

Małgorzata Gałązka, galazkama@wp.pl, Wydział Turystyki i Rekreacji, Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie,
Monika Gałązka, galazka.mo@gmail.com, International Data Group Poland S.A.

Shintō jako walor turystyczny

Słowa kluczowe: shintōizm, kultura, architektura, Japonia, walory turystyczne

Abstrakt:

Walory antropogeniczne Japonii związane są przede wszystkim z niesamowitą cywilizacją, która rozwijała się w odosobnieniu przez wiele lat. Historia kraju, tradycja oraz niezwykle architektura przenikają się z nowoczesnymi budynkami, najnowszymi technologiami i miastami tętniącymi życiem, stwarzając odpowiednie warunki dla turystyki kulturowej i poznawczej. Pierwotną i tradycyjną religią japońską jest shintōizm będący zespołem określonych wierzeń religijnych. Religia ta to jednak nie tylko tradycje i bardzo interesujące wierzenia oraz obyczaje - to również charakterystyczna i tradycyjna architektura będąca niewątpliwie jedną z atrakcji przyciągających rzesze turystów zagranicznych.

Celem opracowania było dokonanie charakterystyki architektury shintōistycznej jako jednego z walorów kulturowych stymulującego przyjazd turystów zagranicznych do Japonii, oraz określenie stopnia znajomości tej architektury wśród studentów kierunku Turystyka i Rekreacja na warszawskich uczelniach.

Wprowadzenie

Japonia jest krajem o niesamowitych walorach turystycznych, zarówno antropogenicznych jak i przyrodniczych. Dla turystów z Europy czy Ameryki największym walorem kraju wydaje się być, jakże odmienna od ich własnej, szeroko pojęta kultura, w tym architektura i sztuka. Kultura japońska bardzo mocno związana jest z tradycjami, wierzeniami oraz historią kraju, który przez lata rozwijał się z dala od innych cywilizacji, tworząc dzięki temu własną, całkowicie odrębną i wyjątkową.

Z roku na rok Japonię odwiedza coraz większa liczba turystów zagranicznych, co sprawia, że jest to jeden z prężniej rozwijających się pod względem turystyki krajów subregionu Azji Północno-Wschodniej. W 2016 r. do Japonii przyjechało ponad 24 mln turystów zagranicznych, co oznacza rekordowy wzrost w porównaniu z rokiem 2015 - aż o 22%. Porównując dane z 2010 r. zauważyć można, iż zagraniczny ruch turystyczny w kraju zwiększył się o prawie 34% [*Tourism Highlights 2016*, s. 9]. Głównym motywem wyboru Japonii przez turystów zagranicznych od lat pozostają zakupy, na które przyjeżdża prawie 35% wszystkich odwiedzających. Jednak drugim najczęściej wybieranym motywem podróży, również od lat, pozostaje poznanie tradycyjnej kultury i walorów z nią związanych, co deklaruje 32,5% odwiedzających [www.tourism.jp, 18.01.2018.].

Jak już wspomniano, kultura Japonii jest silnie związana z tradycyjną religią - shintōizmem istniejącym od ponad dwustu wieków [Mrówka 2008, s. 47]. Shintō (inaczej kami-no michi) w tłumaczeniu na język polski oznacza „drogę bogów” [Derenicz 1977, s. 233]. Uznaje się, że shintō wyrosło z połączenia buddyzmu oraz chińskiej filozofii [www.k-amc.eos.kokugakuin.ac.jp, 18.01.2018]. W latach 1868 – 1945 stało się oficjalną japońską religią narodową, która miała silny związek z oddawaniem czci samemu cesarzowi oraz uznawaniem go za bóstwo. Głównym obiektem kultu shintōistycznego był chram Ise Jingu - do dnia dzisiejszego najważniejsze sanktuarium w Japonii. Należy zaznaczyć, że współcześnie shintōizmu postrzegany jest bardziej jako tradycja kulturowa niż religia [Pawłowska 2013a, s. 13], a w związku z tym, że przenika wszystkie elementy kultury jest

niewątpliwie czynnikiem decydującym o podstawach tożsamości cywilizacji japońskiej [Myga-Piątek 2011, s. 272].

Oficjalnie w Kraju Kwitnącej Wiśni prawie 85% ludności wyznaje buddyzm, natomiast około 80% to wyznawcy shintōizmu. Współcześni Japończycy bardzo często i chętnie wracają do tradycyjnych shintōistycznych ceremonii takich jak ślub, narodziny, nadawanie imion czy też mniej ważnych, jak przeżywanie własnych problemów. Oprócz wierzeń i tradycji shintōizm to również charakterystyczna architektura będąca niewątpliwie jedną z atrakcji turystycznych. Należy przy tym zaznaczyć, że po kilkudziesięciu latach kształtowania nowoczesnego i zurbanizowanego krajobrazu Japonii, obecnie coraz częściej stosowane są rozwiązania nawiązujące do tradycyjnych elementów kultury oraz sztuki, które wkomponowywane we współczesne rozwiązania tworzą specyficzny krajobraz oddający charakter kraju [Ryńska 2007, s. 1].

Celem opracowania było dokonanie charakterystyki architektury shintōistycznej jako jednego z walorów kulturowych stymulującego przyjazd turystów zagranicznych do Japonii, oraz określenie stopnia znajomości tej architektury wśród studentów kierunku Turystyka i Rekreacja na warszawskich uczelniach.

Główną metodą badań był sondaż diagnostyczny z wykorzystaniem ankiety. Badania ankietowe przeprowadzono na państwowych oraz prywatnych uczelniach warszawskich prowadzących kierunek Turystyka i Rekreacja. Łącznie przebadano 414 studentów, zarówno studiów pierwszego jak i drugiego stopnia.

Istota shintō

Wierzenia i zasady religijne

Shintō nie ma założyciela tak jak inne religie, albowiem wiedza na jego temat przekazywana była ustnie z pokolenia na pokolenie. Shintōizm nie posiada także świętej księgi, istnieje jednak Kronika Dawnych Wydarzeń zwana Kojiki spisana w 712 r. n.e., która jest zbiorem mitów, utworów i wierszy oraz pokazuje genealogię monarchów [*Starożytne cywilizacje. Japonia*, 2002, s. 19]. Shintōizm jest religią politeistyczną, co wynika z wielości sił, bytów żywych i duchów, których boskość związana jest z okazywanym im przez ludzi uwielbieniem i podziwem [Kotański 1995, s. 45]. Starożytne japońskie teksty mówią, iż istnieje nieskończona liczba kami (bóstw), w dużym stopniu powiązanych z pierwotnymi siłami, które nadały światu określony kształt, a następnie stworzyły Wyspy Japońskie [Littleton 1998, s. 148]. Bóstwa kami są obecne wszędzie i mogą występować we wszelkich postaciach – mogą zamieszkiwać drzewa, kamienie, a także samo niebo, gdzie mieszka główna bogini Amaterasu [*Mitologie świata. Ludy starożytnej Japonii*, 2007, s. 18]. Można powiedzieć, że wszystko, co w jakiś konkrety sposób wyróżnia się, może zostać bóstwem kami.

Shintōiści wierzą, że Wyspy Japońskie zostały stworzone przez parę boskich demiurgów Izanagi oraz Izanami, którzy na rozkaz Niebiańskich Bóstw, zanurzyli włócznię w oceanie, a kropla, która następnie spłynęła po włóczni uformowała kolejno wyspy. Para ta dała także życie całej gromadzie dzieci, z których każde posiadało niezwykłą moc. Rodzina cesarska także narodziła się za sprawą bóstw, a jej stwórczynią była bogini Amaterasu, dlatego też mówi się, iż władza na ziemi ma niebiańskie pochodzenie. W shintōizmie występuje wiele kami, które są czczone i posiadają tajemniczą moc. Shintōiści wierzą także, że święta i festiwale (matsuri) są wyjątkowymi momentami, aby oddać cześć bóstwom oraz chwilami spotkania ludzi z duchami [*Mitologie świata. Ludy starożytnej Japonii*, 2007, s. 18].

Shintōiści bardzo cenią tradycje oraz rodzinę, która jest dla nich najważniejsza. Jedną z podstawowych zasad shintō jest zamiłowanie do przyrody, ponieważ środowisko naturalne i przyroda są siedliskiem duchów i bóstw. Ważnym elementem w religii jest także

rytuał oczyszczania, celebrowany nie tylko w chramach, ale także w życiu codziennym - rytuał oczyszczania rąk i twarzy zmywa z człowieka wszelkie złe moce oraz złe duchy. Shintōiści wierzą ponadto w życie pozagrobowe - po śmierci człowiek staje się kami [Kotański 1995, s. 60].

Obrzędowość, święta i festiwale

Japończycy uważają, że festiwale (matsuri) są „solą Japonii”, dlatego też tak licznie biorą w nich udział. Japońskie święta są traktowane niezwykle poważnie, poprzedzane są wielotygodniowymi przygotowaniem, a każdemu z nich towarzyszy niezwykle oprawa, ozdoby, muzyka, tańce oraz potrawy, które przypominają o przynależności narodowej. Poza skromnymi, lokalnymi festynami organizowane są również duże święta i rytuały odbywające się w parkach miejskich i na ulicach, stanowiąc tym samym dużą atrakcję turystyczną, w której każdy może wziąć udział [Pawłowska 2013b, s. 33].

Do najważniejszych świąt należy m.in. Nowy Rok (Gantan lub Oshogatsu), będący świętem narodowym, którego obchody trwają cały tydzień, a shintōiści w tym czasie odwiedzają lokalne chramy. Przybywają tam równo o północy, aby oddać cześć bóstwu, a także prosić o łaskę na nadchodzący rok [Mitologie świata. Ludy starożytnej Japonii, 2007, s.120]. Podczas tej nocy panuje zwyczaj wręczania sobie nawzajem małych podarunków z okazji rozpoczęcia nowego roku. Zazwyczaj są to talizmany i amulety, które mają przynieść szczęście, natomiast stare talizmany i amulety pozostawiane są w chramach, a następnie spalane przez kapłanów. Shintōiści wierzą, iż ogień niszczy wszelkie zło i pecha, ma według nich oczyszczającą moc. Tradycją jest także kupowanie drewnianych tabliczek ema, na których wierni wypisują swoje prośby i życzenia, a następnie zawieszają na stojakach [Giesen, Khan i in. 2007, s. 150].

