

Kultura Islandii jako produkt turystyki egzotycznej

Agata Stefanowska

agata.stefanowska@awf.edu.pl

Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie

Katedra Zarządzania, Organizacji i Ekonomii

ORCID: 0000-0002-5598-7231

Agnieszka Bóldak

agnieszka.boldak@awf.edu.pl

Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie

Zakład Pedagogiki i Psychologii

ORCID: 0000-0003-2627-3616

Abstrakt

Islandia cieszy się coraz większym zainteresowaniem zarówno wśród polskich, jak i zagranicznych turystów. Unikatowa przyroda Islandii jest głównym atrybutem przyciągającym zwiedzających ten kraj, jednak wyspa ta ma również niezwykle bogatą historię i kulturę. Ponad tysiącletnia historia osadnictwa daje odwiedzającym możliwość zapoznania się z pozostałościami budownictwa z czasów wikingów, skansenami z tradycyjnymi domami torfowymi oraz historyczną zabudową miejscowości, choć największą wartość przedstawia niematerialne dziedzictwo Islandii. Wyspa może pochwalić się licznymi festiwalami, muzeami czy interesującymi obiektami architektonicznymi, które również przyciągają turystów.

Celem niniejszego opracowania była próba odpowiedzi na pytania, czy kultura Islandii stanowi atrakcyjny i egzotyczny produkt turystyczny oraz w jakim stopniu turystyka kulturowa mieści się w ofercie turystycznej Islandii.

Przeprowadzona analiza pozwala stwierdzić, że Islandia zasługuje na nasze zainteresowanie pod kątem turystyki kulturowej, choć pozostaje ona w cieniu turystyki przyrodniczej. Turystyka kulturowa ma swoje miejsce w ofercie turystycznej, jednak raczej jako uzupełnienie niż główny produkt przyciągający zwiedzających.

Słowa kluczowe: Islandia, turystyka kulturowa, turystyka przyrodnicza, turystyka egzotyczna, wyspa

Wprowadzenie

Islandia cieszy się coraz większą popularnością i zainteresowaniem wśród Polaków. Z jednej strony, nasi rodacy stanowią obecnie największą na wyspie i wciąż rosnącą mniejszość narodową, z drugiej strony rozwija się inny typ zainteresowania – znacznie szerszego, którego przedmiotem jest islandzka kultura, obyczajowość, mentalność oraz niezwykła przyroda [Kwiatkowski 2008, s. 279]. Związane jest ono również z chęcią odwiedzenia wyspy, a co za tym idzie, z rozwojem ruchu turystycznego.

Islandia zazwyczaj kojarzy nam się z jej wyjątkową przyrodą. Jest to kraj lodu i ognia, wulkanów i lodowców, i to właśnie one wydają się być głównym przyczynkiem do rozwoju turystyki na tej, najbardziej wysuniętej na północ, wyspie europejskiej. Powstaje jednak pytanie, czy jest to również miejsce atrakcyjne dla turystyki kulturowej? Sami Islandczycy twierdzą, że ich ojczyzna jest niekwestionowaną twierdzą „kultury nordyckiej”. Jako przykłady potwierdzające tę tezę można wymienić powstanie „Eddy” na Islandii¹, tam również nordycka mitologia nabrała literackiego wyrazu. Ponadto staroislandzka literatura miała istotny wpływ na współczesnych zagranicznych autorów, wśród których można wymienić choćby Tolkiena [Pessel 2008, s. 265]. Nie bez znaczenia pozostaje również, że Reykjavik jest miastem literatury na liście UNESCO. Analizując miejsce Islandii na kulturalnej mapie Europy warto wspomnieć również, że właśnie tu powstało pierwsze w Europie (w 930 roku) demokratyczne ciało parlamentarne, a już w roku 1000 zaprzestano wykorzystywania niewolników do uprawy roli.

Do wyjątkowości kultury Islandii przyczynił się niewątpliwie fakt, że kraj ten znajduje się na wyspie. Wyspy wyróżniają się szczególnymi cechami – są odizolowane, a byty i społeczności „uwięzione” na nich [Pessel 2008, s. 247], dzięki czemu wpływy zewnętrzne są znacznie bardziej ograniczone, zwłaszcza w przypadku Islandii – wyspy trudno dostępnej i o nieprzyjazytnym klimacie (ryc. 1).

¹ Zabytek piśmiennictwa islandzkiego (IX wiek n.e), Składa się z 29 pieśni, z których 10 było poświęconych bogom oraz 19 poświęcono bohaterom i wojownikom, napisanych stylem, który został nazwany eddycznym.



Rycina 1. Położenie Islandii względem Europy

Źródło: <https://capturetheatlas.com/map-of-iceland/#europe> [17.09.2024]

To wszystko pozwala postawić tezę, że kultura Islandii ma charakter unikatowy, całkowicie odmienny od naszej. Celem niniejszego artykułu jest analiza, na ile kultura Islandii stanowi atrakcyjny i egzotyczny produkt turystyczny i w jakim stopniu turystyka kulturowa mieści się w ofercie turystycznej Islandii. Aby odpowiedzieć na postawione pytania przeprowadzono analizę kultury Islandii, genezy jej powstania i specyfiki, zbadano trendy i kategorie produktów turystyki kulturowej Islandii oraz przeanalizowano ofertę biur podróży w zakresie turystyki kulturowej na wyspie.

Turystyka kulturowa i turystyka egzotyczna

Turystyka kulturowa to pojęcie, które możemy rozumieć w różny sposób, a to wiąże się z problemem związanym z jej zdefiniowaniem. Jedną z trudności jest jednoznaczne rozgraniczenie turystyki kulturowej spośród innych rodzajów turystyki, drugą – ewolucja samej definicji kultury. Wielu badaczy prezentuje zwykle tzw. najszerszą definicję turystyki kulturowej, do której zaliczają większość aktywności turystycznych [Mikos von Rohrscheidt 2008, s. 4-21]. Sam autor proponuje własną definicję, w której turystykę kulturową określa jako „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. 18]. Według autora, turystyka musi spełnić dwa kryteria, by można było nazwać ją kulturową: po pierwsze program musi zawierać treści kulturowe w stopniu „zasadniczym”, po drugie element kulturowy stanowi decydujący motyw podjęcia podróży przez uczestnika. Wśród walorów kulturowych, decydujących o turystyczno-kulturowym charakterze podróży Mikos von Rohrscheidt [2008, s. 18-19] wymienia obiekty (zabytki, monumenty, budowle i zespoły urbanistyczne, dzieła sztuki itd.), wydarzenia (m.in. festiwale, koncerty, wystawy, festyny, akty religijne itd.), ale także bardzo indywidualne wartości, jak przyrost wiedzy (walor edukacyjny). Według Warteckiego [2010, s. 5] z kolei, obiekty zainteresowania tego rodzaju turystyki stanowią zarówno zamierchłe, jak i współczesne wytwory kultury. W jej skład integralnie wchodzi więc także wszelkiego rodzaju turystyka historyczna, nie należy zaś krajoznawstwo.

Mazurkiewicz [2008, s. 53-54] natomiast wskazuje na rozróżnienie między turystyką kulturową, a turystyką do miejsc kulturowych. Turystykę kulturową charakteryzują preferencje podróżujących ludzi, a nie atrybuty samej destynacji turystycznej – czyli dotyczy ona turystów, dla których podstawowym motywem wyjazdu do miejsc docelowych jest zainteresowanie istniejącymi tam walorami kulturowymi z punktu widzenia ich związku z własnym dziedzictwem kulturowym. Druga cecha charakterystyczna turystyki kulturowej to dużo większy ładunek emocjonalny niż w przypadku turystyki do miejsc kulturowych.

