

## LITERARNI TURIZEM IN KULTURNE GEOGRAFIJE KRAJEV: ŠTUDIJA PRIMERA – CENTER JAMESA JOYCEA IN DUBLIN

Nina JURINČIČ

Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Oddelek za sociologijo, Aškerčeva 2, Ljubljana  
e-mail: nina.jurincic@gmail.com

### IZVLEČEK

*Prispevek predstavlja ugotovitve, ki so se oblikovale na podlagi kritične diskurzivne analize jezika, uporabljenega na izbranih spletnih straneh Centra Jamesa Joycea. Objave so vezane na aktivnosti centra, predstavitev Joycea in ponudbo, namenjeno turistom. Interpretacija, ki jo oblikuje ponudnik, je posebej zanimiva v luči kulturne geografije kraja. Z analizo jezika, s katerim poskuša center vzbujati v naslovniku specifičen odnos do Dublina, bomo poskušali odgovoriti na vprašanja, kako je predstavljen Joyce, kako tvorec vsebin naslavlja turista in kako je predstavljena identiteta kraja, predvsem pa bomo poskušali priti do zaključkov, kakšna je umeščenost Joyceove literarne pokrajine na globalni turistični trg.*

**Ključne besede:** turizem, literarni turizem, identiteta, dediščina, spletna stran, Dublin, James Joyce

## TURISMO LETTERARIO E GEOGRAFIE CULTURALI DEI LUOGHI: CASO DI STUDIO – CENTRO JAMES JOYCE E DUBLINO

### SINTESI

*Nell'articolo sono presentati i risultati ottenuti in base alla analisi critica del linguaggio usato sui specifici siti web del Centro James Joyce. Le pubblicazioni si riferiscono alle attività del Centro, alla presentazione di Joyce e alla promozione rivolta ai turisti. La interpretazione del Centro è specialmente interessante dal punto di vista della formazione della geografia culturale del luogo. La analisi del linguaggio, con cui il Centro cerca di creare uno specifico approccio verso Dublino, ci permetterà di rispondere alle domande: come è raffigurato James Joyce, in che modo l'autore delle pubblicazioni si rivolge al turista e come è rappresentata l'identità del luogo. Ma soprattutto cercheremo di capire il posizionamento di queste pubblicazioni sul mercato del turismo globale.*

**Parole chiave:** turismo, turismo letterario, identità, eredità, sito web, Dublino, James Joyce

## UVOD

V pričujočem prispevku so predstavljene ugotovitve, ki so se oblikovale na podlagi kritične diskurzivne analize jezika, uporabljenega na izbranih spletnih straneh Centra Jamesa Joycea. Pregledali smo tekste, ki se navezujejo na aktivnosti centra, hišo, v kateri se center nahaja, Joyceovo življenje in delo. Center s svojimi objavami sooblikuje literarno pokrajino Dublina in ima pomembno vlogo pri razvoju literarnega turizma na Irskem. Podoba mesta, na katero naletimo ob branju objav, je osnova za konstrukcijo literarno-turistične destinacije. Interpretacija ponudnika pa je zaradi oblikovanja literarne pokrajine še posebej zanimiva v luči kulturne geografije kraja, saj se navezuje na človeško interpretacijo pokrajine.

Vsak skrbnik literarno-turistične destinacije poskuša v potencialnem obiskovalcu vzbuditi poseben odnos, ki temelji na različnih občutkih, nekateri so povezani s samim dejanjem branja, nekateri pa z nostalgičnimi spomini na čas, v katerem je bilo besedilo brano. Primer slednjega so obiski krajev, kjer so ustvarjali pisatelji otroških knjig, kar v obiskovalcu prebudi spomine na mladostne dni (Ceglar, 2015).

Z analizo jezika, s katerim poskuša center vzbujati v naslovniku specifičen odnos do Dublina, bomo poskušali odgovoriti na vprašanja, kako je predstavljen Joyce, kako tvorec vsebin naslavlja turista in kako je predstavljena identiteta kraja, predvsem pa bomo poskušali priti do zaključkov, kakšna je umeščenost Joyceove literarne pokrajine na globalni turistični trg.

V teoretičnem delu članka je najprej prikazan kratek pregled literarnega turizma, ki je, kakor ugotavljamo, relativno malo poznan v Sloveniji. Sledi del, v katerem so predstavljene teoretične podlage povezave med literarnim turizmom, kulturno geografijo in identiteto kraja. V nadaljevanju smo preverili teorije, ki govorijo o konstruiranju literarno-turistične destinacije. Vse navedeno pa je služilo kot podlaga za analizo izbranih tekstov. Te smo izbrali na podlagi prepoznavnosti Centra Jamesa Joycea in dejstva, da je v današnjem času pomembno objavljane na spletnih straneh, če želi ponudnik konkurenčno vstopati na globalni turistični trg.

## LITERARNI TURIZEM

Literarni turizem je podkategorija kulturnega turizma, ki se ukvarja s preučevanjem krajev, ki so povezani

z literarnimi deli in z življenjem literarnih ustvarjalcev. Literarni turizem se je razvil kot nekakšna različica verskih romanj, danes pa lahko govorimo o več vrstah literarnega turizma. Literarno-turistični kraji se delijo, kot že omenjeno, na kraje, ki so povezani z literarnimi deli oziroma pripovedmi, in tiste, ki so povezani z življenjem avtorjev. Podrobneje je literarni turizem razvrščen (Watson, 2006) na obiske spomenikov in grobov, rojstnih krajev, literarnih pokrajin in pa fantastičnih dežel.

Literarni turizem, povezan z grobovi in spomeniki, se je začel razvijati, ko so družbene spremembe privedle do novega dožemanja religioznega in posvetnega. Tako imenovani nekro-turizem se je razvil na podlagi obiskovanja in čaščenja religioznih relikvij. Grobovi in spomeniki piscev, pomembnih za narodno identiteto, so postali znamenitosti. Zelo znana tovrstna destinacija je na primer Westminsterška opatija, v kateri je znani Poets' Corner<sup>1</sup> (Watson, 2006).<sup>2</sup>

Začetke turizma rojstnih hiš literatov zasledimo v 18. stoletju, ko so ob 200-letnici rojstva Williama Shakespeara priredili proslavo v njegovem rojstnem kraju Stratford-upon-Avonu (Watson, 2006). Tudi ta zvrst literarnega turizma je povezana z avtorjevim življenjem in delom. Pojavu ideje o rojstnih hišah kot destinacijah literarnega turizma je sledilo urejanje obstoječih hiš in zbiranje ohranjenih predmetov, s pomočjo katerih so nato skrbniki znamenitosti poskušali prikazati avtentično okolje, v katerem se je pisec rodil, odraščal in delal.<sup>3</sup>

Preostali dve vrsti literarnega turizma sta povezani s samimi literarnimi deli oziroma pripovedmi. Začetki segajo v 18. stoletje, a se je turizem literarnih pokrajin razcvetel šele v 19. stoletju. Turiste je začela zanimati pokrajina, v katero je pisec umestil dogajanje svoje pripovedi. Prva in dolgo najbolj priljubljena (Watson, 2006) literarna pokrajina je bila pokrajina, v katero je svoje zgodbe umestil angleški romanopisec Walter Scott. Med najbolj obiskanimi prizorišči je bil kraj, kjer se je odvijala zgodba Roba Roya. Scottovi romani so postali podlaga za literarne pokrajine zaradi snovi, ki jo je Scott črpal iz zgodovine. Drugi primer literarne pokrajine, ki se povsem razlikuje od Scottove, je Dickensov London. Gre za resničen kraj, v katerega so postavljeni izmišljeni junaki in njihove zgodbe. Na podlagi pripovedi v povezavi z resničnimi kottički mesta so se oblikovali itinerrariji, na katerih je turist lahko stopal po stopinjah glavnih junakov. Podoben primer so pohodi po Dublinu Jamesa Joycea, ki v svojih delih opisuje dnevne literarnih junakov v prestolnici Irske.<sup>4</sup>

1 Kottiček pesnikov

2 V Sloveniji imamo številne spomenike, ki so vezani na literarno dediščino. Kje najdemo nekatere, si lahko ogledamo na spletnem zemljevidu Geopedia.si.

3 V Sloveniji je ohranjenih in urejenih kar okoli 50 hiš oziroma sob, med drugimi hiša Franceta Prešerna v Vrbi, hiša Primoža Trubarja na Raščici pri Velikih Laščah, rojstna hiša Franca Saleškega Finžgarja v Doslovčah, rojstna hiša Simona Gregorčiča v Vrsnem in druge. Navedene hiše so izbrane kot primeri kulturne dediščine, ki jih je mogoče uvrstiti v določeno skupino literarnih destinacij po tipologiji Watsonove zaradi splošnih značilnosti (rojstni kraj) in prepoznavnosti.

