

Nowe oblicza miast jako element miejskiej turystyki kulturowej na przykładzie azjatyckich tygrysów i innych azjatyckich metropolii

Słowa kluczowe: turystyka kulturowa, turystyka miejska, turystyka poza szlakiem, tygrysy azjatyckie, metropolie Azji

Streszczenie

Wraz z rozwojem dużych światowych metropolii jesteśmy świadkami powstawania nowej sfery zainteresowań wśród turystów miejskich. Coraz częściej historyczne dzielnice i muzea są pomijane przez turystów na korzyść tych, w których mogą oni obserwować intensywny wzrost gospodarczy w postaci pionierskich, imponujących obiektów architektury współczesnej. Zjawisko to jest swego rodzaju turystyką poza wytyczonym szlakiem, ale odbiega od formy, która została pierwotnie tak nazwana. Początkowo bowiem turystyką poza szlakiem było poszukiwanie tych biedniejszych i mniej reprezentacyjnych części aglomeracji. Dzisiaj wiele osób poszukuje czegoś zupełnie odmiennego – symbolu nieograniczonego rozwoju społeczeństw i najnowocześniejszej myśli inżynierskiej. Przegląd najchętniej odwiedzanych azjatyckich metropolii, na czele z tymi, które nazywano w drugiej połowie XX wieku azjatyckimi tygrysami, pozwala przyjrzeć się elementom, które są źródłem dużego zainteresowania obcokrajowców i które ten, często spektakularny, ruch turystyczny generują.

Wstęp

„Żeby zrozumieć nasz sprzeciw, proszę wyobrazić sobie przez chwilę szokującą i komiczną wieżę górującą nad Paryżem niczym gigantyczny fabryczny komin”¹. To zdanie pochodzi z petycji wystosowanej przez *Komitet Trzystu* do Charles’a Alphanda, głównego koordynatora Wystawy Światowej, która odbyła się w 1889 roku w Paryżu. Ów cytat dotyczy oczywiście zaprojektowanej przez Gustava Eiffel’a konstrukcji, która na zawsze miała odmienić paryskie śródmieście. Sam *Komitet Trzystu* składał się z artystów, z których każdy miał symbolizować jeden metr wysokości planowanej wieży. Ten tzw. *Protest Artystów* został opublikowany przez dziennik „Le Temps” i zawsze może być wspominany przy okazji kontrowersji, które rodzi każda nietypowa i pionierska inwestycja. Chociaż początkowo planowano rozebrać Wieżę Eiffel’a po Wystawie Światowej, została ona i na stałe wpisała się w krajobraz stolicy Francji. W 1991 roku, kiedy umieszczono ją na Liście Światowego Dziedzictwa UNESCO (wraz z innymi obiektami nad Sekwaną), określona została jako „świadek rangi międzynarodowych wystaw XIX i XX wieku”². Dzisiaj, na całym świecie, powstają konstrukcje które mają pobijać kolejne inżynierskie rekordy, które zadziwiają, ale też takie, które najzwyczajniej wzbudzają głosy sprzeciwu. Jakkolwiek odnosimy się do każdej z nich, ich powstawanie jest istotą rozwoju wielkich metropolii XXI wieku, przejawem działalności ludzkości, którą naturalna ambicja i chęć rozwoju kulturowego popycha do kolejnych, zadziwiających inwestycji. Chociaż nierzadko są one kontrowersyjne, to wraz z upływem lat i zmianami w urbanistycznej modzie mogą wszystkie stać się tak rozpoznawalnymi i niezastąpionymi zabytkami jakim jest dzisiaj Wieża Eiffel’a. W kręgu zainteresowań turystów podróżujących do szybko rozwijających się światowych metropolii

¹ Oryginalny tekst petycji został opublikowany w dzienniku „Le Temps” w dniu 14.02.1887 roku. Całość dostępna jest w internetowym archiwum pod adresem <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/cb34431794k/date> (20.01.2014).

² Treść tego uzasadnienia dostępna jest na stronie <http://whc.unesco.org/en/list/600> (23.01.2014).

coraz częściej pojawiają się właśnie te rekordowe i niezwykle konstrukcje, będące powstającym na naszych oczach świadectwem architektonicznej mody. Można wiele z nich krytykować, ale nie jesteśmy w stanie przewidzieć czy w perspektywie kilku dziesięcioleci nie wpiszą się one w ciągle zmieniający się miejski krajobraz. W ostatnim czasie w kontekście „konstrukcyjnego wyścigu” najczęściej wspomina się o stolicach rozwijających się azjatyckich metropoli. To właśnie one, określane często zbiorczo jako azjatyckie tygrysy, chociaż termin ten pierwotnie dotyczył tylko czterech z nich, zostały poddane ocenie jako te kreujące dzisiejsze trendy w turystyce miejskiej. Interesującym z punktu widzenia zarówno teoretyków jak i praktyków turystyki jest pytanie – jakie obiekty w dużych miastach są dzisiaj tymi turystycznymi magnesami? Czy przyjezdnych interesuje przede wszystkim historia i dziedzictwo miejsca, czy może bardziej jak (i w jaki sposób) kroczy ono ku nowoczesności. Badania przeprowadzone przez Światową Organizację Turystyki pokazują, że największym wzrostem liczby przyjezdnych cieszą się dzisiaj regiony południowo-wschodniej Azji [WTO 2013]. Z tego powodu, próbę odpowiedzi na pytanie jakie są obecne trendy w turystyce miejskiej podjęto przede wszystkim na przykładzie aglomeracji z tej części świata. To one, jako te najliczniej odwiedzane, wyznaczają kierunek turystyki miejskiej XXI wieku. W pierwszej części artykułu autor przedstawia ewolucję turystyki miejskiej i zmiany jakie w niej zaszły na przestrzeni lat. Jest to wstępem do dalszej analizy, która obejmuje azjatyckie metropolie i próbuje odpowiedzieć na pytanie, jakie są dzisiejsze trendy w turystyce miejskiej. Wnioski oparto przede wszystkim na analizie źródeł internetowych oraz na obserwacjach autora.

Ewolucja miejskiej turystyki kulturowej. Turystyka poza szlakiem

Miasta były atrakcyjne dla ludzi od zawsze. Były ośrodkami nauki, skarbcami gromadzącymi największe bogactwa, miejscami gdzie powstawały najokazalsze świeckie i sakralne budowle. Życie w miastach było przywilejem, a ich obywatele wiedli je na dużo wyższym poziomie niż mieszkańcy prowincji. Miasta intrygowały i przyciągały osoby, których ciekawość pchała do zobaczenia tego, co znajdowało się za wysokimi, nieprzekraczalnymi murami. Kusząca była różnorodność miejsc i mnogość rzeczy, których można było doświadczyć w tętniącej życiem przestrzeni miejskiej. Ci, którzy ulegali tym pokusom byli pierwszymi, chociaż nieświadomymi tego turystami miejskimi, a przykładów pierwszych podróży do miast szukać można już w średniowieczu [Karski 1990, s. 15]. Badacze zgodnie twierdzą, iż miejski boom przypada na lata 80. XX wieku, chociaż bezpośrednie przyczyny tego zjawiska podawane są różne [Derek 2013; Mikos v. Rohrscheidt 2008; WTO 2012]. Specjaliści ze Światowej Organizacji Turystyki uważają, że przyczynił się do niego sam wzrost publikacji opisujących i promujących turystykę miejską oraz szybki rozwój tanich połączeń lotniczych [WTO 2012, s. 8; Gądek-Hawlena 2012, s. 111]. To właśnie możliwość taniego i szybkiego podróżowania zwiększyła liczbę tzw. *city breaks*, czyli krótkookresowych wyjazdów turystów do miast. Cele tych podróży były najróżniejsze, od wizyt w muzeach i historycznych dzielnicach, przez udział w wydarzeniach kulturalnych, po konferencje i kongresy. Opierając się na powyższej charakterystyce, WTO uznało turystykę miejską za krótkie podróże do miast lub miejsc o dużej gęstości zaludnienia³. Podobną opinię na ten temat wyraża A. Mikos v. Rohrscheidt, który przypomina, że istotny wpływ na rozwój turystyki miejskiej miało rozpoczęcie programu „Europejska Stolica Kultury” w 1985 roku. Jego zdaniem, ta inicjatywa istotnie zwiększa liczbę osób przybywających do miast, które zostały takim tytułem zaszczycone [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 99]. Potwierdzeniem tej postawionej kilka lat temu tezy mogą być przykłady z ostatnich lat. W Stambule, który został Stolicą Kultury

