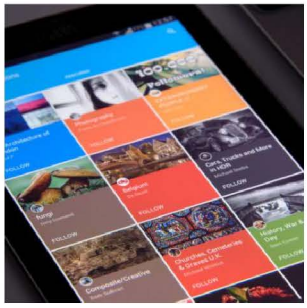
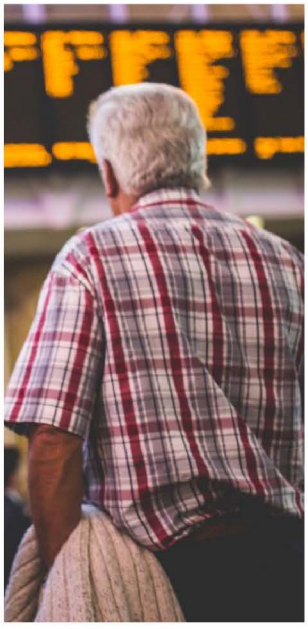
Armin Mikos von Rohrscheidt

Turystyka kulturowa w płynnej rzeczywistości

Quaestiones disputatae





KulTour.pl

Armin Mikos von Rohrscheidt

Turystyka kulturowa w płynnej rzeczywistości

Quaestiones disputatae

KulTour.pl Poznań
2016

3e Publikacja z serii „Monografie o tematyce turystycznej”

Autor	**Armin Mikos von Rohrscheidt**
Recenzent	Dr hab. Janusz Hochleitner, prof. UMW
Redakcja techniczna, projekt okładki, skład komputerowy	Oleksiy Artyshuk
Zdjęcia na okładce	Zdjęcia pochodzą z www.pexels.com Użycie na podstawie Creative Commons Zero (CC0) license

ISBN: 978-83-930211-5-4

Wydawca:
KulTour.pl, ul. Stanisława Wyspiańskiego 16/1, 60-750 Poznań
www.kultour.pl, e-mail: biuro@kultour.pl

© KulTour.pl, Poznań 2016

Spis treści

Wstęp 5

Część I. Aktualny kontekst i stan turystyki kulturowej 10

1. Rzeczywista wielkość i dynamika zmian ruchu turystyki kulturowej w Polsce i na świecie w ostatnich latach 10

2. Turystyka kulturowa a globalizacja..... 16

3. Fenomen wielokulturowości i jego przesłanki w świetle "wędrówki ludów" do Europy 20

4. Turysta kulturowy i jego wpływ na otoczenie 26

Część II. Turyści kulturowi: profile, preferencje, modele zachowań 31

5. Oferty turystyki kulturowej dla dzieci i młodzieży..... 31

6. Zainteresowanie seniorów turystyką oraz ich udział w turystyce kulturowej 35

7. Wpływ pokolenia baby-boomer na turystykę (kulturową) 39

8. Prywatne podróżowanie a turystyka kulturowa. Przemiany, formy, tendencje. 43

Część III. Aktorzy: gospodarze, popularyzatorzy, manipulatorzy..... 47

9. Oferta muzealna w perspektywie oczekiwań turystyki kulturowej 47

10. Turysta kulturowy w polskich muzeach 56

11. Czy należy opracować i upowszechniać kryteria i standardy dostępności obiektów sakralnych dla turystyki kulturowej? 62

12. Wpływ środków masowej komunikacji na zachowania w ramach turystyki kulturowej..... 73

13. Rola i znaczenie niematerialnego dziedzictwa kulturowego w kreowaniu ofert na rynku turystycznym 79

14. Powieść turystyczna. Przykłady, oferta turystyczna, znaczenie promocyjne i gospodarcze..... 87

15. Wpływ „polityki historycznej” na (re)interpretację dziedzictwa w turystyce 94

Część IV. Potencjalne i niszowe destynacje i formy turystyki kulturowej 109

16. Czy możliwa jest turystyka kulturowa w krajach dyktatorskich? 109

17. Projekty inwestycyjne wielkich miast jako czynnik przyciągający turystów..... 113

18. Potencjał turystyki kulturowo-przyrodniczej w Polsce..... 116

19. Kondycja turystyki biograficznej w Polsce i na świecie 124

20. Turystyka kosmiczna: forma turystyki kulturowej czy przygodowej?..... 135

21. Znaczenie i rozwój turystyki kulturowej w obszarach z dominacją walorów i funkcji wypoczynkowej..... 139

Część V. Turystyka kulturowa w badaniach, analizach i dydaktyce 144

22. Czy turystyka powinna być dyscypliną naukową?..... 144

23. Jak realizować wiarygodne, wieloaspektowe badania stanu turystyki kulturowej w Polsce?..... 151

24. Ocena jakości polskich opracowań dotyczących turystyki kulturowej..... 156

25. Problem aktualności artykułów naukowych w kontekście prezentowanych badań..... 164

26. Terminologia i standardy analiz w opracowaniach naukowych dotyczących turystyki kulturowej..... 171

27. Kryteria “ogłaszania” i definiowania nowych form turystyki kulturowej... 180

28. Turystyka kulturowa jako przedmiot studiów w Polsce..... 185

Część VI. Dylematy i prognozy 190

29. Czy mieszkańców miasta można w nim uznać za turystów kulturowych?. 190

30. Czy w imię politycznej poprawności warto zwalczać niektóre zachowania tubylców wobec turystów? 194

31. Jakie rodzaje obiektów powinny formalnie tworzyć szlaki turystyczno-kulturowe?..... 198

Zamiast zakończenia:
Jak będzie wyglądała turystyka kulturowa za dziesięć lat? 203

Bibliografia:..... 213

Wstęp

Podobnie jak w przypadku książki wydanej przez autora w roku 2013 pod tytułem „Turystyka kulturowa w dobie przyspieszonej zmiany", tematem niniejszej publikacji są rozliczne kwestie powiązane z podejmowaniem i organizacją podróży w czasie wolnym, ukierunkowane na doświadczenie walorów żywej kultury i konfrontację z dziedzictwem kulturowym, a także na metody i kryteria badania tego fenomenu. Zamieszczone tu analizy, diagnozy i postulaty odnoszą się zasadniczo do krajowej przestrzeni turystycznej i polskiej rzeczywistości kulturowo-społecznej. Analizowane zagadnienia o charakterze globalnym, typowe dla tej sfery ludzkiej aktywności i zachowań jej uczestników, mają za zadanie dostarczyć szerszy kontekst, a przykłady koncepcji i szczegółowych rozwiązań spoza kraju ilustrują sprawdzone lub chybione rozwiązania omawianych problemów.

