

Anna Maria Urbaniak

Natura, Święty Mikołaj czy tajemniczy lud Saami : trendy i kierunki rozwoju turystyki w Finlandii

Turystyka Kulturowa nr 6, 30-45

2013

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.

Anna Maria Urbaniak, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Natura, Święty Mikołaj czy tajemniczy lud Saami. Trendy i kierunki rozwoju turystyki w Finlandii.

Słowa kluczowe: Finlandia, turystyka, kultura, atrakcje turystyczne

Streszczenie.

Podjęty w niniejszym artykule temat skupia się na prezentacji i omawianiu dwóch zagadnień. Po pierwsze turystyki kulturowej, po drugie Finlandii jako destynacji. W obu przypadkach można mówić o pojawieniu się na początku XXI wieku wyraźnego trendu skupiającego uwagę w pierwszym przypadku na formie podróżowania jaką jest turystyka kulturowa, a w drugim na Skandynawii jako terenie nieznanym, nieodkrytym i wciąż jeszcze niedocenionym przez turystów. Obserwując rosnące grono zwolenników podróży kulturowych i wzrost zainteresowania eksplorowaniem krain północnych należałoby przyjrzeć się głębiej kierunkowi w jakim zmierza kulturowe odwiedzanie Skandynawii. Ten obszar tematyczny jest na tyle rozległy i jednocześnie wart wnikliwego przeanalizowania, że postanowiono zająć się poszczególnymi krajami oddzielnie. W tym tekście zaprezentowane zostały kierunki rozwoju turystyki kulturowej w Finlandii, trendy, obiekty zainteresowań odwiedzających oraz obszary działań promocyjnych organizacji turystycznych działających w tym kraju.

Wstęp

Skandynawia bez wątpienia posiada bogate, wspaniałe i fascynujące dziedzictwo kulturowe. Jego znaczna część wciąż pozostaje nieodkryta dla odwiedzających, choć w ostatnich latach Północna Europa zaistniała już na dobre na rynku turystycznym. W obliczu ogromnej popularności destynacji północnoafrykańskich i południowouropejskich spędzanie urlopu gdzie indziej staje się istotnym elementem trendu. Paradoksalnie kraje Północnej Europy stają się destynacjami bardziej „egzotycznymi”. Coraz większa liczba turystów, w tym także kulturowych, kieruje swoje zainteresowanie na Północ, gdyż ta oferuje wysoki standard, unikatowe doznania i pozwala doświadczać rzeczy nowych. Na wzrost zainteresowania Skandynawią duży wpływ ma także rozwój gospodarczy szczególnie państw europejskich i północnoamerykańskich, który mimo znacznych różnic w poziomie cen pozwala mieszkańcom tych krajów na odwiedzanie tego pięknego obszaru. Wnioski dotyczące rozmiarów i kierunków z których napływają zainteresowani Skandynawią można wysnuć na podstawie obserwacji dokonanych podczas trwania dorocznej imprezy *Norwegian Travel Workshop*, na której spotykają się przedstawiciele biur turystycznych z całego świata oraz organizatorzy turystyki i właściciele obiektów noclegowych, gastronomicznych i innych związanych ze świadczeniem usług turystyczno-rekreacyjnych w Norwegii. Duża część osób biorących udział w NTV zajmuje się turystycznym promowaniem Skandynawii w USA, Niemczech, Wielkiej Brytanii, Włoszech i Hiszpanii. Jeśli chodzi o opisywaną w tym artykule Finlandię staje się ona z roku na rok ulubioną destynacją Rosjan, dla których atutem jest bliskość geograficzna z jednej a odmiennosc kulturowa z drugiej strony.

W artykule podjęto rozważania na temat kierunku rozwoju turystyki w Finlandii. Z racji różnorodności walorów jakie ten kraj posiada (środowisko przyrodnicze, dziedzictwo kulturowe) rodzi się pytanie: które z oferowanych atrakcji najsilniej oddziałują na wzrost natężenia ruchu turystycznego. Pośrednim celem pracy jest więc zaprezentowanie tych najważniejszych dla rozwoju turystyki przyjazdowej do Finlandii atrakcji, celem głównym natomiast wykazanie tendencji i trendów jakie w tej materii występują i określenie które walory przyciągają podróżujących najsilniej.

Dla napisania artykułu posłużono się metodą analizy dostępnych źródeł, zarówno książkowych jak i wirtualnych, które z racji dynamicznych zmian w zakresie trendów turystycznych są często wiarygodniejsze i własną obserwacją uczestniczącą podczas pobytów w Finlandii oraz pracy w biurze podróży promującym destynacje skandynawskie i nordyckie.

W kolejnych częściach niniejszego tekstu zaprezentowane zostały informacje dotyczące potencjału turystyczno-kulturowego, a dalej najważniejsze fakty historyczne i geograficzne dotyczące Finlandii. Następnie przedstawiona jest kultura Finów i zamieszkujących Laponię Samów (kwestie szczególnie istotne z punktu widzenia turysty kulturowego). Kolejna część tekstu poświęcona jest turystyce w Finlandii, danym statystycznym dotyczącym natężenia ruchu turystycznego, ogólnym trendom obserwowanym w ostatnim czasie, głównym destynacjom i formom aktywności. Wreszcie część ostatnia dotyczy turystyki kulturowej, głównych atrakcji, miejsc, wydarzeń i postaci z nią związanych oraz kierunków jej rozwoju w tym kraju.

Finlandia bywa określana mianem kraju skandynawskiego, choć nie jest to do końca prawdą. Istnieje wiele teorii na temat podziału i klasyfikacji państwa Północnej Europy. Najbardziej znany wyróżnia państwa skandynawskie i nordyckie. W tym wypadku Finlandia należy do państwa nordyckich (oprócz niej są to Dania, Szwecja, Norwegia i Islandia), nie jest natomiast państwem skandynawskim. Do tej drugiej grupy należą bowiem tylko Dania, Szwecja i Norwegia. Finlandia różni się od swoich zachodnich sąsiadów przede wszystkim w obszarze językowym. Język fiński należy do grupy ugro-fińskiej (wraz z językiem węgierskim) i jest zupełnie niepodobny do duńskiego, szwedzkiego i norweskiego, których użytkownicy mogą się między sobą bez problemów porozumieć. Z racji jednak 700-letniego związku państwowego ze Szwecją również język tego kraju jest w Finlandii powszechnie obowiązujący. Kolejnym elementem odmiennym jest ustrój polityczny. Kraje skandynawskie są monarchiami, podczas gdy Finlandia to republika, której głową jest prezydent. Dodatkowo jako jedyna z państw Północy przyjęła walutę euro. Wyjątkowo ciekawym z perspektywy kulturowej wątkiem łączącym omawiane państwa jest kwestia narodu Saami, który zamieszkuje północne tereny Norwegii, Szwecji, Finlandii i Rosji zwane Laponią, posiadając bardzo silnie rozwiniętą tożsamość etniczną, kultywowane tradycje, dziedzictwo, a nawet własną flagę dodatkowo na znak odrębności pozbawioną charakterystycznego skandynawskiego krzyża.

Finlandia jako destynacja turystyki kulturowej wydaje się więc być obszarem bardzo interesującym, a wciąż jeszcze nie wystarczająco rozpoznany. Poniższy artykuł ma na celu zaprezentowanie tego kraju oraz kierunków rozwoju turystyki, szczególnie kulturowej na jego terenie z wskazaniem na atrakcje wyjątkowo popularne, a także te które zdają się być wartościowe, a ciągle jeszcze popularne nie są.

Potencjał turystyczny i kulturowy, trendy i tendencje w turystyce

Potencjał turystyczny to element trudny do jednoznacznego scharakteryzowania. Definiowany jest on łącznie z zasobami turystycznymi. Tym samym są to: „elementy przestrzeni, które mogą być wykorzystane do uprawiania turystyki lub zajmowania się nią. [...]Potencjał jest podstawą tworzenia, rozwoju i przekształceń przestrzeni turystycznej” [Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2012, s.52]. Przestrzeń ta ulega w ostatnim czasie silnym przeobrażeniom związanym głównie z zapotrzebowaniem turystów na wrażenia budzące silne emocje. Na wielkość potencjału turystycznego składają się w tym wypadku:

- „- stworzenie atrakcyjnego otoczenia w celu przyciągnięcia uwagi turystów,
- budzenie silnych wrażeń w celu zacieśnienia relacji z klientem i wywołania entuzjazmu,
- zapewnienie bezpieczeństwa i wygody na poziomie osobistym oraz na poziomie oferowanego produktu,

- wyjście naprzeciw coraz bardziej zindywidualizowanym i spontanicznym inicjatywom klientów podejmujących decyzje o uczestnictwie w imprezach w niedługiej perspektywie czasowej,
- stworzenie centrów wielofunkcyjnych oferujących liczne propozycje dla klienta,
- generowanie poczucia wyjątkowości i różnych przywilejów w celu uwzględnienia oczekiwań klientów żądnych niepowtarzalnych wrażeń oraz specjalnego traktowania.” [Jędrysiak 2008, s.104].

