

Aleksandra SYNOWIEC  
Politechnika Śląska  
Wydział Organizacji i Zarządzania  
Katedra Stosowanych Nauk Społecznych  
e-mail: aleksandra.synowiec@polsl.pl

## **AKTUALNE TENDENCJE W TURYSTYCE KULTUROWEJ NA PRZYKŁADZIE TURYSTYKI LITERACKIEJ**

**Streszczenie.** Krytyka turystyki masowej przyczyniła się do zredefiniowania koncepcji turystyki. Celem artykułu jest analiza koncepcji turystyki kulturowej, głównie literackiej, jako zgodnej z ideami turystyki zrównoważonej, a z drugiej strony odzwierciedlającej normy kulturowe i będącej istotnym elementem różnicowań społecznych, a także inspiracją dla działań marketingowych.

**Słowa kluczowe:** turystyka kulturowa, turystyka literacka, turystyka zrównoważona

## **CURRENT TRENDS IN CULTURAL TOURISM: EXAMPLE OF LITERARY TOURISM**

**Summary.** Criticism of mass tourism contributes to the redefinition of the concept of tourism. The aim of the article is to introduce cultural tourism, mainly literary, as compatible with the ideas of sustainable tourism, and on the other hand, reflecting the cultural norms and being an important element of social divisions, as well as inspiration for marketing efforts.

**Keywords:** culture tourism, literary tourism, sustainable tourism

### **1. Turystyka, przemysł turystyczny, turystyka zrównoważona**

We współczesnej refleksji naukowej poświęconej turystyce można dostrzec interesującą wolność: analizy fenomenu światowego turystyki przestały być domeną ekonomistów. Humanistyczny zwrot w spojrzeniu na turystykę uświadamia rozmiar jej kulturowych

i społecznych konsekwencji. Asumpt do rozważań nad turystyką z perspektywy innej niż ekonomiczna dają prace Deana MacCannela czy Johna Urry'ego, w których turystyka analizowana jest w kontekście praktyki kulturowej, wyznacznika nowoczesności czy też wskaźnika zróżnicowań społecznych. Turystyka – zdaniem Anny Wieczorkiewicz – „Dla jednych jest najazdem barbarzyńców, dla drugich współczesnym rytuałem. Niektórzy widzą w niej przedsięwzięcie handlowe, inni – obszar spotkań międzykulturowych. Jawi się jako nieodłączny element stylu życia, znak statusu społecznego i forma terapii”<sup>1</sup>. Z tych też powodów turystyka została włączona w obszar analiz socjologicznych czy antropologicznych. Nie ulega jednak wątpliwości, że turystyka to bardzo ważny – bowiem perspektywiczny i dochodowy – sektor gospodarki. Dane Światowej Organizacji Turystycznej uświadamiają znaczenie turystyki dla rozwoju gospodarczego: „Każdego roku na całym świecie ma miejsce 700 milionów przyjazdów pasażerskich (2000 r.), w porównaniu z 25 milionami w 1950 r. [...]. *Podróżowanie i turystyka* jest największym światowym przemysłem, odpowiedzialnym za 11,7% światowego PKB, 8% światowego eksportu i 8% zatrudnienia. Corocznie powstaje pół miliona pokoi hotelowych”<sup>2</sup>. We wspomnianej kategorii *podróżowanie i turystyka* mieści się wiele doświadczeń turystycznych – od typowych wyjazdów zorganizowanych (tzw. *coach trips*), oferowanych przez biura podróży w postaci gotowej oferty wypoczynkowej – będących klasycznym przykładem turystyki masowej, poprzez wypady weekendowe (tzw. *weekend gateway*) – do interesujących pod względem historycznym

