku – dokumenty, buty, odznaki, chustki, zniszczony wóz strażacki wraz z hełmem należącym do kapitana Patricka Johna Browna, ogromna antena Wieży Północnej, wraki samolotów czy radiowozów policyjnych.

Pierwszym i jednocześnie jednym z bardziej poruszających elementów po dawnym WTC są schody, zwane *Survivor Stairs* (Schody Przetrwania). Umieszczone pomiędzy właściwymi schodami w dół Muzeum a nowoczesnymi schodami ruchomymi, oddziałują bardzo silnie na zwiedzających – słowa zdają się zbędne, a ich historia wydaje się oczywista. Turyści schodzą/zjeżdżają jak zahipnotyzowani, co rusz oglądając się za siebie, porównując schody, którymi zjechali, do tych, którymi ewakuowały się osoby 11 września 2001 r.

Na dole, po lewej stronie widnieje wielki napis: “NO DAY SHALL ERASE YOU FROM THE MEMORY OF TIME<sup>4</sup> – Virgil”. Cytat umieszczono na tle 2983 kwadratów – każdy w innym odcieniu błękitu. Jest to instalacja Spencera Fincha pt. *Trying to Remember the Color of the Sky on that September Morning*<sup>5</sup>. Liczba kwadratów upamiętnia każdą ofiarę ataku z osobna. Memorial Hall jest jednym z najbardziej znaczących miejsc Muzeum, wokół którego zbudowana jest dalsza narracja. W miejscu tym możliwe są dwa kierunki zwiedzania. Po stronie prawej znajdują się fundamenty – pozostałości po Wieży Południowej. W środku usytuowano trzy pomieszczenia – *In Memoriam* (Ku Pamięci), *Rebirth at Ground Zero* (Odrodzenie Strefy Zero) oraz *Education Center* (Centrum Edukacji). Po lewej stronie – główny pasaż prowadzący do *Foundation Hall* z autentycznymi artefaktami zachowanymi z 11 Września oraz dwa zamknięte pomieszczenia, znajdujące się w ramach fundamentów Wieży Północnej – pierwsze: *September 11, 2001 Historical Exhibition*, drugie: *Reflecting on 9/11 and recording studios*.

Przewodnicy najczęściej oprowadzają najpierw po *Foundation Hall*, kolejno opowiadając nasycone symboliką historie znajdujących się przedmiotów. Najwięcej przestrzeni zajmuje fragment autentycznej *Slurry Wall*, czyli ściany wbudowanej pod ziemią w latach 60. XX w., dzięki której możliwa była budowa *World Trade Center*. George Tamaro po raz pierwszy w Stanach Zjednoczonych zastosował podobne rozwiązanie, aby uchronić przyszłe Centrum Finansowe przed podtopieniem przez rzekę *Hudson River*. Główny

<sup>4</sup> Tłum. własne: Żaden dzień nie wymaże Cię z pamięci czasu.

<sup>5</sup> Tłum. własne: Próbować zapamiętać kolor nieba w ten wrześniowy poranek.

architekt Muzeum 11 Września – Daniel Libeskind umieścił tę ścianę w kluczowym miejscu ekspozycji, argumentując to następująco: „[*Slurry Wall*] mówi o sile tego, co niezmiennie oraz tego, czego nie da się tu zmienić” [Chanin 2013, s. 27].

Drugim ważnym artefaktem wydarzeń po 11 Września jest *The Last Column* – Ostatnia Kolumna, która na początku nie odróżniała się niczym szczególnym od pozostałych stanowiących szkielet budynków *World Trade Center*. W marcu 2002 r. w okolicy ostatniej kolumny Wieży Południowej zostały znalezione szczątki sześciu członków FDNY (*New York City Fire Department* – Nowojorska Straż Pożarna) *Squad 41* (Oddział nr 41). Na znak hołdu strażacy Oddziału nr 41 napisali na niej sprayem „SQ 41”. Z czasem, w imię solidarności, na kolumnie zaczęły pojawiać się inne graffiti, zdjęcia ofiar, kartki z modlitwami [Chanin 2013, s. 50-52]. Ostatnia Kolumna stała się więc w naturalny sposób wielkim Pomnikiem Pamięci i taką to centralną rolę pełni w Muzeum 11 Września.

Główna część wystawowa, oprócz autentycznych artefaktów, zawiera także elementy interaktywne. Najciekawszy – bezpośrednio korespondujący z Ostatnią Kolumną jest ekran, który obrazuje solidarność świata wobec wydarzeń 11 Września. Każdy zwiedzający może na tej mapie odnaleźć swój kraj pochodzenia, a następnie wybrać dokładne miejsce zamieszkania i wpisać we własnym języku refleksje dotyczące zdarzeń 11 Września. Po oddaleniu się od mapy widać zmieniające się wpisy osób z całego świata.

Innym interaktywnym elementem Foundation Hall jest oś znajdująca się na pustej, szarej ścianie. Na niej wyświetlają się m.in. wydarzenia „po” 11 Września (*9/11 IN NEWS*), a także bieżące wydarzenia polityczne związane z działaniem wojsk amerykańskich na Bliskim Wschodzie – *9/11 AND TODAY*. W pobliżu, za szybą, znajdują się również dowody śmierci Osamy bin Ladena (m.in. cegła pochodząca z jego domu), zamordowanego 2 maja 2011 r. przez wojska amerykańskie podczas operacji „Trójząb Neptuna”.

Po oprowadzeniu zwiedzających po najważniejszych artefaktach przewodnik pozostawia ich samym sobie, informując jedynie o możliwości wejścia do zabudowanych przestrzeni otoczonych fundamentami byłych wież Północnej i Południowej. Po prawej stronie widoczne są fundamenty Wieży Północnej oraz pomieszczenie, w którym dokładnie przeanalizowany zostaje dzień 11 Września 2001 r. Poranek ukazany zostaje poprzez zaprezentowanie nagłówków najważniejszych gazet, które wydają się (i mają się wydawać) nad wyraz mało istotne wobec nadchodzących tragicznych zdarzeń. Ukazany jest również dokładny plan dnia prezydenta Georga W. Busha. Następnie na ekranach oraz licznych, mniejszych i większych zdjęciach ukazany zostaje – minuta po minucie – atak na *World Trade Center*. Z wielu stron słychać dźwięk radiowozów policyjnych, jadących na sygnale oraz syreny radiowozów strażackich. Filmy przedstawiają akcję ratunkową, uciekających, przerażonych ludzi, tumany kurzu, osoby skaczące z wieżowców, walące się wieże.



Mimo iż turyści nieraz już widzieli w telewizji podobne ujęcia, te same filmy są bowiem powtarzane przez główne stacje telewizyjne – stoją zamysłeni, nierzadko z rękami przyłożonymi do ust, kręcąc na znak niezgody głową. Raczej nikt nie komentuje wystawy, zwiedzający oglądają z zainteresowaniem kolejne, nagrane krótkie filmiki, chociaż doskonale znają przebieg wydarzeń. A może właśnie dlatego?

Obok znajduje się Studio Historii Mówionej, gdzie każdy, kto chce się wypowiedzieć na temat wydarzeń 11 Września, ma szansę nagrać swoją wypowiedź, bez względu na to, czy był świadkiem tragedii, czy obserwatorem wydarzeń prezentowanych w telewizji. Jak napisał M. R. Bloomberg w przedmowie do oficjalnej książki *National September 11 Memorial*: “The attacks of September 11, 2001, changed our world forever (...) But the aftermath of the attacks also revealed stories of heroism and sacrifice that inspired us all” [Blais, Rasic 2015, s. 14]. To właśnie inspiracja, obok ochrony „zabytków”, upamiętniania i edukacji jest jednym z czterech założeń – misji Muzeum 11 Września [Chanin 2013, s. 13]. Po wyjściu ze studia nagrań pozostaje do zwiedzenia część ukryta w fundamentach Wieży Południowej. Fragment ekspozycji poświęcono tupamięci ofiar ataku na WTC oraz dzieła wystawie dzieł sztuki autorstwa współczesnych artystów oraz dzieci, inspirowanych przez nierzadko heroiczne czyny osób, które bezinteresownie pomagały tuż po ataku.

W części *In Memoriam*, w nawiązaniu do instalacji Spencera Fincha z *Memorial Hall*, wyeksponowano 2983 zdjęć osób, które zginęły 11 Września. Fotografie są podobnej wielkości co kwadraty błękitu z głównego holu. Jest to miejsce, w którym przygaszono światło, a podświetlone zostały tylko fotografie. W mniejszej, wyodrębnionej z wnętrza sali znajduje się ekran, na którym pojawiają się kolejno podobizny osób wraz z ich krótkimi życiorysami: kim były, co robiły, kogo zostawiły. Pod ścianami postawiono ławki. Tu zwiedzający znowu stoją nieruchomo, niczym zahipnotyzowani, wpatrując się w zdjęcia nieznanym sobie osobom, z którymi się jednak solidaryzują, chociażby przez zapoznanie się z ich historią.

Ostatni punkt zwiedzania – to *Rebirth at Ground Zero*, film dotyczący przemian Strefy Zero od 2001 r. Wyświetlany jest co 10 minut. Zwiedzający ustawiają się w kolejce przed niewielkim pomieszczeniem, w międzyczasie przyglądając się dziełom młodych artystów. Sam film to wizualizacje, które wyświetlają się na trzech ścianach. W oprawie wzruszającej muzyki ukazana jest w przyspieszonym tempie odbudowa *World Trade Center*, przemiana miejsca pokatastrofalnego w turystycznie atrakcyjne Miejsce Pamięci.

Ogólna narracja Muzeum, jak się zdaje, jest podzielona na dwie części. Tak jak obecne Miejsce Pamięci stanowi przeciwieństwo obrazów kojarzonych z 11 Września, również w tym przypadku odnieść można wrażenie, że narracja Muzeum oparta została na wzajemnie się wykluczających i jednocześnie uzupełniających dychotomiach. Historia uzupełniona została wy-

darzeniami współczesnymi – *Slurry Wall* i *The Last Column* korespondują z interaktywnym „ekranem globalnej solidarności” oraz dwiema osiami czasu, ukazującymi wydarzenia „z ostatniej chwili”. Traumatyczny „Korytarz szoku” przeciwstawić można pasażowi z podnoszącymi na duchu pracami artystów. Fundamenty Wieży Północnej kryjące w sobie tragedię 11 Września oraz pełna ciszy i refleksji Wieża Południowa.

Jeszcze inny kontrast tworzy muzealny sklepik z pamiątkami, który nasuwa luźne skojarzenia z książką „Sklepik z marzeniami” autorstwa S. Kinga – mistrza horroru. Spełnione marzenie za cenę czynu niemoralnego. Stwierdzenie kontrowersyjne, jak samo miejsce. Wszystkie przedmioty są ułożone w poszczególnych działach. Najpierw niebieskie krawaty, portfele z linią kolorystyczną Muzeum, także szaliki, koce 9/11. Zabawka do składania *World Trade Center* oraz mniejsze figurki *Freedom Tower*, bluzy, torby, kubki ze zdjęciem i napisem *Survivor Tree*, koszulki z nadrukiem I ♥ NY MORE THAN EVER, czarne bluzy, koszulki, czapki z daszkiem z nadrukiem 9/11 Memorial, liczne gadzety z *Fire Department* oraz *Police Department* m.in. odznaki 9/11 Memorial, breloki, magnesy na lodówkę. Dział dotyczący 9/11 psów-bohaterów: książki, maskotki ubrane w kamizelki policyjne, kubki, pocztówki, zakładki do książek. Obok kiczowatych pamiątek, niejednokrotnie wykraczających poza granicę dobrego smaku, na półkach pojawia się bogata kolekcja filmów dotyczących ataku 9/11, a także liczne publikacje – albumy, raporty, relacje świadków, ale także komiksy i książki dla dzieci.

Na temat roli kiczu, konsumpcji oraz szerokiej komercjalizacji Strefy Zero pisała M. Sturken [2007]. Zwraca ona uwagę, że kicz może być sposobem reagowania na traumę. Próba rekonstrukcji tragicznych wydarzeń w postaci optymistycznych, turystycznych pamiątek jest odzwierciedleniem tzw. kultury komfortu (*comfort culture*), do której Amerykanie są przyzwyczajeni. Głównym atrybutem jest tu *teddy bear*. Miś stał się niejako symbolem walki z AIDS w latach 80. XX w., kiedy to wręczano maskotki osobom chorym. Znamienny jest również moment wysłania po ataku na *World Trade Center* 600 misiów przez Oklahoma City National Memorial<sup>6</sup>, następnie stan Oklahoma wysłał 6000 misiów do Nowego Jorku, które rozdano dzieciom w nowojorskich szkołach [2007, s. 7]. Ponadto zarówno kicz, *teddy bear*, jak i sama postać turysty kojarzy się z niewinnością, którą to właśnie kultura komfortu, na drodze konsumpcji ma podkreślać [2007, 31]. *Teddy bearification* [Sturken 2004] tłumaczy pewne zachowania oraz duże zainteresowanie „sklepikami horroru”<sup>7</sup>, nie zmienia to jednak faktu, że forma sprzedawanych produktów wciąż budzi największe kontrowersje.

<sup>6</sup> 19 kwietnia 1995 r. doszło do ataku terrorystycznego w Oklahoma City, w wyniku którego śmierć poniosło 168 osób, w tym 19 dzieci; ponad 680 osób było rannych. Do momentu ataku na WTC był to największy atak terrorystyczny w USA.

<sup>7</sup> <http://nypost.com/2014/05/18/outrage-over-911-museum-gift-shops-crass-souvenirs/>

Na przestrzeni dawnej Ground Zero znajdują się trzy sklepy z pamiątkami 9/11. Jeden tuż po wyjściu z metra, drugi – w muzeum, a trzeci – w 9/11 Tribute Center, trzecim obok Miejsca Pamięci i Muzeum ważnym punkcie związanym z wydarzeniami wrześniowymi.

9/11 Tribute Center to organizacja non profit, blisko współpracująca z Muzeum 11 Września. Wszystkie zaangażowane tam osoby są wolontariuszami. Najczęściej są to świadkowie wydarzeń lub bliscy ofiar, które zginęły podczas ataku. Misją Centrum jest zrzeszanie osób, które pragną podzielić się swoją historią. Każdego dnia przychodzą tu policjanci i strażacy, którzy opowiadają o akcji ratunkowej, osoby, które przeżyły ewakuację z budynku, ale także rodziny ofiar, które chcą się podzielić wspomnieniami o swoich bliskich. Jak można przeczytać na stronie organizacji, historie mówione, które są na bieżąco rejestrowane, mają budować pomost pomiędzy przeszłością a przyszłością, pomóc, szczególnie młodym ludziom, lepiej zrozumieć wpływ tego wydarzenia na bieg dziejów ludzkości<sup>8</sup>. Po wejściu do budynku, który podobnie jak Muzeum znajduje się przy Liberty Street, w oczy rzucają się te same pamiątki, które można było kupić w sklepiku muzealnym. Następnie, po nabyciu biletu, przechodzi się do kilku sal niewielkiej galerii. Ekspozycja skupiona jest nie tyle na samym ataku, ile na zachowanych przedmiotach osób, które zginęły, a także ostatnich wiadomościach wysłanych do bliskich. Znamienna jest również ściana z niezliczoną ilością ogłoszeń o nagłówku „Missing” (Zaginiony).

Po przejściu do ostatniej sali znajdują się schody biegnące w dół, nad którymi powieszono tysiąc kolorowych żurawi origami. Jest to nawiązanie do wzruszającej historii Sadako Sasaki, wokół której obudowana jest narracja Muzeum i Miejsca Pokoju w Hiroszynie. Dziewczynka ta w wyniku napromieniowania w wieku 12 lat zachorowała na białaczkę. Jako że według tradycji japońskiej żurawie przynoszą szczęście, Sadako wierzyła, że jeżeli złoży tysiąc papierowych żurawi – to wyzdrowieje. Niestety dziewczynka przegrała walkę z chorobą i dopiero po jej śmierci koleżanki i koledzy dokończyli dzieła. Historia Sadako tak wzruszyła naród, że w odpowiedzi postawiono pomnik poświęcony dzieciom, które zmarły wskutek wybuchu bomby atomowej, ona sama zaś stała się symbolem pokoju. Biorąc pod uwagę fakt, iż w 1945 r. bomby atomowe na Hiroszimę i Nagasaki zrzucili Amerykanie, to motyw przewodni tej sali należy uznać za znamienny akt pojednania. W 2001 r. łańcuchy żurawi pokoju pojawiły się na płocie wokół Strefy Zero w kilka tygodni po ataku.

Schody prowadzą do najważniejszego pomieszczenia w *9/11 Tribute Center*, gdzie średnio co pół godziny odbywają się sesje, w trakcie których jedna osoba, stojąca na tle panoramy Nowego Jorku (z nowym kompleksem budynków WTC), opowiada swoją historię. Słuchacze mogą zadawać pytania, a także podzielić się własną refleksją i wspomnieniami. Pomiędzy sesja-

<sup>8</sup> <http://tributewtc.org/about>

mi istnieje również możliwość odsłuchania za pomocą multimedii relacji innych świadków, zaangażowanych w działalność *9/11 Tribute Center*. Po spotkaniu prowadzący zachęcają do pisemnego dzielenia się własną historią. Na ścianie napisano pytania: „Czy masz historię 9/11, którą chciałbyś się podzielić?”, „Jak historie osób, które przeżyły tragedię 9/11, wpłynęły na sposób postrzegania przez Ciebie wydarzeń 9/11?”. Pod pytaniami umieszczono także ikonki Twittera, Facebooka i Instagrama oraz ekran z otwartą stroną mailową z adresem *9/11 Tribute Center*.

## Podsumowanie

*9/11 Tribute* przez swą działalność z naukowego punktu widzenia potwierdza rodzący się dyskurs dotyczący pamięci. Jest to koncentracja nie tyle na historycznym wymiarze wydarzeń 11 Września oraz konsekwencjach politycznych, ile raczej na jednostkowym i autentycznym przeżyciu. Nawet jeżeli turyści znajdują się w „miejscu szoku” ze względu na pogoń za sensacją to szybko punkt ciężkości przenosi się na pamięć o dramacie tysięcy ludzi. Przypadek 9/11 ukazuje płynne przejście od sensacji do empatii – z *lieux de l’imagination* na *lieux de mémoire*. Z drugiej jednak strony, ze względu na daleko posuniętą komercjalizację, Muzeum i Miejsce Pamięci 11 Września jest dziś również „strefą” kontrowersyjną.

Temat niewątpliwie wymaga dalszych badań. Przykład nowojorskiej Strefy Zero ukazuje, jak ważną rolę w ponowoczesnym świecie pełnią turyści. Nie tylko „odczarowują” mediatyzowane miejsca, odsłaniając ich autentyczne oblicze, ale przede wszystkim stanowią istotny głos w krystalizowaniu się fundamentów nowych *lieux de mémoire*.

## Bibliografia

- Baudrillard J. (1998), *Precesja symulaków*, [w:] Nycz R., red., *Postmodernizm*, Kraków.
- Bauman Z. (1994), *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*, Instytut Kultury, Warszawa.
- Blais A., Rasic L., 2011, *A Place of Remembrance. Official book of the National September 11 Memorial*, National Geographic Society, Washington.
- Chanin C., Greenwald A.M., red. (2013), *The stories they tell. Artifacts from the National September 11 Memorial Museum. A journey of remembrance*, Skira Rizzoli, New York.
- Gutman Y. (2009), *Where do we go from here: The pasts, presents and futures of Ground Zero*, “Memory Studies” Vol. 2(1).

- Hirsh M. (2008), *The Generation of postmemory*, „Poetics Today”, Vol. 29 (1).
- Komsta A. (2013), *Problem dark tourism i jego możliwości w Polsce*, „Turystyka Kulturowa”, nr 3, [http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2013\\_02\\_03.pdf](http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2013_02_03.pdf).
- MacCannell D. (2002), *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa.
- Macdonald Sh. (2013), *Memorylands. Heritage and Identity in Europe Today*, Routledge, London and New York.
- Nora P. (1989), *Between Memory and History. Les Lieux de Mémoire*, „Representations”, No. 26.
- Reijnders, (2010) *Places of the imagination: an ethnography of the TV detective tour*, „Cultural Geographies”, No. 17 (1).
- Saussure F. (1961), *Kurs językoznawstwa ogólnego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Seaton T. (2009), *Thanatourism and Its Discontents: An Appraisal of a Decade's Work with Some Future Issues and Directions*, [w:] Jamal T., Robinson M., red., *Handbook of Tourism Studies*, Sage, London.
- Stone P. (2006), *A Dark Tourism Spectrum: Towards a Typology of Death and Macabre related with tourist sites, attractions and exhibitions*, [w:] *Dark Tourism Institute Publications*, <http://dark-tourism.org.uk/research-publications>.
- Sturken M. (2007), *Tourists of History. Memory, Kitsch, and Consumerism from Oklahoma City to Ground Zero*, Duke University Press, Durham and London.
- Sturken M. (2004), *The aesthetics of absence: Rebuilding Ground Zero*, „American Ethnologist”, Vol. 31 (3).
- Urry J. (2007), *Spojrzenie turysty*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Wieczorkiewicz A. (2008), *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*, Wydawnictwo Universitas, Polska Akademia Nauk, Kraków.

## SHOCK TOURISM – BETWEEN SENSATION AND EMPATHY. 9/11 CASE STUDY

### Abstract

**Purpose.** The attempt to create a definition of the *shock tourism* as a type of *dark tourism*. The phenomenon of spontaneous travels to sites of disasters was first described from the anthropological perspective by Chris Rojek in 1993. He used the term *black spots*, referring to places that became travel destinations in reaction to current media coverage (*spotlights*). In Polish research we hitherto lack the translation of this term, as well as explicit descriptions of travels which are the immediate result of current media coverage. The proposed definition of shock tourism will be presented not only as a kind of „sensation tourism”. The visitors, through their presence, not only influence the shape of memory sites but they also take part in creating the memory of tragic events. The example of New York’s Ground Zero shows us how much, over the course of recent years, not only the physical space of the site, but also its symbolic dimensions have changed. The narration of 11<sup>th</sup> September National Museum, the 9/11 Memorial Site and the work of non-profit 9/11 Tribute Center contribute to changing the perception of „shock sites” from *lieux de l’imagination* to *lieux de mémoire*.

**Method.** Fieldwork, participant observation (an analysis of narratives of 9/11 National Museum and Memory Site; observation of tourists’ and tour guides behaviour).

**Findings.** An analysis of narratives of 9/11 National Museum and Memory Site, as well as the activity of 9/11 Tribute Center became a starting point to further considerations on the role of tourists in creating postmodern *lieux de mémoire*.

**Research and conclusions limitations.** Limited time of fieldwork (10 days).

**Originality.** The paper concerns postmodern phenomenon of the evolution of post-disaster sites into the *memorylands*, according to Sharon Macdonald’s concept. The framework of shock tourism opens new horizons and research perspectives of this process.

**Type of paper.** Theoretical paper based on case study of 9/11.

**Key words:** New York, travel black spots, tourist experience, doświadczenie turystyczne, Memory Site, semiotics of tourist attractions.



## CAMINO FRANCÉS – JESZCZE PIELGRZYMKA CZY JUŻ TURYSTYKA? PRÓBA ODPOWIEDZI NA PODSTAWIE WSPOMNIEŃ POLSKICH CAMINOWICZÓW

*Paweł Plichta\**

### Abstrakt

**Cel.** Celem artykułu jest odpowiedź na tytułowe pytanie: Jak Camino Francés współcześnie jest postrzegane – jako pielgrzymka czy turystyka?

**Metoda.** W tekście zastosowano analizę treści materiałów źródłowych, które stanowią drukowane teksty literackie, popularne, naukowe tzw. caminowiczów. Wykorzystano też materiały pozyskane przez autora w trakcie jego pielgrzymki i obserwacji uczestniczącej. Dodatkowym analizowanym dokumentem był *Manifest z Villafranca del Bierzo*, który w sposób formalny podejmuje rozpatrywane kwestie.

**Wyniki.** Camino Francés postrzegane jest przez osoby, które odbyły je pieszo lub na rowerze, jako pielgrzymka. Określenie „turystyka” używane jest w ich wypowiedziach w wyraźnej opozycji. Co więcej, dychotomia pielgrzymka – turystyka (pielgrzym – turysta) ma w analizowanych tekstach wymiar wartościujący lub w przypadku tekstów naukowych ich autorzy zwracają na ten problem uwagę.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Przeprowadzona analiza – z uwagi na formalne ilościowe wymogi tekstu – została ograniczona tylko do źródeł drukowanych dostępnych w języku polskim. Z tych samych powodów podjęto jeden z ważnych – zarówno dla samych caminowiczów, jak i badaczy próbujących określić współczesny charakter Camino – aspektów występujących w tych pracach.

**Oryginalność pracy.** Dotychczas nie przedstawiono pracy traktującej o Camino Francés i dychotomii pielgrzymka – turystyka w kontekście mitycznych uwarunkowań i wartościowania tego fenomenu w odniesieniu do polskich autorów wspomnień. Na potrzebę analiz tego typu polskiej literatury zwracają uwagę badacze fenomenowi Camino.

**Rodzaj pracy.** Praca ma charakter analityczny.

**Słowa kluczowe:** Camino de Santiago, Camino Francés, pielgrzymka, turystyka, mit, religia.

---

\* Dr; Uniwersytet Jagielloński, Instytut Studiów Międzykulturowych; e-mail: pawel.plichta@uj.edu.pl.



## Wprowadzenie

„Religia jest obrazą ludzkiej godności. Także bez niej ludzie dobrzy będą postępować dobrze, a źli – źle. Ale to właśnie pod wpływem religii ludzie dobrzy postępują źle” [Kołaczkowski-Bochenek 2010, s. 240]. Myśl znane- go fizyka i noblisty Stevena Weinberga jako podzielaną opinię przywołał Andrzej Kołaczkowski-Bochenek w swojej książce – opisie doświadczenia własnej drogi do Santiago de Compostela. Mimo że autor zakończył rozwa- żania przestrogą „nie wyruszajcie w pielgrzymce na Camino de Santiago<sup>1</sup>” [tamże] dla wszystkich, którzy nie chcą zmienić tego lub podobnego sądu, a jego publikacja nosi paradoksalnie brzmiący tytuł: *Nie idź tam człowie- ku!*, wielu Polaków po jej lekturze podjęło decyzję o odbyciu pielgrzymki do galisyjskiego sanktuarium. Autor-pielgrzym na początku swojego „pa- miętnika” wyróżnił kategorie pielgrzymów, przyjmując dość osobliwe kryte- rium – czytelnictwa: *Ich bin dann mal weg. Meine Reise auf dem Jakobsweg* [Kerkeling 2006a; 2006b] (Niemców), *The Camino. Journey of the Spirit* [Maclaine 2000] (Amerykanów) oraz *O Diário de Um Mago* [Coelho 1987<sup>2</sup>; 2012] (resztę świata) oraz tych, którzy nie przeczytali żadnej z nich. Po kil- ku zaledwie latach można uaktualnić ten podział, wprowadzając dodatkową kategorię: czytelników książki Kołaczkowskiego-Bochenka<sup>3</sup> (Polaków) [por. Orzechowska-Kowalska 2013, s. 42].

Fenomenowi drogi św. Jakuba, o którym traktuje niniejszy artykuł, nie spo- sób analizować bez odniesień do współczesnych trendów kulturowych (moda na turystykę kulturową, trekking) i przemian religijnych (zainteresowanie du- chowością). Kolejne publikacje, strony internetowe, bractwa, stowarzyszenia, różnego rodzaju przedsięwzięcia kulturalno-religijne, ale przede wszystkim stale wzrastająca liczba osób, które pieszo przemierzają różne odcinki Jaku- bowego szlaku, uzasadniają namysł nad współczesnym charakterem Camino.

<sup>1</sup> W artykule podobnie jak w piśmiennictwie dot. tematu używane są określenia hiszp. Camino de Santiago – droga św. Jakuba lub w skrócie Camino – droga oraz funkcjonujący już w języku polskim termin: caminowicz – oznaczający kogoś, kto pokonał odcinek szlaku Jaku- bowego w ścisłym znaczeniu: co najmniej 100 km pieszo lub 200 km na rowerze lub konno; w szerokim – jakikolwiek. Zarówno camino, jak i caminowicz w kontekście niniejszego wywo- du można uznać za terminy neutralne. Trudność w określeniu kondycji osób zmierzających do Santiago oddawana jest niekiedy połączeniem pielgrzym-turysta [por. Orzechowska-Kowalska 2012, s. 396].

<sup>2</sup> Tytuł oryginalnej wersji książki Coelho wydaje się lepiej oddawać jej treść. Mimo że brazy- lijski pisarz swoją powieścią przyczynił się do rozpropagowania fenomenu Camino de Santiago, to wykorzystał w niej topos do opowiedzenia historii odbiegającej od Jakubowego wymiaru szlaku. „*Pielgrzym* żadnym przewodnikiem nie jest” [Bremer 2011a, s. 80; Ożóg 2010, s. 327]. Oczywi- ście szczególnieymi względami pozycja ta cieszy się u Brazylijczyków [por. Bremer 2011a, s. 80].

<sup>3</sup> Andrzej Kołaczkowski-Bochenek znany jest polskim caminowiczom również jako współ- autor poradnika i przewodnika [por. Iwański, Kołaczkowski-Bochenek 2013; Kołaczkowski- -Bochenek, Iwański 2013]. Wielu pielgrzymów – w tym piszący te słowa – w Triacastela spełnia prośbę autora.