W omawianym studium przypadku Finlandii analiza źródeł takich jak oficjalne turystyczne portale internetowe, katalogi wycieczek¹ oraz obserwacja uczestnicząca podczas wyjazdów indywidualnych pozwala na stwierdzenie, iż większość powyższych punktów znajduje odzwierciedlenie w działaniach na rzecz turystyki w tym kraju. Otoczenie jest atrakcyjne ze względu na walory przyrodnicze i kulturowe oraz wysoki poziom bezpieczeństwa jakie oferuje Finlandia. Nowych, silnych wrażeń dostarczają takie atrakcje jak noclegi w lodowym hotelu, przejażdżki na skuterach śnieżnych czy odwiedzanie elementów infrastruktury związanych z postacią Świętego Mikołaja. Z pewnością Finlandia dostarcza także przeżyć zindywidualizowanych, pozwala na poczucie wyjątkowości, a wiele biur oferuje wyjazdy na zasadzie *tailor made* – dopasowane do wymagań i potrzeb każdego klienta z osobna.

Istotnym jest także zwrot w tendencjach i trendach turystycznych, który następuje od klasycznego 3 x S (*sun, sea, sand*) do nowego 3 x E (*entertainment, excitement, education*), które może być niejako parafrazą definicji turystyki kulturowej. Takie podejście wskazuje na wzrost popularności atrakcji kulturowych co z kolei rodzi pytanie o zagadnienie potencjału kulturowego. Armin Mikos von Rohrscheidt, autor podręcznika *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał i perspektywy*, wyznacza cztery kategorie, które po przeanalizowaniu danych im przypisanych pomagają określić potencjał kulturowy danego regionu. Prezentowana waloryzacja obejmuje podział na cztery kategorie:

- I. Potencjalne cele turystyki kulturowej
- II. Elementy obsługi turystycznej
- III. Pozostała oferta czasu wolnego
- IV. Inne czynniki wpływające na turystykę kulturową [von Rohrscheidt 2010, s.418].

W zależności od wartości przypisanych tym częściom określić można wielkość potencjału, jednocześnie wskazując na miejsca wymagające większej uwagi w zakresie kształtowania atrakcyjności regionu. W dalszej części artykułu zaprezentowano elementy mieszczące się w kategorii I u von Rohrscheidta. Są to bowiem potencjalne cele turystyki kulturowej, które w waloryzacji odgrywają największe znaczenie świadcząc najlepiej o wielkości potencjału kulturowego danego obszaru.

W zakresie badania trendów i tendencji rozwojowych w turystyce jedynym z najciekawszych przedstawień jest podział i charakterystyka dwóch kontrastujących rodzajów turystyki, który przedstawiono w tabelo poniżej (Tab. 1.).

¹ Informacje czerpano z takich źródeł jak oficjalny portal turystyczny Finlandii: www.visitfinland.com oraz ofert biuro podróży: <http://www.pmscan.pl>, <http://www.skandynawia.net.pl> (dostęp z dnia 13.05.2013 r.).

Tab. 1. Tendencje w rozwoju turystyki.

HARD TOURISM (dotychczasowa, „twarda” turystyka)	SOFT TOURISM (przyszła, „łagodna” turystyka)
- podróżowanie grupowe	- podróżowanie indywidualne
- mało czasu, pobyty krótkoterminowe	- dużo czasu, pobyty długoterminowe
- model jednego, głównego wyjazdu urlopowo-wakacyjnego	- model opierający się na kilku krótszych wyjazdach w różnych okresach roku
- cały program wyjazdu ustalony z góry	- spontaniczne decyzje co do programu wyjazdu
- wygoda i bierność	- wysiłek i aktywność
- nastawienie na ilość wyjazdów i atrakcji	- nastawienie na jakość przeżyć
- poczucie wyższości nad gospodarzami, efekt demonstracji	- szacunek i partnerstwo w kontaktach z gospodarzami
- brak przygotowania i wiedzy na temat kultury, zwyczajów i atrakcji odwiedzanego regionu	- przygotowanie się do spotkania z kulturą danego regionu
- importowany styl życia	- życie według wzorów ludności miejscowej
- zakupy	- prezenty
- hałaśliwość	- spokój
- pamiątki ogólnodostępne, produkowane na masową skalę	- pamiątki osobiste, samodzielnie zrobione zdjęcia, filmy
- niezajomość i niezainteresowanie językiem kraju destynacji	- chęć nauczenia się przynajmniej kilku słów w danym języku
- potrzeba szybkiego przemieszczania się	- mniejsze tempo przemieszczania się
- ciekawość, wścibsłość	- takt, wyczucie
- nastawienie na komfort	- komfort nie jest konieczny
- dystans pomiędzy personelem i klientem	- brak dystansu, przyjacielskie kontakty z obsługą

Źródło: W. Aleziak, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków, 2000, s.212.

Powyższa tabela ukazuje dominujące kontrasty pomiędzy turystyką dotychczasową, a tendencjami jakie pojawiają się w XXI wieku. Przedstawione poniżej atrakcje Finlandii doskonale wpisują się w to czego oczekuje przedstawiciel modelu *soft tourism*. Dla opisywanego kraju charakterystyczne są bowiem atrakcje wymagające od turystów aktywności oraz przygotowania do spotkania z odmienną kulturą i zwyczajami. Partnerskie relacje pomiędzy usługodawcami i klientami także są zjawiskiem naturalnym, podobnie jak możliwość nabycia wielu oryginalnych pamiątek i doświadczenia przeżyć bardzo wysokiej jakości. Zdecydowanie Finlandia jest także destynacją akcentującą możliwość wypoczynku w ciszy i spokoju, bez narzucania zbyt dużego tempa „zaliczania” kolejnych atrakcji.

Podział w tabeli rozwija także wspomniany już powyżej schemat 3 x S i 3 x E, gdzie prawa strona tabeli stanowi charakterystykę turysty przyszłości czyli turysty kulturowego. Ważne jest dla niego gromadzenie wiedzy przed wyjazdem, jakość przeżyć, jak najsilniejsze wnikanie w kulturę danego regionu oraz podejmowanie spontanicznych inicjatyw jeśli jakaś nieznaną atrakcją warta jest zobaczenia. Tendencje zobrazowane w haśle 3 x S i 3 x E oraz w tabeli wskazują wyraźnie na odchodzenie od klasycznej turystyki masowej, na rzecz zindywidualizowanych wyjazdów o charakterze kulturowym.

Historia i geografia

Finlandia położona jest w Europie Północnej i jest to kraj o powierzchni przekraczającej 337 000 km², co czyni go siódmym największym w Europie. Graniczy ona z Rosją od wschodu, Szwecją na północnym-wschodzie i Norwegią od północy. Obszar ten

charakteryzuje się niską roczną średnią temperatur (na południu jest to 5 – 7,5 stopnia Celsjusza, na północy -4 – 0 stopni). Co ciekawe aż ¼ terytorium państwa leży na północ od koła podbiegunowego. Na terenie środkowej i południowej części Finlandii znajduje się ogromna ilość jezior. Miejsce to nazywa się nawet Krainą Tysiąca Jezior. Poza jeziorami krajobrazem kojarzonym z Finlandią są rozległe, gęste lasy zamieszkiwane przez wiele gatunków zwierząt, m.in. renifery, jelenie, niedźwiedzie i wilki. Finlandia jest najbardziej zalesionym europejskim krajem. Lasy pokrywają aż 74% jego powierzchni. Jest to obszar bardzo malowniczy i w dalszym ciągu w dużej części nieprzekształcony przez człowieka. Są to główne atuty turystyczne czyniące Finlandię przede wszystkim destynacją ekoturystyki, turystyki przyrodniczej i aktywnej. Finowie pierwsi zaczęli uprawiać nordic walking, kładą nacisk na aktywność fizyczną i rekreację w czasie wolnym. Do podobnych zachowań zachęcają też odwiedzających ich kraj. Stąd przewaga na rynku ofert turystycznych dotyczących atrakcji takich jak narciarstwo biegowe, safari na skuterach śnieżnych lub z reniferami i psami husky.

