

Michał Urbański

Podróże malarzy graffiti – nietypowa forma turystyki kulturowej

Turystyka Kulturowa nr 8, 49-64

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Michał Urbański, mgr turystyki i rekreacji, artysta graffiti – amator

Podróże malarzy graffiti – nietypowa forma turystyki kulturowej

Słowa kluczowe: turystyka kulturowa, graffiti, street art

Streszczenie

Treść artykułu odnosi się do sztuki graffiti jako szczególnego przykładu działalności artystycznej w ramach tzw. street art, a celem głównym publikacji jest przedstawienie fenomenu turystyki graffiti – która w ramach rozwoju graffiti na świecie powstała – jako nowego odłamu turystyki kulturowej. Część teoretyczna wsparta jest badaniami empirycznymi: analizowaną grupą osób stanowili malarze graffiti, którzy podróżują by tworzyć sztukę uliczną – sztukę graffiti.

Wprowadzenie

Ryszard Kapuściński powiedział kiedyś: „*Graffiti*” są formą graficznego krzyku. Ktoś chce, aby jego racje zostały dostrzeżone. Ponieważ kryzys komunikacji będzie trwał wiecznie, „*graffiti*” będą wieczne jak ogień, istnieć z tego względu, że komunikacja ludzka staje się komunikacją wizualną, a „*graffiti*” to kolor, to uderzenie, to próba zagrania na naszych emocjach w pewnym sensie jako sygnał, jako znak komunikacyjny, „*graffiti*” mogą być bardzo pożyteczne¹. W związku z powyższymi słowami, autor postanowił przyjrzeć się sztuce graffiti jako szczególnemu przykładowi działalności artystycznej w ramach tzw. street art, omawiając jej założenia i rys historyczny. Celem głównym artykułu stało się jednak przedstawienie fenomenu turystyki graffiti – która w ramach rozwoju graffiti na świecie powstała – jako nowego odłamu turystyki kulturowej. Analizowaną grupą osób są malarze graffiti, nazywani inaczej artystami street art, którzy podróżują by tworzyć sztukę uliczną – sztukę graffiti. Poprzez szczegółowy opis ich sylwetki i sposobu podróżowania autor postara się pokazać, że omawiana forma turystyki jest pewnego rodzaju fenomenem ostatnich kilku lat.

Street art – współczesna sztuka ulicy

Kultura współczesnego człowieka nie mogłaby istnieć bez sztuki. To właśnie ta dziedzina ogromnie interesuje i zajmuje ludzi na przestrzeni tysięcy lat. Każda epoka jawi się bogactwem wybranych form związanych ze sztuką: budowli, obrazów, pomników, rzeźb, plakatów, grafik, filmów, wideo. Na każde prawdziwe dzieło sztuki składają się bezpośrednie przeżycia zmysłowe na równi z abstrakcyjnymi doznaniem duchowymi. Jeśli którykolwiek z tych elementów zostanie ograniczony lub nawet całkowicie wyeliminowany, wówczas sztuka ubożeje. Ogólnie przyjęto, że to, co abstrakcyjne i percypowane, w sztuce jest czymś zmysłowym. A to, co zmysłowe, przejawia abstrakcję [Ałpatow 1968, s. 11].

Współczesna sztuka pokazuje, że piękno w procesie estetyzacji rzeczywistości wyszło poza sztukę, a dla niej samej nie jest już nie tylko wartością wyróżniającą, ale nawet nie jest niezbędne. W ciągu swej długiej historii pojęcie *sztuka*, z bardzo szerokiego o precyzyjnie wytyczonych granicach, znacznie zawęziło swój obszar, a jego granice też wyraźnie się zatężyły. W społeczeństwach współczesnych, sztuka w dużej części zawłaszczona przez przemysł rozrywkowy, stała się też w pewnej mierze kolejną gałęzią przemysłu i jest nazywana sztuką popularną [Zimmermann 2005, s. 4-5].

Nazwiska takie jak Rembrandt, Picasso, Salvador Dalí czy Vincent van Gogh są inspiracją dla sztuki współczesnej. Dzięki ich licznym i tak bardzo zróżnicowanym dziełom

¹ Słowa Ryszarda Kapuścińskiego pochodzą z publikacji Z. Bartkowiaka, *Graffiti – sztuka czy wandalizm*, 2008, Wyd. Fundacji Bezpieczne Miasto, Zielona Góra, s. 9

liczne muzea i galerie posiadają pokaźne zbiory, które są celem podróży turystów z całego świata.

Jedną z najnowszych form sztuk plastycznych widocznych na ulicach miast jest tzw. street art, czyli po prostu sztuka ulicy. Chcąc sprecyzować to pojęcie można dojść do wniosku, iż street art to galeria, która może mieć swe miejsce wszędzie w przestrzeni miejskiej. Tak naprawdę w każdym miejscu miasta można poczuć się jak na wystawie lub w galerii. Charakterystyczną cechą street art jest fakt, że przestrzeń miejska jest ruchoma i na drugi dzień dane dzieło sztuki może zniknąć, gdyż nie jest chronione żadnym prawem. W street art każdy może być artystą i wyrażać się za pomocą ulic miasta.

Sztuka street art jest obecna na całym świecie i aktualnie stanowi jedną z najbardziej ekscytujących współczesnych sztuk graficznych. Ze względu na dowolność form i artystów tworzących street art, dokonuje się jej rozróżnienia na tę dobrą, twórczą i podziwianą sztukę oraz tę złą – zaliczaną do wandalizmu. Do dobrego street art zalicza się te prace, które mają z góry określony cel i wnoszą dla oglądającego pewien przekaz. Działalność street art jest dla tych osób, które potrafią znaleźć się we właściwym miejscu i czasie, a jej odkrywanie jest pewnego rodzaju przygodą.

Street art to chyba największy zastrzyk sztuki w codzienność. Można się z nią spotkać zupełnie niespodziewanie nie zbaczając z codziennej drogi, np. do pracy. To bezprawna ingerencja w przestrzeń publiczną. Termin „street art” zawiera w sobie tradycyjne graffiti, lecz często jest używany także dla odróżnienia aktywności artystycznej od wandalizmu.

Istnieje powszechne przekonanie, że street art nie ma granic. Zastosowana technika jest sprawą indywidualną i zależy od artysty. To sztuka tworzona dla miasta, dla wszystkich odbiorców. Obecnie najczęściej stosowanymi formami street art są:

- wklejanie „wlepek” na ściany budynków,
- malowanie lub wydrapywanie postaci, zwierząt, napisów,
- przyklejanie ceramicznych kafelków czy ozdób z gliny,
- „kolorowanie” przestrzeni,
- robienie szablonów.

S. Zimmermann – autor publikacji na temat berlińskiej sztuki ulicznej obecnej głównie w dzielnicach Kreuzberg i Friedrichshein, w następujący sposób opisuje artystów tamtejszej sztuki ulicznej: „Przychodzą w nocy, mając ze sobą naklejki, szablony, specjalne flamastry i spraye. Rano rezultaty ich aktywności są widoczne na fasadach budynków, w metrze, ulicznych światłach czy kontenerach” [Zimmermann 2005, s. 4-5]. Według niego termin street art definiuje nową subkulturę ostatnich lat, a współczesna sztuka uliczna wręcz „eksploruje” przestrzeń publiczną w ten sam sposób co graffiti, popularne tagowanie czy tworzenie różnego rodzaju napisów, jednakże przekaz sztuki ulicznej jest dużo bardziej specyficzny. Prace artystów street art są mocno kreatywne i nieraz opowiadają jakąś historię stanowiąc formę ekspresji ludzkiej komunikacji.