4 V Sloveniji težko govorimo o literarni pokrajini, kot jo poznajo v Veliki Britaniji. Če se omejimo na tipologijo, ki jo predlaga Watsonova, lahko sem uvrstimo npr. Krpanovo pot, saj gre za umestitev literarne zgodbe in junaka Martina Krpana pisatelja Frana Levstika v geo-

Zadnja zvrst literarnega turizma je turizem, povezan s fantazijskimi deželami. Gre za pokrajine (Watson, 2006), ki so popolnoma izmišljene, kot na primer čudežna dežela deklice Alice. Nihče še ni našel luknje, v katero je padla Alica, so pa ljubitelji literarnega dela našli majhna vrtna vrata, za katerimi je breg, kjer se je Alica dolgočasila in nato našla zajčjo luknjo; nahaja se na območju Oxforda.<sup>5</sup>

#### LITERARNI TURIZEM, KULTURNA GEOGRAFIJA IN IDENTITETA KRAJA

Pojem identiteta se danes pojavlja v številnih kontekstih, zato je težko zapisati enotno definicijo, ki bi zajela vse. Posplošeno je identiteta skupek občutkov, ki definirajo posameznika, in sicer glede pripadnosti. Cilj članka je povezan z identiteto kraja, kar lahko v ožjem smislu navežemo na nacionalno identiteto, zato navajamo Žagarjevo definicijo identitete, ki pravi, da je vsaka kolektivna identiteta občutek pripadnosti določeni skupnosti, kolektivni entiteti, ki jo določajo različni objektivni in subjektivni kriteriji. Nadalje Žagar trdi, da se morajo, ko gre za kolektivno identiteto, o kriterijih in o samem občutku pripadnosti strinjati zlasti pripadniki takšne kolektivne entitete, hkrati pa morajo te kriterije priznavati tudi tisti, ki tej entiteti ne pripadajo (Žagar, 2002). Reprezentacije skupnosti in njene kolektivnosti, s katerimi se posameznik identificira in zaradi katerih se ena skupnost razlikuje od druge, so zajete v skupinski identiteti (Musek, 1995; Pušnik, 1999; Checkel, Katzenstein, 2009; Fligstein, 2007), ki jo lahko poimenujemo tudi nacionalna identiteta (Musek, 1995).

Skupinska identiteta, s katero se posameznik identificira, je odvisna tudi od identitete kraja, saj ima prostor posebno simbolično vlogo pri produkciji identitete (Hetherington, 1998). Proces namreč potekajo v prostoru in »razdalje, bližine, geografske razlike ter pomeni posameznih krajev so izrazito pomembni za delovanje samih družbenih procesov« (Massey v Urry, 1995, 13). Kraji se zaradi prihoda ali potencialnega prihoda turistov spreminjajo, kar pomeni, da se spreminja tudi skupinska identiteta in posledično identiteta posameznika. Urry to dokazuje z naslednjo mislijo: »Družbene identitete se oblikujejo iz imaginarnih skupnosti, iz specifičnih struktur občutkov, ki povezujejo tri elemente: prostor, čas in spomin, v določenem delu pogosto tudi kot nasprotovanjem namišljenemu ‚drugemu‘, na primer sosednji državi« (Urry, 1995, 166). Nadalje Urry razčlenjuje omenjene tri elemente, in sicer opozarja,

da določeni kraji obstajajo samo zaradi turistov, čeprav se med domačini pojavlja občutek, da jim je bil kraj ukraden. Čas je element, ki ga turizem precej spremeni. Poleg tega, da pogojuje obstoj določenih znamenitosti, omogoča turistom, da potujejo skozi čas preko prezentacij različnih zgodovinskih obdobij (Urry, 1995), ki jih turisti dojemajo kot avtentične. Tretji element je spomin. Turisti iščejo kratko, razumljivo zgodovino oziroma dediščino, ki jo je mogoče asimilirati na enostaven način, Urry pa ob tem opozarja, da je družbeni spomin vedno selektiven. Drugače povedano, ne obstaja resničen spomin, ki je nasprotje domnevno napačnega spomina turistov (Urry, 1995). Vedno torej obstaja razlika med tistim spominom, ki je reprezentiran, in tistim, ki ga turisti sprejemajo. Oba sta namreč selektivna, podoba, ki reprezentira znamenitost oz. turistično destinacijo, je kombinacija obeh in podlaga za oblikovanje krajevne identitete.

Tako kot velja za turizem na sploh, je tudi literarni turizem tesno vezan na kraj. Kraj oziroma lokacija je tisto, na kar je vedno vezana realnost (Skakouei v Beigi, Ramesht & Azani, 2015), v primeru literarnega turizma pa tudi fiktivni del pripovedi. Identiteta tako ne more biti obravnavana, ne da bi upoštevali lokacijo in z njo povezan socialni kontekst. Identiteta je namreč skupek zadovoljevanja potreb posameznika, pa tudi kolektivnih potreb (Shasti, Mirzaee, v Beigi, Ramesht & Azani, 2015), ki so vezane na določen kraj. Pri tem je najpomembnejši element, ki določa kraj, človek, hkrati pa je percepcija kraja med pomembnejšimi elementi, ki oblikujejo človeško vedenje. Vsak človek drugače dojema določen kraj in predstave vplivajo na oblikovanje identitete kraja. Identiteta sama se namreč oblikuje tako, da ljudje ponotranjijo, kar jim ponuja kraj. Gre za vzpostavitev odnosa med krajem in človekom. Identiteta kraja je temelj, na katerem se oblikuje identiteta ljudi, ta pa vključuje spomine, čustva, odnos, vrednote, prioritete, zaznave in aspiracije (Beigi, Ramesht & Azani, 2015), ki usmerjajo nadaljnji razvoj kraja in oseb.

Turizem ima pomembno vlogo pri projiciranju (Light, 2007) lokalne identitete, zato promociji kraja veliko pozornost namenijo tudi državne in lokalne institucije. Cilji so seveda ekonomski, vendar tudi politični, in sicer projiciranje točno določene nacionalne podobe na način, ki bo utrjeval nacionalno identiteto. Promocijski materiali so zato napisani na točno določen način. Vključena so sporočila, kot na primer »kdo smo« ali »kako želimo, da nas drugi vidijo« (Light v Light, 2007). Promocijski material, ki ga pripravljajo javne ustanove,

grafsko pokrajino, podobno kot v primeru Roba Roya. V Sloveniji sta sicer med bolj poznanimi Pot kulturne dediščine na Gorenjskem in Levstikova pot. V prvem primeru gre za pot, ki ne temelji na zgodbah ali literarnih junakih, temveč je pot, ki v celoto povezuje rojstne hiše Franceta Prešerna, Janeza Jalna, Frana Saleškega Finžgarja, pa tudi hišo Matije Čopa. V primeru Levstikove poti pa gre pravzaprav za pot, ki se je oblikovala na podlagi opisov v potopisno-programskem spisa Popotovanje iz Litije do Čateža (Portal Ribnica24.eu, 2015).

5 V Sloveniji takega primera literarnega turizma, povezanega s fantazijsko deželo, kot ga poznajo npr. v Veliki Britaniji, nimamo. Bi pa tukaj lahko izpostavili Kekčevo deželo, ki je postavljena v Kranjsko goro, rojstni kraj avtorja zgodbe Josipa Vandota. Sama zgodba o Kekcu ni postavljena v fantazijsko deželo, vsebuje pa pravičnice elemente. Podobno, kot v primeru Alice, tudi v primeru Kekca ljudje iščejo asociacije v svojem okolju.

lahko posledično dojemamo kot obliko diskurza, povezanega s politično in kulturno identiteto kraja.

Krajevno identiteto sooblikuje kultura in je ne moremo izključiti pri obravnavi reprezentacije kraja v turistične namene. Kultura je vključena v vse tri zgoraj omenjene elemente, saj jo najdemo v prostoru, predstavlja dediščino in potovanje v preteklost oziroma zgodovino. Vsak kraj oziroma pokrajina zrcali družbo kot celoto, podobno kot kultura, saj kultura ne more biti nekaj individualnega. Kultura je bistvena za oblikovanje identitete, na podlagi katerih ljudje prepoznajo sebe in druge (Crang, 1998). Kultura se manifestira z dejavnostmi, katerih vloga je simbolna, obsega namreč aktivnosti, kot so gledališče, umetnost, literatura, pa tudi institucije, ki skrbijo za ohranjanje navedenih aktivnosti. Ko v luči kulturne geografije<sup>6</sup> preučujemo kraj oziroma pokrajino moramo torej upoštevati (Crang, 1998) tudi delovanje institucij, ki skrbijo za ohranjanje in razvoj kulture. Vsaka institucija oblikuje svojo interpretacijo znamenitosti in s tem vpliva na predstave o skupnosti in kraju.