Finlandia to państwo bliskie Polsce geograficznie, ale mało wiemy o jego historii, kulturze i krajobrazach. Wiedza ta jest natomiast niezbędna dla każdego turysty kulturowego, który poznawać chce kraj poprzez podziwianie jego dziedzictwa. Zaczniemy więc od krótkiego przedstawienia historii, a następnie geografii tego państwa.

Historia Finlandii jest długa, bardzo burzliwa i trudna dla mieszkańców tego obszaru. Początki osadnictwa datowane są 8000-7000 lat przed naszą erą, gdyż około 2000 lat wcześniej lądolód wycofał się z tych terenów pozostawiając szczególnie w południowej części obecnej Finlandii mnóstwo jezior. To właśnie w sąsiedztwie wody pojawiały się pierwsze osady ludzkie, których mieszkańcy początkowo, w epoce kamiennej (7000-1400 przed naszą erą), trudnili się rybołówstwem i myślistwem, aby po roku 2500 p.n.e. zmienić tryb życia na osiadły. W epoce brązu wyraźnie widoczne stały się podziały na strefy wpływów Wschodu i Zachodu, który miały mieć znaczenie aż do początku XX wieku naszej ery. Zagadką jest pochodzenie współczesnych Finów, których przodkom przypisywano dawniej przemieszczenie się w czasie wędrówki ludów z południa Europy przez Zatokę Fińską. Nowsze badania pokazują jednak, iż prawdopodobnie protoplaści współczesnej ludności fińskiej już wcześniej zamieszkiwali te tereny i nie przywędrowali znikąd, a zamieszkiwali te tereny nieustannie od czasów epoki kamiennej. Do około 1000 roku naszej ery Finlandia znajdowała się w strefie kontrolowanej przez Wikingów. Usytuowana była bowiem na wschodnich szlakach handlowych którymi ci rozbójnicy, ale też handlarze się poruszali. Wielu ówczesnych Finów prawdopodobnie należało także do załóg Wikingów. Wzmocniony handel przyczyniał się do rozwoju gospodarczego regionu, wzrostu zaludnienia oraz powstawania pierwszych miast, szczególnie na wybrzeżu [*Finlandia...* 2003, s.46].

W XII wieku tereny Finlandii znalazły się w zasięgu zainteresowań dwóch sąsiednich mocarstw – Szwecji i Nowogrodu (późniejszego Imperium Rosyjskiego). W roku 1155 Szwecja podbiła rdzennie fińskie południowo-wschodnie wybrzeże wprowadzając swoje rządy i hegemonię religijną kościoła katolickiego. Za sprawą kolejnych dwóch krucjat z lat 1238 i 1293 wpływy szwedzkie znacznie się powiększyły. W tym czasie Nowogród również zajmował kolejne części fińskiego terytorium. Kres temu „wyścigowi” położył rozejm zawarty w 1323 roku w Pähkinäsaari, na mocy którego Nowogród zatrzymał w swej strefie wpływów Karelię, natomiast południowa i zachodnia Finlandia, nazywana przez Szwedów Krajem Wschodnim, znalazła się w kręgu kultury zachodnioeuropejskiej. Stolicą tego Kraju zostało od XIII wieku Turku, które stało się siedzibą biskupstwa. Wschodnia część fińskiego terytorium znajdowała się wówczas pod wpływami rusko-bizantyjskimi. Finowie mieszkający w Królestwie Szwecji dość szybko uzyskali możliwość wpływania na losy państwa. W 1362 roku przyznano im prawo uczestniczenia w elekcji króla szwedzkiego. W początkach XVI wieku na terenach ówczesnej Finlandii żyło około 350 tysięcy ludzi, co ciekawe byli to głównie chłopci, co sprawiało, iż nawet główne miasta bardziej przypominały wsie. Lata

rządów Gustawa Wazy (1523 – 1560) to okres, w którym kościół rzymskokatolicki stracił na znaczeniu na rzecz reformacji zapoczątkowanej przez Marcina Lutra. Dzięki tym znaczącym zmianom doszło do umocnienia pozycji kultury fińskojęzycznej. Jednym z głównych tego powodów było dokonanie przekładu Biblii na język fiński przez Mikaela Agricola, luteranckiego biskupa Turku, twórcę fińskiego języka literackiego [*Finlandia...* 2003, s.47].

W kolejnych wiekach Szwecja włączała do strefy swoich wpływów coraz rozleglejsze tereny przesuwając się na wschód. Dla Finów oznaczało to wzrost tempa rozwoju, ale także nasilające się uzależnienie od administracji w Sztokholmie. Dodatkowo utrzymanie tak dużych terenów pod panowaniem wymagało od Szwedów nieustannych bitew, co z kolei przyczyniło się do klęski głodowej, która ogarnęła prowincję w latach 1696-1697. Pogorszenie sytuacji ekonomicznej związane było z przegraną Szwecji z Rosją w Wojnie Północnej (1700 – 1721), w wyniku której Rosjanie zajęli większość ziem fińskich. W krótkim czasie, po podpisaniu traktatu pokojowego, w większości wróciły one jednak pod panowanie szwedzkie. W drugiej połowie XVIII wieku Finlandia zanotowała okres rozwoju, czego dowodem jest między innymi wzrost liczby ludności z 306 000 w 1720 roku do 907 000 w 1807. Rozwój przemysłowy związany był głównie z przetwórstwem drewna; z Finlandii eksportowano deski, smołę i statki, importowano natomiast zboże, sól, kawę i tytoń. Poza tym otwierano hut szkła, cukrownie i papiernie. Jeszcze w XVII wieku założono w Turku Akademię, którą przekształcono później w Uniwersytet Helsiński. Dzięki naukowcom z tej właśnie uczelni kwitło w Finlandii życie naukowe [*Finlandia...* 2003, s.49].

Ogromne zmiany polityczne nastąpiły dla tego kraju 1808 roku, gdy w Wojnie Fińskiej pomiędzy Rosją i Szwecją klęskę poniosła ta ostatnia. Doprowadziło to do włączenia Finlandii jako Wielkiego Księstwa w skład Imperium Rosyjskiego. Po siedmiu wiekach uzależnienia i związku państwowego ze Szwecją, Finlandia trafiła pod panowanie wschodniego sąsiada na kolejne sto lat. Dzięki liberalnej postawie cara Wielkie Księstwo było podmiotem autonomicznym, posiadającym własną administrację i prawodawstwo. Zezwolono także na otwarte wyznawanie religii luteranckiej i posługiwanie się językiem szwedzkim (jak to było do tej pory). To Rosjanom Finlandia zawdzięcza przeniesienie stolicy do Helsinek, które nastąpiło w 1812. Władze carskie uważały, iż Turku jest zbyt mocno związane z „okresem szwedzkim” w historii kraju. Pod koniec wieku XIX nastąpiły silne represje rosyjskie, które przerwała rosyjska rewolucja w 1905 roku, a zakończyło odsunięcie cara Mikołaja II od władzy i rewolucja bolszewicka (1917 rok). Moment ten wykorzystał parlament fiński, który ogłosił się najważniejszym organem rządzącym i ogłosił 6 grudnia 1917 roku niepodległość Finlandii. Dwa lata później, po zakończeniu działań wojennych wybrano pierwszego prezydenta republiki, którym został K.J. Ståhlberg, mimo, iż jeszcze w 1918 planowano sprowadzenie niemieckiego króla. Kres tym planom położył upadek Niemiec [*Finlandia...* 2003, s.51-53].

Niepodległa Republika Finlandii rozwijała się prężnie aż do wybuch II wojny światowej. Szczególnie trudny był okres tak zwanej „wojny zimowej”, kiedy to w listopadzie 1939 roku Armia Czerwona zaatakowała Finlandię zrywając tym samym pakt o nieagresji z 1932 roku. W wojnie tej wstąpił się marszałek C.G.E. Mannerheim, który kierował oddziałami skutecznie odpierającymi ogromne siły radzieckie przez ponad trzy miesiące. Żołnierze Mannerheima wyposażeni byli często jedynie w prostą broń i narty, jednak w lesistym terenie, który doskonale znali było to najlepszą formą ataku. Ciężkie czołgi czerwonoarmistów nie były w stanie wjechać pomiędzy gęsto rosnące drzewa, natomiast dla piechoty przeciwnicy na nartach byli zbyt szybcy. W marcu 1940 roku podpisano traktat pokojowy w Moskwie, na mocy którego ZSRR zajęło południowo-wschodnie tereny Finlandii, która zaczęła upatrywać sojusznika w Niemczech. Ostatecznie, po zawieszeniu broni w 1944 roku zmuszona była oddać Związkowi Radzieckiemu rejon Petsamo nad Morzem Arktycznym oraz Karelię.

