

mgr Zbigniew Frączyk

(Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego,
Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi)

TURYSTYKA I KULTURA – DWIE SIOSTRY

Tytuł artykułu sugeruje, iż związki turystyki oraz kultury są ściśle, wzajemne i bardzo bliskie. Ale jednocześnie rodzą się pytania: Czy rzeczywiście tak jest? A jeżeli tak, to jak głęboko związki te sięgają? W jaki sposób turystyka i kultura wzajemnie na siebie wpływają? Czy, i jeśli tak, to jakie jest ich wzajemne oddziaływanie nie tylko w sferze umysłowej, duchowej, ale również ekonomicznej? Pytania można mnożyć. Artykuł ma być próbą odpowiedzi na kilka z nich i wykazać jednocześnie, że obie te sfery działalności ludzkiej są sobie bliskie, że mogą – i powinny – ze sobą możliwie ściśle współpracować. Współpraca ta powinna z kolei pomóc jeszcze dobitniej zaistnieć w obecnej rzeczywistości rynkowej obu tym dziedzinom, dając jednocześnie ich uczestnikom satysfakcję nie tylko w sferze duchowej, ale również – a może przede wszystkim – w sferze ekonomicznej.

Być może uda się dowieść, że kultura i turystyka to dwie siostry, które mają ogromny wpływ nie tylko na ich twórców, uczestników i konsumentów, ale również na swój wzajemny rozwój oraz na rozwój gospodarczy poszczególnych regionów, krajów czy wręcz świata.

Podjęmowano wiele prób zdefiniowania turystyki. Niestety, jak dotąd nie istnieje definicja powszechnie przyjęta, a nawet spotyka się opinie, że taka definicja w chwili obecnej jest niemożliwa do skonstruowania. Klasyczne już dzisiaj stwierdzenie profesora W. Hunzikera (1951, cytaty za Libera 1969) mówi, że „przez turystykę rozumiemy zespół stosunków i zjawisk, które wynikają z podróży i pobytu osób przyjezdnych, o ile nie występuje w związku z tym osiedlenie oraz podjęcie działalności zarobkowej”. Oczywiście literatura przedmiotu zna i opisuje bardzo wiele definicji i poglądów na temat turystyki.

Nie wgłębiając się w analizę i skatalogowanie tych twierdzeń, przyjmijmy za R. W. Macintosh'em (cytat za Przeclawski 2004), że turystyka to „suma zjawisk i stosunków, wyrastających z interakcji turystów, usługodawców, urzędów przyjmujących i społeczności przyjmujących w procesie przyciągania i goszczenia turystów i innych odwiedzających”. Można więc stwierdzić, że jest to „całokształt zjawisk ruchliwości przestrzennej, związany z dobrowolną, czasową zmianą miejsca pobytu, rytmu i środowiska życia oraz wejściem w styczność osobistą z odwiedzanym środowiskiem – przyrodniczym, kulturalnym i społecznym” (Przeclawski 1973).

Wcale nie prościej wygląda próba zdefiniowania kultury. Rozumienie tego pojęcia przeszło i wciąż przechodzi – ewolucję. Od łacińskiego *cultura*, czyli po prostu „uprawa ziemi”, poprzez wieki sporów między różnymi koncepcjami filozoficznymi, do najpopularniejszego dziś określenia i rozumienia, że kultura to całokształt dorobku materialnego i duchowego ludzkości, wytwarzanego w ogólnym rozwoju historycznym. Na nasze potrzeby przyjmijmy, że kultura to „całokształt materialnego i duchowego dorobku ludzkości, gromadzony, utrwalany i przekazywany w ciągu jej dziejów z pokolenia na pokolenie”.

Jak widać, już przy pierwszych próbach rozważań o kulturze i turystyce okazuje się, że ich opisanie i zdefiniowanie – ze względu na obszerność znaczeniową – nie będzie wcale proste. Jednocześnie już pierwsze próby opisu tych bliźniaczych form aktywności ludzkiej świadczą o tym, że są to dziedziny pochodzące ze wspólnego pnia, ze wspólnej rodziny, że mogą być „siostrami”.