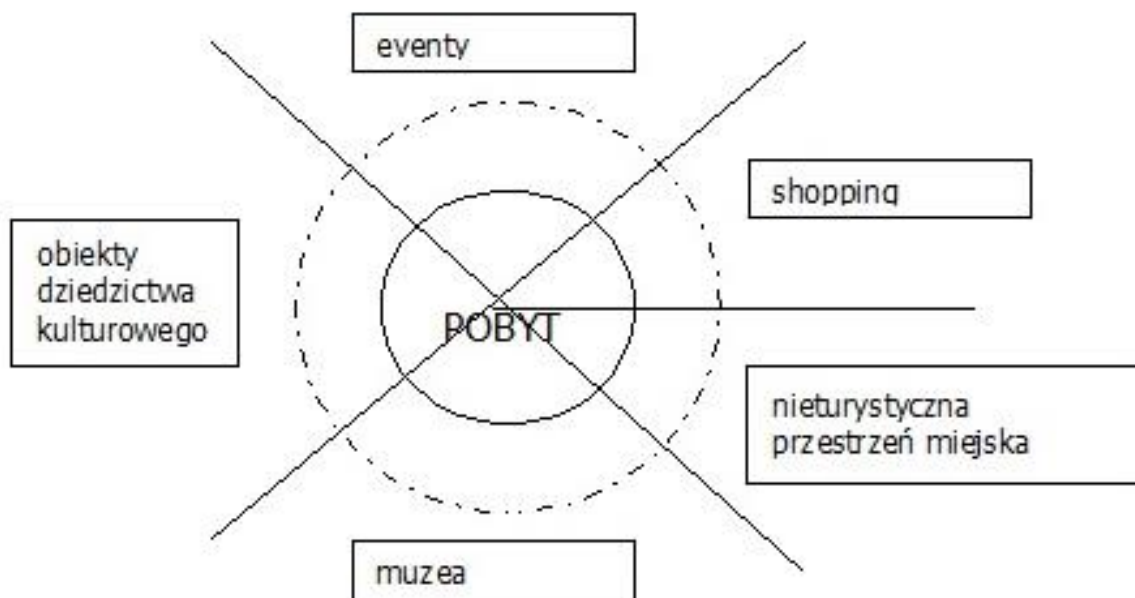
³ Oryginalne brzmienie definicji zaproponowanej przez WTO: Urban tourism – trips taken by travelers to cities or places of high population density. The duration of these trips is usually short (one to three days) therefore it can be said that urban tourism is closely linked to the short – breaks market [WTO 2012, s. 8].

w 2010 roku, zarejestrowano rok później o 4 miliony więcej przyjezdnych z zagranicy niż było to w roku 2009 [www.turkstat.gov.tr, 23.01.2014]. Podobne wzrosty odnotowało Wilno (Stolica Kultury w 2009 roku), gdzie centra informacji turystycznej odnotowały ponad 85 tys. wizyt w roku 2010, w porównaniu do nieco ponad 50 tys. wizyt rok przed przyznaniem tytułu Europejskiej Stolicy Kultury [www.vilnius-tourism.lt, 23.01.2014]. Z kolei fińskie Turku, które piastowało ten tytuł w 2011 roku, cieszyło się 15% wzrostem przyjazdów [www.turku.fi, 23.01.2014]. Dodatkowym wsparciem programu „Europejska Stolica Kultury” są mniejsze, mające nieco bardziej lokalny charakter, wydarzenia kulturalne organizowane w przestrzeni miejskiej. Dla przyjeżdżających są one okazją zobaczenia tradycji i historii prezentowanej na żywo. Najlepszymi tego przykładami są hiszpańskie fiesty religijne czy rodzime inscenizacje historyczne. Te pierwsze narodziły się przede wszystkim z tradycji religijnej, a dzisiaj urosły do rangi znaczącej atrakcji turystycznej [Buczowska, Malchrowicz 2010, ss. 35-36]. Najczęściej kojarzonym z nimi krajem jest Hiszpania, w której pochody na Wielkanoc czy Boże Ciało stały się niemal wizytówkami całego kraju i są niepodważalnymi dowodami na głęboko zakorzenione katolickie tradycje wśród jego mieszkańców. Inszenizacje historyczne są natomiast wykreowaną atrakcją turystyczną, która ma na celu w barwny i niekonwencjonalny sposób przedstawić historię miejsca, regionu czy kraju [Pstrocka-Rak, Nowacińska 2013, ss. 5-6].

Wracając jednak do głównych przyczyn wzrostu zainteresowania miastami, trzeba wspomnieć o znacznym zwiększeniu nakładów na ich promocję, szczególnie poza granicami państw na terenie których się znajdują. Położono nacisk na rozreklamowanie miasta jako wieloaspektowego organizmu, który ma do zaoferowania szeroką gamę atrakcji, od tych strictly kulturowych do wielu innych, mających charakter rozrywkowo-sportowy. Odpowiedzenie na pytanie, czego chcą doświadczyć turyści w mieście, stało się kluczem do przygotowania odpowiedniej oferty, czego z kolei efektem było zwiększenie popularności miast wśród turystów [Ashworth 1992]. Władze ośrodków miejskich zaczęły odpowiednio rozbudowywać ofertę usług uwzględniając potrzeby turystyki. Zaczęły pojawiać się zróżnicowane obiekty noclegowe mogące sprostać różnym wymaganiom i różnym możliwościom finansowym gości. W opracowywaniu kolejnych etapów restrukturyzacji miast zwracano uwagę na proste, ale wcześniej niezauważalne rzeczy, jak ułatwienia komunikacyjne (oznakowanie tras), turystyczne (trasy miejskie i karty miejskie umożliwiające zwiedzanie wielu obiektów w niższej cenie, turystyczne bilety komunikacji publicznej) czy infrastrukturalne (lepszy stan tras turystycznych i miejsc odpoczynku podróży). Szybkie wyczucie potrzeb turystów miejskich doprowadziło do powstania interesujących ofert pobytowych w ośrodkach miejskich, a to, dzięki wspomnianemu już zwiększeniu ofert przewoźników, doprowadziło do wzrostu popularności turystyki miejskiej jako odrębnej formy podróżowania. Jej kolejny etap rozwoju zachodzi obecnie na naszych oczach, a jego nadejście sygnalizowane było przez badaczy już wcześniej, jako chęć dążenia turystów do poznania autentyczności w zwiedzanych obszarach [Cohen 1972]. Chęć ta przejawia się w ustalaniu tras zwiedzania omijających najbardziej znane, przewodnikowe atrakcje, a skupia się na tych „nieturystycznych”. Taka ewolucja turystyki kulturowej jest nieunikniona, a jej przyczyn szukać można w zniszczeniu wielu historycznych miejsc poprzez niekontrolowany wzrost liczby atrakcji towarzyszących, więc tych niezwiązanych z tematyką miejsca, w którym się znalazły takich jak: punkty gastronomiczne czy sklepy z pamiątkami. Za przykład niech posłużą rodzime miejsca. Kopalnia Żłota w Żłotym Stoku o bogatej i ważnej historii zaprasza turystów do zabawy na trampolinie dla dzieci, strzelnicy sportowej i w parku linowym. Historyczna atmosfera została zniszczona przez elementy pasujące bardziej do placu zabaw lub do parku rozrywki niż do tak ważnego miejsca. Podobny efekt dla koneserów historii i turystyki dziedzictwa może mieć ustawienie kramów z zabawkami przed bramą rezerwatu archeologicznego w Biskupinie, czy krasnali w sąsiedztwie unikatowej komnaty św. Jadwigi w kopalni soli w Wieliczce. Komercyjne wykorzystanie miejsc i kroki mające za wszelką cenę przyciągnąć turystów masowych mają