W latach powojennych ważnym wydarzeniem było przystąpienie w 1955 roku do ONZ, w 1995 roku do Unii Europejskiej i wreszcie wprowadzenie do obiegu waluty euro w 2002 roku [Finlandia... 2003, s.52-57]. Aktualnie Finlandia pozostaje republiką semiprezydencją, prezydentem kraju jest Sauli Väinämö Niinistö².

Turystyka

Z perspektywy rozważań turystycznych Finlandię można podzielić na kilka regionów. Spoglądając na mapę od południa kraju wyróżnić należy Helsinki i ich okolice, w których szczególnie dużo jest atrakcji kulturowych takich jak Katedra, Sobór Uspeński, Kościół Temppeliaukio, a także targ oraz słynne centrum handlowe Stockman³. Fińska stolica to przede wszystkim bardzo nowoczesne miasto, określane światową stolicą designu⁴. Największe miasto Finlandii z populacją nieco ponad 500 000 mieszkańców (w całej aglomeracji żyje około 1,2 miliona ludzi) nie jest metropolią, ale ma do zaoferowania wiele atrakcji dla zainteresowanych różnymi formami turystyki. Stolica pełna jest obiektów istotnych historycznie, nowoczesnych, ale oferuje także rozmaite wydarzenia kulturalne od spektakli operowych, przez festiwale muzyczne i artystyczne, po wystawy sztuki dawnej i współczesnej⁵.

Kolejnym regionem jest Kraina Tysiąca Jezior. Etymologia jej nazwy jest oczywista dla każdego kto widział mapę Finlandii. Określenie to nie jest jednak całkowicie precyzyjne. Na obszarze ciągnącym się od Kuopio na północy po Lahti na południu i od Tampere na zachodzie, aż po Punkaharju i fińsko-rosyjską granicę na wschodzie znajduje się bowiem ponad 187 000 jezior! Stawia to Finlandię w czołówce krajów jeśli chodzi o stosunek ilości jezior do wielkości państwa i ilości mieszkańców (w Finlandii jest to około 5 milionów osób). Region ten budzi zainteresowanie szczególnie wśród pasjonatów wędkarzy, a także wszystkich zwolenników ekoturystyki i aktywnego wypoczynku. Teren ten jest płaski, gęsto porośnięty lasami i poprzecinany siatką bogato zarybionych jezior. Niezurbanizowane i niezindustrializowane obszary przyciągają odwiedzających poszukujących wyciszenia, obcowania z przyrodą i lokalną kulturą.

Notującym rosnącą popularność regionem Finlandii są Wyspy Alandzkie. Cieszące się dużą autonomią, położone pomiędzy Szwecją i Finlandią Alandy wzbudzają zainteresowanie osób pragnących wypoczynku na łonie natury, ale także stały się w ostatnich kilku latach destynacją wyjazdów *incentive* dla pracowników korporacji oraz klientów biznesowych. Powodem tego jest szeroka gama różnorodnych atrakcji jakie Wyspy oferują. Wśród nich znajduje się m.in. zwiedzanie zamku Kastelholm, rejsy łodzią po archipelagu liczącym ponad 6700 wysp, wyprawy wędkarskie, pikniki nad morzem i wiele innych. W sferze kulturalno-społeczno-politycznej Alandów interesującym jest przede wszystkim ich status autonomii wchodzącej w skład Republiki Finlandii, gdzie oficjalnym językiem pozostaje szwedzki, a i odległość do wybrzeża Szwecji jest mniejsza niż do Finlandii.

Północna część Finlandii wchodzi w skład ogromnej krainy jaką jest Laponia, rozciągająca się na północy Rosji, Finlandii, Szwecji i Norwegii. Region ten zajmuje obszar około 380 000 km² i zamieszkiwany jest przez Saami – grupę etniczną o niezwykle barwnej kulturze, dziedzictwie i wciąż kultywowanych tradycjach. Aktualnie Saami stanowią mniejszość także na tym obszarze. Ich sytuacja społeczno-polityczna jest odmienna

² Aktualne informacje na temat władz Republiki Finlandii znaleźć można na stronie internetowej <http://www.tpk.fi> (dostęp z dnia 25.04.2013 r.).

³ Więcej na temat atrakcji kulturowych znajduje się w kolejnej części artykułu.

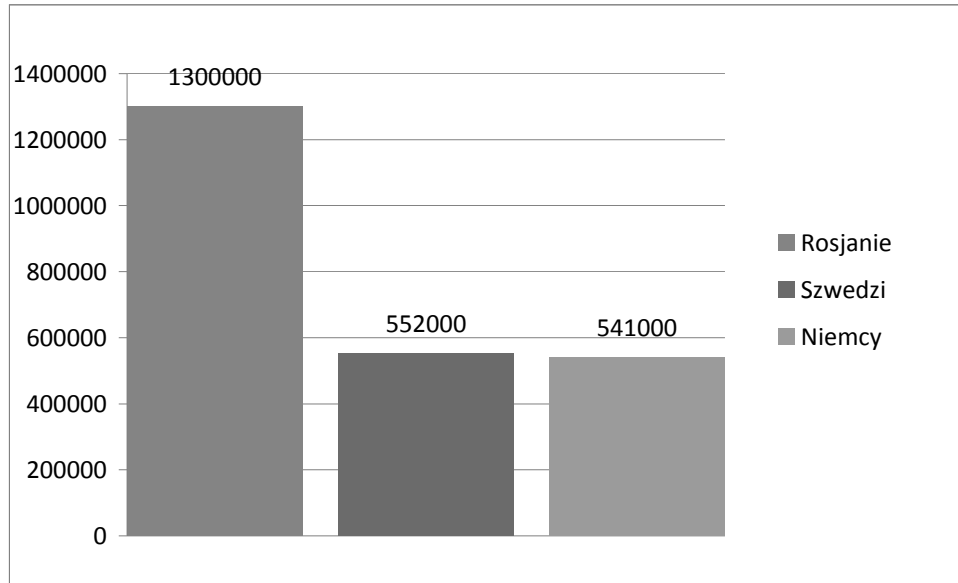
⁴ 25 listopada 2009 r. Międzynarodowa Rada Stowarzyszeń Wzornictwa Przemysłowego (International Council of Societies of Industrial Design – ICSID) wyznaczyła Helsinki na Światową Stolicę Design w roku 2012 (World Design Capital 2012); <http://www.myscandinavia.eu/helsinki-swiatowa-stolica-designu-2012/> (dostęp z dnia 29.04.2013 r.).

⁵ Aktualne informacje w tym obszarze można odnaleźć na oficjalnej stronie internetowej <http://www.visithelsinki.fi/en/whats-on/events-in-helsinki> (dostęp z dnia 29.04.2013 r.).