i rozrywkowym miast, poprzez tzw. turystykę niszową lub alternatywną, czyli wyjazdy organizowane na własną rękę, niekoniecznie w najbardziej popularne regiony, aż po spozycjonowane pod kątem konkretnych potrzeb turysty tendencje, takie jak *war tourism* – odwiedzanie miejsc, w których niedawno toczyły się działania wojenne – lub nie mający odpowiednika w języku polskim tzw. *pollution tourism*, którego celem są tereny zniszczone przez katastrofy ekologiczne (np. Czarnobyl)<sup>3</sup>. Rodzaje doświadczeń turystycznych, podobnie jak inne praktyki kulturowe, poddawane są hierarchizacji. Rozwój turystyki masowej prowadzi do szeregu negatywnych konsekwencji w obszarze gospodarczym, ekologicznym i społecznym, stąd też i krytyczne spojrzenie na tę gałąź światowego przemysłu. Waloryzacja praktyk turystycznych wynika z szerszych przemian, jakie zaszły w kulturze społeczeństw Zachodu – krytyki konsumpcjonizmu, idei polityki zrównoważonego rozwoju, wykształceniu

<sup>1</sup> Wieczorkiewicz A.: Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży. Universitas, Kraków 2008, s. 5.

<sup>2</sup> Urry J.: Sieci społeczne, podróże i rozmowy, [w:] Sztompka P., Bogunia-Borowska M. (red.): Socjologia codzienności. Znak, Kraków 2008, s. 262.

<sup>3</sup> Blackwell A.: Holiday in Chernobyl? Tips for pollution tourism. „The Guardian”, 4.06.2012, <http://www.theguardian.com/travel/shortcuts/2012/jun/04/holiday-chernobyl-tips-pollution-tourism>, 20.01.2016.

się nowych klas średnich<sup>4</sup>. Krytyka turystyki masowej przyczyniła się do zredefiniowania koncepcji turystyki w postaci turystyki zrównoważonej (*sustainable tourism*). „Koncepcja zrównoważonego rozwoju turystyki odnosi się przede wszystkim do określenia dopuszczalnego poziomu wzrostu rozmiarów ruchu turystycznego, który nie powodowałby negatywnych zmian w środowisku, co z kolei ma istotne znaczenie dla jakości życia w przyszłości”<sup>5</sup>. U podstaw idei turystyki zrównoważonej leży odpowiedzialność (*responsible tourism*), „sformułowana w 1965 roku przez W. Hetzera, w której wyróżniono cztery filary turystyki odpowiedzialnej: (1) minimalizacja integracji w środowisko przyrodnicze, (2) poszanowanie odmienności kulturowej, (3) maksymalizacja udziału ludności miejscowej w usługach turystycznych, (4) wzrost satysfakcji i zadowolenia z turystyki”<sup>6</sup>. Zwrócenie uwagi na ekologiczne, społeczne i kulturowe aspekty turystyki wymuszają także modyfikację postawy turysty. Turystę powinien zastąpić post-turysta, który w przeciwieństwie do przeciętnego urlopowicza świadomy jest „globalnych współzależności, przyczyn i konsekwencji turystycznych zachowań oraz samoświadomość podlegania procesom psychologicznym, komercyjnym i ideologicznym”<sup>7</sup>.

Termin „post-turysta”, wykorzystany przez Pawła Cywińskiego, eksponuje znaczenie refleksyjności, dokonywania przez turystę świadomych wyborów, przyjmowania określonej postawy względem odwiedzanych miejsc i wspólnot lokalnych. Turystyka zrównoważona „rozumiana jest jako zjawisko, w którym działania podejmowane przez turystów nie powodują strat lub trudnych do odwrócenia zmian w środowisku przyrodniczym, a jednocześnie przynoszą korzyści samym turystom, społecznościom zamieszkującym odwiedzane przez nich miejscowości i obszary, a także osobom i instytucjom świadczącym usługi turystyczne”<sup>8</sup>. Kwalifikacja form aktywności turystycznej według kryterium *sustainability* sprzyja popularyzacji określonych profili w ramach sektora turystycznego. Turystyka zrównoważona to przede wszystkim ekoturystyka, nazywana także turystyką „zieloną” (*green tourism*) lub „przyrodniczą” (*nature tourism*). Ekoturystyka „odbywa się zwykle na obszarach o najwyższych walorach przyrodniczych i krajobrazowych, bezpośrednio przyczynia się do ochrony środowiska naturalnego i kulturowego tych regionów, a jej uczestnikami są ludzie o dużej świadomości ekologicznej i wrażliwości przyrodniczej”<sup>9</sup>. Drugim rodzajem turystyki zgodnej z koncepcją turystyki zrównoważonej jest turystyka kulturowa. Andrzej Kowalczyk definiuje tę formę jako „zespół zachowań turystów związanych z ich autentycznym