Opisując zagadnienie związane ze sztuką uliczną warto przeanalizować najczęściej wybierane przez jej artystów miejsca. Najszerszą platformę do tworzenia street art stanowią opuszczone perony, puste okna, pociągi, tablice reklamowe, różnego rodzaju ściany, szyldy reklamowe czy też mapy metra oraz systemy nagłaśniające. To właśnie w przestrzeni metra powstaje ogromna ilość prac sztuki ulicznej. Jest to uzasadnione tym faktem, że metrem podróżuje tysiące, a niekiedy miliony osób. Przykładowo, w przypadku Londynu średnia dzienna liczba podróży oscyluje wokół 3,5 miliona. Szacuje się, że do roku 2020 liczba ta wzrośnie do 4 milionów. Tego typu dane tym bardziej potwierdzają zainteresowanie artystów street art tego rodzaju przestrzenią miejską, którzy dążą do tego, aby odbiór ich sztuki był jak największy. A właśnie metro umożliwia tworzenie sztuki w różnego rodzaju formach i miejscach tworząc prawdziwe „uliczne galerie” [Dillon 2007, s. 8-9].

Warto podkreślić fakt, że obecny rozgłos wokół street art przynosi różnego rodzaju korzyści [Peltason 2007, s. 10-11], m.in.:

- jest atrakcyjną formą sztuki dla szerokiej publiczności;
- skupia uwagę mediów;
- buduje nowe doświadczenia;
- kształtuje poglądy społeczeństwa na różne tematy;
- przemawia do ludzi w sposób wzbudzający w nich większą uwagę, głębiej i bardziej szeroko niż zwykle informacje nadawane przez ogólnie dostępne media.

Aktualnie istnieje wielu popularnych artystów street art, których podziwia cały świat. Są nimi graffitiarze tacy jak Blu, Banksy czy też malarze techniki 3D, jak np. Edgar Mueller (fotografia 1).



Fotografia 1. Jedna z form street art – malowanie na chodniku: Edgar Mueller.

Źródło: <http://www.european-street-painting.com/street%20art%20johnnie%20walker%20taipei.htm>

Graffiti – szczególny przejaw sztuki ulicy (rys historyczny współczesnego graffiti z pogranicza wandalizmu i sztuki)

Szuka graffiti w obecnej postaci ma stosunkowo krótką historię, lecz pomimo tego jest znana i rozpoznawana niemal w każdym zakątku świata. Aglomeracje miejskie są pełne zdobnych liter wymalowanych na murach różnego rodzaju budynków.

Nazwa „graffiti” pochodzi z języka włoskiego od słowa *sgraffito*, co w tłumaczeniu na język polski oznacza „drapać”. Czynność ta była praktykowana od początków ludzkości i polegała na nanoszeniu dekoracji ceramiki poprzez wydrapywanie wzorów ozdobnych na naczyniach i kamieniach. Podobne działania komunikacyjne w przestrzeni publicznej stosowano w starożytności, gdzie anonimowe napisy były wydrapywane na murach, tabliczkach czy też dzbanach. Starożytne znaleziska stanowią unikalny zapis ówczesnej mowy potocznej i dość często pojawiają się odwołania do innej etymologii słowa graffiti: greckiego czasownika *graphein*, czyli „pisać” [Dymna, Rutkiewicz 2010, s. 357].

Z kolei *Podręczny Słownik Wyrazów Obcych* W. Kopalińskiego utożsamia „graffiti” z rysunkiem i napisami wyrytymi na starożytnych naczyniach lub kamieniach i podaje bardziej współczesną definicję, która brzmi następująco: „obrazowy komunikat uliczny malowany na ścianach domów sprayem (rozpylaczem z farbą), pędzlem lub sprayem przez szablon, rozpowszechniony na świecie w latach 1968-90, który z czasem rozwinął się i uszlachetnił jako jeden z kierunków plastyki współczesnej [*Podręczny Słownik Wyrazów Obcych* 1997, s. 287].

Najbardziej powszechną formą graffiti jest tagowanie, czyli podpisywanie się – na początku (od lat 1960.) wykonywane flamastrami, będące swego rodzaju etykietowaniem przestrzeni własnym kodem. Kolejnym ważnym czynnikiem dla rozwoju graffiti było pojawienie się farby w sprayu w 1974 roku, dzięki czemu tagi stały się zdecydowanie widoczniejsze: większe, bardziej żywe i kolorowe. Dawały one możliwość pisania po

wszystkim i w zasadzie bez ograniczeń. Jeden podpis sprayem był bardziej widoczny niż setki podpisów tworzonych cienkimi markerami. Pojawienie się wielu nowych artystów powodowało, że trzeba było szukać nowych sposobów na wyróżniające się dzieło, co przyniosły m.in. farby w sprayu. Właśnie w ten sposób graffiti ewoluowało. Młodzi twórcy szukali charakterystycznego, indywidualnego i jedyne w swoim rodzaju stylu, a ich twórczość stała się sposobem na odreagowywanie negatywnych emocji. Każdy grafficiarz szedł w swoim kierunku, co przyczyniło się do tak dużej popularności nowojorskiego graffiti, które do tej pory jest cenione na całym świecie. Nowojorczyki kładli duży nacisk na indywidualny styl, a napisy nie były już skierowane do odbiorcy masowego, ale do tzw. grup wtajemniczonych. Wyróżniała je manifestowana podmiotowość i ekspresywność przekazu. W środowisku graffiti mówi się, że „malowanie stało się aktem personifikacji, rytuałem, który zmieniał miejsce niczyje w miejsce zamieszkane”. Ewolowały przede wszystkim litery, które zaczęły nabierać coraz większych rozmiarów. Zaczęto je wypełniać, dodawać kontur, dzięki czemu stawały się bardziej żywe. Tak właśnie od angielskiego słowa „master piece” narodziła się nowa forma graffiti zwana „piece”, czyli wrzut, graf.

Kolejnym ważnym wydarzeniem w rozwoju graffiti było pomalowanie przez jego twórców pierwszego tzw. „whole car”, czyli całego wagonu łącznie z oknami. Miało to miejsce w 1975 roku. Malarze nie widzieli granic i cały czas rozwijali się poprzez dodawanie do tworzonych przez siebie liter różnych elementów tj. postaci, cieni, trzeciego wymiaru czy mieszanie kolorów. W 1976 roku namalowano pierwsze tzw. „whole trains”, czyli całe wagony pociągu. Pierwszy z nich zrobił artysta o pseudonimie Caine 1, a drugi słynna grupa Fabolous Five. Wtedy również przy pracach zaczęły się pojawiać gwiazdki, przecinki, kropki, strzałki i niekonwencjonalne zdeformowane litery. Artyści (jak siebie nazywali grafficiarze, przez wielu nazywani zwyczajnie wandalami) bardzo często obierali za cel metro, gdyż pociągi przejeżdżały przez całe miasto i widziały je miliony ludzi. Zdaniem niektórych komentatorów w połowie lat 80. nie było nawet jednego wagonu metra, który nie został chociażby raz pomalowany sprayem od góry do dołu. Grafficiarze malowali stojące na bocznicach pociągi, gdyż trudne wyzwania przynosiły im wielką satysfakcję. Krytycy szybko docenili nowatorstwo i talent ulicznych malarzy i na początku lat 80. zaczęto organizować pierwsze pokazy graffiti, m.in. „Times Square Show” w 1980 roku [Gastman 2006, s. 48-56].