Szczególnym rodzajem turystyki kulturowej jest turystyka egzotyczna, rozumiana przez Mikos von Rohrscheidt jako „wyprawy o charakterze turystycznym, ukierunkowane na spotkanie uczestników z obcymi i dalekimi kulturami istniejącymi lub śladami dawnych odległych kultur poza obrębem własnego kontynentu, albo podejmowanych przez uczestników w celu takiego spotkania” [Kruczek 2011, s.5]. Co ważne, podróże egzotyczne dotyczą nie tylko celów odległych w sensie przestrzeni, ale również w sensie standardów kulturowych [Kruczek, 2014]. Islandia jako najbardziej wysunięta na północ wyspa europejska o zupełnie odmiennej kulturze może być postrzegana właśnie jako destynacja egzotyczna.

Analizując przypadek Islandii nasuwa się również pytanie o miejsce natury w turystyce kulturowej – czy oba te elementy wykluczają się wzajemnie? Istotą współczesnej turystyki jest wieloaspektowe i wielkoskalowe przenikanie się kultury oraz przyrody [Kulczyk 2016, s. 64, za Urry 2007, Kowalczyk 2013], a rozpoznanie tych relacji jest kluczowe dla możliwości zrównoważonego zarządzania rozwojem turystyki. Podział na turystykę kulturową i przyrodniczą ma w dużej mierze charakter porządkujący. Według Kulczyk [2016, s. 66] liczne przykłady dowodzą, że uwagę odwiedzających przyciągają elementy dobrze wypromowane/oznaczone, lub te leżące w kręgu subiektywnych zainteresowań turystów. Sam udział walorów naturalnych w produktach i programach turystyki kulturowej jest zrozumiały, a w niektórych przypadkach możemy mówić o turystyce kulturowo-przyrodniczej, gdzie „funkcja dziedzictwa przyrodniczego jest założona jako wiodąca, przy jednoczesnej integracji tych walorów z dziedzictwem antropogenicznym w krajobrazach kulturowych lub przy zastosowaniu trwałych obszarowych form organizacji i interpretacji walorów przyrody dla celów edukacyjnych” [Mikos von Rohrscheidt 2016, s. 9].

Turystyka dziedzictwa coraz częściej ukazuje miejsca i obiekty jako wpisane w przyrodę. Obiekty antropogeniczne często prezentowane są jako dostosowane do istniejących warunków klimatycznych, wykorzystujące rzeźbę terenu i jego zasoby (np. wody powierzchniowe czy roślinność) jako otoczenie i estetyczne zagospodarowanie obiektów, tworzące wraz z nimi integralne, unikatowe krajobrazy kulturowe [Mikos von Rohrscheidt 2016, s. 9]. Jedną z idei turystyki kulturowo-przyrodniczej jest koncepcja „od przyrody do dziedzictwa”. Jest to model opracowany na potrzeby turystyki zrównoważonej, który polega na tworzeniu rdzenia programu opartego na walorach naturalnych i uzupełnianiu go o obiekty dziedzictwa kulturowego. Przykładem takiego działania może być koncepcja CAN (*culture – adventure – nature*), która polega na włączaniu w programy zwiedzania obszarów naturalnych najcenniejszych atrakcji antropogenicznych formalnie zaliczonych do dziedzictwa kulturowego [Mikos von Rohrscheidt 2016, s. 24-25].

Turystyka na Islandii

Islandia to kraj, który w ostatnich latach staje się coraz bardziej popularny jako destynacja turystyczna, również wśród Polaków. Po okresie światowej pandemii koronawirusa, kiedy to Islandia zanotowała ponad 90-procentowy spadek przyjazdów, ostatnie dwanaście miesięcy przyniosło olbrzymi wzrost zainteresowania

odwiedzających. Liczba turystów w okresie sierpień 2022 – lipiec 2023 przekroczyła dwa miliony. Najwięcej turystów pochodziło ze Stanów Zjednoczonych (29,9%), Wielkiej Brytanii (13%) i Niemiec (7%). Na czwartym miejscu, pod względem liczby odwiedzających znajdują się Polacy (5,6%). Zdecydowaną większość wszystkich przyjazdów stanowiły te w celach turystycznych. Dominowały przyjazdy na okres około 7 dni [Tourism... 2023].

Pojawia się jednak pytanie, co jest celem wizyt na wyspie – czy są to aspekty kulturowe, czy wiążą się z innymi atrybutami tego kraju? Islandia – wyjątkowa pod względem klimatu, przyrody i krajobrazów, stwarza doskonałe warunki do uprawiania różnych form turystyki i rekreacji, nastawionych na kontakt z przyrodą. Czy celem turystów odwiedzających Islandię jest również kultura, powiązana z charakterystycznymi dla wyspy, sagami, legendami i trollami? Z badań przeprowadzonych w 2016 roku na zagranicznych turystach przyjeżdżających do Islandii wynika, że choć to natura Islandii stanowi główny powód przyjazdu (83% odpowiedzi), to historia i kultura Islandii również nie pozostały bez znaczenia – stanowiły decydujący czynnik o przyjeździe dla prawie 1/3 ankietowanych (32,1%).

Choć niewątpliwie najbardziej popularną destynacją dla turystów pozostaje Reykjavik, to również inne miasta i regiony Islandii oferują produkty turystyki kulturowej. Poniżej zamieszczono mapę prezentującą główne miejscowości i obiekty omówione w dalszej części artykułu (ryc.2).



Rycina 2. Mapa Islandii

Źródło: <https://pl.dreamstime.com/mapa-islandii-turystyczna-iscelandis-nordyckiego-kraju-wypierskiego-w-oceanie-p%C3%B3%C5%82nocno-atlantyckim-image220995535>

[18.09.2024]

Wśród aktywności związanych z kulturą, do najpopularniejszych należało zwiedzanie muzeów – w trakcie pobytu 42,6% badanych odwiedziło przynajmniej jedno muzeum, 13% odwiedziło wystawę lub galerię sztuki, 10,2% wzięło udział w festiwalu lub lokalnej imprezie, a 4,4% brało udział w odpłatnych eventach kulturalnych [International ... 2016, s.169]. Ankietowani dobrze ocenili zróżnicowanie aktywności związanych z kulturą (średnio na 7,84 w skali 1-10) oraz jakość doświadczenia związanego z działalnością kulturalną (średnio na 8,4 w skali 1-10) [International ... 2016, s.223-225]. Pojawia się zatem pytanie, co czyni kulturę wyspy wyjątkową i czym przyciąga ona turystów?

Kultura Islandii

Mówiąc o kulturze Islandii nie sposób nie wspomnieć o jej historii, a przede wszystkim o pochodzeniu samych Islandczyków, gdyż miało to kluczowe znaczenie w kreowaniu się kultury tego kraju. Islandczycy pochodzą od przybyszów ze Skandynawii, głównie z obszaru współczesnej Norwegii (Wikingów) oraz migrantów celtyckich z Wysp Brytyjskich, dzięki czemu kultura Islandii, a także język, mają silne źródła skandynawskie z wieloma elementami celtyckimi [Węclawowicz 2018, s. 67], co czyni je unikatowymi. Na kulturę obszaru wpływ ma również wielowiekowa wyspiarska tradycja i egzystencja we względnej izolacji. Przykładem może tu być literatura islandzka, której tradycje sięgają starożytnych islandzkich sag, i która inspirowana jest zarówno wpływami pogańskimi jak i chrześcijańskimi. Islandzkie opowieści ludowe zawierają w sobie mistycyzm, duchy, elfy i trolle, ale równocześnie nawiązują do sił natury i działań ograniczających wpływ człowieka na środowisko [Węclawowicz 2018, s. 68, za: Reykjavík Settlement Exhibition's website]. Szczególnym zjawiskiem kulturowym jest mitologia Islandzka wypełniona elfami [Węclawowicz 2018, s. 69]. Elfy, znane jako álfar i huldufólk, pojawiają się nie tylko w mitologii nordyckiej, licznych legendach i podaniach ludowych, ale także we współczesnych gazetach. Odgrywają one również pewną rolę w przemyśle turystycznym. Według Hołowni [2008, s. 60-61] elfy przetrwały pojawienie się chrześcijaństwa na wyspie, zadomowiły się na dobre w kulturze ludowej, literaturze oraz świadomości i prawdopodobnie również podświadomości Islandczyków, będąc tym samym istotną częścią wielowiekowej tradycji mieszkańców Islandii.