<sup>4</sup> Horolets A.: Konformizm, bunt, nostalgia. Turystyka niszowa z Polski do krajów byłego ZSRR. Universitas, Kraków 2013, s. 47.

<sup>5</sup> Durydiwka M., Kowalczyk A., Kulczyk S.: Definicja i zakres pojęcia „turystyka zrównoważona”, [w:] Kowalczyk A. (red.): Turystyka zrównoważona. PWN, Warszawa 2007, s. 27.

<sup>6</sup> Ibidem.

<sup>7</sup> Cywiński P.: Kim jest post-turysta?, <http://post-turysta.pl/>, 20.01.2015.

<sup>8</sup> Durydiwka M., Kowalczyk A., Kulczyk S.: op.cit., s. 33.

<sup>9</sup> Zaręba D.: Ekoturystyka. PWN, Warszawa 2006, s. 48.

zainteresowaniem dziedzictwem kulturowym (zabytkami, folklorem, miejscami związanymi z ważnymi wydarzeniami itp.) oraz ich uczestnictwem w szeroko rozumianym współczesnym życiu kulturalnym”<sup>10</sup>. Turystyka kulturowa jest gałęzią bardzo dochodową – według prowadzonego przez telewizję CNN rankingu najczęściej odwiedzanych muzeów na świecie liczba zwiedzających obiekty uwzględnione w zestawieniu z roku na rok jest wyższa<sup>11</sup>. W obrębie turystyki kulturalnej zdaniem Andrzeja Kowalczyka mieści się wiele form współczesnej turystyki, m.in. turystyka etniczna, turystyka przemysłowa, turystyka winiarska, turystyka literacka<sup>12</sup>. Turystyce kulturowej i jej rodzajom dedykowanych jest wiele studiów z zakresu nauk społecznych i ekonomicznych. Z rozwojem turystyki kulturowej wiąże się rozwój lokalny i regionalny – *vide* chociażby studia poświęcone turystyce przemysłowej<sup>13</sup>. Turystyka kulturowa z jednej strony jest zgodna z ideami turystyki zrównoważonej, z drugiej zaś – towarzyszy ideologiom kształtującym style życia, odzwierciedla normy kulturowe, jej rodzaje stają się praktykami kulturowymi i ważnym elementem różnicowań społecznych. Dlatego też zjawisko turystyki kulturowej stanowi interesujący przedmiot dla analiz społecznych.

## 2. Turystyka kulturowa, kultura turystyki, turystyka kulturalna

Z koncepcją turystyki kulturowej wiąże się poszukiwanie przez turystów autentyczności, na przekór turystyce masowej, „*utowarowionej* podróży świadczonej jako usługa, produkt na sprzedaż, dobro konsumpcyjne”<sup>14</sup>. W koncept turystyki kulturowej, jako świadomej formy przemieszczania się po świecie, wpisany jest także szczególny obraz samego turysty. Turystyka masowa dostarcza kontaktu jedynie z atrapą rzeczywistości, wykreowaną w odpowiedzi na potrzeby rynkowe. „Jest formą doświadczenia udającego prawdziwe kontakty z innymi – wyprodukowanym, trywialnym, nieautentycznym; podróżą bezpieczną, bo skomercjalizowaną”<sup>15</sup>. Turystyce kulturowej, ze względu na świadomość i refleksyjność samego turysty, a także otwartą w porównaniu ze skonwencjonalizowanymi formami turystyki

<sup>10</sup> Kowalczyk A.: Kulturowe aspekty turystyki zrównoważonej, [w:] Kowalczyk A. (red): Turystyka zrównoważona. PWN, Warszawa 2010, s. 162.