Celem artykułu jest odpowiedź na tytułowe pytanie: jak Camino Francés traktują i określają w swoich wspomnieniach sami caminowicze: jako pielgrzymkę czy turystykę oraz jaki charakter ma ta dychotomia w ich opiniach? Zestawienie partykuł „jeszcze – już” nie tylko sugeruje perspektywę temporalną, ale także implikuje możliwość zmiany opinii wobec przedmiotu zainteresowania do tego stopnia, że to, jakim mógł być on w przeszłości, nie odpowiada zupełnie aktualnemu stanowi. Postawiony problem badawczy został zrealizowany na podstawie: źródeł, które stanowią teksty literackie, popularne i opracowania naukowe polskich caminowiczów<sup>4</sup>; (nie tylko) obserwacji uczestniczącej autora tego artykułu. Dodatkowo – jako niedawny przykład ciągle toczących się w różnych gremiach dyskusji nad duchem i istotą szlaku – przywołany został ogłoszony w 2014 roku *Manifest z Villafranca del Bierzo* – sformalizowany dokument, w którym wykorzystano tytułową dychotomię dla zobrazowania trudności i niebezpieczeństw grożących Camino de Santiago – przekształcenia zjawiska w jedną z wielu atrakcji turystycznych. Przegląd wybranych publikacji traktujących o szlaku Jakubowym zaproponowała kilka lat temu Krystyna Zabawa [Zabawa 2009, s. 221-231]. Jednym z aspektów niniejszego artykułu jest realizacja zachęty autorki „do bliższego przyjrzenia się tematowi” [Zabawa 2009, s. 231], na co zwróciła uwagę także Agnieszka Jaworska w swojej książce, zawierającej podrozdział ilustrujący „fenomen piśmienniczy »wspomnień pielgrzymka«” [Jaworska 2015, s. 163-188]<sup>5</sup>. W analizie problemu wykorzystano polskie pozycje, które ukazały się drukiem w latach 2001-2014 i w których ich autorzy podjęli refleksję nad własnym doświadczeniem Camino Francés. Odwołanie do wskazanych źródeł i ich analizę uzasadnia zauważalna prawidłowość: jednym z istotnych elementów w podjęciu decyzji o przejściu Camino, nazywanym niekiedy „dojrzwaniem” czy „wciąganiem”, są lektury współczesnych itinerariów, nowych opowiadań, legend tworzących – jak ujął to jeden z rozmówców Józefa Bremera – „mystykę Camino” [Bremer 2012, s. 107-108<sup>6</sup>; por. Zabawa 2009; Hesp 2010, s. 147; Orzechowska-Kowalska 2012, s. 389; Jaworska 2015, s. 164-165; Kucharski 2015, s. 134-143].

<sup>4</sup> Dla pokazania szerszego kulturowego kontekstu wskazano artefakty znane polskim odbiorcom oraz wykorzystane wybrane obcojęzyczne publikacje, w tym wspomnienia.

<sup>5</sup> Autorka, podobnie jak Krystyna Zabawa, stwierdza nikłe zainteresowanie uczonych tym fenomenem, mimo że są znaczącym elementem „kultury Camino de Santiago” [Jaworska 2015, s. 164]. Analizę tego typu literatury wydanej w latach 1985-2009 w języku angielskim przeprowadziła Andrea Hesp [Hesp 2010]. Warto wszakże w tym miejscu zauważyć, że problem został zauważony i jest badany przez polskich uczonych [por. Kucharski 2015]. W programie cyklicznej VIII konferencji naukowej „Droga św. Jakuba w Polsce – przeszłość i teraźniejszość” znalazła się propozycja Macieja Samoleja „*Peregrino* – wersja krajowa, ale za to bardzo autentyczna. Pisanie wspomnień o Camino de Santiago, na przykładzie lektury książki Emila Wąsacza *Santiago de Compostela. Dziekczynne pielgrzymowanie*”.

<sup>6</sup> Autor analizuje znaczenie literatury hagiograficznej dla ruchu pielgrzymkowego do Santiago de Compostela [Bremer 2012, s. 93-108; idem 2015, s. 37; por. Wąsowicz 2014, s. 11,

## Camino Francés – jeden z Jakubowych szlaków

Camino Francés (Via Francigena, Droga Królewska, także szlak francuski [por. Gać 2011]) – to najpopularniejsza<sup>7</sup>, ale jedna z wielu (Camino Inglés, Camino del Norte<sup>8</sup>, Ruta de la Plata [por. Orzechowska-Kowalska 2010], Camino Portugués [por. Grabowska-Markowska, Laskowska 2014; Blachowska 2014]) dróg pielgrzymich prowadzących do sanktuarium św. Jakuba Większego w hiszpańskiej Galicji. Jej nazwa wywodzi się od francuskich szlaków, które w dwóch miejscach łączyły się z sobą, trzy z nich w miejscowości Ostabat: Via Tournonensis (La Grande Route, z kościoła św. Jakuba w Paryżu, przez Orléans, Tours, Poitiers, Bordeaux, Ostabat), Via Lemovicensis (z sanktuarium w Vézelay przez Nevers i St. Amand, Limoges, Solignac, Thivers, Pèrigueux, Bazas, St. Sever, St. Palais, Ostabat), Via Podiensis (z sanktuarium La Puy-en-Velay, Aubrac, Conques, Cahors, Moissac [por. Różycki 2011]), a następnie w Puente la Reina, miejscu przeprawy przez rzekę Arga: Via Tolosana (droga aragońska, Arles, St. Gilles, St. Guilhem-le-Désert, bazylika St. Sernin w Toulouse, Somport). Współcześnie wielu pielgrzymów rozpoczyna swoje Camino Francés w miejscowości Saint Jean Pied de Port (SJPdP) leżącej u podnóży Pirenejów po stronie francuskiej lub z Roncesvalles<sup>9</sup> po stronie hiszpańskiej. Po dotarciu do celu kilkudziesięciodniowej pielgrzymki (775 km) – grobu św. Jakuba Większego (nazywanego też Starszym – apostoła, męczennika, patrona Hiszpanii), kontynuują oni swoją wędrówkę (kolejne 110 km, w zależności od czasu: pieszo lub środkami transportu) „na koniec świata” do sanktuariów położonych nad Oceanem Atlantyckim: Finisterra i Muxía także związanych z kultem Santiago Matamoros. Przejście szlaku zależy od wielu indywidualnych (wolny czas, zdrowie, kondycja, determinacja, motywacja) i zewnętrznych (głównie pogoda) czynników zajmuje około 30 dni

17-21]. W tym ostatnim przypadku pielgrzymie zapisy przeplatane są dodatkowo biblijnymi cytatami. O popularności tego typu literatury, mającej tradycję również w polskim piśmiennictwie, świadczą kolejne wznowienia, dodruki poszczególnych tytułów.

<sup>7</sup> W 2014 roku różne szlaki wybrało odpowiednio: Camino Francés 161 994 osób (68,10%); Camino Portugués 35 491 (14,92%); Camino del Norte 15 071 (6,34%); Via de la Plata 8 490 (3,57%); Camino Primitivo 8 275 (3,48%); Camino Inglés 7 194 (3,02%); inne 717 (0,30%); Muxía-Finisterre 652 (0,27%); 2 (0,0001%). Dane statystyczne, jeśli nie zaznaczono inaczej: [Oficina de Acogida al Peregrino, 2015].

<sup>8</sup> Z analizowanych prac dwie dotyczą innej niż francuska drogi odpowiednio: Camino del Norte [Klimek 2014] oraz Camino Primitivo (tzw. droga pierwotna, rozpoczynająca się w Oviedo) [Gawryś 2013, s. 7-45]. Autor ostatniej pozycji przeszedł także Camino Francés [Gawryś 2013, s. 47–130], w swoich zapiskach wspomina atmosferę Jakubowego święta 25 lipca 2013 roku zakłóconą tragedią katastrofy kolejowej [tamże, s. 127-129]. Natomiast w dwóch kolejnych Camino Frances to odcinek dłuższej trasy [Okoń 2009; Doburzyński 2012].

<sup>9</sup> W sierpniu 2014 roku do Santiago de Compostela dotarło 3 963 (7,74%) osób, które rozpoczęły wędrówkę w Saint Jean Pied de Port oraz 1 632 (3,19%) wyruszających z Roncesvalles. W sumie zatem stanowili oni 10,93% caminowiczów.

[Kołaczkowski-Bochenek, Iwański 2013, s. 111-114; Burdziej, Miszewski, Rochman 2004, s. 102; por. Gać 2011]. W przypadku autora niniejszego artykułu był to okres 9 VII SJPdP – 1 VIII Santiago i dalej 4–7 VIII 2014 Finisterra i Muxía.

Tradycja peregrynacji na kraniec Półwyspu Iberyjskiego sięga IX wieku, kiedy to – zgodnie z legendą – odkryto *sepulcrum Sancti Iacobi*<sup>10</sup>. Za pierwszego znanego z imienia pielgrzyma uznaje się króla Asturii Alfonsa II Czystego, który przybył na miejsce w 834 roku<sup>11</sup>. Od tego czasu w kolejnych wiekach i latach (również współcześnie) powstawały oddające szczególnie charakter wyprawy zwyczaje<sup>12</sup>, symbole – atrybuty, związane też z pielgrzymim ekwipunkiem. Do tych pierwszych należą: zamknięcie spraw, pożegnanie z najbliższymi, spisanie testamentu, szczególne błogosławieństwa pielgrzymów, pozdrowienia w drodze: „*i Buen camino!*”, „*i Ultra!*”, „*i Suseia!*”; po dotarciu do katedry rytuały: ręka przyłożona do kolumny w Portyku Chwały, oznaczająca wyznanie wiary, nawiedzenie grobu, objęcie figury apostoła w ołtarzu głównym i modlitwa do ucha Jakuba, południowa Msza św. dla pielgrzymów, w trakcie której w napięciu nad słuchują oni komunikatu-powitania przybyłych wyczytywanych według nacji oraz oczekują ceremonialnego uruchomienia *botafumeiro* (największej na świecie kadzielnicy). Współcześni pielgrzymi docierający do „krańców świata” symbolicznie kąpią się w oceanie i palą „sfatygowane” ubrania [Zwoleńska 2009, s. 102-103; por. Jaworska 2014]. Symbolami pozostają niezmiennie: muszla, kamień niesiony od progu własnego domu, pozostawiany przy Cruz de Ferro, żółta strzałka, krzyż św. Jakuba, krzyże, kopczyki, tablice upamiętniające śmierć pielgrzymujących, księgi pamiątkowe. Udający się w drogę od wieków przygotowywali się do niej także w sposób praktyczny. Elementem wyposażenia pielgrzyma były zatem: kostur (tzw. trzecia noga), który współcześnie często zastępują kijki trekkingowe, mała

<sup>10</sup> Legenda o odkryciu grobu św. Jakuba Starszego przez mnicha Pelaya (Pelagiusza) około 830 roku za czasów króla Alfonsa II Czystego (759-842, króla Asturii). Mnich wiedziony anielskimi głosami i światłem miał dotrzeć do miejsca pochówku apostoła i zawiadomił o swym przeżyciu biskupa Teodomira († 29 I 847). Opowieść tę upamiętnia ufundowany przez stowarzyszenie pielgrzymów w 1996 roku pomnik pielgrzyma (sic! nie turysty) na *Alto del Perdón* (*Góra Przebaczenia*) około 10 km za Pampeluną. Napis głosi: *Donde se cruza el camino del viento con el de las estrellas* (Gdzie przecina się droga wiatru z drogą gwiazd). Inne wersje pomijają wątek mnicha, przypisując odkrycie wyłącznie Teodomirovi. Historyczne wzmianki o grobie pochodzą z czasów Alfonsa III i wydanych przez tego króla dokumentów (867, 885, 893) [por. Starowieyski 1995; Chélini, Branthomme 1996, s. 121-125].

<sup>11</sup> Do tej opowieści nawiązuje Camino Primitivo [por. Gawryś 2013, s. 7-45]. Do grupy pierwszych udokumentowanych historycznie pielgrzymów należą: bp Gotescalco z Puy (Francja) z Akwitaniai około 950 roku przybył wraz z grupą wiernych swojej diecezji; opat Cesareo z klasztoru św. Krystyny z Katalonii około 959 roku; eremita Szymon z Armenii między 983 a 984 rokiem.

<sup>12</sup> Warto dodać, że rozwojowi ruchu pielgrzymkowego towarzyszyły także konkretne regulacje o charakterze prawnym [zob. Ohler 2000, s. 234-244; Paczkowski 2014].



**Ryc. 1.** Okolice Ferrerios 103 km do Santiago de Compostela. 29.07.2014.

**Fig. 1.** Near Ferrerios 103 km to Santiago de Compostela. 29.07.2014.

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

torba mieszcząca jedynie niezbędne rzeczy – współcześnie plecak zgodnie z regułą ważący nie więcej niż 10% masy ciała pątnika, kapelusz i płaszcz chroniące zarówno przed słońcem, jak i deszczem, „nie całkiem nowe” buty, muszla (*concha*), naczynie na wodę, dowód pielgrzymi (*credential*) służący jako paszport i legitymizacja statusu pielgrzyma [por. Puszcz 2010, s. 106-108; Chélini, Branthomme 1996, s. 138-150; Ohler 2000, s. 77-99]. W tym ostatnim gromadzone są pieczętki świadczące o przebytej trasie i na jego podstawie w biurze pielgrzyma wydawana jest tzw. kompostelka (*compostela*), czyli zaświadczenie potwierdzające w języku łacińskim, że po przebytej pieszo, konno lub na rowerze drodze caminowicz „*hoc sacratissimum templum pietatis causa devote visitasse*” (!)



**Ryc. 2.** Okolice Airexe 75 km do Santiago de Compostela. 30.07.2014.

**Fig. 2.** Near Airexe 75 km to Santiago de Compostela. 30.07.2014.

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

O popularności szlaków do grobu św. Jakuba świadczą prowadzone przy sanktuarium statystyki. W 2014 roku w biurze pielgrzymkowym zgłosiło się 237 886 osób. Przy okazji rejestracji, *caminowicze* wypełniają formularz, określając m.in. motywy swej wędrówki. W 2014 roku na motywy religijne<sup>13</sup> wskazało 42,46% osób, religijno-kulturowe – 50,62%, kulturowe – 6,92%. Zdecydowana większość pielgrzymów docierających do Santiago de Compostela i odbierających świadectwo nawiedzenia sanktuarium uwzględnia zatem w mniejszym lub większym stopniu motywy religijne towarzyszące wędrówce, wypełniając tym samym zapis z dokumentu (*pietatis causa*), o który zabiega.

### Pielgrzymka a turystyka

Proces nazywania i definiowania badanych zjawisk i fenomenów od czasów Arystotelesa należy do podstawowych zadań i trudności opisu naukowego. Staje się on tym bardziej problematyczny, kiedy dotyczy przeżyć, motywów, intencji subiektywnych i jednostkowych oraz kiedy wykorzystywane są w nim terminy – w odbiorze użytkowników języka – wartościujące. Obie sytuacje dotyczą fenomenu Camino Francés – jako doświadczenia drogi subiektywnie przeżywanego przez jednostkę, choć mieszczącego się w zastanej i określonej tradycji (religijnej, chrześcijańskiej, katolickiej) oraz używanych nazw „pielgrzymka” i „turystyka” jako terminów, które trudno uznać za neutralne. W pracach religioznawczo-socjologicznych Camino służy jako egzemplifikacja istotnych zmian religijności człowieka ponowoczesnego, przy czym żywo dyskutowana jest zasadność zmiany przedmiotu zainteresowań badaczy z religii na (nową) duchowość [por. Burdziej 2005; Mendyk 2012, s. 112; Grabowska-Markowska, Laskowska 2014, s. 170].

Popularna diagnoza kondycji człowieka ponowoczesnego zaproponowana przez Zygmunta Baumaną zasadza się na owym wartościującym



**Ryc. 3.** Biuro pielgrzymkowe. Compostela. Santiago de Compostela. 2.08.2014.

**Fig. 3.** The Pilgrims' Office in Santiago de Compostela. The Compostela. 2.08.2014.

<sup>13</sup> W innych badaniach: intencje religijne – 67%; możliwość przejścia średniowiecznym szlakiem – 49% [na podstawie: Orzechowska-Kowalska 2013, s. 45].

przeciwieństwie terminów-metafor: spacerowicz, włóczęga, turysta, gracz w opozycji do pielgrzyma<sup>14</sup> (i tutaj kontekst terminu ma znaczenie, wszakże mowa o tradycji chrześcijańskiej, ale protestanckiej, purytańskiej) jako typu człowieka nowoczesnego. Podstawowa dychotomia u socjologa płynnej nowoczesności przedstawia się następująco: „Podążali do miejsc świętych pielgrzymi, by zarobić na zbawienie duszy (...) Ale nikt z nich nie był turystą” [Bauman 1993, s. 24]. Wskazując na cechy tego ostatniego, Bauman pisał: „Turysta opuszcza dom w poszukiwaniu wrażeń. Wrażenia, i opowieści o wrażeniach – oto jedyny łup, z jakim wraca, i jedyny, na jakim mu zależy. (...) Turysta płaci, turysta wymaga. Stawia warunki. (...) Turysta jest artystą; turystyka jest twórczością. Świat przez turystę odwiedzany jest surową bryłą marmuru, której turysta nada kształt swoich przeżyć. (...) Zabiera więc turysta w podróż dom: jako punkt odniesienia, standard do mierzenia doznań (...) przygląda się obyczajom, które czasem oburzają go, czasem bawią, ale zawsze dziwią (...) opatruje je etykietami, klasyfikuje, szufladkuje w sejfie pamięci. (...) czuje się w obcych stronach bezpiecznie (...) przede wszystkim ma pieniądze, a gdzie są pieniądze, tam ściągają tłumnie tropiciele zysków” [Bauman 1993, s. 24-26]. Tymczasem pielgrzym miał i ma przed sobą wyraźnie wskazany cel wędrówki, w trakcie której „nie ma miejsca na kroki, które do celu nie zbliżają, nie ma też (...) czynów obojętnych: wszystko albo służy celowi, albo jest bezużyteczne, pozbawione sensu” [Bauman 1993, s. 10]. Mimo że analiza wzoru pielgrzyma, według Baumana, dotyczy układu społecznego, który minął, a zatem nieistniejących już warunków, to paradoksalnie na początku XXI wieku ponowoczesny człowiek szuka owego życiowego celu i środków do jego realizacji, przemierzając nie metaforycznie, ale realnie setki kilometrów (np. Camino Francés). Odwołanie do Baumanowskich wzorców stanowi nie tylko egzemplifikację tytułowej dychotomii w nauce, lecz również ujawnia napięcie między ideą pielgrzymowania a turystyką mającą charakter poznawczy niereligijny.

Antoni Jackowski, porządkując terminologię także na podstawie analizy stylistyki kościelnych dokumentów, uznał „pielgrzymkę za specyficzną formę turystyki religijnej”, stwierdzając jednocześnie, że „w żaden sposób nie deprecjonuje to rangi religijnej pielgrzymki” [Jackowski 2003, s. 126; por. Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 146-152]. Istotnie w dyskursie naukowym pielgrzymka traktowana jest jako jedna z form migracji turystycznych (podjęta dobrowolnie, której nie towarzyszą motywy ekonomiczne lub chęć zmiany miejsca zamieszkania), ściślej: turystyka religijna (gdyż towarzyszą jej motywy religijne lub religijno-poznawcze) lub turystyka kulturowa (gdy dotarciu do celu – ośrodka kultu religijnego – towarzyszą inne, niereligijne motywy) [por. Jackowski 2003, s. 124]. Odwołując się do ustaleń antropo-

<sup>14</sup> Typologia ta bywa przywoływana z pominięciem jej autora i bez kontekstu, w którym została użyta przez Baumana, także w rozważaniach nad religijnym, duchowym wymiarem pielgrzymek [por. Paślowska 2015, s. 285-286].

logów kultury [por. Badone 2004; Taylor 2001], Jan Perszon stwierdził, że „tradycyjne przeciwstawienie pielgrzymki i turystyki jest produktem myślenia bipolarnego, charakterystycznego dla kultury judeochrześcijańskiej. Dlatego zestawienia: pieniądze – ascetyzm; konsumpcja – ubóstwo; zło – dobro; niski – wysoki; materialne – duchowe; turystyka – pielgrzymka, trzeba uznać za nieadekwatne do rzeczywistości i uproszczone konstrukcje myślowe. Integralnym elementem pielgrzymowania są bowiem wartości poznawcze, ludyczne, rekreacyjne, wspólnotowe” [Perszon 2012, s. 76]. W rozstrzygającym sprawie stwierdzeniu braku ostrej opozycji między tymi dwoma kategoriami, autor zauważa istnienie we współczesnym turyście tęsknoty do „duchowej i fizycznej autentyczności i oryginalności”, które w istocie mają swój religijno-kulturowy wymiar w pragnieniu „powrotu do Raju” [tamże].

W opracowaniach naukowych i propozycjach klasyfikacji turystyki i jej szczególnego gatunku – turystyki religijnej problem nazewnictwa i relacji między turystyką a pielgrzymką rozważany jest w sposób analityczny, dzięki czemu może służyć akademickim debatom, ale i pomagać w zrozumieniu i badaniu rzeczywistości<sup>15</sup>. „Uproszczone konstrukcje myślowe” pozostają jednak faktem, od którego trudno abstrahować – zwłaszcza wtedy, gdy analizuje się konkretne przypadki. W relacjach i wspomnieniach z przebytej drogi św. Jakuba dwie kategorie – pielgrzymka (pielgrzym) i turystyka (turysta) – występują dość wyraźnie w różnych wymiarach.

Primo: osoby, które przeszły szlak Jakubowy w zdecydowanej większości swoje doświadczenie określają po prostu jako Camino lub pielgrzymka właśnie, niezależnie od motywacji<sup>16</sup> [por. Antkowiak 2005, s. 21, 241; Bremer 2011a, s. 64]. Intrygująco w tym kontekście, ale i w świetle badań przeprowadzonych przez Kazimierę Orzechowską-Kowalską, brzmi konkluzja autorki: „osoby wędrujące określają się częściej, jako »poszukujący turyści«” [Orzechowska-Kowalska 2013, s. 53; por. Grabowska-Markowska, Laskowska 2014, s. 170-171].

Secundo: kategoria pielgrzymki i status pielgrzyma w trakcie wędrówki służy do określenia tożsamości w drodze wobec wszystkich innych, którzy przebywają wprawdzie w tym samym czasie i tej samej przestrzeni, ale w oczywisty sposób nie przynależą do „wspólnoty w drodze”, ponieważ nie podjęli określonych (niekiedy tylko symbolicznych) działań. Za taki moment uświadomienia statusu *peregrino* wielu uznaje odebranie paszportu pielgrzyma [Grabowska-Markowska 2009, s. 15] z wpisanym własnym imieniem i nazwiskiem. Przykładem tego typu identyfikacji może być zapis w dzienniczku Mieczysława Gasowskiego z miejscowości Villafranca del Bie-

<sup>15</sup> Obszerną literaturę przedmiotu [zob. m.in. Różycki 2012, s. 161-177; por. także: Podemski 2015].

<sup>16</sup> Ciekawe, że „książkę o tej podróży”, jak określiła swoje wspomnienia reporterka, wydawnictwo prezentuje jako „dziennik z tej podróży” – z pielgrzymki do Santiago de Compostela [Wiernikowska 2013, s. 252, okładka 4].



rzo, tzw. Małego Santiago: „(...) małżeństwo z Anglii nawiązało ze mną rozmowę. Zwiedzali Hiszpanię jako turyści – podróżowali samochodem, zatrzymując się w co ciekawszych miejscach. Bardzo ich interesowała pielgrzymka do Santiago” [Gasowski 2011, s. 73]. Określanie własnej kondycji poprzez użycie jednego z dwóch terminów dotyczy także tych, którzy w opozycji do przemierzających szlak pieszo, konno lub na rowerze zauważają swoją odmiennność. Kilkakrotnie odnotowana przez autora tego artykułu sytuacja wskazywania na niego przez przewodników grup wycieczkowych jako na przykład współczesnego *peregrino*, w tym raz zakończona prośbą turysty o wspólne zdjęcie<sup>17</sup>, potwierdzają zauważalną rozłączność statusu pielgrzyma i turysty. Wskazują na nią zapiski z dziennika innej caminowiczki i próba definicji: „...przechodzą pielgrzymi. Od razu widać, kim są. Pielgrzym jest poważniejszy niż podróżnik, nie może sobie pozwolić na powierzchowność turysty i jest (chyba) nastawiony na odkrycia wewnętrzne” [Szulc, Piekarska-Duraj 2001, s. 112].

Tertio: opozycja pielgrzym – turysta ujawnia i manifestuje się szczególnie w sanktuarium św. Jakuba. Tak banalne, że wręcz niezauważalne bywają opisy Plaza del Obradoiro i wnętrza kościoła: „Katedra jest pełna pielgrzymów i turystów” [Bremer 2011a, s. 142; Kopacz 2009, s. 159, 161; Antkowiak 2005, s. 242]. Tymczasem prosta obserwacja jednostek i członków grup: wyglądu i zachowania tak w Santiago de Compostela [por. Wierzbieniec 2014], jak i w każdym innym miejscu świętym dostępnym wszakże dla osób postronnych, pozwala na zastosowanie strukturalnego modelu opozycji i mediacji. Turyści odwiedzający i zwiedzający obiekt poznają jego historię, znaczenie, utrwalają jego wyjątkowość, zgrupowani są wokół i/lub podążają za przewodnikiem, oczekując wrażeń, wymagając kompetentnej obsługi zgodnie z poniesionymi kosztami i zaplanowanymi punktami programu, podczas gdy pielgrzymi odwiedzający, nawiedzający i zwiedzający to samo miejsce traktują je przede wszystkim jako przestrzeń różnie rozumianego, ale jednak sacrum, ze względu na które podjęli wyrzeczenia związane z wielodniową wędrówką. Ci drudzy u celu swej drogi, uczestniczą w rytuałach religijnych i świeckich związanych z tradycją miejsca, ale nade wszystko widzą nieco szerzej bo w perspektywie wcześniejszych dni i zmagają sens dotarcia do owego *centrum mundi*, którym staje się konkretne sanktuarium. Mediatorami między tymi dwoma grupami w licznie odwiedzanym sanktuarium stają się porządkowi, obsługa, straż, wolontariusze – osoby czuwające nad przestrzeganiem określonych dla miejsca świętego zasad, tj. odpowiedni (tzw. godny) strój, zachowanie ciszy, kierunek poruszania, czas i sposób zwiedzania, fotografowania/nagrywania, zakaz wnoszenia określo-

---

<sup>17</sup> Sytuacje takie – zdjęcia „with a really and truly pilgrim” – nie należą do rzadkości, podobnie jak odczucia przynajmniej polskich caminowiczów: „czuję się jak ten obfotografowany niedźwiedź na Krupówkach w Zakopanem” [Bremer 2011a, s. 131; por. Antkowiak 2005, s. 240].

nych rzeczy, np. plecaków, jedzenia, picia, udział w liturgii. Te zaś zasady mają gwarantować zaspokojenie potrzeb zarówno pielgrzymów modlących się, uczestniczących w rytuałach oraz tych po prostu medytujących ostatnie dni drogi, jak i turystów niekoniecznie zainteresowanych przeżywaniem obrzędów religijnych. O realnej potrzebie takiej mediacji świadczą wzorce oczekiwanego zachowania w miejscach świętych i traktowanie przypadków odstępstw od nich jako niepożądanego turystycznej swobody [por. Ożóg 2010, s. 329-331; Bremer 2011a, s. 58].

### **Caminowicze o sobie samych, czyli pokusa ocen**

Relacje, przemyślenia, świadectwa i wspomnienia, stanowiące ważne źródło pogłębionych, jakościowych badań kulturowego fenomenu Camino, mające formę zarówno tradycyjnych wydawnictw – te wskazywane są jako jedna z głównych przyczyn wzrastającej liczby także Polaków na szlaku [Orzechowska-Kowalska 2013, s. 45], jak i krótkich wpisów na tematycznych forach i blogach, odsłaniają nieco trudno dostępną dla zewnętrznych badaczy sferę motywów, inspiracji, przeżyć<sup>18</sup>. „Myślę o tym, że wreszcie nie jestem turystką ani nawet podróżniczką, tylko pielgrzymem” [Szulc, Piekarska-Dukaj 2001, s. 109]. Pielgrzym czy turysta – to jedna z tych natrączywych myśli, które stają się udziałem osób przemierzających kolejne kilometry Półwyspu Iberyjskiego. Ta wątpliwość towarzyszy również podsumowaniom doświadczeń przebytej drogi św. Jakuba. W cytowanym zakończeniu swojej książki Kołaczkowski-Bochenek, przestrzegając przed konsekwencjami Camino, nie odwołuje się do pomysłu zobaczenia Santiago. Wskazuje on jednak dwa sposoby dotarcia. Pierwszy: „pojedźcie tam spokojnie, prosto do miasta, na wycieczkę: samochodem, autobusem, samolotem” oraz ten drugi niespokojny, bo wiążący się z wewnętrzną przemianą, której sam doświadczył [Kołaczkowski-Bochenek 2010, s. 240]. W tym przypadku podział zasadza się na sposobie dotarcia do celu: pieszej pielgrzymce przeciwstawiona jest turystyka środkami transportu (innymi niż rower czy koń, osioł). Zapis z 8 sierpnia 2014 r. w notatkach autora tego artykułu świadczy o symbolicznym zakończeniu Camino i odczuwanej zmianie statusu z pielgrzymem na turystę, która dokonała się w momencie pierwszego od ponad miesiąca wejścia do autobusu w miejscowości Muxía. Choć kilkudziesięciodniowy zarost, plecak i Jakubowe symbole jeszcze przez kolejne dni pobytu w A Coruña i innych „hiszpańskich” miastach sugerowały związek z Camino, stanowiąc pretekst do sympatycznych reakcji i pytań poddanych Filipa VI, Elżbiety II,

<sup>18</sup> Tymczasem dla wielu współczesnych caminowiczów do stałych punktów dnia należy moment zapisania w notesie tego, co istotne, warte ocalenia od zapomnienia, co w przyszłości może zostać wykorzystane w opowiadaniu, opisanie własnego doświadczenia [por. Burdziej 2005, s. 29, 31; Hesp 2010, s. 69-100; Jaworska 2015, s. 164-166].

to w odczuciu noszącego je pielgrzymka należała już do przeszłości. Pobyt miał inny, zgoła niepielgrzymkowy, bo już turystyczny charakter.