Szczególną część literatury islandzkiej stanowią sagi – pierwsze z nich zostały stworzone w XI wieku, dojrzały w wieku XIII. Co ciekawe, powstawały one jako powieści, a nie kroniki czy dokumenty historyczne i w odróżnieniu od średniowiecznej literatury europejskiej, były pisane w rodzimym języku, a nie po łacinie [Kristjánsdóttir 2008, s. 171]. Obecnie islandzcy autorzy publikują więcej książek na jednego mieszkańca niż w jakimkolwiek innym kraju na świecie. W literaturze współczesnej, tworzonej przez młodych pisarzy islandzkich, przyroda odgrywa dużą rolę, widać w niej obawy przed zniszczeniem warstwy ozonowej, nieprawidłowym wykorzystywaniem surowców naturalnych i zmianami klimatycznymi o zasięgu globalnym. Dodatkowo natura w nich prezentowana ma charakter mityczny oraz mistyczny. Kojarzy się z innością – współistniejąca ze społecznością mieszkającą na wyspie, ale niebędąca ich

prostym odbiciem, działająca czasem wspólnie z nimi, czasem przeciwko nim, według własnych praw i wzorów [Kristjánssdóttir 2008, s. 184].

Podobnie jak w przypadku islandzkiej literatury, silne związki z naturą obszaru można zauważyć w architekturze Islandii. Sercem architektonicznym wyspy jest Reykjavík, stolica, ale również największe miasto na wyspie, które prawa miejskie (przyznane przez króla duńskiego, panującego w tamtym czasie na wyspie) otrzymało dopiero w 1785 r., licząc w tym okresie ok. 200 mieszkańców [Doroz-Turek 2011, s. 158]. Najszybsza rozbudowa miasta nastąpiła po tym, jak Islandia stała się niepodległym Państwem, z Reykjavíkiem jako stolicą, co było związane m.in. z koniecznością budowy urzędów państwowych. W 1924 r. mianowano pierwszego, a zarazem ostatniego naczelnego architekta tego kraju Guðjóna. Guðjón próbował znaleźć styl islandzki (tzw. styl narodowy), co widać we wszystkich jego projektach oraz w zatwierdzanych przez niego i wybudowanych za jego urzędowania budynkach. Styl ten jest określany jako: art déco, neoklasycyzm, funkcjonalizm czy narodowy romantyzm. Guðjón zaprojektował w Reykjavíku gmach uniwersytecki oraz dwie świątynie: katolicką katedrę Chrystusa Króla – Kristkirkja i Hallgrímskirkja. Druga z nich jest najbardziej znanym i najwybitniejszym dziełem tego architekta. Co ciekawe, budowla ta nawiązuje do naturalnych struktur geologicznych Islandii – bazaltowych kolumn występujących wokół wodospadu Svartifoss. Frontową fasadę z kolei zaprojektowano na wzór naturalnie ukształtowanego krajobrazu, którą zwieńczono strzelistą wieżą, mierzącą 74,5 m i górującą nad miastem. Na szczycie wieży znajduje się taras, skąd rozpościera się widok na całą panoramę miasta. Obecnie jest to najwyższy obiekt w Islandii i najbardziej rozpoznawalny symbol Reykjavíku, tak jak np. wieża Eiffla w Paryżu czy Big Ben w Londynie [Doroz-Turek 2011, s. 160-161]. Poza budowlami Guðjón, w stolicy Islandii nie ma zbyt wielu spektakularnych zabytków kultury materialnej [Machowski, Rzętała 2018, s. 74].



Rycina 3. Fasada kościoła Hallgrímskirkja

Źródło: Fot. własna, 05.2016



Rycina 4. Kościół Hallgrímskirkja

Źródło: Fot. własna, 05.2016

Niewyróżniającym się obiektem jest islandzki parlament, który od 1881 r. mieści się w dwukondygnacyjnym budynku. Co jednak ciekawe, został wybudowany z szarego kamienia pochodzenia wulkanicznego [Machowski, Rzętała, 2018, s. 74].

Na uwagę zasługują również współczesne inwestycje budowlane. Najbardziej charakterystycznym budynkiem jest, wybudowana w 2011 roku w Reykjavíku, sala koncertowa i centrum konferencyjne – Harpa. Budynek został zlokalizowany w starym porcie, pomiędzy centrum stolicy i Oceanem Atlantyckim. W trakcie projektowania duńscy architekci (firma projektowa Henning Larsen Architects) konsultowali się z islandzkim biurem projektowym Batteríð Architects oraz zduńsko-islandzkim artystą Olafur Eliasson, który zaprojektował fasadę budynku. Udział wybitnego międzynarodowego zespołu miał być gwarantem wysokiej jakości obiektu, na jaką liczył rząd Islandii oraz urząd miejski w Reykjavíku. Obiekt stał się jednym z najważniejszych symboli miasta [Doroz-Turek, 2011, s. 165], co więcej, miał on być egzemplifikacją nowej, otwartej polityki międzynarodowej i wizytówką współczesnej Islandii, o czym świadczy również nazwa obiektu. Hörpu w języku islandzkim to harfa, czyli instrument istotny w kulturze muzyki nordyckiej, jednak wyraz ten oznacza również w języku staronordyckim jeden z pierwszych okresów wiosennych, będący zapowiedzią długo wyczekiwanego słońca [Banasik-Petri 2017, s. 37-38]. Podsumowując Harpa to przykład przenikania architektury, sztuki i islandzkiej natury, a jej wyjątkowość została uhonorowana pierwszą nagrodą im. Miesa Van der Rohe w 2013 roku.



Rycina 5. Harpa - centrum konferencyjne i sala koncertowa

Źródło: Fot. własna, 05.2016

W 2013 roku wprowadzono nową islandzką politykę kulturalną, zgodnie z którą rząd islandzki uważa zróżnicowaną scenę kulturalną za ważną część gospodarki narodowej, mającą wpływ również na rozwój turystyki. W rezultacie we wszystkich częściach kraju, nawet w odległych wioskach, osoby prywatne lub społeczności utworzyły instytucje kulturalne [Pokojska 2017b, s. 64]. Ważną formą promocji kultury danego regionu lub kraju są muzea. Zwiedzanie muzeów to często również nieodłączny element turystyki kulturowej, zwłaszcza w wąskim rozumieniu pojęcia. Obecnie ponad milion odwiedzających przyjeżdża co roku, aby obejrzeć 162 muzea i wystawy na Islandii [Ólafsdóttir 2013, s. 10]. Statystyki te pokazują szeroki zakres roli muzeów i podobnych instytucji w islandzkim krajobrazie kulturowym i turystyce oraz dowodzą, że nowa polityka zadziałała.