Wśród innych ważnych i hucznie obchodzonych w shintōizmie świąt wymienić należy: Setsubun - święto na cześć ostatniego dnia zimy; Dzień Pełnoletniości (Seijin-no-hi) obchodzony w drugi poniedziałek stycznia; Święto Lalek zwane też Świętem Kwitnienia Brzoskwiń (Hina matsuri) obchodzone 3 marca [Mitologie świata. Ludy starożytnej Japonii, 2007, s.88, 125]; Święto Kwiatów (Hanami) obchodzone na początku kwietnia; Dzień Dziecka lub Dzień Chłopców (Kodomo no hi) obchodzony 5 maja; Święto Gwiazd (Tanabata) odbywające się 7 lipca [Bornoff 2004, s. 386, 387]; Święto Zmarłych lub inaczej Uroczystość Latarni (Obon) odbywające się w połowie sierpnia [Kotański 1995, s. 72].

W tradycyjnej rodzinie gdzie wyznaje się shintōizm znajduje się miniaturowa kapliczka lub też ołtarz zwany kamidana (półka dla bogów). Zazwyczaj kamidana opiekuje się najstarszy członek rodziny, każdego dnia na ołtarzyku umieszczając czarki z sake oraz talerzyk z warzywami i ziarnami ryżu, które są podarkami dla bóstwa. Na ołtarzykach często też umieszcza się pamiątki z miejsc świętych oraz talizmany, a także pamiątki po zmarłych przodkach lub tabliczki z ich imionami [Kotański 1997, s. 197]. W shintōizmie istnieje określona modlitwa - wierni stają przed ołtarzem, kłaniają się, klaszczą dwa razy w dłonie i wygłaszają życzenia czy też podziękowania dla danego bóstwa, na koniec modlitwy pociągają za sznur, na którym znajdują się dzwoneczki, których dźwięk ma zwrócić uwagę bóstwa na modlącego się. Wierni zapisują także swoje życzenia i podziękowania na tabliczkach ema, które przywiązują do specjalnych stojaków.

Architektura shintōistyczna

Główne założenia i rodzaje budowli

Świątynie shintōistyczne noszą nazwę chram lub miya (używa się też takich określeń jak jingū, jinja czy yashiro). Chramy to przede wszystkim miejsca kultu religijnego oraz miejsca gdzie zamieszkują bóstwa kami. Wśród architektury shintōistycznej wyróżnić

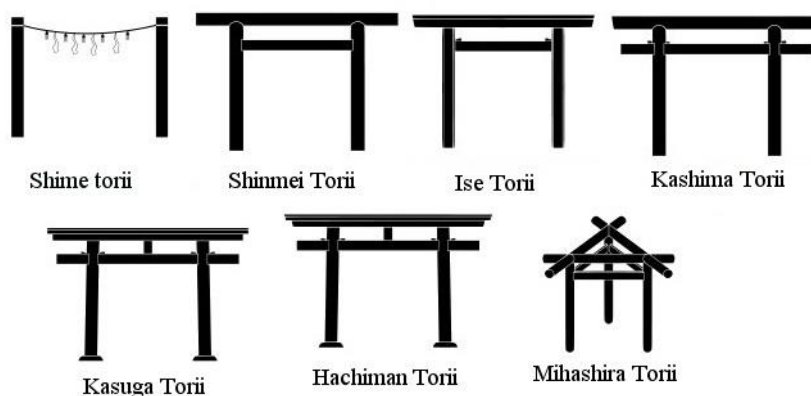
można kilka stylów, po których określa się wiek budowli [Kotański 1974, s. 61]. Najstarszym stylem jest taisch-zukuri, który uznaje się za najbardziej prymitywny. Wyróżnia się dwie jego odmiany: ôtori-zukuri i sumiyoshi-zukuri, który dzieli się dodatkowo na styl boski i ciągły. Powstały także inne odmiany tych stylów, lecz wszystkie tylko w niewielkim stopniu różniły się od siebie, a różnice zazwyczaj odnosiły się do formy honden, czyli głównego budynku świątyni [Kotański 1995, s. 135].

Cechą specyficzną architektury shintōistycznej jest rozbiórka starych świątyni co 20 lat i budowanie w tym samym miejscu nowych świątyni według tych samych planów, tak aby budynki zawsze były nowe (nawiązanie do idei czystości i przemijania), a jednocześnie aby zachowały status obiektów zabytkowych [Myga-Piątek 2011, s. 276].

Tradycyjnie świątynie shintōistyczne były budowane z drewna, lecz w dzisiejszych czasach odstępuje się od tej zasady. W świątyniach nie stosowano także żadnych metalowych ozdób, nie malowano czy tynkowano ścian. Cała konstrukcja świątyni oparta była na długich palach wbijanych w ziemię, które podtrzymywały całą konstrukcję świątyni i jej dach. Do dnia dzisiejszego świątynie zwieńczone są dwuspadowym dachem, który zakończony jest ozdobnymi elementami. Wokół budynku znajduje się ganek, na który prowadzą drewniane schodki, nad którymi znajduje się osobny mały dwuspadowy daszek. Dachy są zrobione głównie z grubej warstwy włókien roślinnych. Style budowlane można także rozróżnić na podstawie położenia schodków prowadzących do głównego pawilonu [Kotański 1974, s. 65].

Znakiem rozpoznawczym sanktuarium shintō jest tradycyjna japońska brama - torii. Uważane są one za symbol shintōizmu oraz są najbardziej rozpoznawanym symbolem Japonii na świecie. Bramy torii oddzielają sferę sacrum od profanum - wchodząc z ulicy do sanktuarium shintōistycznego i przekraczając bramę torii, wkracza się w nowy, odmienny świat [Pawłowska 2013a, s. 18]. Nie można dokładnie stwierdzić skąd tak naprawdę pochodzi torii, istnieje wiele teorii na ten temat. Jedne twierdzą, iż torii jest rdzennie japońskie, inne natomiast, że zostało sprowadzone z innych krajów takich jak Chiny, Indie czy Tajlandia. W tych krajach od dawna istniały symboliczne bramy ustawiane przed świątyniami, np. w Bangkoku funkcjonują tak zwane Sao Ching Cha, będące bramami bardzo przypominającymi torii - nie pełnią one jednak roli bramy, lecz huśtawki podczas ceremonii Bramini. Jeszcze inna z teorii mówi, iż bramy prawdopodobnie wykorzystywane były, jako żerdzie dla ptaków w wielu kulturach azjatyckich - ich zadaniem było odstraszenie złych duchów oraz miały przynosić szczęście mieszkańcom wiosek, w których się znajdowały [Derenicz 1977, s. 320].

Bramy torii tradycyjnie wykonywano z drewna oraz kamieni, które z czasem zaczęto zastępować metalami i betonem. Torii zazwyczaj malowane są pomarańczową lub czarną farbą, ale mogą być także niemalowane. Mogą również występować pojedynczo lub w dużych grupach [Derenicz 1977, s. 320]. Wyróżnia się dwie rodziny torii, a pierwszą z nich jest rodzina shimei, której konstrukcja opiera się na dwóch pionowych filarach, zakończonych dwoma poziomymi nadprożami (ryc. 1) [Sobieski 1971, s. 402].



Ryc. 1. Bramy Torii z rodziny shimei

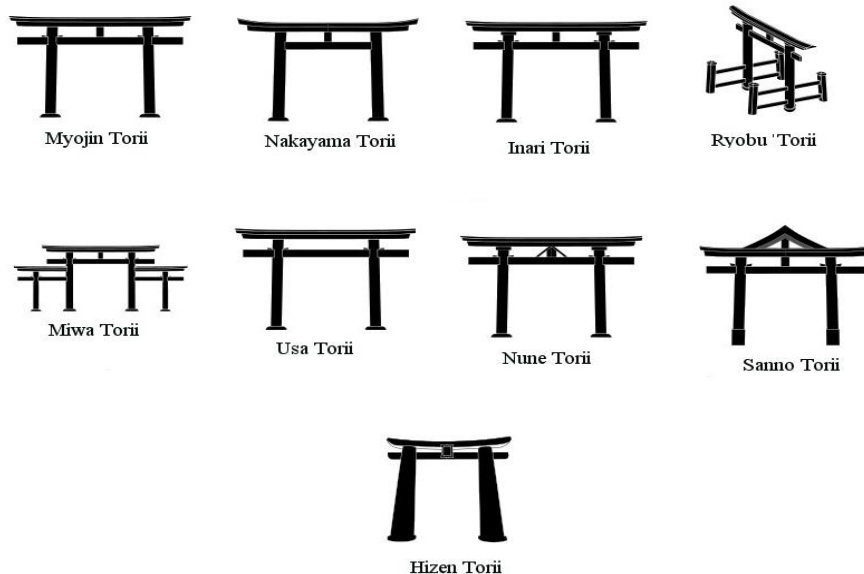
Źródło:

www.en.wikipedia.org,

stan na dzień

06.11.2017.

Drugą grupą jest rodzina myōjin charakteryzująca się bardziej złożoną konstrukcją. Elementem, który odróżnia tą rodzinę są wykrzywione, wygięte ku górze nadproża oraz większa ilość zdobień i ornamentów (ryc. 2).