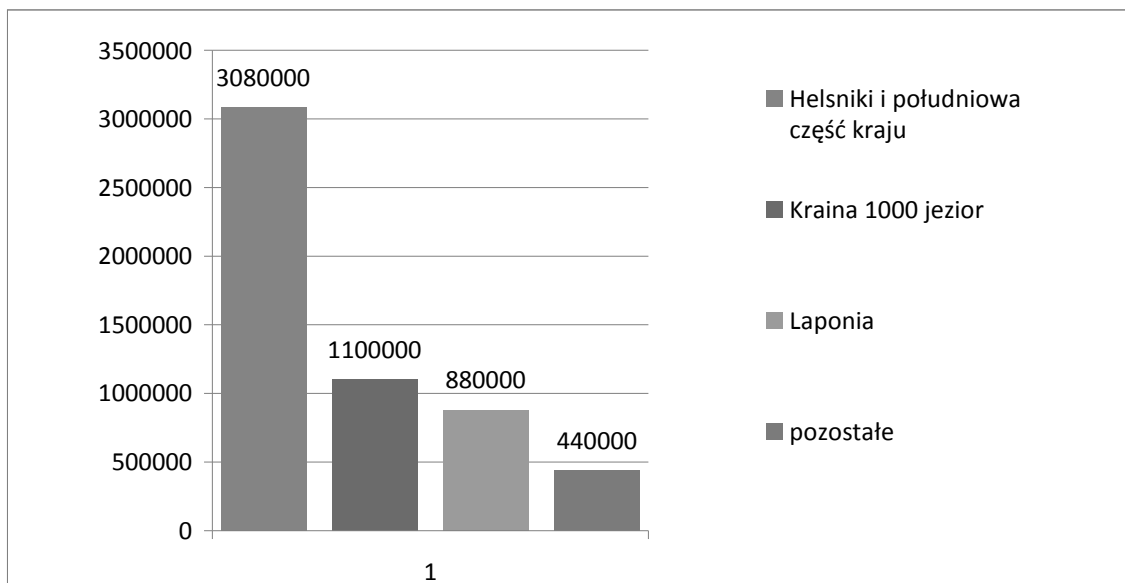
w poszczególnych krajach. W Norwegii mają oni swoich przedstawicieli w parlamencie w Oslo, a ich wpływ na decyzje i losy kraju jest dość duży, w Szwecji i Rosji sytuacja ta wygląda już inaczej. W omawianej tutaj Finlandii, jak i pozostałych krajach nordyckich, dostrzeżono profity płynące z otwarcia Laponii na recepcję turystów. Jak pisano wcześniej Święty Mikołaj i związana z tą postacią szeroko rozbudowana infrastruktura stanowi największą atrakcję północnej Finlandii. Przejazdki zaprzęgami reniferów lub psów husky prowadzonymi przez ubranych w ludowe stroje Saami również przyciągają ludzi z całego świata. Interesujący i godnym rozważenia jest fakt, iż mimo wielu doświadczeń, rozbudowanej sfery informacji i wciąż rosnących możliwości poznania, turyści wybierają atrakcje „sztuczne”, stworzone specjalnie dla nich, o charakterze teatralnych przedstawień, zamiast obcowania z prawdziwym dziedzictwem i kulturą, które umożliwiają spotkania między innymi z przedstawicielami ludu Saami. Wydawać by się mogło, że w dobie teatralizacji świata i częstego „odcinania” turystów od rzeczywistego doświadczenia różnych miejsc, poszukiwanie autentyczności stanie się priorytetem. Jeśli więc Laponia oferuje spotkanie z unikalną kulturą, dlaczego wciąż większość osób traktuje to jako dodatek do wizyty na pocztce Świętego Mikołaja? Być może świadczy to o dużej potrzebie przeżycia tego co wpisuje się w kanon rzeczy które koniecznie trzeba zobaczyć, a potrzeba wyróżnienia się nie jest jeszcze tak silna. Odpowiedzią może być także brak dostatecznej wiedzy wśród turystów planujących urlop w Finlandii. Nadal kojarzy się ona głównie z Mikołajem i Muminkami. Informacje dotyczące kultury Saami są zwykle niezbyt rozbudowane i pojawiają się raczej w kontekście charakterystycznych strojów osób obsługujących wycieczki korzystające z przejazdów w zaprzęgach reniferów lub innych działań na świeżym powietrzu oferowanych przez zlokalizowane w Laponii przedsiębiorstwa turystyczne. W tym wypadku nie można być oczywiście mowy o autentyczności poznawania kultury Saami. Przebywanie na północy Finlandii pozwala jednak na indywidualne spotkania z Saami, nawet jeśli nie noszą na co dzień strojów ludowych, wciąż mają do opowiedzenia niezwykle ciekawe historie, zachęcają do spróbowania lokalnych potraw, uczestniczenia w obrzędach, słuchania języka i ludowej muzyki oraz śpiewu zwanego joikowaniem.

Najnowsze statystyki dla turystyki przyjazdowej do Finlandii dotyczą 2011 roku i zawierają dane odnośnie ilości turystów oraz wykupionych noclegów. Rok 2011 był rekordowy pod względem ilości noclegów z jakich skorzystali zagraniczni turyści. Było to 5,5 miliona noclegów udzielonych w różnego rodzaju obiektach zakwaterowania zbiorowego. Największą część tej liczby stanowiły pobyty wykupione przez Rosjan (1,3 miliona noclegów), Szwedów (552 tysiące noclegów) oraz Niemców (541 tysięcy noclegów). W podziale na regiony, które szczegółowo opisano poniżej, najwięcej, bo aż 56% noclegów udzielono w południowej części kraju. W ostatnim czasie wzrosła popularność Krainy 1000 Jezior, w której liczba sprzedanych noclegów osiągnęła pułap 20% ogółu. Sytuacja w Laponii utrzymała się na podobnym jak w ubiegłych latach poziomie 16%. Liczba osób odwiedzających Finlandię w 2011 roku wzrosła w stosunku do roku poprzedniego o 17% i wyniosła 7,3 miliona osób⁶.

⁶ Statistics Finland, http://www.stat.fi/til/smat/index_en.html (dostęp z dnia 13.05.2013 r.).

Wykres 1. Ilość noclegów wykupionych przez turystów z państw najczęściej odwiedzających Finlandię.

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.visitfinland.com/travel-trade/tourism-statistics/> (dostęp z dnia 20.05.2013 r.).

Wykres 2. Ilość noclegów udzielonych w poszczególnych regionach Finlandii.

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.visitfinland.com/travel-trade/tourism-statistics/> (dostęp z dnia 20.05.2013 r.).

Promocja turystyczna Finlandii jest prężna i nowoczesna o czym świadczy choćby rozbudowana wersja portalu internetowego [visitfinland.com](http://www.visitfinland.com)⁷, na który trafia większość potencjalnych turystów rozważających możliwość odwiedzenia tej części świata. Na portalu tym wskazane są wyjątkowe atrakcje jakie ten kraj proponuje. Przedstawiono je w interesujący, zachęcający sposób. Odpowiedź na pytanie *Why come to Finland?* jest bardzo obszerna i podzielona na kilka części, które warto przeanalizować pod kątem ich aktualności dla turysty kulturowego. W pierwszej kolejności podane są sytuacje, w których turysta powinien wybrać Finlandię jako destynację urlopową. Jeśli:

⁷ <http://www.visitfinland.com> (dostęp z dnia 19.04.2013 r.).

- chce zejść z klasycznego szlaku europejskich atrakcji turystycznych
- chce się ukryć
- chce robić coś czego nie zrobili jeszcze jego znajomi
- jest znudzony zatłoczonymi miejscami
- chce zobaczyć Świętego Mikołaja
- pragnie doświadczyć niezanieczyszczonego środowiska
- lubi zimową aurę
- kocha Muminki
- chce nauczyć się prowadzić samochód
- jest mu zimno (Finlandia to kraj największej ilości saun)

Wyraźnie widoczny jest humorystyczny charakter opisu, ze wskazaniem na elementy specyficzne i te którymi Finlandia wciąż może się poszczycić w przeciwieństwie do wielu innych krajów (nieskażona przyroda). Na liście znajdują się oczywiście atrakcje najbardziej popularne i kojarzone z tym państwem na całym świecie, mianowicie Święty Mikołaj i Muminki. Atutem czyni się także małą popularności tego regionu jako destynacji turystycznej, co sugeruje większą wyjątkowość i oryginalność wakacyjnego wyjazdu oraz specyficzne dla tego obszaru atrakcje jakie czekają na odwiedzających (duża ilość śniegu, sauny, jazda samochodem po lodzie). Odczuwalny jest jednak brak informacji zachęcających do bliższego poznania kultury Saamów (przedstawionej w rozdziale pierwszym), która stanowi znaczną część fińskiego dziedzictwa i jest odrębna od kultur innych rdzennie europejskich narodów.

Spoglądając na dalszy ciąg sugestii przekonujących do odwiedzenia Finlandii dowiedzieć się można czego trzeba spróbować w tym kraju chociaż raz:

- pływania w basenie z lodowatą wodą
- korzystania z sauny
- inspiracji rodzinnymi stronami legendarnego kompozytora Jeana Sibeliusa
- podziwiania archipelagu wysepek na południowym zachodzie kraju
- kupna fińskich designerskich przedmiotów
- wynajęcia domku nad jeziorem
- spaceru w jednym z drewnianych miasteczek (Porvoo, Rauma)
- spotkania ze Świętym Mikołajem
- jedzenia Karjalanpiirakka (lokalny fast food)
- spaceru po lesie
- jazdy samochodem po lodzie
- spotkania stada reniferów podczas jazdy na nartach w Laponii

Znów nacisk kładziony jest na walory przyrodnicze takie jak bezkresne lasy i czyste jeziora oraz klimatyczne pozwalające na korzystanie z typowo zimowych atrakcji jakimi jest jazda po zamrożonych jeziorach, kąpiele w przeręblach czy narciarstwo biegowe i zjazdowe. Walory kulturowe ujęte są w ramach interesujących dla turystyki kulinarnej (narodowe dania) oraz związanej z nabywaniem przedmiotów określanych mianem designerskich (Finlandia, a zwłaszcza Helsinki słyną na świecie jako stolica designu). Na liście atrakcji których trzeba spróbować choć raz wciąż brak tych związanych z etnoturystyką w odniesieniu do kultury ludu Saami.