destrukcyjny wpływ na turystykę kulturową. Ta, broniąc się, zbacza z utartego szlaku i szuka autentyczności. Cohen wyszczególnił taki typ turystyki nazywając ją dryfowaniem [Cohen 1972], natomiast późniejsi badacze nazwali ją dosłownie *turystyką poza utartym szlakiem* [Maitland, Newman 2009; por. Derek 2013, s. 7]. Do miejsc, które znajdują się poza szlakiem, zakwalifikujemy te najczęściej przez turystów omijane, których mieszkańcy nie są przyzwyczajeni do widoku zaciekawionych przybyszów. Będą wśród nich np. dzielnice biedy (slumsy w Mumbaju), lokalne targowiska (Giełda rybna w Tokio), czynne krematoria (nabrzeże Manikarnika w Waranasi), dzielnice biznesowe (Wall Street) czy tanie punkty gastronomiczne serwujące nietypowe dla turystów dania (psie jadłodajnie w Ho Chi Minh). Wszystkie one tworzą grupę obiektów, którą można nazwać „poza turystyczną przestrzenią miejską”. Dzięki oryginalności zachowań i braku sztucznie wykreowanych zjawisk przestrzeni ta jest szczególnie atrakcyjna dla kulturowego „odkrywcy”. Wszystko co w tej przestrzeni się dzieje, jest natomiast przejawem współczesnego życia metropolii kreującej trendy i kierunek rozwoju społeczeństwa [Selby 2004]. Ten typ zainteresowań występujący wśród dzisiejszych turystów miejskich można z powodzeniem nanieść na model stworzony przez Mikosa v. Rohrscheidta, który wyodrębnił cztery główne składniki przestrzeni miejskiej będące magnesami turystyki miejskiej. Są to: eventy kulturowe, obiekty dziedzictwa kulturowego, muzea i shopping [Mikosa v. Rohrscheidt 2008, s. 100]. Do tych głównych składników miast dołączyć można również „poza turystyczną przestrzeń miejską”, która będzie reprezentantem grupy tych wszystkich obiektów, które interesują turystów, ale których nie można zaliczyć do tych głównych, turystycznych, miejskich atrakcji [ryc. 1].

Ryc. 1. Magnesy turystyki miejskiej – model rozszerzony



Źródło: Opracowanie własne

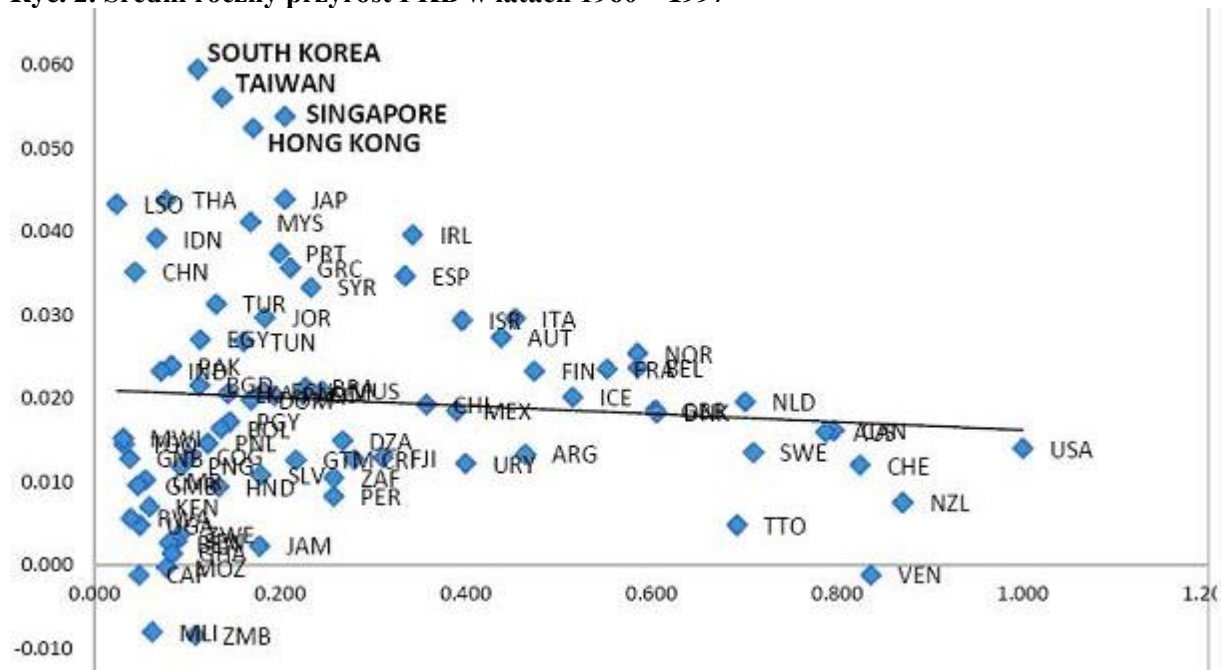
Przy okazji dyskusji o nieturystycznej przestrzeni miejskiej pojawia się pytanie o te miejsca, które cieszą się największym zainteresowaniem wśród osób ją eksplorujących. Odpowiedź znaleźć można w raporcie WTO [2002, s. 44], w którym podano, że osoby udające się do metropolii w pierwszej kolejności zwiedzają miejsca historyczne, a zaraz po nich, nowe centra miast. Przypuszczać można zatem, że wiele osób, po zapoznaniu się z najstarszymi dzielnicami miasta, pragnie zobaczyć te najnowsze, które pełnią przede wszystkim funkcje biznesowe i reprezentacyjne. Zainteresowanie turystów kulturowych równie silnie może dotyczyć przecież przeszłości aglomeracji, jak i przyszłości oraz kierunku i tempa jej rozwoju. To zainteresowanie połączone ze zwykłą ciekawością zostało zauważone przez współczesnych

architektów, którzy celowo tworzą projekty, które obok przeznaczonej im funkcji, pełnić mają też funkcję turystyczną i stanowić atrakcję przyciągającą odwiedzających. Przejawia się to w coraz wymyślniejszych kształtach obiektów oraz w ich coraz większych gabarytach.

Azjatyckie tygrysy i ich nieturystyczna przestrzeń miejska

Pierwszymi azjatyckimi metropoliami, które wyróżniały się szybkim i co ważne, stałym wzrostem gospodarczym, były tzw. azjatyckie tygrysy. Jak podaje R.J. Barro [1998, s. 24] poprawne jest zaliczanie do tego grona jedynie czterech państw: Singapuru, Tajwanu, Hong Kongu i Korei Południowej. Wzrost gospodarczy tych państw i regionów autonomicznych był ekonomicznym ewenementem ubiegłego wieku. Rocznie kształtował się on na poziomie 5-6% PKB od roku 1960, do załamania gospodarczego w roku 1997. Tak długo utrzymujący się na tak wysokim poziomie wzrost, zdeklasował inne światowe gospodarki, a te, które były najbliższe tak dobrego wyniku, również były gospodarkami regionu południowo-wschodniej Azji [Rispens 2009, s. 23]. [ryc. 2].

Ryc. 2. Średni roczny przyrost PKB w latach 1960 – 1997



Źródło: Rispens [2009]

Przyczyn sukcesu azjatyckich tygrysów doszukuje się zarówno w źródłach ekonomicznych, jak i w tych społeczno-kulturowych. Te pierwsze odnoszą się do modelu wzrostu gospodarczego stworzonego najpierw przez Harroda [1939], Domara [1946] i nieco później dopracowanego przez Solowa [1956]. Model ów zakłada kumulację wszelkich dóbr na terenie państwa, unikając wpływu gotówki za granicę. Tak skumulowane środki służyć mają do dalszych inwestycji, a więc do napędzania własnej gospodarki. To dzięki temu (zdaniem ekonomistów) udało się azjatyckim tygrysom szybko wybrnąć z powojennej stagnacji i na przestrzeni jednego pokolenia rozwinąć się z krajów Trzeciego Świata do poziomu przodujących światowych potęg gospodarczych, przynajmniej do załamania, które nadeszło z końcem XX wieku [Rispens 2009, s. 7].