Inny caminowicz – Przemek Opłocki – już we wstępie do swojej relacji także precyzyjnie odróżnił podróż autostopem do Hiszpanii i „blisko miesięczną pielgrzymkę do Santiago de Compostela” [Opłocki 2009, s. 11]. W jednym z krótkich rozdziałów pt. *Pielgrzym – turysta?* odpowiada: „Jedno jest pewne. Camino nie przypomina średniowiecznego szlaku pątniczego. Zmienił się klimat, pielgrzymowanie ewoluuje w stronę podróżowania, a słowem najlepiej opisującym Camino de Santiago jest »szlak turystyczny«” [Opłocki 2009, s. 48]. Respondenci badań Kazimiery Orzechowskiej-Kowalskiej wśród negatywnych opinii wskazywali: „przewagę turystów nad pielgrzymami, (...) ostatnie 100 km to trasa trekkingowa nie pielgrzymkowa” [Orzechowska-Kowalska 2013, s. 51]. Istotnie pokusa wartościowania wysiłku i klasyfikowania, kto: pielgrzym czy turysta, codziennie daje o sobie znać, zmieniając tylko stopień natężenia. Największa intensywność i częstotliwość pytań o definicję drogi (pielgrzymkowa czy trekkingowa) rodzi się jednak szczególnie w miastach Ponferrada oraz Sarria – Fiz de Rozas (Puertomarín), leżących odpowiednio na 200 i 113-98 km od Santiago de Compostela<sup>19</sup>. Zgodnie z tradycją, pątnik powinien przebyć bądź 100 km pieszo, bądź 200 km na rowerze lub konno, aby otrzymać odpust i kompostelkę. Tłumy caminowiczów w dobrej formie, często tylko z podręcznymi plecaczkami i w ubiorze nieodpowiednim do wymogów długiej pieszej wędrowki czy rowerowej trasy, rozpoczynające swoje Camino w Sarria, to duchowe wyzwanie dla tzw. długodystansowców. Przed pokusą sportowej rywalizacji przestrzegają w pierwszej kolejności zaprawieni pielgrzymi [Iwański, Kołaczkowski-Bochenek 2013, s. 121], w drugiej – zdrowy rozsądek. Sposobem na przewyciężenie pokusy – i tym samym na zachowanie ducha Camino – w przypadku autora stała się natomiast adekwatna do sytuacji perykopa biblijna, którą cytuję z odpowiednią trawestacją: „Ci ostatni pracowali [przeszli] tylko jedną godzinę [100 km], a zrównałeś ich z nami. My znosiliśmy trud całego dnia [Camino] i upał [i burzę Villarmentero de Campos]. (...) Przyjacielu [pielgrzymie]! Nie krzywdzę cię. Czy nie umówiłeś się ze mną o jednego denara [przejście Camino]? Weź więc swoją zapłatę [kompostelkę i odpust] i odejdz! (...) Dlaczego patrzysz zazdrosnym okiem na to, że jestem dobry?” (Mt 20,12-15<sup>20</sup>). Problem został dostrzeżony w przywoływanym już *Manifeście*, którego autorzy postulują, by odpowiedzialni za wydawanie *composteli* rozważyli „znaczące zwiększenie ilości kilometrów wymaganych do otrzymania” tego dokumentu. Dodatkowy postulat wydaje się niezrozumiały, ponieważ w biurze pielgrzyma w sierpniu 2014 roku moż-

<sup>19</sup> W sierpniu 2014 roku do Santiago de Compostela dotarli pielgrzymi, który rozpoczęli swą drogę odpowiednio: Sarria – 13 793 (26,93%); Saint Jean Pied de Port – 3 963 (7,74%); Cebreiro – 2 764 (5,40%); León – 2 616 (5,11%); Ponferrada – 2 060 (4,02%); Roncesvalles – 1 632 (3,19%).

<sup>20</sup> Wszystkie biblijne cytaty za: Biblia paulińska [2008].

na było otrzymać – wprawdzie za opłatą – dodatkową kompostelkę z wypisanym miejscem rozpoczęcia pielgrzymki [por. Catedral de Santiago 2015].

Aktywność pielgrzymia i turystyczna na Camino Francés niejednokrotnie stwarza okazję do frustracji związanej z noclegiem. Gościnność stanowi jeden z immanentnych elementów pielgrzymek, zwłaszcza tych odwołujących się do tradycji biblijnej. W tym duchu piszą Sokolikowie o mieszkańcach-gospodarzach „ci ludzie naprawdę wierzą, że jakubowe pielgrzymowanie uświęca ich ulice, że nasze błogosławieństwo udziela się także im” [Sokolikowie 2011, s. 144]. Problemy z dostępnością i charakter miejsc noclegowych (*albergue*, *refugio*) to kolejny element dowodzący realnej dychotomii. Piotr Kopacz we wspomnieniach sytuacji z Hornillos zastanawia się: „czy noclegownie dla ogólnie pojętych pielgrzymów, powinny być także otwarte dla grup zorganizowanych, jak ta polska. Załatwili sobie tym samym tanie noclegi. Polak potrafi. Ale inni mają problem” [Kopacz 2009, s. 102]. Ewidentne wyodrębnienie pielgrzymów i członków „imprezy turystyczno-pielgrzymkowo-wyczynowej”, którzy następnego dnia „wymusili na organizatorze dowóz na najbliższą mszę” [Kopacz 2009, s. 109], jest w tym przypadku dodatkowo znamienne, ponieważ stosuje je autor: pielgrzym na rowerze. W odniesieniu do tego sposobu pielgrzymowania używa synonimicznego „rowerowy caminowicz”, traktując cyklistów jako „prawdziwych” pielgrzymów<sup>21</sup>.

Semantycznym próbom określenia istoty Camino towarzyszy wartościowanie, o czym świadczą powyższe przykłady. Szlak pątniczy jawi się jako ten pozytywny, pożądany, spodziewany. Doświadczenia podważające wyobrażony wymiar Camino sprawiają natomiast, że traktowany jest on w opozycyjnej kategorii do szlaku turystycznego (trekkingowego).

Warto zaznaczyć, że owa klasyfikacja dotyczyć może własnego doświadczenia przez weryfikowanie indywidualnych codziennych wyborów caminowicza, ale także oceny innych. W pierwszym przypadku wyznacznikami samokrytyki mogą być: planowany i przebyty odcinek drogi, postawa wobec współtowarzyszy, stosunek do pojawiających się trudności, świadomość motywacji, a nawet dobór posiłków, warunki noclegu czy ekwipunek [Szulc, Piekarska-Duraj 2001, s. 112]. Ten aspekt w sposób żartobliwy podsumował Opłocki: „Bo ja to byłem pielgrzymem (...) miałem jedynie plecak starej generacji (...) pokonałem całą trasę, bez odcinków przejechanych autobusem” [Opłocki 2009, s. 51].

W przypadku oceny innych można mówić o zdolności człowieka do łatwej krytyki, formułowania bardzo często stereotypowych opinii i wygłaszania niesprawiedliwych sądów. Jeśli traktować Camino jako pielgrzymkę, czyli sposobność do wewnętrznej przemiany, nie bez powodu interpretowanej za

---

<sup>21</sup> Na ten aspekt problemu wskazuje Andrea Hesp, cytując analizowane wspomnienia caminowiczów [por. Hesp 2010, s. 101-143].

pomocą Gennepowskiego rytuału przejścia, to ową tendencję do porównywania siebie i oceny innych można nazwać pokusą. Dodatkowo ten etyczno-religijny termin tłumaczy w tym kontekście jedna z definicji współczesnego pielgrzyma, czyli człowieka zmęczonego światem hipokryzji, światem pełnym sprzeczności, przesiąkniętym stereotypami [autorem jest Luis Sarriés Sanz za: Szady 2010, s. 145; por. Bożek i in. 2013, s. 109]. Przewyciężanie pokusy osądzania i innych jeszcze pokus caminowiczów to temat na odrębne studium [por. Howiacki 2012, s. 94]

Przykładów funkcjonowania i funkcjonalności tytułowej opozycji dostarczają wpisy uczestników dyskusji na forach internetowych. Świadczą one o tendencji zupełnie przeciwstawnej wobec opinii badaczy. Nazywanie Camino turystyką traktowane jest jako deprecjacja aktywności i przeżyć o charakterze religijnym [por. Jackowski 2003, s. 124-125]. Takie rozumienie pielgrzymki z jej szczególnym przejawem (czyli Camino de Santiago) i turystyki wydaje się być bliskie autorom *Manifestu z Villafranca del Bierzo* [FICS 2014]. Dokument ten został przygotowany w trakcie Międzynarodowego Forum „Dziedzictwo Eliasza Valiny” przez członków *Fraternidad Internacional del Camino de Santiago*. Istotnym i symptomatycznym dla tytułowego problemu jest trzeci rozdział manifestu zatytułowany *Turystyka i pielgrzymowanie*, w którym zauważono, że popularność i traktowanie dróg Jakubowych jako formy rekreacji stały się głównymi zagrożeniami dla ducha i wartości Camino. Co więcej, rozpoznano i wskazano na źródło takiego stanu rzeczy, czyli niepożądaną formę „reklamy” Camino jako „produktu turystycznego” [FICS 2014, s. 3]. Diagnoza przyczyn niepokojących zjawisk na szlaku Jakubowym w perspektywie jego wielowiekowej chrześcijańskiej (tj. religijnej) tradycji przypisywana jest również postawie duchowieństwa Kościoła katolickiego [por. Ożóg 2010; por. Bremer 2011a, s. 131]. Paradoksalnie niekiedy pewne zachowania (takie jak np. sposób odprawiania liturgii, pomijanie rytów oczekiwanych przez pielgrzymów) zaobserwowane u osób, które teoretycznie można traktować jako „strażników” chrześcijańskiego wymiaru Camino i moderatorów nowej ewangelizacji, a także wprowadzane przez nich praktyki (zamienianie kościołów w obiekty turystyczne), stają się pokusą do konstatacji, że „pielgrzymka jako forma pobożności zaczyna zamierać” [Bremer 2011a, s. 89; por. tamże, s. 38-39; Ożóg 2010, s. 328, 331].

Innym wymiarem owej pokusy oceny jest sygnalizowany przez socjologa problem hierarchii wśród caminowiczów „od pieszego długodystansowca po rowerzystę z zapleczem samochodowym” [Burdziej 2005, 18; 2008, 112]. W grupie caminowiczów rowerzyści „to zupełnie odrębny gatunek” [Antkowiak 2005, s. 35; por. Zwoleńska 2009, s. 68]. W swoim reportażu Beata Szady przywołuje wyznanie rowerowego caminowicza, świadomego różnicy między pieszą wędrówką a przejechaną czterokrotnie na rowerze trasą: „w żadnym momencie nie poczuł się pielgrzymem. Był »bicigrini«

(zlepek słów *biciclista* – rowerzysta i *peregrino* – pielgrzym)” [Szady 2010, s. 140]. Wśród wyraźnie wyodrębnianych kategorii caminowiczów poza tymi oczywistymi, jak: narodowość, sposób pokonywania szlaku czy bardzo rzadko płeć (autor niniejszego artykułu spotkał się z tym podziałem jedynie w León, u matek benedyktynek w Convento Santa Maria de las Carbajalas), wskazać można też specyficzne grupy np.: chrapiących [Zwoleńska 2009, s. 63-72] „klasycznych katoli” [Klimek 2014, s. 148], mniej „ortodoksyjnych” [Bremer 2011a, s. 41], fanów New Age [por. Klimek 2014, s. 148].

### **„Tęsknota za rajem” czyli pokusa autentyczności**

Droga św. Jakuba, a szczególnie jej najbardziej niegdyś i współcześnie popularny szlak francuski, stanowi konkretną przestrzeń naznaczoną historią europejskich chrześcijańskich peregrynacji. Miasta, mosty, drogi, katedry – to trwałe materialne dziedzictwo kulturowe, które zostało objęte ochroną i symbolicznie wpisane na listę światowego dziedzictwa Europejczyków i ludzkości. Ten historyczno-kulturowy kontekst sprawia, że współcześni caminowicze w sposób niejako naturalny mają możliwość bliskiego, codziennego obcowania z wielowiekową tradycją. Dotykaniu tych samych kamieni i artefaktów, przebywaniu w tych samych przestrzeniach towarzyszą naturalne pytania i wyobrażenia, jak pielgrzymowano w przeszłości, a zwłaszcza w złotych wiekach europejskich peregrynacji – mitycznym średniowieczu. Rozważania na temat współczesnej kondycji przemierzających szlaki pielgrzymie i ich poprzedników z odległych wieków bardzo często obciążone są kolejną pokusą – poszukiwania autentyczności [por. Hesp 2010, s. 23-68; Okoń 2009]. W szerszym religijnym znaczeniu, jak zostało pokazane wyżej, także w naukowych analizach, zwrot ku minionym i odległym czasom wynika z owej „tęsknoty za rajem”. Przeszłość staje się zatem niedoścignionym wzorcem. W tym przypadku średniowieczny pielgrzym [Chélini, Branthomme 1996, s. 138-150; Ohler 2000], a raczej wyobrażenie o nim [por. Różycki 2008, s. 107; Orzechowska-Kowalska 2010, s. 200; Mruk 2010; Roszak 2014, s. 59-60] stanowi punkt odniesienia dla współczesnej wędrowki, która albo realizuje wyimaginowany ideał, albo z różnych względów odbiega od niego. W pierwszym przypadku aktywność tę zwłaszcza caminowicze nazywają pielgrzymką, w drugim – turystyką. Warto w tym miejscu przypomnieć, że mimo zmieniających się form istota fenomenu pielgrzymki pozostaje ta sama niezależnie od czasu, miejsca lub nawet wyznawanej religii – jest nią podróż podjęta z pobudek religijnych do miejsc świętych, rozpoznawanych jako miejsca objawienia sacrum i/lub naznaczone obecnością bądź pamięcią o ważnej postaci dla wiary, w znaczeniu teologicznym sama jest aktem religijnym [KKBiDS 2002, s. 279-281].

Zjawisko wartościowania Camino i wykorzystywania w nim opozycji pielgrzymka – turystyka znajduje odzwierciedlenie w analizowanych źródłach. „Usiąść na placu przed katedrą Santiago de Compostela i rozglądając się po zgromadzonym na nim ludziach szukać w nich prawdziwych pielgrzymów” [sic! Opłocki 2009, s. 51]. W zapisie wyimaginowanego dialogu samego ze sobą Opocki pyta „A chodziłeś po domach i prosiłeś o posiłek i jałmużnę, jak robili to średniowieczni pielgrzymi? (...) Panie, jak nie było proszenia o jałmużnę, to nie ma prawdziwego pielgrzyma” [Opłocki 2009, s. 51]. Prawdziwość doświadczenia mierzona jest zatem poprzez średniowieczną matrycę – porównanie z kulturowym schematem.

Proces mityzacji, mający wymiar społeczny, dokonuje się w kulturze niezależnie od woli poszczególnych jej przedstawicieli. Niemniej jednak, to właśnie jednostkowe wyobrażenia manifestowane w wypowiedziach zdradzają siłę mitu. O tym ich potencjale świadczą obawy, którymi z czytelnikiem podzielił się – znany polskim caminowiczom – Robert Ward: „Camino nie jest pierwszym z brzegu długim spacerem. To pielgrzymka, żywy wyraz chrześcijańskiej (dokładniej: katolickiej) wiary (...). Słowo »pielgrzym« przywoływało mi na myśl obrazy pokutników wywijających różańcami i śpiewających psalmy (...) Czy wolno byłoby mi nawet deptać po ich świętej ziemi?” [Ward 2010, s. 13].

W nieco innej humorystycznej i potocznej stylistyce średniowieczne odniesienie pojawia się także u Jacka Kiełpińskiego: „Przez dwadzieścia osiem dni nie dotykaliśmy tak zwanych środków komunikacji. Byliśmy jak pielgrzymi z XII wieku. To jest coś! Ja się nie chwale, ja to tylko doceniam” [Kiełpiński 2014, s. 246-247]. Poczucie „docenienia” staje się udziałem zwłaszcza tych caminowiczów, którzy zakładają i chcą, żeby ich działanie było pełne [por. Gawryś 2013, s. 49]. Stąd decyzje o odbyciu całej drogi np. z SJPdP nie tylko do sanktuarium św. Jakuba ale dalej – do *finis terrae*, tak jak czynili to średniowieczni – pieszo. Tym postanowieniom towarzyszą, obserwowane i odnotowane przez autora niniejszego artykułu, w subiektywnym odczuciu pielgrzymów dramatyczne, bo podjęte z konieczności (kontuzje, choroby), decyzje o pokonaniu jakiegoś odcinka nieplanowanym środkiem transportu.

Zderzenie współcześnie realizowanego Camino z mitycznym wyobrażeniem o dawnych pątnikach oddaje klatka z filmu *Droga życia*. Trzech niosących krzyż biczowników w obdartych na plecach habitach przecina drogę głównych bohaterów [Estevez 2010, 94’]. Tak karykaturalny charakter przyjmują niekiedy utyskiwania nad kondycją współczesnych pielgrzymów. Kult przeszłości i specyficzna jej „sakralizacja” dają o sobie znać także w tym wymiarze. Warto zatem pamiętać, że podobnie jak w przeszłości, tak i współcześnie pielgrzymi są ludźmi swoich czasów. Proste zestawienia porównawcze mogą (i najczęściej tylko do tego się sprowadzają) ograniczać perspektywę i wyjątkowość zjawiska uniwersalnego, ponadczasowego, wyrażającego potrzeby i kondycję człowieka niezależnie od czasów będącego

w drodze (*homo viator*). Ten sam człowiek (*homo religiosus*) poszukuje odpowiedzi na podstawowe pytania i czyni to, kierując się i otwierając na metafizykę, różnie rozumiane sacrum. Oczywiście jest zmiana zewnętrznych elementów, ochronie natomiast winna podlegać istota pielgrzymki, warunki konieczne i umożliwiające duchowe jej odbycie i przeżycie. Zagrożenia i wyzwania w tej mierze zostały sformułowane w *Manifeście z Villafranca del Bierzo*, w którym podniesiono konieczność wyraźnego pouczenia rozpoczynającego swą drogę pielgrzyma o tym, czym jest Camino de Santiago i czym jest pielgrzymka oraz symboliczne potwierdzenie przez niego zobowiązania do poszanowania jej wartości [FICS 2014, s. 1]. Opozycją wobec ducha Camino (jako pielgrzymki) jest traktowanie Jakubowej drogi jako formy turystyki właśnie, czemu towarzyszy dążenie do maksymalnej komercjalizacji i merkantylizacji fenomenu. Zjawisko to niekiedy dotyczy także hierarchii Kościoła katolickiego [Ożóg 2010, s. 329], co odnotowują zapiski wielu caminowiczów: „Szczyt systemu chce ostro zarabiać na wolności!” [Kiełpiński 2014, s. 245].

W analizowanych itinerariach komercjalizacja pokazana została za pomocą strukturalnej opozycji *peregrinos* – turyści w odniesieniu do „pstręgo świata klasy średniej” i immanentnych dla ruchu turystycznego souvenirów. „Kupują to ludzie, którzy nigdy nie byli na Camino, nie wylali ani litra potu, nie odparzyli stóp, nie dorobili się ani jednego pęcherza (...) Będą mieli pamiątkę – czego?” [Antkowiak 2005, s. 242]. Widok sklepów z caminowymi pamiątkami i pielgrzymów, na co wskazują noszone przez nich Jakubowe atrybuty, inny autor komentuje: „przebrać się (...) za pielgrzyma można od ręki” [Kiełpiński 2014, s. 240].

Średniowieczne i późniejsze źródła historyczne pokazują niejednorodność motywacji zmierzających do Santiago de Compostela<sup>22</sup>. Współ z religijnymi motywami podjętej wędrówki w relacjach i wspomnieniach udających się do Jakubowego sanktuarium ujawniają także te pozareligijne względy [por. Ohler 2000, s. 69-73; Mruk 2010, s. 39, 40-41]. Wielu z nich, mimo Baumanowskiego zastrzeżenia, bliżej byłoby do ponowoczesnego turysty czy nawet włóczęgi niż współczesnego caminowicza. Owe mityczne uproszczenia i kulturowe wyobrażenia, wzmacniane i podtrzymywane m.in. dzięki ikonografii, rzeźbie, obnażają choćby retoryczne dociekania Jacka Kiełpińskiego „Traktowali marsz jak umartwienie? (...) Szli posępni? (...) Trzeźwi czy ululani winem?” [Kiełpiński 2014, s. 6]. Fragment z V księgi *Liber San-*

---

<sup>22</sup> Co nie oznacza, że kulturowy mityczny wzorzec nie jest wykorzystywany w pracach naukowych: „Średniowieczny pielgrzym podejmował trud z determinacją, realizując idee zawarte w Piśmie Świętym (...). Nie zważając na niewygody, szedł zatopiony w modlitwie, z przeświadczeniem, że wędruje drogami pobożnych ludzi kościoła, z wiarą w orędownictwo świętych. (...) Jego drogowskazem były niezliczone kościoły, gdzie składał hołd czczonym relikwiom, a wszystko po to, aby jego wiara została umocniona” [Orzechowska-Kowalska 2010, s. 200; por. Ohler 2000, s. 69-73; Mruk 2010, s. 39-41].



*cti Jacobi vel Codex Calixtinus. Księga św. Jakuba albo Kodeks Kalikstyński*, uznawanej za pierwszy w dziejach przewodnik pielgrzymkowy/turystyczny, świadczy o pragmatycznym podejściu do drogi:

„(...) napotyamy dwie rzeki, które płyną nieopodal miejscowości San Juan de Sorde, jedna po prawej, a druga po lewej stronie owej drogi. A żadnej z tych rzek przejść nie sposób bez łodzi. A przewoźnicy na nich potępieni niechybnie zostaną, albowiem – chociaż rzeki te są wąskie – pobierają oni od każdego człowieka, czy to biednego, czy też bogatego, którego na drugą stronę przeprowadzą, jedną monetę, za konia zaś cztery. A wymuszają zapłatę siłą i groźbą. A że łódki ich są małe, z pnia jednego drzewa robione, przeto konie się na nich nie mieszczą, jeśliś już jednak na takową łódkę wsiadł, uważaj, żebyś nie wpadł przez przypadek do wody” [Kuśnierek 2010, s. 28].

Inny zaś fragment pokazuje we właściwej perspektywie mit bogobojnego średniowiecznego pielgrzyma:

„Za tą doliną znajduje się Nawarra, ziemia uważana za szczęśliwą ze względu na obfitość chleba, wina, mleka i bydła. Mieszkańcy Nawarry (...) Jedzą i piją niczym świnię. (...) Jest to lud barbarzyński (...) a twarze ich nieczne, zdeprawowane, złośliwe, perfidne, fałszywe, lubieżne, opite, pełne gwałtowności wszelkiej, dzikie, prostackie, nieszczemne i potępione, bezbożne i surowe, okrutne i kłótlive” [tamże, s. 30; por. Ohler 2000, s. 69].

Trudno uznać, iżby powyższe opinie były przepelnione duchem średniowiecznej pobożności ewangelicznej (zgodnej z dzisiejszymi wyobrażeniami) lub też wolne od pokusy niesprawiedliwej oceny. Argumentem podważającym zasadność kulturowego procesu idealizacji średniowiecznych pielgrzymek i pątników<sup>23</sup> są m.in. powody gwałtownych wystąpień w okresie reformacji, skierowane przeciwko nadużyciom towarzyszącym tej praktyce religijnej. Krytykowano rytualizm, fanatyzm, hipokryzję, przesady, lenistwo, szukanie przyjemności i sensacji, zaspokajanie ciekawości obserwowane w zjawisku peregrynacji. Nadużycia i niestosowności towarzyszące fenomenowi w przeszłości, badane m.in. przez historyków, kulturoznawców, religioznawców pokazują, że mit pielgrzyma to projekcja doskonałych idei umiejscowiona i połączona ze stereotypowym postrzeganiem wieków średnich (naznaczonych sferą sacrum) w opozycji do czasów współczesnych (przynależnych do sfery profanum).

W tym kontekście warto dostrzec jeszcze jeden problem. Niektórzy badacze zarzucają, że wskazówki-dekalogi [por. Burdziej 2005, s. 72-74; Sokolikowie 2011, s. 138-139] tworzone przez i dla caminowiczów „grzeszą” zbytnim praktycyzmem i laickością, wskutek czego nie przystają do religijnego wymiaru pielgrzymki. To kolejne „mityczne” nieporozumienie,

<sup>23</sup> Problem kryzysu i pozareligijnych aspektów średniowiecznych pielgrzymek podejmuje [Bremer 2011b]. O krytyce fenomenu pielgrzymek w łonie chrześcijaństwa [zob. Ohler 2000, s. 224-233].

tkwiące w obrazie rozmodlonych średniowiecznych biczowników lub co najmniej pątników deklamujących wzniosłe modlitwy i biblijne fragmenty. Tak w przeszłości, jak i współcześnie etyczne – czy konkretniej – chrześcijańskie wartości mają sens, gdy są praktykowane, a nie deklarowane czy deklamowane. Wj 20,1-21, Pwt 5,6-21, Mt 5,3-12, Mt 6:1-18; Mt 22,37-40, Mt 25,31-44. Duch tych perykop doświadczany w drodze [por. Gać 2013, s. 6; Roszak 2014, s. 60], choć bywa łatwiej uświadamiany na odcinkach przed setnym kilometrem do Santiago, tworzy ową mistykę Camino. W słynnym *Akcie Europejskim* z 1982 roku, jednym z najważniejszych impulsów renesansu szlaków Jakubowych w XX i XXI wieku<sup>24</sup>, Jan Paweł II mówił: „dusza Europy pozostaje zjednoczona, ponieważ (...) żyje wspólnymi wartościami chrześcijańskimi i ludzkimi, takimi jak: godność osoby ludzkiej, głębokie przywiązanie do sprawiedliwości i do wolności, pracowitość, duch inicjatywy, miłość rodzinna, szacunek dla życia, tolerancja, pragnienie współpracy i pokoju, które są jej cechami charakterystycznymi” [Jan Paweł II 1983, s. 29]. Jak widać katalog wskazanych przez Papieża-Pielgrzyma – kreowanego na Papieża-Caminowicza – wartości zawiera uniwersalia, które jednocześnie stanowią podstawę ewangelicznego przesłania.

Współczesny *peregrino* intriguje samych caminowiczów i badaczy fenomenu, którzy pytają: „Kim jest prawdziwy pielgrzym?” [Roszak 2012, s. 21], implikując pytanie o opozycyjne określenie „fałszywego pielgrzyma”<sup>25</sup>. Rolę tego ostatniego, poza dosłownymi przypadkami fałszowania paszportu pielgrzyma [Ożóg 2010, s. 329], pełni turysta, co problematyzuje prezentacja dwóch starszych Niemców: „nie oszczędzają się (...) Sypiają w hotelikach, wygodnie (...) ale to są jednak prawdziwi *peregrinos*, nie turyści” [Antkowiak 2005, s. 63]. Owszem, caminowicze w swoich narracjach poszukują owej autentyczności na różnych płaszczyznach: religijnej, kulturowej, geograficznej, psychologicznej, materialnej, duchowej, ekonomicznej. Znaczącym kryterium autentyczności pielgrzyma są praktyki religijne w trakcie drogi i u jej celu [Miszewski 2011, s. 21; Bremer 2011a, s. 51; Doburzyński 2012, s. 308; Szomburg 2006, s. 55]. Analiza publikacji pokazuje, że ich autorzy, z nielicznymi wyjątkami, sygnalizują jako swoje doświadczenia różne formy modlitwy, w tym także uczestnictwo we Mszy św.<sup>26</sup>, co najmniej tej

<sup>24</sup> O wysiłkach promocyjnych Camino de Santiago jako szlaku pielgrzymkowego, podejmowanych również przez Jana Pawła II, więcej zob. Tanco 2012, s. 299-309. Autorzy *Manifestu* zalecają organizowanie publicznych kampanii wprawdzie określonych mianem „turystyczne”, ale mających na celu budowanie szacunku dla tradycyjnych wartości pielgrzymki” [FICS 2014, s. 3].

<sup>25</sup> U schyłku średniowiecza nazywano tak zawodowych pielgrzymów, którzy nie dotrzymywali zobowiązań i pobrawszy opłatę za odbycie pielgrzymki zastępczej nie wywiązywali się z umowy [por. Ferfet 2008, s. 135-136; Chélini, Branthomme 1996, s. 171-176].

<sup>26</sup> Niekiedy chęć uczestnictwa we Mszy św. nie może być zrealizowana wobec zamkniętych „na glucho” kościołów [Ożóg 2010, s. 328] o trudnościach w jej odprawieniu wspominają również duchowni [por. Miszewski 2011, s. 27], dzieląc się też niejednokrotnie bardzo krytycznymi spostrzeżeniami na temat swoich hiszpańskich kolegów.

w Santiago dla pielgrzymów: „Nas, *peregrinos*, jest niewielu. Ale to jest msza dla nas. To do nas zwraca się ksiądz” [Antkowiak 2005, s. 242]. Właściwością narracji o doświadczeniach z drogi jest refleksja nad religijnością dawnych i obecnych *caminowiczów*, w której funkcjonalna i znacząca, choć zdecydowanie upraszczająca problem, okazuje się być opozycja pielgrzym (ten religijny) i turysta (ten niezainteresowany przeżyciami religijnymi).

W imię etosu prawdziwego pielgrzyma niekiedy ujawnia się pokusa deprecjonowania własnego wysiłku i wędrówki. Zestawienie z mitem średnio-wiecznych pątników, na niekorzyść współczesnych, przyjmuje zatem formę wyrzutu wobec zbytłych udogodnień lub obfitości. Odnotowane przez *caminowiczów* spostrzeżenia własne lub współtowarzyszy mają podobny wydźwięk: „To nie jest miejsce dla pielgrzymów (...) Tu jest dla nas za czysto!” [Sokolikowie 2011, s. 182], prawdziwy pielgrzym (w domyśle inaczej niż turysta) „w czasie drogi nie skala się czystym ręcznikiem i wygodnym łóżkiem” [Bielecki 2013, s. 9-10], „(...) powinien spać w *albergue* z prawdziwego zdarzenia, czyli parafialnych lub komunalnych, ale nie prywatnych” [Bremer 2011a, s. 108; por. Szady 2010, s. 141]. „Raportując” w nieco innej poetyce obsługę gości najstarszego hotelu de los Reyes Católicos, autor dziennika „zakrapianego czerwonym winem” podsumowuje: „A pielgrzymi rozwaleni na plecach i ponczach przyglądają się temu z lekkim ubawieniem: Oj, wy, wy! Przebierańcy jedni! Kawalarze!” [Kiełpiński 2014, s. 244]. Trafny komentarz do tego typu pokus „pogoni” za autentycznością stanowi opowieść Romana Bieleckiego. Dominikanin, „broniąc etosu prawdziwego pielgrzyma”, w trakcie jednej z włoskich wędrówek podzielił się swoimi odczuciami z goszczącą kobietą, twierdząc, że warunki są zbyt komfortowe jak dla pielgrzyma. Skarcenie – jak sam autor nazywa ripostę – podważa owo przywiązanie do mitycznych wyobrażeń. Usłyszał on bowiem słowa innego pielgrzyma – św. Pawła „Umiem żyć biednie i bogato. Potrafię dostosować się do każdej sytuacji: i jeść do syta, i głodować, i żyć bogato, i żyć ubogo” (Flp 4,12) oraz retoryczne pytanie: Jaki z niego pielgrzym, skoro nie potrafi „przyjąć tego, co inni dają z serca”? [Bielecki 2013, s. 10; por. Ohler 2000, s. 158-204].