<sup>11</sup> Liderem rankingu 2015 jest paryski Luwr z 9,3 mln odwiedzających, British Museum znajduje się na piątym miejscu z 6,7 mln zwiedzających, zob.: Travel: Top 20 museums around the world, <http://edition.cnn.com/2015/06/05/travel/gallery/world-top-20-museums-2015/>, 10.02.2016.

<sup>12</sup> Ibidem, s. 164.

<sup>13</sup> Zob.: Kaczmarek A., Przybyłka A.: Wykorzystanie potencjału przemysłowego i poprzemysłowego na potrzeby turystyki. Przykład szlaku zabytków techniki województwa śląskiego. Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego, nr 14. Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, Sosnowiec 2010, [http://www.krajobraz.kulturowy.us.edu.pl/publikacje/artykuly/turystyka/kaczmarek\\_przybylka.pdf](http://www.krajobraz.kulturowy.us.edu.pl/publikacje/artykuly/turystyka/kaczmarek_przybylka.pdf), 2.02.2016.

<sup>14</sup> Podemski K.: Socjologia podróży. Uniwersytet Adama Mickiewicza, Poznań 2005, s. 9.

<sup>15</sup> Crick M.: Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility, [in:] The Sociology of Tourism. Routledge, London-New York 2001, p. 15.

masowej formułę, bliżej do aktywności, którą Krzysztof Podemski kwalifikuje jako podróżniczą, a więc nacechowaną pozytywnie<sup>16</sup>. Zwrot w turystyce i systematycznie rosnąca popularność tendencji opartych na ideach *responsibility* i *sustainability* wyznaczają nową kulturę turystyki, kulturę kształtującą postawy troski i szacunku wobec środowiska przyrodniczego i dziedzictwa kulturowego, zrywając z obrazem turysty powierzchownego i bezrefleksyjnego.

Głównym kryterium odróżniającym turystykę kulturową od innych rodzajów aktywności turystycznych jest zdaniem wspomnianego wyżej Andrzeja Kowalczyka rzeczywiste i niejednokrotnie wieloaspektowe zainteresowanie turystów przejawami kultury materialnej (zabytkami, architekturą, itp.), ale także symbolicznej (folklorem, etnicznością, religią, filmem, literaturą, kuchnią, śladami ważnych postaci czy wydarzeń historycznych). Formy spędzania czasu wolnego są istotnymi wskaźnikami stratyfikacji społecznej i stylu życia. W tym kontekście ważnym wydaje się zwrócenie uwagi zwłaszcza na te spośród rodzajów turystyki kulturowej, które związane są z szerszym uczestnictwem w kulturze – tzn. konsumpcją określonych gatunków literackich, filmowych czy też kształtowaniem nawyków kulinarnych<sup>17</sup>. Społeczne i ekonomiczne implikacje płynące z rozwoju turystyki literackiej, turystyki filmowej czy też turystyki kulinarnej stanowią interesującą inspirację dla specjalistów z zakresu różnych dziedzin, m.in. dla socjologów.