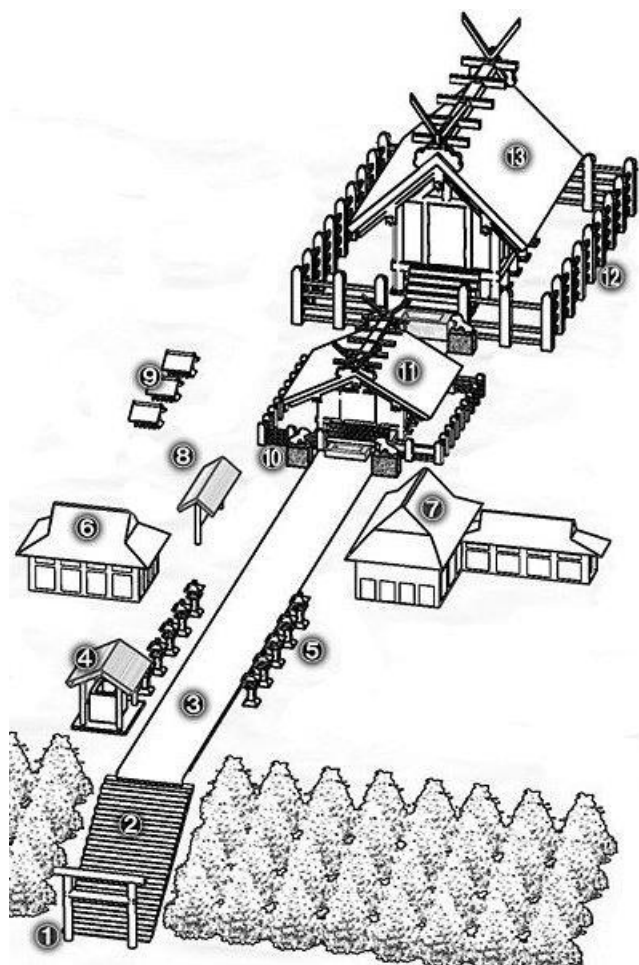


Ryc. 2. Bramy Torii z rodziny myōjin

Źródło:

www.en.wikipedia.org, stan na dzień 06.11.2017.

W sanktuarium shinto, za bramą torii znajdują się budynki, do których prowadzi droga wizytowa sandō. Ścieżki te, zazwyczaj wysypane białymi kamykami, żwirem lub piaskiem, prowadzą do głównego budynku honden (ryc. 3). Wzdłuż ścieżki ustawione są kamienne latarenki lub kolejne torii [www.k-amc.eos.kokugakuin.ac.jp, 25.11.2017].



1. Torii – brama wejściowa.
2. Kamienne schodki.
3. Sandō – ścieżka prowadząca do sanktuarium.
4. Chōzuya lub temizuya – naczynie do obmywania rąk.
5. Toro – kamienne latarnie.
6. Kagura – scena do rytualnych tańców.
7. Shamusho – biuro administracyjne.
8. Ema – drewniane tabliczki z modlitwami i życzeniami wiernych.
9. Sessha oraz massha – małe kapliczki.
10. Komainu – kamienne posągi, przedstawiające lwy, strażnicy sanktuarium.
11. Haiden – mała sala modlitw.
12. Tamagaki – ogrodzenie lub płotek oddzielające Honden.
13. Honden – główny pawilon sanktuarium.

Ryc. 3. Schemat świątyni shintōistycznej

Źródło: www.en.wikipedia.org, stan na dzień 06.11.2017.

Przy ścieżce sandō zlokalizowane jest chōzuya lub temizuya, czyli niewielkie pomieszczenie, w którym znajduje się basen lub studnia, służące do rytuału ablucji. Każdy wierny, który odwiedza świątynię musi dokonać tego rytuału - najpierw nabiera się wodę bambusowym czerpakiem, następnie obmywa się ręce, potem płucze usta wodą, a na koniec obmywa całą twarz [Myga-Piątek 2011, s. 274].

Kolejnym pawilonem na terenie świątyni jest kagura-den, w którym odbywają się rytualne tańce teatralne kagura wykonywane przez kapłanki. Termin kagura oznacza rozrywkę bogów lub też muzykę bóstw. Na terenie każdej świątyni znajduje się również shamusho czyli biuro administracyjne chramu, w którym wierni mogą zakupić talizmany, wróżby, amulety i pamiątki ze świątyni. Fundusze ze sprzedaży pamiątek oraz talizmanów przeznaczane są na utrzymanie świątyni [Mitologie świata. Ludy starożytnej Japonii, 2007, s. 88, 132].

Kolejnymi elementami znajdującymi się na terenie świątyni shintōistycznej są sessha i massha - miniaturowe pomocnicze kapliczki zlokalizowane na terenie świątynnym lub poza jego obszarem. Zazwyczaj powiązane są one z bóstwem panującym w danym sanktuarium, ale mogą być także poświęcone innym kami, z którymi jest związany dany chram [Kotański 1995, s. 131].

Charakterystycznym elementem w zespołach świątynnych shintō są komainu - kamienne posągi przypominające lwy, ustawione parami i strzegące wejścia na teren świątyni. Z początku komainu wykonywane były z drewna, znajdowały się w pomieszczeniach i były identyczne. Po pewnym czasie zaczęto wykonywać je z metalu, ustawiano poza budynkami oraz przyjęto zasadę, iż nie muszą być identyczne. Motywem komainu są nie tylko lwy, lecz mogą to być także inne zwierzęta, jak lisy, dziki czy tygrysy. Najczęściej w chramach shintōistycznych spotyka się komainu w kształcie lisa - pod tą postacią występuje Inari, bóstwo obdarowujące ryżem oraz płodnością [Mitologie świata. Ludy starożytnej Japonii, 2007, s.88, 47].

Kolejnym budynkiem na terenie kompleksu świątynnego jest haiden, będąca małą salą modlitewną, często połączona z głównym budynkiem. Zazwyczaj obiekty te budowane są z większym rozmachem i posiadają o wiele więcej ozdób i ornamentów niż główny pawilon. Haiden jest przeznaczony głównie dla wiernych - odprawiane są w nim rytuały ku czci bóstw, podczas gdy honden służy tylko kapłanom i bóstwu kami. Kapłani mogą wchodzić do honden jedynie podczas odprawianych rytuałów, a w niektórych chramach wstęp do niego ma tylko i wyłącznie sam cesarz. Główny budynek honden znajduje się w tylnej części całego kompleksu świątynnego, ogrodzony jest płotem, który początkowo stanowiły zarośla i drzewa, później natomiast zaczęto stawiać niewielkie drewniane płotki. Wewnątrz honden znajduje się specjalne wewnętrzne sanktuarium (naijin), w którym występuje boskie ciało kami. Zazwyczaj jest to lustro lub posąg, ale mogą to być także obiekty przyrodnicze, w których przebywa bóstwo. W niektórych kompleksach świątynnych nie występuje budynek honden lecz jego rolę pełni zazwyczaj haiden [Kotański 1995, s. 132].

Główne obiekty shintōistyczne w Japonii

Do dnia dzisiejszego w całej Japonii istnieje ponad 80 tys. shintōistycznych chramów - począwszy od niewielkich przydrożnych kapliczek do monumentalnych zespołów świątynnych [Myga-Piątek 2011, s. 275].

Jednym z pierwszych oraz największych chramów shintōistycznych na Wyspach Japońskich jest Ise Jingū, znajdujący się w mieście Ise na wyspie Honsiu w kompleksie Wielkich Chramów Ise. W skład Wielkich Chramów wchodzi ponad sto osobnych świątyń, w których czci się boginię słońca Amaterasu oraz boginię urodzaju Ukemochi [Littleton 1988, s. 155]. Dwa główne chramy - Geku Chram Zewnętrzny oraz Naiku Chram Wewnętrzny oddalone są od siebie o 6 km i połączone są ścieżką pielgrzymów. Oba chramy zostały zbudowane w stylu shinmei-zukuri, którego główną cechą są dwuspadowe dachy,

z walcowatymi poprzeczkami, a także skrzyżowanymi krokwiemi. Styl ten jest bardzo ubogi w zdobienia i ornamenty, a głównym budulcem jest szlachetne drewno cyprysowe oraz cedrowe [Borucki 1988, s. 11]. Ostatnia rekonstrukcja chramów w Ise odbyła się w 2013 r. - w sumie takich ceremonii od powstania chramów było już 67. W Wewnętrznym Chramie Naiku znajduje się święte zwierciadło będące symbolem bogini Amaterasu. Chram ten należy do świętości narodowych Japonii, a wierni przybywający do niego nie przychodzą tu z własnymi prośbami, lecz po to, aby wysłuchać woli samej bogini oraz oddać cześć cesarzowi [Derenicz 1977, s. 143].

Jednym z najstarszych chramów w Japonii jest Izumo Taisha (Wielki Chram w Izumo), który w 1952 r. wraz z całym kompleksem świątynnym stał się Narodowym Skarbem Japonii. W chramie czci się Pana Wielkiej Błogosławionej Ziemi - bóstwo opiekuńcze [*Mitologie świata. Ludy starożytnej Japonii*, 2007, s. 136]. Chram ten był wielokrotnie przebudowywany, jednak nie tak jak większość chramów, co 20 lat, a znacznie rzadziej. Izumo Taichsa razem z Ise Jingu tworzą największe shintōistyczne centrum pielgrzymkowe, które jest licznie odwiedzane w Święto Chramów [Bornoff 2004, s. 275]. Nie ma dowodów na to, kiedy chram Izumo powstał, jednak jego budowę datuje się na około 950 r. W kronikach chram opisywany jest, jako najwyższy budynek w epoce Heian, pierwotnie miał on około 48 metrów wysokości, był większy nawet niż posąg Wielkiego Buddy, który mierzy 45 metrów, oraz był największą drewnianą budowlą w Japonii. Niesamowitą wysokość chramu tłumaczy się tym, iż wierzono, że bogowie górują nad ludzkim światem, dlatego też budowla ta była wznoszona jak najwyżej, by znajdowała się ponad światem ludzi [*Mitologie świata. Ludy starożytnej Japonii*, 2007, s. 136].

Teren Chramu w Izumo ma powierzchnię ponad 16 hektarów i znajduje się na nim wiele budynków, które zostały zbudowane w stylu taisha-zukuri (styl wziął nazwę od chramu Izumo Taisha). Charakterystycznymi cechami tego stylu są skrzyżowane bale szczytowe, dwuspadowy dach, dekoracyjne belki układane w poprzek kalenicy, a także wejście do budynków umieszczone od strony szczytu. Budynki główne budowane były na wysokich palach wbijanych w grunt [Bornoff 2004, s. 387]. Chram Izumo znany jest także z festiwalu, z których najważniejszym jest Festiwal Cesarski odbywający się 14 i 15 maja, podczas którego członek rodziny cesarskiej przybywa osobiście do Izumo, aby złożyć hołd bogom [Bornoff 2004, s. 387].

