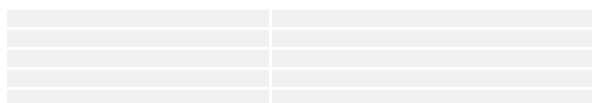


Turystyka kulturowa Tadeusz Jędrzyak

Turystyka należy do najszybciej rozwijających się dziedzin gospodarki. Jednym z najważniejszych jej segmentów jest turystyka kulturowa, zwłaszcza w Europie - uważanej za kolebkę światowej kultury. Turystyka kulturowa to podróżowanie ludzi z miejsc ich stałego zamieszkania do miejsc atrakcji kulturowych, aby poszerzyć wiedzę, zdobyć nowe doświadczenia czy zaspokoić własne potrzeby poznawcze. W książce [Tadeusz Jędrzyak](#) opisuje główne nurty turystyki kulturowej oraz zachęca do poznawania skarbów światowej kultury.

Książka jest przeznaczona dla studentów różnych typów szkół na kierunkach związanych z turystyką, krajoznawstwem, geografiami turystyczną i hotelarstwem. Z pewnością zainteresuje również słuchaczy studiów podyplomowych oraz osoby profesjonalnie zajmujące się organizacją turystyki.



Spis treści

Wstęp

Rozdział I. Turystyka kulturowa i czynniki jej rozwoju

1. Pojęcie turystyki kulturowej
2. Kultura a turystyka
3. Atrakcje i walory turystyczne
4. Walory kulturowe w strukturze atrakcji turystycznych
5. Związek walorów kulturowych z motywacjami podróży
6. Turyści zainteresowani turystyką kulturową

Rozdział II. Dziedzictwo kulturowe jako przesłanka rozwoju turystyki kulturowej

1. Definicja dziedzictwa kulturowego
2. Światowe dziedzictwo kulturowe i naturalne
3. Lista światowego dziedzictwa.
4. Polskie zabytki na Liście światowego dziedzictwa kulturowego i naturalnego UNESCO
5. Dziedzictwo kulturowe a turystyka

Rozdział III. Formy turystyki kulturowej

1. Turystyka kulturowa w Polsce
2. Kulturowa turystyka miejska
 - Zwiedzanie miast
 - Zwiedzanie obiektów architektury przemysłowej
 - Walory turystyczne muzeów
 - Udział w imprezach kulturalnych, rozrywkowych i sportowych
 - Turystyka sentymentalna
 - Cmentarze
 - Turystyka pielgrzymkowa
 - Tradycyjna kuchnia polska
 - Turystyka mniejszości seksualnych
3. Kulturowa turystyka wiejska

Rozdział IV. Obecny stan i perspektywy rozwoju turystyki kulturowej

1. Turystyka na świecie i perspektywy jej rozwoju
2. Tendencje występujące na światowym rynku turystycznym
3. Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski
4. Analiza SWOT polskiego potencjału turystycznego

Rozdział V. Ekonomiczne aspekty rozwoju turystyki kulturowej

1. Turystyka kulturowa jako element rozwoju gospodarki
2. Produkt turystyczny
3. Atrakcyjność i cechy produktu turystycznego w turystyce kulturowej
4. Markowy produkt turystyczny w turystyce kulturowej
5. Narodowy produkt turystyki kulturowej
6. Działania mające na celu rozwój turystyki kulturowej w Polsce
7. Ekonomiczne aspekty rozwoju kulturowej turystyki wiejskiej

Rozdział VI. Szanse i zagrożenia w rozwoju turystyki kulturowej

1. Turystyka zrównoważona przyszłością turystyki kulturowej
2. Zrównoważona turystyka kulturowa miejska
3. Zrównoważona turystyka kulturowa wiejska

Bibliografia

Fragment

Wstęp

Turystyka kulturowa jest uznawana za jeden z najważniejszych segmentów turystyki na Świecie, zwłaszcza w Europie, będącej kolebką kulturową. Szacuje się, że 70% przychodów przemysłu turystycznego pochodzi z turystyki kulturowej. Ta forma turystyki opiera się na kontaktach z lokalnymi społecznościami i poznawaniu szeroko rozumianej kultury. Turyści chcą być świadkami niezwykłego wydarzenia: wysłuchać koncertu, zobaczyć spektakl, uczestniczyć w uroczystościach religijnych, festiwalach folklorystycznych, świątach regionalnych, w poznawaniu obiektów dziedzictwa kulturowego czy spróbować kuchni regionalnej. W ten sposób powstaje przestrzeń ekonomiczna, która może być źródłem dochodów dla kraju. Trzeba pamiętać, że obecnie w krajach bogatych turystyka jest uważana za czwarty miernik jakości życia - po pracy, mieszkaniu i samochodzie. Istnieje wiele przesłanek przemawiających za tym, że kraje i lokalne samorządy powinny się zainteresować turystyką oraz stworzyć programy jej rozwoju.

Po pierwsze, turystyka gwarantuje szeroko rozumiany dobrobyt. Może zapewnić poszczególnym krajom i regionom dochody oraz stworzyć realną szansę zatrudnienia wielu ludzi, a w konsekwencji zwiększa się poziom życia mieszkańców. Turystyka - jako specjalistyczna sfera usług - nie tylko sama rozwija się bardzo szybko, lecz powoduje wzrost innych sfer usług. Hotelarze twierdzą, że jedno dobrze wykorzystane miejsce hotelowe powoduje w sposób bezpośredni lub pośredni powstanie pięciu nowych miejsc pracy.

Po drugie, turystyka to inwestowanie ludzi w siebie. Dzięki różnorodnym formom turystyki wzrasta poziom zdrowia, ludzie są silniejsi psychofizycznie, łatwiej przyswajają wiedzę, otwierają się na innych i stają się bardziej nowoczesni. Ludzie traktują turystykę nie tylko jako sposób zarobkowania, lecz także sposób życia. Po trzecie, turystyka wymusza inwestowanie w dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe. Sprzyja odnowie skarbów przyrody, spojrzeniu na krajobraz jako na wartość, ogólnoludzkie i narodowe dzieło kultury. Po czwarte, turystyka zbliża Świat. Dzięki turystyce poznaje się nowe przestrzenie, a przyjezdni

odkrywają piękno własnej ojczyzny. Dzięki turystyce niewirtualnej, rzeczywistej mamy do wszystkiego jakby bliżej, łatwiej się rozumiemy, łatwiej nawiązujemy kontakty i sympatie. Po piąte, turystyka nie dotyczy treści ani czasu. W najbliższych latach najważniejszą ofertą polskiej turystyki kulturalnej na rynku Światowym może się stać kultura regionalna, będąca enklawą autentyczności.