Wiele zmieniło się w 1986 roku kiedy to władze miasta Nowego Jorku widząc tempo rozwijającego się graffiti, a co za tym idzie zniszczeń, podjęły kroki zmierzające do ochrony własności poprzez wznoszenie płotów wokół bocznic i regularne czyszczenie pociągów. Nowatorski styl nowojorski szybko zyskał ogromną popularność w Stanach Zjednoczonych. Już w tamtych czasach władze Nowego Jorku wydawały horrendalne sumy na walkę z graffiti. Od 1970 do 1985 roku wydano na ten cel ok. 150 milionów dolarów. W 1978 roku wynaleziono metodę zmywania sprayu z wagonów, którą nazwano „buff”. Polegała ona na myciu składów wodą z dużą ilością chemikaliów pod dużym ciśnieniem i dzięki tej metodzie miasto zaczęło walczyć z „wandalami”. Była ona stosunkowo tania i skuteczna, a przy tym nie pochłaniała zbyt dużo czasu. Jednakże mimo wielu zabezpieczeń (drutów kolczastych, płotów, psów, wzmoczonych patroli) oraz wysokich kar pieniężnych za malowanie metra, *writerzy* (ang. malarze graffiti) nadal zajmowali się niszczeniem metra, co doprowadzało do wielu starć z ochroną metra. W wyniku tego zginęło kilku malarzy zaatakowanych przez ochronę metra. W związku z tym jeden z grafficiarzy Ritter (znany jako Lee), niezadowolony z obrotu sprawy, zaczął malować nocami na murach w okolicy Mostu Brooklińskiego. Po pewnym czasie miejsce to stało się publiczną galerią, a malarze z całego miasta chcieli uwiecznić tam swoje prace. Był to pewnego rodzaju przełom, gdyż graffiti zostało przeniesione z blach pociągów na nowojorskie ściany i o tej formie sztuki mówiono coraz głośniejsze. Wkrótce zainteresowany nietypowymi wydarzeniami dziennikarz zamieścił w lokalnej gazecie zdjęcia malowideł ze ścian. Zbiegło się to z wizytą w Nowym Jorku Claudio Bruniego, właściciela rzymskiej galerii „Meduza”, który odnalazł twórców malunków graffiti

i w ten sposób prace jednego z artystów o pseudonimie Lee stały się pierwszymi tego typu obrazami zaprezentowanymi w Europie [Lewisohn 2008, s. 35-36].

W latach 1980. odbywało się już bardzo wiele pokazów graffiti takich jak: „The Fun Gallery”, „Fashion Mode” czy „Mudd Club”. W 1983 roku na jednym z pokazów znalazł się Yaki Komblit, handlarz dziełami sztuki z Amsterdamu, który postanowił przedstawić graffiti na Starym Kontynencie. Y. Komblit zebrał grupę doświadczonych malarzy, zarówno tych malujących na blachach metra jak i ścianach oraz przedstawił ich pracę w „Museum Boymas van Benningen”. Wystawa spotkała się z gorącym przyjęciem zarówno krytyków, jak i kolekcjonerów dzieł sztuki. Wydarzenia te miały ogromny wpływ na rozwój graffiti w Europie. Po tego rodzaju pokazach odbywających się w Europie, na ścianach miast zaczęły pojawiać się pierwsze tagi. W tym czasie artyści graffiti zaczęli dzielić się na dwie grupy. Jedni pozostawali wierni nielegalnemu malowaniu na ulicach i w metrze, drudzy zaś zaczęli przenikać do świata sztuki [Dymna, Rutkiewicz 2010, s. 360]. Dzieła przez nich tworzone cieszyły się ogromną popularnością, gdyż cechowała je duża złożoność i oryginalność. Graffiti rozprzestrzeniało się bardzo szybko. Każdy kto zobaczył malowidła graffiti pierwszy raz, nie pozostawał obojętny. Sami nowojorscy grafficiarze zaczęli podróżować, aby zdobywać nowe jednostki metra i tak krok po kroku sztuka ta zaczęła się gwałtownie rozwijać, aby w późniejszym czasie podbić cały świat.

Pierwsze polskie artystyczne style były wzorowane na nowojorskich pociągach z lat 1970. Na początku pisano po murach wykonując „tagi” sprayem czy też pisakami, natomiast z czasem odkrywano nowe możliwości. W 1991 roku w Warszawie artyści o pseudonimach Doser i Ken – prawdopodobnie jako pierwsi wykonali tzw. wielokolorowe stylowe wrzuty. Drugim miastem, w którym graffiti zaczęło się prężnie rozwijać był Szczecin, a za nim z kolei wszystkie większe polskie miasta. Z czasem artyści przywozili style z Wiednia czy też Berlina. Obserwując historię graffiti śmiało można stwierdzić, że ta ukształtowana i zapożyczona forma sztuki dotarła do Polski z Nowego Jorku. Do rodzimej tradycji naściennej o politycznym charakterze wniesiono kolor i rozmach. Poważniejsze grupy artystyczne powstawały już na przełomie lat 1993/1994. Ważnymi postaciami w kształtowaniu polskiej sztuki graffiti było dwóch artystów z Berlina o pseudonimach Kobolt i Steak. W latach 1990. podróżowali do Polski w celu malowania graffiti na polskich ulicach, przez co wywarli ogromny wpływ na rodzimych malarzy. Wówczas tempo rozwoju graffiti było stosunkowo wolne, gdyż w tamtym okresie Internet dopiero pojawiał się w Polsce, a literatura była mało dostępna. Ponadto malowanie jednej pracy miesięcznie było postrzegane za wysoką aktywność [Dymna, Rutkiewicz 2010, s. 372]. Lata 1990. charakteryzują się dość szybkim rozwojem graffiti w Polsce. Pierwszą imprezę graffiti tzw. jam zorganizowano w 1994 roku w Lidzbarku Warmińskim i Bartoszycach z funduszu programu młodzieżowego „Tratwa”. Artystom tworzącym graffiti dało to okazję do poznania się nawzajem, podpatrzenia liter i wymienienia wzajemnie adresów. Ponadto na tego typu wydarzeniach malarze graffiti mogli nawiązać pierwsze „przyjaźnie graffiti”, co w konsekwencji zapoczątkowało podróżowaniu do innych miast w Polsce w celach artystycznych [http://graffitioln.socjum.pl/blog/pokaz_wpis/2].

Współczesne graffiti stają się coraz bardziej docenianą formą ulicznej sztuki nowoczesnej i propagują rozwój turystyki kulturowej. Jednym z przykładów jest Poznański Festiwal Murali zorganizowany w maju 2011 roku przez stowarzyszenie Outer Space. Wzięło w nim udział pięciu światowej rangi artystów graffiti. Jego celem było „obudzenie Poznania z codziennej szarości” i zaistnienie miasta na mapie muralowych galerii świata. Podczas festiwalu odbyły się warsztaty szablonów, projekcje filmów graffiti, pokazy tańca oraz liczne wystawy twórców graffiti oraz murali. Była to pierwsza tego typu impreza w Poznaniu. Zaproszeni artyści tacy jak Remed, Blu czy Kenor to muraliści cenieni na całym świecie, którzy podróżują w celach związanych z tworzeniem szeroko rozumianych sztuk plastycznych [<http://www.outerspaces.pl/idea-festiwalu/>]. Przed poznańskim festiwalem

artyści malowali murale w Krakowie, natomiast po imprezie w Poznaniu pojechali do Łodzi, aby pomalować gigantyczną ścianę. Muraliści żyją ze swojej sztuki naściennej prowadząc skromne życie. Dowodem na to jest odmowa noclegu w trzygwiazdkowym Hotelu Rzymskim mieszczącym się w centrum Poznania tłumacząc się tym, że wystarczy im jedynie kawałek podłogi i materac. W ten sposób chcą poznać nowych ludzi, kulturę i mentalność miejsca, do którego podróżują. Są otwartymi ludźmi chcącymi poznawać świat oraz innych artystów, a przede wszystkim odkryć specyficzny klimat miasta, do którego przyjechali.

Definicja turystyki kulturowej graffiti – miejskiej turystyki artystycznej. Typy turystów-grafficiarzy

Podróżowanie malarzy graffiti stało się bardzo modne w danych kręgach artystycznych. Jest to jeden z przejawów turystyki kulturowej, który z roku na rok angażuje nowych twórców-turystów. W kręgu miejscowych grafficiarzy osoby przyjezdne nazywane są slangowo „turystami” (którymi przecież właściwie są). Zasadniczo podróżują oni do miast, stąd też turystykę graffiti można wpisać w nurt turystyki miejskiej. Zgodnie z definicją obejmuje ona „wszystkie grupowe lub indywidualne podróże turystyczne, podczas których odwiedzający miasto wkraczają w przestrzeń spotkania wypełnioną obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury popularnej właściwej dla poznawanego miasta” [Kaczmarek, Kaczmarek 2009, s. 16]. W przypadku artystów graffiti wkraczanie w tę przestrzeń ma na celu także tworzenie jej lub przekształcanie.