Kot element kulture ima literatura, poleg drugih medijev, pomembno vlogo pri oblikovanju geografske imaginacije ljudi (Crang, 1998). Subjektivnost literature prikazuje družbeni pomen prostora, s čimer se ustvarja podoba urbanega življenja v različnih časovnih obdobjih. Ne gre več za statistične podatke o kraju, temveč za oblikovanje celostnega pomena, ki vključuje čustva in izkušnje, povezane s krajem. Razumljivo je torej, da ne gre za preproste opise krajev, temveč za procese, na podlagi katerih so se določene pokrajine tudi oblikovale. Literatura vpliva na to, kakšen predstave imajo ljudje o določenem kraju, kakšen pomen mu pripisujejo. Literatura kot vir in nadgradnja geografskih podatkov v določenih primerih odločilno vpliva na oblikovanje turistične geografije kraja, ponudnik oziroma instituti, ki ohranjajo literarno dediščino, pa morajo, če želijo pritegniti obiskovalce, oblikovati podobo literarno-turistične destinacije, ki odgovarja na subjektivni literarni prikaz družbenega okolja.

#### KONSTRUIRANJE LITERARNE DESTINACIJE

Za literarni turizem je pomemben kraj z materialnimi elementi, ki za obiskovalca predstavljajo avtentičnost, oblikovano na podlagi konstruirane podobe, temelječe na procesu interpretiranja, tako s strani managementa destinacije kot s strani samega obiskovalca. Prostor se zaradi kriterijev, ki jih postavi management turistične destinacije, interpretacije, ki jo ponudi, in »branja« po-

nudbe, spremeni v kraj spominov na že doživeta čustva, povezana tako z občutki ob branju, odnosom do avtorja in spominov na okoliščine, v katerih je obiskovalec prvotno sprejel in interpretiral podatke o literaturi in avtorju.

Opis krajin je tisti, ki bralca uvede v prostor in mu pove, kje se nahaja, kdo so prebivalci, kakšni so običaji. V turističnih vodičih in brošurah, ki so namenjeni promoviranju kraja, najdemo idealizirane poglede na okolje (Weber, 2003, 20). Avtorji literarnih del si v večini primerov<sup>7</sup> ne postavijo cilja promocije kraja, zato njihove predstavitve niso idealizirane, so pa kljub vsemu pogojene s subjektivno interpretacijo. Podoba kraja se oblikuje na osnovi treh interpretacij, in sicer avtorjeve, bralčeve, pa tudi interpretacije, ki jo javnosti predstavi management turistične destinacije.<sup>8</sup>

Weber (2003) predlaga praktično neločljivo povezanost med umetniško reprezentacijo, tako tekstualno kot vizualno, in konstrukcijo turistične krajine. Po drugi strani pa Herbert (1996) izpostavlja, da se turistična krajina kreira na podlagi konstrukta, ki se oblikuje iz kriterijev in prioritet, postavljenih s strani managementa turistične destinacije, in pa tega, kako obiskovalec sprejme in vrednoti pridobljene podatke. Strinjamo se lahko z obema trditvama, saj je mogoče sklepati, da je konstrukcija turistične destinacije rezultat več vpletenih faktorjev, tako subjektivnih kot objektivnih. Literatura kot medij vpliva na bralca tako, da si ta ustvari svojo predstavo o še ne videnem kraju (Weber, 2003), ki je lahko sanjska ali grozna, odvisno od čustev, ki jih vzbudi branje.

Zaradi večkratnih interpretacij se odpre vprašanje avtentičnosti krajine, na kar opozori Webrova. Herbert (1996) navaja, da se v primeru, ko obiskovalci iščejo namišljeni kraj in njegovo povezavo z literarnimi junaki, odpre vprašanje avtentičnosti v neobičajni obliki, ki pa je še posebej zanimiva za kulturne geografe. Avtentičnost v takih primerih ni enostavna delitev na domišljjsko in realno, temveč je kompleksen skupni produkt, saj se pri oblikovanju kulturnih geografij krajev ne oblikuje le realnost, marveč dobivajo taki kraji nov pomen. »Literarni ali umetniški kraj je kraj, kateremu obiskovalci dodajo pomen in prav vrednost tega pomena je tisto, kar obiskovalce vleče tja« (Herbert, 1996, 78). Bralec si sliko kraja ustvarijo ob branju literarnega besedila ali ob biografiji avtorja, ta slika pa je ključna pri oblikovanju pomena, ki ga ima kraj za obiskovalec. Na samem kraju se slika obiskovalca spoji z realnostjo in posledično se oblikuje nova geografija kraja, ki je vezana na dva nivoja, domišljjskega in stvarnega.

6 Kulturna geografija preučuje aktivnosti človeške družbe, ki izhajajo iz kulturne naravnosti, vpliv materialne in nematerialne človeške kulture na okolje in organizacijo družbe v prostoru. Kulturna geografija tudi preučuje, kako človek interpretira svet, prostor in kraje (Crang, 1998; Urbanc, 2002).

7 Na svetovnem spletu lahko najdemo zapise o novem literarnem žanru »Tourism fiction« (dobeseden prevod: turistična pripoved, op. a.). Kot je zapisano na spletni strani Južno vzhodne literarno-turistične iniciative (SELT), gre za literaturo, ki nastaja prav z namenom promocije regije, prireditve ali znamenitosti (SELT, 2015).

8 Podoba kraja, ki se ustvarja v procesu oblikovanja turistične destinacije, se razlikuje od podobe kraja, kot se oblikuje v očeh domačinov (op. a.).

Na literarne kraje lahko gledamo tudi z druge perspektive, in sicer tiste, ki zadeva izkustveni spomin obiskovalcev. V nekaterih primerih namreč obiskovalci ob obisku krajev, ki imajo literarno vrednost, obudijo spomine, ki niso neposredno vezani na avtorja ali literarno delo, temveč na okoliščine, v katerih so nastopili kot bralci ali poslušalci. Kot navaja Herbert v primeru obiska nekdanjega doma angleške pisateljice Beatrix Potter, so nekateri obiskovalci bolj kot povezavo z avtorico ali vsebino njenih zgodb Peter Rabbit, čutili nostalgijo ob spominu na otroštvo, družinske vezi in nekdanje življenje. Kraj ima vlogo medija, preko katerega se prenašajo sporočila, povezana s kulturnimi pomeni in vrednotami (Herbert, 1996, 78). Prostor obiska se izenači s prostorom iz spomina, ki ima posebno emocionalno vrednost za obiskovalca, ki lahko posledično podoživi tako občutke ob branju kot občutke, vezane na okolje, osebe, ki so v določenem obdobju zaznamovale življenje. Izkušnja obiska »literarnega« kraja postane zelo osebna in oblikuje se nov pomen, zaradi katerega posamezni obiskovalec doživlja kraj kot nekaj avtentičnega.

Danes lahko bralec obiše številne kraje, ki so tako ali drugače povezani z znanimi avtorji. Morda se je avtor tam rodil, odraščal, živel ali umrl. Obiščemo lahko tudi kraje, kjer je bila naša najljubša knjiga napisana, ali kraje, v katere je postavljeno dogajanje. Pri tem je izkušnja morda najmočnejša, če se kraj pisanja in kraj dogajanja ujemata. Kot že napisano, pri prepoznavanju takih krajev imajo bistveno vlogo emocije in domišljija, saj obiskovalec ne gleda na kraj objektivno, temveč z vidika interpretacije. Brez interpretacije obiskovalca, katere posledica so dolgoročni vplivi (Herbert, 1996), ki se kažejo, ko se obiskovalec vrne domov, bi turistično-literarna destinacija izgubila dobršen del vrednosti, saj proces konstruiranja destinacije<sup>9</sup> ne bi bil sklenjen.

Literarni turizem je sicer del kulturne dediščine, a raziskave (Herbert, 1996, 2001; Busby, Shetliffe, 2013) nakazujejo, da so določeni kraji tako popularizirani, da jih obiskujejo večinoma turisti, ki jih ne motivira literarno ozadje, temveč pridejo na primer zaradi zgodovinske dediščine, narave in druge kvalitetne turistične ponudbe. Literarna teoretičarka Jennifer Eisenlau si je ob obisku skrivališča Anne Frank v Amsterdamu postavila vprašanja, koliko izmed milijonov obiskovalcev ni prebralo dnevnika in koliko obiskovalcev bo poseglo po dnevniku po obisku. Sama navaja primer svojega sina starega komaj osem let, ki je po obisku skrivališča vpra-

šal, ali bo lahko prebral knjigo, ko se vrnejo domov (Eisenlau, 2010). S tem se izpostavlja cikličnost literarnega turizma od teksta k branju – tako literarnega besedila kot promocijskega – in obratno prek vplivov nazaj k oblikovanju podobe in teksta. Kakšna je končna podoba kraja, je odvisno tudi od tipa literarnega turizma, ki se v kraju razvija.