W. W. Gaworecki (2003) określa związki turystyki z kulturą jako „ściśle i wzajemne”. Twierdzi, że

turystyka chroni, wzbogaca, popularyzuje dobra kulturalne, kultura zaś inspirowe rozwój turystyki. Z obserwacji rynków wynika, iż szeroko rozumiana kultura zajmuje współcześnie coraz znaczącą pozycję na liście motywacji podróży turystycznych. Kultura staje się istotnym elementem programów turystycznych. Można powiedzieć, iż motywacje kulturalne występujące trwale w wielu rodzajach turystyki, uzasadniając już w chwili obecnej przyjęcie nowego zbiorczego terminu – turystyka kulturalna.

Badacze tematu wskazują, iż po okresie intensywnej rekreacji wodnej i przywodnej oraz w górach, przemierzania parków narodowych, krajo-
brazowych i poznawania osobliwości natury – kultura powraca jako czynnik generujący turystykę i jako bodziec do inwestowania i re-inwestowania w turystykę. Historycznie rzecz biorąc, nic faktycznie się

nie zmieniło. Związki kultury z turystyką powstały przecież już wtedy, gdy nasi przodkowie utrwalili ślady swojej obecności w postaci np. budowli sakralnych, obronnych, osiedli, dróg i historycznego zapisu utrwalonego w dziełach sztuki oraz tekstach literackich. Można więc powiedzieć, iż obecnie wraca tylko uświadomienie faktów historycznych oraz potrzeba ich ponownego przypomnienia, dokładniejszego zbadania i zastanowienia się nad tym, co było i co pozostało, stanowiąc pomost do przyszłości.

M. Krapiec (1996) zauważa, że „pierwszych źródeł kultury należy szukać w pierwotnej «interioryzacji» realnie istniejącego świata”, dokonywanej w naszym poznaniu oraz że „to właśnie ludzkie poznanie stoi u podstaw ważnego nurtu kultury, który tworzy naukowo-techniczne i artystyczne życie człowieka”. A przecież ta „interioryzacja” to także podróż, to turystyka, w trakcie uprawiania której (jak pisze M. Mead 2000)

dokonuje się wielki proces dyfuzji, który obok niewątpliwych tendencji ujednoliceń przynosi ze sobą także ferment wynikły z mieszania się różnorodnych wartości.

Zdaniem specjalistów teraz właśnie kultura powraca „na scenę” i zajmuje na rynku turystycznym znaczące miejsce jako „hitowy produkt przyszłości”. W różnorodnych projektach i inicjatywach jako cel stawia się eksploatację „obszarów kulturowych i wyrafinowanych obiektów turystycznych”. W. Alejsiak (1999) w swojej pracy *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku* pisze:

Turystyka stwarza szerokie możliwości promowania wartości kulturowych i kultywowanie dziedzictwa przeszłości. Nie tylko popularyzuje dobrą kulturę, ale także chroni je i wzbogaca. Stanowi także poważną podbudowę ekonomiczną dla zachowania dziedzictwa przeszłości. Z drugiej strony również kultura – będąc jednym z podstawowych elementów w strukturze motywacji turystycznych – inspirowa i promuje rozwój turystyki. Wśród wielu innych sposobów edukacji kulturowej społeczeństwa, turystyka zajmuje pozycję szczególną. Jest swoistym „oknem na świat”, przez które można dostrzec bogactwo i różnorodność kultur. Poprzez podróże możemy poznać różne formy kultur religijnych, rozmaite style architektoniczne, malarstwo, rzeźbę, literaturę, muzykę i wiele innych elementów kultury. Są one uwidocznione nie tylko w zabytkach, ale także w nowoczesnych rozwiązaniach architektonicznych i przemysłowych. Możemy poznać także różnorodność obyczajów, ubiorów, stylów życia. Poznając to zróżnicowanie, nie tylko przyzwyczajają się do odmienności, ale także uczą się wychodzić