Twórcy drugiej teorii doszukują się przyczyn sukcesu w bardzo popularnej w Azji Wschodniej filozofii Konfucjusza. Konfucjańskie zasady interpretowano w jednoznaczny sposób, uważając, że sukces państwa opiera się według nich na rozwoju i edukacji. Jest to w rzeczywistości jedyny system religijny, który otwarcie mówi o wzroście gospodarczym

i o bogaceniu się, nie wskazując na żadne pejoratywne aspekty takich dążeń. Taki filozoficzny model przyjęły również inne wschodnioazjatyckie gospodarki. Kiedy Chińska Republika Ludowa wkraczała na ścieżkę „kapitalizmu z chińską twarzą” głoszoną przez Deo Xiaopinga, następcę Mao-Zedonga, podawano przykłady azjatyckich tygrysów i ich związki z religią Konfucjusza jako drogę gospodarczego rozwoju [Dubois 2001, s. 227]. Szybki wzrost gospodarczy i płynący za nim inwestycyjny boom nie interesuje jednak tylko i wyłącznie ekonomistów. Pragną oglądać go również turyści, którzy chcą być świadkami rozwoju naszego globu. Skoro turystów interesuje codzienność mieszkańców odwiedzanego kraju, to w sferze tych zainteresowań leżą wszystkie szczeble obserwowanej drabiny społecznej. Niejednokrotnie opisywano już zjawisko wycieczek do slumsów. Do dzielnic biedy udaje się coraz więcej chętnych, spragnionych doznania dramatycznej strony życia w dużej metropolii. Brazylijskie Favele, mumbajskie Dharavi czy Kibera w Nairobi to miejsca najtragiczniejszych ludzkich historii, które są jednak prawdziwe i przez to dla wielu pociągające. Nie wystarczą tak szczegółowe opisy jak u Katherine Boo w książce *Zawsze Piękne* czy u Wojciecha Tochmana w pozycji *Eli, eli*. Czytanie o nieszczęściu nie zastępuje wielu osobom pragnienia zobaczenia go w rzeczywistości. Nie ma lepszego przykładu „poza turystycznej przestrzeni miejskiej”, która staje się wyraźnym elementem turystyki miejskiej. We wspomnianej pozycji *Eli, Eli*, opisującej życie w dzielnicy biedy Manili z ust jej mieszkańca pada stwierdzenie „*pokażę im free of charge moje prawdziwe city*”. Nic bardziej dosłownie nie charakteryzuje tej formy turystyki miejskiej. Chodzi w niej dokładnie o poznanie tej „prawdziwej” strony.

Niniejszy artykuł nie traktuje jednak o turystyce do slumsów, a o jej przeciwieństwie, czyli o turystyce do dzielnic nowoczesności i bogactwa. Chociaż zupełnie odmienne są uczucia wędrujących po nich turystów, to pobudki jej przedsięwzięcia są zupełnie takie same jak w przypadku turystyki po slumsach. Są to: chęć „podglądania” prawdziwego życia mieszkańców i potrzeba przeniesienia się chociaż na chwilę między nich. Wspomniane stolice azjatyckich tygrysów są pierwszymi miejscami w tej części globu, gdzie można takie miejsca znaleźć. To Seul, Singapur, Tajpei i Hongkong wyznaczały trendy w galopującym rozwoju metropolii. Za nimi pojawiły się kolejne, takie jak: Bangkok, Szanghaj, Kuala Lumpur czy wreszcie bliskowschodnie ośrodki jak Dubaj. Poniżej dokonano analizy tych metropolii pod kątem atrakcji turystycznych. Region południowo-wschodniej Azji, gdzie jest tych miejsc najwięcej, cieszy się dzisiaj najwyższym wzrostem ruchu turystycznego. W 2013 roku był to aż 12% wzrost w liczbie przyjazdów do regionu, a wśród najliczniej odwiedzanych miejsc wymienia się Tajlandię z Bangkokiem (w sumie 21% wzrost w stosunku do roku 2012), Hongkong i Tajwan (9% każde z nich) oraz Singapur i Malezję (po 8%). Spora część tego ruchu turystycznego koncentrowała się w stolicach [WTO 2013, s. 6]. Do celów dalszej analizy azjatyckich ośrodków miejskich wybrano te z nich, które znajdują się na liście 20 najpopularniejszych i najczęściej odwiedzanych miast według raportu Global Destination City Index prowadzonego przez zespół MasterCard w 2011 [ryc. 3] i 2013 roku [ryc. 4]. Jasno z niego wynika, że liczące się dwa regiony w tej analizie to ten potężny euroazjatycki (90%) oraz północnoamerykański (10%). Pozostałe kontynenty nie cieszyły się na tyle dużym ruchem turystycznym, aby ich metropolie mogły znaleźć się w tej prestiżowej dwudziestce. Spośród tych, które się w niej znalazły, aż połowa to metropolie azjatyckie, a z kolei 80% z nich to ośrodki znajdujące się we wschodniej i południowo-wschodniej części kontynentu, co potwierdzają wcześniejsze analizy WTO o bardzo wysokim wzroście przyjazdów do tego regionu [Hedrick-Wong 2013, s. 2]. Wzrost ten może być efektem zmian w sferze zainteresowań turystów miejskich. Po historycznych miastach Europy, poszukują oni wrażeń innego typu, rezygnując z obiektów znanego od lat dziedzictwa historycznego. Aby sprecyzować te domysły i określić zainteresowania turystów miejskich w tych metropoliach należałoby wykonać szereg kosztownych badań. Zamiast tego skorzystano z potężnego źródła opiniotwórczego jakim jest Internet, a konkretnie najpopularniejszy portal wymiany turystycznych doświadczeń Trip Advisor [www.tripadvisor.com]. Zamieszczane na

nim oceny miejsc są odzwierciedleniem gustów i wrażeń osób do nich podróżujących. Pochodzące ze wspomnianego portalu dane wykorzystano nie tylko z powodu finansowych i geograficznych barier wykonania rzetelniejszych badań ale również z racji na brak przeciwwskazań do korzystania z tego typu źródeł przy przytaczaniu powszechnych opinii czy podawaniu powszechnej popularności jakiegoś wydarzenia czy obiektu [Dąbrowski 2010, s. 60]. Każde miasto może być na stronach wspomnianego portalu ocenione pod kątem atrakcyjności, organizacji, przyjazności mieszkańców oraz wyszczególnione mogą w nim zostać miejsca warte uwagi. Turyści mogą wyrażać swoje typy w kilku kategoriach: obiekty kulturalne, muzea, sport, na świeżym powietrzu, rozrywka, widowiska, zoo i akwaria oraz ciekawe miejsca. Jedynie kategoria „ciekawe miejsca” nie ma sprecyzowanej tematyki stąd to właśnie ona została wybrana do przeprowadzonej poniższej analizy atrakcji w azjatyckich metropoliach. Wybór każdej innej, ukierunkowywałby na oceny przeprowadzone wewnątrz konkretnej z wielu grup tematycznych, nie odpowiadając na pytanie, które z tych grup, a więc jakiego typu atrakcje, są najpopularniejsze wśród turystów. Skupienie się natomiast na kategorii „ciekawe miejsca” pozwala poznać najbardziej obiektywne i zróżnicowane typy opiniodawców. Każdy obiekt użytkownicy portalu oceniać mogą jako: doskonały, bardzo dobry, średni, zły, okropny. Przyporządkowano im następujące oceny cyfrowe: 5,4,3,2,1, które następnie wykorzystano do wyliczenia noty średniej. Dla przykładu, najciekawszy obiekt w Dubaju, dubajskie fontanny, zdobył średnią ocenę 4,63 punkty, co było wynikiem równania: $x = [(liczba\ wskazań\ „doskonały” \times 5) + (liczba\ wskazań\ „bardzo\ dobry” \times 4) + (liczba\ wskazań\ „średni” \times 3) + (liczba\ wskazań\ „zły” \times 2) + liczba\ wskazań\ „okropny”] / ogólna\ liczba\ opinii\ o\ fontannach\ w\ Dubaju$

Było to konieczne z racji na duże dysproporcje między ilością dokonywanych recenzji. Niektóre obiekty mają ich ponad 4 tys. (np. Singapore Flyer), a niektóre zaledwie kilkanaście (np. Kukrit's Heritage House). Średnia ocen pozwala na stworzenie rankingu zbiorczego wszystkich wypisanych azjatyckich atrakcji. Nie ulega wątpliwości, że niewielka liczba recenzji sama w sobie może świadczyć o małej atrakcyjności obiektu. Niemniej jednak taka ocena jest tylko domysłem i nie jest w sposób wystarczający zbadana. Stąd średnia ocen została przyjęta jako jedyny wyznacznik atrakcyjności danego miejsca.