Poprzez wymienienie elementów, których nie zobaczy się w Finlandii wyraźne wskazanie pada na walory środowiska naturalnego, który jest w tym kraju obfitość. W Finlandii nie zobaczymy:

- piramid
- zatłoczonych plaż

- slumsów
- starego króla i jego uśmiechniętej małżonki
- kibiców-huliganów
- swojego sąsiada
- smogu
- natrętnego domokrażcy
- korków ulicznych

Dowcipny charakter i humorystyczny wydźwięk przedstawionych informacji wskazuje na swobodę i otwartość względem potencjalnych odwiedzających. Wymienienie tych a nie innych elementów trafia również do większości współczesnych turystów poszukujących nowych doznań, ale jednocześnie coraz bardziej świadomych konsekwencji jakie niesie za sobą nieograniczona eksploatacja dóbr i poszukujących wypoczynku zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Twórcy portalu visitfinland.com zamieścili także długą listę rzeczy z których Finlandia jest dumna. Powtarzają one w większości wymienione wcześniej elementy zachęcające turystę do przyjazdu. Jest to między innymi ogromny archipelag wysepek, sauny, mnóstwo zimowych form wypoczynku, Święty Mikołaj, nieskażona natura oraz najczystsza na świecie woda pitna. Dodatkowo wpleciona została w tę część istotna dla turystów informacja dotycząca transportu. Finlandia szczyci się jednymi z największych i najbardziej komfortowych promów co dodatkowo czyni już samą podróż do tego kraju niezwykle atrakcyjną. Ciekawą informacją jest także ta dotycząca uczciwości władz publicznych i dużego zaufania jakim są darzone. Pośrednio wywołuje ona u odwiedzających zwiększenie poczucia bezpieczeństwa.

W ostatniej części odpowiedzi na pytanie *Why come to Finland?* znalazły się rzeczy, za którymi każdy będzie tęsknił, gdy wyjedzie. Ponownie większość z nich skupia się wokół czystego środowiska naturalnego, ale wymienione zostały także: uczciwości i otwartość ludzi, cisza oraz smak prawdziwego chleba.

Z powyższego obrazu kształtowanego przez fińskich specjalistów zajmujących się obsługą ruchu turystycznego wyłania się Finlandia jako ogromny kraj z jednej strony pełen spokojnych, uczciwych i praworządnych ludzi; kraj o nieskażonej przyrodzie i dużym przywiązaniu do wszystkiego co naturalne. Z drugiej strony ujawniona zostaje nowoczesna strona tego obszaru wiodącego światowy prym jeśli chodzi o design, modernistyczne budownictwo oraz wykorzystanie nowych technologii. Wśród spisanych walorów uwagę turystów kulturowych przyciągnąć może wszystko co związane ze Świętym Mikołajem i Muminkami. Gdzieś na obrzeżach jedynie znajdują się nie mniej ważne elementy związane z tradycją i interesujące szczególnie z punktu widzenia turystyki etnograficznej. Czy oznacza to, iż dziedzictwo kulturowe nie stanowi części trendu który nadaje kierunek rozwojowi turystyki w Finlandii w ogóle a w tym i jej kulturowych form?

Turystyka kulturowa

Turystyka kulturowa w Finlandii rozwija się głównie w oparciu o atrakcje takie jak: wioska Świętego Mikołaja zlokalizowana w okolicach Rovaniemi oraz miejsca związane z Muminkami, postaciami stworzonymi przez fińską, ale szwedzkojęzyczną pisarkę Tove Jansson. Przedmioty związane z sympatycznymi bohaterami powieści Jansson kupić można w wielu butikach między innymi w centrum Helsinek, na terminalach międzynarodowych promów i na lotniskach.

Dużą część ruchu turystycznego w tym zakresie generuje także zwiedzanie miejsc cennych historycznie oraz interesujących architektonicznie budowli. Do takich należy m.in. Twierdza Suomenlinna (szw. Sveaborg) wpisana w 1991 roku na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Utworzona w pierwszej połowie XVIII wieku na kilku wyspach

niedaleko Helsinek twierdza miała za zadanie bronić miasta od strony morza przed atakami wrogów. Jak zaznaczono w opisie historycznym powyżej Finlandia znajdowała się do początków XX wieku pod wpływami Szwecji i Rosji, które prowadziły o jej obszar ciągłe walki. Warowania, która pozwalałaby na obronę przed atakami rosyjskimi stanowiła dla Szwedów bardzo ważny element, dlatego rozbudowywano ją czyniąc właściwie samodzielny miastem. Dzięki temu obecnie, choć nie pełni już od dawna funkcji militarnej, jest miejscem posiadającym walory kulturowe i poprzez to popularną atrakcją turystyczną. Suomenlinna jest nadal zamieszkiwana przez około 800 osób, które obecnie związane są głównie rozwijającą się infrastrukturą turystyczną, w której skład wchodzi obecnie kilka restauracji, sklepików z lokalnymi produktami i pamiątkami, centrum informacji turystycznej oraz muzeum wojskowe, w którym podziwiać można Vesikko – okręt podwodny z czasów II wojny światowej. Na atrakcyjność i popularność Suomenlinny jako miejsca odwiedzanego przez turystów wpływa niewątpliwie jej usytuowanie w pobliżu Helsinek oraz dobrze zorganizowana sieć połączeń promowych, która pozwala za kwotę 5 euro co pół godziny dostać się na wyspy lub z powrotem z rynku położonego w samym centrum stolicy.

Innym miejscem szczególnie chętnie odwiedzanym przez osoby przyjeżdżające do Helsinek jest Plac Senacki i znajdująca się na nim luterkańska katedra stanowiąca symbol miasta. Ten usytuowany na wzniesieniu kościół o białej elewacji i zielonkawym dachu góruje nad centrum i widoczny jest z daleka podczas wpływania do portu. Wiele osób decyduje się właśnie na taką drogę dotarcia do Helsinek, między innymi dlatego, że podróż olbrzymimi promami, nazywanymi „pływającymi miastami”, które kursują pomiędzy Sztokholmem i Helsinkami sama w sobie stanowi dużą atrakcję. Katedra to obiekt wybudowany w latach 1820 – 1850 w stylu neoklasycystycznym na planie krzyża greckiego. Jego fundatorem był ówczesny władca Finlandii car rosyjski Mikołaj I, a za wzór posłużyła katedra św. Izaaka w Sankt Petersburgu. Poza godzinami odprawiania nabożeństw wewnątrz można podziwiać bezpłatnie. Wystrój jest skromny ze względu na luterkański kanon kładący nacisk na prostotę, ale mimo to ciekawy ze względu na plan krzyża greckiego oraz piękny ołtarz główny.

Drugim ważnym obiektem sakralnym stolicy jest Sobór Uspieński, usytuowany niedaleko katedry. Także on pełni funkcję symbolu miasta ze względu na interesującą, charakterystyczną dla kościołów wschodnich a rzadko spotykaną na zachodzie architekturę oraz jako obiekt historyczny przypominający o stuletniej przynależności do prawosławnego imperium rosyjskiego. Sobór Zaśnięcia Najświętszej Maryi Panny, bo tak brzmi jego pełne wezwanie (zresztą bardzo popularne wśród prawosławnych świątyń), został wybudowany w 1868 roku i reprezentuje rosyjskie wpływy na terenie Finlandii. Jest to także prawdopodobnie największą prawosławna świątynia w Europie Zachodniej. Charakterystyczne, widoczne z daleka złote kopuły i bryła z czerwonej cegły czynią ją jedyną z głównych symboli miasta. *W przeciwieństwie do swego luterkańskiego odpowiednika, sobór nie jest tak interesujący z zewnątrz, ale wewnątrz znajduje się bogata wystawa ikon i innych hipnotyzujących ozdób, a zapach kadzidła miesza się z dźwiękiem chórów słowiańskich* [Brown, Sinclair 1993, s.38].

W odległości kilkudziesięciu metrów od Placu Senackiego znajduje się targowisko ze względu na usytuowanie w pobliżu portu oraz głównych atrakcji (wspomnianej już katedry i Soboru Uspieńskiego) często i chętnie odwiedzane przez turystów. Z tego powodu zmienił się jego charakter; dziś pełni głównie funkcję miejsca nabywania przez odwiedzających pamiątek takich jak przedmioty z drewna jałowcowego o specyficznym zapachu, skóry i rogi reniferów oraz rozmaite gadzety z symbolami Helsinek (zwykle katedrą) i całej Finlandii (Muminki, Święty Mikołaj, renifery).