poza własne stereotypy myślenia i kryteria estetyczne. Często dopiero w czasie podróży dochodzi się do przekonania, że poznawana kultura nie jest ani gorsza, ani lepsza – jest po prostu inna. Funkcja edukacji kulturowej nie dotyczy tylko turystów. Nawet ci, którzy nie uczestniczą w wyjazdach, dzięki powracającym z nich turystom, którzy w roli „naocznych świadków” przekazują im swoje spostrzeżenia – mają możliwość zapoznania się z kulturami innych społeczeństw. Turystyka to przecież zetknięcie kultur.

Już J. A. Komeński (1956) pisał o wartości podróżowania i zdobywanych w ich trakcie doświadczeń:

A gdym się tak w sobie myślami trapił, do tego przyszedłem przekonania, że najlepiej zrobię, jeśli się naprzód wszystkim sprawom tego świata, jakie są pod słońcem, dokładnie przypatrzę, jedno z drugimi rozumnie porównam, a potem dopiero takie wybiorę sobie powołanie, w którym bym spokojnie prowadząc życie wszystkie swoje sprawy do porządku przywiódł.

Najbardziej uwidacznia się to w przypadku turystyki międzynarodowej, zwłaszcza gdy mamy do czynienia z dużym dystansem kulturowym pomiędzy kulturą kraju, z którego pochodzi turysta, a kulturą kraju odwiedzanego. Im większy dystans, tym głębsze są skutki i przemiany społeczno-kulturowe wywołane przez turystykę. Jednak funkcja edukacji kulturowej nie dotyczy tylko turystyki międzynarodowej. W pełni uwidacznia się także w przypadku turystyki krajowej, gdzie dochodzi do spotkania kultur różnych regionów danego kraju, kultury wiejskiej z miejską itd.

Elementy kultury są obecne niemal we wszystkich rodzajach i formach współczesnej turystyki. Jest wiele dowodów na to, że turystyka jest swoistym nośnikiem wartości kulturowych. Świetnie rozumiał to już wiele wieków wcześniej mistrz Komeński (1956), który dawał swoim uczniom taką radę:

Przeto masz zamiar podróżować za granicę: Nie pójdziesz tak jakby do drugiego kraju (cały świat jest ojczyzną dla mędrca), lecz jakoby do szkoły, o której Bóg chciał, żeby była wspólna; tak jedni dla drugich jesteście jakby teatrem, zmieniawszy punkt widzenia nawzajem siebie uczymy.

Człowiek współczesny staje się dziś bardziej niż kiedykolwiek wcześniej „obywatelem świata”, a jednocześnie świat staje się „ojczyzną każdego człowieka”. Widząc turystów uczestniczących w lokalnych imprezach kulturalnych, mieszkańcy starają się również w nich uczestniczyć. Rozwój turystyki przyczynia się do wzrostu zainteresowania

własnym dziedzictwem kulturowym oraz troski o zachowanie walorów kulturowych. Ludność miejscowa zaczyna interesować się własną historią i kulturą, które pragnie lepiej poznać. Sprzyja to rozwojowi kultury regionalnej, pielęgnowaniu folkloru, rozwojowi sztuki ludowej, rzemiosła artystycznego, tworzenia skansenów, regionalnych muzeów, pielęgnowacji języka itp.

Interesującym zjawiskiem w tym względzie jest rosnąca liczba społeczności lokalnych, które odnawiają swoje dziedzictwo kulturowe, wzbogacają kolekcje muzealne, dynamizują działalność festiwalową itp. Zwiększając wydatki na kulturę i jej promocję, pragną poprawić swój wizerunek, przyciągając nową klientelę i zachęcić nowe przedsiębiorstwa turystyczne i indywidualnych odbiorców ich dóbr kulturowych. Kultura staje się u zarania XXI w. osią różnicowania, źródłem pomysłów i inicjatyw.