Ryc. 3. Najpopularniejsze destynacje turystyki miejskiej w 2011 roku (według przyjazdów z zagranicy)



Źródło: Hedrick-Wong 2011, s. 5

Ryc. 4. Najpopularniejsze destynacje turystyki miejskiej w 2013 roku (według przyjazdów z zagranicy)



Źródło: Hedrick-Wong 2013, s. 2

Bangkok

Bangkok zajmuje powierzchnię około 2 330 km², a zamieszkuje go nieco ponad 14,5 mln mieszkańców [Demographia 2013]. Położony jest nad rzeką Menam, w południowej części Tajlandii, blisko jej ujścia do Zatoki Tajskiej. Stolica Tajlandii cieszyła się w 2013 roku prawie 16 milionami zagranicznych gości. Wraz z Dubajem i Sztambułem znajduje się w trójce metropolii o największym wzroście w stosunku do lat ubiegłych. W roku 2011 Bangkok odwiedziło ok. 11,5 mln osób, co daje na przestrzeni tych dwóch lat wzrost o niespełna 40%. Popularność Bangkoku wzrosła dzięki kampaniom reklamowym oraz relatywnie niskim cenom w szczególności w stosunku do państw Europy i Ameryki Północnej. Wspominali również o Bangkoku miłośnicy kultury popularnej dzięki kolejnej, niewyszukanej amerykańskiej komedii z cyklu *Hangover*. Moda na Bangkok przełożyła się również na programy polskich organizatorów turystyki. Programy wyjazdów do Tajlandii zostały ograniczone jedynie do jej stolicy i najbliższych regionów poprzez dużo większą popularność samego Bangkoku w stosunku do pozostałych regionów Tajlandii⁴. Tego typu propozycje dodatkowo charakteryzują się opcjonalnym udziałem w niektórych wycieczkach, co daje możliwość wyboru korzystania z innych uroków miast. Wśród najciekawszych miejsc wskazanych przez internautów na portalu www.tripadvisor.com znalazły się obiekty sakralne, miejsca pamięci (Pomnik Zwycięstwa, Pomnik Demokracji), miejsca dziedzictwa historycznego (Dom dziedzictwa M.R. Kukrita, Hol Tronowy Ananda Samakhom) oraz obiekty architektury współczesnej (wieża Baiyoke, ulica Khao San, centrum wystawowe). Pięć obiektów

⁴ Na przykładzie programu „Bangkok i okolice” biura podróży Ecco Holiday oraz „Tajlandia i Malezja” biura Nowa Itaka (www.eccotravel.eu; www.itaka.pl, 26.01.2014).

z najwyższymi ocenami pozwala stwierdzić, że osoby zwiedzające Bangkok udają się przede wszystkim do miejsc dziedzictwa historycznego oraz do miejsc współczesnych [tab. 1].

Tab. 1. Najciekawsze miejsca w Bangkoku zdaniem internautów

Obiekt	Kategoria	Liczba recenzji	Średnia ocena
Ananta Samakhom Throne Hall	Obiekt historyczny	135	4.50
State Tower	Obiekt architektury współczesnej/biznesowej	307	4.14
Baiyoke Sky Tower	Obiekt architektury współczesnej/biznesowej	413	3.85
Khao San Road	Miejsce handlu	852	3.67
M.R. Kukrit's Heritage Home	Obiekt historyczny	12	3.60

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://pl.tripadvisor.com/Attractions-g293916-Activities-c47-Bangkok.html> (26.01.2014)

Singapur

Singapur jest jednym z czterech tygrysów azjatyckich, który stał się niezwykle kosmopolitycznym miastem z wieloma udogodnieniami dla mieszkańców. Podkreśla się jego niezawodną komunikację miejską, dużą ilość terenów zielonych, wszechobecną czystość oraz niebanalną architekturę łączącą nowoczesność z tradycją pod postacią taoistycznych zasad feng shui warunkujących odpowiednią lokalizację powstających inwestycji. Singapur zamieszkuje około 5,2 mln mieszkańców, a jego powierzchnia nieznacznie przekracza 0,5 tys. km² [Demographia 2013]. Singapurski port lotniczy jest najważniejszym węzłem komunikacyjnym tej części świata, kluczowym dla ruchu samolotów w regionie Pacyfiku i Oceanu Indyjskiego. Od kilku lat liczba przybywających do miasta kształtuje się na poziomie ok. 11,5 mln. Liczba ta nieznacznie się wahała od 11,4 mln w 2011 roku do 11,75 mln w roku 2013. Te dane pozwalały w obu latach plasować się na czwartym miejscu wśród najliczniej odwiedzanych metropolii świata. Wśród miejsc najwyższej ocenianych przez internautów pojawiają się przede wszystkim obiekty architektury współczesnej (Singapore Flyer, The Helix Bridge) oraz centra handlowe (Bugis Street) [tab. 2].

Tab. 2. Najciekawsze miejsca w Singapurze zdaniem internautów

Obiekt	Kategoria	Liczba recenzji	Średnia ocena
Singapore Flyer	Obiekt architektury współczesnej/rozrywkowej	4 120	4.26
The Helix Bridge	Obiekt architektury współczesnej/infrastrukturalnej	146	4.23
Parkview Square	Obiekt architektury współczesnej /biznesowej	28	4.14
Bugis Street	Miejsce historyczne/handlu	386	3.86
Henderson Wave	Obiekt architektury współczesnej/infrastrukturalnej	25	3.76

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://pl.tripadvisor.com/Attractions-g294265-Activities-c47-Singapore.html>

Dubaj

Dubaj jest przykładem szybko rozwijającej się bliskowschodniej metropolii, w której dokonuje się rzeczy niemalże niemożliwych. Najwyższa budowla świata (Burj Khalifa o wysokości 848 m), sztucznie usypane wyspy czy całoroczny, sztuczny stok narciarski to tylko kilka tych najbardziej znanych przykładów. Dzięki nim oraz licznym centrom handlowym Dubaj stał się synonimem rozmachu oraz bogactwa i zaczął przyciągać zainteresowanych turystów i skuszonych nim imigrantów z całego świata. Ekonomiczny sukces był natomiast możliwy dzięki ugruntowanej tradycji kupieckiej i zasobnym złożom ropy naftowej [Mauron 2011, s. 51]. Dzisiaj liczba ludności Dubaju liczy około 3,3 mln osób, które zamieszkują obszar o powierzchni 1,2 tys. km² [Demographia 2013]. Istotne jest, że liczba ludności wzrosła sześciokrotnie przez ostatnie 20 lat. W 1995 roku wynosiła ona około 600 tys. [wikitravel.org, 26.01.2014]. Przyczyną tego była potrzeba zatrudniania rzeszy pracowników, którzy przyjechali przede wszystkim z terenu Indii, Pakistanu i Wielkiej Brytanii. Liczba odwiedzających Dubaj wzrasta z roku na rok, pozwalając cieszyć się, najszybszym (obok Sztambułu i Bangkoku) wzrostem ruchu turystycznego. Między rokiem 2011, a 2013 wzrost ten wyniósł nieco ponad 25%, odpowiednio z 7,9 mln do niemal 9,9 mln zagranicznych turystów. Dzięki temu turystyka wraz z handlem są dzisiaj głównymi działami gospodarki Dubaju, a na kolejne lata prognozuje się kolejne wzrosty, chociażby dzięki przyznanemu Dubajowi prawu organizacji wystawy EXPO 2020. Odrestaurowane dzielnice historyczne (Deira, Al Bastakija) oraz muzea są często pomijane na rzecz oglądania obiektów współczesnej architektury. Jeśli wziąć tylko te obiekty pod uwagę, trudno znaleźć miasto, które może konkurować z Dubajem [tab. 3].