Wielki Chram Kasuga Taisha w Narze zbudowany został w 768 r. Według mitów, uważa się, iż po przeniesieniu stolicy do Nara bóstwo Takemikazuchi przeniosło się z chramu Kashima na górę mikasa-yama, podróż bóstwo odbyło na białym danielu. Dlatego zwierzęta te są uznawane za świętych wysłanników i otaczane są przez wiernych szczególną opieką. W 768 r. powstało sanktuarium, ogrodzenie oraz bramy torii. Od tego czasu chram znacznie się powiększał, powstawały nowe budynki i zajmował on coraz ważniejsze miejsce w życiu mieszkańców miasta [Tubielewicz 1983, s. 57, 59]. W skład sanktuarium wchodzi cztery główne budynki honden - każdy poświęcony innemu bóstwu. W Chramie Kasuga sporadycznie odprawiane jest widowisko zwane bugaku - tradycyjny japoński taniec, w którym tancerze zakładają piękne stroje oraz maski mające symbolizować istoty ponadludzkie. Począwszy od 850 r., corocznie 13 marca odbywa się tu festiwal Kasuga-matsuri. Na terenie chramu, w jego północnej części, znajduje się niezwykle drzewo Yadorigi, na którego pniu zaszczepiono sześć innych gatunków drzew. Wierni odwiedzający świątynię przyczepiają do gałązek drzewa karteczki z modlitwami oraz życzeniami, a także prośbami o szczęście. Chram Kasuga Taisha został wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Przyrodniczego UNESCO [Bornoff 2004, s. 240].

Chram Fushima Inari Taisha w Kioto poświęcony jest dwóm bóstwom - Ukanomitama (patron rolnictwa) oraz Inari (pomyślność i bogactwo) [*Starożytne cywilizacje Japonia*, 2002, s. 139]. Świątynia została założona w 711 r. przez rodzinę Hata, a obecne zabudowania świątynne powstały w 1499 r., ponieważ oryginalne spłonęły w pożarze w 1468 r. podczas

wojny domowej. W epoce Heian chram został objęty cesarskim patronatem, następnie do końca II wojny światowej funkcjonował jako państwowa świątynia [*Miejsca święte Kioto*, 2011, s. 228].

Innym chramem znajdującym się w Kioto jest Kitano Tenmangū z 947 r., a czczony jest w nim Tenjin – poeta i uczonec Sugawara Mihizane, który pośmiertnie został podniesiony do rangi bóstwa mądrości. Przed śmiercią Mihizane był wybitnym erudytą oraz ministrem na dworze cesarskim, jednak na skutek intrygi zmuszony był przenieść się na wyspę Kiusiu, gdzie zmarł [Tubielewicz 1983, s.166]. Po jego śmierci na rodzinę cesarską oraz ministrów, którzy przyczynili się do wygnania zaczęły spadać nieszczęścia oraz liczne katastrofy. Dlatego w 933 r. uznano, iż trzeba przywrócić mu pośmiertnie dobre imię i uznano go za bóstwo mądrości. Do dnia dzisiejszego uczniowie i studenci przybywają do chramu i proszą bóstwo o powodzenie w nauce oraz na egzaminach [*Miejsca święte Kioto*, 2011, s. 194].

Jednym z najstarszych chramów shintōistycznych w Kioto jest Chram Shimogamo Jinja. Świątynia w okresie Heian była pod opieką samego cesarza i stanowiła kluczowe miejsce dla bezpieczeństwa całego Kioto [*Miejsca święte Kioto*, 2011, s. 158]. Pierwsze budynki w kompleksie świątynnym powstały pomiędzy 675 r. a 686 r.. W latach 1871-1946 chram otrzymał status świątyni cesarskiej i od tamtego momentu aż do dnia dzisiejszego pełni funkcję strażnika miasta przed wszelkimi plagami oraz chorobami. Budynki świątynne zostały przebudowane w XI w. i od tamtej chwili plan całej świątyni nie uległ gruntownym zmianom. Zespół świątynny Chram Shimogamo Jinja w 1994 r. został wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Przyrodniczego UNESCO [*Miejsca święte Kioto*, 2011, s. 159-160].

Atrakcyjność turystyczna architektury shintōistycznej – wyniki badań

Celem przeprowadzonych badań było określenie stopnia znajomości architektury shintōistycznej wśród studentów kierunku Turystyka i Rekreacja na warszawskich uczelniach. Postanowiono zbadać czy architektura shintōistyczna może mieć wpływ na motywy podróży do Japonii oraz czy jest ona postrzegana jako walor turystyczny.

W zakrojonych na szeroką skalę badaniach ankietowych wzięło udział 414 studentów kierunku Turystyka i Rekreacja z uczelni warszawskich, z czego znaczną część, 67%, stanowiły kobiety. Warto zaznaczyć, iż w grupie badanych na studiach magisterskich liczba kobiet była prawie czterokrotnie większa niż liczba mężczyzn. Szczegółową charakterystykę badanej grupy przedstawiono w tab. 1.

Najliczniejszą grupę badanych stanowili studenci w wieku 22-25 lat (59%), a kolejne 29% tworzyli respondenci w przedziale wiekowym 19-21 lat. Niewielką grupę stanowili ankietowani w wieku 26-29 lat (7%) oraz powyżej 30 lat (4%). Studenci studiów licencjackich to głównie osoby w wieku 19-21 lat, stanowiący 61% przebadanych z tej grupy, natomiast 38% to respondenci z przedziału wiekowego 22-25 lat.

Większość przebadanych, 57%, mieszka w Warszawie a 28% to mieszkańcy innych miast. Warto również zaznaczyć, iż przeszło połowa przebadanych, 52%, to studenci uczelni prywatnych, w tym prawie 62% to studenci studiów drugiego stopnia (magisterskich). Pozostała część, czyli 48% respondentów studiuje na uczelniach państwowych, gdzie większą część stanowią studenci pierwszego stopnia – studiów licencjackich (58%).

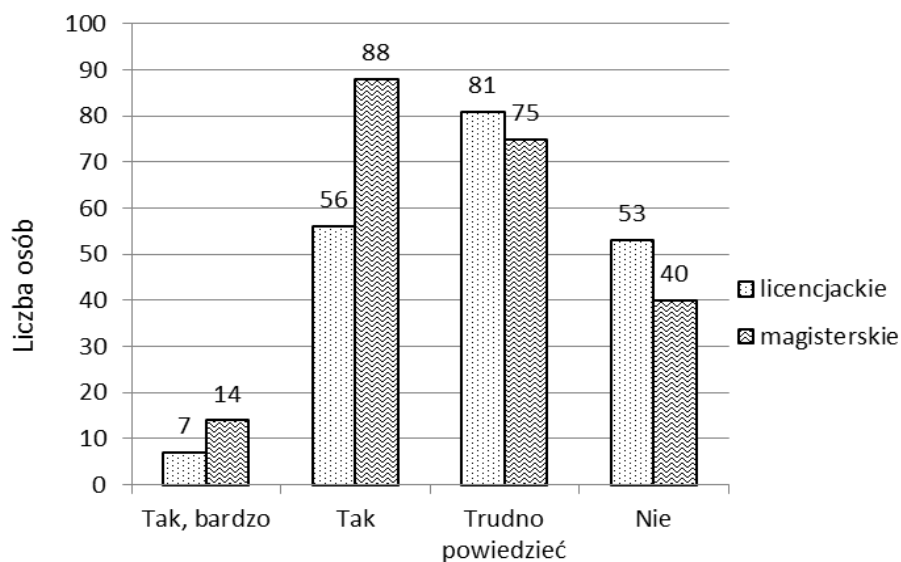
Tab. 1. Charakterystyka badanej grupy

Klasa	Studia licencjackie		Studia magisterskie		Ogółem	
	Liczba (N)	% z N	Liczba (N)	% z N	Liczba (N)	% z N
Płeć:						
Kobieta	109	55,3	170	78,3	279	67,4
Mężczyzna	88	44,7	47	21,7	135	32,6
Wiek:						
19-21lat	120	61,0	0	0	120	29,0
22-25 lat	74	37,5	174	80,2	248	59,9
26-29 lat	3	1,5	25	11,5	28	6,8
Powyżej 30 lat	0	0	18	8,3	18	4,3
Miejsce zamieszkania:						
Warszawa	106	53,8	131	60,4	237	57,2
Inne miasto	53	26,9	65	29,9	118	28,5
Wieś	38	19,3	21	9,7	59	14,3
Typ uczelni:						
Państwowa	116	58,9	83	38,2	199	48,1
Prywatna	81	41,1	134	61,8	215	51,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Na wstępie zadano respondentom pytania ogólne, odnoszące się do szeroko pojętej kultury i sztuki i ich zainteresowania tymi dziedzinami (ryc. 4). Znacznej części przebadanych, 38%, trudno było określić stopień swojego zainteresowania kulturą i sztuką. W grupie udzielającej takiej odpowiedzi przeważali studenci studiów licencjackich (52%). Również duża grupa respondentów, bo 35%, wykazywała zainteresowanie w zakresie kultury i sztuki, z czego aż 61% tej grupy stanowili studenci studiów magisterskich, a więc już osoby o wyższym poziomie wykształcenia.