Pokojska [2017b, s. 61-74] przeprowadziła analizę islandzkich muzeów pod kątem kreowania wizerunku kraju poprzez podejście do dziedzictwa i eksponowanie w wybranych muzeach. W analizie autorka uwzględniła ponad 20 muzeów Islandii. W przeciwieństwie do muzeów w innych krajach, islandzkie placówki często wykraczają poza standardowe tematy muzealne, takie jak historia naturalna lub sztuka, które są oczywiście niezbędne, aby „wzbogacić i pogłębić nasze zrozumienie tego, kim jesteśmy i dokąd zmierzamy”. Muzea często oferują szeroki wybór wystaw poświęconych różnym, mniej typowym tematom np. Muzeum Islandzkiej Magii i Czarnoksięstwa w Hólmavíku (Icelandic Sorcery & Witchcraft in Hólmavík), czy Muzeum Potworów Morskich w Bildudalur (Sea Monster Museum in Bildudalur) [Pokojska 2017b, s. 63-64]. Same nazwy muzeów brzmią egzotycznie, a otwarcie tego typu obiektów wskazuje na odmiennność i unikatowość kulturową wyspy.

Większość głównych instytucji kulturalnych w kraju znajduje się w centrum Reykjavíku, a ten klaster kulturowy został jeszcze bardziej wzmocniony dzięki otwarciu, wspomnianego już wcześniej, centrum konferencyjnego Harpa. Najważniejsze obiekty kulturowe miasta (m.in. Teatr Narodowy, Muzeum Sztuki w Reykjavíku, Islandzka Galeria Narodowa, Harpa, Dom Kultury, Wystawa osiedleńcza Reykjavík 871 ± 2, Żywe Muzeum Sztuki i Narodowe Muzeum Islandii) są zlokalizowane stosunkowo blisko siebie, w bezpośrednim sąsiedztwie historycznych budynków, jeziora Tjörninn i zabytków kultury [Strategy... 2011, s. 8-11]. Z historią narodu islandzkiego można zapoznać się w Muzeum Narodowym, zbiory sztuki islandzkiej z XIX i XX w. zebrano w Galerii Narodowej, a w Domu Nordyckim mieści się centrum kultury nordyckiej z bogatym zbiorem książek. Na terenie miasta znajduje

się także Miejskie Muzeum Sztuki, Miejskie Muzeum Fotografii, Muzeum Morza, a także kilka innych miejsc, gdzie zgromadzono ważne dla Islandczyków zbiory tematyczne [Machowski, Rzętała 2018, s. 74]. Centrum miasta stanowi zatem kulturowy rdzeń całego kraju [Strategy... 2011, s. 8-11]. I to właśnie w stolicy kraju zatrzymuje się, przynajmniej na jedną noc prawie 90% turystów, w tym 1/3 spędza tu 3-4 noce [International... 2016, s. 93-95].

Pisząc o Reykjavíku należy wspomnieć o jego życiu nocnym, które również stanowi ofertę turystyczną, pozwalającą poznać kulturę i zwyczaje współczesnych Islandczyków. Conolly i Whelan [2012] niezbyt pochlebnie oceniają wysiłki, zwłaszcza ze strony biur podróży, aby promować Reykjavík jako „impresową stolicę świata”, utopię pięknych skandynawskich kobiet, nocnego picia i liberalnych postaw seksualnych. Wszystko to miało miejsce przede wszystkim w 101 historycznej dzielnicy handlowo-rozrywkowej, która stała się mianownikiem kreatywnej i globalnie dostrojonej stolicy, wykraczającej poza jej historyczną i geograficzną izolację. Od połowy lat 90. XX wieku stała się ona czymś w rodzaju marki, odzwierciedlając obraz miasta jako centrum alternatywnej muzyki i nocnego życia. Reykjavík aspirował do bycia miastem, które dorównuje kosmopolitycznym standardom głównych zachodnich metropolii, oferując kulturę zgodną z globalnymi trendami, ale z ekscentrycznym akcentem. Z nocnym życiem Reykjavíku i islandzkim „clubbingiem”, czyli chodzeniem w noc z piątku na sobotę i z soboty na niedzielę po klubach, w które zamienia się większość „dziennych” klubów czy kawiarni, słuchaniem muzyki granej głównie na żywo i piciem dużych ilości napojów wysokokowych wiąże się słowo *runtur*, jednak, jak pisze Pessel [2008, s. 247-248], niesłusznie, gdyż tak naprawdę słowo to pochodzi od jeżdżenia „w kółko” samochodami, na co skazana jest młodzież, której w Islandii prawo jeszcze nie pozwala na wstęp do nocnych lokali i na spożywanie alkoholu. Wyjątkowość *runtur* polega na kontraście – w weekend spokojni na co dzień mieszkańcy wyspy oddają się „dionizyjskim” uciechom. Jednym z przyczyn przeinaczenia i wyolbrzymienia pojęcia *runtur* jest chęć przyciągnięcia turystów spragnionych tego typu atrakcji.

Inną formą turystyki kulturowej, uprawianej na Islandii jest turystyka filmowa (ang. *set-jetting*), czyli zjawisko odwiedzania miejsc związanych z filmem czy produkcją filmową, a więc w tym przypadku to nie islandzka kultura staje się obiektem zainteresowania turysty, a chęć dotarcia do miejsca akcji modnej lub lubianej produkcji filmowej, wczucie się w klimat filmu, a także zwiedzanie obiektów uwiecznionych

w filmie [Tucki 2016, s. 141]. Dzięki wyjątkowym krajobrazom Islandia stała się atrakcyjnym miejscem dla tego typu produkcji, znanych na całym świecie. Wyspa wyróżnia się zróżnicowaną przyrodą, a odległości między ciekawymi miejscami są niewielkie, połączone stosunkowo dobrą infrastrukturą. Dodatkowo istnieje możliwość zatrudnienia profesjonalnej islandzkiej ekipy produkcyjnej [Guidetoiceland.is, a, 07.01.2022]. Wielu międzynarodowych producentów filmowych wykorzystuje tę lokalizację, zwłaszcza w filmach akcji lub fantasy, wymagających pozaziemskiego tła. Krajobraz Islandii można zobaczyć m.in. w filmach: Śmierć Nadejdzie Jutro (Die Another Day, Lee Tamahori, 2002), Batman: Początek (Batman Begins, Christopher Nolan, 2005) i Prometeusz (Prometheus, Ridley Scott, 2012) [Conolly, Whelan, 2012]. Przykładem produkcji telewizyjnej, która niewątpliwie pobudziła turystykę filmową na Islandii jest serial Gra o tron. Istotna część materiału z serialu została nakręcona na Islandii m.in. w okolicach Parku Narodowego Þingvellir (miejscowość Veiðilundur), na południowym wybrzeżu wyspy w pobliżu miejscowości Skeiðflötur (okolice lodowca Mýrdalsjökull) i w okolicach jeziora Mývatn oraz terenów lawowych Dimmuborgir na północnym wschodzie (w pobliżu miejscowości Reykjahlíð). Innym przykładem może być film Interstellar, w którym wykorzystano dwa islandzkie Lodowce Máfabót (w pobliżu miejscowości Kirkjubæjarklaustur) i Svínafellsjökull (w pobliżu Fagurhólsmýri), które imitują dwie różne planety. Obie lokalizacje znajdują się w południowo-wschodniej części Islandii, około godziny jazdy od siebie [Guidetoiceland.is a, 22.02.2024].