Tab. 3. Najciekawsze miejsca w Dubaju zdaniem internautów

Obiekt	Kategoria	Liczba recenzji	Średnia ocena
Fountains of Dubai	Obiekt architektury współczesnej/rozrywkowej	10 873	4.63
Metro of Dubai	Obiekt architektury współczesnej/komunikacyjnej	6 177	4.53
Burj al Arab Tower	Obiekt architektury współczesnej/hotelarskiej	1 689	4.50
Emirates Tower	Obiekt architektury współczesnej/biznesowej	273	4.48
Burj Khalifa and Dubai Mall	Obiekt architektury współczesnej/handlowej i hotelarskiej	3 483	4.33

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: pl.tripadvisor.com/Attractions-g295424-Activities-c47-Dubai_Emirate_of_Dubai.html

Kuala Lumpur

Stolica Malezji to pod względem powierzchni niewielkie miasto położone na samym środku półwyspu Malajskiego. Cały jednak obszar aglomeracji zajmuje niecałe 2 tys. km² i zamieszkały jest przez około 6,6 mln osób [Demographia 2013]. Zdecydowanie najbardziej rozpoznawalnym obiektem są bliźniacze wieże Petronas Towers. Kuala Lumpur to kolejna metropolia azjatycka notująca wzrost w przyjazdowym ruchu turystycznym. W 2011 roku odwiedziło ją 6,9 mln osób, co pozwoliło zająć jej czternaste miejsce wśród najliczniej odwiedzanych miast. W 2013 roku zajmowało już ósme miejsce z 9,2 mln przyjezdnych. Większość obiektów interesujących zagranicznych gości to obiekty współczesnej architektury na czele ze wspomnianymi już wieżami Petronas [tab. 4].

Tab. 4. Najciekawsze miejsca w Kuala Lumpur zdaniem internautów

Obiekt	Kategoria	Liczba recenzji	Średnia ocena
Petronas Towers	Obiekt architektury współczesnej/biznesowej	5 179	4.36
Central District	Miejsce handlu i rozrywki	1 908	4.25
Putrajaya Bridge	Obiekt architektury współczesnej/infrastrukturalnej	193	4.24
Menara Tower	Obiekt architektury współczesnej/biznesowej	1 777	4.02
Merdeka Square	Miejsce historyczne	169	3.96

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: http://pl.tripadvisor.com/Attractions-g298570-Activities-c47-Kuala_Lumpur_Wilayah_Persekutuan.html

Hongkong

Miasto to stanowi niezwykle ciekawy przykład politycznych komplikacji. Przyłączony do Chińskiej Republiki Ludowej po okresie dzierżawy, która zakończyła się w 1997 roku, pozostaje enklawą o odmiennym od Chińskiej Republiki Ludowej systemie i ze swobodą gospodarczą mieszkańców. Hongkong jest jednym z czterech pierwszych gospodarczych tygrysów południowo wschodniej Azji, a nieodłącznie kojarzony z nim dobrobyt wpłynął na szybki wzrost populacji. Dzięki temu jest jednym z najgęściej zaludnionych terenów na świecie. Na powierzchni 275 km² żyje niewiele ponad 7 mln osób [Demographia 2013].

Chociaż Hongkong znajduje się w czołówce miast z największą liczbą przyjazdów obcokrajowców, to jednak jest on nielicznym przykładem metropolii, w której liczba ta między 2011, a 2013 rokiem wyraźnie spadła. W roku 2011 odwiedziło go bowiem 10,9 mln osób, podczas gdy w 2013 roku było to 8,7 mln. Hongkong zarejestrował więc spadek o 25%, a jego powodem był zmniejszony ruch turystyczny Azjatów, którzy wcześniej masowo wybierali się do Bangkoku. Wśród najwyższej notowanych na portalu Tripadvisor miejsc najwięcej jest punktów widokowych na imponującą, nowoczesną architekturę miasta [tab. 5].

Tab. 5. Najciekawsze miejsca w Hongkongu zdaniem internautów

Obiekt	Kategoria	Liczba recenzji	Średnia ocena
Hongkong Skyline	Obiekty architektury współczesnej/biznesowej	2 257	4.68
Buddha Tian Tan	Obiekt religijny	2 120	4.40
Tsim Sha Tsui Promenade	Punkt widokowy	840	4.25
Central District	Obiekty architektury współczesnej/biznesowej	187	4.25
Sky 100 Observation Deck	Obiekt architektury współczesnej/punkt widokowy	218	4.15

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: http://pl.tripadvisor.com/Attractions-g294217-Activities-c47-Hong_Kong.html

Seul

Kolejna metropolia będąca w czwórce azjatyckich tygrysów jest od 1394 roku stolicą Korei. Po podziale administracyjnym na Południową i Północną Koreę, jest stolicą tej pierwszej o dość strategicznym położeniu w pobliżu granicy strefy zdemilitaryzowanej. Obszar

metropolitalny Seulu zamieszkały jest przez około 23 mln osób i zajmuje obszar o powierzchni niespełna 2 100 km² [Demographia 2013]. Tak duża liczba osób zamieszkująca tak stosunkowo niewielki obszar czyni Seul jedną z najgęściej zaludnionych metropolii świata (około 10 tys. osób na km²).

Liczba osób odwiedzających Seul nie zmieniła się znacznie przez ostatnie lata i utrzymuje się w granicach 8 mln osób. Dzięki temu w obu raportach, zarówno z 2011 i 2013 roku Seul jest jedenastym miastem pod względem zagranicznych odwiedzin na świecie. Seul dzięki swej długiej historii jest miastem, gdzie nowoczesność miesza się z historią. Ma to swoje odzwierciedlenie w najciekawszych miejscach wskazanych przez internautów [tab. 6]. Ważne miejsca historyczne przeplatają się z tymi współczesnymi, a ich fuzja jest interesującym świadectwem kultury Seulu XXI wieku.

Tab. 6. Najciekawsze miejsca w Seulu zdaniem internautów

Obiekt	Kategoria	Liczba recenzji	Średnia ocena
Hongik University District	Miejsce historyczne/popkultury	200	4.35
N Seoul Tower	Obiekt architektury współczesnej/punkt widokowy	1 671	4.14
Gwanghwamun Gate	Miejsce historyczne	121	4.06
ChangGyeongGung	Miejsce historyczne	33	4.04
63 City	Obiekty architektury współczesnej/rozrywkowej	78	3.96

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://pl.tripadvisor.com/Attractions-g294197-Activities-c47-Seoul.html>

Szanghaj

Szanghaj jest bez wątpienia stolicą biznesu i światowych korporacji w Chińskiej Republice Ludowej. Jego rozwój ekonomiczny przejawia się w architekturze miejskiej, w której historyczne zabudowania Bundu znajdują się naprzeciwko nowoczesnej architektury dzielnicy biznesowej Pudong po drugiej stronie jednej z odnóg delty rzeki Jangcy. Szanghaj zajmuje powierzchnię 3,5 tys. km², a zamieszkały jest przez niespełna 22 mln osób [Demographia 2013]. Symbolem jego szybkiego rozwoju stała się najszybsza kolej na świecie łącząca dzielnicę Pudong z lotniskiem o tej samej nazwie. Jest to kolej magnetyczna MagLev mogąca osiągać prędkość nawet do 420 km/h.

Szanghaj charakteryzuje się znacznym wzrostem liczby odwiedzających, który kształtuje się na poziomie 16%. W 2011 roku przyjechało do miasta 5,5 mln osób, a po kolejnych dwóch latach liczba ta wyniosła już 6,5 mln. Wśród szanghajskich atrakcji najwyższymi ocenami internautów cieszą się wspomniane dzielnice Bund i Pudong i ich wzajemne korespondowanie, w którym historycznemu Bundu przeciwstawia się nowoczesna zabudowa Pudongu po drugiej stronie odnogi rzeki Jangcy – Huangpu [tab. 7]. Rejs wieczorny po niej pozwala cieszyć się architekturą obu z nich podświetloną milionami świateł.