#### ŠTUDIJA PRIMERA – ANALIZA IZBRANIH BESEDIL CENTRA JAMESA JOYCEA

Center Jamesa Joycea je muzej, posvečen promociji in razumevanju življenja in dela irskega pisatelja Jamesa Joycea. Center, ki ima podporo dublinskega mestnega sveta, deluje tako, da obiskovalcem nudi celostno literarno izkušnjo Joyceovega Dublinca. Hiša, v kateri je urejena stalna razstava o pisateljevem življenju in delu, je bila zgrajena leta 1784 v takrat zelo priljubljenemu delu mesta. V 19. in 20. stoletju je priljubljenost te četrti upadla in do leta 1982 so na ulici, kjer stoji center, zaradi nevarnosti rušenja porušili kar dvanajst praznih hiš. Center s hišno številko 35 je rešil David Norris, senator in akademik, ki preučuje Joycea. Hiša je bila obnovljena in center odprt za javnost junija 1996. Upravljanje centra so prevzeli potomci Joyceovega brata in sestre. Desetletje kasneje je center prevzela družba z omejeno odgovornostjo in statusom dobrodelne organizacije, ki z dediščino upravlja ob podpori Ministrstva za umetnost, dediščino in Gaeltacht<sup>10</sup>. Sama hiša je del Joyceove literarne pokrajine, saj je v njej živel in vodil plesno akademijo profesor Denis J. Maginni. Dublinčani so Maginnija dobro poznali, saj je bil zelo zanimiva osebnost, tako zelo, da se nekajkrat pojavi v Joyceovem delu Ulikses (James Joyce Centre, 2014).

Center obiskovalcem nudi številne možnosti. Organizirajo različna izobraževanja, predavanja, delavnice, razstave, bralna srečanja in druge dogodke. Ponujajo tudi vodene ogledne mesta, na katerih si lahko turisti ogledajo kraje, ki so povezani z Joyceovim življenjem in delom, pa tudi kraje, ki so omenjeni v njegovih delih<sup>11</sup>.

Grafični prikaz promocije in interakcije na turistični destinaciji kaže, da je destinacija zgrajena ali predstavljena na način, ki nastane na podlagi ciljev in podatkov upraviteljev turistične destinacije. Sama izgradnja destinacije je glede na shemo razdeljena na izgradnjo in tekst. V nadaljevanju besedila se bomo osredotočili na

9 Po shemi, ki jo predlaga Herbert (1996), je proces izgradnje podobe turistično-literarne destinacije sestavljen iz štirih faz, in sicer faza oblikovanja podobe, ki temelji na prioritetah in vrednotah tistih, ki so zadolženi za promocijo kraja, sledi faza teksta, ki vključuje načine, kako je nekaj predstavljeno ali interpretirano s strani managementa turistične destinacije, nato je faza branja, torej načini, kako obiskovalci uporabijo pridobljene podatke in reagirajo na sporočila, zadnja je faza vplivov, ki so dolgoročni in se kažejo na podlagi tega, kar obiskovalec odnese od obiska. S tem se tudi sklene proces, saj posledice vplivov lahko vplivajo na prioritete, ki si jih postavi management destinacije.

10 Gaeltacht: izraz, s katerim so imenovana področja Irske, kjer je irščina glavni, ali je vsaj do nedavnega bila, govorni jezik večjega števila ljudi (Údarás na Gaeltachta, 2015).

11 Casey in O'Rourke sta sicer v svojem poročilu opozorila, da je center osredotočen na preozek trg, predvsem na tiste turiste, ki so ljubitelji Joycea in literature na sploh. Navajata podatke iz leta 2006, ko je center obiskalo 17.000 turistov, in iz leta 2010, ko je bilo turistov le 11.000.

izgradnjo, ki zajema vprašanja, kako ponudniki predstavijo turistično destinacijo, kako z navezovanjem na avtorja ustvarjajo literarno podobo in kaj želijo ponudniki vzbuditi v obiskovalcu.

Dublin je zanimivo mesto, ki kot že zapisano, s svojo živahnostjo in zgodovinsko ter kulturno dediščino pritegne številne skupine turistov. Mesto je ravno dovolj veliko, da je za ogled dovolj konec tedna. Dodatno goste privablja kulturna ponudba, ki vključuje tako ulične umetnike kot literarno dediščino. Številne ulice in poslopja so ostala zelo podobna tistim, ki jih je v svojih delih opisoval James Joyce. Kot navaja Hongyan (2009), je taka podlaga primerna za razvoj literarnega turizma, ki privablja obiskovalce, ki želijo podoživeti občutke, povezane z branjem literarnih del. Gre za osnovo, na podlagi katere je bilo v Dublinu mogoče razvijati literarno podobo kraja, zgraditi literarni kraj in tako ponuditi obiskovalcem posebno izkušnjo (Hongyan, 2009).

V nadaljevanju besedila bomo analizirali predstavitve Dublina in Jamesa Joycea, kot so jo oblikovali v Centru Jamesa Joycea. Center ponuja različne aktivnosti, prireditve, predavanja, delavnice, pa tudi vodene ogledne mesta, pripravljene na osnovi življenja in dela pisatelja. Osredotočili se bomo na izbrane spletne strani: domača stran, stran z osnovnimi informacijami o centru, vključeno s predstavitvijo Joycea, stran, kjer so predstavljene izbrane aktivnosti, med drugim tudi literarni sprehodi po Dublinu. S pomočjo analize diskurza bomo ugotavljali, kako je predstavljen Joyce, kako Dublin, kakšen je odnos do literarne dediščine in kakšen pomen ima Joyce za nacionalno identiteto oziroma za identiteto Dublina.

### Domača stran

Diskurz domače strani Centra Jamesa Joycea je osredotočen na aktualne dogodke, pomembne pretekle dogodke in dostope do podrobnih vsebin. V osnovi je uvodna spletna stran kot nekakšna oglasna deska, namenjena objavljanju novic, dosežkov, zanimivosti in pa vzpostavljanju identitete (Saichaie, 2011). Predstavljeni so dogodki, na katerih so sodelovale ali sodelujejo znane osebe iz akademskega, zvezdniskega sveta, predstavljanja je ponudba, zanimiva za tiste, ki pridejo v Dublin na izlet, pa tudi v izobraževalne namene. Objavljena je na primer povezava do pogovora med igralcem Stephenom Fryem in senatorjem Davidom Norrisom, kateremu pripisujejo, da je »praktično sam odgovoren za vnovično obuditev Jamesa Joycea v nekdaj neodobravajočih očeh Ircev« (Chrisafis, 2004). Norris je tudi, kot že omenjeno, zaslužen, da je bila stavba, v kateri je danes center, ohranjena in obnovljena. Objavljene so tudi povezave do vodenih ogledov po Dublinu, povezane z Joyceovim življenjem in delom, do razstave ilustracij nastalih na podlagi Joyceovih del, do serije predavanj priznanih profesorjev. Ti elementi so postavljeni na zgornji, osrednji del domače strani in predstavljajo osrednjo vsebi-

no, pojavljajo pa se kot posebej oblikovani večji zapisi, ki dopolnjujejo primarno fotografijo ali ilustracijo.

Sekundarna vsebine, in sicer »dogodki«, »razstave«, »izobraževanje«, »novice«, delujejo kot dodatni dokazi o širini in poglobljenosti dejavnosti, ki jih izvajajo v centru. Ti zavihki vodijo do informacij o uspešno izpeljanih aktivnostih centra, o znanih osebah, ki sodelujejo s centrom. Med novicami je tako na primer objavljen prispevek o sodelovanju z grammyjem nagrajenim skladateljem in glasbenim producentom Davidom Kahnem, ki je sodeloval z glasbeniki, kot je Paul McCartney, zaslužen pa je tudi za glasbeni prispevek v filmu Bloom iz leta 2003.

Povezovanje institucije s pomembnimi osebnostmi in dogodki služi kot oprijemljiv dokaz, zaradi katerega se center loči od konkurenčnih ponudnikov. Center iz pohval in dejavnosti, kot podpornih elementov, črpa reference za konstruiranje in promoviranje identitete.