Drugi rodzaj turystyki kulturowej związanej z graffiti to tzw. turystyka sztuk plastycznych. Odnosi się ona do osób, których zainteresowania koncentrują się wokół współczesnego malarstwa, rzeźby i szeroko pojętego rzemiosła artystycznego, fotografii czy grafiki. Ta forma turystyki przejawia się spotkaniami z przedstawicielami świata sztuki współczesnej, odwiedzaniem wystaw w galeriach i muzeach, a także przyjazdami na festiwale sztuki, wernisaże i różnego typu imprezy propagujące rozwój sztuki. Przy okazji turyści sztuk plastycznych (artyści i miłośnicy) zwiedzają dane miasta podziwiając i poszukując określonych form artystycznych oraz fotografując je [Buczowska 2008, s. 61]. Celem wyjazdów turystyki sztuk plastycznych są również spotkania innych ludzi tworzących tę samą sztukę i mających potrzebę ekspresji, czyli wyrazu artystycznego.

Na potrzeby niniejszego opracowania stworzono własną definicję turystyki kulturowej graffiti. Brzmi ona następująco: **Turystyka graffiti to podróżowanie artystów street art do aglomeracji miejskich w celu tworzenia własnych prac w jej przestrzeniach – nie będących jednak aktami wandalizmu, spotkań z innymi artystami i przedstawicielami świata sztuki, odwiedzania galerii sztuki współczesnej, udziału w tzw. jam graffiti. To także podróże miłośników street art i graffiti w celu podziwiania dzieł w przestrzeni ulicznej i galeriach, spotkań z artystami, udziału w warsztatach plastycznych czy zakupu dzieł (w przypadku kolekcjonerów).**

Podróżujący grafficiarze często odbywają też wyjazdy w celu nielegalnego malowania pociągów, jednak jako że uznawane jest to publicznie za wandalizm, nie może być włączone w kontekst turystyki kulturowej.

Poniżej znajduje się typologia turystów – malarzy graffiti, stworzona przez autora niniejszego artykułu, obejmująca dwie grupy:

a) Artystów graffiti podróżujących w celu uczestnictwa w jam graffiti

Tzw. jam graffiti to zorganizowane cykliczne imprezy-spotkania mające na celu promocję sztuki graffiti. Odbywają się wszędzie: w małych miasteczkach, jak i na 100-metrowych ścianach w centrum Nowego Jorku. W jednym miejscu i czasie zjeżdżają się z całego świata znane postaci z kręgu graffiti, aby razem pomalować przeznaczone do tego legalnie mury i ściany budynków. Daje to poszczególnych artystom dowolność stylu i koloru z uwagi na możliwość długiego malowania z przerwami na posiłki i inne rozrywki. Pociągi są tego przeciwieństwem, gdyż przeważnie pomalowanie metra nie trwa więcej niż 20 minut. W

Polsce najslawniejszym jam graffiti jest tzw. „Meeting of Styles” (ang. Spotkanie Stylów), czyli międzynarodowy Festiwal Sztuki Graffiti. Wywodzi się on z niemieckiego festiwalu Wall Street Meeting. Główną ideą imprezy było zjednoczenie malarzy oraz ukazanie graffiti jako jednego z prężnie rozwijających się kierunków sztuki, ale również umożliwienie młodym malarzom ekspresję ich talentu. Pierwsza impreza „Meeting of Styles” odbyła się w Łodzi w 2002 roku, a następnie w 2003 roku w Bełchatowie. Każda z tych imprez posiada własny temat, tak więc grafficiarze muszą się poniekąd wpasować w dane kryteria. Przykładowym tematem jest „Adam i Ewa”, więc artyści mają za zadanie namalować całą ścianę związaną z tym hasłem. Inwencja twórcza jest nieograniczona, a konkurs wygrywa grupa, która najlepiej i w najbardziej twórczy sposób ukaże temat. Zwycięska drużyna jedzie na kolejny jam w Europie, a zwycięzcy europejscy jadą walczyć o najlepszych malarzy na świecie. Impreza ta jednoczy cały świat artystów graffiti, którzy mają kolejną okazję, żeby podróżować i poznawać inne metropolie. Zarówno w Polsce, jak i na świecie jest organizowanych coraz więcej festiwali propagujących sztukę uliczną, w tym graffiti. Jednym z ciekawszych przykładów jest Outline Colour Festival organizowany w Łodzi, który pokazał, że wbrew pozorom przyjaźń między PKP i twórcami graffiti jest możliwa.

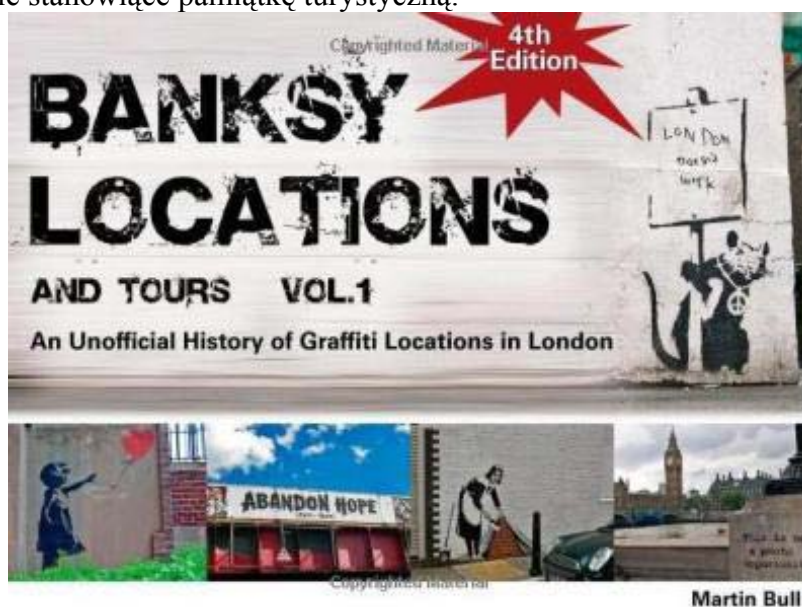
b) Artystów grafficiarzy podróżujących w celu tworzenia dzieł w miejskich przestrzeniach

W każdym większym mieście europejskim, gdzie sztuka street art i graffiti stanowi nowy nurt kultury, znajdują się wielkie uliczne galerie. Marzeniem każdego artysty jest pozostawienie śladów własnej sztuki w tego typu miejscach. Właśnie taka grupa osób podróżująca w celu promocji swojego imienia ulicznego stanowi ważną część turystów kulturowych graffiti. W kręgu artystów street art znane są poszczególne popularne i cieszące się ogromnym powodzeniem miejsca, jak np. kolebka światowego graffiti – długi mur w nowojorskim Bronksie, na którym każdy chce umieścić swoją pracę czy też street art-owa ulica Breeklane w Londynie, gdzie nie może zabraknąć żadnego ceniącego się twórcy albo paryskie Mont Martre, na którym każdy artysta chce mieć swoje graffiti na charakterystycznych dla Paryża opuszczanych roletach sklepowych chroniących sklepy od włamań. Każdy kogo interesuje ta forma sztuki i podróży jest zaliczany do tej grupy turystów. Przykładem artysty promującego swoje prace poza miejscem zamieszkania jest Space Invader, którego charakterystyczne prace są znane na całym świecie.