Niniejsza publikacja jest drugą po wspomnianej książce autora z roku 2013 i zapewne nie ostatnią, w której zestawione są najbardziej „gorące" tematy, owe „quaestiones disputatae" turystyki kulturowej. Podobnie jak poprzednia pozycja, i ta nie rości sobie pretensji do całościowego przedstawienia tytułowej problematyki. Taką próbą – udaną, jeśli sądzić po utrzymującej się dużej popularności i bardzo wysokim poziomie cytowań – była obszerna monografia autora „Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy", wydana po raz pierwszy w roku 2008 i uzupełniana oraz wznawiana w latach 2010 i 2016. Obok kwestii definicyjnych i historycznych omówiono tam i poddano analizie pozostałe fundamentalne zagadnienia tej gałęzi turystyki, jak podstawowe typy walorów i atrakcji, najpopularniejsze rodzaje i formy organizacji podróży kulturowo-turystycznych, profile ich typowych uczestników, najważniejsze systemy eksploatacji turystycznej i typy produktów oraz składowe potencjału turystyczno-kulturowego w mikroregionach i metody jego ustalania. Jak wszystko w turystyce, która jest rzeczywistością społeczną, podlegają i one zmianom, jednak w dłuższych okresach i pod wpływem silniejszych oraz długotrwale oddziałujących bodźców.

Jednak specyfiką zjawiska tak złożonego jak turystyka, zależnego od wielu dynamicznych zmiennych oraz kształtowanego przez liczne i zróżnicowane podmioty inspirujące się różnymi źródłami i realizujące rozbieżne nieraz cele - jest nieustanna i płynna zmiana w mikroskali. Dokonuje się ona w decydujących punktach: mianowicie w miejscach zetknięcia gościa jako odbiorcy walorów, wrażeń i propozycji, gospodarzy jako zarządzających walorami na odwiedzanych miejscach i tworzących możliwości i warunki ich doświadczenia oraz pośredników będących konstruktorami i realizatorami mniej lub bardziej rozwiniętych

produktów turystycznych. Warunkiem udanej aktywności turystyczno-kulturowej (czyli bezpiecznej dla turysty i walorów, satysfakcjonującej gości i gospodarzy, wreszcie owocującej doświadczeniem, które buduje lepsze zrozumienie świata i ludzi) jest permanentna obserwacja ze strony odpowiedzialnych za turystykę właśnie owych zmiennych, rozpoznawanie ich krótko- i długofalowego wpływu na popyt, poziom obsługi, efektywność interpretacji dziedzictwa i popularyzacji żywej kultury.

To z kolei wymaga częstych analiz cząstkowych, dotyczących zjawisk z różnych dziedzin (jak organizacja czasu wolnego, technologie komunikacji, polityka państw i władz lokalnych, metodyka interpretacji, ochrona środowiska i wielu innych) mających wpływ na popyt w zakresie turystyki kulturowej. Pozwalają one na ustalenie ich ewentualnego oddziaływania na turystykę kulturową lub jej określone elementy na konkretnym obszarze lub w segmencie kierowanym do danej grupy docelowej oraz na sformułowanie wskazań i zaleceń przydatnych aktorom działającym w szeroko rozumianej branży turystycznej.

W tej książce kontynuowane są omówienia takich właśnie szczegółowych zagadnień. Niektóre z nich nie zmieściły się we wspomnianej publikacji autora sprzed trzech lat, inne pojawiły się dopiero po jej wydaniu lub w ostatnich latach ich znaczenie lub oddziaływanie stało się bardziej zauważalne w międzynarodowej lub krajowej turystyce. Jeszcze inne wydają się nie dotykać wprost turystyki kulturowej, jednak bliższe spojrzenie na nie od tej strony ujawnia mechanizmy decydujące czy to o powodzeniu lub niepowodzeniu setek przedsięwzięć organizujących jej aktywności (jak to ma miejsce np. w wypadku programów zarządzania obszarami przyrodniczo cennymi) czy o wiarygodności prezentacji i interpretacji dziedzictwa przez gospodarzy wobec gości, jak to wykazuje obszernie uzasadnione stanowisko wobec tak zwanej polityki historycznej.

W książce znajdują się analizy zagadnień dotychczas nie poruszanych w krajowej refleksji na temat turystyki kulturowej. Jednak niektóre z poruszonych tu problemów były już przedmiotem szerszych analiz zarówno samego autora, jak i innych polskich badaczy: uwzględniono je z powodu zaistnienia nowych okoliczności, oddziaływania nowych czynników lub dynamicznych zmian, które wpływają na zmianę oceny lub zmuszają do formułowania nowych postulatów albo stanowisk w toczących się dyskusjach. W takich przypadkach w samym wywodzie podano referencje do kluczowych publikacji poświęconych danemu zagadnieniu. W przypadku kilku istotnych zagadnień, które jak dotąd nie zostały szerzej opracowane w polskiej literaturze naukowej, autor zdecydował się na szerszą i bardziej szczegółową prezentację. Trzydzieści jeden szczegółowych kwestii składających się na niniejszą publikację zostało pogrupowanych w sześciu