S spletne strani je razvidno tudi, da center poudarja vrsto aktivnosti, ki so povezane z intelektualnimi prizadevanji. Zavihek »izobraževanje« vključuje povezave do ponudbe za študente, delavnice, predavanja, tečaje, uporabne članke in povezave do uporabnih virov informacij. Na domači strani so tudi objave, povezane s poglobljanjem znanj o Jamesu Joyceu in njegovi literaturi. Primeri objav nakazujejo širino intelektualnih prizadevanj centra: »Branje Joycea: Umetnikov mladostni portret«; »Ulikses, za vse! Spomladne / poletne bralne skupine v Centru Jamesa Joycea«; »Pomladno / poletna serija predavanj v Centru Jamesa Joycea«; »Pogloblite se v literarno zgodovino mesta na naših tedenskih vodenih ogledih«; »Mrtvi – razstava; serija ilustracij o Joyceovi najbolj znani kratki zgodbi ob praznovanju njene stoletnice«; »Ulysses ‚seen‘ : Stripovska adaptacija Roberta Berryja z vodnikom za bralce po straneh«. Uporaba izrazov kaže, da center poudarja širjenje znanj o Joyceu in da se zavestno trudi širiti Joyceovo dediščino med širšo publiko, zato ponuja širok spekter aktivnosti, od predavanj, do likovnih razstav, vodenih ogledov in bralnih krožkov. Specifično navezavo do zavzemanja, da bi center nudil aktivnosti čim širši publiko, nakazuje besedna zveza »Ulikses, za vse!«

Kot smo že povedali, deluje domača spletna stran kot oglasna deska s hiperpovezavami, preko katerih je omogočen dostop do drugih spletnih strani centra. Uporabljen jezik je večinoma jedrnat in sporočila so zajeta v eni besedi ali dveh (dogodki, novice, izobraževanje, trgovina, odpiralni čas itd.). Pojavijo se tudi daljša besedila, napisi, ki skupaj s slikami oziroma fotografijami služijo kot hiperpovezave. Na dnu domače strani pa se izmenično izpisujejo citati iz različnih Joyceovih del.

Na domači strani centra raba jezika nakazuje promocijski diskurz z večkratnim omenjanjem posebnih preteklih dogodkov, ki so se odvijali v okviru centra in na katerih so sodelovali akademiki, umetniki ter druge priznane osebe. Prepoznavnost akterjev, ki sodelujejo na prireditvah in pri drugih aktivnostih, omogoča, da se cen-

ter lahko identificira kot edinstveni institut in s tem večja svojo prepoznavnost. V svojem bistvu je domača stran prostor, kjer institucija utrjuje svojo relevantnost s predstavljanjem svojih specifičnih aktivnosti (Saichaie, 2011).

### O centru

Spletni zavihek Obisk vsebuje praktične podatke o dostopnosti, delovnem času, vstopnini, možnosti najema prostorov, možnosti za pridobitev novinarske akreditacije in kratko predstavitev zgodovine centra. Uporabljeni jezik je praktične narave, saj je namenjen informiranju potencialnih obiskovalcev. Gre za turistični diskurz v delu, ki odgovarja na vprašanje turista o dostopnosti objektov, tako s finančnega kot fizičnega zornega kota, specifičnih aktivnostih, ter omogoča turisti primerno organizacijo obiska.

Na strani, namenjeni kratki predstavitvi zgodovine centra, je izpostavljen dediščinski pomen hiše (npr. leto gradnje, pomen hiše za umetnost), v kateri je center, povezava z Jamesom Joyceom in drugimi priznanimi dublinskimi osebnostmi (npr. tistimi, ki so zaslužne za ohranitev in restavracijo hiše), zaslužnost centra za ohranitev kulturne dediščine (npr. vrata hiše, kjer naj bi živel literarni junak Leopold Bloom) ter podpora mestne oblasti. Povezanost z Joyceom večkrat poudarijo, in sicer v primeru: »Čprav Joyce ni nikoli živel v hiši, je bil z njo povezan preko profesorja Denisa J. Maginnija, ki je v hiši vodil plesno akademijo. /.../ Maginni je bil dobro poznana ter zanimiva osebnost v Dublinu in večkrat se je pojavil v Ulikseu Jamesa Joycea«. Poseben pomen centra je izpostavljen z navajanjem dejstva, da ga je desetletje vodila Joyceova družina oziroma potomci: »Več kot deset let so Center vodili člani družin Joyce in Monaghan, potomci Joyceovega brata Charlesa Joycea in sestre May Monaghan«. Turistični diskurz v besedilu stremi k vzburjanju občutkov avtentičnosti: »Štukatura je originalna, med tem ko so figurice plesalcev in medaljoni iz časa Maginnija«. Besedilo se nanaša na Maginnijevo sobo, kjer je bila včasih glavna jedilnica. V čast Erla Kenmarskega, ki je dal hišo zgraditi leta 1784, so poimenovali eno izmed sob Kenmarska soba. Čeprav so bile štukature v sobi uničene so jih »restavriral na podlagi fotografij, ki jih je posnel Constatine Curran«, tesen prijatelj Jamesa Joycea, ki je hišo omenil v svojem delu Dublinske dekorativne štukature iz sedemnajstega in osemnajstega stoletja. Pristnost joycevske izkušnje je predlagana tudi s trditvijo, da je Joyceova družina živele v podobni hiši. Tako je potencialnemu obiskovalcu obljubljen, da bo izkusil okolje, v katerem je živel Joyce. Hkrati na navezovanje na okolje, v katerem je živel Joycea, center poudarja tudi skrb za literarno pokrajino Dublina, saj si je pri njih mogoče ogledati vrata stavbe, ki je stala na naslovu Ulica Eccles št. 7 (No. 7 Eccles Street): »V romanu Ulikse je to naslov, na katerem

živi Leopold Bloom, a hiša sama je bila porušena, ko so dozidavali bližnjo bolnišnico. Na srečo so bila vrata rešena ...« (James Joyce Centre, 2014). Navedbe na strani služijo kot dokaz zaslužnosti centra za ohranitev pomembne kulturne dediščine, ki ima tudi veliko nacionalno vrednost, saj delo centra podpirata tako mestni svet kot Direktorat za umetnost, dediščino in Gaeltacht. S podporo mestne in državne oblasti se oblikuje pomen Joycea kot nacionalne ikone.

### James Joyce

Center na svojih spletnih straneh predstavlja življenje in delo Jamesa Joycea. Predstavitev vključuje daljše besedilo o življenju pisca in spletno stran s fotografijami naslovnice Joyceovih knjig, ki služijo kot hiperpovezave do opisov del. Joyce je predstavljen kot svetovljanski intelektualce, ki je že zelo mlad zapustil rojstni Dublin in se je pozneje tja vrnil le štirikrat, zadnjič leta 1912. Kljub temu da je Joyce v Dublinu preživel malo časa, je zapisano, da je »eden najbolj vplivnih in slavjenih Irskih piscev«. Kot najpomembnejše delo je izpostavljen Ulikse, ki spremlja pot, ki jo v enem dnevu Leopold Bloom naredi po Dublinu. Poudarjeno je, da se je Joyce rodil v Dublinu in da se je izobraževal v šoli, ki stoji »na isti ulici kot Center«.

Joyce se je za časa življenja precej selil, živel je v Parizu, Puli, Trstu, Zürichu, kar ga prikazuje ne le kot irsko ikono, temveč kot evropsko. Kot eno izmed pomembnejših del je izpostavljena tudi zbirka kratkih zgodb Dublinčani, za katero piše, da je Joyce želel napisati »moralno zgodovino svoje države in izbral si je Dublin zaradi scene, ker se mu je mesto zdelo središče paralize«. Izpostavljen je Joyceov negativen odnos do Dublina, kar je bil tudi morda razlog, da ga je tako hitro zapustil: »Po zaključenem dodiplomskem študiju, je Joyce odšel v Pariz, *dozdevno* zato, da bi študiral medicino«. Diskurz predstavitve Joycea je vezan na Joyceovo identiteto kot »evropskega državljan«. Besedilo vključuje precej faktografskih podatkov. Predstavljeni so Joyceovi dosežki, pa tudi vključenost v evropsko umetniško srenjo: »... pesnik Ezra Pound ga je prepričal, naj gre z njim v Pariz za nekaj časa in Joyce je tam ostal naslednjih dvajset let.« Že za časa življenja je bil Joyce v Evropi sprejet kot cenjen literat, med tem ko so ga v Dublinu začeli odkrivati in ceniti šele v drugi polovici dvajsetega stoletja. Spletna predstavitev je na podlagi navedenega izobraževalno naravnava, kar potrjuje tudi časovnica ob strani teksta, na kateri so predstavljeni pomembnejši datumi iz Joyceovega življenja.