### 3. Turystyka literacka – między elitarnością a komercją

Turystyka literacka (*literary tourism*), według definicji zaproponowanej przez Piotra Zmyślonego, to „wszystkie czynności towarzyszące trwałemu lub krótkotrwałemu przemieszczaniu się osób do miejsc docelowych związanych z dziełami literackimi i ich twórcami, poza miejscem stałego zamieszkania i pracy oraz pobytowi w tych miejscowościach”<sup>18</sup>. Z kolei Andrzej Kowalczyk turystykę literacką widzi w szerszej perspektywie, włączając w jej obręb także turystykę filmową i rozumiejąc jako „formę turystyki kulturowej, obejmującą wszystkie wyjazdy, dla których inspiracją są dzieła literackie i ich filmowe adaptacje, jak również życie ich twórców”<sup>19</sup>. Turystyka literacka obejmuje także udział w wydarzeniach, takich jak targi książki i spotkania autorskie. Do turystyki literackiej włącza się także odwiedzanie miejsc pochówku pisarzy i poetów<sup>20</sup> (np. nawiedzanie grobów zmarłych

<sup>16</sup> Podemski K.: op.cit., s. 9.

<sup>17</sup> O zwyczajach żywieniowych jako wskaźniku różnic społecznych piszą szerzej: Domański H., Karpiński Z., Przybysz D., Stracuk J.: Wzory jedzenia a struktura społeczna. Scholar, Warszawa 2015.

<sup>18</sup> Kowalczyk A., Kulczyk S.: Turystyka literacka, [w:] Kowalczyk A. (red): Turystyka zrównowazona. PWN, Warszawa 2010, s. 231.

<sup>19</sup> Ibidem, s. 232.

<sup>20</sup> Ibidem, s. 233.

pisarzy i poetów jest ważnym elementem wizyt turystycznych w Moskwie czy Petersburgu i ma związek z rolą, jaką w systemie rosyjskiej kultury pełni literatura).

Skalę oddziaływania turystyki literackiej trudno porównywać z popularnością i modą na turystykę muzealną, znajdującą odzwierciedlenie w rankingach najchętniej odwiedzanych skarbnic dziedzictwa kulturowego na świecie. „Odnotowanie” wizyty w najznamienitszych muzeach świata, takich jak Luwr, londyńska Tate Modern Gallery czy też Muzeum Watykańskie, ma charakter masowy i jest przejawem przymusu kulturowego – przymusu polegającego na arbitralnie narzuconej hierarchizacji wytworów kulturowych i wiążącego się z nią imperatywu: „to trzeba zobaczyć”. Obowiązek odwiedzenia określonego zestawu „najważniejszych” miejsc jest istotą turystyki masowej. Profil turysty literackiego jest nieco inny, aczkolwiek warto podkreślić, że turystyka literacka cieszy się popularnością w wielu krajach świata. Ten rodzaj aktywności turystycznej zyskuje coraz wyższy udział na rynku turystyki kulturowej: specjalistyczny kanadyjski portal internetowy dedykowany miłośnikom książek i destynacji z nimi związanych Literary Tourist szacuje, że prawdopodobieństwo podejmowania podróży zagranicznych jest aż o 27 punktów procentowych wyższe w grupie amatorów literatury niż w grupie niewykazującej zainteresowań literackich, a także że ten segment turystów podróżuje znacznie częściej niż pozostali – siedem i więcej razy w roku<sup>21</sup>. Przestrzeń i obiekty opisane w działach literackich oraz miejsca związane z autorami stanowią atrakcje przyciągającą rzesze turystów. Praga Franza Kafki, Moskwa i Kijów Michaiła Bułhakowa, Dublin Jamesa Joyce’a to wymowne przykłady kreowania kulturowego produktu turystycznego<sup>22</sup>. Kijowskie Muzeum Michaiła Bułhakowa na Zjeździe Świętego Andrzeja, zlokalizowane w domu, w którym autor umiejscowił akcję powieści *Biała gwardia*, przyciąga ok. 20 tysięcy turystów rocznie. Muzeum autora *Mistrza i Małgorzaty* w Moskwie, mieszczące się pod pierwszym moskiewskim adresem pisarza, funkcjonuje jako centrum kultury z własnym teatrem i klubem dyskusyjnym (muzeum to posiada wiele pozytywnych rekomendacji na platformie wymiany informacji dla turystów i podróżników – TripAdvisor). O tym, jak dochodowa może być fikcyjna postać, świadczy popularność „najślynniejszego adresu na świecie” – siedzibę Sherlocka Holmesa przy Baker Street 221b w Londynie odwiedzało rocznie 70 tysięcy osób, a liczba turystów znacznie wzrosła po premierze filmu *Sherlock Holmes* (2009)<sup>23</sup>. Siłę literatury dostrzegły także władze Wrocławia, planując otwarcie interaktywnego muzeum komisarza Eberhardta Mocka, znanego czytelnikom z kryminalnej serii autorstwa Marka Krajewskiego<sup>24</sup>.