rozdziałach tematycznych. Ukazują one dość zróżnicowane spektrum najbardziej aktualnych zagadnień. Jedne z nich dotykają kontekstu dzisiejszej turystyki kulturowej (Rozdział I), inne niektórych grup jej uczestników, ich preferencji i zachowań (II), jeszcze inne wybranych graczy gospodarzy, organizatorów i wybranych innych podmiotów wpływających bezpośrednio lub pośrednio na jej kształt, ofertę i standardy (III). Kolejne analizy zgrupowane w Rozdziale IV koncentrują się na nowych lub niszowych formach turystyki kulturowej oraz typach eksploatowanych w jej ramach atrakcji i obszarach, nie omawianych szczegółowo w innych monografiach. Rozdział V poświęcony jest badaniom naukowym oraz dydaktyce turystyki kulturowej w Polsce. Zamykający książkę Rozdział VI gromadzi omówienia niektórych aktualnych kwestii spornych, których rozstrzygnięcie może wpłynąć na standardy turystyki w naszym kraju oraz przyszłe sposoby jej organizacji. Przedkładając Czytelnikowi książką zbierającą analizy tak bardzo zmiennego fenomenu, jakim jest turystyka kulturowa autor wyszedł z założenia, że w stosunku do takiego jej przedmiotu jakiekolwiek podsumowania są zbędne. Dlatego w miejsce zakończenia zdecydował się na zamieszczenie ostrożnej prognozy dotyczącej kierunków rozwoju spodziewanych zmian turystyki kulturowej w naszym kraju w okresie najbliższych dziesięciu lat. Z pewnością jeszcze przed upływem tego okresu konieczne będzie przygotowanie kolejnej publikacji, poświęconej następnym stwierdzonym „gorącym" problemom.

Składające się na tę książkę zagadnienia zostały omówione przy zastosowaniu różnych podejść i metod, co wynika z ich wielkiej różnorodności. Znajdzie tu więc Czytelnik zarówno odwołania do fachowej literatury, w tym monografii światowych autorytetów o znaczeniu kluczowym dla danej kwestii i - zdaniem autora – na dziś ją rozstrzygającej. W innych analizach dla uzasadnienia wywodu zostały przytoczone statystyki turystyczne. W jeszcze innych wspierany jest on bardziej lub mniej rozwiniętymi studiami przypadków. W każdym przypadku autor dołożył starań, by omówienie odbijało aktualny stan wiedzy i refleksji naukowej w zakresie omawianej problematyki.

Kierując książkę do zróżnicowanego grona adresatów, a więc zarówno osób dogłębnie studiujących problematykę turystyki, jak i do zaangażowanych w zarządzanie potencjałem turystycznym w ramach samorządów, tworzących programy rozwoju turystyki, systemy i lokalne produkty turystyczne, ale także i tych zajmujących się organizacją i realizacją podróży, autor starał się używać możliwie prostego i komunikatywnego języka, omijając, na ile było to możliwe, odstręczający tak wielu (choć może bardziej jednoznaczny) styl suchego wykładu.

Z tego samego powodu niezależnie od zachowania naukowej formy opracowania (odwoływanie się do wyników badań, referencje wykorzystanych

źródeł o naukowym charakterze, aparat przypisów) dla ułatwienia przekazu i uproszczenia poszukiwania przez Czytelników interesujących ich zagadnień zaprezentowano je w formie pytań i odpowiedzi. Te ostatnie rozbudowano i szerzej uzasadniono w formie systematycznego wywodu. Podobnie jak w przypadku poprzedniego tomu, i tu lista tematów omawianych w książce nie jest wynikiem subiektywnego wyboru autora. Tytułowe pytania poszczególnych rozdziałów są skróconymi przez niego wersjami pytań postawionych przez uczestników Gnieźnieńskiego Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej. Jest to moderowane przez autora gremium niemal trzydziestu specjalistów, od ponad siedmiu lat uczestniczących w dyskusji na łamach naukowego czasopisma „Turystyka Kulturowa". Ze względu na ich zawodowe doświadczenie jako praktyków, organizatorów i badaczy turystyki kulturowej, artykułowane przez nich kwestie mogą być uznane za reprezentatywne i posiadające największe znaczenie dla turystyki kulturowej w naszym kraju i w dużej mierze również poza jego granicami.

W tym miejscu należy więc podziękować Autorom poszczególnych pytań, którzy przez ich zadanie na Forum Gnieźnieńskim współuczestniczyli w kształtowaniu tematyki tej książki. Ostatecznego sformułowania poszczególnych kwestii wraz z wstępami kontekstowymi Autor dokonał w dużej zbieżności z pierwotną treścią tych pytań, często cytując ich dłuższe fragmenty lub nieznacznie je skracając. Dlatego przy poszczególnych kwestiach, po treści pytania podane zostały inicjały następujących współuczestników Forum. Są to: profesor Jacek Kaczmarek z Uniwersytetu Łódzkiego (JK, przy zagadnieniach nr: 14, 27), profesor Dariusz Dąbrowski z Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy (DD, kwestia nr 26), profesor Janusz Hochleitner z Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie (JH: 9) profesor Michał Jarnecki z Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu (MJ: 3), profesor Zygmunt Kruczek z Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach (ZK: 20), profesor Marek Nowacki z Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu (MN: 1), dr hab. Piotr Zmyślony z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu (PZ: 25, kwestia zamykająca), dr hab. Łukasz Gaweł z Uniwersytetu Jagiellońskiego (ŁG: 13, 30) i dr Magdalena Banaszkiewicz z tej samej uczelni (MB: 2, 8, 15), dr Izabella Wyszowska (IW, 19) oraz dr Ewa Malchrowicz-Mośko (EM: 4, 12) z Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu, dr Piotr Kociszewski z Uniwersytetu Warszawskiego (PK: 6,7), dr Jacek Borzyszkowski z Politechniki Koszalińskiej (JB: 21, 24, 28), dr Mirosław Marczak, z Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku (MM: 29), Agnieszka Matusiak z Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach (AM: 5), Przemysław Buryan z biura Ideal Travel, koordynator Szlaku Piastowskiego (PB 11, 17, 23) oraz Szymon Czajkowski

z Bramy Poznania (SC.: 16, 31). Sam autor (AMR) sformułował kwestie oznaczone numerami 10, 18, 22.