Problem gościnności i przyjmowania pielgrzymów, jako jeden z kluczowych dla właściwego przeżycia pielgrzymki, został podjęty również w *Manifestie z Villafranca del Bierzo*. Stwierdzono w nim konieczność standaryzacji zasad obowiązujących w *albergue*, które nie powinny podlegać zasadom obowiązującym w turystyce, czyli rezerwacji noclegów. Reguła korzystania z miejsc noclegowych zgodnie z kolejnością dotarcia do nich rodzi inną, przeczącą pielgrzymiemu wymiarowi Camino i przez to zdecydowanie negatywnie postrzeganą pokusę „wyścigu” od *albergue* do *albergue* [FICS 2014, s. 4; por. Gawryś 2013, s. 117].

## Wnioski czyli mityzacja camino

Obie wskazane pokusy: wartościowania i poszukiwania autentyczności, realizowane za pomocą dychotomii pielgrzymka – turystyka zasadzają się na wyobrażeniach o ideale. W tym przypadku rolę taką pełni mit średniowiecznego pielgrzyma. Z jednej strony wzorzec ten, swoista matryca do opinii i sądów o współczesnych caminowiczach, funkcjonuje na prawach mitu traktowanego jako idealizowane wyobrażenie i opowieść o wydarzeniach, zjawiskach z przeszłości [Tomicki 1989, s. 247]. W tym znaczeniu mity pielgrzyma za Jerzym Maternickim traktować można jako „wyobrażenia mityczne, które przynajmniej w swej warstwie »zewnętrznej«, narracyjnej, odnoszą się do określonych zjawisk historycznych, a więc do stwierdzonych źródłowo (przez historyków) wydarzeń, postaci i instytucji” [Maternicki 1989, s. 9; por. Samsonowicz 1997, s. 25, 135-156]. Z drugiej zaś stanowi egzemplifikację współlistnienia struktur naukowych i mitycznych w myśleniu i interpretacji świata przez człowieka [Tomicki 1987, s. 247; por. Nowicka s. 1984]. W analizowanym przypadku obiektem zabiegów mitotwórczych są czasy odległe, w których rodził się ruch pielgrzymkowy do Santiago de Compostela. W procesie mityzacji fenomenu dodatkowo należy wziąć pod uwagę fascynację epoką wśród romantycznych poetów i pisarzy, których dzieła odcisnęły trwałe ślady w kulturowych wyobrażeniach o przeszłości. Niekiedy romantyczne obrazy dominują nad rzeczowymi dociekaniem i udokumentowanymi twierdzeniami mediewistów, weryfikującymi kulturowo-mityczne wzorce.

Przeprowadzona analiza pokazuje, że dychotomia pielgrzymka – turystyka (pielgrzym – turysta) niezależnie od precyzyjnych i porządkujących analiz naukowych funkcjonuje i ma wymiar wartościujący, zwłaszcza w analizowanych różnych formach wypowiedzi samych caminowiczów. Wobec – jak ujął to Stanisław Burdziej – „trywializacji” klasycznych form turystyki i utraty ich dotychczasowej atrakcyjności [Burdziej 2008, s. 213], Camino jawi się nie tyle jako alternatywna forma turystyki, ile okazja dla ponowoczesnego człowieka do doświadczenia i realizacji *hic et nunc* wartości trudniej rozpoznawanych na co dzień przez niego samego jako spacerowicza, włóczęgę, turystę i gracza. Kilkunasto- lub kilkudziesięciodniowy status pielgrzyma – anonimowy pod względem hierarchii społecznej [Miszewski 2011, s. 43] – wspólny dla ministra, profesora, nauczyciela, psychologa, jezuitę, komika, małżonków, geja, informatyka, geografę, studenta, alkoholika, dziennikarki, biskupa, starszych i młodych caminowiczów pokazuje, że wciąż „człowiek ma silne poczucie, iż wartościowe rzeczy muszą więcej kosztować (...) pielgrzym do Santiago poznaje smak wyrzeczenia, odkrywa urok prostoty, uwalnia się od nadmiaru wrażeń. Jego podróż zostaje uświęcona we wszystkich wymiarach: święty, biegnący jakby wstecz, w głąb historii czas, święta przestrzeń – Droga, motywacja ze sfery sacrum (pokuta, modlitwa za bliskich, samodoskonalenie) oraz święty cel grób apostoła” [Burdziej 2008, s. 213-214].

Niezależnie od indywidualnych motywacji autorzy analizowanych tekstów w bardziej lub mniej oczywisty sposób odnoszą się zatem do kulturowego wyobrażenia pielgrzymy – utrwalonego w średniowiecznych wizerunkach. Ten model – mit<sup>27</sup> dawnych *peregrinos* – stanowi dla autorów punkt odniesienia, weryfikacji, wartościowania trudów podejmowanych w trakcie Camino Francés a nawet motywacji wyjścia w drogę. Udogodnienia, zwyczajnie, trasa, kolejne miejsca odwiedzane lub nawiedzane, wygląd, strój, symbole, osobliwe tradycje służą nie tylko do określenia własnej i innych kondycji – jako pielgrzymów, ale także do wyrażania wartościujących ocen. Pozytywnym i pożądanym w kontekście Camino staje się zatem określenie „pielgrzym” (często też z przymiotnikiem „prawdziwy”), natomiast jego przeciwieństwem jest „turysta”. Zbliżanie się do średniowiecznego wzorca, swoistej matrycy dla współczesnego caminowicza – określanego właśnie jako „pielgrzym” – ma charakter nobilitujący, rzec można ekskluzywny w turystyce pielgrzymkowej lub kulturowej [por. Mikos v. Rohrscheidt 2010; 2008, s. 22-34; , 146-152], mimo że odbiega on współcześnie od eklezyjalnych wymogów stawianych pielgrzymce jako aktowi religijnemu [por. KKBiDS 2002, s. 279-281; Dyduch 2005, s. 218-219; Ostrowski 2005, s. 270-273; 2011; Rosenberger 2007]<sup>28</sup>.

Jedną z nieoczekiwanych konsekwencji Camino jest potrzeba opowiedzenia tego doświadczenia, podzielenia się nim z innymi. Współcześnie realizowana jest ona w różnoraki sposób i przyjmuje formę tradycyjnych publikacji, czyli prowadzonych dzienników, pamiętników, przemyśleń, a nawet poezji [akrostych: Krawiecka 2007, s. 25; por. Grabowska-Markowska 2009]; krótkich wpisów na blogach i forach internetowych czy też przyczynków o charakterze naukowym [Burdziej 2005 s. 16-17; 2008, s. 111], do jakich pretenduje niniejszy artykuł. Źródła te stanowią z jednej strony element fenomenu Camino we współczesnej kulturze, z drugiej zaś – dowód, że droga św. Jakuba w swojej istocie jest czymś więcej niż alternatywną formą turystyki plecakowej. Camino Francés, jako najpopularniejsza jej odsłona, pozostaje wciąż pielgrzymką dla większości polskich autorów wspomnień. Określa ją bowiem poza celem – grobem św. Jakuba Apostoła – także powrót do prostych, wręcz ewangelicznych gestów i słów. Temu pielgrzymiemu duchowi w równym stopniu jak komercjalizacja, zagrażają naukowe statystyczne uogólnienia i mityczne porównania. Tak długo jak prawdziwa będzie różnica: turysta wymaga – pielgrzym dziękuje, Camino ma szansę pozostać szlakiem pielgrzymim i okazją, by w kontekście Jakubowej tradycji zadawać kłama opinii Stevena Weinberga.

<sup>27</sup> O innej roli mitu w aktywności turystycznej i pielgrzymkowej zob. Krzymowska-Kostrowicka 2005.

<sup>28</sup> O znaczeniu dawnych i nowych szlaków pielgrzymkowych w kontekście prób ewangelizacyjnych [zob. Różycki 2008].

## Bibliografia

- Adamczyk S.J. (2013), *Symbolika i metafora muszli oraz perły w chrześcijaństwie*, [w:] Jackowski A., Mróz F., Mróz Ł., red., *1200 lat pielgrzymek do grobu św. Jakuba w Santiago de Compostela*, Wydawnictwo „Czuwajmy”, Kraków, s. 139-161.
- Antkowiak W. (2005), *Vamos, peregrino! Droga do Santiago de Compostela*, Polski Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Badone E. (2004), *Crossing Boundaries: Exploring the Borderlands of Ethnography, Tourism, and Pilgrimage*, [w:] Badone E., Roseman S.R., eds., *Intersecting Journeys. The anthropology of pilgrimage and tourism*, University of Illinois Press, Urbana, s. 180-189.
- Bauman Z. (1993), *Ponowoczesne wzory osobowe*, „Studia Socjologiczne”, Vol. 2 (129), s. 7-31.
- Biblia paulińska* (2008), Brzegowy T. et al., red., *Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu. Najnowszy przekład z języków oryginalnych z komentarzem*, tł. Bardski K. et al., Częstochowa.
- Bielecki R. (2013), *Martin Sheen idzie po muszlę*, „W Drodze”, nr 7 (479), s. 9-15.
- Blachowska B. (2014), *Camino Portugués 2013 – dziennik pielgrzymy*, [w:] Roszak P., Rozyrkowski W., red., *Camino Polaco. Teologia – sztuka – historia – terażniejszość*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 313-325.
- Brożek R., Pawlikowski J., Stefaniak Ł. (2013), *Polscy wojskowi pielgrzymi na Camino de Santiago 2012*, [w:] Jackowski A., Mróz F., Mróz Ł., red., *1200 lat pielgrzymek do grobu św. Jakuba w Santiago de Compostela*, Wydawnictwo „Czuwajmy”, Kraków, s. 361-378.
- Bożek R., Kępa Z., Pawlikowski J., Stefanek Ł. (2013), *Camino – bądź wierny – idź*, Bernardinum, Pelpin.
- Bremer J. (2011a), *Santiago de Compostela. Pielgrzymim krokiem*, WAM, Kraków.
- Bremer J. (2011b), *Przyczyny późnośredniowiecznego schyłku pielgrzymowania na przykładzie Santiago de Compostela*, „Folia Turistica”, nr 24, s. 163-177.
- Bremer J. (2012), *Camino de Santiago – droga świętych legend*, „Folia Turistica”, Vol. 27, s. 93-108.
- Bremer J. (2015), *Hagiograficzna semiotyka drogi do Santiago de Compostela*, [w:] Roszak P., Rozyrkowski W., red., *Camino Polaco. Teologia – sztuka – historia – terażniejszość*, t. 2, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 11-37.
- Burdziej S. (2003), *Renesans Drogi św. Jakuba – spojrzenie socjologa*, „Przegląd Powszechny”, nr 2, s. 209-216.
- Burdziej S. (2005), *W drodze do Santiago de Compostela*, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków.

- Burdziej S. (2008), „*Jedną nogą na chrześcijańskiej ścieżce*”. *Współczesna pielgrzymka do Santiago de Compostela w perspektywie socjologicznej*, [w:] Ratajczak T., red., *Podróżnicy, fundatorzy, święci*, Prace Komisji Historii Sztuki – Poznańskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk, t. 35, Poznań, s. 111-116.
- Burdziej S., Miszewski W., Rochman P. (2004), *Droga św. Jakuba. Przewodnik pielgrzymia do Santiago de Compostela*, Toruńskie Wydawnictwo Diecezjalne, Toruń.
- Chélini J., Branthomme H. (1996), *Drogi Boże. Historia pielgrzymek chrześcijańskich*, przedm. Marty F., przeł. Sieradzińska E., Stafiej-Wróblewska M., PAX, Warszawa.
- Coelho P. (1987), *O Diário de Um Mago*, Editora Eco, Editora Mandarinino, Rio de Janeiro.
- Coelho P. (2012), *Pielgrzym*, przeł. Szeżyńska-Mačkowiak K., Świat Książki, Warszawa.
- Doburzyński D. (2012), *Camino znaczy droga. Świadectwo pielgrzymia*, Fundacja Szczecińska, Szczecin.
- Dyduch J.M. (2005), *Pielgrzymowanie do sanktuarium w świetle przepisów kościelnych*, [w:] Domański B., Skiba S., red., *Geografia i sacrum. Profesorowi Antoniemu Jackowskiemu w 70. rocznicę urodzin*, t. 1, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 213-220.
- Estevez E. (2010), *Droga życia*, tytuł oryg. *The Way*, obsada: M. Sheen, D. Kara Unger, T. Karyo, J. Nesbitt.
- Ferfet K. (2008), *Ewolucja motywacji podróży religijnych na przykładzie Camino de Santiago*, [w:] Kazimierczak M., red., *W kręgu humanistycznych refleksji nad turystyką kulturową*, AWF im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań, s. 131-137.
- Gać J. (2011), *Szlak Francuski do Santiago de Compostela. Przewodnik merytoryczny*, Bernardinum, Pelplin.
- Gać J. (2013), *El Camino czyli hiszpańskie wędrowanie*, Bernardinum, Pelplin.
- Gasowski M. (2011), *Uniwersytet życia (pielgrzymka do Santiago de Compostela)*, Wydawnictwo Poligraf, Brzezia Łąka.
- Gawryś. M. (2013), *Camino. Droga, ludzie, miejsca. Zapiski z pielgrzymek do Santiago de Compostela*, ACAD, Warszawa-Zacisze.
- Grabowska-Markowska J. (2009), *Buen Camino!*, Decorum 3 Wydawnictwo, Mysłowice.
- Grabowska-Markowska J., Laskowska A. (2014), *Psychologiczny i duchowy aspekt pielgrzymowania do grobu św. Jakuba na przykładzie Portugalskiej Drogi św. Jakuba*, [w:] Roszak P., Rozynekowski W., red., *Camino Polaco. Teologia – sztuka – historia – terażniejszość*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 169-174.

- Howiacki Z. (2012), *Moje Camino. Dziennik uczuć spisany podczas pielgrzymki do Santiago de Compostela: Paryż 7 maja 2010 – Finisterre 24 czerwca 2010*, Nowy Świat, Warszawa.
- Iwański Z., Kołaczkowski-Bochenek A. (2013), *Santiago de Compostela. Przewodnik pielgrzymy*, WAM, Kraków.
- Jackowski A. (2003), *Święta przestrzeń świata. Podstawy geografii religii*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Jan Paweł II (1983), „*Akt europejski*” (*Santiago de Compostela, 9 listopada 1982 r.*), „*L’Osservatore Romano*”, wyd. polskie nr 2 (38), s. 29.
- Jaworska A. (2014), *U kresu Camino. Obyczaje pielgrzymów i kompostelańska „geografia wiary*”, [w:] Roszak P., Rozynekowski W., red., *Camino Polaco. Teologia – sztuka – historia – terażniejszość*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 143-154.
- Jaworska A. (2015), *Camino de Santiago. Tradycja i współczesność*, Petrus, Kraków.
- Kerkeling H. (2006a), *Ich bin dann mal weg. Meine Reise auf dem Jakobsweg*, Malik Verlag, München.
- Kerkeling H. (2006b), *Na szlaku do Composteli. Najważniejsza droga mojego życia*, przeł. Słabicka M., Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław.
- Kiepiński J. (2014), *Camino tinto. W 31 dni na koniec świata*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Klimek A.A. (2014), *Camino. Do Santiago i w głąb siebie*, Dwutygodnik Diecezji Kaliskiej „Opiekun”, Kalisz.
- Kołaczkowski-Bochenek A. (2009), *Nie idź tam człowieku! Santiago de Compostela*, WAM, Kraków.
- Kołaczkowski-Bochenek A., Iwański Z. (2013), *Santiago de Compostela. Poradnik pielgrzymy*, WAM, Kraków.
- KKBiDS (Kongregacja ds. Kultu Bożego i Dyscypliny Sakramentów) (2002), *Dyrektorium o pobożności ludowej i liturgii*, Watykan, tłum. Poznań 2003.
- Kopacz P. (2009), *Rowerem do Santiago de Compostela czyli jak dotarłem do Grobu św. Jakuba*, Agencja Reklamowo-Wydawnicza Vectra, Czerwionka-Leszczyny.
- Krawiecka E., red. (2007), *Pozwól, aby droga... Świadectwa młodych pielgrzymów z Camino de Santiago*, Fundacja AMF, Wydawnictwo Arando, Warszawa – Białystok.
- Krzymowska-Kostrowicka A. (2005), *Sacrum – mit – symbol jako źródła doznań turystycznych*, [w:] Domański B., Skiba S., red., *Geografia i sacrum. Profesorowi Antoniemu Jackowskiemu w 70. rocznicę urodzin*, t. 2, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 87-94.
- Kucharski A. (2015), *Typologia polskich relacji z pielgrzymek do Santiago de Compostela od epoki nowożytnej po czasy współczesne*, [w:] Roszak



- P., Rozynkowski W., red., *Camino Polaco. Teologia – sztuka – historia – terażniejszość*, t. 2, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 115-143.
- Kuśnierek K. (2010), tłum., *Liber Sancti Jacobi vel Codex Calixtinus. Księga św. Jakuba albo Kodeks Kalikstyński. Księga V, rozdział 7*, [w:] Wyrwa A.M., red., *Camino de Santiago. Szkice historyczne do peregrynacji i dziejów kultu św. Jakuba Apostoła Większego*, Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy, Lednica, s. 27-31.
- Maclaine S. (2000), *The Camino. Journey of the Spirit*, Pocket Books, New York.
- Maternicki J. (1989), *Mitologizacja i demitologizacja historii. Z rozważań nad charakterem i społeczną funkcją historiografii oraz edukacji historycznej*, „Przegląd Humanistyczny”, R. 33, Vol. 3 (282), s. 1-17.
- Mendyk E. (2012), „*Europo, tchnij życie w swoje korzenie*”. „*Akt Europejski a renesans Drogi św. Jakuba – rozważania w drodze*, [w:] Jackowski A., Mróz F., red., „*Akt Europejski*” *bl. Jana Pawła II a renesans drogi św. Jakuba*, Wydawnictwo Czuwajmy, Kraków, s. 107-121.
- Mikos v. Rohrscheidt A. (2008), *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wydawnictwo KMB Druk, Gnieźnieńska Wyższa Szkoła Humanistyczno-Menedżerska Milenium, Gniezno.
- Mikos v. Rohrscheidt A. (2010), *Turystyka Kulturowa – wokół definicji*, [w:] Kazimierzczak M., red., *W kręgu humanistycznej refleksji nad turystyką kulturową*, Wydawnictwo AWF w Poznaniu, Poznań, s. 28-49.
- Miszewski W. (2011), *Z biskupem w drodze do Santiago de Compostela*, Toruńskie Wydawnictwo Diecezjalne, Toruń.
- Mruk W. (2010), *Średniowieczny pielgrzym czy średniowieczny turysta?*, [w:] Jackowski A., Mróz F., Hodorowicz I., red., *Kult św. Jakuba Apostoła na szlakach pielgrzymkowych do Santiago de Compostela*, Wydawnictwo „Czuwajmy”, Kraków, s. 35-43.
- Nowicka E. (1984), *Sporne problemy w badaniach nad mitem*, „Kultura i Społeczeństwo”, Vol. 3, s. 87-101.
- Ohler N. (2000), *Życie pielgrzymów w średniowieczu. Między modlitwą a przygodą*, przeł. Ruta M., WAM, Kraków.
- Okoń M. (2009), *W poszukiwaniu „autentycznej” drogi do Santiago*, [w:] Hodorowicz I., Mróz F., red., *Pielgrzymi na drodze św. Jakuba. Przeszłość i terażniejszość*, Podhalańska Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Targu, Kraków, s. 35-45.
- Opłocki P. (2009), *Camino inaczej czyli dlaczego warto zostać pielgrzymem*, Verbinum – Wydawnictwo Księży Werbistów, Warszawa.
- Orzechowska-Kowalska K. (2008), *Europejski Szlak Pielgrzymkowy Rady Europy nośnikiem wybranych wartości kulturowych*, [w:] Leniartek M.K., red., *Komercjalizm turystyki kulturowej*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania, Wrocław, s. 289-298.

- Orzechowska-Kowalska K. (2010), *Camino de Santiago – szlak pielgrzymkowy czy kulturowy?*, [w:] Kazimierczak M., red., *Współczesne podróże kulturowe*, AWF im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań, s. 190-202.
- Orzechowska-Kowalska K. (2012), *Refleksje na temat pielgrzymstwa średniowiecznego i współczesnego*, [w:] Kazimierczak M., red., *Jakość życia w kulturowych przestrzeniach podróżowania*, AWF im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań, s. 381-397.
- Orzechowska-Kowalska K. (2013), *Współczesny pielgrzym na szlaku do Santiago de Compostela*, [w:] „Turystyka Kulturowa”, Vol. 4, s. 36-55.
- Ostrowski M. (2005), *Przestrzeń pielgrzymowania jako kategoria teologiczna*, [w:] Domański B., Skiba S., red., *Geografia i sacrum. Profesorowi Antoniemu Jackowskiemu w 70. rocznicę urodzin*, t. 1, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 265-273.
- Ostrowski M. (2011), *Pielgrzymowanie w kościelnych dokumentach*, [w:] Jackowski A., Mróz F., Hodorowicz I., red., *Wpływ Świętego Roku Jakubowego na rozwój kultu i drogi św. Jakuba*, Wydawnictwo „Czuwajmy”, Kraków, s. 27-41.
- Ożóg M. (2010), *O Santiago de Compostela i kryzysie Kościoła – inaczej, „Ethos”*, Vol. 4, s. 326-331.
- Paczkowski M. (2014), *„Lex peregrinorum”. Obowiązki, prawa i przywileje na pielgrzymim szlaku*, [w:] Roszak P., Rozyrkowski W., red., *Camino Polaco. Teologia – sztuka – historia – terażniejszość*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 13-41.
- Paślowska K. (2015), *To nie jest żadna pielgrzymka! Kilka refleksji o duchu pielgrzymowania*, [w:] Roszak P., Rozyrkowski W., red., *Camino Polaco. Teologia – sztuka – historia – terażniejszość*, t. 2, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 285-289.
- Perszon J. (2012), *Antropologiczny i religijny wymiar pielgrzymowania*, [w:] Olszewski W., Wróblewska V., red., *Za miedzę, za morze, w zaświaty... Kulturowe wymiary podróżowania*, „Archiwum Etnograficzne”, t. 53, Polskie Towarzystwo Ludoznawcze, Wrocław, s. 61-84.
- Płoszczyca J. (2013), *Pielgrzymki do Santiago de Compostela w ofercie polskich biur turystycznych. Turysta czy pielgrzym?*, [w:] Jackowski A., Mróz F., Mróz Ł., red., *1200 lat pielgrzymek do grobu św. Jakuba w Santiago de Compostela*, Wydawnictwo „Czuwajmy”, Kraków, s. 297-313.
- Puszcz T. (2010), *Na pielgrzymich drogach średniowiecznej Europy*, [w:] Migut B., red., *Święty Jakub z Composteli. Na pielgrzymich szlakach Europy*, Wydawnictwo Archidiecezji Lubelskiej Gaudium, Lublin, s. 95-109.
- Rosenberger M. (2007), *Drogi, które poruszają. Mała teologia pielgrzymki*, przeł. Kaczmarek J., Księgarnia św. Wojciecha, Poznań.
- Roszak P. (2012), *Homo peregrinus. Kim jest prawdziwy pielgrzym?*, [w:] Roszak P., red., *Camino de Santiago – nie tylko droga. Historia i współ-*

- czesność *Szlaku św. Jakuba*, , tłum. Roszak P., Kilanowska K., Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 21-41.
- Rozzak P. (2014), *Niebezpieczeństwa życia pielgrzymiego na Camino de Santiago w średniowieczu*, [w:] Roszak P., Rozyrkowski W., red., *Camino Polaco. Teologia – sztuka – historia – terażniejszość*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 43-60.
- Różycki P. (2008), *Pielgrzymowanie – ewolucja celów i form od starożytności do współczesności*, [w:] Kazimierzczak M., red., *W kręgu humanistycznej refleksji nad turystyką kulturową*, Wydawnictwo AWF w Poznaniu, Poznań, s. 105-111.
- Różycki P. (2011), *Via Podiensis – z wiarą i pobożnością przez wieki*, [w:] Jackowski A., Mróz F., Hodorowicz I., red., *Wpływ Świętego Roku Jakubowego na rozwój kultu i drogi św. Jakuba*, Wydawnictwo „Czuwajmy”, Kraków, s. 107-116.
- Różycki P. (2012), *Kilka uwag o turystyce i pielgrzymowaniu*, „Folia Turistica”, Vol. 27, s. 161-177.
- Samsonowicz H. (1997), *O „historii prawdziwej”. Mity. Legendy i podania jako źródło historyczne*, Novus Orbis, Gdańsk.
- Sokolikowie E. i S. (2011), *Do Santiago. O pielgrzymach, Maurach, pluskwach i czerwonym winie*, Carta Blaca Grupa Wydawnicza PWN, Warszawa.
- Starowieyski M. (1995), *Legenda Św. Jakuba Większego Apostoła*, „Warszawskie Studia Teologiczne”, Vol. 8, s. 39-96.
- Sury B. (2011), *Droga Europy – Camino de Santiago jako element integracji europejskiej. Profil pielgrzyma do Santiago de Compostela w Roku Jubileuszowym 2010*, [w:] Jackowski A., Mróz F., Hodorowicz I., red., *Wpływ Świętego Roku Jakubowego na rozwój kultu i drogi św. Jakuba*, Wydawnictwo „Czuwajmy”, Kraków, s. 79-93.
- Szady B. (2010), *Droga*, „Znak”, nr 1 (656), s. 138-145.
- Szomburg L. (2006), *Droga do Santiago de Compostela. Samotna pielgrzymka do grobu św. Jakuba Apostoła*, Bernardinum, Pelplin.
- Szulc A., Piekarska-Duraj Ł. (2001), *Droga do Jakuba*, „Polityka”, nr 11 (2289), s. 108-113.
- Tanco J. (2012), *O „kluczach do sukcesu”. Strategia promocyjna Camino de Santiago*, [w:] Roszak P., red., *Camino de Santiago – nie tylko droga. Historia i współczesność Szlaku św. Jakuba*, tłum. Roszak P., Kilanowska K., Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 299-309.
- Taylor J.P. (2001), *Authenticity and Sincerity in Tourism*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 28, s. 7-26.
- Tomicki R. (1987), *Mit*, [w:] Staszczak Z., red., *Słownik etnologiczny, terminy ogólne*, aut. haseł Bednarski J. et al., PWN, Warszawa – Poznań, s. 244-248.

- Ward R. (2010), *Moja droga do Santiago. Opowieść pielgrzyma-agnostryka*, przeł. Dziurosz M., Sic!, Warszawa.
- Wąsowicz E. (2014), *Santiago de Compostela. Dzięczynne pielgrzymowanie*, WAM, Kraków.
- Wiernikowska M. (2013), *Oczy czarne, oczy niebieskie. Z drogi do Santiago de Compostela*, Zwierciadło, Warszawa.
- Wierzbieniec W. (2014), *Santiago de Compostela – miasto pielgrzymów i turystów w czasie IV Światowych Dni Młodzieży. Kiedy turysta staje się pielgrzymem?*, [w:] Roszak P., Rozynkowski W., red., *Camino Polacco. Teologia – sztuka – historia – terażniejszość*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 121-131.
- Zabawa K. (2009), *Fenomen pielgrzymek do Santiago de Compostela w najnowszych polskich relacjach i badaniach*, „Rocznik Wydziału Pedagogicznego Wyższej Szkoły Filozoficzno-Pedagogicznej Ignatianum w Krakowie”, s. 221-231.
- Zwoleńska J. (2009), *Idę – moje Camino*, Kined, Warszawa.

### Netografia

- Catedral de Santiago (2015), *Solicita tu Certificado de distancia*, <http://www.catedraldesantiago.es/es/node/441> (29.07.2015).
- FICS (Fraternidad Internacional del Camino de Santiago) (2014), *Manifest z Villafranca del Bierzo*, <http://www.ficscaminodesantiago.com/noticias/> (10.05.2015).
- Hesp A. (2010), *Writing the Camino: First-Person Narratives of the Camino de Santiago, 1985-2009*, A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in The University of Michigan, [http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/78867/ahesp\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/78867/ahesp_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (09.10.2015).
- Oficina de Acogida al Peregrino (2015), <http://peregrinossantiago.es/eng/pilgrims-office/statistics/> (10.05.2015).
- Podemski K. (2015), *Ile jest pielgrzyma w turyście?*, „Post – turysta” 30/33, <http://post-turysta.pl/arttykul/ile-jest-pielgrzyma-w-turyscie> (10.05.2015).

## IS CAMINO FRANCÉS STILL PILGRIMAGE OR IS IT ALREADY TOURISM? – AN ATTEMPT AT ANSWERING BASED ON THE MEMORIES OF POLISH CAMINO MEN

### Abstract

**Purpose.** The main purpose of the article is the answer the question: ‘Is Camino Francés still seen as pilgrimage or maybe as tourism?’ The author proves that mythical ideas are a ground for valuing the duality present in various types of statements by Polish authors of memories of the caminos.

**Method.** In this article, the analytical approach to varied source materials has been adopted, either literature or popular and scientific texts, created by authors that walk through Camino de Santiago themselves. Also, other materials that were collected by the authors during their pilgrimages and participants’ observations were used. Finally, *Manifesto of Villafraca del Bierzo* was examined. It is a document analysing issues discussed in the article in a formal way.