Specyficznym rodzajem turystyki filmowej jest turystyka filmowa wydarzeń, do której zalicza się m.in. udział w festiwalach lub premierach filmowych [Tucki 2016, s. 143]. Stolica Islandii, Reykjavík to siedziba międzynarodowego festiwalu filmowego, który jest organizowany od 2004 roku i oceniony został przez Geralda Peary z Boston Phoenix jako „jeden z najlepiej zaprogramowanych festiwali filmowych na świecie, z udziałem jednych z najbardziej ekscytujących gości” [Conolly, Whelan 2012, s. 7]. Wspomniany wcześniej udział w festiwalach filmowych można zaliczyć również do turystyki eventowej (stanowiącej część turystyki kulturowej). W tym obszarze Islandia może zaproponować wiele innych wydarzeń kulturalnych, przyciągających artystów z całego świata. Przykładem może być Festiwal Sztuki, który odbywa się na przełomie maja i czerwca w Reykjavíku. Po raz pierwszy został zorganizowany w 1970 roku. Festiwal poświęcony jest muzyce, sztukom wizualnym, tańcu, literaturze, designie, a także innowacji. Przez lata na festiwalu pojawiali się najsławniejsi artyści świata,

między innymi Led Zeppelin, Nina Simone, Andy Warhol, Bob Dylan, Goran Bregovic, Ingmar Bergman, Luciano Pavarotti, Human League, Doris Lessing, The Shadows, Leonard Cohen, Madness, The Stranglers, Björk czy David Bowie [Guidetoiceland.is, b, 22.02.2024].

Jednym z popularnych wydarzeń jest także Festiwal Wikingów w Hafnarfjörður, gdzie można poznać stroje, muzykę, biżuterię, rękodzieło w stylu Wikingów, a także pokazy walki na miecze [Guidetoiceland.is, b, 22.02.2024].

Na Islandii odbywa się również wiele festiwali muzycznych, zarówno klubowych, jak i plenerowych. Jeden z najbardziej popularnych to Þjóðhátíð í Eyjum, co roku organizowany na wyspach Vestmannaeyjar, w pierwszy weekend sierpnia. Na festiwalu można spotkać się z tradycjami wspólnego śpiewania czy posłuchać wielu popularnych zespołów islandzkich. Innym przykładem jest, odbywający się w październiku, największy pokaz muzycznych talentów na Islandii – festiwal Iceland Airwaves [icelandairwaves.is, b, 22.02.2024].

W Islandii szczególną rolę pełnią również pływalnie. Nie jest to tylko miejsce uprawiania sportu, ale raczej miejsce spotkań, rozmów i plotek – podobnie jak rynki miejskie w cieplejszym klimacie [Conolly, Whelan 2012, s. 7]. Ich rola związana jest nie tylko z dobrą dostępnością basenów z podgrzewaną wodą (jeden basen przypada na 2000 mieszkańców i znajduje się w niemal każdej miejscowości), ale także z rangą, jaką nadano pływaniu w pierwszej połowie XX wieku, w okresie formowania się współczesnej, niepodległej Islandii. Obecnie możemy mówić o swego rodzaju kulturze kąpieli w otwartych basenach oraz relaksu w wannach z gorącą wodą, która stanowi dla Islandii fenomen i opiera się na ustalonym kodzie zachowań, przyjętym i szeroko akceptowanym. Pływalnie rekompensują brak dynamicznego życia miejskiego w rozproszonej zabudowie islandzkich osad i wyspy w ogóle i często właśnie wokół nich skupia się życie społeczne Islandczyków. Pływalnie odgrywają, być może, podobną rolę jak w kulturze europejskiej kawiarnie i puby, a w kulturze amerykańskiej stacje paliw i dinery [Homiński, 2018, s.130-134].

Pływalnie stanowią również atrakcję turystyczną, traktowaną na równi z lodowcami, wulkanami oraz przyrodą ożywioną, czyli głównymi naturalnymi atrakcjami wyspy, a często same położone są w miejscach o niezwykłych walorach krajobrazowych [Homiński, 2018, s. 134]. Analizując wycieczki turystyczne na Islandię, można stwierdzić, że właściwie każda z nich ma w programie wizytę przynajmniej w jednym obiekcie z gorącymi źródłami, choć zwykle w ofercie znajduje

się typowo turystyczny obiekt, a najbardziej znanym z nich jest Blue Lagoon (w pobliżu miejscowości Grindavík). Dla 12,7% badanych turystów, możliwość odwiedzenia spa i wellness stanowiło decydujący powód przyjazdu do Islandii [International ... 2016, s.70]. Ponad 60% turystów odwiedziło geotermalną pływalnię, z czego ponad połowa tylko raz, jedna piąta dwa razy, a rekordziści (0,9%) odwiedzili pływalnię ponad siedem razy w trakcie pobytu [International ... 2016, s.172].

Oferta turystyki kulturowej na Islandii

Analizując oferty biur podróży organizujących wyjazdy na Islandię, autorki nie znalazły wycieczek nastawionych bezpośrednio na poznawanie kultury miejsca. Również wśród innych wycieczek na Islandię, kultura stanowi marginalną część programu, a często nie występuje w nim w ogóle. Analizę wycieczek na Islandię, dostępnych w Polsce, przeprowadzoną pod kątem oferty kulturalnej zamieszczono w tabeli 1. Wspólnym punktem dla wszystkich prawie wycieczek jest zwiedzanie Reykjavíku, choć trzeba zauważyć, że i w tym przypadku bogactwo programu jest zróżnicowane. Inne miejscowości lub wsie uwzględniane przez przynajmniej jedno biuro podróży to Reykholt, Akureiry, Hellnar, Haugane, Seyðisfjörður, Husavík i Vík.

Popularnym punktem programu jest również wizyta w kąpieliskach geotermalnych, a najczęściej w ofercie znajduje się Blue Lagoon. Jest to jednak jedna z najbardziej znanych atrakcji turystycznych Islandii i właśnie w tej kategorii trzeba ją traktować, a nie jako miejsce poznawania kultury lokalnej. Niektóre biura podróży oferują pobyt w innym kąpielisku np. biuro podróży Apetyt na Świat zaproponowało odwiedzenia innego kąpieliska – Secret Lagoon (w miejscowości Flúðir), które jest najstarszym naturalnym basenem geotermalnym Islandii [Apetyt na Świat, 11.10.2022]. Niektóre biura podróży przewidują w programie wizytę w muzeum, są to jednak pojedyncze przypadki. Przykładowo biuro podróży Rainbow w ramach 8-dniowej wycieczki proponuje wyłącznie zwiedzanie skansenu Glaumbær (w pobliżu miejscowości Varmahlíð), gdzie można podziwiać charakterystyczne dla dawnej Islandii torfowe domki. Podobnie w przypadku biura podróży Itaka, w ramach 8-dniowej wycieczki organizator oferuje zwiedzanie skansenu Glaumbær oraz Muzeum Folkloru w Skógar. Ecco Travel (Eccotravel.eu) z kolei proponuje wizytę w Muzeum Lava Center, choć w tym przypadku tematyka nie jest związana z kulturą. Apetyt na Świat w programie uwzględniło zwiedzanie dwóch muzeów – Muzeum Islandzkiej Magii i Czarnoksiężstwa (Holmavík) oraz Muzeum Śledzia.