Ciekawą budowlą sakralną, położoną w innej części miasta jest kościół w skale (Tempeliaukio). Świątynia ta została w 1969 roku dosłownie wydrążona w skale i nakryta obszerną spłaszczoną kopułą. Wnętrze tworzy ogromną halę z nieregularnymi skalnymi ścianami i niewielkimi jedynie oknami pod kopułą. Świątynię stworzyli architekci Timo

i Tuomo Suomalainen. Ze względu na wspaniałą akustykę jest ona miejscem organizowania licznych koncertów i festiwali muzycznych, m.in. Helsinki Spring Light Chamber Music⁸.

Poza Helsinkami ważnym punktem na kulturowej mapie Finlandii jest Turku, pierwsza stolica tego kraju, a w nim zabytkowy zamek wybudowany najprawdopodobniej w 1280 roku dla pierwszego biskupa Finlandii, który przybył tu ze Szwecji. Jak napisano w części artykułu poświęconej historii fińskiego państwa do 1812 roku Turku było stolicą i to tam podejmowane były najważniejsze dla tego kraju, a istotne także dla Szwecji decyzje polityczne i militarne. Przez szereg lat zamek był siedzibą książąt, ale też więzieniem dla którzy popadli w niełaskę. Surowe cele mocno kontrastują ze wspaniałościami komnat, *dając chłodne napomnienie o zmiennych kolejach losu* [Brown, Sinclair 1993, s.73].

Wśród innych interesujących zabytków warto wspomnieć jeszcze: Stare miasto Rauma, XV-wieczny zamek św. Olafa w Savonlinna, Stary kościół w Petäjavesi oraz skansen na wyspie Seurasaari.

Do największych atrakcji kulturowych należą także niewątpliwie Muminki. Gadżety związane z tymi sympatycznymi postaciami można zakupić w specjalnych butikach, a same stworki pojawiają się na różnych przedmiotach od kubków i naczyń, przez serwetki po przybory do pisania i odzież. Popularnością dorównują one szczególnie w północnej Europie japońskiej marce Hello Kitty, która także stała się na całym świecie fenomenem kulturowym. Turyści, szczególnie najmłodszy zainteresowani są także odwiedzaniem Muzeum Muminków nazywanego Doliną Muminków, w której mają miejsce przygody opisywane w książkach Tove Jansson. Muzeum znajduje się w miejscowości Tampere na południowym-zachodzie kraju i mieści m.in. miniaturę domu Muminków (2,5 m wysokości), 40 innych miniatur, oryginalne szkice Tove Jansson oraz około 2000 innych eksponatów⁹. O popularności Muminków świadczy także stworzenie parku tematycznego, co jest częstym współcześnie działaniem, gdy mowa o promowaniu fikcyjnych postaci (najlepszym i najbardziej rozpoznawalnym przykładem jest oczywiście Disneyland). Park *Moomin World* (fin. *Muumimaaailma*, szw. *Muminvärlden*) zlokalizowany jest na wyspie Kailo w okolicy miasteczka Naantali niedaleko Turku. W Parku znajduje się pięć ścieżek tematycznych, na których turyści mogą swobodnie korzystać ze wszystkich atrakcji. Oczywiście największą z nich jest charakterystyczny niebieski dom Muminków znany z książek Jansson oraz filmów animowanych¹⁰.

Analizując popyt na wymienione powyżej atrakcje zauważyć można jednak, iż zdecydowanym liderem w zakresie natężenia ruchu turystycznego jest Święty Mikołaj i zbudowana wokół tej postaci infrastruktura. Niedaleko Rovaniemi położona jest wioska Napapiiri, a w niej siedziba Świętego Mikołaja, w której można umówić się z nim na spotkanie, oglądać elfy przy pracy czy wysłać kartkę ze stemplem ze specjalnej „mikołajowej” poczty. Wioska Świętego Mikołaja powstała w 1985 roku. Sama legenda mówiąca o zamieszkaniu Mikołaja w Rovaniemi pochodzi z lat 20-tych XX wieku. Wtedy to fiński sprawozdawca radiowy Markus Rautio spopularyzował historię według której święty mieszka na wzgórzu Korvatunturi, co znaczy Wzgórze-Ucho, a wiąże się z wysłuchiwaniami przez niego próśb i życzeń dzieci. Po zmianach administracyjnych i przesunięciu granic państwowych, które nastąpiły w wyniku wojny zimowej (1939-1940) miejsce to znalazło się w pobliżu granicy ze Związkiem Radzieckim. Stało się to powodem „przeniesienia” Mikołaja właśnie w pobliże Rovaniemi. Współcześnie na wioskę składa się biuro Świętego Mikołaja, poczta, z której można wysłać pocztówki ze specjalną pieczęcią, wystawa poświęcona Świętom Bożego Narodzenia oraz całoroczny park tematyczny¹¹. Mimo rosnących cen

⁸ <http://www.visithelsinki.fi/en/events-in-helsinki/helsinki-spring-light-chamber-music> (dostęp z dnia 30.04.2013 r.).

⁹ <http://muumilaakso.tampere.fi/?lang=en> (dostęp z dnia 30.04.2013 r.).

¹⁰ <http://www.muumimaaailma.fi> (dostęp z dnia 30.04.2013 r.).

¹¹ <http://www.santaclausvillage.info> (dostęp z dnia 30.04.2013 r.).

wszystkich proponowanych tam atrakcji, wciąż nie brakuje chętnych do skorzystania z nich. Przyznać jednakże należy, iż coraz częściej słychać głosy turystów nieusatysfakcjonowanych stosunkiem jakości do ceny proponowanych usług. Niektórzy klienci biura podróży po odwiedzeniu Rovaniemi mówią o zbyt dużej komercjalizacji i nastawieniu na zysk, poprzez co znika magiczności i wyjątkowość atmosfery jakiej oczekują przybywający w to miejsce.

Atrakcją mniej popularną jest możliwość obcowania z kulturą Samów zamieszkujących Laponię. Mimo przekształceń i komercjalizacji będących następstwami wzmożonego ruchu turystycznego w tym regionie, ich charakterystyczne obrzędy, stroje i tryb życia ściśle związane z wypasem reniferów fascynują ludzi z całego świata i bez wątpienia są znacznie bardziej autentyczne niż Święty Mikołaj i Muminki. Saami to lud, który zamieszkuje tereny Północnej Europy już od ponad 5 000 lat. Jednak na terenach zasiedlanych przez ten naród odnaleźć można petroglify (Alta w Norwegii) i stanowiska archeologiczne datowane na co najmniej 10 000 lat p.n.e. Etymologiczne pochodzenie nazwy Saami wywodzone jest od *Sápmi*, słowa używanego przez Saami na określenie obszaru który zamieszkują. Powszechnie znani są oni pod egzonimem *Lap, Lapp, Laplanders* (pol. Lapończycy). Etymologia tej nazwy pochodzi od obecnego w językach skandynawskich słowa *lap*, co oznacza łatę i miało sugerować, iż Saami byli biedni, chodzili w połatanych ubraniach i żyli w nędzy. Współcześnie określenie Lapończyk ma więc wydźwięk wyraźnie pejoratywny i pożądanym jest unikanie posługiwania się nim, szczególnie w towarzystwie Saami. Podział w ramach narodu obejmuje m.in. Saami zasiedlających północną Norwegię (nazywanych Kwenami), a także Saami „morskich” zajmujących się rybołówstwem oraz „górkich”, którzy trudnią się głównie wypasem reniferów. W dobie powszechnej industrializacji, komputeryzacji i globalizacji wszystkich niemalże dziedzin życia tradycyjne kultury stają się dużą atrakcją. Coraz częściej więc Saami oprócz wypasania reniferów i typowo pasterskich czynności zajmują się organizowaniem na zlecenie biur turystyki przyjazdowej wycieczek w zaprzęgach, a na połowy ryb zabierają zainteresowanych tego typu doświadczeniami turystów. Spożywanie lokalnych posiłków w tradycyjnych domostwach przypominających nieco syberyjskie i mongolskie jurty, a nazywanych *lavoo* włączane jest do programów imprez turystycznych. Nieodłącznym ich elementem są także wycieczki saniami zaprzężonymi w renifery lub psy husky w poszukiwaniu zorzy polarnej. Wyjazdy oferujące tego typu atrakcje zyskują z roku na rok coraz więcej zwolenników, ale w dalszym ciągu zakres wiedzy osób odwiedzających Finlandię na temat kutry Saami jest niewielki. Z doświadczeń autorki ze spotkania z Saami wynika, iż są oni bardzo otwarci, chętnie opowiadają o swojej kulturze i dziedzictwie. Ich sytuacja polityczno-społeczna jest złożona, jednak przy krótkim, zdawkowym kontakcie z turystami niewygodne tematy nie są poruszane. Jeśli natomiast rozpocznie się dyskusję na ten temat często zdarza się słyszeć, iż czują się wykorzystywani jako atrakcja turystyczna, a ich dążenia niepodległościowe i silne poczucie odrębności w stosunku do innych mieszkańców krajów nordyckich jest lekceważone, a niekiedy nawet potępiane. Wiedza taka stawia świadomego turystę przed dylematem czy należy korzystać z atrakcji dostarczanych przez pracujących dla tour operatorów Saami, których kultura traktowana jest jedynie jako sposób na zwiększenie dochodów z działalności turystycznej. Z drugiej jednak strony dzięki profitom płynącym z turystyki takim jak środki finansowe i docieranie do świadomości odbiorców różnymi kanałami informacyjnymi Saami mogą kultywować swoje tradycje i wzrasta szansa na to, iż mimo tendencji do ujednoclenia i globalizacji panującym na świecie ich unikatowa kultura przetrwa szanowana i kontynuowana przez kolejne pokolenia.