### Dogodki – stoletnica prvega romana<sup>12</sup>

Zavihek Dogodki vsebuje povezave do več aktivnosti, ki jih redno ali izjemoma organizira center. Priredi-

12 Reading Joyce's Portrait of the Artist, 1916–2016

tev, ki je posebej izpostavljena, je povezana s stoletnico izida prvega Joyceovega romana Umetnikov mladostni portret. Naslov prireditve je »Branje Joyceovega Umetnikovega portreta, 1916–2016«, trajala bo celo leto in vključevala različne aktivnosti, pretežno pa take, ki so namenjeni ljubiteljem kulture, literature, umetnosti in zgodovine. Dogodek bo mednarodno zaznamovan, saj bodo sodelovali tuji akademiki, vključene pa bodo tudi teme, ki obravnavajo Joyceovo življenje v tujini. V uvodnem tekstu je mogoče razbrati, da je prireditev za center izreden dosežek: »... Center Jamesa Joycea z velikim veseljem predstavlja poseben program dogodkov...«. Povezava z Joyceovemu raziskovalnim centrom, ki deluje v okviru univerzitetnega koledža v Dublinu, deluje kot dokaz o prestižnosti in strokovnosti Centra Jamesa Joycea. Tudi na tej spletni strani je izpostavljeno, da aktivnosti podpira Direktorat za umetnost, dediščino in Gaeltacht, kar dokazuje, da imajo prireditev in druge aktivnosti centra podporo državnih oblasti. Država torej sprejema Joycea kot nacionalno ikono, njegovo literaturo pa kot pomembno nacionalno dediščino.

### Dogodki – literarni sprehodi

Glede na vključenost v kontekst so za center pomembni vodeni ogledi. Center organizira več različnih ogledov, neposredna povezava do njih pa je že na domači spletni strani. Vodeni ogledi so predstavljeni ločeno, glede na vsebino. Besedilo se začne z velikim naslovom Sprehajalni ogledi, ki ga dopolnjuje ilustracija ‚sprehajalca‘ v mestu, pod njo pa je napis »ogledi« v posebnem fontu, ki se navezuje na ilustracijo. Besedilo sestavlja šest odsekov, vsak ima podnaslov, ki je hkrati ime ogleda, in ilustracijo, ki s simboliko dopolnjuje besedilo.

Uvodni grafični podobi sledi odsek, v katerem so predstavljene temeljne informacije o ogledih. Besedilo je pisano v prvi osebi, kot turistična ponudba: »... ponujamo sprehajalne ogledje mesta na podlagi Joyceovega življenja in dela«. Namen tega dela besedila je zadošiti potrebi obiskovalca, da izve, kako je dostopna in oblikovana ponudba. Odsek vključuje tudi interaktivne povezave, na katerih lahko obiskovalec pridobi dodatne aktualne informacije, med drugim omogočajo tudi zasebne ogledje za zaključene družbe. Turistični diskurz dokazuje resnost centra v svojem namenu, da ponuja aktivnosti za turiste, domače in tuje.

Drugi odsek je namenjen ogledu poimenovanem »Joyce circular«, na priloženi ilustraciji lahko ljubitelj Joycea že razbere, da bo v ogled vključen, kot je zapisano: »... eden najbolj znanih naslovov angleške literature, Ulica Eccles št. 7«. Zaradi barv ilustracija pade v oči in pritegne bralca, da pregleda tudi spremljajoče besedilo. Poudarek je na povezovanju posameznih realnih krajev, ki so služili kot inspiracija za nekatera Joyceova besedila. »Med sprehodom po severnem starem mestu bo naš vodič pojasnil, katere so bile življenjske

inspiracije nekaterih najbolj znanih Joyceovih besedil in kako je središče mestnih ulic ‚hibernijske metropole‘ vplivalo na avtorjevo življenje in delo« (James Joyce Centre, 2013). Na podlagi navedenega ugotavljamo, da ponudnik sprehoda ponudbo oblikuje na podlagi povezave med realnim okoljem in literarnimi deli. Na ta način ustvarja podlago, na katero se lahko obiskovalci oprejo pri iskanju objektivne identitete. Ponudnik predstavlja Dublin kot mesto, ki je služilo kot ‚muza‘ avtorju s svojimi ulicami in prizorišči. Lahko bi rekli, da s tem v obiskovalcih vzbudi občutek, na podlagi katerega se lahko poistovetijo z avtorjem samim, saj vidijo in čutijo, kar je videl in čutil Joyce in kar je Joyce nagovorilo, da je ustvaril vrhunske umetnine. Z besedno zvezo ‚hibernijske metropole‘ v obiskovalcu vzbudijo občutek pomembnosti in vrednosti Joyceove dediščine, kot primerljive z zgodovinsko dediščino, ki sega globoko v preteklost, obenem pa dodajo dodatno vrednost Joyceovi literaturi, ki jo je navdihnili več stoletna dediščina mesta. V nadaljevanju je predvidna pot od naslova Ulica Eccles št. 7, po poti Leopolda Blooma. Ogled je krožen, zaključni pa se v Centru Jamesa Joyca. Uporaba izrazov »nepozabni prizori«, »ljubeče«, »najbolj znan«, »znamenito potovanje« kažejo na vrednotenje poti ogleda in samega avtorja, hkrati pa so ti superlativi namenjeni prepričevanju povpraševalcev, da je pot vredna njihovega časa. Avtor namenoma z uporabo pridevnikov, s katerimi izrazito pozitivno vrednoti avtorja in njegovo delo, in navezovanjem na resnične kraje, gradi podobo mesta, ki je privlačna za poznavalce Joycea in njegovih del.

Drugi ogled se tesno navezuje na literarno delo Dublinčani. Tudi v tem primeru je besedilo nadgrajeno z ilustracijo, povezano z literarnim besedilom. Na ogledu izpostavlja kritičen pogled na Dublin. Že uvodoma zapiše, da je Joyce videl Dublin kot zaostalo in represivno mesto, kar je tudi opisal v svoji zbirki kratkih zgodb Dublinčani. Joyce prikaže kot ikono, ki je danes posebej pomembna za kraj, a je bila hkrati do istega kraja izrazito kritična. Hkrati poskušajo avtorji promocije v bralca vzbuditi željo, da bi se poistovetil z avtorjem in opazoval socialno, religiozno ter politično pokrajino mesta. Z besedo »razpravljati« ponudnik nakaže, da v svojo ponudbo aktivno vključuje obiskovalca, s čimer mu da vedeti, da gre za specifično ponudbo, namenjeno tistim, ki so seznanjeni z Joyceovim pogledom na Dublin, pa tudi za ponudbo, ki je namenjena vsem, ki kritično spremljajo svet okoli sebe. Ogled po poteh Dublinčanov omogoča obiskovalcem, da se seznanijo tudi z zgodovino objavljanja kratkih zgodb. Poseben poudarek pa je znova namenjen Joyceovemu odnosu do rojstnega mesta, kar nakažejo z besedno zvezo »kontroverzen pristop«. S tem ponudnik ustvarja podobo mesta, ki ni le idilično in superlativno, temveč ga oblikujejo tudi kritični komentarji življenja. Obiskovalcu je s tem ponujena alternativa običajnim ogledom, ki v večini primerov poudarjajo le pozitivne plati turistične destinaci-



je, hkrati pa podaja obiskovalcu možnost, da soustvarja izkušnjo in odide domov z novimi spoznanji.

Ogled Po poteh Leopolda Blooma popelje obiskovalca skozi mesto od Ulice Middle Abbey do narodne knjižnice. Izpostavljene so Bloomove misli, ko ga muči lakota in se njegov tok misli usmeri na socialno, politično, kulturno in religiozno pomembnost hrane. Znova ponudniki z besedami »pridruži se«, »sledi«, »razpravljaj« ustvarjajo idejo, da bo obiskovalec aktivno vključen v dogajanje. Hkrati se poudarja Dublin kot kolonialno mesto, kar lahko razumemo kot navezovanje na Joycea kot nacionalne ikone. Kot zanimivost je izpostavljena primerjava hrane in prehranjevanja kot političnega in socialnega komentarja. Na ogledu se, tako lahko sklepamo, ustvarja povezava med realno podobo mesta in podobo, ki jo je v svoji kritiki ustvaril Joyce. Obiskovalci oz. bralci bi lahko na kraju samem ugotavljali, koliko resnice je v Joyceovi kritiki in tudi, zakaj je sploh bil tako kritičen.