Co ciekawe, niektóre biura podróży oferują samodzielne (indywidualne) wycieczki objazdowe po Islandii, w ramach których biuro podróży zapewnia noclegi, samochód, wycieczki oraz spersonalizowany plan podróży [Guidetoiceland.is c, 22.02.2024], a czasem miejscowego przewodnika [polartravel.pl/islandia, 22.02.2024]. Zaletą takiej formy wyjazdu jest możliwość dostosowania programu do własnych potrzeb i szansa na zwiedzanie we własnym tempie. Dla biura podróży z kolei jest to szansa na stworzenie oferty wycieczek mniej popularnych, na które trudno byłoby zebrać minimalną liczbę chętnych. Przykładem takiej indywidualnej wycieczki, związanej z turystyką filmową jest oferta biura podróży Polar Travel Śladami bohaterów „Gry o Tron”. Wyjazd trwa trzy dni, obejmuje zwiedzanie miejsc związanych z serialem pod opieką anglojęzycznego przewodnika. Program obejmuje zwiedzanie Parku Narodowego Þingvellir oraz doliny Þjórsárdalur, a także konkretnych miejsc, w których sfilmowano np. walkę Brienne z Tarthu z Ogarem o Aryę Stark, wioskę Olly'ego z charakterystycznymi, torfowymi domami, czy Krwawą Bramę [polartravel.pl/islandia, 11.10.2022]. Traveliada z kolei w programie wycieczki uwzględniła zwiedzanie miejscowości Seyðisfjörður, w którym kręcony był m.in. film z Benem Stillerem „Sekretne Życie Waltera Mitty” oraz słynny islandzki serial „W Pułapce” [Traveliada.pl, 13.10.2022]. Naprzeciw fanom turystyki filmowej, wyszła również Itaka proponując wycieczkę fakultatywną – rejs po jeziorze w scenerii z filmu z Jamesem Bondem „Die Another Day”, czy „Tomb Raider” [Itaka, 22.02.2024].

Wśród ofert ani jedna nie dotyczyła turystyki festiwalowej, a tylko jedna literackiej, choć w programie wycieczki tylko w niejasny sposób wspomniano o „historii islandzkich sag” [Albatros.pl, 11.10.2023].

Tab. 1. Oferta biur podróży w zakresie turystyki kulturowej

<i>Biuro podróży/ wycieczka</i>	Oferta w zakresie turystyki kulturowej					
	<i>Miejscowości</i>	<i>Muzea</i>	<i>Festiwale</i>	<i>Turystyka literacka</i>	<i>Turystyka filmowa</i>	<i>Kąpieliska geotermalne</i>
Rainbow, Dookoła Islandii (8 dni)	Akureyri, Reykjavik	Glaumbær	-	-	-	Blue Lagoon
Itaka, Islandia, ziemia ognia i lodu (8 dni)	Reykjavik, Reykholt	Muzeum Folkloru Skogar, Glaumbær	-	-	Tak, fakultatywnie	Blue Lagoon
Ecco travel, Islandia -	Reykjavik	Lava Centre,	-	-	-	Blue Lagoon

kraina żywiółów (6 dni)						
Polar Travel - Islandia Latem (6 dni)	Reykjavik Vik	-	-	-	-	-
Apetyt na Świat - Islandia na weekend – magiczne południe (4 dni)	Reykjavik	-	-	-	-	Secret Lagoon
Apetyt na Świat - Islandia 4×4 – Wokół księżycowej wyspy (15 dni)	Reykjavik	Muzeum Islandzkiej Magii i Czarnoksię- stwa (Holmavik) Muzeum Śledzia	-	-	-	Basen geotermalny z widokiem na Ocean Arktyczny
Łachmański Travel, Islandia: wycieczka dla koneserów	Reykjavik, Husavik, Akureyri,	Muzeum Folkloru Skogar	-	-	-	Blue Lagoon
Wycieczka na Islandię (12 dni)	Reykjavik, Seyðisfjörður , Akureyri,	Muzeum Folkloru Skogar	-	-	-	Blue Lagoon
Traveliada: Dokoła Islandii (7dni)	Reykjavik, Akureyri,	Glaumbær	-	-	Tak	Blue Lagoon.
Guide to Iceland Relaksujące 5-dniowe, zimowe wakacje na Islandii z jaskiniami lodowcowym i i Błękitną Laguną	Reykjavik	-	-	-	-	Blue Lagoon
Guide to Iceland 8-dniowa zimowa wycieczka po Islandii z	Reykjavik, Akureyri, Hellnar, Haugane, Reykholt	-	-	-	-	-

przewodnikie m po całej obwodnicy						
---	--	--	--	--	--	--

Źródło: Opracowanie własne na podstawie oferty dostępnej na stronach internetowych biur podróży.

Analizując stan turystyki kulturowej Islandii, trzeba pamiętać, że kultura Islandii nie jest obojętna na wpływ turystyki, zwłaszcza masowej. Jednym z objawów jest tzw. „wikingizacja”. Można tak określić zjawisko uatrakcyjniania oferty kulturalnej poprzez zniekształcanie własnej historii i dostosowywanie jej do oczekiwań turysty, którego wyobrażenie o Skandynawii ogranicza się do stereotypowych przedstawień wikingów. Przykładem może być tutaj jeden z hoteli w Hafnarördur, stylizowany na wioskę wikingów [Pokojska 2017a, s. 167-168].

Problem ten pojawia się także w przypadku muzeów – szczególnie, że islandzkie dziedzictwo w przeważającej mierze jest niematerialne, więc wszelkie próby nadawania mu znamion materialności są trudne, wymagają zachowania delikatnej równowagi między prawdą historyczną (bądź przekazu uznawanego za autentyczny), a możliwościami technicznymi i kreacją fabuły. Tutaj za przykład może posłużyć Saga Museum w Reykjavíku, w którym za pomocą figur woskowych i audio przewodników opowiadane są islandzkie sagi. O ile koncepcja z pewnością jest atrakcyjna dla turystów, mających w ten sposób możliwość zapoznania się z sagami w przystępny sposób, to wymagane w muzeach autentyczność i wartość merytoryczna eksponatów pozostają wątpliwe. W opozycji do „wikingizacji” pozostają działania na rzecz zachowania i promowania własnej tożsamości, np. otwarta w 2014 r. wystawa w Culture House w Reykjavíku celowo dedykowana jest w pierwszej kolejności Islandczykom, a nie turystom [Pokojska 2017a, s. 167-168].

Zakończenie

Celem niniejszego artykułu była próba odpowiedzi na pytanie, czy kultura Islandii stanowi atrakcyjny i egzotyczny produkt turystyczny oraz w jakim stopniu turystyka kulturowa mieści się w ofercie turystycznej Islandii. Według Pokojskiej [2017b, s. 66] islandzkie dziedzictwo najlepiej opisał Árnadóttir [2010, s.13] stwierdzając, że „historyczne miejsca na Islandii są wypełnione wspomnieniami, a nie budynkami”. Należy dodać, że te wspomnienia, legendy i magiczne istoty mają bezpośredni związek z przyrodą i krajobrazem wyspy.

Zdaniem Mikos von Rohrscheidt [2008], głównymi kryteriami zaliczenia danej wyprawy jako egzotycznej turystyki kulturowej jest przede wszystkim cel wyjazdu oraz program, który realizowany jest podczas pobytu. Ponieważ Islandia nie dysponuje wielkimi resortami turystycznymi zapewniającymi urlopowiczom zaspokojenie większości potrzeb w jednym miejscu tak, by nie musieli opuszczać obiektu, sprawia, że turyści nastawieni wyłącznie na bierny i luksusowy wypoczynek raczej wybierają inne kierunki. Znacząca część podróży na Islandię ma charakter indywidualny lub realizowana jest w mniejszych grupach, a program obejmuje odwiedzanie różnych obiektów przyrodniczych i kulturowych w odległych zakątkach wyspy. Odwiedzający mają zatem większy kontakt z lokalną kulturą, środkami komunikacji, usługami świadczonymi przez rdzennych mieszkańców. Biorąc pod uwagę dodatkowo odseparowanie wyspy, w przypadku Islandii możemy mówić o egzotycznym produkcie turystycznym dla odwiedzających z różnych rejonów świata, niekoniecznie odległych przestrzennie. Wyjątkowość przyrody jest magnesem dla wielu odwiedzających, jednak kultura wyspy również ma charakter unikatowy.