<sup>21</sup> [literarytourist.com/browse.php?page=116](http://literarytourist.com/browse.php?page=116), 10.02.2016.

<sup>22</sup> Zob.: Wawrzyniak M.: Czytanie miasta – idea produktu turystyki literackiej na przykładzie Łodzi. „Turystyka Kulturowa”, nr 3, 2010, [http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2010\\_03\\_02.pdf](http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2010_03_02.pdf), 10.02.2016.

<sup>23</sup> Pawlowski A.: On the trail of Sherlock Holmes in London. CNN, <http://edition.cnn.com/2009/TRAVEL/12/22/sherlock.holmes.tourism/>, 10.02.2016.

<sup>24</sup> Lasek M.: Eberhardt Mock zamieszka we Wrocławiu. „Gazeta Wyborcza”, 30.09.2014.

Turyści literaccy poszukują miejsc związanych z klasyką – np. podróże szlakiem miejsc opisanych w *Trylogii*, do grobu pułkownika Wołodyjowskiego pochowanego na przykościelnym cmentarzu w Kamieńcu Podolskim na Ukrainie – ale swoje turystyczne ścieżki ma także literatura popularna. Znamionym tego przykładem są „literackie pielgrzymki” amerykańskich turystów na Wyspy Brytyjskie i do Florencji, na fali popularności sensacyjnych książek Dana Browna<sup>25</sup>. Interesujący jest w tym kontekście także flirt, jaki zachodzi między kulturą wysoką a kulturą popularną. Literatura – jak już wspomniano – może być ważnym składnikiem marketingu miejskiego, co ma miejsce np. w Pradze, gdzie wizerunki Franza Kafki zdobią kubki, koszulki i inne popkulturowe gadżety reklamujące stolicę Czech. Miski i filiżanki z cytatami z *Olivera Twista* dostępne są w muzeum Karola Dickensa w Londynie<sup>26</sup>, a z kolei Szekspirowski Globe Theatre oferuje pełen asortyment pamiątek, łącznie z ręcznikiem z krwawym odbiciem dłoni Lady Makbet i spinkami do mankietów „To be”<sup>27</sup>.

W opinii Marty Wawrzyniak w Polsce turystyka literacka dopiero zaczyna się rozwijać<sup>28</sup>. Trudno znaleźć analogie chociażby do naszych południowych sąsiadów, u których potencjał związany z „marką kulturową”, jaką stanowi Franz Kafka lub Jarosław Haszke – autor *Przygód dobrego wojaka Szwejka* – wykorzystano dla promocji miasta. Przyczyna może leżeć w silnym w polskiej kulturze podziale na kulturę wysoką i kulturę popularną. Skojarzenia wywołane terminem „turystyka literacka” odsyłają raczej do obrazu szkolnej wycieczki do Sienkiewiczowskiego Oblęgorka niż turystów poszukujących krajobrazów i atmosfery swoich ulubionych dzieł literackich. Z drugiej strony warto wspomnieć o wspaniałym *Przewodniku literackim po Krakowie i województwie małopolskim* Ewy Zamorskiej-Przyłuskiej, prezentującym w perspektywie historycznej Kraków i Małopolskę jako scenerię, w której rozgrywają się fabuły licznych dzieł literackich oraz jako region, z którym związane są losy wielu pisarzy i poetów. Literacka podróż po Krakowie i okolicach autorstwa Zamorskiej-Przyłuskiej uświadamia, jak w pamięci indywidualnej i kolektywnej zagnieździły się obrazy obiektów i krajobrazów, które chce się zobaczyć i tym samym zweryfikować, na ile wizja autora i czytelnika są ze sobą zgodne<sup>29</sup>. Peregrynacje miłośników literatury do miejsc związanych z ulubionymi dziełami czy autorami wymagają przygotowania i kompetencji kulturowych. Turysta literacki to turysta charakteryzujący się wysokim poziomem kapitału kulturowego i z tego powodu warto podejmować badania ukierunkowane na ten segment turystów.