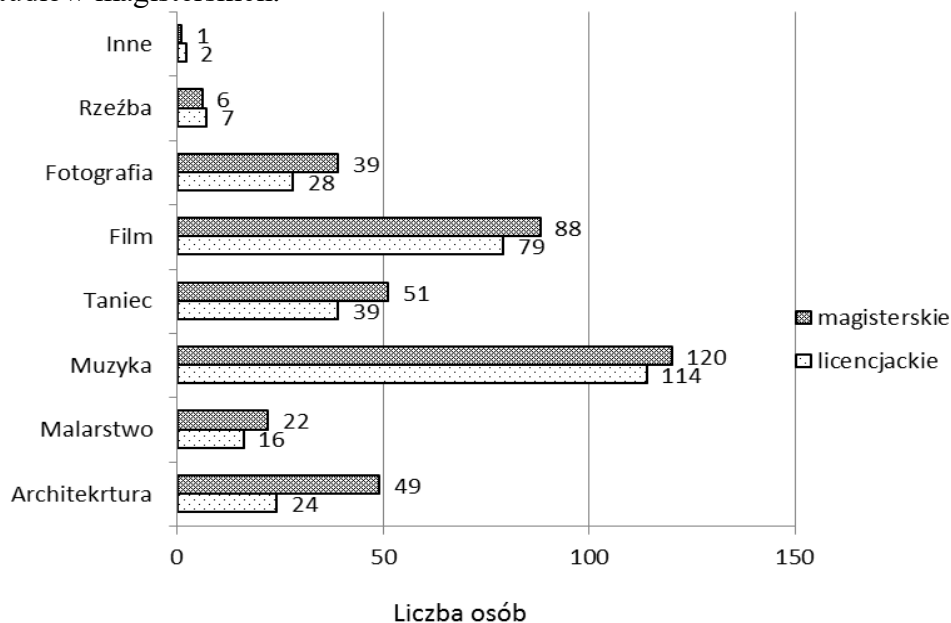
Kolejną grupę stanowiły osoby, niezainteresowane zagadnieniami kultury i sztuki (22%), z czego aż 56% tej grupy to studenci studiów licencjackich. Ostatnią, najmniej liczną grupą, były osoby bardzo zainteresowane kulturą i sztuką, jednak stanowiły one jedynie 5% wszystkich przebadanych studentów.

**Ryc. 4.** Zainteresowanie respondentów problematyką kultury i sztuki

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Najpopularniejszym rodzajem kultury i sztuki, który wzbudza zainteresowanie przebadanych była muzyka, na którą wskazało aż 56% wszystkich przebadanych (ryc. 5). Na kolejnych miejscach ankietowani wybierali film (40%), taniec (22%), fotografię (16%),

malarstwo (9%). Należy zwrócić uwagę na to, iż architekturę, jako najbardziej interesujący rodzaj kultury i sztuki, wybrało w sumie 17% przebadanych, z czego aż 67% stanowili studenci studiów magisterskich.



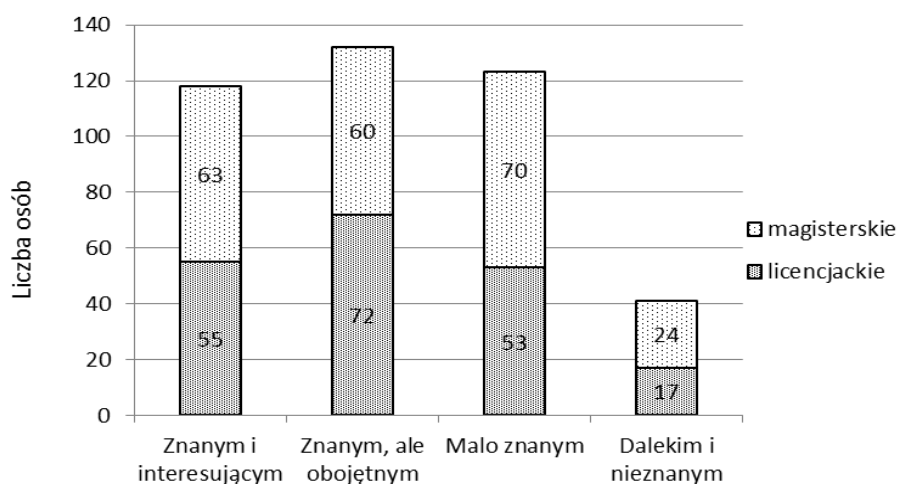
Ryc. 5. Zainteresowanie respondentów poszczególnymi rodzajami kultury i sztuki

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Należy zwrócić uwagę, że 44% przebadanych potwierdziło, iż potrafią odróżniać style architektoniczne, z czego 58% stanowili studenci studiów magisterskich, natomiast 42% studenci studiów licencjackich. Przeszło 39% przebadanych uznało, iż nie są pewni czy rozpoznaliby style architektoniczne i detale w nich występujące (większość, bo aż 55%, to studenci studiów licencjackich). Studenci studiów licencjackich najczęściej wybierali odpowiedź „trudno powiedzieć” (46%), natomiast 50% studentów studiów magisterskich wybrało odpowiedź twierdzącą. Zauważyć można więc, że studenci studiów magisterskich posiadają większą wiedzę i rozeznanie wśród stylów architektonicznych. Jednocześnie wśród najbardziej interesujących stylów i najbliższym przebadanym wskazywano najczęściej na architekturę współczesną (31%), gotyk (27%), antyk (21%), renesans (20%) oraz barok (18%).

Wśród rodzajów architektury, którymi respondenci są najbardziej zainteresowani znalazły się natomiast pałace oraz zamki, na które wskazało 48% ogółu przebadanych (z czego ponad 57% stanowili studenci studiów magisterskich). Kolejnymi znaczącymi odpowiedziami były dwory i dworki (27% przebadanych), kościoły (26%) oraz obiekty sportowe (22%).

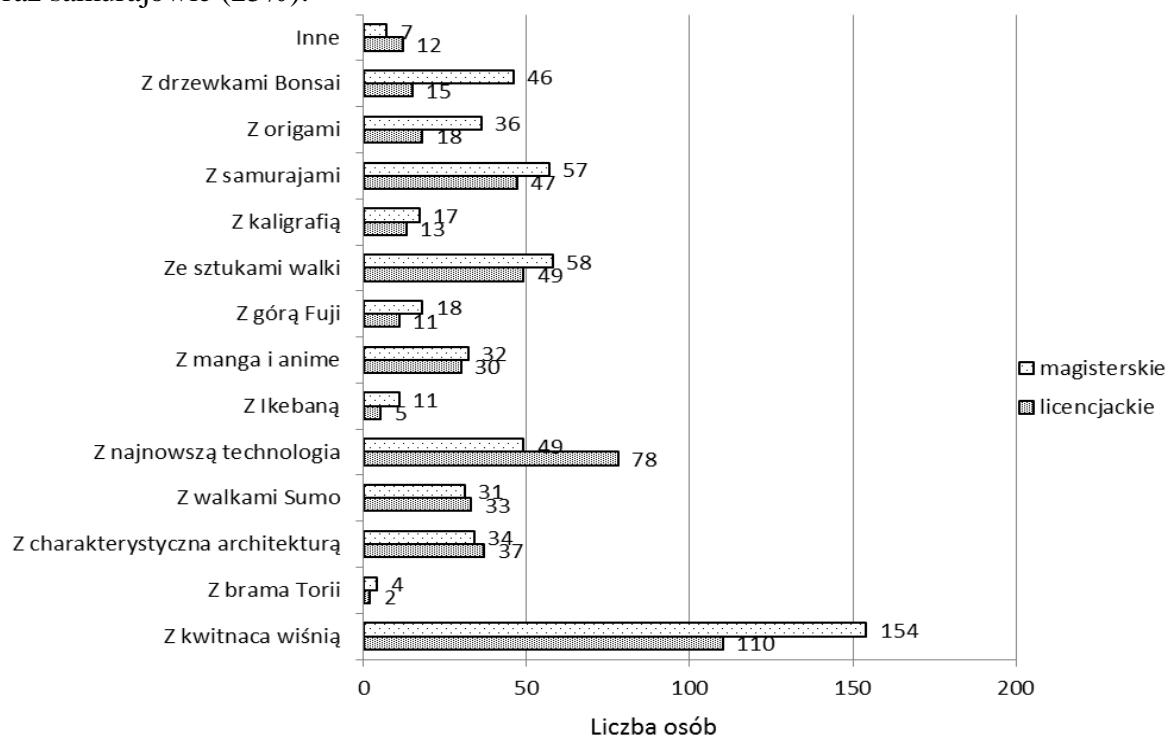
W dalszej części kwestionariusza ankiety znalazły się pytania dotyczące Japonii, jej atrakcyjności turystycznej oraz kultury shintō. Zdaniem respondentów Japonia jest krajem jak najbardziej znanym, ale im obojętnym - takiej odpowiedzi udzieliło 32% wszystkich przebadanych (ryc. 6). Następne 30% respondentów uważa Japonię za kraj mało znany w Polsce, a tylko 28% przebadanych uznało, że jest to kraj im znany oraz interesujący. Natomiast za kraj daleki i nieznaną uważa Japonię 10% ankietowanych.



Ryc. 6. Postrzeganie Japonii przez respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Postanowiono zbadać także skojarzenia respondentów, jakie nasuwają im się związku z Japonią. I tak, najczęściej wymienianym przez respondentów symbolem Japonii, były kwitnące wiśnie, na które wskazało 64% wszystkich przebadanych (ryc. 7). Nie jest to wielkim zaskoczeniem, ponieważ przez wielu Japonia jest właśnie tak nazywana. Na kolejnych miejscach pojawiły się m.in. najnowsza technologia (30%), sztuki walki (26%) oraz samurajowie (25%).