**Findings.** Camino Francés is perceived as a pilgrimage by people who experienced it by walking or riding a bike. The term ‘tourism’ is used in their statements as a clear contradiction. Moreover, the dichotomy pilgrimage – tourism (pilgrim – tourist) has a valuing dimension, which is also noticed by authors of the scientific studies.

**Research and conclusion limitations.** Due to the formal requirements regarding the text volume, the analysis has been limited to printed sources available in the Polish language. For the same reasons, it was only one of the most important (the same for camino men and researchers trying to determine the nature of modern Camino) aspect found in these works.

**Originality.** Until now, none of the articles about Camino Francés have been published in the context of the pilgrimage–tourism dichotomy and its mythical grounds. Neither was the evaluation of this phenomenon has been described regarding the Polish authors of memories. Even the quoted article by Krystyna Zabawa: *The phenomenon of the pilgrimages to Santiago de Compostela in the latest Polish relations and research* was called by its author ‘a short and sketchy diagnosis of recent Polish literature concerning the pilgrimage to Santiago de Compostela’. It has been limited, however, to selected works only published before 2009. Agnieszka Jaworska – in her book – again, drew attention to the lack of interest on this issue. Nonetheless, she pointed out and analyzed the main features of this type of literature. Adam Kucharski recently proposed typologies of Polish memories concerning the Camino.

**Type of paper.** This is an analytical study.

**Key words:** Camino de Santiago, Camino Francés, pilgrimage, tourism, myth, religion.

## WIRTUALNE PIELGRZYMOWANIE JAKO EFEKT STOSOWANIA NOWYCH TECHNOLOGII W PROMOCJI. PRZYPADEK ŚWIATOWEGO CENTRUM KULTU BOŻEGO MIŁOSIERDZIA W ŁAGIEWNIKACH

*Małgorzata Kryczka\**

### Abstrakt

**Cel.** Wskazanie wpływu nowoczesnych technologii na działania promocyjne sprzyjające rozwojowi kultu Bożego Miłosierdzia i św. Faustyny realizowane przez Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w krakowskich Łagiewnikach oraz skutków tych działań przejawiających się w nowych sposobach i formach pielgrzymowania.

**Metoda.** W artykule dokonano analizy danych dotyczących rozwoju ruchu pielgrzymkowego do Sanktuarium od początku jego istnienia do czasu obecnego oraz skonfrontowano pielgrzymowanie tradycyjne z pielgrzymowaniem wirtualnym.

**Wyniki.** Badania wykazały, iż dzięki zaangażowaniu nowych narzędzi informatycznych oraz mediów nastąpił w ostatnich latach imponujący wzrost liczby tzw. pielgrzymów wirtualnych. Podejmowane działania promocyjne w przestrzeni wirtualnej pozostają w zgodzie z charyzmatem miejsca i misją rozpowszechniania orędzia Bożego Miłosierdzia. Intensywne i konsekwentne działania na rzecz promowania kultu sprawiają, że dziś do Światowego Centrum Bożego Miłosierdzia w krakowskich Łagiewnikach coraz liczniej przybywają pielgrzymi – zarówno w rzeczywistości realnej, jak i wirtualnej – ze wszystkich kontynentów. Kult ten osiągnął zasięg globalny.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Brak jednolitego, porównywalnego źródła danych.

**Implikacje praktyczne.** Badania w zakresie działań promocyjnych i wykorzystywanych w tym celu nowych technologii przez ośrodek kultu są niezwykle istotne dla identyfikacji zmieniających się form i sposobów pielgrzymowania, co ma konsekwencje dla wielkości ruchu turystycznego.

**Oryginalność pracy.** Rzadko podejmowane w badaniach analizy wpływu nowoczesnych technologii na działania promocyjne miejsca kultu.

**Rodzaj pracy.** Studium przypadku.

**Słowa kluczowe:** pielgrzymowanie, działania promocyjne, przestrzeń wirtualna, miejsce kultu religijnego, promocja kultu.

---

\* Dr; Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Polityki Turystycznej, Zakład Ekonomii i Zarządzania; malgorzata.kryczka@awf.krakow.pl.

## Wprowadzenie

„(...) wiązanie obecności Boga z pewnym określonym miejscem może się wydawać niestosowne. A jednak trzeba pamiętać, że czas i miejsce należą całkowicie do Boga. Choć każdy czas i cały świat można uważać za Jego ‚świątynię’, to jednak są czasy i miejsca, które Bóg obiera, aby w nich w sposób szczególnie ludzie doświadczali Jego obecności i Jego łaski. I ludzie wiedzeni zmysłem wiary przychodzą do tych miejsc, bo mają pewność, że rzeczywiście stają przed Bogiem, który jest tam obecny”.

„(...) to takie szczególne miejsce, które Bóg obrał sobie, aby tu wylewać łaskę swego miłosierdzia”.

*Homilia Jana Pawła II  
Kraków-Łagiewniki 17.08.2002 r.*

Wędrowki do miejsc kultu w wielu religiach świata znane są już od czasów starożytnych. Istotą tych wędrowek, zwanych pielgrzymowaniem, jest dążenie do obcowania z sacrum. Słowo „pielgrzymować” nawiązuje do łacińskiego „peregrinus”, z czym łączy się angielskie „pilgrimage”, francuskie „pèlerinage”, niemieckie „pilgern”.

Metaforyczne pielgrzymowanie dotyczy losu człowieka zmierzającego ku Bogu. W listach św. Pawła odnajdujemy słowa: „wiemy, że jak długo pozostajemy w ciele, jesteśmy pielgrzymami, z dala od Pana” (2 Kor 5,6).

Pielgrzymka jest formą, a pielgrzymowanie treścią drogi człowieka podejmującego trud doświadczenia sacrum. Treści są niezienne, formy natomiast podlegają przemianom w zależności od możliwości technicznych [Świątkiewicz 2005, s. 125].

Celem pierwszych pielgrzymek chrześcijan była Ziemia Święta, zwłaszcza Jerozolima i Grób Pański. Po zatwierdzeniu przez cesarza Konstantyna Wielkiego edyktu o tolerancji w 313 r. wędrowano także do grobów Apostołów św. Piotra i św. Pawła w Rzymie, a od IX w. do grobu św. Jakuba w Santiago de Compostela. Do najważniejszych miejsc kultu chrześcijan w dobie średniowiecza należała Grota na górze Gargano, w której ukazywał się św. Michał Archanioł (obecne Monte Sant’ Angelo). Udawano się również do grobów innych świętych lub do miejsc, w których znajdowały się ich relikwie (m.in. do grobu św. Antoniego w Padwie, św. Franciszka w Asyżu, św. Marcina w Tours).

Każda kolejna epoka wносиła coś nowego do idei pielgrzymowania, a odzwierciedlając aktualne potrzeby pielgrzymów wzbogacała jej formę i treść. I tak, w okresie kontrreformacji pielgrzymowanie stało się wartością duchową, a więz z Bogiem odgrywała większe znaczenie od fizycznej wędrowki do miejsc kultu. Od XIV w. celem pielgrzymek stał się Święty Domek (Santa Casa), świadek narodzenia Maryi i Zwiastowania, przeniesiony z Ziemi

Świętej do włoskiego Loreto. Wśród tysięcy pielgrzymów przybywali tam papieże, władcy, królowie, książęta, artyści, poeci, naukowcy oraz liczni święci. W następnych wiekach udawano się do miejsc objawień maryjnych, przede wszystkim do Lourdes, La Salette i Fatimy.

Wraz z rozwojem techniki obok pieszych pielgrzymek, które początkowo miały charakter pokutny, zaczęły pojawiać się pielgrzymki kolejowe, morskie, samochodowe, autokarowe, wreszcie samolotowe. Zmiany sposobów podróżowania wpłynęły na rozwój turystyki religijnej. Zarówno badacze tematu, jak i przedstawiciele Kościoła zwracają przy tym uwagę, że pielgrzymka jest przede wszystkim aktem religijnym, podczas gdy turystyka religijna większy nacisk kładzie na przeżycia natury ogólnokulturowej i poznawczej [Jackowski 2007, s. 243]. Pielgrzymki stanowią zatem specyficzną formę turystyki religijnej. Podejmowane są z motywów religijnych, a ich celem jest dążenie do wewnętrznej przemiany, rozwój duchowy, refleksja nad swoim życiem. Czas podróży oraz pobyt w miejscu kultu poświęcony jest modlitwie, medytacji oraz innym praktykom religijnym.

W okresie ostatnich dziesięcioleci pojawiły się nowe miejsca sakralne odwiedane przez licznych pielgrzymów. Znamienne jest to, że mimo postępującej sekularyzacji pielgrzymowanie do głównych miejsc kultu religijnego podejmuje rocznie ok. 400 mln wyznawców wszystkich religii (w tym ok. 200 mln chrześcijan) [Jackowski 2007, s. 240]. Jednym z takich miejsc jest Światowe Centrum Kultu Bożego Miłosierdzia w krakowskich Łagiewnikach, które należy obecnie do najprężniej rozwijających się ośrodków pielgrzymkowych na świecie.

Rozwój ten spotęgowany jest skutecznymi działaniami promocyjnymi podejmowanymi przez Sanktuarium w celu szerzenia kultu Bożego Miłosierdzia i św. Faustyny. Sanktuarium wykorzystując nowoczesne technologie stosuje nowe sposoby komunikacji, kreując w efekcie niespotykane w poprzednich dziesięcioleciach sposoby pielgrzymowania.

Celem niniejszego artykułu jest wskazanie wpływu nowoczesnych technologii na podejmowane przez Sanktuarium działania promocyjne sprzyjające rozwojowi kultu oraz skutków tych działań przejawiających się w nowych sposobach i formach pielgrzymowania.

## Szerzenie Kultu Bożego Miłosierdzia

U podstaw powstania i rozwoju Sanktuarium w Łagiewnikach leży Jezusowe Orędzie Miłosierdzia objawione Siostrze Faustynie Kowalskiej, które wraz z jej śmiercią zostało złożone w tym miejscu.

„Dziś wysyłam Ciebie do całej ludzkości z moim Miłosierdziem”

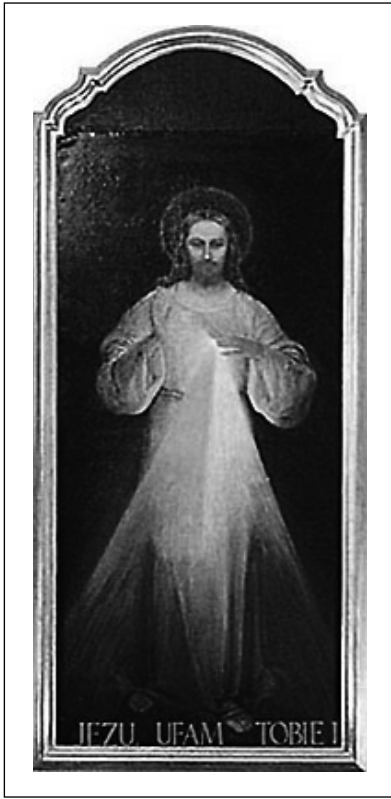
*Św. Siostra Faustyna Kowalska,*

*Dzienniczek. Miłosierdzie Boże w duszy mojej [w. 1588],*

*Wydawnictwo Misericordia, Kraków 2011,*

*Zgromadzenie Sióstr Matki Bożej Miłosierdzia*





**Ryc. 1.** Obraz Jezusa Miłosiernego autorstwa Eugeniusza Kazimirowskiego

**Fig. 1.** The picture of Merciful Jesus by Eugenius Kazimirowski

ks. Michał Sopoćko. Dzięki jego staraniom w 1935 r. w Ostrej Bramie wystawiony został do publicznej czci pierwszy wizerunek Jezusa Miłosiernego, namalowany przez Eugeniusza Kazimirowskiego (ryc. 1) zgodnie z poleceniami otrzymanymi podczas objawień. Ks. Sopoćko rozpoczął także starania o ustanowienie święta Miłosierdzia Bożego, lecz nie przyniosły one spodziewanych rezultatów<sup>2</sup>.

W okresie II wojny światowej, wkrótce po śmierci Siostry Faustyny (5 października 1938 r.), kult zataczał coraz szersze kręgi. Obok Wilna, gdzie czczono obraz Jezusa, dużego znaczenia nabierał klasztor w krakowskich Łagiewnikach, w którym żyła, a później została pochowana Siostra Fausty-

Istotą orędzia jest przypomnienie biblijnej prawdy o miłości miłosiernej Boga do każdego człowieka, bez względu na jego grzeszność, wezwanie do zaufania Mu oraz postawy miłosierdzia względem bliźnich. Integralną częścią tego orędzia jest kult obrazu Jezusa Miłosiernego z podpisem „Jezu, ufam Tobie”, święto Miłosierdzia, Koronka do Miłosierdzia Bożego, modlitwa w chwili Jego konania na krzyżu zwaną Godziną Miłosierdzia (15:00) i szerzenie czci Miłosierdzia. Jezus pragnie, aby to orędzie głosić światu z nową mocą przez świadectwo życia, czyny, słowa i modlitwę.

Ks. Kaszowski wyjaśnia, że „miłosierdzie to miłość, która pochyla się nad słabością, niedolą materialną i duchową, nad cierpieniem (...) Bogactwo Bożego Miłosierdzia ujawnia się między innymi w tym, że każdy człowiek na ziemi otrzymuje tyle łask, ile mu potrzeba do zbawienia.” [[http://www.teologia.pl/m\\_k/zag08-2f.htm#a](http://www.teologia.pl/m_k/zag08-2f.htm#a), 2015].

Kult Bożego Miłosierdzia w formach objawionych Siostrze Faustynie zaczął się rozwijać w latach trzydziestych XX wieku<sup>1</sup>. Duże zasługi w zakresie szerzenia kultu poczynił spowiednik Siostry Faustyny bł.

<sup>1</sup> Po raz pierwszy Jezus objawił się Siostrze Faustynie podczas jej pobytu w klasztorze plockim dnia 22 lutego 1931 r.

<sup>2</sup> Mróz F. (2008), *Geneza i funkcjonowanie sanktuariów Bożego Miłosierdzia w Polsce*, „Peregrinus Cracoviensis”, z. 19, s. 47.

na. W kaplicy klasztornej pw. św. Józefa Zgromadzenia Matki Bożej Miłosierdzia umieszczono kolejny wizerunek Miłosiernego Chrystusa Jezusa Ufam Tobie, tym razem autorstwa Adolfa Hyły (ryc. 2). Poświęcił go krakowski spowiednik i kierownik duchowy św. Faustyny jezuita o. Józef Andrasz, który zapoczątkował też uroczyste nabożeństwa ku czci Miłosierdzia Bożego. Wkrótce obraz ten zaczął cieszyć się niezwykłą czcią wiernych za otrzymywane łaski. Obecnie jego kopie i reprodukcje znajdują się na wszystkich kontynentach świata.

Klasztor w Łagiewnikach stał się nie tylko miejscem kultu, ale także ośrodkiem propagowania nabożeństwa do Miłosierdzia Bożego w formach przekazanych przez Siostrę Faustynę. 22 czerwca 1968 roku metropolita krakowski kard. Karol Wojtyła wpisał kaplicę zakonną z cudownym obrazem Jezusa Miłosiernego i grobem Siostry Faustyny na listę sanktuariów diecezjalnych [<http://www.krakow.faustyna.pl/historia-sanktuarium>, 2015].

W 1992 r. kaplica ta (pod pierwotnym wezwaniem św. Józefa) została podniesiona do rangi Sanktuarium Bożego Miłosierdzia na mocy dekretu metropolity krakowskiego kard. Franciszka Macharskiego.

Na dynamiczny rozwój kultu i Sanktuarium wpłynęła encyklika Jana Pawła II *Dives in misericordia*, a przede wszystkim beatyfikacja (18 kwietnia 1993 r.) Siostry Faustyny Kowalskiej dokonana w Rzymie przez Ojca Świętego Jana Pawła II (tab. 1).

Znaczny wzrost ruchu pielgrzymkowego przyczynił się do budowy nowej świątyni i zaplecza socjalnego dla przybywających wiernych. Podczas pielgrzymki do Łagiewnik (7 czerwca 1997 r.) Jan Paweł II poświęcił kamień węgielny z Golgoty pod budowę kościoła.

Następnym ważnym wydarzeniem była kanonizacja (30 kwietnia 2000 r.) Siostry Faustyny Kowalskiej. Po raz pierwszy w historii – dzięki specjalnemu telemostowi – uroczystości kanonizacyjne były sprawowane równoległe w Rzymie i Krakowie. Podczas uroczystości papież Jan Paweł II



**Ryc. 2.** Obraz Jezusa Miłosiernego autorstwa Adolfa Hyły

**Fig. 2.** The picture of Meriful Jesus by Adolf Hyła

ustanowił pierwszą niedzielę po Wielkanocy Świętem Miłosierdzia Bożego w całym Kościele i orędzie Miłosierdzia zapisane w *Dzienniczku* Siostry Faustyny przekazał światu na trzecie tysiąclecie.

W czasie ostatniej pielgrzymki do Polski (17 sierpnia 2002 r.) Ojciec Święty dokonał aktu zawierzenia świata Bożemu Miłosierdziu i kolejny raz wezwał do tego, aby nieść światu dar orędzia Miłosierdzia, w którym świat znajdzie pokój, a człowiek szczęście. Wyznał po raz kolejny, że świat w obecnej kondycji wojen, konfliktów, różnorodnych zagrożeń egzystencjalnych, moralnych i duchowych bardzo potrzebuje Bożego miłosierdzia. Nawiązując do słów, jakie Jezus skierował do św. Faustyny, wezwał do „rozniecenia iskry Bożej łaski” oraz „przekazywania światu ognia miłosierdzia”. Konsekrował także nową świątynię, której od 6 marca 2003 r. przysługuje tytuł bazyliki mniejszej.

Sanktuarium odwiedził również następca Jana Pawła II Ojciec Święty Benedykt XVI (27 maja 2006). Podczas wizyty spotkał się z siostrami w kaplicy oraz chorymi i niepełnosprawnymi w bazylice.

**Tabela 1.** Szerzenie kultu Bożego Miłosierdzia.

**Table 1.** Spreading the Divine Mercy devotion.

Rok	Wydarzenie
1980	Encyklika <i>Dives in misericordia</i>
1992	Podniesienie kaplicy klasztornej z cudownym obrazem Jezusa Miłosiernego i grobem Siostry Faustyny do rangi Sanktuarium Bożego Miłosierdzia
1993	Beatyfikacja Siostry Faustyny
1997	Pielgrzymka papieża Jana Pawła II do Łagiewnik – poświęcenie kamienia węgielnego z Golgoty pod budowę bazyliki
2000	Kanonizacja bł. Siostry Faustyny Kowalskiej – ustanowienie święta Miłosierdzia Bożego, – przekazanie orędzia Miłosierdzia światu na trzecie tysiąclecie
2002	Pielgrzymka papieża Jana Pawła II do Łagiewnik – akt zawierzenia świata Bożemu Miłosierdziu.
2006	Pielgrzymka papieża Benedykta XVI do Łagiewnik
2015	Ogłoszenie przez papieża Franciszka Roku Świętego Miłosierdzia, który rozpoczął się 8 grudnia tego roku.
2016	XXXI Światowe Dni Młodzieży w Krakowie, gdzie „bije źródło Bożego Miłosierdzia, które jest skutecznym lekarstwem dla poranionych serc” Pielgrzymka papieża Franciszka do Łagiewnik.

**Źródło:** Opracowanie własne.

**Source:** Own elaboration.

Kolejnym wielkim wydarzeniem, które bez wątpienia jeszcze bardziej wypromuje kult i Sanktuarium Bożego Miłosierdzia będą XXXI Światowe Dni Młodzieży (ŚDM), które odbędą się w Krakowie w lipcu 2016 r. Ich głównym tematem będzie przesłanie: „Błogosławieni miłosierni, albowiem oni miłosierdzia dostąpią” (Mt 5, 7). Papież Franciszek zaprosił młodzież do Krakowa, ponieważ w nim „bije źródło Bożego Miłosierdzia, które jest skutecznym lekarstwem dla poranionych serc” [List Episkopatu Polski czytany w kościołach 9.11.2014]. Na patronów tego dzieła została wybrana św. Siostra Faustyna i św. Jan Paweł II, inicjator ŚDM w 1985 r.

Organizatorzy zaplanowali, że w ramach tzw. katechezy w drodze wszyscy pielgrzymi, którzy przyjadą na ŚDM, odwiedzą dwa sanktuaria: Bożego Miłosierdzia i św. Jana Pawła II. Tam spotkają się z patronami ŚDM – św. Janem Pawłem II i św. Siostrą Faustyną. Będą pielgrzymować pieszo w grupach przez 3 dni, rozpoczynając tę pielgrzymkę na krakowskich Błoniach. Najpierw odwiedzą nowo wybudowane Sanktuarium Jana Pawła II, gdzie modlić się będą m.in. przed jego relikwiami, a następnie udadzą się do pobliskich Łagiewnik, gdzie przed wejściem do światowego Sanktuarium Miłosierdzia Bożego przejdą przez specjalną Bramę Miłosierdzia zbudowaną z okazji ogłoszonego przez papieża roku świętego Nadzwyczajnego Jubileuszu Miłosierdzia.

Papież Franciszek spotka się w Sanktuarium Jana Pawła II z kapłanami, a później z małżeństwami oraz siostrami zakonnymi w Sanktuarium w Łagiewnikach [<http://www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/z-zycia-kosciola/art,22302,sdm-2016-w-krakowie-co-gdzie-kiedy.html>, dostęp: ... 2015].

Według prognoz w ŚDM będzie uczestniczyć ok. 2,5 mln pielgrzymów z całego świata.

Papieskie pielgrzymki do Łagiewnik, rozpoczęte przez Pielgrzyma Jana Pawła II, odgrywały i nadal odgrywają niezwykle ważną rolę w szerzeniu kultu Bożego Miłosierdzia i św. Faustyny w Kościele powszechnym i na całym świecie.

### **Promocja kultu Bożego Miłosierdzia i św. Faustyny Kowalskiej**

Promocja, jako element działalności marketingowej, jest sposobem komunikowania się podmiotów rynkowych z potencjalnymi nabywcami dóbr i usług oraz wpływania na ich postawy i zachowania.

Celem działań promocyjnych prowadzonych przez Kościół, w przeciwieństwie do przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku, nie są korzyści finansowe ani tym bardziej zwiększenie zainteresowania kupnem produktów. Ponieważ działalność Kościoła dotyczy pozamaterialnej sfery życia ludzkiego, Kościół niczego nie sprzedaje, a „produkt”, jaki oferuje, to obietnica zbawienia. Aktywność promocyjna w tym przypadku sprowadza się do funkcji informacyjnej.

Z punktu widzenia podjętych rozważań promocja oznacza zatem szerzenie kultu, pobudzanie wiary, zachęcanie do odwiedzania sacrum, popieranie słuszných inicjatyw oraz informowanie społeczeństwa o podejmowanych działaniach, a także kształtowanie pozytywnego wizerunku.

Najodpowiedniejszymi instrumentami promocji kultu są public relations oraz publicity. Celem public relations jest uzyskanie przychylnych opinii wiernych/społeczeństwa i zbudowanie dobrego wizerunku poprzez upowszechnienie misji i działalności Sanktuarium. Publicity to nieodpłatne rozpowszechnianie informacji w środkach masowego przekazu. Instrumenty te wykorzystywane są obecnie w Łagiewnikach.

Zanim jednak rozpoczęto stosowanie współczesnych środków promocji, misja szerzenia w świecie kultu Bożego Miłosierdzia, która przypadła spadkobierczyniom dzieła św. Faustyny – siostronom Zgromadzenia Matki Bożej Miłosierdzia, została określona w Konstytucjach zatwierdzonych przez Stolicę Apostolską w 1985 roku: „Siostry rozszerzają kult Miłosierdzia Bożego poza Zgromadzeniem w następujących formach: głoszenie katechez i prelekcji, udział w sympozjach i kongresach organizowanych przez inne wspólnoty, udział w nabożeństwach parafialnych przez specjalne pieśni i modlitwy, kolportaż książek, modlitewników i obrazów Jezusa Miłosiernego oraz korespondencja z czcicielami Miłosierdzia Bożego” [Konstytucje i Dyrektorium Zgromadzenia 1985].

Szerzenie kultu przez Zgromadzenie dość szybko wykroczyło poza formy określone we wspomnianych Konstytucjach i nabrało charakteru szerszych działań promocyjnych.

Poza udziałem w sympozjach organizowanych przez inne wspólnoty Zgromadzenie rozpoczęło, pod patronatem metropolity krakowskiego kardynała Franciszka Macharskiego, organizację własnych sympozjów teologicznych oraz Międzynarodowych Kongresów Apostołów Bożego Miłosierdzia. Pierwsze takie sympozjum odbyło się w 1988 roku, w 50. rocznicę śmierci Siostry Faustyny, a pierwszy Międzynarodowy Kongres w 1996 roku, w 65. rocznicę objawienia obrazu Jezusa Miłosiernego. Kongres zgromadził apostołów Bożego Miłosierdzia z Polski i 16 krajów świata, m.in.: z USA, Kanady, Filipin, Australii, Kazachstanu, Francji, Włoch, Anglii, Irlandii, RFN, Szkocji, Ukrainy, Czech i Słowacji. Drugi Międzynarodowy Kongres zorganizowany w 2003 r. pod hasłem „Nieś światu ogień Miłosierdzia” zgromadził liderów instytucji sakralnych i świeckich już z 33 krajów świata, ze wszystkich kontynentów. Trzeci Międzynarodowy Kongres pod hasłem „Szkoła miłosierdzia św. Faustyny i Jana Pawła II” zorganizowano w 2008 roku, a kolejny odbył się w październiku 2014 r. pod hasłem: „Jan Paweł II – Apostoł Bożego Miłosierdzia”, który orędzie Miłosierdzia, przekazane przez św. Siostrę Faustynę, zaniósł na krańce świata” [Siepak M. Elżbieta, 2014].

20 maja 2015 r. rozpoczęły się „Formacyjne Dni Apostołów Bożego Miłosierdzia”, na które przyjechali liderzy wspólnot apostołów Bożego Miło-

sierdzia z 25 krajów (ze wszystkich kontynentów). Spotkania objęły konferencje, wykłady, modlitwy, warsztaty w języku angielskim, hiszpańskim i francuskim.

Referaty z sympozjów i konferencji ukazują się w postaci publikacji książkowych, dzięki czemu są dostępne w szerszym zakresie.

Upowszechnianiu informacji na temat kultu oraz działalności Sanktuarium służą różne wydawnictwa oraz media. W 1987 roku założono pismo „Orędzie Miłosierdzia”, które początkowo wychodziło tylko dwa razy w roku, a od 1996 roku ukazuje się jako kwartalnik i organ prasowy Stowarzyszenia Apostołów Bożego Miłosierdzia „Faustinum”, które zrzesza kapłanów, osoby konsekrowane i wiernych świeckich z blisko 90 krajów świata.

W 2003 roku Zgromadzenie Sióstr Matki Bożej Miłosierdzia założyło własne Wydawnictwo „Misericordia”, które publikuje i upowszechnia książki, broszury, foldery, reprodukcje obrazów, utwory muzyczne, koncerty, nagrania na płytach CD i DVD zarówno w języku polskim, jak i w kilkunastu językach obcych. Publikacje te dystrybuowane są przez księgarnię Misericordia, znajdującą się na terenie Sanktuarium oraz przez własny sklep internetowy, z którego mogą korzystać ludzie z całego świata. Również dzieła, które powstają w Sanktuarium, ukazują się poza granicami Polski<sup>3</sup>.

Główną pozycją Wydawnictwa jest *Dzienniczek* Siostry Faustyny, do którego Zgromadzenie posiada prawa autorskie. *Dzienniczek*, pisany w Wilnie i Krakowie w latach 1934-1938, zawiera przede wszystkim orędzie o miłości miłosiernej Boga do człowieka, które Siostra Faustyna miała przekazać Kościołowi i światu. Jest to obecnie jedno z najczęściej tłumaczonych dzieł z języka polskiego na języki obce. *Dzienniczek* został przetłumaczony na ponad 30 języków świata (są także tłumaczenia „pirackie”), i to nie tylko na języki europejskie, ale także na arabski, chiński, japoński, koreański, wietnamski, indonezyjski, maltański. W 2014 r. ukazał się w języku białoruskim i kinyarwanda, którym posługują się mieszkańcy Rwandy. *Dzienniczek* udostępniony jest nie tylko w tradycyjnej wersji książkowej, ale i w innych formach wykorzystujących nowe technologie.

W 2011 roku został nagrany pierwszy audiobook *Dzienniczka* (4 płyty CD, 27 godzin nagrania), który w 2014 roku powielił w kilkuset tysiącach egzemplarzy tygodnik „Gość Niedzielny”. W 2014 roku ukazało się również drugie wydanie audiobooka w wykonaniu aktorskim, które otrzymało wyróżnienie w konkursie Feniks 2015 z następującym uzasadnieniem: „Nowoczesna forma edytorska i komunikacyjna wykorzystana w służbie niezwykłego przesłania Bożego Miłosierdzia. Mistrzowska interpretacja tekstu *Dzienniczka*... w wykonaniu Anny Dymnej i Krzysztofa Głobisza pozwala

---

<sup>3</sup> Są to głównie modlitewniki, książki służące formacji apostołów Bożego Miłosierdzia i biografia św. Faustyny „Dar Boga dla naszych czasów” s. Elżbiety Siepak ze Zgromadzenia Matki Bożej Miłosierdzia. M.in. w maju br. w Hong Kongu ukazało się drugie wydanie tej książki, przetłumaczone na język chiński przez Bernadettę Lam Kit Ping.

słuchaczowi w pełni zanurzyć się w treść, a przede wszystkim w sens przesłania Chrystusa przekazywanego przez Świętą. Wyjątkowy klimat tej produkcji współtworzy niezwykła muzyka autorstwa Wojciecha Kilara” [<http://misericordia.faustyna.pl/shop/productinfo/9788363916251>, 2015].