Tab. 7. Najciekawsze miejsca w Szanghaju zdaniem internautów

Obiekt	Kategoria	Liczba recenzji	Średnia ocena
Bund Architecture Exhibition	Obiekty architektury historycznej/biznesowej	283	4.58
Shanghai World Financial Center	Obiekty architektury współczesnej/biznesowej	1 236	4.44
Shanghai Urban Planning Exhibition	Obiekt muzealny	362	4.35
Oriental Pearl Tower	Obiekt architektury współczesnej/punkt widokowy	1 891	4.23
Jin Mao Tower	Obiekt architektury współczesnej/biznesowej	336	4.20

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://pl.tripadvisor.com/Attractions-g308272-Activities-c47-Shanghai.html>

Tokio

Stolica Japonii to tętniąca życiem potężna metropolia, która wraz z pobliskimi miastami tworzy megalopolis Wielkie Tokio (Tokyo-Yokohama) – najbardziej zaludniony obszar na świecie – liczący około 37 mln mieszkańców i zajmujący powierzchnię 8,5 tys. km² [Demographia 2013]. Tokio jest ośrodkiem biznesu i symbolem ciężkiej i doskonale zorganizowanej pracy. Mieszkańcy tworzą niepowtarzalną mieszankę stylów. Są wśród nich zarówno osoby podążające za najnowszymi trendami mody jak i te reprezentujące subkultury otaczające kultem bohaterów filmów animowanych i komiksów.

Tokio plasuje się na szesnastym miejscu pod względem przyjazdów osób z zagranicy, a ich liczba wynosi około 5,8 mln. Dwa lata temu japońska stolica znajdowała się na ostatnim miejscu tego zestawienia z 5 mln przyjezdnych. Wśród miejsc odwiedzanych przez turystów niewiele można znaleźć tych historycznych. Wiele świątyń zostało odbudowanych w ubiegłym wieku i nie chodzi tu o obiekty szintoistyczne, których specyfiką jest okresowe przebudowywanie. Turyści chętniej skupiają się na oglądaniu tętniącej życiem metropolii, która wciąga swoim niepowtarzalnie wartkim tempem [tab. 8].

Tab. 8. Najciekawsze miejsca w Tokio zdaniem internautów

Obiekt	Kategoria	Liczba recenzji	Średnia ocena
Tokyo City View Minato	Punkt widokowy	237	4.37
Tokyo Metropolitan Government Building	Punkt widokowy	817	4.27
Ginza	Miejsce handlu	673	4.27
Tokyo Sky Tree	Obiekt architektury współczesnej/biznesowej	13	4.26
Chidorigafuchi	Park miejski/miejsce rozrywki	203	4.25

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: http://pl.tripadvisor.com/Attractions-g298184-Activities-c47-Tokyo_Tokyo_Prefecture_Kanto.html

Tajpej

Ostatnim wśród najchętniej odwiedzanych światowych miast jest czwarty tygrys Azji, będący ośrodkiem gospodarczym Tajwanu, jego stolicą i głównym węzłem komunikacyjnym.

Na niewielkim obszarze 1140 km² zamieszkuje około 8,3 mln osób [Demographia 2013]. Tajpej jest stolicą rządzonej przez Kuomintang Republiki Chińskiej, a wzrost jego znaczenia nastąpił wraz z ucieczką Czang Kai Szeka z Chin po przegranej wojnie domowej z komunistami z Chińskiej Republiki Ludowej w 1949 roku.

Liczba osób przyjeżdżających do Tajpej zmniejszyła się o nieco ponad 200 tys. przez ostatnie 3 lata i w 2013 była na poziomie około 5,19 mln osób. Daje ona stolicy Republiki Chińskiej osiemnaste miejsce wśród najliczniej odwiedzanych metropolii 2013 roku. Tajpej rywalizuje z miastami Chińskiej Republiki Ludowej o status miasta historycznego. Wiele z ruchomych dóbr będących dziedzictwem dynastii panujących w Państwie Środka wraz z nacjonalistami z partii Kuomintang trafiła na Tajwan stanowiąc dzisiaj źródło muzealnych wystaw. Niemniej jednak bardziej jest on kojarzony z miastem biznesowym niż ośrodkiem kulturalnym, co wyraźnie zaznaczyli twórcy filmu dokumentalnego o znaczeniu Tajwanu w relacjach między USA, a Chińską Republiką Ludową [Dufour 2008] [tab. 9].

Tab. 9. Najciekawsze miejsca w Tajpej zdaniem internautów

Obiekt	Kategoria	Liczba recenzji	Średnia ocena
Czang Kaj Szek Mauzoleum	Miejsce historyczne	999	4.14
Taipei 101	Obiekt architektury współczesnej/biznesowej	2 306	4.04
Ping Hsi Railway trail	Historyczna trasa kolejowa	230	4.02
Yongkang Street	Miejsce handlu/rozrywki	96	3.98
Xin Guang Mitsukoshi Taipei Station	Miejsce handlu/rozrywki	51	3.73

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://pl.tripadvisor.com/Attractions-g293913-Activities-c47-Taipei.html>

Nowe oblicze turystyki miejskiej – wnioski końcowe

Powyższa analiza internetowych opinii turystów z całego świata pozwala przypuszczać jakie mogą być trendy we współczesnej turystyce miejskiej. W powyższym zestawieniu przy każdej z azjatyckich metropolii opisano pięć obiektów różnych kategorii, które zostały wskazane przy każdym mieście jako miejsca najciekawsze, a więc te, mogące być w nich głównymi celami turystów. Wskazywane obiekty podzielono na kategorie w zależności od ich przeznaczenia. Kategorie, w które zakwalifikowano wszystkie obiekty to: **miejsca historyczne** wraz z miejscami kultu religijnego i muzeami, **obiekty współczesne** (przejawy współczesnej architektury), **punkty widokowe**, **miejsca handlu** i **miejsca rozrywki**. Każdy z obiektów mógł zostać przyporządkowany do kilku kategorii w przypadku jego złożonego charakteru. Stało się tak na przykład w wypadku 63. Dzielnicy w Seulu, w której zarówno oglądać możemy ciekawą współczesną architekturę oraz w której znajdują się liczne miejsca rozrywki. Wszystkie miejsca zliczono pod kątem powyższych kategorii, co pokazało jednoznacznie, że najciekawsze zdaniem internautów są obiekty historyczne oraz współczesne [tab. 10]. Rzadziej wśród najciekawszych miejsc pojawiały się punkty widokowe, handlowe i rozrywkowe. Celem tej analizy nie jest wskazanie dokładnego, procentowego udziału nowoczesnych obiektów w ogóle interesujących, turystycznych atrakcji, a jedynie zwrócenie uwagi na ogólną tendencję, która pojawia się wśród współczesnych turystów miejskich.

Tab. 10. Zestawienie kategorii najbardziej interesujących miejsc w najczęściej odwiedzanych azjatyckich metropoliach w 2013 roku

Miasto	Obiekt historyczny lub religijny lub muzealny	Obiekt Architektury współczesnej	Punkt widokowy	Miejsce handlu	Miejsce rozrywki
Bangkok	2	2	0	1	0
Singapur	1	4	0	1	1
Dubaj	0	5	0	1	2
Kuala Lumpur	1	3	0	1	1
Hongkong	1	3	2	0	0
Seul	3	2	1	0	1
Szanghaj	2	3	1	0	0
Tokio	0	1	2	1	1
Tajpej	2	1	0	2	2
RAZEM	12	24	6	7	8