Ryc. 7. Skjarzenia respondentów z Japonią

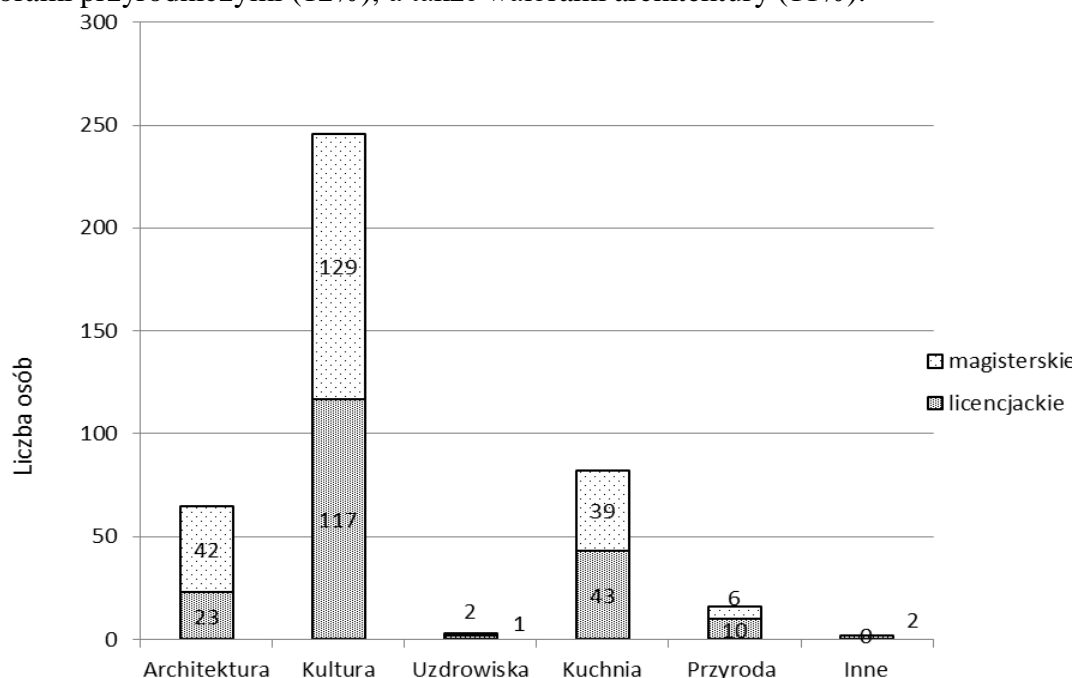
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Na pozostałe odpowiedzi wskazywała już znacznie mniejsza liczba osób, a wśród częściej wybieranych wymienić można m.in. charakterystyczną architekturę (17%), drzewka bonsai, walki sumo, manga i anime (po 15% wskazań) oraz origami (13%). Najrzadziej natomiast respondentom Japonia kojarzy się z górą Fuji i kaligrafią (po 7%), czy z japońską sztuką układania kwiatów ikebana (4%). Należy zwrócić uwagę na fakt, iż jedynie 1% przebadanych kojarzy Japonię z bramami Torii. Wśród innych odpowiedzi wymieniano

między innymi: sushi, motoryzację, kimono, obuwie japonki, odmienność kulturową oraz Godzillę.

Według przebadanych największym walorem turystycznym Japonii jest jej orientalna i zupełnie odmienna od europejskiej kultura (ryc. 8). Na taką opcję odpowiedzi wskazało aż 59% ogółu przebadanych (48% studentów studiów licencjackich, 52% studentów studiów magisterskich). Następnie, na kolejnych miejscach, jako główne walory przyciągające do Japonii, wybierano kuchnię japońską (20%) oraz architekturę (15%). Jedynie 4% respondentów było zdania, że głównym walorem turystycznym Japonii jest jej środowisko przyrodnicze, a niecały 1% ankietowanych wymienił uzdrowiska. Studenci studiów licencjackich uważali, iż główną atrakcją turystyczną kraju Kwitnącej Wiśni jest przede wszystkim kultura (59% przebadanych z tej grupy) oraz kuchnia (22%), natomiast studenci studiów magisterskich najczęściej wybierali także kulturę (59%) oraz architekturę (19%).

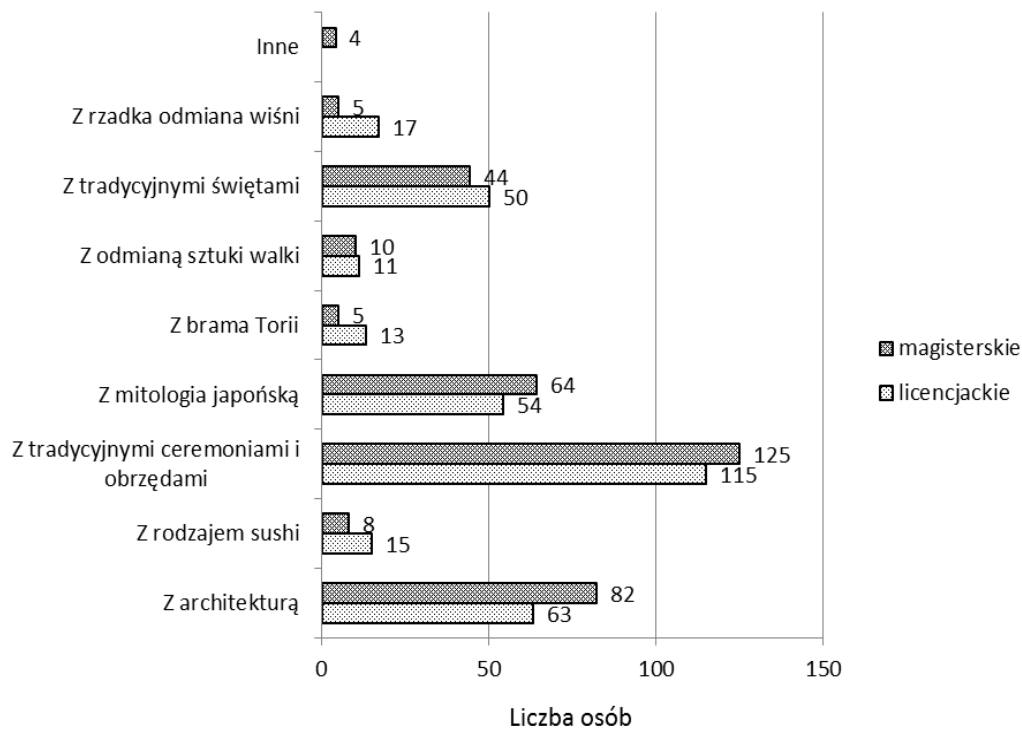
Ważnym jest, iż mimo całkiem sporego zainteresowania Japonią oraz jej walorami, większość respondentów (54%) nie planuje w niedalekiej przyszłości podróży do tego kraju. Natomiast jednym z głównych motywów wyjazdu osób chcących w przyszłości odbyć podróż do Japonii byłoby poznanie walorów kulturowych kraju (72%), a następnie zapoznanie się z walorami przyrodniczymi (12%), a także walorami architektury (11%).



Ryc. 8. Główne walory turystyczne Japonii w opinii respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Zbadano również z czym respondentom kojarzy się shintōizm i czy jest im znany, jako religia (ryc. 9). Respondenci najczęściej kojarzyli shintōizm z tradycyjnymi ceremoniami i obrzędami (58% ogółu odpowiedzi), z architekturą (35%), mitologią japońską (28%) oraz z tradycyjnymi świętami (23%).



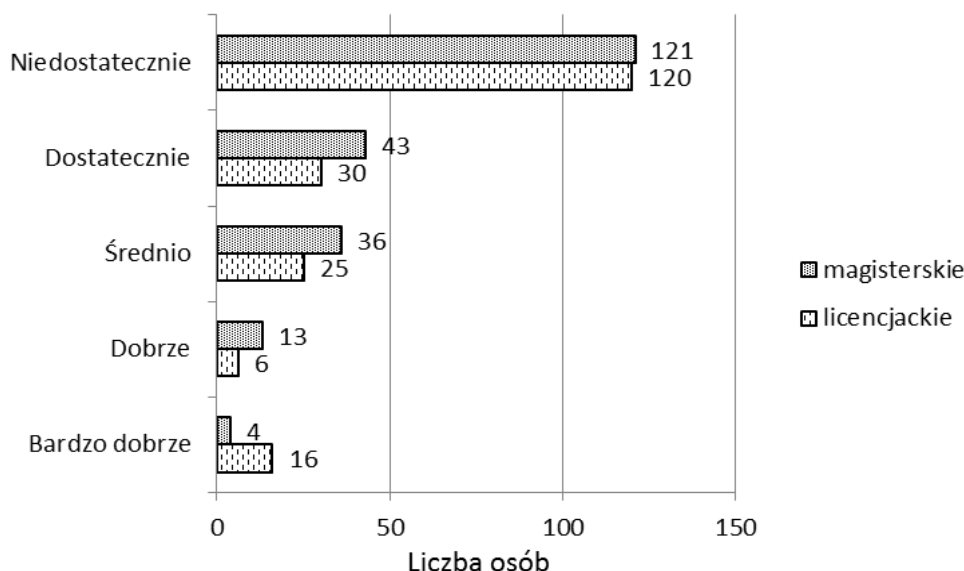
Ryc. 9. Skojarzenia respondentów z shintōizmem

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Wśród pozostałych, znacznie rzadziej wybieranych odpowiedzi pojawiły się m.in. skojarzenia shintoizmu z rodzajem sushi, odmianą sztuki walki czy rzadką odmianą wiśni, na które to opcje odpowiedzi wskazało po 5% respondentów. Jak więc widać, większość przebadanych mniej więcej wie, czym jest shintoizm i kojarzy go z charakterystycznymi dla tej religii elementami.

Postanowiono także zbadać, jakie miejsce zajmowałaby architektura shintōistyczna w motywach ewentualnego wyjazdu respondentów do Japonii. Zebrane dane wskazują, że dokładnie taki sam odsetek respondentów, po 37%, uznał, iż poznanie architektury shintōistycznej stanowiłoby z jednej strony jeden z ważniejszych motywów wyjazdu do Japonii, a z drugiej strony dokładnie taki sam odsetek przyznał, że byłby to motyw poboczny. Warto zaznaczyć również, że odpowiedzi te wybierał podobny odsetek studentów studiów licencjackich i magisterskich.

W kolejnej części ankiety postanowiono zbadać podstawową wiedzę respondentów w zakresie architektury shintōistycznej. W jednym z pytań poproszono badanych, aby sami ocenili swoją wiedzę na temat obiektów architektury shintōistycznej. Zdecydowana większość, bo aż 58% ankietowanych, uznało iż ich wiedza na ten temat jest niedostateczna (ryc. 10). Swoją wiedzę na poziomie dostatecznym oceniło 17% respondentów, a na poziomie średnim 15%. Zaledwie 5% wszystkich przebadanych określiło swoją wiedzę w tym zakresie jako bardzo dobrą oraz taki sam odsetek respondentów ocenił ją na poziomie dobrym.