*Dzienniczek św. Siostry Faustyny* w 6 językach dostępny jest także w formie e-booka na stronie [www.faustyna.pl](http://www.faustyna.pl), oraz na tabletach oraz smartfonach. W języku polskim także na coraz bardziej popularnych czytnikach iPada i iPhona. Każdy użytkownik Macintosha, po aktualizacji systemu, może czytać *Dzienniczek św. Siostry Faustyny* na swoim komputerze. Wersja dla iPada pozwala wygodnie przeglądać całość tekstu oraz z nim pracować dzięki wbudowanym narzędziom – takim jak wyszukiwanie, zaznaczanie fragmentów i notatki. Aktywne przyciski na słowach ułatwiają dostęp do treści przypisów. Dołączono również wysokiej jakości zdjęcia oraz interaktywne mapy. Wersja dla iPada przystosowana jest do wyższej rozdzielczości ekranu Retina. Książka jest również dostępna dla popularnego iPhone’a w wersjach od 3 GS.

*Dzienniczek św. Siostry Faustyny* na iPadach i iPhonach jest dostępny w 32 krajach<sup>4</sup>, natomiast na stronie: [www.faustyna.pl](http://www.faustyna.pl), smartfonach i tabletach bez ograniczeń w 6 językach.

Poza działalnością wydawniczą Zgromadzenie wykorzystuje do promocji kultu również media, współpracując stale lub czasowo z redakcjami katolickimi i państwowymi z Polski oraz z zagranicy. Warto tu wspomnieć, że wielkim orędownikiem mediów był Jan Paweł II. To za jego pontyfikatu powstała telewizja watykańska, a kazania były nagrywane na płyty CD i DVD [<http://www.epr.pl/>, dostęp: 2015].

W 2014 roku Zgromadzenie przygotowało ponad 90 wypowiedzi i wywiadów dla stacji telewizyjnych, rozgłośni radiowych, redakcji prasowych i stron internetowych z Polski, Brazylii, Malty, Francji, Włoch, Turcji, Ukrainy, Litwy, Bośni i Hercegowiny, USA. Siostry uczestniczyły w nagraniach kilku filmów, realizowanych przez ekipy m.in. z Francji, Włoch, Litwy i Polski (filmy o św. Faustynie i orędziu Miłosierdzia na Światowe Dni Młodzieży – Kraków 2016).

Od ponad 20 lat Telewizja Polska transmituje Mszę świętą odprawianą w Sanktuarium (TVP 1 w niedziele o godzinie 7.00 i TVP Kraków w piątki o godzinie 17.00). Msze św. i nabożeństwa z kaplicy klasztornej i bazyliki są natomiast codziennie transmitowane wirtualnie przez transmisję on-line oraz TV Miłosierdzie i Radio Miłosierdzie. Transmisje oraz serwis internetowy [www.milosierdzie.pl](http://www.milosierdzie.pl) prowadzi Fundacja Sanktuarium Bożego Mi-

---

<sup>4</sup> Kraje, o których mowa to: Australia, Austria, Belgia, Bułgaria, Kanada, Cypr, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Niemcy, Grecja, Węgry, Irlandia, Włochy, Łotwa, Litwa, Luksemburg, Malta, Holandia, Norwegia, Polska, Portugalia, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Hiszpania, Szwecja, Szwajcaria, Wielka Brytania, Stany Zjednoczone. <http://itunes.apple.com/pl/book/dzienniczek/id540358479?mt=11&ls=1>.

łosierdzia powołana przez metropolitę krakowskiego kardynała Franciszka Macharskiego<sup>5</sup>. Transmisje przeznaczone są głównie dla osób chorych, starszych i wszystkich tych, którzy z ważnych przyczyn nie mają możliwości uczestniczenia osobiście we Mszy Świętej oraz dla wiernych z całego świata, którzy pragną duchowo połączyć się ze światowym centrum Kultu Bożego Miłosierdzia [<http://www.milosierdzie.pl/lagiewniki/index.php/pl/tv-milosierdzie-pl.html#.VWZDntLtmko>].

Z kaplicy klasztornej za pośrednictwem ośmiu rozgłośni radiowych w Polsce transmitowana jest modlitwa w Godzinie Miłosierdzia i Koronka do Miłosierdzia Bożego<sup>6</sup>. W modlitwach uczestniczą równocześnie pielgrzymi, słuchacze rozgłośni radiowych oraz internauci.

Bardzo ważną rolę w zakresie promocji odgrywa portal Zgromadzenia Sióstr Matki Bożej Miłosierdzia [www.faustyna.pl](http://www.faustyna.pl), który jest aktywny w siedmiu językach. Znajdują się na nim interesujące informacje m.in. na temat kultu Miłosierdzia Bożego, historii Sanktuarium, różnorodnych form aktywności i dzieł Zgromadzenia, a także aktualności. Korzystając z prostego formularza umieszczonego na stronie internetowej można wysłać intencje do modlitwy w Godzinie Miłosierdzia w Sanktuarium [[http://www.faustyna.pl/index.php?option=com\\_rsform&formId=21&Itemid=55555](http://www.faustyna.pl/index.php?option=com_rsform&formId=21&Itemid=55555), 2015].

Siostry ze Zgromadzenia Matki Bożej Miłosierdzia zachęcają również wiernych z całego świata do włączenia się w modlitwę Nieustannej Koronki do Miłosierdzia Bożego. Na stronie internetowej zamieszczony jest kalendarz, na którym wystarczy wskazać dowolny dzień i godzinę odmówienia modlitwy, dołączając do grona innych wirtualnie zgłoszonych osób, dzięki którym modlitwa ta odmawiana jest przez 24 godziny na dobę.

Na szczególną uwagę zasługuje dzieło niesienia pomocy konającym przez odmawianie *Koronki*. Ma ono na celu pomoc konkretnej, znanej z imienia osobie, która odchodzi z tego świata. Aby włączyć się w to dzieło należy wypełnić znajdujący się na stronie internetowej formularz podając swoje imię, miejscowość, parafię, numer telefonu komórkowego, e-mail oraz określić dzień i wybrać jedną z ośmiu stref czasowych, w której składana jest deklaracja wspierania konających. Po wypełnieniu formularza następuje przyjęcie zgłoszenia do „Księgi wspierających osoby konające”. Osoby mieszkające w Polsce otrzymują SMS lub e-mail z imieniem osoby umierającej, na który zwrótnie powinny odpowiedzieć w ciągu trzech minut SMS-em

---

<sup>5</sup> Dzięki środkom zgromadzonym przez Fundację na terenie Sanktuarium wybudowano: bazylikę, wieżę wolno stojącą, kaplicę adoracji Najświętszego Sakramentu, amfiteatr, Dom Duszpasterski z zapleczem hotelowym i gastronomicznym, pasaż handlowy, drogi dojazdowe i parkingi.

<sup>6</sup> Transmisje radiowe: Radio Niepokalanów: 98,6 FM, 102,7 FM – codziennie (z wyjątkiem niedziel); Radio Warszawa: 106,2 FM – codziennie; Radio Faustyna: [www.radiofaustyna.pl](http://www.radiofaustyna.pl) – codziennie; Radio Podlasie: [www.radiopodlasie.pl](http://www.radiopodlasie.pl) – niedziela; Radio Rodzina Wrocław – codziennie; Radio Nadzieja (Łomża): 103,6FM – niedziela; Radio Jasna Góra: 100,6 FM – piątek.



lub w ciągu 15 minut e-mailem: „Amen”, które oznacza przyjęcie informacji i odmówienie jeden raz Koronki do Miłosierdzia Bożego w jej intencji. Zgłaszający się z zagranicy powiadamiani są tylko przez Internet. Za wszystkich uczestników tego dzieła odprawiana jest msza św. w Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w każdą niedzielę o godzinie 18:00.

Zgromadzenie zawarło umowę z jednym z największych amerykańskim operatorów Livestream, dzięki któremu na stronie [www.faustyna.pl](http://www.faustyna.pl) oraz [www.krakow.faustyna.pl](http://www.krakow.faustyna.pl) prowadzona jest całodobowa transmisja on-line z kaplicy klasztornej, z łaskami słynącym obrazem Jezusa Miłosiernego i grobem św. Faustyny, będącej „sercem” łagiewnickiego Sanktuarium. Transmisję on-line można odbierać na wszystkich przeglądarkach w Internecie oraz na smartfonach i tabletach. Zaawansowana technologia zapewnia wysokiej jakości przekaz obrazu i dźwięku bez limitu wejść. Osoby korzystające z transmisji on-line mogą łączyć się duchowo z tym miejscem, uczestniczyć w nabożeństwach oraz modlić się przed obrazem Jezusa Miłosiernego. Spełniając prośby internautów doświetlono w nocy cudowny obraz i grób św. Faustyny [*Orędzie Miłosierdzia, Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie*, 94, 2015].

W celu umożliwienia za pośrednictwem Internetu kontemplacji najbardziej znanego w świecie obrazu Chrystusa ukrzyżowanego i zmartwychwstałego wykonano pierwszą i największą w Europie Środkowo-Wschodniej reprodukcję gigapikselową (3 miliardy pikseli)<sup>7</sup>. Innowacyjna publikacja wizerunku Jezusa na portalu [www.faustyna.pl](http://www.faustyna.pl) w tak dużej rozdzielczości i niespotykanej dotąd jakości przyczyni się z pewnością do jeszcze większego wypromowania kultu w Internecie. Dzięki umieszczeniu obrazu w zasobach globalnej sieci, jego detale można teraz oglądać z bliska z każdego zakątka świata<sup>8</sup>.

Na stronie internetowej Zgromadzenia Sióstr Matki Bożej Miłosierdzia udostępniony jest również folder „Jezusowe Orędzie Miłosierdzia”, który zawiera najważniejsze informacje dotyczące orędzia Miłosierdzia oraz istoty i nowych form kultu. Plik z folderem w formie PDF, opracowanym w dwunastu językach, można pobrać bezpłatnie po wypełnieniu prostego formularza.

Sanktuarium aktywne jest również w mediach społecznościowych.

Portal [www.faustyna.pl](http://www.faustyna.pl) – Zgromadzenie Sióstr Matki Bożej Miłosierdzia prowadzi otwartą grupę na portalu Facebook: Sanktuarium Bożego Miłosierdzia<sup>9</sup>. Grupa ta liczy ponad 9 600 członków (stan na 31 maja 2015 r.).

---

<sup>7</sup> Zakładając, że przeciętny aparat cyfrowy posiada rozdzielczość rzędu 12 MPx uzyskano tu rozdzielczość 240 razy większą. We Włoszech podobną metodą przeniesiono do komputera i internetu takie dzieła, jak: *Ostatnia Wieczerza* Leonarda Da Vinci, freski Giotta z bazyliki św. Franciszka w Asyżu i sklepienie Kaplicy Sykstyńskiej w Watykanie.

<sup>8</sup> Fotografię wykonał Piotr Tumidajski w 2011 r. Prace trwały ok. 12 miesięcy (w tym 12 godzin zdjęć).

<sup>9</sup> Opiekunem ze strony Zgromadzenia i supervisorem adminów jest s. M. Elżbieta Siepak ZMBM, rzecznik prasowy Zgromadzenia Sióstr Matki Bożej Miłosierdzia.

W grupie poruszane są wyłącznie tematy, wydarzenia, informacje związane z orędziem Bożego Miłosierdzia.

Z okazji przygotowań do Światowych Dni Młodzieży w październiku 2014 roku Zgromadzenie uruchomiło na Facebooku również trzy profile językowe: Faustyna 2016 (pl) – 7970 polubień, WYD Faustina 2016 (ang.) – 3 677 polubień, JMJ Faustina 2016 (hiszp.) – 2 616 polubień.

Zgromadzenie prowadzi również blog Faustyna 2016 oraz dwa kanały na You Tube: Faustyna.pl – 283 subskrypcje i Faustyna 2016 – 170 subskrypcji.

Sanktuarium organizuje również pojedyncze akcje, których celem jest promocja kultu. W połowie maja 2015 r. siostry ze Zgromadzenia wraz z grupą młodzieży zorganizowały akcję „Dzienniczek w ósemce”. Uczestnicy akcji w ciszy czytali „Dzienniczki”, w jednym z krakowskich tramwajów, budząc tym zainteresowanie podróżnych. Niektórym osobom wręczali do rąk małe karteczki z wybranymi cytatami.

Wskazane powyżej niezwykle różnorodne działania promocyjne wpływają na szerzenie kultu oraz na dynamiczny wzrost liczby osób pielgrzymujących do łagiewnickiego Sanktuarium.

## **Pielgrzymowanie do Sanktuarium Bożego Miłosierdzia**

Pielgrzymki do Łagiewnik rozpoczęły się podczas II wojny światowej, wkrótce po śmierci Siostry Faustyny. W okresie okupacji często bywał tu Karol Wojtyła. Po wojnie wraz z rozwojem kultu Bożego Miłosierdzia przybywali pielgrzymi z archidiecezji krakowskiej oraz z sąsiadujących z nią diecezji katowickiej i tarnowskiej.

W księgach pielgrzymkowych sanktuarium prowadzonych przez siostry ze Zgromadzenia Matki Bożej Miłosierdzia w latach 1970-1980 zarejestrowano zaledwie 25 grup pielgrzymkowych z Polski i 3 z zagranicy (tab. 2). Należy zaznaczyć, że rejestracja obejmowała 35-40% ogólnej liczby pielgrzymów przybyłych do Sanktuarium. W kolejnym dziesięcioleciu nastąpił wzrost natężenia ruchu pielgrzymkowego. Jednak szczególnie dynamiczny wzrost liczby pielgrzymów rozpoczął się w latach 90. XX wieku. W roku poprzedzającym beatyfikację Siostry Faustyny odnotowano 436 grup z Polski i 55 grup z zagranicy, natomiast w roku beatyfikacji (1993 r.) przybyło prawie dwa razy więcej pielgrzymów. W latach 1993-2000 liczby te wzrosły niemal sześciokrotnie. W 2000 r. w związku z kanonizacją bł. siostry Faustyny zarejestrowano 619 tys. pielgrzymów (5 120 grup) [Mróz 2008, s. 53-54]. Podczas gdy w rzymskich uroczystościach kanonizacyjnych uczestniczyło ok. 150 tys. pielgrzymów (w tym ponad 35 tys. z Polski, a także z USA, Meksyku, Argentyny, a nawet z Filipin), w krakowskich Łagiewnikach obecnych było ponad 70 tys. osób. [<http://www.katedra.rzeszow.pl/pages/faustyna/kanonizacja.htm>, 2015].

**Tabela 2.** Ruch pielgrzymkowy do Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach.**Table 2.** Pilgrimages to the Shrine of Divine Mercy in Łagiewniki.

Lata	Liczba grup z Polski	Liczba grup z zagranicy
1970-1980	25	3
1980-1990	260	31
1992	436	55
1993	760	129
2002	6500	1300

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie wpisów do ksiąg pielgrzymkowych sanktuarium.

**Source:** Own elaboration based on the entries in the pilgrimage books of the Sanctuary.

Pielgrzymka papieża Jana Pawła II w 2002 r., podczas której ogłosił on Sanktuarium w Łagiewnikach światową stolicą kultu Bożego Miłosierdzia, spowodowała wzrost liczby pielgrzymów do 2 mln (6 500 grup polskich i prawie 1 300 zagranicznych). Większy napływ wiernych zaobserwowano po śmierci papieża Jana Pawła II w 2005 r. (ponad 2 mln pielgrzymów) oraz w następnym roku, kiedy Łagiewniki odwiedził papież Benedykt XVI.

W kolejnych latach liczba pielgrzymów utrzymywała się na poziomie 2 mln, co sprawia, że Sanktuarium w Łagiewnikach znajduje się w gronie 30 najważniejszych ośrodków pielgrzymkowych chrześcijaństwa na świecie (Rzym – 10 mln pielgrzymów, San Giovanni Rotondo – 9 mln, Lourdes – 6 mln, Fatima – 5 mln, Santiago de Compostela – 5 mln, Jasna Góra – 4-5 mln, Montserrat – 3 mln, Medjugorje – 2,5 mln) [Jackowski 2008, s. 114].

Należy tu zaznaczyć, że w krakowskich Łagiewnikach wszyscy odwiedzający traktowani są jako pielgrzymi, także osoby zwiedzające ośrodek i mieszkańcy Krakowa, którzy stanowią znaczącą grupę (ok. 200 tys. osób) [Jackowski 2010, s. 28-29].

Ruch pielgrzymkowy do Sanktuarium trwa przez cały rok, jednak pielgrzymi najliczniej przybywają w święto Bożego Miłosierdzia (w pierwszą niedzielę po Wielkanocy) oraz w liturgiczne wspomnienie św. Faustyny (5 października).

W latach 80. w uroczystościach Bożego Miłosierdzia uczestniczyło kilkaset osób, na początku lat 90. kilka tysięcy, natomiast w 2005 r. liczba ta wzrosła do 200 tys. [Mróz 2008, s. 54]. W 2015 r. w Niedzielę Miłosierdzia odnotowano pielgrzymów z 41 krajów świata ze wszystkich kontynentów, nawet z małych wysp na oceanach: Martynika czy Reunion<sup>10</sup> [<http://www.faustyna>].

<sup>10</sup> Oto pełna lista: Anglia, Argentyna, Australia, Austria, Belgia, Białoruś, Brazylia, Chile, Chorwacja, Czechy, Ekwador, Etiopia, Filipiny, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Niemcy, Indie, Indonezja, Irlandia, Kanada, Liban, Łotwa, Malta, Martynika, Meksyk, Mozambik, Peru,

pl/zmbm/pielgrzymi-na-swiecie-milosierdzia/, 2015]. Wcześniej w 2006 r. zarejestrowano po raz pierwszy pielgrzymów przybyłych z Gabonu, Kongo i Haiti [Jackowski, Sołjan 2010, s. 141-142].

Powszechność i szerzenie się kultu Bożego Miłosierdzia potwierdza obecnie największy na świecie, poza Rzymem, zasięg przestrzenny jego oddziaływania. Rocznie do Sanktuarium w Łagiewnikach przybywają pielgrzymi z blisko 100 krajów świata (na Jasną Górę z ok. 80, do Lourdes i Fatimy z ponad 70 krajów). Stanowią oni 25% ogółu odwiedzających (ok. 500 tys.). Jest to jeden z najwyższych odsetków w Europie (Lourdes 60%, Jasna Góra około 10 %, San Giovanni Rotondo ponad 5 %) [Jackowski 2008, s. 117].

Przedstawione powyżej dane dotyczą pielgrzymów, którzy w tradycyjny sposób (pieszo lub korzystając z różnorodnych środków transportu) przybyli do Sanktuarium w Łagiewnikach. Wszyscy oni fizycznie odwiedzili miejsce kultu i uczestniczyli w nabożeństwach lub w modlitwach. Statystyki te nie obejmują jednak osób, które dotarły do miejsca sacrum nie pokonując przestrzeni (rozumianej jako drogi) w wymiarze realnym, lecz wirtualnym.

Wprawdzie do Sanktuarium przybywa od kilkunastu do kilkudziesięciu tysięcy pielgrzymów miesięcznie i kaplica z cudownym obrazem Jezusa Miłosiernego i grobem św. Faustyny jest codziennie wypełniona pielgrzymami, nie sposób pominąć wirtualnej współobecności pielgrzymów z całego świata. Dzięki transmisji on-line ludzie „wchodzą” do kaplicy całą dobę, również w nocy, gdy obraz i grób są lekko oświetlone, a przed Najświętszym Sakramentem pali się lampka. W obliczu takiej możliwości pokonane zostały ograniczenia godzin otwarcia kaplicy, stref czasowych, wreszcie pojemności kaplicy. Według s. Elżbiety Siepak, długoletniej rzeczniczki prasowej Zgromadzenia Sióstr Matki Bożej Miłosierdzia i Sanktuarium w Krakowie-Łagiewnikach: „...Sanktuarium, spełnia marzenia wszystkich czcicieli Miłosierdzia Bożego i św. Faustyny, którzy pragną modlić się w tym świętym miejscu, a jeśli nie mogą przybyć tu fizycznie, czynią to właśnie poprzez tę transmisję” [<http://www.idziemy.pl/kosciol/swiatowa-stolica-bozego-milosierdzia-w-liczbach>, data odczytu 29.05.2015].

Za pomocą transmisji on-line w klasztornej kaplicy w 2014 r. modliło się 138 tys. unikatowych użytkowników. Od lutego 2015 r., po zmianie operatora i zniesieniu limitu wejść, ta liczba wzrosła: codziennie w dni robocze z transmisji korzysta 600 osób, w niedziele i święta – 900, a w nocy (między 22:00 a 6:00) – średnio 100 osób.

Każdego dnia do modlitwy w „Godzinie Miłosierdzia” (15:00) i „Koronki do Miłosierdzia Bożego”, włącza się przez transmisje radiowe ponad 250 tys. osób, podczas gdy fizycznie w niewielkiej kaplicy obecnych jest od 100 do 500 pielgrzymów.

W dzieło „Koronka za konających” w 2014 r. włączyło się ponad 1 300 osób, które wsparły modlitwą prawie 5 500 odchodzących z tego świata. Aktualnie konających wspiera ponad 1200 osób, a liczba zgłoszeń konających wynosi około 30 dziennie. Wiele osób nie ogranicza się do odmówienia jednej Koronki do Miłosierdzia Bożego, ale nadal wspiera te osoby swą modlitwą.

W dziele „Nieustanna Koronka”, w którym przez całą dobę odmawiana jest Koronka w intencji uproszenia miłosierdzia Bożego dla świata, w 2014 roku uczestniczyli internauci z kilkudziesięciu krajów, którzy zapełnili grafik obejmujący 33 tys. godzin. Codziennie uczestniczą w tym dziele internauci z ponad 20 krajów świata.

**Tabela 3.** Pielgrzymi odwiedzający sanktuarium wirtualnie w 2014 r.

**Table 3.** Pilgrims visiting the Sanctuary virtually in 2014.

<b>Uczestniczący w modlitwach</b>	<b>Rocznie</b>	<b>Dziennie</b>
w klasztornej kaplicy (transmisja on-line)	138 000	400
w Godzinie Miłosierdzia (15:00) i w Koronce do Miłosierdzia Bożego (transmisje radiowe)	91 000 000	250 000
„Koronka za konających”	1 300	30 zgłoszeń
przy obrazie Jezusa Miłosiernego	60 000	
na mszy św. (TVP 1)	1 100 000	

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie informacji uzyskanych z Fundacji Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie-Łagiewnikach oraz z Biura Reklamy OTV Kraków, (27.05.2015).

**Source:** Own elaboration based on the data from the Sanctuary and the Advertising Office of OTC Kraków (27.05.2015).

Dużą oglądalnością cieszy się portal [www.faustyna.pl](http://www.faustyna.pl). W 2014 r. zarejestrowano na nim ponad 1,350 mln wejść, a 687 tys. unikalnych użytkowników (tab. 4). Nastąpił wzrost oglądalności zarówno strony polskiej, jak i stron w pozostałych wersjach językowych. Aktualnie dziennie odnotowuje się średnio 5000 unikalnych użytkowników, a z okazji uroczystości i wydażeń liczba ta wzrasta nawet kilkakrotnie, np. w święto Miłosierdzia 2015 r. na portalu obecnych było ponad 30 600 użytkowników.

W 2014 r. 60 tys. użytkowników obejrzało (kontemplowało) na stronie internetowej (we wszystkich językach) obraz Jezusa Miłosiernego w gigapikselowej prezentacji.

Na stronę: [faustyna.pl](http://faustyna.pl) w roku 2014 nadesłano ponad 890 świadectw, z czego do publikacji (po korekcie) na stronie zaaprobowano 543 podziękowania za otrzymane łaski, resztę przesłano do intencji w klasztorze w Kra-

**Tabela 4.** Liczba unikalnych użytkowników strony internetowej www.faustyna w 2014 roku.**Table 4.** The number of unique website users www.faustyna in 2014.

Aktywność użytkowników	Liczba użytkowników
<b>Ogółem, w tym na stronach:</b>	<b>687 tys. (czyli ok. 5 tys. dziennie)</b>
polskiej	500 tys.
angielskiej	73 tys.
włoskiej	23 tys.
niemieckiej	18,5 tys.
hiszpańskiej	17 tys.
francuskiej	10 tys.
rosyjskiej	5 tys.
słowackiej	3 tys.

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie informacji uzyskanych z Fundacji Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie – Łagiewnikach.

**Source:** Own elaboration based on the data from the Sanctuary.

kowie-Łagiewnikach. W ramach korespondencji odebrano tysiące e-maili w różnych językach (tylko rzecznik prasowy otrzymał i odpowiedział na ponad 5 tys. e-maili).

W zakresie telewizyjnej transmisji mszy świętej odprawianych w Sanktuarium:

- średnia oglądalność mszy św. (piątki o 17.05) tylko w zasięgu TVP Kraków (Małopolska) to 32 tys. ( dane za I kwartał 2015 r.),
- średnia oglądalność mszy św. TVP1 (niedziele o 7.00) to 725 tys. (dane za I kwartał 2015 r.); 1,1 mln (dane za poprzednie lata) [Biuro Reklamy OTV Kraków 2015].

Jeśli chodzi o internetową transmisję mszy świętych w TV Miłosierdzie, to istnieją aktualnie znaczne ograniczenia techniczne. Tamtejsze serwery streamingowe mogą bowiem udostępniać sygnał tylko do 1200 użytkowników jednocześnie, podczas gdy liczba oglądających msze w niedziele i święta jest znacznie większa. Mimo że przekraczany zostaje maksymalny poziom obciążenia streamingu, możliwości techniczne nie pozwalają na udostępnienie sygnału wszystkim. W Święto Miłosierdzia Bożego ilość chętnych wynosiła ponad 100 tys. W dni powszednie ilość oglądających Godzinę Miłosierdzia i następującą po niej Mszę Świętą mieści się w limicie pasma i wynosi około 1 tys. Oglądalność mszy świętej w dni powszednie jest niższa o około 50%.

Radia Miłosierdzie słuchają głównie osoby, którym nie udało się połączyć ze *streaming video* ze względu na przeciążenie. W niedziele i święta w transmisji uczestniczy średnio 4 tys. słuchaczy, a w dni powszednie jedynie około 100. Portal milosierdzie.pl odwiedza dziennie 8 tys. osób [Fundacja Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie-Łagiewnikach, 2015].

Internauci korzystają również z transmisji sympozjów i kongresów organizowanych w łagiewnickim Sanktuarium. W ostatnim Międzynarodowym Kongresie Apostołów Bożego Miłosierdzia, który odbył się w październiku 2014 r., uczestniczyli apostołowie Bożego Miłosierdzia tylko z ponad 20 krajów, a przez transmisję na stronie: milosierdzie.pl aż 16 tys. internautów.

Imponujące dane dotyczą czytelnictwa *Dzienniczka* św. Siostry Faustyny na stronie faustyna.pl. W 2014 r. 87 tys. użytkowników czytało to dzieło nie tylko w komputerach, ale także na smartfonach i na tabletach w języku polskim, angielskim, hiszpańskim, niemieckim i rosyjskim (tab. 5). Od początku maja 2015 roku można czytać *Dzienniczek* także w języku włoskim. W 2014 r. sprzedano 106 sztuk *Dzienniczka* na iPada.

**Tabela 5.** Liczba osób prenumerujących ze strony internetowej myśli *Dzienniczka* na każdy dzień (2014 r.)

**Table 5.** The number of subscribers to the website of thoughts from *The Diary* for each day (2014).

Język prenumeraty	Liczba użytkowników
polski	466
hiszpański	204
niemiecki	120
angielski	60
włoski	59
rosyjski	4

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie informacji uzyskanych z Fundacji Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie – Łagiewnikach.

**Source:** Own elaboration based on the data from the Sanctuary.

Folder „Jezusowe orędzie Miłosierdzia” udostępniono w 2014 r. 314 razy. Folder w języku polskim pobrały 132 osoby, w języku hiszpańskim – 75, po włosku – 28, w języku angielskim – 22, w języku niemieckim – 20, po 8 – w języku słowackim i rosyjskim, 7 – w języku francuskim, po 4 – w języku czeskim i ukraińskim oraz po 3 w języku węgierskim i białoruskim. W bieżącym roku ta liczba bardzo wzrosła ze względu na umieszczenie ikony folderu na stronie głównej faustyna.pl.

Nakład kwartalnika „Orędzie Miłosierdzia” wynosił w 2014 r. ponad 125 tys. egzemplarzy.

Na podstawie powyżej zaprezentowanych danych można stwierdzić, że imponująca liczba osób korzystających z przekazów wirtualnych jest zdecydowanie większa od liczby osób realnie odwiedzających Sanktuarium. Świadczy to o rosnącym wpływie nowoczesnych technologii na sposób uczestnictwa w określonych formach kultu.

## Podsumowanie

Rozwój miejsca świętego oraz natężenie ruchu pielgrzymkowego zależy od dynamiki kultu. Do niezwykle dynamicznego rozwoju kultu Bożego Miłosierdzia i św. Faustyny Kowalskiej przyczynił się papież Jan Paweł II poprzez intensywną jego promocję. Już w drugim roku swojego pontyfikatu (1980 r.) napisał encyklikę o Bożym Miłosierdziu *Dives in misericordia*, a w kolejnych latach przeprowadził proces beatyfikacyjny i kanonizacyjny Siostry Faustyny Kowalskiej. Ponadto ustanowił Święto Miłosierdzia Bożego, przekazał światu na trzecie tysiąclecie orędzie Miłosierdzia oraz dokonał aktu zawierzenia świata i całej ludzkości Bożemu Miłosierdziu. Istotne znaczenie w promocji kultu miały dwie papieskie pielgrzymki do Polski, podczas których podkreślał potrzebę Bożego Miłosierdzia. To Jan Paweł II najmocniej i najskuteczniej rozniecił „iskrę Bożej łaski”. Nawet Jego śmierć w wigilię święta Bożego Miłosierdzia przyczyniła się do rozpropagowania kultu na całym świecie.

Misję przekazywania światu „ognia miłosierdzia” z powodzeniem realizują siostry ze Zgromadzenia Matki Bożej Miłosierdzia w Łagiewnikach. W misję tę doskonale wpisują się podejmowane przez nie działania z zakresu public relations i publicity.