Wycieczki należy rozpoczynać od ziemi ojczystej: to jest najpierw wszystko w kraju należy zobaczyć; w ten sposób czynią ptaki, próbując lotu..., aby krety w kraju nie usiłowały być gdzie indziej orłami

– to słowa nie współczesnego regionalisty, zwracającego się do młodego pokolenia łaknącego poznania świata, ale – cytowanego już wcześniej – mistrza Komeńskiego. Jakże trafnie oddają one wzajemne związki i potrzeby poznania dorobku kulturalnego oraz podróżowania. Jakże wielkie ma to znaczenie dla rozwoju człowieka, a poprzez ten rozwój – dla rozwoju kultury.

Związki turystyki z kulturą odzwierciedlają się właśnie w humanistycznych podstawach turystyki. Bowiem jeśli uzna się turystykę za zjawisko ruchliwości przestrzennej związane z wejściem w styczność osobistą z odwiedzanym środowiskiem kulturowym, to widzimy, że podmiotem tych zjawisk jest człowiek – turysta, który uczestniczy w tworzeniu i ochronie wartości kulturowych oraz jednocześnie mający dogodne warunki poznawania tych wartości i przekazywania treści poznawczych, estetycznych i moralnych.

A więc turystyka niewątpliwie należy do kultury. Kultura jako dorobek społeczny jest dziełem człowieka, wynika z jego intencjonalnego działania. Podobnie turystyka jest przede wszystkim zachowaniem człowieka. K. Przecławski (2004), aby bliżej przedstawić związki turystyki z kulturą, wyróżnia pięć rodzajów takich związków:

- turystyka jest funkcją kultury,
- turystyka jest elementem kultury,
- turystyka jest przekazem kultury,

- turystyka jest spotkaniem kultur,
- turystyka jest czynnikiem przemian kulturowych.

W obrębie działalności turystycznej występują różnorodne dobra kultury będące przedmiotem duchowych potrzeb turystycznych. A. Kołodziejczyk (1979) pogrupował je następująco:

1. Przedmioty, miejsca i zjawiska związane z historią:
 - zabytki architektoniczne,
 - zabytki historyczne,
 - miejsca pamięci narodowej.
 2. Sztuka:
 - dzieła sztuki i wyroby rzemiosła artystycznego,
 - instytucje gromadzące dobra kultury materialnej, np. muzea, biblioteki, izby regionalne, izby pamięci czy historii miejscowej.
 3. Zjawiska życia będące wykładnikiem typu i poziomu współczesnej kultury:
 - współczesne osiągnięcia techniczne, gospodarcze i naukowe,
 - instytucje kulturalne, np. teatry, filharmonie, kluby, kawiarnie, puby,
 - zjawiska życia kulturalnego, np. imprezy, festiwale teatralne i muzyczne, obchody rocznic, dożynki itp.,
 - organizacja i sposób życia innych grup społecznych, np. wzory zachowań, style, moda.
 4. Kultura ludowa:
 - kompleks tradycyjnej kultury ludowej, czyli nie tylko działania artystyczne, ale i budownictwo, rzemiosło itp.
 5. Przyroda jako wartość kulturowa:
 - twory przyrody mające szczególne znaczenie symboliczne.
 6. Zagospodarowanie turystyczne:
 - tylko te elementy, które będą zawierały złożone właściwości dóbr kultury, np. wyposażenie bazy turystycznej w urządzenia kulturalne.
- Łatwo zauważyć, że wszystkie dobra kultury mogą być przedmiotem potrzeb turystycznych. Zaspokojenie tych potrzeb oznacza jednocześnie popularyzację dóbr kultury i duchowe wzbogacenie uczestników ruchu turystycznego. Jednocześnie występowanie tych dóbr stanowi ważny czynnik rozwoju turystyki w określonych układach przestrzennych.
- A. Kłoskowska (1980) pisze:

Wytwory wyłączone z zakresu ludzkich oddziaływań w swoim aktualnym funkcjonowaniu przestają należeć do kultury. Jak opuszczone świątynie starożytnego Khmeru zatopione przez dżungle, zarastają lianami i stają się schronieniem dla zwierząt. Przestają one wówczas funkcjonować jako

przedmioty kultury. Ale ich rzeźby wydarte z kamiennych podstaw, w dalekim muzeum wracają do funkcji kulturalnych, jakkolwiek w odmiennych ramach społecznych i w innej roli.