Graffiti to powód odbywania podróży także przez nie-malarzy. Mimo, że oni nie są podmiotem niniejszego artykułu, w ramach ukazania rangi znaczenia turystyki kulturowej o tematyce graffiti, zamieszczono poniżej także sylwetki dwóch typów takich turystów. Pierwszy to **miłośnicy graffiti i street art**, podróżujący w celu oglądania dzieł w różnych przestrzeniach miejskich. Jest to grupa osób jeżdżących po galeriach street art na całym świecie czy też po jam graffiti w celu zaspokojenia swojej ciekawości. Istnieje bowiem wielu zwolenników graffiti niemalujących, lecz interesujących się tym rodzajem sztuki. Są to najczęściej znajomi malarzy lub osoby, które kiedyś spotkały się z graffiti i sztuka ta stała się ich hobby. Mogą też być to osoby, które pomagają grafficiarzom w tworzeniu ich dzieł pełniąc funkcję tzw. „watchera” lub po prostu chcą przeżyć interesującą przygodę. W tę grupę wpisują się również pasjonaci Nowego Jorku, żeby zobaczyć okolice mostu brooklyńskiego, w której to powstawały pierwsze graffiti albo odwiedzić San Paulo, żeby zobaczyć charakterystyczny styl liter pisanych na wysokościach wywodzący się właśnie z tego miasta lub też poszukać i podziwiać sztukę murali Banksy’ego w centrum Londynu. Druga grupa natomiast to **kolekcjonerzy sztuki street art**. Są to przeważnie zamożne osoby lub pasjonaci jeżdżący po świecie w celu zakupu lub kolekcjonowania dzieła street art, jakim może być naklejka, figurka, szablon, plakat, mozaika i wiele innych form. Jak sama nazwa mówi street art to sztuka ulicy, która właśnie tam się znajduje. Dla prawdziwych kolekcjonerów nie stanowi problemu zabranie danego dzieła prosto z ulicy poprzez odklejenie, oderwanie czy nawet wykucie ze ściany, aby zdobyć dane trofeum dzieła sztuki. W związku z tym, że od

kilku lat street art zaczął być postrzegany jako sztuka a nie wandalizm, to wielu ludzi zaczęło kolekcjonować sztukę ulicy, traktując ją jako sztukę nowoczesną i wieszając dzieła zabrane z ulicy lub kupione w galerii na ścianach własnych domów. Zamożni kolekcjonerzy to zazwyczaj ludzie kolekcjonujący sztukę nowoczesną, a w tym wpisujący się w nią street art.

Chętnie kolekcjonowanym i dość ciekawym artystą jest Banksy, którego dzieła sprzedawane są za setki tysięcy funtów w najsłynniejszych domach aukcyjnych świata. Jego osoba to dowód też na to, że artysta-grafficiarz może mieć ogromny wpływ na rozwój turystyki miejskiej i sztuk plastycznych. Dowodzi temu fakt, iż cały świat, a w szczególności Londyn „oszalał” na punkcie tego artysty do tego stopnia, że wydano nawet przewodnik po Londynie śladami prac Banksy’iego (rysunek 1). Spowodowało to, że wielu turystów zaczęło odwiedzać Londyn w celu zobaczenia dzieł artysty w „ulicznych galeriach”. Sam Banksy wpłynął na rozwój turystyki i dał zarobić tysiącom ludzi żyjącym z turystyki poprzez sprzedaż magnesów, plakatów, figurek i innych gadżetów z jego pracami. Nowi turyści zaciekawieni tą formą sztuki wywodzącej się od graffiti zaczęli podróżować, żeby poznawać nowych twórców, zgłębiać techniki street art lub po prostu zobaczyć malowidło na ścianie i zrobić jego zdjęcie stanowiące pamiątkę turystyczną.



Rys. 1. Okładka przewodnika po Londynie z pracami Banksy’iego.

Źródło: http://www.amazon.com/Banksy-Locations-Tours-Unofficial-Graffiti/dp/0955471249/ref=sr_1_2?s=books&ie=UTF8&qid=1319579088&sr=1-2

Sylwetka polskiego turysty-grafficiarza na podstawie wyników badań ankietowych

Badanie przeprowadzono wśród wąskiej grupy osób zajmujących się ulicznymi sztukami plastycznymi, jakim jest graffiti. Celem badania było uzyskanie odpowiedzi na pytanie, czy turystyka graffiti jest interesującym motywem podróżowania dla młodych ludzi.

Kwestionariusz ankiety zawierał łącznie 22 pytania i został rozpowszechniony drogą mailową w Internecie. Ze względu na nielosowy dobór próby, informacje o ankiecie z odnośnikiem do strony internetowej z kwestionariuszem otrzymały osoby spełniające jedno podstawowe kryterium, a mianowicie czynne zainteresowanie sztuką uliczną, w szczególności graffiti. Jako formę komunikacji z badanymi osobami zastosowano e-mailing, komunikatory internetowe typu Gadu-Gadu oraz portal społecznościowy Facebook.

Ankieta składała się z części merytorycznej oraz metryczki i zawierała pytania, których celem było poznanie następujących zagadnień:

- pytania wprowadzające do tematyki związanej z graffiti i turystyką;
- motywy podejmowania turystyki kulturowej;
- długość oraz częstotliwość zainteresowania graffiti i podróżami z tym związanymi;
- miejsce uprawiania turystyki kulturowej;

- forma transportu;
- baza noclegowa malarzy graffiti;
- finanse przeznaczane na turystykę kulturową graffiti;
- formy malowania;
- osoby towarzyszące w turystyce graffiti;
- metryczka charakteryzująca respondentów.

Pierwszym pytaniem wprowadzającym było pytanie jednokrotnego wyboru dotyczące powodów zainteresowania sztuką graffiti, natomiast drugie i trzecie pytanie zamknięte dotyczyło podróży oraz strictly turystyki graffiti. Pytania te przy okazji filtrowały uczestników badania. Osoby interesujące się graffiti, ale nie podróżujące w tym celu, kończyły ankietę i nie odpowiadały na dalsze pytania. Te osoby, które określiły się mianem turystów graffiti brały udział w dalszej części badania. Próba respondentów przeprowadzonego badania wynosiła 30 osób. Przeanalizowano także cechy społeczno- demograficzne badanych osób takie jak: płeć, wiek, miejsce zamieszkania, aktualne zajęcie (nauka czy praca).

Dzięki uzyskanemu materiałowi źródłowemu, według pytań zamieszczonych w metryczce kwestionariusza ankietowego dokonano szczegółowej charakterystyki respondentów, która jednocześnie dała możliwość opisu sylwetki graffitiarza.

W badaniu ankietowym wzięły udział osoby głównie z przedziału wiekowego od 17 do 30 roku życia. Różnica wieku respondentów była dość duża, gdyż wynosiła 15 lat. Prawie połowa badanych (40%) to osoby w wieku 25-28 lat. Na drugim miejscu znaleźli się nieco młodsi malarze graffiti w wieku 21-24 lat (23% respondentów), a na trzecim 17-20-latkowie (20%). Trochę mniej liczebną grupą byli starsi respondenci od 29 do 32 lat, gdyż stanowili 17% ankietowanych.

Wśród graffitiarzy znajdowali się przede wszystkim mężczyźni, którzy stanowili 97% respondentów. Niespełna 3% to kobiety.

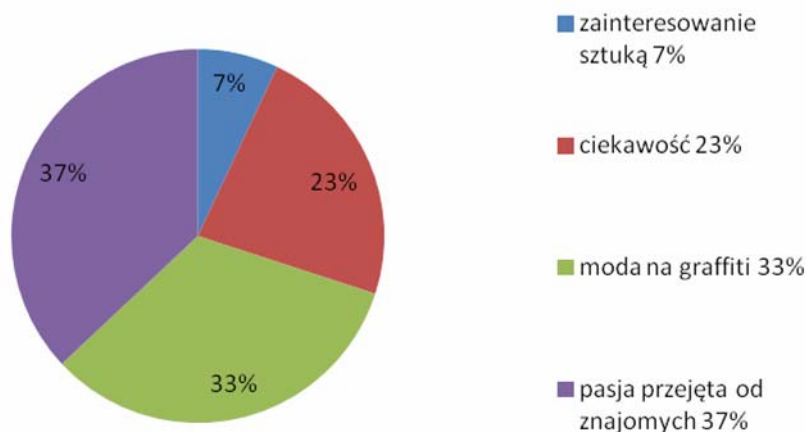
Trzecim elementem charakteryzującym respondentów było miejsce zamieszkania. W przypadku graffiti ma to dość istotne znaczenie ze względu na ilość budynków. I tak też badanie potwierdziło, iż graffiti jest typowo miejską sztuką uliczną charakterystyczną dla dużych aglomeracji. Aż 60% ankietowanych zamieszkuje duże miasta powyżej 500 tys. mieszkańców. Na drugim miejscu (23%) są nieco mniejsze miasta o liczebności od 100 001 do 500 tys. mieszkańców. Z kolei 13% ankietowanych stanowiły osoby mieszkające w miastach od 50 001 do 100 tys. mieszkańców. Miasteczka do 50 tys. mieszkańców zamieszkuje tylko 3% badanych. Wśród ankietowanych nie znalazła się ani jedna osoba mieszkająca na wsi.