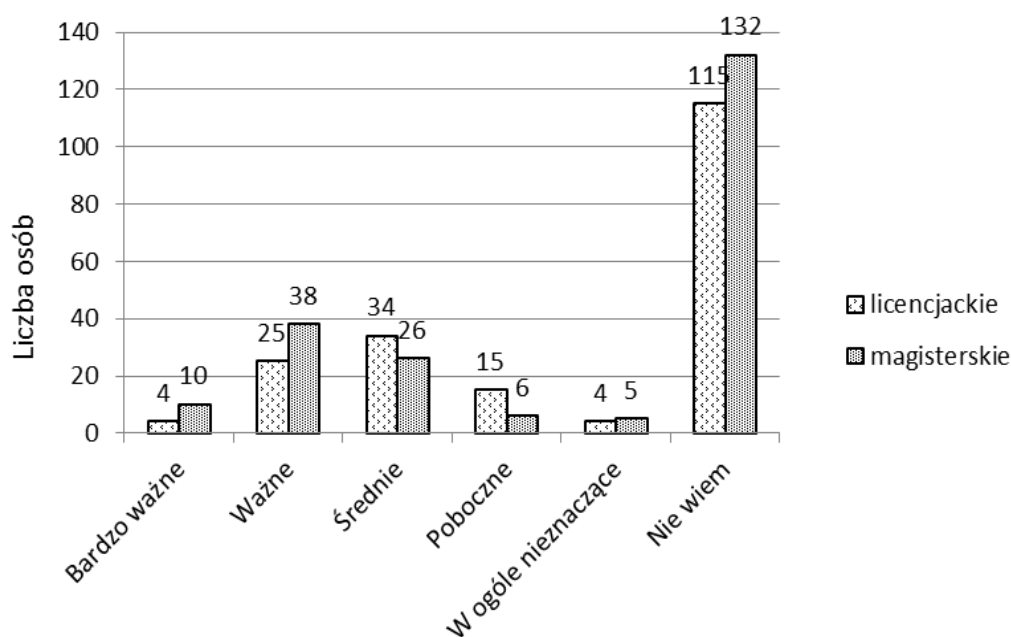


Ryc. 10. Poziom znajomości zabytków architektury shintōistycznej przez respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Należy zwrócić uwagę na fakt, iż studenci studiów magisterskich oceniali swoją wiedzę na temat obiektów architektury shintōistycznej na poziomie trochę niższym niż studenci studiów licencjackich. Spośród grupy studentów magisterskich swoją wiedzę, jako niedostateczną określiło 56% przebadanych, a dostateczną 20%. Całkiem spory odsetek studentów ocenił swoją wiedzę na poziomie średnim (16%), podczas gdy znacznie mniejszy na poziomie dobrym (6%) i bardzo dobrym (jedynie 2%). Natomiast w grupie studentów licencjackich 61% oceniło poziom swojej wiedzy, jako niedostateczny, 15% jako dostateczny, a 13% jako średni. Jednak aż 8% respondentów studiujących na studiach licencjackich uznało, iż posiada bardzo dobrą wiedzę na temat znajomości obiektów architektury shintōistycznej (w porównaniu do zaledwie 2% studentów magisterskich).

Zbadano również jakie miejsce, zdaniem respondentów, zajmuje architektura shintōistyczna w mozaice budownictwa japońskiego (ryc. 11).

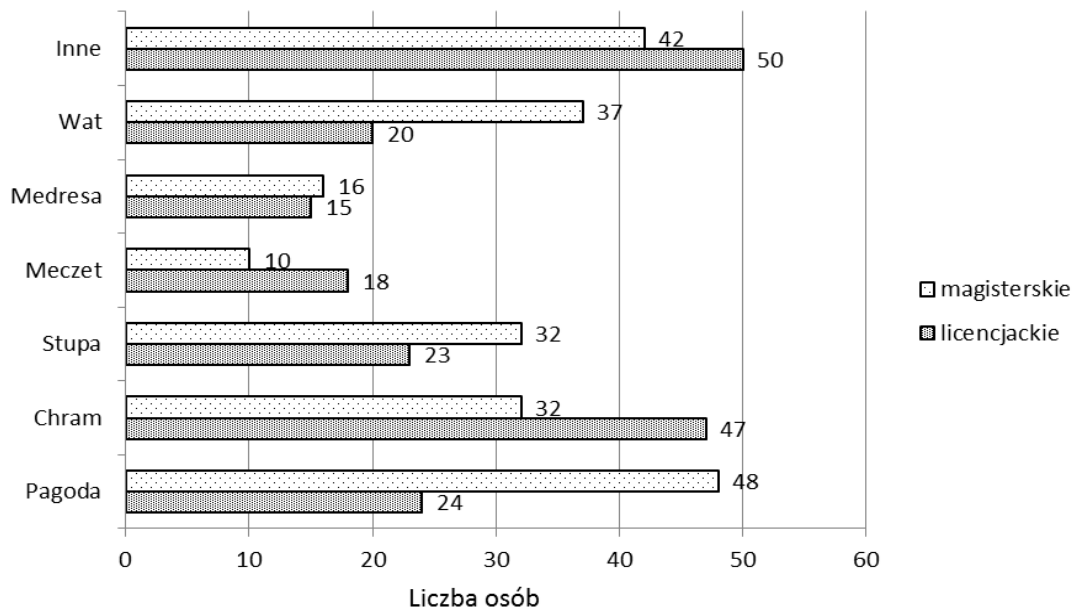


Ryc. 11. Miejsce architektury shintōistycznej w mozaice budownictwa japońskiego

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Większość przebadanych (59%) przyznała, iż po prostu nie wie, a 16% respondentów uznało, że jest to miejsce ważne, a także średnie (15%). Najmniejsza liczba respondentów była zdania, że architektura shintōistyczna w mozaice budownictwa japońskiego zajmuje miejsce poboczne (5%), bardzo ważne (3%), natomiast 2% przebadanych stwierdziło, że nie ma ona większego znaczenia.

Kolejne pytanie miało na celu sprawdzenie czy respondenci posiadają podstawową wiedzę na temat shintō, albowiem spytano ich jak nazywa się sanktuarium tej religii. Najczęściej wybieraną przez respondentów odpowiedzią była opcja „inne”, gdzie wpisywali, iż po prostu nie wiedzą. Takiej odpowiedzi udzieliło 22% ogółu przebadanych (ryc. 12). Z poniższego wykresu można zaobserwować, że poprawnej odpowiedzi udzieliło jedynie 19% przebadanych, zaznaczając odpowiedź chram.



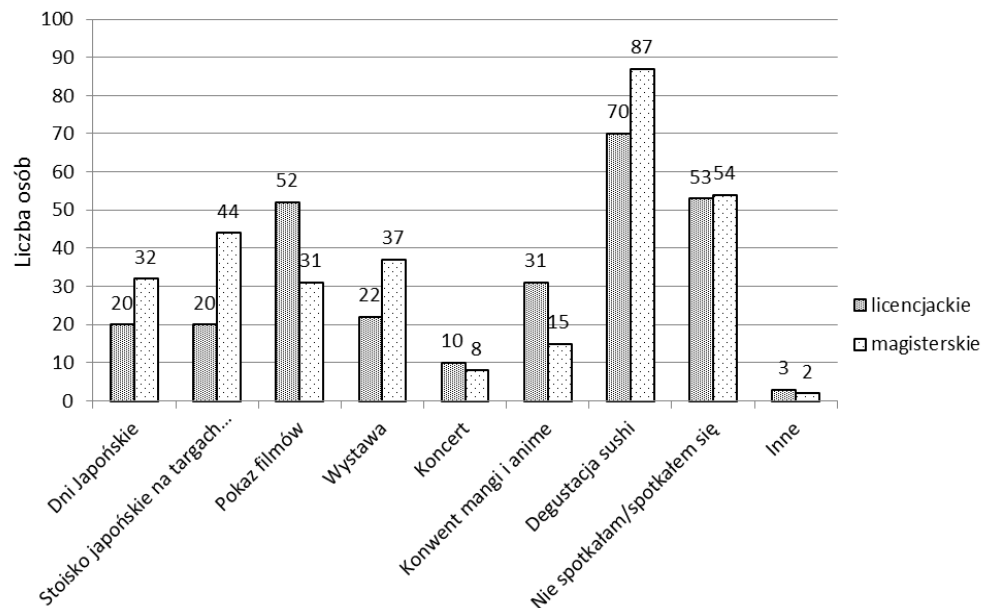
Ryc. 12. Znajomość nazwy sanktuarium religii shintō przez respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

W kwestionariuszu ankiety zawarto także trzy pytania otwarte, w których respondenci mogli wykazać się znajomością religii shintō. Proszono ankietowanych m.in. o wymienienie, choć jednego znanego im obiektu architektury shintōistycznej, charakterystycznych elementów tej architektury oraz o wskazanie elementów kultury shintō, które stanowią o jej atrakcyjności. Niestety spośród 414 studentów kierunku turystyka i rekreacja ani jedna osoba nie odpowiedziała na pytania otwarte zawarte w kwestionariuszu ankiety.

Respondentów spytano o opinię na temat znaczenia shintō w turystyce światowej w najbliższych latach. Według 28% przebadanych znaczenie tradycyjnej japońskiej religii w kształtowaniu turystyki będzie rosło, 19% uznało, iż pozostanie bez zmian, a według 10% ankietowanych zmaleje. Należy także zaznaczyć, iż 43% przebadanych nie miało w tej kwestii własnego zdania.

W związku z tym, że znajomość kultury, w tym architektury shintō, jest wśród przebadanych niewielka, postanowiono poznać ich opinię na temat najczęściej spotykanych form promujących Japonię w Polsce (ryc. 13). Przebadani mieli najczęściej do czynienia z degustacjami sushi, w których uczestniczyło 38% wszystkich przebadanych (w tym 45% studentów pierwszego stopnia oraz 55% studentów drugiego stopnia). Należy zaznaczyć, że aż 26% respondentów nie spotkało się nigdy z jakąkolwiek formą działalności promującej Japonię w Polsce. Co ważne, tę odpowiedź wybrał taki sam odsetek przebadanych, zarówno z grupy studentów licencjackich, jaki i magisterskich (po 26%).



Ryc. 13. Formy działalności promujące Japonię, z którymi spotkali się respondenci

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Na kolejnych miejscach respondenci wymieniali takie formy promocji jak pokazy filmów japońskich (20%), stoiska japońskie na targach turystycznych (15%), wystawy (14%), dni japońskie (12%), bardzo popularne wśród młodzieży konwenty mangi i anime (11%) oraz różnego rodzaju koncerty (4%). Spośród innych najczęściej wymienianych odpowiedzi można wyróżnić wystawy drzewek bonsai, ogród japońskim we Wrocławiu oraz walki judo, w których to formach promocji uczestniczył 1% respondentów.