Daljši ogled – ostali so 90-minutni, ta pa je 120-minutni – je Joyce in irska literarna renesansa. Tudi v tem primeru besedilo spremlja ilustracija knjižnice in knjige, kar dopolnjuje naslov odseka. Ogled poudarja Joyceovo vlogo v obdobju tako imenovane irske literarne renesanse in kasnejše življenje v kontinentalni Evropi. Poudarek je na Joyceu kot posamezniku, ki so ga oblikovali politika, umetnost in kultura Dublina v obdobju, ko je bil na vzponu nacionalizem. »Joycea je to okolje oblikovalo, a je imel kompleksen odnos do svojih sodobnikov in svojega naroda« (James Joyce Centre, 2013). Oblikuje se podoba Dublina, kot okolja, ki je hkrati pozitivno vplivalo na pisatelja, mu omogočilo, da je dobil širino, ob enem pa je nanj delovalo represivno, zato se mu je upiral, kar kaže uporaba izrazov, kot so »zavračanje«, »kritičen prestop«, »zapustil«, »dolg«.

Zadnji ogled vključuje obisk priljubljenih »pubov« (Joycean Pub Crawl). Ogled je predstavljen kot bistven za ljubitelje Joycea, avtor namreč uporablja izraze, kot so »ključna točka«, »pubi, ki so oblikovali Joycea«, »ikonične«, »najstarejše«. Ponudnik nagovarja pretežno intelektualne potencialne obiskovalce, kar je razvidno v predstavitvi pubov kot forumov, kjer se odvijajo živahne diskusije in argumentacije. Pubi so tudi izpostavljeni kot središčne lokacije, ki so Joycea oblikovale kot umetnika, ki so vplivale na njegove literarne junake, pa tudi na njegove sodobnike. Sklepamo lahko, da so bili pubi nekakšna zbirališča, kjer so se združevali intelektualci v začetku 20. stoletja in skupaj razpravljali o politiki, družbi, religiji. S tako predstavitvijo se na novo vrednoti pub – iz gostinskega lokala v kraj, kjer se srečujejo veliki umi –, kar je za obiskovalca, željnega novih intelektualnih izkušenj, veliko bolj zanimivo.

#### SKLEP

Analiza tekstov potrjuje dejstvo, da je Joyce prikazan kot nacionalna in evropska ikona 20. stoletja. Kot

je že bilo izpostavljeno, je bil Joyce že za časa življenja v tujini priznan kot ugleden literat, na Irskem pa so njegov prispevek k literarni dediščini začeli odkrivati šele po njegovi smrti. Največ zaslug gre senatorju Norrisu, ki je leta 1982 preprečil rušenje stavbe, ki je del dublinske literarne pokrajine, in v kateri se danes nahaja Center Jamesa Joycea. Da ima Joyce pomembno mesto v nacionalni zgodovini Irske in samega Dublina, kaže tudi to, da promoviranje njegove dediščine podpirata tako država kot mestni svet Dublina. Joyce je kljub temu, da je predstavljen kot del narodne identitete, označen kot kontroverzna osebnost, za katero je bil Dublin zadušljiv kraj. Samo mesto je Joycea oblikovalo že v mladosti, saj mu je omogočilo, da je bil vključen v zanimivo politično, gospodarsko in kulturno dogajanje. Ne glede na to se je Joyce v domačem mestu čutil omejenega, predvsem zaradi konservativnosti mesta samega. Najverjetneje je tudi zaradi tega mlad odpotoval v kontinentalno Evropo, kjer je preživel večji del svojega življenja. Bil je prava evropska osebnost, saj je živel v Puli, Trstu, Švici in Franciji, kar se kaže tudi v njegovi svetovljanski miselnosti. Center predstavlja Joycea nevtrarno in objektivno.

Iz Centrove predstavitve Joycea si lahko potencialni obiskovalec oblikuje podobo Dublina kot živahnega in odprtega mesta, ki po eni strani nudi intelektualno podlago za razvoj skupnosti, po drugi strani pa posameznika omejuje zaradi konservativne mentalitete, ki zavira kritične poglede in omejuje eksperimentiranje. Dublin je mesto, ki se lahko pohvali z bogato kulturno dediščino, ki pa je vsaj v preteklosti ni cenil dovolj. Kot smo že omenili, so Joycea začeli ceniti razmeroma pozno. Tudi sam center je bil odprt šele konec dvajsetega stoletja. Center danes predstavlja Dublin tudi preko vodenih ogledov po stopinjah Joycea in Blooma. Ker so ogledi prepoznani kot pozitivni za mesto tudi s pozicije moči, in sicer s strani države in lokalnih oblasti, lahko sklenemo, da se s tem preoblikuje kulturna geografija kraja. Ta se namreč prilagaja opisom Dublina, kot ga je videl in doživel Joyce.

Promocijska besedila centra, v katerih je naslovljen potencialni obiskovalec, so pisana v prvi osebi množine, kar povzroči, da se bralec poistoveti s piscem. S tem je zrušena četrta stena, kar omogoča potencialnemu bralcu, da lažje vstopi v Joyceov svet. Glede na izbran jezik in nekatere vsebine lahko sklepamo, da so ciljna publika centra pretežno izobraženci, intelektualci, ljubitelji literature, hkrati pa niso zanemarjene tudi druge skupine turistov, saj center obljublja »Ulikseša za vse«. Promoviran je na primer strip, narisani in napisani na podlagi Ulikseša z razlago, poleg tega pa so v aktivnosti vključene tudi osebnosti iz sveta zabave, npr. igralec Stephen Fry.

Joyce je, kot že povedano, tako nacionalna kot evropska ikona, zaradi česar center cilja tudi na turiste iz drugih evropskih držav in s tem že vstopa na globalni turistični trg. K uspešnosti ponudbe med globalnimi potrošniki prispeva tudi dejstvo, da aktivnosti niso na-

menjene izključno intelektualnim oziroma izobraženim turistom. K izboljšavi ekonomske plati prispevajo tudi vodeni ogledi mesta po stopinjah Joycea, zanimivi za kateregakoli turista, ker se na ogledih »izstopi« iz Joycea samega in se začuti utrip mesta. Seveda ne gre pozabiti tudi na izobraževalno ponudbo, ki jo sestavljajo predavanja, tečaji in delavnice, številne bodo tudi letos del dogajanja ob stoletnici izdaje Joyceovega prvega romana Umetnikov mladostni portret, napisanega v Švici.

Z uporabo modernih, multimedijskih predstavitev postaja ponudba centra zanimiva širši populaciji, hkrati pa to kaže na spreminjanje turističnih pristopov v dobi globalizacije, ki jo prinaša svetovni splet. Dodatno globalno vrednost centru namreč prinašajo tako imenovane spletne razstave, ki poglobljeno prikazujejo, s čim se center ukvarja in kako ustvarja svoje programe. Predvidamo lahko, da bodo spletne objave v ne tako daljni prihodnosti postale eden pomembnejših virov turističnih informacij in promocije, kar nakazuje že to, da slovenski turistični ponudniki omogočajo rezervacije ne le preko spletnih strani, temveč tudi preko pametnih telefonov.

Literarni turizem sicer v Sloveniji ni tako razširjen kot v anglosaških deželah, pa vendar imamo določene, že omenjene, turistične destinacije, ki predstavlja-

jo zanimiva izhodišča za razvoj turizma, povezanega predvsem z rojstnimi hišami in bivališči, kjer so literati ustvarjali. Na podlagi preučevanega primera Centra Jamesa Joycea, ki je prav tako osredotočen na hišo literata, bi lahko našli smernice predvsem na področju promocije destinacije. V dobi globalizacije, ko postaja vse bolj pomemben medij splet, bi se morali slovenski ponudniki zgledovati po tujih, kot je Center Jamesa Joycea, in multimedijsko predstavljati lokacije ter literaturo povezovati z drugimi tipi umetnosti, pa tudi z drugimi področji, ki bi bila zanimiva za potencialne turiste. Ob pregledu spletnih strani slovenskih literarnih destinacij je bilo sicer ugotovljeno, da ima interaktivne vsebine vključene v svojo promocijo Zavod za kulturno dediščino Žirovnica, ki predstavlja Pot kulturne dediščine. Kljub vsemu pa je zaznana pomanjkljivost zapisa v tujih jezikih; opisi in informacije so namreč omejene zgolj na slovenski jezik. Zaradi majhnosti države in manjše prepoznavnosti na tujih trgih bi morali biti slovenski ponudniki toliko bolj dosledni pri skrbi za prevode v tuje jezike. Smiselno pa bi bilo tudi, če bi se slovenski ponudniki odločali za regijsko povezovanje s ponudniki iz sosednjih držav ter za oblikovanje literarnih destinacij oziroma pokrajin, ki bi presegle mednarodne meje.