W turystyce kulturowej graffiti dość istotnym elementem są posiadane na ten cel fundusze, dlatego też ankietowanym osobom zadano pytanie o to, skąd czerpią finanse na podróżowanie w celu tworzenia graffiti. Odpowiedzi ukształtowały się różnie. Większość osób pracuje na pełen etat (37%). Równe wyniki, po 20%, ukształtowały się dla odpowiedzi „od rodziców” oraz „inne źródło dochodów”. Na połowę etatu pracuje 17% ankietowanych, a dorywczymi zajęciami zajmuje się 7% respondentów.

Ostatnim pytaniem mającym na celu scharakteryzowanie badanych osób było pytanie dotyczące wykształcenia. Najwięcej ankietowanych posiada wykształcenie średnie (43%) oraz podstawowe (27%). Osoby z wyższym wykształceniem stanowią 17% respondentów, a z zawodowym 13%.

Pierwszym pytaniem przeprowadzonej ankiety było pytanie wprowadzające o powody zainteresowania sztuką graffiti. Większość osób zainteresowała się tą sztuką ulicy dzięki znajomym, którzy zarazili ich tego typu pasją. Z tą odpowiedzią zgodziło się 37% respondentów. Nieco mniej, bo 33% osób uważa, że do tego hobby skłoniła ich panująca moda na graffiti. O 10 punktów procentowych mniej (23%) stanowi wynik mówiący o tym, że powodem do zajęcia się tą nowatorską sztuką była ciekawość, a 7% respondentów wykazuje zainteresowanie sztuką. Poszczególne odpowiedzi ukazuje wykres 1.

Powody zainteresowania się graffiti



Wykres 1. Powody zainteresowania sztuką graffiti.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

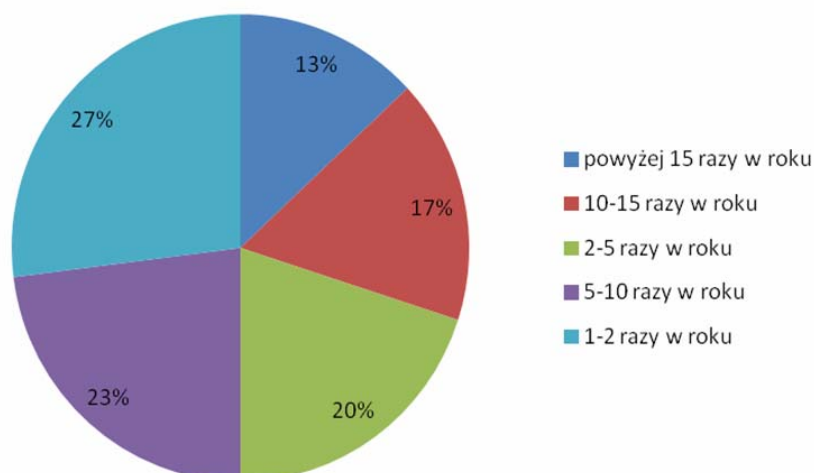
Drugim pytaniem wprowadzającym i jednocześnie filtrującym, było pytanie dotyczące podróży. Aż 93% osób uznało, że lubi podróżować. Tylko 7% uznało, że nie lubi tej formy spędzania czasu wolnego.

W trzecim pytaniu respondentów zapytano o to, czy uprawiają turystykę graffiti. Wszyscy ankietowani odpowiedzieli twierdząco.

Dalsza część ankiety pozwoliła poznać preferencje ankietowanych związane ściśle z tym hobby. Respondentów zapytano o to, jak długo malują graffiti podróżując do innych miejsc. Ponad połowa, gdyż 53% zajmuje się turystyką graffiti od 8 do 10 lat. Jeszcze dłużej uprawia ten rodzaj 40% ankietowanych, a 7% – 4-7 lat. Dla odpowiedzi „1-3 lata” oraz „krócej niż 1 rok” nie było żadnych wskazań.

Kolejne pytanie dotyczyło częstotliwości podróżowania malarzy graffiti (wykres 2). Najwięcej osób podróżuje w tym celu 1-2 razy w roku (27%). Reszta możliwych odpowiedzi kształtowała się następująco: 5-10 razy (23%), 2-5 razy (20%), 10-15 razy (17%) oraz powyżej 15 razy (13%).

Częstotliwość podróży graffitiarzy

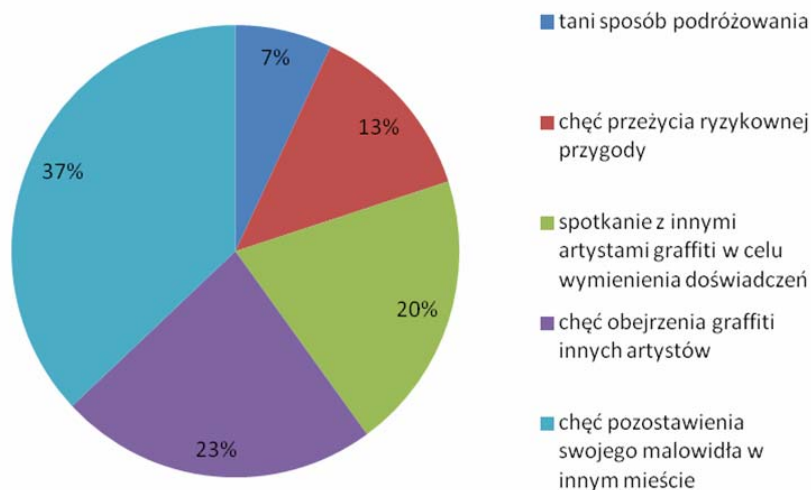


Wykres 2. Częstotliwość podróży w celu malowania graffiti.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Respondentów zapytano też o motyw, jakie kierują nimi do podjęcia danej czynności (wykres 3). I tak 37% ankietowanych podróżuje po to, aby pozostawić swoje malowidła w innym mieście. 23% osób chce obejrzeć graffiti innych artystów, a 20% spotkać się z innymi artystami graffiti w celu wymienienia doświadczeń. 13% badanych osób wyraża chęć przeżycia ryzykownej przygody, a 7% uważa turystykę graffiti za tani sposób podróżowania.

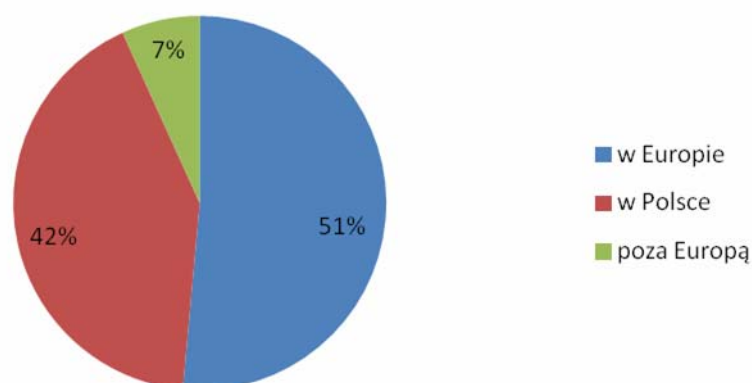
Motywy podróży graffitiarzy



Wykres 3. Motywy podróżowania w celach związanych z graffiti.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Następne pytania przeprowadzonego sondażu diagnostycznego dotyczyło miejsc uprawiania turystyki graffiti (wykres 4). Respondenci zostali zapytani czy preferują uprawianie tej formy turystyki w Polsce, w innych krajach europejskich, czy poza Europą. Zdecydowanie najpopularniejszym miejscem okazała się Europa (53% wskazań), następnie Polska (40%), a na końcu inne kraje świata (7%).