Kulturalny charakter przedmiotów nie tylko ma źródło w ludzkim działaniu, ale musi być przez nie utrzymywany. Podobną zasadę wyraził S. Ossowski (1948) stwierdzeniem, że „istotę kulturowego dziedzictwa stanowią dyspozycje ludzkie, czyli tendencje do określonego reagowania na przedmioty przekazywane w ramach społeczeństwa”. Kultura zakłada gotowość działania całkowicie bezinteresownego z punktu widzenia fizycznej egzystencji człowieka, a nawet wymaga poświęcenia interesów tej egzystencji w imię zadań uznanych za najwyższy istotny sens ludzkiego życia.

Oczywiste jest, że żadne symboliczne zachowania nie są w stanie zaspokoić same przez się podstawowych biologicznych potrzeb człowieka.

Szczegółowy, technologiczny opis produkcji tkanin nie dostarcza ochrony przed zimmem, projekt architektoniczny nie może służyć za schronienie, a przepis kulinarny nie zaspokoi głodu. Do tego potrzebne są działania bezpośrednie i rezultaty tych działań: odzież sporządzona z materiału, wybudowany dom, pokarm i przyrządzony zeń posiłek

– pisze A. Kłoskowska (1980). Ale dziś to też mało – trzeba te produkty wymienić, sprzedać itd.

Książd M. Krąpiec (1996) ma rację pisząc, że „kultura ma szansę przetrwania na wieczność... przez człowieka”. Można dodać: kultura ma szansę przetrwania przez człowieka... turystę.

B. Radkowska (2006) z Instytutu Turystyki w Warszawie podaje, że:

[...] w 2005 roku Łódź odwiedziło około 600 tys. turystów krajowych i 700 tys. turystów zagranicznych. Głównym celem przyjazdów turystów zagranicznych do Łodzi były interesy i inne sprawy służbowe. [...] Łódź była miastem najdłuższej średniej długości pobytu, która wynosiła 4–5 nocy. Turyści zagraniczni prze-bywali w Łodzi najczęściej 5–8 dni (ponad 55% przyjazdów). Łódź rzadziej niż inne miasta odwiedzali turyści w starszym wieku (55 lat i więcej).

To tylko niektóre informacje z badań Instytutu, które mogą posłużyć do właściwego przygotowania łódzkiej oferty kulturalnej. W każdym razie ukazane zostają ogromne możliwości, potencjał i duża grupa przyszłych odbiorców oferty kulturalnej. Nawet gdyby jakiś procent, jakąś część

przyjeżdżających do Łodzi udało się zainteresować ofertą kulturalną Łodzi nie tylko jako poznawczą, ale również jako formą spędzania czasu wolnego, wieczornego czasu, byłby to niewątpliwie sukces nie tylko finansowy, ale również ogromny sukces promocyjny miasta i jego oferty kulturalnej.

Jednocześnie trzeba przyznać, że liczba uczestników poszczególnych imprez, z jednego, nawet największego, miasta jest ograniczona z wielu powodów (m.in. ogólna liczba mieszkańców, liczba zainteresowanych, finanse, czas). Co ważniejsze, trendy rozwoju turystyki wskazują, że zapotrzebowanie turystów na taką formę spędzania czasu w przyszłości będzie coraz większe. Europejska Komisja Turystyki w Brukseli w opracowaniu *Przyszłe trendy w turystyce* pisze:

[...] świadomość i średni poziom wykształcenia się podnosi. Będzie to skutkowało wyborem imprez, w których istotną rolę odgrywają sztuka, kultura i historia, tzn. imprez o większych walorach edukacyjnych i związanych z rozwojem duchowości.