Z powyższego wynika, iż Finlandia posiada wiele walorów, które stosownie rozwijane mogą przyczynić się do wzmocnienia pozycji tego kraju jako destynacji turystyki kulturowej. Szczególnie ważnym wydaje się być położenie nacisku na promowanie dziedzictwa ludu Saami, unikalnego w skali światowej. Drugim wątkiem wartym promowania są atrakcje związane ze Świętym Mikołajem, którego wioska cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem.

Zakończenie

Finlandia jako destynacja podróży kojarzy się głównie z turystyką przyrodniczą, wędkarską i aktywną rekreacją (bardzo popularne są m.in.: nordic walking i narciarstwo biegowe). Poszczególne regiony oferują możliwości wypoczynku w otoczeniu nieskażonej natury i dodatkowo możliwość (szczególnie Za Kołem Podbiegunowym) uczestnictwa w niezwykłych spektaklach zjawisk jakimi są: zorza polarna i dzień polarny. Dbalność o środowisko przyrodnicze jest więc uzasadniona zyskami jakie przynosi infrastruktura turystyczna rozwijana na tych terenach zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju. Turystom kulturowym kraj ten również ma dużo do zaoferowania czego dowodem są zabytkowe budowle takie jak zamek w najstarszym mieście Finlandii Turku, twierdza Suomenlinna czy helsińska katedra świadczące o bogatej historii kraju. Coraz większy nacisk kładziony jest na opiekę nad tymi miejscami i ich promocję, okazuje się bowiem, iż nie tylko fińska flora i fauna jest unikatowa, ale także antropogeniczne elementy tworzone na przestrzeni burzliwych dziejów tego kraju. Atrakcje kulturowe mają swą genezę w historii kraju, ale także w wydarzeniach współczesnych. W Finlandii odbywa się wiele festiwali muzycznych, wystaw i innych imprez artystycznych. Tworzenie muzyki jest zresztą niezwykle cenione w całej Skandynawii i krajach nordyckich. Prawie każdy gra od wczesnego dzieciństwa na jakimś instrumencie, a o fenomenie mówić można chociażby na przykładzie Wysp Owczych (autonomicznego terytorium Danii), które zamieszkuje około 50 000 ludzi, a działa tam ponad 100 zarejestrowanych oficjalnie zespołów muzycznych¹². Ponad to Helsinki związane są z designem co przyciąga osoby zainteresowane współczesną sztuką użytkową. Atrakcją kulturową przyciągającą zdecydowanie najwięcej turystów do Finlandii jest wioska Świętego Mikołaja. Z całą pewnością jest to także element generujący najwyższe przychody w turystyce, jako że w ostatnich latach liczba zagranicznych turystów odwiedzających to miejsce sięga pół miliona osób rocznie. Mimo bardzo wysokich cen i świadomości fikcyjności samej postaci i związanych z nią atrakcji wartość przeżyć zdaje się być na tyle wysoka, że ilość turystów w Rovaniemi wciąż wzrasta. Rozbudowywanie infrastruktury związanej z tym miejscem oraz proponowanie kolejnych usług (takich jak hotel lodowy *Arctic Snow Hotel Rovaniemi*¹³) dodatkowo potęguje efekty. Element autentyczności wydaje się nie mieć znaczenia i jego brak nie zniechęca potencjalnych odwiedzających do skorzystania z proponowanych doświadczeń nawet gdy stosunek ceny do jakości nie jest zbyt atrakcyjny. Ostatnią z atrakcji kulturowych, która zostanie wspomniana, a na którą w niniejszym artykule położono szczególny nacisk jest możliwość obcowania z ludem Saami, ich tradycjami i dziedzictwem. Powyżej zwrócono uwagę na fakt, iż pomimo wzrastającej świadomości turystów, poszukiwania tego co egzotyczne, unikalne i "nieodkryte", wciąż kultura Saami pozostaje niedoceniona. Szczególnie dziwi ten fakt w obliczu możliwości jakie daje spotkanie z Saami w północnej Finlandii. Jest to bowiem możliwość przeżycia doświadczenia autentycznego, a jednocześnie bardzo atrakcyjnego ze względu na barwne obrzędy i folklor tego narodu. Konflikty społeczno-polityczne z Finami i mieszkańcami innych krajów nordyckich jakie wciąż towarzyszą kształtowaniu się tożsamości narodowej Saami stanowią poważną barierę w promowaniu i rozwijaniu tego wątku w zakresie turystyki kulturowej.

Wniosek jaki nasuwa się po analizie źródeł, danych statystycznych oraz obserwacjach własnych autorki wskazuje, iż element autentyczności wydaje się nie mieć znaczenia i jego brak nie zniechęca potencjalnych odwiedzających do skorzystania z proponowanych doświadczeń nawet gdy stosunek ceny do jakości nie jest zbyt atrakcyjny. Dopóki zatem specjaliści zajmujący się turystyką nie pojmą jak należy chronić unikalne dziedzictwo propagując je jednocześnie i ostrożnie udostępniając zainteresowanym, a turyści nie

¹² Więcej informacji na ten temat odnaleźć można na portalu internetowym <http://www.faroe.pl> (dostęp z dnia 30.04.2013 r.).

¹³ <http://www.arcticsnowhotel.fi> (dostęp z dnia 30.04.2013 r.).

zrozumieją jak ważna jest autentyczności doznań i przeżyć kulturowych, dopóty rzesze odwiedzających Finlandię będą postrzegały ten kraj jedynie poprzez pamiątki, z którymi stamtąd wyjadą: kubkiem pomalowanym w Muminki, kiełbasą z renifera i fotografią Świętego Mikołaja.

Bibliografia:

- Alejsiak W., *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Kraków: Albis, 2000.
Brown J., Sinclair M., 1993, *Finlandia*, Bielsko Biała: Pascal.
Finlandia w faktach, 2003, Helsinki: Otava Sa Helsinki.
Jędrusiak T., 2008, *Turystyka kulturowa*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2012, *Produkt turystyczny- pomysł, organizacja, zarządzanie*, Warszawa: Wydawnictwo Ekonomiczne.
Mikos von Rohrscheidt A., 2010, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał i perspektywy*, Poznań: KulTour.pl.

<http://www.arcticsnowhotel.fi>

<http://www.faroe.pl>

<http://muumilaakso.tampere.fi/?lang=en>

<http://www.muumimailma.fi>

<http://www.santaclausvillage.info>

<http://www.visithelsinki.fi/en/events-in-helsinki/helsinki-spring-light-chamber-music>

<http://www.visitfinland.com>

<http://www.myscandinavia.eu/helsinki-swiatowa-stolica-designu-2012>

<http://www.visithelsinki.fi/en/whats-on/events-in-helsinki>

<http://www.tpk.fi>

Nature, Santa Claus or mysterious Saami People. Trends and ways of developing tourism in Finland.

Key words: Finland, tourism, culture, tourist attractions

Abstract

The topic of this article is focused mainly on presenting two subjects. First one is cultural tourism, second one is Finland as a travel destination. In both cases man can speak about a trend that showed up in the beginning of 21st century. This trend is focused on developing cultural tourism as a reason for traveling on one hand and on Scandinavia as a very exotic and not well know tourist destination on the other hand. Watching the fast growing group of people interested in cultural tourism and visiting Northern Europe we should look closer at the direction cultural tourism in Scandinavia is choosing. This area is so large and worth researching that we decided to present each of Nordic countries separately. In this article directions of development of cultural tourism in Finland are presented as well as trends, attractions and areas of promotional work of tourism boards in this country.