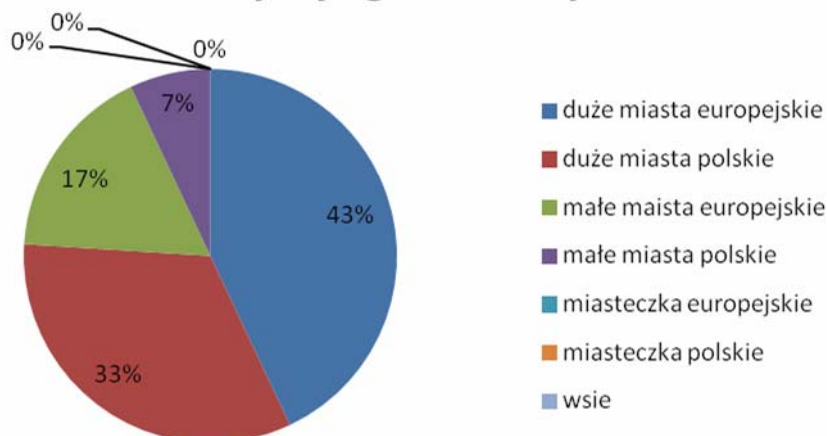
Miejsce wykonywania graffiti



Wykres 4. Miejsce uprawiania turystyki graffiti.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Respondentów zapytano o dokładniejsze miejsce podróży pod względem wielkości miast (wykres 5). Większość z nich podróżuje do dużych miast europejskich (43%), następnie do dużych miast w Polsce (33%). Dalszymi odpowiedziami są małe miasta europejskie (17%) i małe miasta w Polsce (7%).

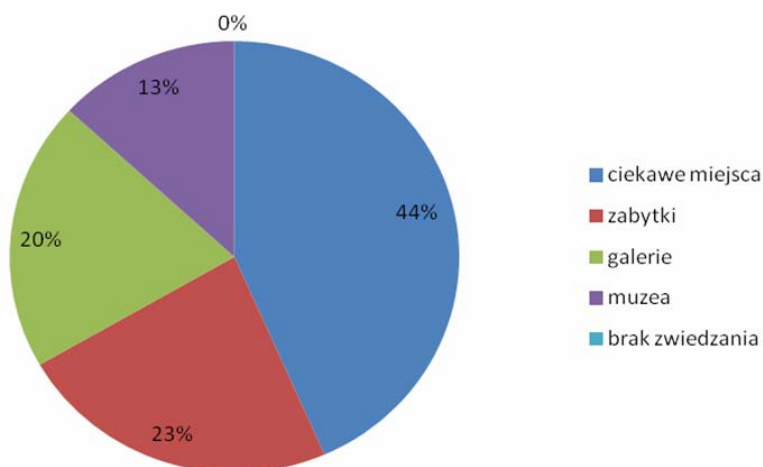
Destynacje graficiarzy



Wykres 5. Miejsce podróży pod względem wielkości miast.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Kolejne pytanie ankiety dotyczyło zwiedzania popularnych miejsc turystycznych. 43% badanych przyznaje, że zwiedza ciekawe miejsca w danym mieście. 23% ogląda zabytki, a 20% uczęszcza do galerii sztuki. Muzea odwiedza tylko 13% tej kategorii turystów. Nikt z badanych osób nie stwierdził, że nie zwiedzał żadnego miejsca podczas swojej podróży krajowej czy zagranicznej. Poszczególne odpowiedzi ukazuje wykres 6.

Zwiedzanie podczas podróży



Wykres 6. Zwiedzanie popularnych miejsc podczas podróży graffiti.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

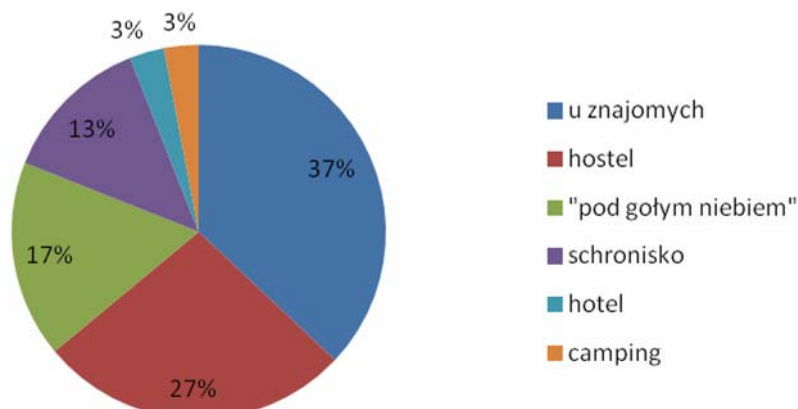
Dwa następne pytania dotyczyły środków transportu. W Polsce największa liczba turystów graffiti wybiera jako środek przemieszczania się samochód. Takiej odpowiedzi udzieliła prawie połowa ankietowanych (47%). Następnym środkiem transportu jest pociąg (43% odpowiedzi). Na trzecim miejscu znalazł się autostop z 10% wynikiem. Statkiem ani samolotem nie podróżuje żaden ankietowany.

Jeśli chodzi o podróże po Europie, to najczęstszym środkiem służącym przemieszczaniu się jest samolot (43% odpowiedzi). Na drugim miejscu znalazła się kolej (30%), a na trzecim samochód (17%). Z kolei autostopem podróżuje 7% graficiarzy, a statkiem 3%.

Ważnym aspektem w trakcie podróżowania jest baza noclegowa. Z racji specyfiki tej formy turystyki kulturowej najczęściej osób korzysta z noclegów u znajomych graficiarzy

(37%). Na drugim miejscu jest hostel (27%), a na trzecim „sen pod gołym niebem” (17%). Pozostałe odpowiedzi ukazują wykres 7.

Baza noclegowa

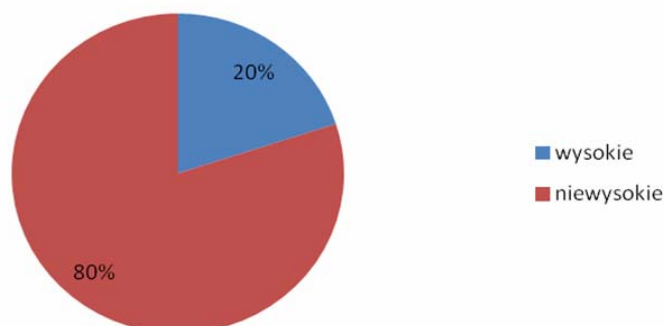


Wykres 7. Baza noclegowa ankietowanych graffitiarzy.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Respondentów zapytano także o finanse związane z podróżowaniem w celach związanych z graffiti (wykres 8). Pierwsze pytanie z tego segmentu brzmiało: „Czy uważasz, że turystyka graffiti wiąże się z dużymi nakładami finansowymi?”. Aż 80% ankietowanych osób uważa, że nie, a tylko 20% uznało, że turystyka graffiti wiąże się z dużymi nakładami finansowymi.

Nakłady finansowe na graffiti

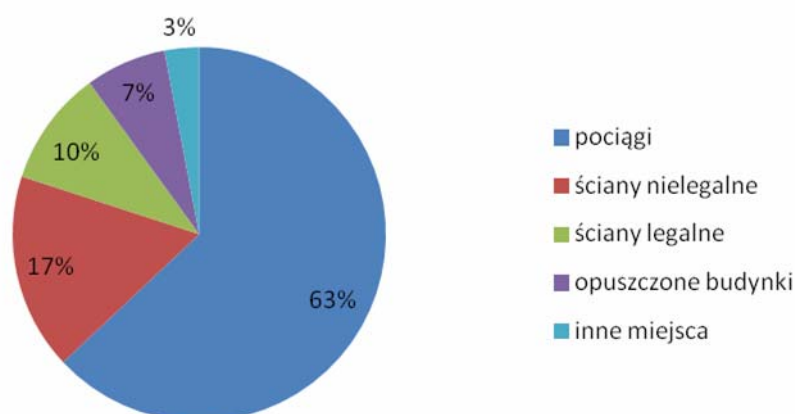


Wykres 8. Związek turystyki graffiti z dużymi nakładami finansowymi.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Ostatnie trzy pytania ankiety dotyczyły bardziej szczegółowych kwestii związanych ze sztuką graffiti. Najpierw zapytano respondentów o miejsca malowania. Najpopularniejszym miejscem są pociągi (dla 63% osób). Ściany nielegalne stanowią niecałą 1/5 miejsc (17%), a ściany legalne 10%. Na czwartym miejscu znalazły się opuszczone budynki (7%). 3% osób maluje swoje dzieła jeszcze na innych miejscach. Poszczególne odpowiedzi przedstawia wykres 9.