Podobnie jak w przypadku poprzedniej książki o zarządzaniu zmianą w turystyce kulturowej mamy nadzieję, że i ta pozycja przyczyni się do lepszego rozpoznania już nie tylko roli i zadań turystyki kulturowej we współczesnym świecie, ale także głównych dzisiejszych problemów, przed którymi staje jej organizacja. Tym jej czytelnikom, którzy na co dzień pracują na rzecz turystyki i turystów oby pomogła w tworzeniu oferty nie tylko atrakcyjnej, ale i użytecznej, to jest wzbogacającej dobre doświadczenie turystyczne i pośrednio powiększającej kapitał kulturowy gości, w tym ich otwarcie na świat poza progiem własnego domu.

Część I.
Aktualny kontekst i stan turystyki kulturowej

Zagadnienie 1

Rzeczywista wielkość i dynamika zmian ruchu turystyki kulturowej w Polsce i na świecie w ostatnich latach

W wielu artykułach opublikowanych w polskich czasopismach i monografiach naukowych pojawiają się twierdzenia o dynamicznym rozwoju turystyki kulturowej oraz innych jej odmian (form). Na podstawie jakich badań, danych lub źródeł autorzy dochodzą do takich wniosków?
Jaka jest rzeczywista wielkość ruchu turystyki kulturowej i jej poszczególnych odmian (form) oraz jaka jest dynamika zmian tego ruchu na przestrzeni ostatnich lat: w wybranych miastach lub regionach, w Polsce lub na świecie? (MN)

Postawione pytanie zmusza wszystkich badaczy turystyki kulturowej do poddania weryfikacji twierdzenia wygłaszanego często jako rodzaj oczywistości. I dobrze, bo zawsze warto sprawdzić, czy tezy przyjmowane jako oczywiste opierają się aby na faktach. W tym miejscu jednak należy stwierdzić, że całościowy, czyli ostatecznie rozstrzygający dowód w tej kwestii nie może być przeprowadzony. Nikt bowiem w skali globalnej nie wykonał badań, które (z uwzględnieniem koniecznych proporcji, preferencji turystów, skłaniających ich do podejmowania wyjazdów i rozlicznych typów odwiedzanych przez nich atrakcji, a także programów zorganizowanych wycieczek) mogłyby dać odpowiedź na pytanie: czy liczba turystów kulturowych (zwolenników wszelkich form i typów) rzeczywiście rośnie, czy w takim razie turystyka kulturowa jako taka znajduje się w rzeczywistym, dynamicznym rozwoju od strony nie tylko jakości (rozmaitości propozycji), ale też ilości (korzystających i generowanego przez nich przychodu)? Jednak takiej odpowiedzi nie można także oczekiwać, znając problemy z organizowaniem i realizacją badań o tak szerokim zakresie i tak ogromnej skali. Oczekiwać natomiast można (i to da się ustalić) konkretnych dowodów ”wycinkowych”, potwierdzających tezę o rosnącej popularności turystyki kulturowej w odniesieniu do poszczególnych krajów, typów destynacji czy rodzajów podróży. Niemało jest tak zwanych „twardych” danych z Polski, odnoszących się do kilku typów odwiedzanych obiektów. Gromadzą je między innymi zbiorcze

raporty Instytutu Turystyki [*Raport 2013*], które, jak wskazuje to przytaczający je na Forum Gnieźnieńskim Zygmunt Kruczek [FG 3/2013] udowadniają stosunkowo wysoki poziom odwiedzin Polaków podróżujących w czasie wolnym w obiektach stanowiących typowe atrakcje turystyki kulturowej, jak zabytki, muzea, skanseny, miejsca kultu religijnego. Udział ten waha się pomiędzy 6 a 10 procentami w przypadku podróży krótkookresowych i4 oraz aż 15% w podróżach długookresowych, a co ważniejsze wzrasta w porównaniu miedzy rokiem 2007 a 2011. Są to dane cząstkowe i odnoszące się do niektórych tylko form współczesnej turystyki kulturowej, całościowych badań bowiem w Polsce nie prowadzono. W szczególności brak ogólnokrajowych danych dotyczących odwiedzin miast (typowych celów turystów kulturowych) oraz uczestnictwa w eventach kulturalnych – jednak ich liczba (a wiec oferta w tej dziedzinie) stale rośnie, a i frekwencja w tych największych, które liczą swoich uczestników, jak wielkie festiwale muzyczne że wspomnę Woodstock w Kostrzynie i Opener w Gdyni) także się wyraźnie poprawia. Ponieważ dla udowodnienia wyraźnego trendu należy wyjść poza krajowe opłotki, dostarczę kilku przykładów z europejskiej i pozaeuropejskiej zagranicy. Bazując na tym, co jest mi aktualnie dostępne, mając i z przedmiotem ostatnio prowadzonych analiz będę się odnosił do Niemiec (tu zaś do jednego bardzo popularnego typu turystyki kulturowej), do Hiszpanii (w odniesieniu do dwóch form turystyki kulturowej), do odwiedzin turystycznych w obiektach dziedzictwa kulturowego w USA oraz do motywacji i zachowań turystów europejskich.