Dzięki zaangażowaniu nowych narzędzi informatycznych oraz mediów wpływają one na wzrost liczby tzw. pielgrzymów wirtualnych. Spośród wykorzystywanych narzędzi promocji najskuteczniejsze okazują się transmisje mszy św., nabożeństw oraz ważnych uroczystości za pośrednictwem radia i telewizji, a zwłaszcza on-line, udostępnione również na smartfonach i tabletach.

Bardzo duże znaczenie promocyjne ma także aktualizowana na bieżąco strona internetowa: [www.faustyna.pl](http://www.faustyna.pl) oraz obecność na portalach społecznościowych. Siostry ze Zgromadzenia wykazują imponującą aktywność wydawniczą, zamieszczają informacje w prasie, udzielają wywiadów, a także organizują zarówno duże sympozja oraz konferencje, jak i małe akcje.

Inicjowane i popularyzowane przez Zgromadzenie za pośrednictwem Internetu dzieła (m.in. „Koronka za konających”) umożliwiają odbywanie podróży bez konieczności fizycznego przemierzania określonej odległości dzielącej pielgrzymą od miejsca sacrum.



„Pokonanie przestrzeni” następuje drogą wirtualną, w której nie uczestniczy ciało, lecz umysł. Przestrzeń wirtualna jest dostępna dla wszystkich, bez względu na jakiegokolwiek ograniczenia (niepełnosprawność, choroba, brak kondycji, brak środków finansowych, brak czasu wolnego), co sprawia, że coraz więcej osób chętnie się w niej „porusza”. Zwłaszcza transmisje on-line umożliwiają połączenie modlitewne, kontemplację, skupienie, dotknięcie sacrum, a nawet poczucie atmosfery miejsca.

W obliczu nowego zjawiska, jakim jest wirtualne pokonywanie przestrzeni pojawia się pytanie o znaczenie „drogi”, stanowiącej przecież w tradycyjnym sposobie pielgrzymowania istotny etap. Fizyczne przemierzanie drogi, czyli wędrowanie do miejsca świętego ma bowiem cechy sakralne, pozwala przeżywać kolejne doświadczenia religijne, a nawet wzrastać duchowo przed osiągnięciem celu. Ponoszony trud i odczuwane zmęczenie traktowane są jako forma modlitwy, wyrzeczenia, umartwiania, a nawet pokuty. Zmierzanie się ze swoimi słabościami ujawniającymi się lub nasilającymi się w drodze daje sposobność do nawiązania lepszej relacji z Bogiem, wreszcie do zbliżenia się do niego i do głębszej refleksji nad własnym życiem. Często towarzyszy temu próba znalezienia odpowiedzi na pytanie o sens i cel ludzkiej egzystencji.

Ważnym elementem fizycznego pielgrzymowania, zwłaszcza w grupie, jest ewangelizacja, wspólna modlitwa, a także podejmowane przez kapłana rozważania i organizowane konferencje.

Tzw. wirtualne pielgrzymowanie pozbawione jest trudu i wyrzeczeń, oraz przeżyć, jakich doświadcza wędrowiec. Przy czym wędrowiec rozumiany jest tu jako osoba pielgrzymująca do miejsc kultu zarówno pieszo, jak i przy wykorzystaniu dostępnych środków transportu.

Wirtualna pielgrzymka nie jest więc tożsama z tradycyjną, nie może jej zatem zastąpić. Bariery w zmysłowym doświadczaniu rzeczywistości jest ekran telewizora, komputera lub dostępnych urządzeń mobilnych.

Celem podjętych tu rozważań nie jest poszukiwanie odpowiedzi na pytanie: Czy pielgrzymowanie wirtualne (a tym samym turystyka wirtualna) wyprze pielgrzymowanie tradycyjne? Zdaniem autorki te dwie formy turystyki mogą obok siebie współistnieć bez konieczności konkurowania z sobą. Przestrzeń wirtualna stwarza niespotykane wcześniej możliwości uczestniczenia w wydarzeniach czy niefizycznej obecności w miejscach, do których w określonym czasie trudno byłoby dotrzeć. Przykładowo, mieszkaniec Argentyny bez konieczności opuszczania swojego miejsca pobytu może wielokrotnie włączać się dzięki transmisji on-line we wspólną modlitwę w sanktuarium. Pozbawiony takiej szansy z pewnością nie podejmowałby częstych, dalekich podróży do Polski, aby każdorazowo uczestniczyć w wybranych modlitwach. Wykorzystanie przestrzeni wirtualnej nie wyklucza, a wręcz może stymulować do podjęcia rzeczywistej podróży w celu głębokiego doświadczenia sacrum.

Istota przestrzeni sakralnej (między wyjściem a dojściem) nie musi zawierać się w określonej liczbie kilometrów, ale w tym, że prowadzi do świętego celu, że oczyszcza i pozwala partycypować w wartościach absolutnych za pośrednictwem ośrodka kultu [<http://www.opoka.org.pl/varia/msze/pielgrzym2.html>, 2015].

O tym jednak, czy podjęta zostanie podróż realna czy wirtualna decyduje potrzeba, motywacja i wewnętrzne przekonanie, a wreszcie możliwości (zdrowotne, finansowe, czasowe etc.) i postawa osoby w niej uczestniczącej.

Słusznie zauważył papież Benedykt XVI w Orędziu na 45. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, że „nowe technologie zmieniają nie tylko sposób komunikowania, ale sam przekaz, dlatego (...) mamy do czynienia z rozległą transformacją kulturową”.

Na zakończenie należy podkreślić, że aktywność wydawnicza i medialna Sanktuarium jest zgodna z charyzmatem miejsca i misją rozpowszechniania orędzia Bożego Miłosierdzia. Intensywne i konsekwentne działania na rzecz promowania kultu, a także duże zaangażowanie modlitewne sióstr sprawiają, że dziś do Światowego Centrum Bożego Miłosierdzia w krakowskich Łagiewnikach coraz liczniej przybywają pielgrzymi, zarówno w rzeczywistości realnej, jak i wirtualnej, ze wszystkich kontynentów. Kult ten osiągnął zatem zasięg globalny.

## Bibliografia

- Jackowski A. (2007), *Pielgrzymki zagraniczne szansą dla rozwoju polskich ośrodków kultu religijnego*, Prace geograficzne, Zeszyt 117, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, Kraków.
- Jackowski A. (2008), *Kraków jako międzynarodowe centrum turystyki religijnej*, [w:] „Alma Mater”, nr 109, Uniwersytet Jagielloński, Kraków.
- Jackowski A. (2010), *Pielgrzymki a turystyka religijna. Rozważania na czasie*, [w:] Kroplewski Z., Panasiuk A., red., *Turystyka religijna*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Jackowski A., Sołjan I. (2010), *Zasięg oddziaływania orędzia miłosierdzia na podstawie ruchu pielgrzymkowego do Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie-Łagiewnikach*, [w:] *Promieniowanie orędzia miłosierdzia. 10 lat po kanonizacji Siostry Faustyny*. Referaty z sympozjum w Sanktuarium Bożego Miłosierdzia, Kraków-Łagiewniki, 30 kwietnia 2013, Wydawnictwo Misericordia, Kraków.
- Konstytucje i Dyrektorium Zgromadzenia Sióstr Matki Bożej Miłosierdzia*, Warszawa-Rzym, 1985, art. 315, za: Siepak E. ZMBM, Zgromadzenie Sióstr Matki Bożej Miłosierdzia w pełnieniu misji Apostołki Bożego Miłosierdzia, [w:] *Promieniowanie orędzia miłosierdzia. 10 lat po kanonizacji Siostry Faustyny*. Referaty z sympozjum w Sanktuarium Bożego

Miłosierdzia, Kraków-Łagiewniki, 30 kwietnia 2013 (2010), Wydawnictwo Misericordia, Kraków.

*List Episkopatu Polski czytany w kościołach 9.11.2014 r.* (2015), za: Orędzie Miłosierdzia, Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie' 94.

Mróz F. (2008), *Geneza i funkcjonowanie sanktuariów Bożego Miłosierdzia w Polsce*, „Peregrinus Cracoviensis”, z. 19.

Świątkiewicz W. (2005), *Homo Peregrinus wobec postmodernistycznej sekularyzacji*, [w:] Glaeser Z., Górecki J., red., *Pielgrzymowanie a integracja.*, Uniwersytet Opolski, Opole.

### **Prace bez podanego autora, w tym raporty z badań i roczniki statystyczne**

Biuro Reklamy OTV Kraków, 27.05.2015.

Fundacja Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie-Łagiewnikach, 27.05.2015

### **Netografia**

<http://www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/z-zycia-kosciola/art,22302,sdm-2016-w-krakowie-co-gdzie-kiedy.html> (30.05.2015).

<http://www.epr.pl/>, (28.05.2015)

[http://www.faustyna.pl/index.php?option=com\\_rsform&formId=21&Itemid=55555](http://www.faustyna.pl/index.php?option=com_rsform&formId=21&Itemid=55555) (23.05.2015).

<http://www.faustyna.pl/zmbm/pielgrzymi-na-swiecie-milosierdzia/> ( 27.05.2015).

<http://www.idziemy.pl/kosciol/swiatowa-stolica-bozego-milosierdzia-w-liczbach>, (29.05.2015).

<http://itunes.apple.com/pl/book/dzienniczek/id540358479?mt=11&ls=1>, (22.05.2015).

<http://www.katedra.rzeszow.pl/pages/faustyna/kanonizacja.htm> (25.05.2015).

<http://www.krakow.faustyna.pl/historia-sanktuarium> (21.05.2015).

<http://www.milosierdzie.pl/lagiewniki/index.php/pl/tv-milosierdzie-pl.html#.VWZDntLtmko>, (23.05.2015).

<http://www.milosierdzie.pl/lagiewniki/index.php/pl/tv-milosierdzie-pl.html#.VWZDntLtmko>, (23.05.2015).

<http://misericordia.faustyna.pl/shop/productinfo/9788363916251> (22.05.2015).

[http://www.opoka.org.pl/varia/msze/pielgrzym2.html?akt\\_row=5&licznik=0](http://www.opoka.org.pl/varia/msze/pielgrzym2.html?akt_row=5&licznik=0) (20.05.2015).

<http://www.opoka.org.pl/varia/msze/pielgrzym2.html> (29.05.2015).

[http://www.teologia.pl/m\\_k/zag08-2f.htm#a](http://www.teologia.pl/m_k/zag08-2f.htm#a) (22.05.2015).

## VIRTUAL PILGRIMAGE AS A RESULT OF THE APPLICATION OF NEW TECHNOLOGIES IN PROMOTION. CASE STUDY OF THE WORLD CENTRE OF DIVINE MERCI IN CRACOW-ŁAGIEWNIKI

### Abstract

**Purpose.** The impact of modern technologies on promotional activities supporting the development of Veneration of the Image of Divine Mercy and St Faustina carried out by Divine Mercy Sanctuary in Łagiewniki and effects of this action manifesting itself in new ways and forms of pilgrimage.

**Method.** This article presented data analysis concerning the development of the pilgrimage movement of the Sanctuary dating back to its beginning until today, and it also confronts traditional pilgrimage with the virtual one.

**Findings.** The research showed that thanks to employing new media and computer tools, there has been a significant increase in the number of so-called 'virtual' pilgrimages in recent years. The carried out promotional activities remain true to the charisma of the place and in line with the mission of spreading the proclamation of the Divine Mercy. Intense and consistent actions in favour of promoting worship, cause many visits, both actual and cybernetic, from all continents to the World Centre of Veneration of the Image of Divine Mercy in Cracow Łagiewniki today. This worship has now reached a global range.

**Research and conclusion limitations.** No systematic, comparable data.

**Practical implications.** Research studies in promotional activities and new technologies being used for that purpose by the place of veneration are extremely significant in identifying the transformation of different forms of pilgrimage which have their consequences in the size of the tourist area attendance.

**Originality.** Rarely performed analysis of the impact of modern technologies on promotional activities of the worship place.

**Type of paper.** Case study.

**Key words:** pilgrimage, promotional activity, virtual space, the worship place, promotion of the veneration.



## KOMUNIKAT

---

**CENTRA INTERPRETACYJNE JAKO SPOSÓB  
INTEGRACJI MUZEÓW, DZIEDZICTWA,  
TERYTORIUM I SPOŁECZNOŚCI**

*Karin Weil\*, Marcelo Godoy\*\* and Daniela Bello\*\*\**

**Abstrakt**

**Cel.** Prezentacja modelu wspólnego zarządzania terytorium przez tworzenie centrów interpretacyjnych, uwzględniających wyniki badań w dziedzinie archeologii, etnografii i historii.

**Wyniki.** Interpretacja lokalnego dziedzictwa i rodowej wiedzy społeczności z danego terytorium.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Studium przypadku dotyczy jedynie turystów i mieszkańców wyspy Millahuapi.

**Implikacje praktyczne.** Propozycja rozwoju lokalnego wspólnie z miejscową społecznością.

**Oryginalność pracy.** Strategia, która z jednej strony pozwala na organizację głównych zadań ochrony dziedzictwa, z drugiej zaś – umożliwia rozwój społeczności zamieszkującej wyspę Millahuapi, *La Misión de Niebla* (pol.: Misja Mgły) i jej historii.

**Metoda:** Studium przypadku.

**Rodzaj pracy:** Komunikat.

**Słowa kluczowe:** centra interpretacyjne, waloryzacja kulturowego dziedzictwa kulturowego, Millahuapi, Chile.

---

\* Universidad Austral de Chile, Dirección Museológica; e-mail: karinweil@uach.cl.

\*\* Universidad Austral de Chile, Dirección Museológica; e-mail: marcelogodoy@uach.cl.

\*\*\* Universidad Católica Silva Henríquez, Dirección Museológica; e-mail: dbello@ucsh.cl.

## Wprowadzenie

Uniwersytet Austral de Chile, uczelnia podlegająca państwowej Radzie Rektorów, jest instytucją o dużym znaczeniu społecznym dla południowo-środkowego Chile. Jednym z wydziałów tej placówki naukowej jest Dyrekcja Muzeów, zajmująca się zarządzaniem, badaniami, ochroną i waloryzacją kulturowego dziedzictwa Chile – zarówno znajdującego w rękach prywatnych, jak i pozostającego w gestii uniwersytetu. Przyjęta przez uczelnię strategia zacieśniania więzi z otoczeniem, wprowadzana przy udziale rozmaitych muzeów, instytutów i laboratoriów, przyczynia się do rozwoju badań i ochrony dziedzictwa regionalnego. W najbliższym czasie zostaną oddane do użytku dwa centra interpretacji: pierwsze na wyspie Millahuapi, zajmujące się terytorium i historią lokalną, a drugie zlokalizowane na terenie tzw. folwarku misyjnego *La Misión* (hiszp. *el Predio de la Misión*), założonego w XVIII wieku jako misja franciszkańska. Oba centra usytuowane są na obszarach wiejskich, na terenie gmin Panguipulli i Valdivia i do tej pory nie zostały ani przyłączone do oficjalnej sieci dziedzictwa kulturowego, ani zaliczone w poczet miejsc o szczególnym znaczeniu.

Centra interpretacji wcielają w życie wielodyscyplinarne podejście do złożonej struktury, na którą składa się przyroda, kultura oraz aktorzy społeczni. Wykorzystanie i użyteczność centrów interpretacji oraz ich elementów składowych zależy od aktualnego stanu wiedzy, której źródłem są rozmaite prace archeologiczne i etnograficzne, jak również badania nad kolekcjami i dobrami materialnymi wchodzącymi w skład dziedzictwa, którym opiekuje się Universidad Austral za pośrednictwem Dyrekcji Muzeów.

### W poszukiwaniu integracji społeczności terytorium

Trudno wyobrazić sobie historię i jej protagonistów bez uwzględnienia ich związków z konkretnym miejscem lub obszarem – scenerią rozgrywających się wydarzeń, która z czasem staje się tłem relacji i wspomnień. Jednak obszar, terytorium to nie tylko oprawa minionych zdarzeń i relacji, lecz także idealna przestrzeń do badania zachodzących w nim przekształceń, oczywiście nie tylko krajobrazowych. Siłą rzeczy samo miejsce jest zapisem historii, które się w nim działy – zarówno tych rzeczywistych, jak i legendarnych. W konsekwencji, jako takie, staje się przedmiotem analizy, ponieważ tylko tak można dogłębnie poznać dany obszar, koniecznie w powiązaniu z krajobrazem, który także należy poddać obserwacji.

Do uzyskania pełnego obrazu miejsc o znaczeniu historycznym lub o szczególnych walorach przyrodniczo-krajobrazowych niezbędne jest więc systemowe badanie triady, w skład której wchodzi: dziedzictwo, terytorium

i społeczność. Waloryzacja wymaga opracowania strategii ukierunkowanej nie tylko na wdrożenie głównych zadań ochrony dziedzictwa danego terytorium, ale także wspierającej rozwój miejscowej społeczności oraz promocję lokalnej historii.

### **Kontekst historyczny i terytorialny wyspy Millahuapi i el Predio La Misión**

Zarówno *la Misión*, jak i wyspa Millahuapi osadzone są w pewnym kontekście historycznym i przyrodniczym, który – choć jest przedmiotem rozmaitych archeologicznych i etnograficznych inicjatyw badawczych – do tej pory nie doczekał się szerokiego rozpropagowania wśród potencjalnie zainteresowanej nim publiczności.

*La Misión de Niebla* jest stanowiskiem archeologicznym na wybrzeżu Pacyfiku, położonym 8 km na północ od zamku *la Niebla* i 13 km na zachód od miasta Valdivia. Mimo krótkiego okresu okupacji hiszpańskiej, przypadającego na lata 1776-1820, wartość archeologiczna i historyczna *La Misión de Niebla* jest znacząca ze względu na obfity materiał źródłowy na jej temat. Stanowi on cenną dokumentację ostatniego półwiecza okresu kolonialnego, który w materiałach źródłowych pojawia się jedynie we wzmiankach. Obiekt usytuowany jest w pobliżu Lasów Waldiwijskich (hiszp. *Selva Valdiviana*; ang. *Valdivian Rainforest*), uznawanych obecnie za atrakcję turystyczną i promowanych jako priorytet w Strategii Rozwoju Regionalnego.

Misja *la Niebla* usytuowana jest nad Pacyfikiem, na północ od zespołu obronnego *el Corral*. Została założona pod nazwą *Cristo Crucificado* (pol. Chrystus Ukrzyżowany) przez misjonarzy franciszkańskich, którzy przybyli tu w celu ewangelizacji miejscowej ludności: *lafkenches huilliches*. Stanowiła część systemu misji rozrzuconych po terytorium Chile, które przyczyniły się do zacieśnienia związków międzykulturowych i ułatwiły włączenie się ludności tubylczej w kolonialny system gospodarczy. Kolektywy z wybrzeża *la Niebla* zajmowały się sprzedażą słomy, służącej do wyrobu dachów w mieście Valdivia.

Obecnie w osadzie można obejrzeć trzy budynki, zachowane w dość dobrym stanie. Są to kościół i dom misyjny, zbudowane z płyt piaskowca łączonych zaprawą murarską, a także kuchnia ze ścianami z piaskowca i cegły typu *cangagua*. Na podstawie najnowszych badań archeologicznych stwierdzono, iż podłoga tej kuchni świadczy o wyrobie ruchomych dóbr kultury na szerszą skalę przez lokalny przemysł ceramiczny i kamieniarski.

Wyspa Millahuapi, położona na wschodnim krańcu jeziora Calafquén, jest częścią ośrodka turystycznego o nazwie *Siete Lagos* (pol. Siedem Jezior). Wyspa znajduje się na terytorium o dużym odsetku ludności Mapuche (32% według Narodowego Spisu Ludności z 2012 r.). Ich kultura jest żywa i aktualna, udało im się bowiem doprowadzić do odrodzenia *ayllarewe*,



tradycyjnej w Kordylierze Andyjskiej formy organizacji społecznej. Polega ona na grupowaniu się kilku *rewes*, czyli niewielkich grup rodzin zajmujących to samo terytorium i dzielących tę samą *rehue* (pol. święte drzewo), znajdujące się w pobliżu ich miejsca zamieszkania – *lonco* (pol. głowa).

Jeziro Calafquén jest terenem badań archeologicznych od początku lat 60. XX wieku. Znajduje się tam najstarszy kompleks garncarski w środkowo-południowym Chile, należący do kultury Pitrén. Późniejsze badania wykazały, że ludzie od wieków, a konkretnie od dziewięciu i pół tysiąca lat, zamieszkiwali te tereny, umiejętnie przystosowując się do specyficznych wymagań, jakie stawiało przed nimi środowisko zarazem leśne, jeziorne i andyjskie.



Ryc. 1. Wyspa Millahuapi, Valdivia, Chile

Fig. 1. Millahuapi Island, Valdivia, Chile

## Interpretacja jako strategia

Troska o przyrodę, miejsca kultury i związane z nimi zabytki zawsze należała do priorytetowych zadań kultywacji dziedzictwa. To powszechne przekonanie wynika przede wszystkim z faktu, że każde z takich miejsc stanowi ważny i znaczący element środowiska lokalnego. Dzięki tym wartościom miejsca nabierają cech dziedzictwa: uważamy, że przodkowie ofiarowali nam je w spadku i czujemy się zobowiązani, by przekazać je przyszłym pokoleniom. Jak jednak przekazać znaczenia i wartości nie tylko przyszłym pokoleniom, ale także osobom spoza lokalnej wspólnoty, z zewnątrz, przyjezdnym, którzy mają okazję, by je poznać i zrozumieć? Odpowiedź na to pytanie daje właśnie interpretacja dziedzictwa, dziedzina łącząca w sobie elementy zarówno dyscypliny naukowej, jak i strategii, której odmiany i metodologia ukształtowały się na podstawie dokonań badawczych licznych autorów.

Klasyczną definicję interpretacji zaproponował F. Tilden [Tilden 1957], według którego jest ona „działalnością edukacyjną, która dąży do ujawniania znaczeń i łączących je relacji przy użyciu oryginalnych przedmiotów bądź to przez bezpośredni kontakt z obiektem, bądź za pośrednictwem ilustracji,

nie ograniczając się do podawania suchych informacji o faktach”. Choć definicja ta powstała dość dawno, nadal jest aktualna, gdyż stała się punktem wyjścia rozmaitych tendencji i podejść metodologicznych do interpretacji dziedzictwa. Należy jednak pamiętać, że służy nam ona tylko do uzmysłowienia sobie zakresu znaczeniowego pojęcia „interpretacja”. Ten trop niekoniecznie doprowadzi nas do treści, które chcemy uwydatnić, czy też do zdefiniowania odbiorców, dla których przeznaczona jest nasza interpretacja. Chodzi tu bowiem o systematyzację i wypracowanie strategii prowadzących do utworzenia konkretnych centrów interpretacji. W tym aspekcie Jorge Morales [Morales 2008] wyróżnia trzy rodzaje procesu interpretacji:

- A. Pierwszy z nich dotyczy analizy naukowej, której przedmiotem są informacje z takich dziedzin, jak archeologia, etnografia, antropologia czy też inne nauki. Przyjęcie tego rodzaju interpretacji skutkuje często tworzeniem sprawozdań i publikacji naukowych, podających wiedzę niezbędną do konstruowania treści w sposób metodyczny i rygorystyczny.
- B. Rodzaj drugi dotyczy samej istoty interpretacji dziedzictwa, rozumianej jako dyscyplina naukowa. Polega ona na dokonaniu przekładu czy też przekształcenia wiedzy naukowej w sposób żywy, sugestywny, dydaktyczny i motywujący, a zarazem podający wiadomości w sposób jasny i uporządkowany.
- C. Trzeci rodzaj interpretacji, być może najistotniejszy, odnosi się do procesu zachodzącego w umyśle odbiorcy nie tylko po zwiedzeniu konkretnego miejsca, lecz również po wizycie w centrum interpretacji.

Z tego punktu widzenia, zgodnie z intencjami Tildena – jako autora definicji – interpretacja jest nie tyle nauczaniem czy szkoleniem, ile raczej prowokacją, której ostatecznym celem jest wytworzenie pewnych znaczeń, czytelnych dla wszystkich zwiedzających. Chodzi nie tylko o to, by udostępnić zwiedzającym jakieś miejsce i wyjaśnić związane z nim wydarzenia; należy wydobyć z nich głębokie i spójne znaczenie, umożliwić zrozumienie faktów historycznych, kontekstu terytorialnego, przyrody i krajobrazu, a także – jak podkreślają niektórzy autorzy – trzeba dążyć do zmiany postaw poznawczych, uczuciowych i behawioralnych u odwiedzających [Morgan i in. 1997] w nadziei, że wkrótce owe zmiany znajdą odzwierciedlenie w konkretnych zachowaniach.

Tworzenie centrów interpretacji lub (jak niektórzy je nazywają) „paramuzeów” to świetna strategia, przydatna do utrzymania w dobrym stanie samych obiektów oraz do przekazywania niezbędnych informacji zwiedzającym je gościom. Uwrażliwiając na kwestie ochrony dziedzictwa, daje zarazem impuls do korzystnych zmian w podejściu do tej kwestii. Przyczynia się również do rozwoju instytucji i społeczności związanych z danym miejscem, stwarza nowe możliwości, generuje dodatkowe środki i zasoby.

W ocenie niektórych autorów próba upowszechnienia wiedzy z zakresu dziedzictwa naturalnego i kulturowego za pomocą powołania do życia centrów interpretacji i udostępnienie ich na skalę masową nie była jednak dobrym pomysłem. Carolina Martin [Martin 2009] zauważa, że masowe tworzenie centrów interpretacji w Hiszpanii było reakcją na ogrom problemów i restrykcji, które towarzyszą zwykle powstawaniu nowych placówek muzealnych. Tymczasem otwarcie centrum interpretacji nie wymaga podobnych starań i środków. Zakończeniem analizy opisowej Martin jest konkluzja, iż przyczyn niepowodzenia, na jakie skazana została większość ośrodków w Hiszpanii, należy upatrywać w tym, iż powstały one w odpowiedzi na upowszechnienie się pewnych tendencji politycznych, mających niewiele wspólnego z potrzebami kultury, ochrony dziedzictwa lub możliwościami zrównoważonego rozwoju poszczególnych miejsc. W konsekwencji dał się odczuć brak planowania i strategii upowszechniania, niedostatek kadrowy i środków budżetowych na prowadzenie działalności, jako czynniki niezależne od kosztów powołania, budowy i oddania do użytku centrów. Wskutek tego centra stają się trudne do utrzymania.

Warto w tym miejscu przytoczyć słowa Claudio Bertonnattiego [Bertonatti 2010] o zadaniach centrów interpretacji jako narzędzia ochrony i trwałego zarządzania dziedzictwem:

1. Należy wykorzystać wszystkie możliwości, łącznie z tymi, które pojawiają się „po drodze”, czyniąc to w sposób zaplanowany.
2. Gdy chodzi o planowanie budów i wybór materiałów budowlanych, należy brać pod uwagę lokalizację, warunki klimatyczne, odporność na zużycie i inne czynniki.
3. Nie należy zapominać, że głównym zadaniem centrów interpretacji jest ochrona dóbr, a nie biznes, niezależnie od tego, że można z powodzeniem realizować oba cele jednocześnie.
4. Centrum interpretacji służy waloryzacji dziedzictwa, a nie samemu sobie, a zatem nie powinno konkurować z dziedzictwem jako takim.
5. W celu osiągnięcia wyższej skuteczności centrum powinno być zorganizowane z wykorzystaniem innych zasobów i środków interpretacji.

### **Model centrum interpretacji – projekt i wprowadzenie w życie**

W każdym z wymienionych dotąd miejsc propozycja założenia centrum była odpowiedzią na pewne potrzeby: z jednej strony zintegrowania treści dydaktycznych zawartych w dziedzictwie kulturowym i naturalnym, lecz niewidocznych *in situ*, z drugiej zaś – przygotowanie propozycji rozwoju lokalnego wspólnie z miejscową społecznością.

W tej perspektywie cel polega na opracowaniu w sposób skoordynowany takiej propozycji rozwoju, w której formuła centrum interpretacji pozwala wykorzystać „zasoby dziedzictwa” jako dźwignię edukacji i turystyki. Centrum interpretacji jest bowiem przestrzenią o właściwościach zespalających, o dużym potencjale przyciągania turystów, którzy zwiedzają inne miejsca i korzystają z dostępnej dla nich oferty usług.

Pojawia się zatem nowy sposób poznawania miejsc i ich historii, tak jak dzieje się to na wybrzeżu Valdivii, z miejscem recepcji turystycznej, którym są Lasy Waldiwijskie czy niecka jeziora Calafquén (*Siete Lagos*). Ta nowa forma przynosi pożytek społecznościom lokalnym, bo zorientowana jest na wyrób miejscowych produktów, promocję turystyki alternatywnej i turystyki zrównoważonego rozwoju, to znaczy takiej, która zna wartość dziedzictwa kulturowego i naturalnego oraz oferuje zwiedzającym bogate w treści doświadczenia.

W naszym rozumieniu istota centrów interpretacji polega na projektowaniu i realizacji ekspozycji na postawie skryptu muzealnego, zgodnego w swej treści z prowadzonymi na danym obszarze badaniami, które *in situ* oddawałyby całe znaczenie spuścizny naturalnej i kulturowej miejsca, w którym centrum jest usytuowane.

Jest to specyficzny rodzaj pracy oraz formuła gwarantująca różnorodność rozwijanej przy muzeach uniwersyteckich działalności, która należy zresztą do zakresu zadań tych placówek. Formuła ta pozwala poszerzyć zasięg działania, urozmaicając je, a także rozwinąć potencjał dóbr kultury, które obecnie same w sobie nie stanowią atrakcji. Jest to również strategia dywersyfikacji lokalnej gospodarki związanej z turystyką, a jednocześnie pozyskiwania środków na ochronę dóbr kultury i przyszłe badania.

W świetle powyższego możemy wyróżnić cztery podstawowe funkcje, jakie spełnia centrum interpretacji, którymi są: badania, ochrona, upowszechnianie oraz waloryzacja danego obiektu. Pozostają one w ścisłym związku z celami naszej instytucji i muzeów w ogóle. Interpretacji dokonuje się, aby uwydatnić znaczenia oraz przekazać kompleksową wiedzę o kulturze, dziedzictwie i terytorium, na którym się ono znajduje, w sposób twórczy i zintegrowany.