Również poziom i formy promocji architektury japońskiej respondenci ocenili na dość niskim poziomie. Najczęściej wskazywany był dostateczny poziom promocji obiektów japońskich (29% ogółu odpowiedzi), a także dobry (26%). Natomiast według 22% ankietowanych poziom ten jest niedostateczny, a 17% respondentów nie ma na ten temat własnego zdania.

W związku z niską oceną poziomu promocji Japonii w Polsce, zapytano respondentów kto ich zdaniem powinien zajmować się promocją japońskich walorów turystycznych, w tym architektury w Polsce. Badani uważają, iż tym rodzajem działalności powinna się zająć przede wszystkim Japońska Organizacja Turystyczna (42% ankietowanych) oraz Ambasada Japońska (40%). Natomiast pozostałe 18% respondentów uznało, iż dobrym pomysłem jest, aby promocją Japonii w Polsce szerzej zajęła się Polska Organizacja Turystyczna.

Podsumowanie i wnioski

Celem opracowania było dokonanie charakterystyki architektury shintōistycznej jako jednego z walorów kulturowych stymulującego przyjazd turystów zagranicznych do Japonii, oraz określenie stopnia znajomości tej architektury wśród studentów kierunku Turystyka i Rekreacja na warszawskich uczelniach.

I tak, przeprowadzona analiza pokazała, że architektura shintōistyczna Japonii stanowi unikatowy w skali świata, a tym samym bardzo cenny walor turystyczny kraju. Wśród charakterystycznych cech tej architektury niewątpliwie wspomnieć należy o bramach torii, które są jednym z najbardziej rozpoznawalnych elementów architektury oraz religii shintō na całym świecie. Kolejnym ważnym elementem są dwuspadowe dachy zakończone ozdobnymi elementami oraz schody, według ich położenia względem wejścia do pawilonu można rozpoznać styl architektoniczny danego budynku. Równie ważną cechą architektury

shintōistycznej jest poszanowanie natury. Wśród głównych elementów kultury shintō, które wpływają na jej atrakcyjność turystyczną wymienić można przede wszystkim tradycyjne ceremonie, obrzędy i święta.

W wyniku przeprowadzonych badań ankietowych wśród studentów kierunku Turystyka i Rekreacja, można wysnuć wniosek, że grupa ta posiada dostateczną wiedzę na temat Japonii, jako kraju i jego kultury, lecz stosunkowo małą, wręcz znikomą, w zakresie religii shintōistycznej, w tym architektury.

Dla większości przebadanych Japonia jest krajem znanym, zazwyczaj tylko z nazwy, ale zupełnie im obojętnym lub po prostu nieznanym, bo słabo wypromowanym w Polsce. Pomimo, iż respondenci uznali, że jest to kraj atrakcyjny turystycznie, większość z nich nie planuje w najbliższym czasie wyjazdu turystycznego do Japonii.

Respondenci wykazali się całkiem dobrą wiedzą odnośnie skojarzeń na temat shintōizmu, odpowiadając najczęściej, że kojarzy im się on z tradycyjnymi ceremoniami i obrzędami, specyficzną architekturą, mitologią japońską oraz z nadal obchodzonymi tradycyjnymi świętami i obrzędami.

Pomimo, iż większość respondentów nie planuje w przyszłości wyjazdu do Japonii to w motywach ich potencjalnego wyjazdu architektura shintōistyczna zajmowałaby z jednej strony, jedno z ważniejszych miejsc, z drugiej natomiast zupełnie poboczne. Warto zaznaczyć, że odpowiedzi te wybierał podobny odsetek studentów studiów pierwszego i drugiego stopnia.

Co ciekawe, mimo iż odpowiedzi respondentów wskazały, że w niewielkim stopniu są oni zainteresowani architekturą shintōistyczną i że stanowiłaby ona ważny element potencjalnego wyjazdu do Kraju Kwitnącej Wiśni, tak naprawdę nie posiadają oni na jej temat wystarczającej wiedzy, nie mają świadomości chociażby, jakie miejsce zajmuje architektura shintōistyczna w mozaice budownictwa japońskiego, a także nie znają nazwy sanktuarium. Niewiedza związana z walorami turystycznymi Japonii, do których zalicza się m.in. kultura shintō, w tym architektura, tłumaczy w pewnym sensie brak większego zainteresowania krajem jako celu wyjazdów turystycznych.

Jednocześnie należy zwrócić uwagę na fakt, iż respondenci wskazywali na bardzo niski stan promocji Japonii oraz jej głównych walorów turystycznych, w tym architektury shintō, na terenie Polski. Aż 26% przebadanych nigdy nie spotkało się z jakąkolwiek działalnością promującą Kraj Kwitnącej Wiśni, a najczęściej wymienianą formą były degustacje sushi.

Niska znajomość walorów turystycznych Japonii jest zapewne jednym z głównych powodów nie podejmowania wyjazdów turystycznych do Japonii, lecz wpływ na to mają również takie czynniki jak wysokie koszty podróży (na które respondenci, będący studentami, w chwili obecnej i w najbliższej przyszłości nie mogą sobie pozwolić), duża odległość łącząca oba kraje, jak również mały stopień promocji walorów tego kraju w Polsce. O ile bowiem Polska Organizacja Turystyczna rozwija w Japonii działalność promocyjną Polski, jako kraju atrakcyjnego turystycznie, zachęcając Japończyków do odwiedzenia naszego kraju, jest to jedynie działalność jednostronna. Japonia prowadzi także akcję promującą walory turystyczne kraju na całym świecie, jednakże rynkami docelowymi tej kampanii są przede wszystkim takie kraje jak Stany Zjednoczone Ameryki, Kanada, Chiny, Korea Południowa, Tajlandia, Australia, a z krajów europejskich głównie Wielka Brytania, Francja, Niemcy oraz Rosja. A więc kraje, które obecnie stanowią źródła przyjazdów do Japonii, jak i kraje bogate, których mieszkańców stać jest na daleką podróż do egzotycznego kraju, jakim jest dla Europejczyków i mieszkańców kontynentu amerykańskiego Japonia. Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że respondenci tworzyli dość specyficzną grupę - przyszłych specjalistów turystyki i rekreacji, w związku z czym niska, wręcz znikoma, wiedza na temat głównych walorów kulturowych jednego z prężnie rozwijających się turystycznie krajów Azji Północno-Wschodniej wydaje się być niepokojąca.

Bibliografia

- Bornoff N., 2004, *Japonia*, Wydawnictwo G+J RBA, Warszawa
- Borucki T., 1988, *Architektura Japonii*, Arkady, Warszawa
- Derenicz. M., 1977, *Japonia Nippon*, Instytut Wydawniczy Nasza Księgarnia, Warszawa
- Giesen W., Khan K., Nahm P., Zollickhofer J., 2007, *Japonia*, Pascal, Bielsko-Biała
- Kotański W., 1974, *Sztuka Japonii*, Wydawnictwo Artystyczne i Filmowe, Warszawa
- Kotański W., 1995, *W kręgu shintoizmu tom 1*, DIALOG, Warszawa
- Kotański W., 1997, *W kręgu shintoizmu tom 2*, DIALOG, Warszawa
- Littleton C. S., 1998, *Mądrość Wschodu: hinduizm, buddyzm, konfucjonizm, taoizm, shinto*, Diogenes, Warszawa
- Miejsca święte Kioto*, Mediaprofit, Warszawa 2011
- Mitologie świata. Ludy starożytnej Japonii*, Rzeczpospolita, Kraków 2007
- Mrówka M., 2008, *Historyczne uwarunkowania kulturowe dalekowschodnich sztuk walk w kontekście metod zarządzania strategicznego w nowoczesnym przemyśle Japonii i Korei*, "IDŌ – ruch dla Kultury", nr 8
- Myga-Piątek U., 2011, *Sacrum w krajobrazie Japonii*, „Perigrinus Cracoviensis”, z. 22
- Pawłowska K., 2013a, *Sacrum w krajobrazie kulturowym Japonii widziane przez polski „filtr percepcyjny”*, „Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego”, nr 19
- Pawłowska K., 2013b, *Religijne źródła stosunku Japończyków do natury i obraz świąt, obchodów i rytuałów w krajobrazie japońskim*, „Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego”, nr 19
- Ryńska E., 2007, *Tradycyjne japońskie materiały budowlane stosowane w kształtowaniu współczesnych obszarów miejskich*, „Czasopismo Techniczne”, nr 4
- Sobieski M., 1971, *Sztuka egzotyczna. Japonia*, Arkady, Warszawa
- Starożytne cywilizacje. Japonia*, Polskie Media Amer, nr 53, 2002
- Tourism Highlights 2016*, UNWTO 2017
- Tubielewicz J., 1983, *Nara i Kioto*, Wydawnictwo Artystyczne i Filmowe, Warszawa
- www.en.wikipedia.org, 6.11.2017
- www.japonia.witryna.info, 5.01.2018
- www.k-amc.eos.kokugakuin.ac.jp, 18.01.2018
- www.japonia.witryna.info, 5.01.2018
- www.tourism.jp 18.01.2018

Shintō as a tourist attraction

Key words: shinto, culture, architecture, Japan, tourist attraction

Abstract:

The cultural values of Japan are mainly connected with the amazing civilization that has been developing for many years in isolation. The history of the country, traditions and unique architecture permeates with modern buildings, the latest technologies and vibrant cities, creating the good conditions for cultural and cognitive tourism. Shintōizm is the original and traditional Japanese religion which is a set of specific religious beliefs. This religion, however, is not only traditions and very interesting beliefs and customs - it is also a characteristic and traditional architecture which is undoubtedly one of the values attracting crowds of foreign tourists.

The aim of the study was to feature shintō architecture as one of the cultural values stimulating the arrival of foreign tourists to Japan, and also to determine the level of knowledge of this type of architecture among students of Tourism and Recreation at Warsaw universities.