<sup>25</sup> Drabble M.: Top ten literary landscapes. „The Guardian”, <http://www.theguardian.com/books/2009/sep/09/margaret-drabble-top-literary-landscapes>, 11.02.2015.

<sup>26</sup> <http://dickensmuseum.com/pages/online-shop>, 11.02.2015.

<sup>27</sup> <http://www.shakespearesglobe.com/shop/category/mugs-homeware/119>, 11.02.2015.

<sup>28</sup> Wawrzyniak M.: op.cit.

<sup>29</sup> Aczkolwiek na przekór hermeneutyce Stanley Fish pisał, że nie istnieje jedna interpretacja, że każda interpretacja jest właściwa.

#### 4. Wnioski

Zmiany zachodzące w turystyce w kierunku odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju wyznaczają nowe standardy w podejściu do środowiska naturalnego i dziedzictwa kulturowego. Kultura turystyki oparta na wspomnianych koncepcjach poddaje reinterpretacji kategorię samego turysty, widząc w nim świadomego i refleksyjnego poszukiwacza wrażeń. Turystyka kulturowa to innymi słowy wyjazd o charakterze turystycznym, ukierunkowane na kontakt turysty z różnymi formami kultury: folklorem, etnicznością, dziedzictwem przemysłowym, kuchnią, filmem, literaturą i innymi przejawami dziedzictwa kulturowego. Turystyka kulturowa może dostarczać także atrakcyjnych formuł doświadczenia turystycznego: od indywidualnego kontaktu z obiektami kultury po udział w zorganizowanych wydarzeniach, takich jak festiwale, przeglądy, koncerty itp. Turysta decydujący się na tego typu formę spędzania wolnego czasu, to z reguły turysta o wysokim kapitale kulturowym, chcący poszerzyć swoje horyzonty, doświadczyć autentycznych kontaktów z odmiennymi kulturami lub wziąć udział w ciekawych wydarzeniach. Turystyka literacka – a więc aktywność turystyczna inspirowana literaturą i/lub biografią twórców literatury – stanowi odrębny i ważny aspekt turystyki kulturowej. Kowalczyk charakteryzuje tę formę przemieszczania się jako turystykę o ograniczonej możliwości wpływania na lokalną gospodarkę (turystyka niejako „przy okazji”), ściśle związaną z aktualnymi trendami w kulturze (np. z popularnością konkretnych pisarzy), krótkotrwałą i elitarną<sup>30</sup>. Mimo tego, że trudno porównywać skalę popularności turystyki literackiej z turystyką muzealną, jest to niewątpliwie trend godny dostrzeżenia, trend wykorzystujący zarówno wytwory kultury wysokiej, jak i popularnej. Niektóre tendencje obserwowane w ramach turystyki literackiej są niewątpliwie efemeryczne i odzwierciedlają pewne zjawiska obecne w danym momencie w popkulturze – przykład powieści wspomnianego wyżej Dana Browna. Niemniej jednak klasyka literatury także może okazać się doskonałym „produktem” marketingowym. Interesująca oferta turystyczna odwołująca się do kultury wysokiej – jak ma to miejsce chociażby z obchodami Światowego Roku Williama Szekspira – potrafi przyciągnąć wielu odbiorców, niekoniecznie tylko miłośników teatru<sup>31</sup>. Poszczególne regiony świata wzbogacone o szlaki literackie stają się jeszcze bardziej atrakcyjnymi destynacjami turystycznymi, a społeczne i ekonomiczne implikacje płynące z rozwoju turystyki literackiej stanowią tym samym asumpt dla dociekań badaczy reprezentujących różne dziedziny nauki.