Rozwój i wdrażanie takich ośrodków to długi i jeszcze niezakończony proces, po pierwsze dlatego, że wciąż nie określono wszystkich implikacji, wpływających z istnienia tych placówek, a po drugie z potrzeby dochowania wierności celowi podstawowemu, jakim jest podniesienie świadomości społecznej z zakresu poznania i ochrony dziedzictwa kulturowego oraz naturalnego naszego kraju.

Powróćmy do naszych przykładów: *la Misión* i wyspy Millahuapi. W każdym z nich prowadzi się prace, które toczą się dwoma równoległymi torami.

Pierwszy z nich to systematyczne gromadzenie prac naukowych poświęconych dziedzictwu danego obszaru, stanowiących materiał źródłowy do późniejszego opracowywania skryptów muzealnych. Drugi zaś – to konsekwentna praca nad zacieśnianiem więzi z lokalną społecznością. Są to dzia-

lania ukierunkowane na budowanie zaufania w relacjach z aktorami społecznymi i głównymi beneficjentami centrów oraz zarządzanie ośrodkiem w sposób trwały. Z perspektywy muzeów uniwersyteckich i stojących przed nimi wyzwań jest to niezwykle istotny proces, nie tylko ze względu na tradycyjne funkcje i zadania tych placówek, lecz również wskutek zróżnicowania prowadzonej działalności.

## Podsumowanie

Do powstania idei tworzenia centrów interpretacyjnych przyczyniło się nowe spojrzenie na ochronę i konserwację dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego. Ogniskuje się ono na kwestiach zarządzania. Podstawową zasadą jest tutaj łączenie zasobów oraz integrowanie z nimi informacji i wiedzy. W działaniach dąży się do uelastycznienia instytucjonalnych ram, ułatwienia współpracy między podmiotami lokalnymi (takimi jak społeczności i zarządy lokalne), a także do zrównoważonego rozwoju, rozumianego jako rozsądne użytkowanie ograniczonych zasobów, tak aby mogły one zostać przekazane następnym pokoleniom dla ich pożytku i rozwoju. Dziedzictwo kulturowe oraz umiejętność rozumienia go to proponowane atrybuty różnorodności; odgrywają one kluczową rolę w tworzeniu silnych i zakorzenionych społeczności, przyczyniając się do wzrostu dobrobytu, poczucia tożsamości i poczucia przynależności.

Centra interpretacji, utworzone na terenie *la Misión* i na wyspie Milahuapi, stanowią przykład rozwiązania alternatywnego, którym można trwale zarządzać i które pozostaje w harmonii z goszczącym je miejscem. Ich istnienie to bezpośrednia odpowiedź na takie potrzeby, jak ochrona dóbr kultury, poprawa zarządzania oraz pełniejsze wykorzystanie potencjału edukacyjnego i rekreacyjnego miejsc, które w chwili obecnej pozostających w gestii Uniwersytetu. Ze swej strony Uniwersytet przekazuje to wszystko zwiedzającym, miejsca zaś wzbogacają się w nowe treści. Na zakończenie należy dodać, że oba centra interpretacji stają się platformą do przekazywania wiedzy, aktywnie przyczyniając się do budowy tożsamości miejsca. Jest to możliwe dzięki ich historii i pracy badawczej, która składa się z kultywacji dziedzictwa naturalnego i oczywiście kulturowego.

## Podziękowania

Dziękujemy naszym Uczelniom: Universidad Austral de Chile i Universidad Católica Silva Henríquez za umożliwienie nam napisania niniejszej pracy, udostępnienie wszelkich potrzebnych materiałów, za pomoc i życzliwość. Szczególne podziękowania składamy za wsparcie finansowe naszego projektu.

Dziękujemy także stowarzyszeniu Kona Rüpu Futa Mapu oraz wszystkim osobom, które w mniejszym lub większym stopniu przyczyniły się do powstania tej pracy: Katarzyna Krupka i Ruth Lizana.

## Bibliografia

- Adán L.A., Urbina S., Godoy M., Muñoz S. (2010), *Investigación y puesta en valor del sitio histórico La Misión costa de Valdivia, siglo XVIII*, Proyecto DID-Universidad Austral de Chile.
- Adán L.A. (2012), *Avances regionales en la arqueología e historia de Valdivia*, manuskrypt w posiadaniu autorów.
- Bertonatti C., Iriani O., Castelli L. (2010), *Los centros de interpretación como herramientas de conservación y de desarrollo*, „Boletín de Interpretación”, No. 23, s. 21-26.
- Martín Piñol C. (2009), *Los Centros de Interpretación: urgencia o moda*, HERMES, TREA, Gijón, No. 1, abril-mayo.
- Martín Piñol C. (2011), *Estudio Analítico Descriptivo de los Centros de Interpretación patrimonial en España*, rozprawa doktorska, Barcelona, abril.
- Morales J., Ham S. (2008), *A qué interpretación nos referimos*, „Boletín de Interpretación”, No. 19, Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España, s. 4-7.
- Morgan J., Absher J., Loudon B., Sutherland D. (1997), *La Efectividad Relativa de Programas Interpretativos Dirigidos por Naturalistas Jóvenes y Adultos en un Bosque Nacional*, „Investigaciones en Interpretación”, USA, Vol. 2(1), s. 9-18.
- Tilden F. (1957), *Interpreting our Heritage*, University of North Carolina Press.
- Tilden F. (2006), *La interpretación de nuestro patrimonio*, Asociación para la interpretación del patrimonio, Sevilla, Primera edición en castellano.

## INTERPRETATIVE UNITS: SEEKING WAYS TO INTEGRATE MUSEUMS, HERITAGE, TERRITORY AND COMMUNITY

### Abstract

**Purpose.** The presentation of a model of integrated territory management through creating of interpreting centres which take into account the results of research in the domain of archeology, ethnography and history. Interpretive units constitute the consolidation of a multidisciplinary approach, designed from a complex consisting of nature, culture and social actors. The valorization and use of these interpretive units and its various components are constructed from the existing knowledge, which comes from various research in archeology and ethnography, the ancestral wisdom and the use of collections and material goods that are part of the heritage protected by the Austral University through the Directorate of Museums.

**Findings.** Interpretation of local heritage of indigenous community.

**Study and conclusions limitations.** The case study concerns only tourists and inhabitants of Millahuapi.

**Practical implications.** A proposal of creating the local developments together with indigenous community.

**Originality of the work.** The strategy which enables, on the one hand, the organisation of the crucial tasks of heritage protection while on the other hand it stimulates the development of the community living on the Millahuapi Island, *La Misión de Niebla* and its history.

**Method.** Case study.

**Type of paper:** Report.

**Key words:** interpretative units, heritage and landscape, sustainability.

## INFORMACJE I INSTRUKCJE DLA AUTORÓW

---

### INFORMACJA OGÓLNA DLA AUTORÓW PRZYGOTOWUJĄCYCH ARTYKUŁY NAUKOWE

1. Redakcja przyjmuje do publikacji wyłącznie oryginalne i niepublikowane wcześniej artykuły empiryczne oraz przeglądowe, dotyczące turystyki w jej interdyscyplinarnym ujęciu – między innymi z perspektywy teorii turystyki, antropologii kulturowej, filozofii, socjologii, geografii, prawa, psychologii, historii, ekonomii, nauk o zarządzaniu, marketingu.
2. Zgłoszenie artykułu do druku jest jednoznaczne z przekazaniem Redakcji prawa do jego własności. Oznacza to, że bez pisemnej zgody wydawcy nie można danego artykułu publikować ani w całości, ani w części w innych czasopismach oraz innych wydawnictwach lub mediach cyfrowych.
3. Artykuł powinien być przygotowany zgodnie ze wszystkimi zasadami opisanymi w zamieszczonej niżej **Instrukcji dla autorów przygotowujących artykuły naukowe**. W przeciwnym wypadku zostanie on odesłany Autorowi/Autorom do poprawy.
4. W tekście artykułu nie podaje się danych personalnych Autora/Autorów ani żadnych innych informacji, które umożliwiłyby identyfikację Autora/Autorów. Tego typu dane zawiera się w specjalnym **formularzu autorskim**, dostępnym na stronie internetowej Czasopisma, który należy przesyłać wraz z tekstem artykułu.
5. Artykuł, wraz z wypełnionym formularzem autorskim, powinien zostać przesłany drogą elektroniczną na adres Redakcji: **folia.turistica@awf.krakow.pl**.
6. Redakcja zastrzega, iż nie przyjmie do publikacji artykułu, w którym występują przejawy nie rzetelności naukowej, takie jak *ghostwriting* i *honorary (guest) authorship*. Wszelkie tego typu przypadki, wykryte przez Redakcję, będą ujawniane, włącznie z powiadomieniem instytucji zatrudniających Autora/Autorów, towarzystw naukowych itp.
7. Wszystkie artykuły są oceniane przez co najmniej dwóch niezależnych recenzentów (formularz recenzji jest dostępny na stronie internetowej Czasopisma) z zachowaniem pełnej anonimowości. Oznacza to, że Autor/Autorzy i recenzenci nie znają swoich tożsamości (*double-blind review process*); w przeciwnym razie recenzenci muszą podpisać oświadczenie, iż nie występuje konflikt interesów między nimi a Autorem/Autorami artykułu. W zależności od oceny recenzentów Kolegium Redakcyjne podejmuje decyzję o przyjęciu artykułu do druku albo jego odrzuceniu. Procedura recenzowania jest zgodna z wytycznymi Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.
8. Redakcja zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w tekście nadesłanych artykułów wynikających z adiustacji stylistycznej.
9. Autor pracy otrzymuje nieodpłatnie elektroniczną wersję tego numeru Czasopisma, w którym ukazał się jego artykuł.



## Instrukcja dla autorów przygotowujących artykuły naukowe

### I. PRZYGOTOWANIE TEKSTU

1. Objętość nadsyłanych artykułów nie powinna przekraczać 20 stron znormalizowanego maszynopisu wydawniczego, czyli jednego arkusza autorskiego (40 tysięcy znaków typograficznych).
2. Pliki tekstowe należy przygotowywać w edytorze Word 6.0–XP w formacie DOC.
3. Ustawienia strony:
  - format A4;
  - marginesy: wszystkie po 2,5 cm;
  - interlinia: 1,5.
4. Tytuł: czcionka Times New Roman, rozmiar 14, pogrubiony, wersaliki. Po tytule odstęp w rozmiarze czcionki 14.
5. Abstrakt w języku polskim: objętość między 1500 a 2000 znaków typograficznych (ze spacjami); czcionka Times New Roman, rozmiar 10.
6. Abstrakt powinien składać się z następujących, wyraźnie wyodrębnionych (wypunktowanych) części:
  - Cel (Purpose).
  - Metoda (Method).
  - Wyniki (Findings).
  - Ograniczenia badań i wnioskowania (Research and conclusions limitations) – należy się odnieść do kwestii reprezentatywności badań oraz ewentualnych ograniczeń wynikających z uwarunkowań kulturowych, środowiskowych, geograficznych itp.
  - Implikacje praktyczne (Practical implications).
  - Oryginalność (Originality) – należy podać, w czym prezentowane badania (wyniki, opinie, poglądy) różnią się od innych publikacji na dany temat.
  - Rodzaj pracy (Type of paper) – należy określić, czy artykuł prezentuje wyniki badań empirycznych, czy koncepcje teoretyczne; czy ma charakter przeglądowy, ewentualnie czy można go uznać za studium przypadku itp.
7. Słowa kluczowe w języku polskim: 3–6. Po podaniu słów kluczowych odstęp w rozmiarze czcionki 12.
8. Struktura artykułu powinna zawierać wskazane niżej elementy, przy czym – jeżeli jest to merytorycznie uzasadnione – mogą być im przypisane inne tytuły. Dopuszcza się także, szczególnie w pracach przeglądowych, strukturę bardziej rozbudowaną, tj. zawierającą więcej elementów składowych lub dodatkowo podział wybranego elementu (np. sekcji „przegląd literatury”).
  - A) Dla artykułów empirycznych:
    - *Wprowadzenie* – wskazanie problemu badawczego, celu artykułu, uzasadnienia celu artykułu,
    - *Przegląd literatury* – dokonanie przeglądu polsko- i obcojęzycznej literatury odnoszącej się do podjętego w artykule celu, ukierunkowane na przedstawienie obecnego stanu wiedzy w zakresie rozważanej problematyki,
    - *Metoda* – wskazanie celu badań empirycznych oraz postawionych przez Autora hipotez badawczych i pytań badawczych; opis metody badań oraz sposobu ich realizacji,
    - *Wyniki* – prezentacja wyników badań własnych Autora, w tym odpowiedź na hipotezy badawcze oraz pytania badawcze,
    - *Dyskusja* – przeprowadzenie dyskusji nad wynikami badań własnych Autora w odniesieniu do wyników badań zrealizowanych przez innych autorów, które są opisywane w polsko- i obcojęzycznej literaturze przedmiotu,
    - *Wnioski* – prezentacja wniosków będących rezultatem badań własnych Autora oraz ich dyskusji, w tym ich implikacje praktyczne oraz postulowane kierunki dalszych badań nad podjętą kwestią,
    - *Bibliografia*.
  - B) Dla artykułów przeglądowych:
    - *Wprowadzenie* – wskazanie problemu badawczego, celu artykułu, uzasadnienia celu artykułu,

- *Przegląd literatury* – dokonanie przeglądu polsko- i obcojęzycznej literatury odnoszącej się do podjętego w artykule celu, ukierunkowane na przedstawienie obecnego stanu wiedzy w zakresie rozważanej problematyki,
  - *Dyskusja* – przeprowadzenie dyskusji nad dotychczasowym stanem wiedzy dotyczącym podjętego w artykule problemu badawczego, w tym analizy krytycznej, z odwołaniem do polsko- i obcojęzycznej literatury przedmiotu,
  - *Wnioski* – prezentacja wniosków będących rezultatem dokonanej dyskusji, w tym jej implikacje praktyczne oraz postulowane kierunki dalszych badań nad podjętą kwestią,
  - *Bibliografia*.
9. Tytuły poszczególnych części artykułu: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, pogrubione, wyśrodkowane. Po każdym tytule odstęp w rozmiarze czcionki 12.
  10. Tekst główny artykułu: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, interlinia 1,5. Wcięcie pierwszego wiersza: 1 cm. Do formatowania tekstu należy stosować narzędzia edytora, a nie klawisza spacji, gdyż utrudnia to adiuścację i tzw. łamanie tekstu.
  11. W tekście artykułu nie należy stosować pogrubień, kapitalików i podkreśleń, a kursywę należy używać wyłącznie do tytułów pozycji zamieszczonych w przypisach i *Bibliografii* oraz symboli literowych w tekście głównym. Wprowadzając znaki interpunkcyjne, spację należy wstawić po znaku, a nie przed nim.
  12. Jako myślnik oraz między liczbami oznaczającymi bliskie, a dokładnie niesprecyzowane wartości (np. ramy chronologiczne), należy stosować tzw. półpauzę (–), a nie dywiz (-) czy pauzę długą (—). Przykłady zastosowania:
    - „Po drugie – jak nakazuje tradycja – każdy uczeń powinien wystąpić w stroju galowym”.
    - „Lata 1914–1918, czasy I wojny światowej, to niezwykle ważny okres w dziejach Europy”.
    - „Informacje na ten temat znajdziemy na stronicach 12–24 wspomnianego opracowania”.
    - „Większość wód w rejonie Wysowej to szczawy typu wodorowęglanowo-chlorkowe”.
  13. Jako uzupełnienie tekstu głównego artykułu mogą być stosowane (ale raczej oszczędnie) przypisy dolne: czcionka Times New Roman, rozmiar 10, interlinia 1,0.
  14. Dokumentację bibliograficzną w tekście artykułu należy sporządzać w tzw. systemie hardwardzkim, czyli wewnątrz tekstu, w nawiasie kwadratowym należy podać nazwisko autora cytowanego lub przytaczanego dzieła, rok jego wydania oraz stronę/strony, do których Autor się odwołuje – bez przecinka między nazwiskiem autora a rokiem wydania pracy. W przypadku dwóch lub większej liczby prac przywoływanych w danym nawiasie pomiędzy nimi należy wstawiać średnik.
  15. W sekcji *Bibliografia*, zamieszczonej na końcu artykułu, powinny zostać podane jedynie cytowane/przywoływane w tekście prace. Winny one być uporządkowane alfabetycznie, a ich opisy bibliograficzne powinny być zgodne z wytycznymi i przykładami podanymi w części III tej instrukcji.
  16. Po sekcji *Bibliografia* należy podać w języku angielskim: tytuł pracy, abstrakt oraz słowa kluczowe. Powinny one być tłumaczeniem analogicznych treści polskojęzycznych i w taki sam sposób powinny być sformatowane.
  17. Poszczególne części anglojęzycznego abstraktu, odpowiadające wersji polskojęzycznej, powinny być nazwane w sposób podany już w punkcie 6 tej instrukcji, czyli: Purpose, Method, Findings, Research and conclusions limitations, Practical implications, Originality, Type of paper. Nie należy tych tytułów tłumaczyć z języka polskiego na język angielski, tylko stosować je w podanej formie.

## II. PRZYGOTOWANIE TABEL I MATERIAŁU ILUSTRACYJNEGO

1. Tabele i cały pozostały materiał ilustracyjny należy zamieścić w osobnych plikach i dokładnie opisać. Miejsca ich wstawienia należy zaznaczyć w tekście pracy, poprzez umieszczenie ześrodkowanego tytułu, wedle schematu:

Tabela 1. Inhibitory aktywności turystycznej

Table 2. Tourist activity inhibitors

2. W całym artykule stosujemy wyłącznie podział na tabele i ryciny (wszystko co nie jest tabelą – a więc: wykresy, schematy, fotografie itd. – nazywamy ryciną i oznaczamy skrótowo jako Ryc. [w j. ang. Fig.]).
3. Tytuły tabel należy podawać nad tabelami, a tytuły rycin – pod rycinami.
4. Tytuły tabel lub rycin, które należy zawsze podawać w języku polskim i angielskim, należy pisać czcionką Times New Roman, rozmiar 10.
5. Pod tabelą/ryciną należy podać ich źródło (czcionka Times New Roman, rozmiar 10) w języku polskim i angielskim. Jeśli oprócz samego źródła Autor chce podać jeszcze jakiś dodatkowy tekst (np. „Opracowanie własne na podstawie danych GUS oraz informacji uzyskanych drogą e-mailową od...”), to powinien on być podany także w języku angielskim („Own elaboration based on GUS data and on information e-mailed by...”).
6. Ryciny powinno się skanować z rozdzielczością nie mniejszą niż 300 DPI (optymalna rozdzielczość to 600 DPI) i zapisywać jako pliki line art w formacie TIFF.
7. Wykresy należy wykonywać w kolorze czarnym. Można stosować szare tenty lub tekstury.
8. Zdjęcia cyfrowe, wykonane w pełnej rozdzielczości, należy zapisywać w formacie TIFF lub JPEG. Nie należy stosować kompresji.
9. W razie umieszczenia w artykule materiałów ilustracyjnych pochodzących z opracowań zamieszczonych w innych pracach naukowych Autor ma obowiązek uzyskania zgody na przedruk.

### III. PRZYGOTOWANIE SEKCJI *BIBLIOGRAFIA*

1. W sekcji *Bibliografia*, zamieszczonej na końcu artykułu, powinny zostać podane jedynie publikacje cytowane/przywoływane w tekście pracy. Winny one być uporządkowane alfabetycznie, a ich opisy bibliograficzne powinny być pełne.
2. Sposób przywoływania różnego typu prac winien być zgodny z załączonym niżej wzorem, przy czym powinny one być podane w jednym zbiorczym zestawieniu (poniższy podział na typy prac zastosowano tylko w celu pokazania sposobu opisywania różnych typów źródeł).
3. W przypadku przywołania dwóch lub więcej prac tego samego autora, wydanych w tym samym roku, numerujemy je jako prace „a”, „b” itd. – wg wzoru: (2014a), (2014b) itd.
4. Jeżeli Autor artykułu poza publikacjami korzystał także ze stron internetowych, w przypadku których nie ma możliwości jednoznacznego wskazania elementów właściwych dla pełnego opisu bibliograficznego, winien wyróżnić sekcję *Netografia* (strony internetowe); winny w niej zostać podane adresy wykorzystywanych stron internetowych, w kolejności alfabetycznej, opisane wg wzoru:
  - <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm> (08.09.2014).
5. W przypadku artykułów przewidzianych do publikacji w numerach anglojęzycznych, Autorzy powinni podawać (w nawiasach kwadratowych) tłumaczenia na angielski polskich tytułów prac wg wzoru:
  - Winiarski, R., Zdebski, J. (2008), *Psychologia turystyki [Psychology of Tourism]*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

### **Wzór przywoływania różnego typu prac w sekcji *Bibliografia***

#### **A. Książki:**

- MacCannell D. (2000), *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa.
- Bednarska M., Gołembski G., Markiewicz E., Olszewski M. (2007), *Przedsiębiorstwo turystyczne. Ujęcie statyczne i dynamiczne*, PWE, Warszawa.

#### **B. Książki pod redakcją i prace zbiorowe:**

- Kruczek Z., red. (2002), *Kompendium pilota wycieczek*, Proksenia, Kraków.
- Buczowska K., Mikos von Rohrscheidt A., red. (2009), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, AWF, Poznań.

**C. Rozdziały w książkach pod redakcją lub pracach zbiorowych:**

Alejski W. (2008), *Metodologia badań w turystyce*, [w:] Winiarski R., red., *Turystyka w naukach humanistycznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 140–164.

Lipiec J. (2006), *Człowiek wędrujący. Problem narodzin i sensu podmiotowości turystycznej*, [w:] *Aksjologia turystyki*. Praca zbiorowa pod redakcją Z. Dziubińskiego, Salezjańska Organizacja Sportowa Rzeczypospolitej Polskiej, s. 35–56.

**D. Artykuły w czasopismach naukowych:**

Cohen E. (1979), *A Phenomenology of Tourism Experiences*, „Sociology”, Vol. 13, s. 179–201.

Szczechowicz B. (2012), *The importance of attributes related to physical activity for the tourism product's utility*, „Journal of Sport & Tourism”, Vol. 18 (3), s. 225–249.

**E. Artykuły w czasopismach i gazetach branżowych:**

*Europejczycy jeżdżą po Europie* (2007), „Wiadomości Turystyczne”, nr 141 (15).

**F. Prace bez podanego autora, w tym raporty z badań i roczniki statystyczne:**

*Badania ankietowe profilu społecznego turystów krajowych zwiedzających Polskę (miasta i atrakcje turystyczne). Raport z badań* (2008), Instytut Turystyki, Warszawa.

*Terminologia turystyczna – zalecenia WTO* (1995), Organizacja Narodów Zjednoczonych, Światowa Organizacja Turystyki, Warszawa.

*Unia Europejska a przyszłość turystyki* (praca zbiorowa) (2003), SGH, Warszawa.

**G. Akty prawne:**

*Ustawa o usługach turystycznych z 29 sierpnia 1997 roku* (Dz.U. 2004, nr 223, poz. 2268, z późn. zm.).

**H. Publikacje dostępne w internecie:**

*Trendy w turystyce światowej*, <http://www.intur.com.pl/trendy.htm> (07.05.2012).

## INFORMACJA OGÓLNA DLA AUTORÓW PRZYGOTOWUJĄCYCH RECENZJE I POLEMIKI NAUKOWE

1. Redakcja przyjmuje do publikacji wyłącznie oryginalne recenzje polsko- i obcojęzycznych książek, monografii, artykułów naukowych oraz podręczników, a także innego typu prac naukowych i dydaktycznych takich jak raporty z badań, doktoraty, habilitacje itp.
2. Publikowane będą recenzje prac podejmujących zagadnienia z zakresu teorii turystyki, a także prac podejmujących problematykę turystyczną z perspektywy antropologii kulturowej, filozofii, socjologii, geografii, prawa, psychologii, historii, ekonomii, nauk o zarządzaniu, marketingu oraz innych dziedzin i dyscyplin nauki.
3. Zgłoszenie recenzji do druku jest jednoznaczne z przekazaniem Redakcji prawa do jej własności. Oznacza to, że bez pisemnej zgody wydawcy nie można danej recenzji publikować ani w całości, ani w części w innych czasopismach oraz pozostałych wydawnictwach lub mediach cyfrowych.
4. Tekst pracy powinien być przygotowany zgodnie z zasadami opisanymi w zamieszczonej poniżej *Instrukcji dla autorów przygotowujących recenzje i polemiki naukowe*. W przeciwnym wypadku zostanie on odesłany Autorowi/Autorom do poprawy.
5. Tekst recenzji powinien zostać przesłany drogą elektroniczną na adres Redakcji: **folia.turistica@awf.krakow.pl**.
6. Redakcja zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w tekście nadesłanych recenzji wynikających z adiustacji stylistycznej.
7. Autor recenzji otrzymuje nieodpłatnie elektroniczną wersję tego numeru Czasopisma, w którym ukazała się jego recenzja.

### Instrukcja dla autorów przygotowujących recenzje i polemiki naukowe

1. Pliki tekstowe należy przygotowywać w edytorze Word 6.0–XP w formacie DOC.
2. Ustawienia strony:
  - format A4;
  - marginesy: wszystkie po 2,5 cm;
  - interlinia: 1,5.
3. Imię i nazwisko Autora/Autorów: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, pogrubiony. Po podaniu imienia i nazwiska odstęp w rozmiarze czcionki 12.
4. W przypisie dolnym należy podać stopień lub tytuł naukowy Autora/Autorów, afiliację (nazwa instytucji, którą Autor reprezentuje, w układzie: nazwa uczelni, nazwa wydziału, nazwa zakładu itp.) oraz adres kontaktowy (nr telefonu, e-mail). Formatowanie przypisu dolnego: czcionka Times New Roman, rozmiar 10, interlinia 1,0.
5. Tytuł należy sformułować według następującego wzoru (przykłady):
  - Recenzja książki Wiesława Alejsiaka i Tomasza Marciniaka *Międzynarodowe organizacje turystyczne*,
  - Opinia na temat *Marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020*,
  - Odpowiedź na opinie...itp.
6. Tytuł należy podać czcionką Times New Roman, rozmiar 14, pogrubiony, wersaliki. Po tytule odstęp w rozmiarze czcionki 14.
7. Tytuły poszczególnych części recenzji, jeżeli występują: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, pogrubione, wyśrodkowane. Po każdym tytule odstęp w rozmiarze czcionki 12.
8. Tekst główny recenzji: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, interlinia 1,5. Wcięcie pierwszego wiersza: 1 cm. Do formatowania tekstu należy stosować narzędzia edytora, a nie klawisza spacji, gdyż utrudnia to adiustację i tzw. łamanie tekstu.

9. W tekście recenzji nie należy stosować pogrubień, kapitalików i podkreśleń, a kursywę należy używać wyłącznie do tytułów pozycji zamieszczonych w przypisach i *Bibliografii* oraz symboli literowych w tekście głównym. Wprowadzając znaki interpunkcyjne, spację należy wstawić po znaku, a nie przed nim.
10. Jako myślnik oraz między liczbami oznaczającymi bliskie, a dokładnie niesprecyzowane wartości (np. ramy chronologiczne), należy stosować tzw. półpauzę (–), a nie dywiz (-) czy pauzę długą (—). Przykłady zastosowania:
  - „Po drugie – jak nakazuje tradycja – każdy uczeń powinien wystąpić w stroju galowym”.
  - „Lata 1914–1918, czasy I wojny światowej, to niezwykle ważny okres w dziejach Europy”.
  - „Informacje na ten temat znajdziemy na stronicach 12–24 wspomnianego opracowania”.
  - „Większość wód w rejonie Wysowej to szczawy typu wodorowęglanowo-chlorkowe”.
11. Jako uzupełnienie tekstu głównego recenzji mogą być stosowane (ale raczej oszczędnie) przypisy dolne: czcionka Times New Roman, rozmiar 10, interlinia 1,0.
12. Materiały ilustracyjne (tabele, ryciny) powinny zostać zredagowane w sposób analogiczny do tego, jaki obowiązuje autorów przygotowujących artykuły naukowe (por. *Instrukcja dla autorów przygotowujących artykuły naukowe*).
13. Dokumentację bibliograficzną w tekście recenzji należy sporządzać w tzw. systemie harwardzkim, czyli wewnątrz tekstu, w nawiasie kwadratowym należy podać nazwisko autora cytowanego lub przytaczanego dzieła, rok jego wydania oraz stronę/strony, do których Autor się odwołuje – bez przecinka między nazwiskiem autora a rokiem wydania pracy. W przypadku dwóch lub większej liczby prac przywoływanych w danym nawiasie pomiędzy nimi należy wstawiać średnik.
14. W sekcji *Bibliografia*, zamieszczonej na końcu recenzji, powinny zostać podane jedynie cytowane/przywoływane w recenzji prace. Winny one być uporządkowane alfabetycznie, a ich opisy bibliograficzne powinny być analogiczne do tych, jakie obowiązują autorów przygotowujących artykuły naukowe (por. *Instrukcja dla autorów przygotowujących artykuły naukowe*).

Od 1990 roku „Folia Turistica” jest specjalistycznym forum wymiany poglądów naukowych na temat turystyki oraz jej szeroko pojętego otoczenia. W czasopiśmie są publikowane artykuły z dziedziny turystyki, w jej interdyscyplinarnym ujęciu (zagadnienia humanistyczne, ekonomiczne, geograficzno-przestrzenne, organizacyjne, prawne i inne). Oprócz artykułów zawierających wyniki badań empirycznych, w czasopiśmie odnajdziemy także oryginalne prace teoretyczne, przeglądowe oraz dyskusyjne. W odrębnych działach zamieszczane są komunikaty, doniesienia i sprawozdania z badań, recenzje prac naukowych, informacje o naukowych konferencjach i sympozjach oraz dyskusje i polemiki.

**„Folia Turistica” jest indeksowana na liście punktowanych czasopism naukowych Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. W systemie parametrycznej oceny działalności naukowej, za publikowane w niej prace, autorom i reprezentowanym przez nich instytucjom przysługuje 11 punktów.**

**„Folia Turistica” jest także indeksowana w bazie Index Copernicus International (ICV 2014: 69.11).**