Podsumowując rozważania w niniejszym artykule, autorki proponują trzy dominujące kierunki rozwoju turystyki kulturowej w Islandii.

1. Natura oczami artystów

Na podstawie analizy materiałów oraz własnych obserwacji w trakcie pobytu w Islandii, autorkom nasuwa się pomysł, by stworzyć program wycieczek ukazujących właśnie obecność natury w kulturze, rolę jaką natura odgrywa w procesie twórczym islandzkich artystów – dawnych oraz współczesnych. Nie da się zaprzeczyć, że islandzka kultura jest bezpośrednio związana z naturą, przyroda dominuje nie tylko w krajobrazie, ale także w literaturze czy architekturze wyspy. Podobnie w przypadku kręcenia filmów czy seriali na Islandii, o wyborze destynacji decyduje często właśnie krajobraz i przyroda tego miejsca. To jednak czyni wyspę wyjątkową. Wśród atrakcji można wymienić chociażby najbardziej znane budynki Reykjavíku – katolicką katedrę Hallgrímskirkja nawiązującą do naturalnych struktur geologicznych Islandii, budynek parlamentu, który został wybudowany z szarego kamienia pochodzenia wulkanicznego, czy budynek Harpy.

2. Islandzkie sagi, czyli śladami elfów i trolli – turystyka literacka

Turystyka literacka to jedna z form turystyki kulturowej, której głównym celem jest docieranie do określonych miejsc związanych w różnorodny sposób z literaturą. Realizacja jej może odbywać się w różny sposób, m.in. poprzez wycieczki śladami

bohaterów książek oraz wyjazdy do związanych z nimi miast lub krajów; wyjazdy do miejsc związanych z życiem i twórczością pisarzy; wizyty w literackich placówkach muzealnych, parkach i centrach literackich oraz muzeach i pracowniach powiązanych z literaturą od strony technicznej (muzea papiernictwa, drukarstwa, drukarnie), a także poprzez udział w literackich imprezach turystycznych [Buczkowska 2009, s. 4-5].

W przypadku Islandii, najbardziej znaną na świecie częścią dorobku literackiego są Sagi i ich bohaterowie. Poznawanie literatury znów łączy się z poznawaniem przyrody. Atrakcją, zwłaszcza dla podróżujących z dziećmi, może być poszukiwanie miejsc, w których bohaterowie sag mieszkają. Jako przykład można podać Półwysep Snæfellsnes, który jest tłem dla XIII-wiecznej sagi rodu z Laxdalur – jej bohaterowie mieszkali nad zatoką Breiðafjörður. Inna saga opowiada o życiu Bárðura Snæfellsása, legendarnego pół człowieka pół trolla, którego uhonorowano pomnikiem przy miasteczku Arnarstapi. Półwysep został wspomniany również przez francuskiego pisarza Juliusza Verne, w powieści *Podróż do wnętrza Ziemi*, w której opisał zejście prowadzące pod skorupę ziemską bezpośrednio pod lodowcem Snæfellsjökull [podrozepoeuropie.pl, 15.07.2022].

Islandia proponuje również liczne instytucje kultury, które pozwalają na lepsze poznanie literatury kraju. Przykładem może być Muzeum Islandzkiej Magii i Czarnoksięstwa w Hólmavíku, a przede wszystkim Saga Muzeum w Reykjavíku. Warto również przypomnieć, że Reykjavik jest stolicą literacką UNESCO, a promocja tego faktu należy do strategii miasta na lata 2020-25 [Tourism Strategy].

3. Hollywood w Islandii, czyli śladami filmowych i serialowych bohaterów – turystyka filmowa

Turystyka filmowa, podobnie jak literacka może odbywać się w różny sposób, związana jest z podróżowaniem do miejsc związanych w różnorodny sposób z filmem. Formą najczęściej uprawianą jest podróżowanie do miejsc przedstawionych w określonych produkcjach filmowych bądź telewizyjnych [Tucki 2016, s. 142]. Turystyka filmowa już teraz stanowi atrakcyjną gałąź przemysłu turystycznego. Przykładem dużego zainteresowania tą formą turystyki może być relacja biura podróży Iceland Travel, które stworzyło ofertę wycieczki związanej z serialem Gra o Tron. Na jej atrakcyjność wpływ miało zaangażowanie lokalnego operatora turystycznego, który brał udział również w produkcji serialu. Mimo, że pierwotnym celem organizatorów było zmniejszenie sezonowości turystyki na Islandii, pozwoliło ono również na dotarcie

do innego segmentu turystów (głównie turyści podróżujący samotnie, w odróżnieniu od innych ofert) [Linkedin...], co może być przydatnym wnioskiem przy tworzeniu nowych produktów turystycznych. Wśród polskich biur podróży autorki znalazły tylko jedną ofertę poświęconą wyłącznie turystyce filmowej, ale w formie wycieczki indywidualnej. Niektóre biura podróży oferują wycieczki do miejsc związanych z filmem jako element programu. Na koniec warto wspomnieć, że w przypadku Islandii turystyka filmowa znów stanowi połączenie kultury z naturą, bo to właśnie szczególna przyroda wyspy jest bezpośrednim przyczynkiem wyboru jej, jako miejsca produkcji filmowej.

Podsumowując można stwierdzić, że kultura Islandii zasługuje na nasze zainteresowanie, jednak została ona zdominowana przez wyjątkową przyrodę wyspy. Trzeba jednak pamiętać, że oba te byty przenikają się wzajemnie, a szeroko pojęta kultura Islandii nierozzerwalnie związana jest z siłami natury i krajobrazem wyspy. Autorki nie znalazły oferty turystycznej poświęconej wyłącznie kulturze Islandii, jednak coraz liczniejsze obiekty turystyczne i wydarzenia kulturalne budzą zainteresowanie turystów i pozwalają kulturę lepiej poznać.

Bibliografia

- Árnadóttir B., 2010, Iceland country report – Storytelling at the Settlement Centre of Iceland, Akureyri, pp. 5, 13–14, 17, 24–26
- Banasik-Petri K., 2017, *Harpa – islandzki eksperyment*, Państwo i Społeczeństwo, 17/1, s. 29–49
- Buczowska K., 2009, *Literatura podróżnicza faktu niedocenianą niszą turystyki literackiej*, Turystyka Kulturowa, 1, s. 4–13
- Conolly J, Whelan C., 2012, *World Film Locations: Reykjavík*, World Film Locations Series, Intellect Books, Bristol
- Doroz-Turek M., 2011, *Dzieje osadnictwa Islandii i architektura Reykjavíku na przykładach*, Teka Kom. Arch. Urb. Stud. Krajobr. – OL PAN, 2011, 153–167
- Hołownia O., 2008, *Alfar i huldufolk. O islandzkich elfach w mitologii, sagach i podaniach ludowych*, [w:] R. Chymkowski, Pessel W.K. (red.) *Islandia: wprowadzenie do wiedzy o społeczeństwie i kulturze*, Wydawnictwo Trio, Warszawa, s. 59–90
- Homiński B., 2018, *Baseny i kąpieliska geotermalne w Islandii jako element przestrzeni publicznej. Rozwiązania funkcjonalne, przestrzenne i krajobrazowe sprzyjające kontaktom społecznym*, Środowisko Mieszkaniowe, 24/2018, s. 130–141
- Kowalczyk A., 2013, *Zasoby przyrodnicze jako atrakcje kulturowe: przykłady z wyspy Lanzarote (Hiszpania)*, Turystyka kulturowa. 5, s. 35–57
- Kristjánssdóttir D., 2009, *O lisach, wilkach, książętach i księżniczkach. Najkrótsze wprowadzenie do literatury islandzkiej*, [w:] R. Chymkowski, Pessel W.K. (red.), *Islandia: wprowadzenie do wiedzy o społeczeństwie i kulturze*, Wydawnictwo Trio, Warszawa, s. 171–190