Niemcy: rosnąca turystyka miejska

Dane zgromadzone w studium „Städte- und Kulturtourismus in Deutschland, Langfassung“ (pod red. Nicole Habrich i Iris Hegemann, Wyd. Deutscher Tourismusverband, Bonn, 2006) i odnoszące się do lat 1994-2006 wykazują, że miasta należą do najpopularniejszych i najczęściej odwiedzanych celów podróży podejmowanych w czasie wolnym. 58% wszystkich wycieczek Niemców prowadziły do miast, z tego aż 47% odwiedzało 12 największych miast kraju [s.53]. Liczba odwiedzających miasta turystów między rokiem 1993 a 2005 zwiększyła się o 57,2% a liczba noclegów o 40,2%, co oznacza, że miasta jako cele turystyki znacznie wyprzedzają inne typy destynacji (przeciętny wzrost liczby odwiedzin o 13%, noclegów o 11,5%) [s.23]. Z większych miast najbardziej w referowanym okresie zyskały: Stuttgart, Drezno, Lipsk i Berlin [s. 24], ze średnich i mniejszych: Görlitz, Miśnia i Güstrow. Najbardziej popularne są krótkie (do 4 dni)wyprawy do pojedynczych miast jako celów, na co wpływ ma zarówno niemiecka tradycja wyjazdów autokarowych z bogatym programem zwiedzania, jak i nowe oferty typu

„city break", powiązane z dynamicznym rozwojem tanich lotów. Aż 35% wszystkich podejmowanych krótkich podróży turystycznych stanowiły wyjazdy do miast, wyprzedzając przy tym podróże związane z odwiedzinami krewnych lub znajomych (31%) oraz (uwaga!) podróże studyjne i ukierunkowane na dziedzictwo kulturowe (10%), które przecież należą do klasycznej oferty turystyki kulturowej [s.41]. Na najbliższy czas w stosunku do terminu badania (lata 2006-2008) 16,7% zapytanych Niemców planowało takie podróże „na pewno", a następne 17,6% „generalnie tak", co zakwalifikowano jako „miękki potencjał"[s.47]. Autorzy analizy wnioskują na tej podstawie o szansach dalszego rozwoju dla turystyki miejskiej w Niemczech. Ogólnie (co podaje się jako tło wspomnianych danych) w latach 1993-2004 miał miejsce wzrost ilości podróży typu kulturowego do Niemiec z zagranicy, która wzrosła o około 20%, a przy tym kraj ten lokuje się dopiero na trzecim miejscu w Europie, po Francji i Włoszech [s.58-60]. Co najważniejsze z punktu widzenia postawionego pytania, metodologia badan umożliwiła wyselekcjonowanie podróż typowo turystycznych, ukierunkowanych na zwiedzanie miast lub udział w eventach. przy oddzieleniu od nich podróży służbowych (biznesowych) a nawet odwiedzin u znajomych [s.53]. Mamy wiec do czynienia z niemal „czystymi" wyprawami z szeroko rozumianymi celami kulturowymi. Z innych ciekawych wniosków przytoczę jeszcze jeden: że mianowicie podróże kulturowe do miast dotyczą z mniej więcej równej mierze generacji młodych dorosłych (20-40 lat), tak zwanych ustabilizowanych dorosłych (40-58 lat) oraz grupy starszej (powyżej 59 lat). [s.42]. O ile jednak grupę starszą nadal w pierwszym rzędzie interesują zabytki i wystawy, to młodsi korzystają znacznie częściej z ciekawej oferty kulinarnej, a magnesami ich przyciągającymi są w większej mierze eventy kulturowe i ciekawa oraz (dodatkowo) urozmaicona oferta shoppingu [s. 35, s. 49-50]. Zauważa się także pozytywne skutki aktywności promocyjnej mniejszych, ale bogatych w walory turystyczne miast, które powoli zaczynają tworzyć prawdziwą alternatywę wobec oferty tych wielkich i znanych [s.77], co można potraktować jako stwierdzenie godne dalszej uwagi z naszej strony, szczególnie w kontekście tworzenia oferty turystycznej przez mniejsze ośrodki miejskie w Polsce.

Hiszpania: wzrost skali turystyki miejskiej i podróży językowych

W odniesieniu do tego kraju opieram się na danych zebranych przez Christiana O. Wenge, i opublikowanych w jego rozprawie doktorskiej "Städtetourismus in Barcelona und Madrid unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Reisenden", przedłożonej na uniwersytecie kolońskim (Köln 2004). Na stronie 21 tej pracy z zebranych danych autor wnioskuje, że największe 5 miast

Hiszpanii (Madryt, Barcelona, Walencja, Sewilla, i Saragossa) w latach od 1994 do 2002 odnotowały wzrost odwiedzin turystycznych o 51,7 %), przy czym jako podwody tak dynamicznej zmiany podaje on częściowo wprowadzenie tanich lotów.

Wynika z tego, że generatorem boomu na hiszpańskie miasta są oferty typu „city break", co zresztą potwierdzają doświadczenia w naszych środowiskach: na przykład po uruchomieniu taniego połączenia Poznania z Barceloną znacznie wzrosła liczba mieszkańców Poznania, którzy swoje doświadczenia turystyczne wzbogacili o Barcelonę, ale także biura obsługujące turystów w Poznaniu odnotowały ¾ -krotny wzrost klientów z Hiszpanii, głównie Katalonii. Jednak w danych prezentowanych przez Wengego dla poszczególnych miast nie ma tu rozróżnienia na turystów biznesowych i kulturowych, czy typowych miejskich, co jest pewną słabością z naszego punktu widzenia.

Z kolei na s. 25 na podstawie danych oficjalnych hiszpańskich organizacji turystycznych cytowany autor podaje dla roku 2004 znaczny wzrost ilości podróży językowych (forma kulturowych wypraw edukacyjnych) do Hiszpanii, których w tym roku było 130 tys. w skali tego kraju. Zważywszy, ze są to pobyty znacznie dłuższe niż typowe podróże miejskie (trwają przeciętnie 2 lub 3 tygodnie) i wykorzystują one wyżej płatne usługi na miejscu, ich przełożenie na przychód z turystyki jest większe niż może to wynikać z czystych danych ilościowych.