Będzie to oczywiście miało określone konsekwencje dla sektora turystycznego:

- 1) wzrost popytu na produkty specjalistyczne,
- 2) bardziej widoczne włączenie elementów sztuki, kultury i historii do imprez zorganizowanych i wakacji indywidualnych,
- 3) potrzeba lepszego i bardziej kreatywnego przekazywania informacji.

Nic nie zastąpi „konsumpcji” imprezy kulturalnej „na żywo”. Jeżeli do tego zgodzimy się z tezą, że największą liczebnie grupą odbiorców tych wydarzeń są przyjezdni; to odnaleźliśmy po prostu „klientów” kultury: ludzi, którzy przyjechali z pieniędzmi, które „chcą być wydane”.

Wagę współpracy podkreślają zapisy w *Narodowej strategii rozwoju na lata 2007–2013*, które wyraźnie wskazują na związek między turystyką a kulturą. Jego autorzy zwracają zwłaszcza uwagę na to, że rozwój kultury (np. kultury ludowej, lokalnej) jest przyczynkiem do zwiększenia atrakcyjności turystycznej regionu. W strategii (w rozdziale poświęconym wpływowi kultury na gospodarkę) można przeczytać m.in., iż kultura „determinuje rozwój turystyki”, gdyż według szacunkowych danych „turystyka kulturowa stanowi prawie 70% ruchu turystycznego na świecie”.

Rozwój turystyki kulturowej oznacza wzrost przychodów ze sprzedanych biletów w kinach, muzeach i innych atrakcjach turystyczno-kulturalnych, a tym samym daje możliwość czynienia nowych inwestycji

w sferze kultury. Nie można zatem mówić o jednostronnym wpływie. Te dwie sfery – turystyka i kultura – są ze sobą nierozzerwalnie połączone, a zrozumienie tego jest kluczowe dla rozwoju obu dziedzin. O przychodach, jakie płyną i mogą płynąć z turystyki powinno się pamiętać, zwłaszcza w sytuacji, gdy – jak czytamy w *Narodowej strategii rozwoju turystyki* – wydatki na kulturę są w Polsce jednymi z najniższych w Europie. Zwrócenie się w kierunku turystów może więc zwiększyć budżet niejednego muzeum. O możliwościach, a wręcz konieczności współpracy turystyki z kulturą, świadczą przykłady wielu innych, bogatszych państw, które jednak nie wahają się i zarabiają duże pieniądze na wydarzeniach kulturalnych (np. Francja, Niemcy, USA, Irlandia).

Może i u nas uda się zorganizować np. taką inicjatywę jak we wspomnianej Francji, w której, z myślą o podróżujących w interesach, od 1992 r. funkcjonuje Europejski Klub Sztuki, współpracujący z przedsiębiorstwami turystycznymi. Karta członkowska Klubu upoważnia turystę-biznesmena do wolnego wstępu na festiwale sztuki, spektakle, wystawy oraz inne imprezy kulturalne w dowolnym miejscu w Europie, w czasie częstych podróży z kraju do kraju podczas pełnienia obowiązków służbowych. Funkcja klubu nie sprowadza się tylko do zapewnienia swoim członkom – cudzoziemcom interesującego relaksu w czasie wolnym od zajęć służbowych. Odgrywa on także rolę popularyzatora nowych środowisk kulturalnych, ułatwia styczność z mało dostępną dziedziną sztuki współczesnej i z nowymi formami twórczości artystycznej. Powstają w ten sposób zachęty do konstruowania specjalnych programów przyjazdowych do wybranych miejsc, tworzy się nowa gałąź turystyki kulturalnej i kształtuje nowy typ klienta – turysty.