LITERARY TOURISM AND THE CULTURAL GEOGRAPHY OF A PLACE:  
CASE STUDY – JAMES JOYCE CENTRE AND DUBLIN

Nina JURINČIČ

University of Ljubljana, Faculty of Arts, Department for sociology, Aškerčeva 2, SI-1000 Ljubljana  
e-mail: nina.jurincic@gmail.com

SUMMARY

*The article presents the results based on the critical discourse analysis of the on line language used by the James Joyce Centre. The publications are related to activities of the Centre, to the presentation of Joyce and to the tourist promotion of Dublin. The Centre's presentation of the tourist destination, the town of Dublin, is interesting from the point of view of the cultural geography of the place itself. With the analysis we tried to answer the following questions: how is the poet presented, how does the author of the publications refer to the tourist and how is the place identity described. We also tried how the promotion offered by the Centre is placed on the global market.*

*We concluded that Joyce was presented as a national and European icon due to his open-mindedness related to the fact that he spent most of his life on continental Europe. Consequently, Dublin is not presented as a place where Joyce would be cherished during his life time. He gained national recognition only in the last decades of the 20<sup>th</sup> Century. The Centre is now trying to rehabilitate the image of the writer and his literary work. That's way they try to use different approaches to promote Joyce, from lectures to workshops, walking tours and other projects that include famous people like the actor Stephen Fry. The goal of these activities is to attract different groups of potential tourist, although as we could see the current presentation is targeting mostly intellectual and educated tourists.*

*The fact that Joyce is presented as an international icon and that the promotion includes a vast number of different activities can help the Centre on the long run when speaking of the global tourist market.*

**Keywords:** tourism, literary tourism, identity, heritage, web site, Dublin, James Joyce

## VIRI IN LITERATURA

- James Joyce Centre (2015):** Home page. In: James Joyce Centre. [Http://jamesjoyce.ie](http://jamesjoyce.ie) (10. 1. 2016).
- James Joyce Centre (2015):** About. In: James Joyce Centre. [Http://jamesjoyce.ie/visit/about-the-house/](http://jamesjoyce.ie/visit/about-the-house/) (10. 1. 2016).
- James Joyce Centre (2015):** James Joyce. In: James Joyce Centre. <http://jamesjoyce.ie/james-joyce/life/>; <http://jamesjoyce.ie/james-joyce/works/> (10. 1. 2016).
- James Joyce Centre (2015):** Reading Joyce's Portrait of the Artist, 1916–2016. In: James Joyce Centre. [Http://jamesjoyce.ie/events/reading-joyces-portrait-of-the-artist-1916-2016/](http://jamesjoyce.ie/events/reading-joyces-portrait-of-the-artist-1916-2016/) (10. 1. 2016).
- James Joyce Centre (2015):** Walking Tours. In: James Joyce Centre. [Http://jamesjoyce.ie/events/tours/](http://jamesjoyce.ie/events/tours/) (10. 1. 2016).
- Portal Ribnica24.eu (2009):** Martinovo in popotovanje od Litije do čateža nekoč in danes. Iz: Portal Ribnica24.eu. <http://www.ribnica24.eu/slovenija/martinovo-in-popotovanje-nekoc-in-danes-od-litije-do-cateza/> (1. 12. 2015).
- Ceglar, M. (2015):** Mirella Ceglar, r. 1953, upokojena profesorica. Intervju o obisku Travnika. Zapis odgovorov pri avtorju.
- Beigi, H., Ramesht, M. H. & M. Azani (2015):** Literary tourism and place identity od the central plateau of Iran. V: *Journal of Biodiversity and Environmental Sciences*. [https://www.academia.edu/11468316/Literary\\_tourism\\_and\\_place\\_identity\\_of\\_the\\_central\\_plateau\\_of\\_Iran](https://www.academia.edu/11468316/Literary_tourism_and_place_identity_of_the_central_plateau_of_Iran) (2. 1. 2016).
- Busby, G., Shetliffe, E. (2013):** Literary tourism in context: Byron and Newstead Abbey. V: *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 4, 3, 5–45. [https://www.academia.edu/11921325/Literary\\_tourism\\_in\\_context\\_Byron\\_and\\_Newstead\\_Abbey](https://www.academia.edu/11921325/Literary_tourism_in_context_Byron_and_Newstead_Abbey) (10. 1. 2016).
- Checkel, J., Katzenstein, P. (2009):** The politicization of European identities. V: *European identity*. New York, Cambridge University Press, 228–258.
- Chrisafis, A. (2004):** Overlong, overrated and unmoving: Roddy Doyle's verdict on James Joyce's Ulysses. V: *The Guardian*. [Http://www.theguardian.com/uk/2004/feb/10/booksnews.ireland](http://www.theguardian.com/uk/2004/feb/10/booksnews.ireland) (10. 11. 2015).
- Crang, M. (1998):** *Cultural Geography*. New York, Routledge.
- Eisenlau, J. (2010):** The Value of Literary Tourism. V: *Transitions Abroad*. [Http://www.transitionsabroad.com/listings/study/articles/study-abroad-the-value-of-literary-tourism.shtml](http://www.transitionsabroad.com/listings/study/articles/study-abroad-the-value-of-literary-tourism.shtml) (1. 8. 2010).
- Fligstein, N. (2007):** Who are the Europeans and how does this matter for politics? *European Identity*. [Http://irle.berkeley.edu/workingpapers/162-07.pdf](http://irle.berkeley.edu/workingpapers/162-07.pdf) (1. 1. 2015).
- Herbert, D. T. (1996):** Artistic and Literary Places in France as Tourist Attractions. V: *Tourism Management*, 17, 2, 77–85.
- Hetherington, K. (1998):** *Expressions of Identity: Space, Performance, Politics*. London, Sage Publications.
- Hongyan, J. (2009):** The construction of literary tourism site. *Case study*, 57, 1, 69–83.
- Light, D. (2007):** Dracula Tourism in Romania: Cultural Identity and the State. V: *Annales of Tourism research*, 746–765. [https://www.researchgate.net/profile/Duncan\\_Light/publication/257937846\\_Dracula\\_tourism\\_in\\_Romania\\_Cultural\\_identity\\_and\\_the\\_state/links/00b49521aee439a09a000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Duncan_Light/publication/257937846_Dracula_tourism_in_Romania_Cultural_identity_and_the_state/links/00b49521aee439a09a000000.pdf) (30. 9. 2015).
- Musek, J. (1995):** Psihološke prvine narodne identitete in analiza slovenske samopodobe. V: *Slovensko avstrijski simpozij: Mednarodni avstrijsko slovenski projekt Avstrija, Jugoslavija, Slovenija - Narodna identiteta skozi čas*. <http://www.musek.si/Teksti/Psiholo%9Ake%20prvine%20narodne%20identitete.pdf> (15. 12. 2015).
- Pušnik, M. (1999):** Konstrukcija slovenske nacije skozi medijsko naracijo. *Teorija in praksa*, 36, 5, 796–808. [Http://dk.fdv.uni-lj.si/tip/tip19995Pusnik.PDF](http://dk.fdv.uni-lj.si/tip/tip19995Pusnik.PDF) (10. 1. 2016).
- Saichaie, K. (2011):** Representation on college and university websites: an approach using critical discourse analysis. Iowa City, Kem Saichaie. [Http://ir.uiowa.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2456&context=etd](http://ir.uiowa.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2456&context=etd) (20. 12. 2015).
- SELT (2012):** *Tourism Fiction Tips*. In: *SouthEastern Literary Tourism Initiative*. <http://selti.org/tourism-fiction-tips/> (8. 11. 2015).
- Údarás na Gaeltachta (2015):** *The Gaeltacht*. V: *Irish & the Gaeltacht*. <http://www.udaras.ie/en/an-ghaeilge-an-ghaeltacht/an-ghaeltacht> (5. 1. 2016).
- Urbanc, M. (2002):** *Geografija Slovenije 5 – Kulturne pokrajine v Sloveniji*. Ljubljana, Založba ZRC.
- Urry, J. (1995):** *Consuming Places*. New York, Routledge.
- Watson, N. J. (2006):** *The Literary Tourist*. Basingstoke, Palgrave MacMillan.
- Weber, I. (2003):** Ženski itinerariji: med antropologijo potovanja in literaturo. Koper, ZRS.
- Žagar, M. (2002):** Iskanje novih evropskih identitet: Uganka globalnih identitet. V: *Razprave in gradivo: Revija za narodnostna vprašanja*, 6–21. [Http://www.sistory.si/publikacije/prenos/?target=pdf&urn=SISTORY:ID:4873#page=6](http://www.sistory.si/publikacije/prenos/?target=pdf&urn=SISTORY:ID:4873#page=6) (10. 12. 2014).