USA: wzrost liczby zwiedzających obiekty dziedzictwa

Studia "The 2010 Cultural Heritage Traveler", opublikowane w roku 2010 przez Office of Travel and Tourism Industries zawiera interesujące dane na temat wzrostu liczby turystów odwiedzających obiekty dziedzictwa kulturowego w USA. Wyniósł on w ciągu zaledwie siedmiu lat aż 45 % (z 10 mln 529 tysięcy w roku 2004 do 15 mln 369 tys. w roku 2010), [s.2], przy czym udział turystów spoza USA i Kanady wynosił Aż 71,2%, przy czym największy odsetek stanowili turyści z Wielkiej Brytanii i Niemiec, zaraz po nich z Japonii i Francji. Wśród tych osób, kiedy zostały zapytane o główny cel podróży (który nie był oczywisty, jako że mogli przecież zwiedzać wspomniane obiekty przy okazji podróży np. biznesowych) w roku 2010 dokładnie 50% podało cel „wakacyjny" wypoczynkowy i inny ściśle turystyczny, tj. nie związany z wykonywaniem jakiejkolwiek pracy Ani tez odwiedzin u bliskich lub znajomych (liczonych osobno). Było to o 1,3% więcej niż w poprzedzającym roku 2009 [s.3]. Przyjmując, ze wśród zwiedzających obiekty dziedzictwa rzeczywistych turystów tylko część to ci motywowani kulturowo, większy odsetek stanowią zainteresowani kulturowo, a może nawet najwięcej jest tych kulturowo przyciąganych i jednocześnie uważając ich wszystkich za turystów

kulturowych możemy zatem stwierdzić, że ich odsetek jest w USA nawet ponad spodziewanie duży i - rośnie.

Unia Europejska – odsetek turystów kulturowych

Raport Organizacji Gallupa z roku 2009 pod tytułem „Survey on the attitudes of Europeans towards tourism Analytical, opublikowany w serii „Flash Eurobarometer" pod numerem 258 i dotyczący turystyki w Europie nie dostarcza wprawdzie (z braku możliwości porównania) danych na temat dynamiki wzrostu, ale za to dokładnie zapoznaje z udziałem (niektórych) motywacji kulturowych turystów, podróżujących na terytorium krajów Unii Europejskiej. Cele kulturowe, w tym religijne jako główne motywy do podjęcia wyjazdu turystycznego podało 6,7% badanych turystów a zwiedzanie miast 7,0% (zatem razem 13,7%). Dla porównania, cele czysto wypoczynkowe podało 36,5%, a odwiedziny u bliskich i przyjaciół, 15.8%. [s. 77, tab. 7a] Nie rozstrzygając dokładniej o typie podejmowanych podróży, z uwagi na kryterium badania (cel główny) możemy w przypadku tych 13,7% europejskich turystów mówić o dwóch najbardziej nas interesujących grupach: turystów motywowanych i zainteresowanych kulturowo. Trzeciej grupy (zazwyczaj w badaniach wycinkowych liczniejszej niż obie wspomniane razem) czyli turystów kulturowo przyciąganych można szukać w pozostałych 86,3 %, przy czym trudno byłoby zapewne ustalić jej udział. Może być w tym pomocna ewaluacja odpowiedzi na inne pytanie, gdzie udało się ustalić, że 33% europejskich turystów oczekuje od miejsc swojego wakacyjnego wyjazdu lub pobytu oferty w zakresie określonym zbiorczo jako „culture, lifestyle and traditions" [s. 104, tab. 20b], co też jakoś odbija ich zainteresowania i być może jest indykacja w kierunku określenia różnicy między wspomnianymi 13,6% a 33% zainteresowanych elementami kulturowymi właśnie jako „ukrytych" turystów przyciąganych kulturowo. Jakkolwiek nie patrzeć na te liczby, udział turystów kulturowych w Europie jest poważny, co usprawiedliwia naukowe zajmowanie się ich profilami i preferencjami oraz planowanie i kreowanie ofert przeznaczonych dla nich. Pozostaje oczekiwać na kolejny raport Gallusa, sporządzony według tej samej metodologii, który będzie mógł dać odpowiedź na pytanie o wzrostowe lub spadkowe tendencje w tym zakresie.

Na koniec, tym razem bez danych, których w takim odniesieniu nie posiadam, parę spostrzeżeń wynikających z praktyki organizatora i badającego ten segment turystyki w naszym kraju. W mojej opinii zdecydowanie warto zadać sobie trud ustalenia ilości uczestników eventów popularnych, w tym odsetka ludzi przyjeżdżających dla udziału w nich z dalszych miejsc. To może być – zapewne po turystyce miejskiej – najpopularniejsza aktualnie forma turystyki kulturowej.

Wspomniane powyżej dwa festiwale: polski „Woodstock" w Kostrzynie n. Odrą i Opener w Gdyni (które notabene jako jedne z niewielu „liczą" swoich uczestników" są moim zdaniem wystarczająco sugestywnymi fenomen wierzchołkami „góry lodowej", a dla badaczy fenomenami w wysokim stopniu uprawdopodobniającymi tezę, że turystyka opierająca się na wydarzeniach artystycznych znajduje się w Polsce w stadium dynamicznego rozwoju. Obok eventów muzycznych należałoby także przyjrzeć się w tym samym aspekcie uczestnikom imprez żywej historii, w tym tych masowych, jak ta na Wolinie, pod Grunwaldem, w Malborku i parę dziesiątek innych. Należałoby też zdecydowanie podjąć próbę zsumowania krajowych i przyjeżdżających zza granicy turystów miejskich w Polsce. Przeprowadzone (wzorem przytoczonego powyżej badania z Niemiec) na podstawie kilku jasnych kryteriów, badanie takie pozwoliłoby też oddzielić w tej grupie typowych turystów kulturowych od uczestników odwiedzin biznesowych i rodzinnych. Przypuszczam, że to właśnie w tych segmentach należy szukać polskiej odpowiedzi na postawione pytanie, bazującej na twardych faktach.