Miejsce wykonywania graffiti

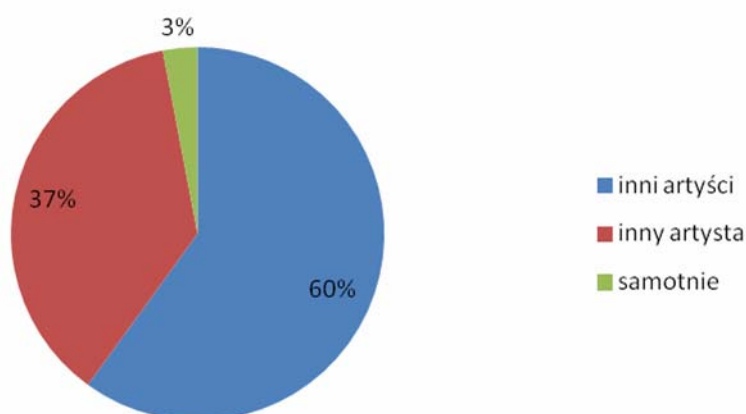


Wykres 9. Miejsca wykonywania graffiti.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Kolejne pytanie dotyczyło towarzystwa w turystyce graffiti. Aż 60% respondentów podróżuje z wieloma artystami, a 37% z jednym artystą. Tylko 3% ankietowanych jest samotnymi turystami graffiti (wykres 10).

Towarzystwo w podróży

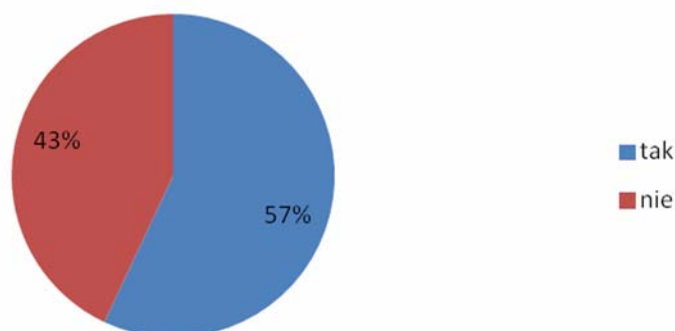


Wykres 10. Towarzystwo w podróżach graffiti.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Ostatnie pytanie ankiety brzmiało następująco: "Czy będąc w innym mieście nawiązujesz kontakty z tamtejszymi artystami graffiti?". I tak ponad połowa ankietowanych, bo 57%, nawiązuje kontakty z artystami graffiti zamieszkującymi odwiedzone miasto, z kolei 43% zaprzeczyło temu stwierdzeniu (wykres 11).

Nawiązywanie kontaktów artystycznych u celu podróży



Wykres 11. Nawiązywanie kontaktów z artystami graffiti w miejscu podróży.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Zakończenie

Przedstawiona w artykule problematyka turystyki graffiti ujawnia kilka ważnych wątków związanych z rozwojem współczesnej turystyki kulturowej.

Przeprowadzone badanie ankietowe potwierdziło istnienie w turystyce kulturowej zjawiska nazywanego turystyką graffiti. Motywami, jakimi kierują się badani wybierając jako formę podróżowania turystykę graffiti jest przede wszystkim kilkulatnie zainteresowanie tą formą street art, chęć obejrzenia graffiti innych artystów oraz spotkania się z nimi w celu wymienienia doświadczeń. Niewielka część badanych osób wyraża chęć przeżycia ryzykownej przygody i uważa turystykę graffiti za niskobudżetowy sposób podróżowania. Respondenci jako miejsca podróży związane z graffiti podawali głównie kraje europejskie i Polskę. Tylko niewielka liczba osób podróżuje w tym celu do innych krajów na świecie. Jeśli chodzi o wybór miejsc w danym kraju, to większość artystów graffiti wybiera duże aglomeracje miejskie ze względu na znajdującą się tam infrastrukturę i możliwości do tworzenia dzieł tej nowatorskiej sztuki ulicznej. Znajdując się w danym mieście ankietowani zwiedzają ciekawe miejsca i poznają mentalność żyjących w nich społeczności. Niespełna jedna piąta osób ogląda zabytki i uczęszcza do galerii sztuki.

Ta nietypowa sztuka współczesna, jaką jest street art zyskała na przestrzeni kilku ostatnich lat sporą popularność, gdyż młodzi ludzie szukają coraz oryginalniejszych sposobów wyrazu artystycznego. Są ciekawi świata i sami poszukują niekonwencjonalnej sztuki. Ponadto obecny szybki rozwój technologii, a co za tym idzie środków transportu, sprzyja organizacji podróży na własny sposób. Te i inne aspekty poruszone w niniejszym artykule potwierdzają pogląd, że perspektywy rozwoju turystyki graffiti i szeroko pojętego street art są dość obiecujące.

Bibliografia:

- Alpatow M. W., 1968, *Historia sztuki t.1*, Wyd. Arkady, Warszawa
- Bartkowiak Z., 2008, *Graffiti – sztuka czy wandalizm*, Wyd. Fundacji Bezpieczne Miasto, Zielona Góra
- Buczowska K., 2008, *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Wyd. AWF Poznań, Poznań
- Dillon T., 2007, *Platform for Art. Art of the Underground*, Wyd. Black Dog Publishing, Londyn
- Dymna E., Rutkiewicz M., 2010, *Polski Street Art*, Wyd. Carta Blanca, Warszawa
- Ekin, 2007, *Ekin. GLK. TRO. TV interview*, Magazyn „Concrete” 3/2007, Gdańsk
- Gastman R., Rowland D., Sattler I., 2006, *Freight Train Graffiti*, Wyd. Thames & Hudson, Londyn
- Kaczmarek J., Kaczmarek S., 2009, *Turystyka kulturowa – człowiek w miejskiej przestrzeni wymiany*, [w:] Buczowska K., Mikos v. Rohrscheidt A. (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Wyd. AWF Poznań, s. 59-84
- Kopaliński W., 1997, *Podręczny Słownik Wyrazów Obcych*, Oficyna Wydawnicza Rytm, Warszawa
- Lewisohn C., 2008, *Streetart. The Graffiti Revolution*, Wyd. Abrams
- Peltason R., 2007, *Creative Time*, Wyd. Princeton Architectural Press, Nowy Jork
- Urbański M., *Podróże malarzy graffiti jako przejaw turystyki kulturowej*, praca magisterska, Wydział TiR AWF w Poznaniu, Poznań 2011, maszynopis
- Zimmermann S., 2005, *Berlin Street Art*, Wyd. Prestel, Monachium-Berlin-Londyn-Nowy Jork

Źródła internetowe:

- <http://pl.wikipedia.org/wiki/Sztuka>, data pobrania: 15.08.2011
- http://graffitioln.socjum.pl/blog/pokaz_wpis/2, data pobrania: 16.08.2011
- <http://www.outerspaces.pl/idea-festiwalu/>, data pobrania: 15.09.2011

The Travel of Graffiti Painters – Untypical Form of Cultural Tourism

Key words: cultural tourism, graffiti, street art

Abstract: The article refers to the art of graffiti as a particular example of artistic activity in the so called *street art*. The main aim of the publication is to present the themes of graffiti tourism – which emerged as a result of global development of graffiti – as a new section of cultural tourism. The theoretical part is backed by empirical research: the surveyed group consisted of graffiti painters who travel to create street art – graffiti art.