- Kruczek Z. 2011, *Egzotyczna turystyka kulturowa (trendy, organizatorzy, uczestnicy)*, Turystyka Kulturowa, 2, 4-21
- Kruczek Z. 2014, *W pogodni za egzotykę. Między szokiem kulturowym a globalnym kiczem (dylematy współczesnej turystyki egzotycznej)* [w:] J. Wyleżalek (red.), *Podróże i turystyka w perspektywie społecznej, filozoficznej i pedagogicznej. Człowiek w globalizującym się społeczeństwie*, Wyższa szkoła turystyki i języków obcych w Warszawie, 97-113
- Kulczyk S., 2016: *Między kulturą a naturą. Zastosowanie koncepcji usług ekosystemowych w badaniach nad turystyką kulturową – przykład szlaku Wielkich Jezior Mazurskich*, Turystyka Kulturowa, 1/2016, s. 64-78
- Kwiatkowski K., 2008, *Środowiska sympatyków kultury islandzkiej w Polsce*, [w:] R. Chymkowski, Pessel W.K. (red.), *Islandia: wprowadzenie do wiedzy o społeczeństwie i kulturze*, Wydawnictwo Trio, Warszawa, s. 279-284
- Machowski R., Rzętała M., 2018, *Islandia – wyspa ognia, wody i lodu*. [w:] R. Machowski (red.), *Z badań nad wpływem antropopresji na środowisk*, Wydział Nauk o Ziemi UŚ, Sosnowiec, s. 73-84
- Mazurkiewicz L., 2008, *O istocie turystyki kulturowej*, Turystyka i Rekreacja, 4, 51-61
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka Kulturowa – wokół definicji*, Turystyka Kulturowa, 1, 4-21
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2016, *Przyroda w turystyce kulturowej. Programy, oferty, zagospodarowanie walorów i obszarów*, Turystyka Kulturowa, 1, 6-46
- Ólafsdóttir S. M., 2013, *Preface by the chairman of the Association of Museums and Museum Staff in Iceland* [w:] The Iceland Museum Guide, Reykjavik 2013, s. 10
- Pessel W. K., 2008: *Czy Islandia jest skandynawska? Próba nakreślenia „wzoru kultury” islandzkiej* [w] R. Chymkowski, Pessel W.K. (red.), *Islandia: wprowadzenie do wiedzy o społeczeństwie i kulturze*, Wydawnictwo Trio, Warszawa, s. 247-278
- Pokojska W., 2017a, *1,5 miliona, czyli wpływ turystyki na przyrodę, kulturę i społeczeństwo Islandii*, [w:] R. Chymkowski i Konopka E., *Antologia naukowa, Islandia Język, Naród, Natura*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa, s.157-176
- Pokojska W., 2017b, *Breaking definitional boundaries – museums in Iceland*, Zarządzanie w Kulturze, 18/1, s. 61–74 doi:10.4467/20843976ZK.17.005.6288
- Tourism Strategy for the City of Reykjavík 2020–2025*, 2020, The City of Reykjavík's Department of Culture and Tourism, Reykjavik
- Tucki A. 2016, *Turystyka filmowa – wybrana problematyka badawcza*, Barometr Regionalny, 14/2, 141 – 146
- Urry J., 2007, *Spojrzenie turysty*, PWN, Warszawa.
- Wartecki A., 2010, *Społecznoekonomiczne uwarunkowania turystyki kulturowej*, Turystyka Kulturowa, 3, s.4-15
- Węclawowicz G., 2018, *System osadniczy, ludność i gospodarka Islandii*, [w:] L. Andrzejewski, *Przyrodnicze i społeczne uwarunkowania współczesnych krajobrazów Islandii*, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Toruń, s. 67-76

Źródła internetowe

- Albatros.pl www.albatros.pl/wycieczki/dookola-islandii-wulkany-gejzery-i-lodowce
[11.10.2023]
- Apetyt na Świat www.apetytnaswiat.pl/islandia-4x4/ [22.02.2024]
- Eccotravel.eu www.eccotravel.eu/hotel-islandia-islandia-kraina-ywio-w-096969.html
[26.02.2024]

- Guidetoiceland.is a <https://guidetoiceland.is/pl/historia-i-kultura/filmy-krecone-na-islandii>, [22.02.2024]
- Guidetoiceland.is b <https://guidetoiceland.is/pl/wszystko-co-najlepsze-na-islandii/coroczne-wydarzenia-na-islandii> [22.02.2024]
- Guidetoiceland.is c <https://guidetoiceland.is/pl/zarezerwuj-wycieczke-po-islandii>, [22.02.2024]
- International Visitors in Iceland, 2016, Ferðamálastofa – Icelandic Tourist Board www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/Frettamyndir/2017/januar/sunar-konnun/sumar-2016-islensk.pdf, [31.05.2021]
- Itaka (www.itaka.pl/wycieczki/islandia/islandia-ziemia-ognia-i-lodu,KEFISLA.html) [22.02.2024]
- LinkedIn, www.linkedin.com/pulse/game-thrones-iceland-creating-set-jetting-adventure-palsdottir?articleId=6166525587549679616 [20.07.2022]
- Polartravel.pl <https://polartravel.pl/islandia/> [22.02.2024]
- Rainbow (<https://r.pl/dookola-islandii/zakwaterowanie-iso?wiek=1992-01-14&wiek=1992-01-14&liczbaPokoi=1&data=20220430&iataWyjazdu=WAW&dlugoscPobytu=8&czyCenaZaWszystkich=0>) [22.02.2024]
- Tourism in Iceland in Figures – April 2020, www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/Frettamyndir/2020/mai/april-2020-e.pdf [31.05.2021]
- Tourism in Iceland in Figures – April 2021, www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/talnaefni/ferdatjonusta-i-tolum/2021/april-e-2021.pdf, [31.05.2021]
- Traveliada.pl www.traveliada.pl/wczasy/op,1/id,70908/t1,20230902/dni,7/samolotem/w,BB/wz,KRK/adt,2/Dookola_Islandii.html [22.02.2024]

Cultural tourism in Iceland

Abstract

Iceland is becoming more and more popular among both Polish and foreign tourists. Iceland's unique nature is the main attribute that attracts visitors to the country, but the island also has an extremely rich history and culture. The over a thousand-year history of settlement gives visitors the opportunity to learn about the remains of construction from the Viking times, open-air museums with traditional peat houses and the historical development of the town, although the greatest value is the intangible heritage of Iceland. The island boasts numerous festivals, museums and interesting architectural structures that also attract tourists.

The aim of this study was to attempt to answer the questions whether Icelandic culture is an attractive and exotic tourist product and to what extent cultural tourism is included in Iceland's tourist offer.

The analysis conducted allows us to conclude that Iceland deserves our attention in terms of cultural tourism, although it remains in the shadow of nature tourism. Cultural tourism has its place in the tourist offer, but as a supplement rather than the main product attracting visitors.

Keywords: Iceland, cultural tourism, nature tourism, exotic tourism, island