Zagadnienie 2
Turystyka kulturowa a globalizacja

Obserwowany w ostatnich latach dynamiczny rozwój turystyki kulturowej nakłada się na zapierające dech swoją gwałtownością procesy globalizacji. Czy wielowymiarowe i wciąż odsłaniające nowe oblicza zjawisko globalizacji jest szansą dla turystyki kulturowej, czy też niesie za sobą realne zagrożenie zniweczenia jej walorów? O jakich płaszczyznach wpływów możemy mówić (ekonomicznej, społecznej, kulturowej)? A może turystyka kulturowa jest niszą tego, co lokalne? (MB)

Jeśli globalizację definiować jako „ogół procesów prowadzących do coraz większej współzależności i integracji państw, społeczeństw, gospodarek i kultur" i będące jego efektem tworzenie się "jednego świata" czy „światowego społeczeństwa" [Kempny M, 1998, Globalizacja, hasło w „Encyklopedii socjologii"], to mamy do czynienia ze zjawiskiem na tyle szerokim i wieloaspektowym, że nawet bezpośrednio zmieści się w nim także bardzo wiele aktywności zaliczanych do spektrum turystyki. Jako jeden z wielu przykładów mogą posłużyć wielonarodowe krótkotrwałe grupy studenckie, tworzone choćby w ramach programu „Erasmus" i innych podobnych, w których zawsze odnajdujemy elementy zarówno programowo zorganizowanej, jak spontanicznie uprawianej, indywidualnej turystyki kulturowej, w tym turystyki językowej, dziedzictwa kulturowego, miejskiej, etnicznej, kulinarnej i paru innych jej form. Niektóre formy współczesnej turystyki można nawet uznać wprost za przejawy globalizacji. Są nimi na przykład międzynarodowe konferencje organizowane w ramach struktur multi- (czy ponad-) narodowych koncernów, podczas których zwiedza się lokalne atrakcje, realizując w ten sposób moduły turystyki miejskiej. Są nimi także integracyjne zloty pasjonatów przeróżnych hobby z wielu krajów, mogące być bezpośrednio zaliczanymi do turystyki hobbystycznej albo kreatywnej, a wraz z nimi - do kulturowej. Tym samym turystyka kulturowa jawi się już przy pierwszym oglądzie niekoniecznie jako „ofiara", ale także jako (nie zawsze umyślnie stosowane, ale jednak) narzędzie globalizacji. Zatem wycinkowa odpowiedź na pierwszą część pytania (czy mianowicie zjawisko globalizacji jest szansą dla turystyki kulturowej?), brzmi zdecydowanie: „tak". Na pewno w jakiejś mierze globalizacja jest jej środowiskiem i przestrzenią jej organizacji i realizacji. Jednak w dalszej części postawione pytanie dotyka także wpływu samej globalizacji na turystykę kulturową.

W przywołanej w pytaniu sferze kultury szansą i zagrożeniem jednocześnie może być popularyzacja miejsc i walorów, dokonywana na przykład przez masowo

dystrybuowane filmy kilku wielkich „fabryk snów" o światowej skali oddziaływania, że wspomnę Hollywood i Bollywood. Miejsca w nich wystarczająco intensywnie obecne, w dodatku „uświetnione" sceną z udziałem jednego czy drugiego globalnego celebryty ekranu, stają się w szybkim tempie ulubionymi destynacjami setek tysięcy turystów. Wykreowana przez filmowe hity, komiksy i książki moda nierzadko przysłużyła się upowszechnieniu wiedzy o mniej znanych obiektach i innych walorach wielkiego dziedzictwa, zwłaszcza tych położonych poza Europą i obszarem lepiej znanych tzw. wielkich kultur Wschodu (chińskiej, indyjskich). Ma to zarówno swoje skutki pozytywne, jak i negatywne. Przykładem pierwszych może być popularyzacja nie tylko samej świątyni Angkor Wat w filmie „Tomb Raider", ale i (choćby tylko) niektórych aspektów kulturowego dziedzictwa kraju, w którym ona leży, fragmentów jego historii, sztuki kulinarnej itd. Negatywnym skutkiem upowszechnienia w globalnej skali mody na odwiedzanie („zaliczanie"?) niektórych miejsc mogą być m.in. dosłowne ich zadeptanie przez turystów i nieodwracalne szkody, czynione krajobrazowi kulturowemu choćby przez komercyjne inwestycje, wzrost kosztów utrzymania i stopniowy exodus tamtejszej ludności (przykład: Wenecja) czy powstawanie nowych, dalekich od pierwotnej autentyczności wersji „pokazowego" dziedzictwa, jak serwowane turystom komercyjne wersje Flamenco w andaluzyjskiej Sewilli i jej okolicach. Idzie to z czasem tak daleko, że w końcu jest w stanie zafałszować obraz i percepcję własnego dziedzictwa nawet wśród jego nosicieli, czyli mieszkańców danego obszaru. Tu można wspomnieć choćby o meksykańskich czy polinezyjskich autochtonach w najczęściej odwiedzanych przez turystów (prawdziwie już „potiomkinowskich") wioskach. Owczemu pędowi ku niektórym typom atrakcji towarzyszy upowszechnienie określonych sposobów spędzania czasu podczas wakacji: mało aktywne z kulturowego punktu widzenia, a coraz mocniej ograniczające się do kultu (własnego) ciała. Ono także jest skutkiem bezrefleksyjnego kopiowania mało wartościowych zachowań turystycznych, znanych z popularyzowanych na całym świecie programów telewizyjnych czy filmowej produkcji Hollywood i innych gigantów.