Bardzo trudno jest uświadomić wszystkie problemy związane ze współpracą tych sfer życia społecznego i gospodarczego. Trudno, ponieważ wydaje się to oczywiste. Trudno, ponieważ tak bardzo nie rozumiemy wspólnego interesu wynikającego z bliskiej współpracy, a właściwe ułożenie oraz zorganizowanie wspólnych działań tych branż jest szczególnie żmudne i złożone. Trudno, ponieważ są to sfery działalności opanowane przez indywidualistów. Trudno, ponieważ tej współpracy praktycznie nie ma.

Pytania i wątpliwości można mnożyć; bo cóż wiedzą o łódzkich wydarzeniach kulturalnych, ich programach, terminach, cenach łódzkie (i nie tylko) biura podróży? Które z nich umieszczają w swoich programach turystycznych te wydarzenia? Czy „łódzka kultura” spotkała się z branżą turystyczną „na roboczo”? Kto jest za to odpowiedzialny? Jaka jest w tym wszystkim rola polityków i samorządów itd.

Na zakończenie rozważań o wzajemnych związkach współczesnej turystyki i kultury można z całą pewnością stwierdzić, że turystyka na trwałe wpisała się do kultury współczesnej, stała się sposobem życia współczesnego człowieka oraz ma niebagatelny wpływ na ożywienie gospodarek wielu krajów i świata. Turystyka i kultura w obecnej rzeczywistości są konglomeratem, który poprzez ciągłe mieszanie, przenikanie i poznawanie tworzy nowe idee i pomysły, wzajemnie się napędzając. Jednocześnie należy zauważyć, że związki te są coraz bardziej złożone i pilnie wymagają nie tylko programów informacyjno-edukacyjnych, skierowanych głównie do tych dwóch branż, ale również do polityków i samorządów, a także systematycznych studiów oraz badań specjalistycznych, w które należy zaangażować świat nauki.

Trzeba pamiętać, że nadrzędne i prawdziwe jest czwarte prawo podróży według M. Hellera (2006), który w *Podróżach z filozofią w tle*, tak je formułuje: „Choćby cię nie wiem ile podróż kosztowała, choćbyś się nie wiem jak zapożyczył, to i tak do domu powrócisz bogatszy”.

Literatura

- Alejziak W., 1999, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Wyd. „Albis”, Kraków.
- Gaworecki W. W., 2003, *Turystyka*, PWE, Warszawa.
- Heller M., 2006, *Podróże z filozofią w tle*, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków.
- Kłoskowska A., 1980, *Kultura masowa*, PWN, Warszawa.
- Kołodziejczyk A., 1979, *Rola elementów kultury w turystyce*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Komeński J. A., 1956, *Wielka dydaktyka*, PAN, Wrocław.
- Krapiec M. A., 1996, *Człowiek w kulturze*, Wyd. „Gutenberg-Print”, Warszawa.
- Lewandowska-Tarasiuk 2005, *Turystyka jako doświadczenie kulturowe*, [w:] *Turystyka jako dialog kultur*, pr. zb. pod red. Z. Krawczyka, E. Lewandowskiej-Tarasiuk, J. W. Sienkiewicza, WSE w Warszawie, Warszawa.
- Libera K., 1969, *Międzynarodowy ruch osobowy*, PWE, Warszawa.
- Mead M., 2000, *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Narodowa strategia rozwoju na lata 2007–2013 (projekt).
- Ossowski S., 1948, *Więź społeczna a dziedzictwo krwi*, Warszawa.
- Panasiuk A. (red.), 2001, *Turystyka. Zarys wykładu*, Fundacja Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin
- Przećławski K., 1973, *Turystyka a wychowanie*, Instytut Wydawniczy „Nasza Księgarnia” Warszawa.

-
- Przełowski K., 1997, *Turystyka a kultura na przełomie XX i XXI wieku*, Polskie Stowarzyszenie Turystyki, Warszawa.
- Przełowski K., 2004, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Wyd. „Albis”, Kraków.
- Radkowska B., 2006, *Turystyka polska w 2005 roku. Wielkie miasta*, Instytut Turystyki, Warszawa.