Źródło: Opracowanie własne

Zestawienie danych z serwisu Trip Advisor pokazuje, że osoby podróżujące do wybranych miast za zdecydowanie najciekawsze uważają obiekty architektury współczesnej. Takich wskazań pojawiło się przy nich aż o 100% więcej niż przy obiektach historycznych. Marginalne znaczenie w tym zestawieniu mają punkty widokowe oraz miejsca handlu i rozrywki, chociaż podkreślić trzeba, że w niektórych miejscach, jak np. w Dubaju czy w Tajpej miały one dosyć duży udział w piątce najpopularniejszych miejsc. Duże ośrodki miejskie, jak te które analizuje się tutaj, są odwiedzane przez turystów najróżniejszych motywacji, a spory udział w ogólnej liczbie przyjazdów przypada motywom biznesowym. Z powyższego zestawienia wynika jednak wniosek, który nasuwa się również autorowi w efekcie obserwacji turystów podróżujących do Azji. Mianowicie, współczesne dzielnice rozwijających się szybko aglomeracji są dla turystów bardzo interesujące i chętnie przez nich odwiedzane. Ponownie może pojawić się pytanie o klasyfikację tej formy turystyki miejskiej. Czy będzie to jeszcze turystyka kulturowa? Jeżeli odniesiemy to pytanie do wcześniejszych rozważań o turystyce poza utartym szlakiem, to obserwacja życia w nowoczesnym mieście jest zupełnie tym samym czym poznawanie miejsc historycznych. W obu przypadkach chodzi przecież o odpowiedni dla danej epoki przejaw ludzkiej działalności i kultury. Opisanie metropolie są swoistymi tyglami kulturowymi gdzie mieszają się narodowości, religie i tradycje, które wpływają na charakter miast przez co obserwacja życia ich mieszkańców, tak najniższych sfer jak i najwyższych, jest poznawaniem unikalnej kosmopolitycznej miejskiej kultury. Wiele dzisiejszych historycznych miast pełniło takie same funkcje w przeszłości. Były miejscami spotkań narodów z całego świata, szokowały rozmachem, innowacyjnością i nowinkami przybyłymi wraz z kupcami z różnych części świata. Przyglądając się więc podobnym cechom dużych miast, miejscom wyznaczającym trendy, mamy możliwość śledzenia ich kulturowego rozwoju i miejskiej ewolucji. Współczesne, zrealizowane z rozmachem inwestycje porównać można do tych historycznych. Nowe stadiony są jak Colosseum, drapacze chmur to aleksandryjskie latarnie, a centra handlowe to współczesne targowiska kupców z całego globu. Niedosyt może wśród części czytelników pozostawić fakt skorzystania z zasobów portalu Trip Advisor. Z pewnością, artykuł naukowy nie powinien opierać się w całości na tego typu źródłach. Niemniej jednak sama tematyka, jak i geograficzny

Ryc. 7. Karykatura Gustava Eiffel'a

Źródło: www.wikimedia.org

zakres analizowanych miejsc może usprawiedliwić taki zabieg. Kolejnym krokiem badań nad rozpoczętym problemem mogą być przedsięwzięcia angażujące biura podróży. Ich pracownicy mogliby wręczać ankiety swoim klientom z pytaniem o motywację podjęcia wyjazdu (np. kultura, wypoczynek, sport itp.) jak i o najbardziej interesujące i niezapomniane doświadczenia, w tym najbardziej imponujące obiekty. Zebranie jednak takiej ilości ocen, jaką dysponuje Internet, wiąże się przede wszystkim z nakładami czasowymi i finansowymi, które są według autora kolejną przesłanką usprawiedliwiającą formę przeprowadzonych rozważań.

Kiedy pojawiały się, przytaczane we wstępie, petycje o zaprzestanie wznoszenia Wieży Eiffel'a, Gustav Eiffel odpowiedział, porównując ów projekt do egipskich piramid, podkreślając jej trzy razy większą wysokość. Był świadom wagi tej inwestycji i słusznie przewidział, że będzie przyciągać tłumy. Dzięki takim wizjonerom nieobawiającym się krytyki części opinii publicznej, nie liczącym się z kosztami inwestycji, podziwiamy dzisiaj obiekty, których powstanie wydaje się irracjonalne, niepotrzebne w ich czasach. I chociaż irracjonalne wydają się czasem te największe projekty XXI wieku, to trzeba zastanowić się nad ich oddziaływaniem za kilkaset lat.

Bibliografia:

- Ashworth G.J., 1992, *Is there an urban tourism?*, [w:] „Tourism Recreation Research”, nr 17, ss. 3-8
- Barro R.J., 1998, *The east Asian Tigers have plenty to roar about*, [w:] Business Week, 27 kwietnia, s. 24
- Buczowska K, Malchrowicz E., 2010, *Fiesty hiszpańskie – jeszcze święta lokalne, czy już tylko atrakcje dla turystów?*, [w:] „Turystyka Kulturowa”, nr 4, ss. 17-37
- Cohen E., 1972, *Towards a sociology of international tourism*, [w:] Social Research, t. 39, nr 1, ss. 164-182
- Dąbrowski D., 2010, *Korzystanie z publikacji naukowych do badań naukowych*, Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej, [w:] „Turystyka Kulturowa”, nr 6, ss. 59-60
- Demographia, 2013, *Demographia World Urban Areas (World agglomerations)*, 9th annual edition, marzec 2013
- Derek M., 2013, *Turystyka poza utartym szlakiem – nowy model turystyki miejskiej*, [w:] „Turystyka Kulturowa”, nr 9, ss. 5-17
- Domar E.D., 1946, *Capital Expansion. Rate of Growth and Employment*, [w:] „Econometrica”, nr 14, ss. 137-147
- Dubois T.D., 2011, *Religion and the making of modern east Asia*, Cambridge University Press, Cambridge
- Gądek-Hawlena T., 2011, *Rola transportu lotniczego w obsłudze ruchu turystycznego. W aspekcie turystyki miejskiej na przykładzie miasta Krakowa*, [w:] T. Żabińska, *Turystyka na obszarach miejskich*, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, ss. 111-124
- Głyda B., 2013, *Miejski turysta – przyglądając się pustce*, [w:] „Turystyka Kulturowa”, nr 11 ss. 48-60
- Harrod R.F., 1939, *An essay in dynamic theory*, [w:] The Economic Journal, nr 49, ss. 14-33
- Hedrick-Wong Y., 2013, *Global Destination City Index*, MasterCard Worldwide
- Hedrick-Wong Y., 2011, *Global Destination City Index*. MasterCard Worldwide

- Karski A., 1990, *Urban tourism: A key to urban regeneration?*, [w:] *The Planner*, nr 76, ss. 15-17
- Maitland R., Newman P., 2009, *World tourism cities: developing tourism off the beaten track*, Routledge, London and New York
- Mauron A., 2011, *The tradition as tourism product: analysis of the case of Dubai*, HES-SO Wallis, Sierre
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Milenium, Gniezno
- Pstrocka-Rak M., Nowacińska M., 2013, *Uczestnictwo reanimatorów dawnej historii w imprezach turystyki kulturowej na przykładzie Bitwy pod Grunwaldem*, [w:] „Turystyka Kulturowa”, nr 4, ss. 5-20
- Rispens R.K., 2009, *Modern economic growth theories and the “miracle” of the East Asian Tigers*, Erasmus University, Rotterdam
- Selby M., 2004, *Understanding Urban Tourism: Image, Culture, Experience*, IB TAURIS, Londyn
- Solow R.M., 1956, *A contribution to the theory of economic Growth*, [w:] *The Quarterly Journal of Economics*, t. 70, nr 1, ss. 65-94
- Solow R.M., 1957, *Technological change and the Aggregate Production Function*, *The review of Economics and Statistics*, t. 39, nr 3, ss. 312-320
- Tochman W., 2013, *Eli Eli*, Czarne, Warszawa
- World Tourism Organization, 2013, *Asia Pacific Newsletter*, nr 33, Madrid
- World Tourism Organization, 2012, *Global Report on City Tourism – Cities 2012 Project*, UNWTO, Madrid

Strony internetowe:

www.turystykakulturowa.org
www.wikitravel.org
www.wikimedia.org

Filmy dokumentalne:

Dufour A., 2008, *China vs. USA: Empires at war*, Nicolas Wiart Hikari Productions, Channel 5, France

New aspects of modern cities as element of urban cultural tourism based on Asian tigers and other Asian metropolis

Key words: cultural tourism, urban tourism, tourism off the beaten track, Asian Tigers, Asian metropolis

Abstract

Due to the rapid growth of world's biggest cities we are able to witness a new subfamily of urban tourism. Nowadays some of the visitors prefer visiting new urban districts with spectacular and amazing contemporary architecture instead of historical district and museums. This phenomenon may be called *new tourist off the beaten track* although it differs a bit from the original form. Previously tourists used to focus on poor and forgotten urban districts. Today they are interested not only in those places but in the newest parts as well. They started searching districts which are the symbols of a great development of the societies and unbounded engineering's thought. Review of the most popular Asian cities helps in finding the answer what may be the crucial tourist's target in modern metropolis.