<sup>30</sup> Kowalczyk A.: op.cit., s. 26-27.

<sup>31</sup> Zob.: <http://www.shakespearesglobe.com/>, 15.02.2016.



**Bibliografia**

1. Blackwell A.: Holiday in Chernobyl? Tips for pollution tourism. „The Guardian”, 4.06.2012, <http://www.theguardian.com/travel/shortcuts/2012/jun/04/holiday-chernobyl-tips-pollution-tourism>, 20.01.2016.
2. Crick M.: Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility, [in:] *The Sociology of Tourism*. Routledge, London-New York 2001.
3. Cywiński P.: Kim jest post-turysta? Projekt post-turysta, <http://post-turysta.pl/>, 20.01.2015.
4. Drabble M.: Top ten literary landscapes. „The Guardian”, <http://www.theguardian.com/books/2009/sep/09/margaret-drabble-top-literary-landscapes>, 11.02.2015.
5. Horolets A.: Konformizm, bunt, nostalgia. *Turystyka niszowa z Polski do krajów byłego ZSRR*. Universitas, Kraków 2013
6. Kaczmarek A., Przybyłka A.: Wykorzystanie potencjału przemysłowego i poprzemysłowego na potrzeby turystyki. Przykład szlaku zabytków techniki województwa śląskiego. *Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego*, nr 14. Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, Sosnowiec 2010, [http://www.krajobraz.kulturowy.us.edu.pl/publikacje/artykuly/turystyka/kaczmarek\\_przybylka.pdf](http://www.krajobraz.kulturowy.us.edu.pl/publikacje/artykuly/turystyka/kaczmarek_przybylka.pdf), 2.02.2016.
7. Kowalczyk A. (red.): *Turystyka zrównoważona*. PWN, Warszawa 2010.
8. [literarytourist.com/browse.php?page=116](http://literarytourist.com/browse.php?page=116), 10.02.2016.
9. Pawłowski A.: On the trail of Sherlock Holmes in London. CNN, <http://edition.cnn.com/2009/TRAVEL/12/22/sherlock.holmes.tourism/>, 10.02.2016.
10. Podemski K.: *Socjologia podróży*. Uniwersytet Adama Mickiewicza, Poznań 2005.
11. Urry J.: Sieci społeczne, podróże i rozmowy, [w:] Sztompka P., Bogunia-Borowska M. (red.): *Socjologia codzienności*. Znak, Kraków 2008.
12. Wawrzyniak M.: Czytanie miasta – idea produktu turystyki literackiej na przykładzie Łodzi. „*Turystyka Kulturowa*”, nr 3, 2010, [http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2010\\_03\\_02.pdf](http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2010_03_02.pdf), 10.02.2016.
13. Wieczorkiewicz A.: *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*. Universitas, Kraków 2008.
14. Zaręba D.: *Ekoturystyka*. PWN, Warszawa 2006.

**Abstract**

Changes occurring in contemporary tourism and steadily growing popularity of trends based on the ideas of responsibility and sustainability sets new culture of tourism, culture that contributes to establishing an attitude of care and respect for the natural environment and cultural heritage, culture of new reflective tourists. Literary tourism according to the definition proposed by Peter Zmyslony refers to all activities associated with sustainable or short-term movements of people to destinations associated with the literary works and their creators, outside the place of residence or work and. Literature lovers of are tourist of different type than package tour buyers. Visiting the places related to their favorite works or authors require preparation and high cultural competences. Literary tourism is popular in many countries around the world. This type of tourist activity is gaining a higher market share and for this reason research on this issue is worth undertaking.