Istnieje z pewnością także zdecydowanie pozytywny długofalowy kulturowy i społeczny skutek globalizacji i powiązanej z nią aktywności turystycznej. Jest to poważny przyrost wiedzy uczestników wypraw i nawet kręgów ich bliskich o „innym". Wpływa on pośrednio na kreatywność w poszukiwaniu i tworzeniu nowych rozwiązań u jednych (różnego rodzaju liderów i tzw. jednostek opiniotwórczych) oraz na gotowość zaakceptowania takich rozwiązań u pozostałych. Przykładem z krajowego podwórka mogą być zadbane przydomowe ogródki nawet w małych wioskach, które w Polsce masowo pojawiły się

po rozpoczęciu wielkiego ruchu transgranicznego, najpierw w miejscowościach leżących przy drogach z Zachodu (w późnych latach osiemdziesiątych i w następnej dekadzie), a potem także świąteczne iluminacje nawet małych wsi. To były forpoczty globalizacji w małej wówczas skali, które miałem okazję stwierdzać z roku na rok liczniej i intensywniej, podróżując wtedy dość często przez przygraniczne rejony Polski. Dziś są one oczywistością, zaszła zatem trwała i pozytywna zmiana estetyczna i w sferze mentalności. Pośrednim efektem udziału czynnego (przez podroż) i biernego (np. przez korzystanie ze „zglobalizowanej" informacji) turysty w zjawisku globalizacji jest także stopniowe poszerzanie jego horyzontów intelektualnych, a w ślad za tym wzrost tolerancji dla innych kultur (tu rozumianych szeroko, a więc między innymi jako rozpowszechniony w danym kręgu cywilizacyjnym światopogląd, dominujący tam sposób życia, np. model rodziny, rozwiązania kwestii obyczajowych, ale także religii i ich nakazów, tradycji itd.). Inny przykład: dzięki turystyce zagranicznej nastąpiła szybka popularyzacja obcych tradycji kulinarnych, która w wielu przypadkach pociągnęła za sobą pozytywną zmianę zachowań żywieniowych, na przykład wprowadzenie do diety nie tylko egzotycznych przypraw, ale i zmianę proporcji tłustych mięs do warzyw i owoców.

Pośrednim skutkiem „zglobalizowanej" turystyki kulturowej mogą być jednak także wnioski z obserwacji czynionych przez setki tysięcy Europejczyków, aktywnych jako pracodawcy, podczas podejmowanych przez nich dalekich wypraw turystycznych. Między innymi pociągnęły one za sobą stopniową zmianę postrzegania przez nich stosunków pracy. W powszechnej świadomości pojawiły się dawno zapomniane na naszym kontynencie wzorce łatwego (mówiąc eufemistycznie: „elastycznego") wykorzystywania pracowników na umowach tzw. „śmieciowych" lub w systemie błyskawicznego najmu i zwolnienia, sprzeczne z europejskimi standardami zarówno dawnych krajów socjalistycznych, jak i państw z modelem socjalnej gospodarki rynkowej (Francji, Niemiec, nie mówiąc o Szwecji). To przyczyniło się do powstania pewnej krytycznej masy świadomości (stosunków pracy), która w ostatnich latach była jednym z czynników doprowadzających do zmian, które w efekcie pogorszyły i pogarszają położenie milionów Europejczyków.

Ekonomiczne wpływy globalizacji w turystyce na pewno są bardzo znaczne, a ich skala jest (jeszcze – czy już na zawsze?) nieprzewidywalna. Do tego są one bardzo różnorodne: przez obniżenie kosztów podróży i zniesienie większości barier dla ruchu między państwami skokowo wzrosła konkurencja między atrakcjami z różnych miejsc, a także konkurencja oferentów usług, np. linii lotniczych czy obecnych w wielu państwach międzynarodowych sieci hotelowych. Programy lojalnościowe zsieciowanych hoteli oszczędzają koszty turysty (to jest ich zaleta), ale ich jednolite standardy w daleko idącym stopniu unifikują wrażenia z pobytu

i pozbawiają tegoż turystę możliwości poznania licznych aspektów życia innej kultury, jak specyficznych dla niej obiektów rezydencjonalnych (albo zwykłych domów gościnnych z ich gospodarzami), a często i miejscowej kuchni. Oferta tanich lotów obniża ceny (to dobrze), ale zaniża także standardy np. przelotu, w tym drastycznie może wpłynąć na zabezpieczenie interesów touroperatora. Przykład: odwołanie taniego lotu oznacza tylko zwrot kosztów za bilety, a gdzie słuszne roszczenia zawiedzionych turystów, kierowane do organizatora wycieczki? W najlepszym przypadku skutkiem będzie utrata jego dobrego imienia. W gorszym, np. w przeregulowanym kraju, gdzie państwo stoi wyłącznie na straży interesów klienta końcowego (a w Polsce z roku na rok coraz bliżej nam do tego modelu), może nastąpić bankructwo organizatora, który nie tylko nie zdoła odzyskać całych kwot wyłożonych już na rezerwację usług, ale musi też płacić za udowodnione szkody takie jak np. utrata szansy na urlop.

Czy turystyka kulturowa jest niszą? Oraz (w kontekście zadanego pytania): czy okaże się ona odporna na wszechogarniającą globalizację? Z jednej strony ta gałąź aktywności turystycznej nieprzerwanie pozostaje w głównym nurcie zainteresowań osób podejmujących podróże w czasie wolnym. Tak jest i zapewne nadal pozostanie w przypadku turystyki miejskiej i eventowej, tej ostatniej przynajmniej o tyle, o ile eksploatuje ona wydarzenia kultury masowej, jak karnawały i koncerty muzyki popularnych nurtów. Ale niektóre formy turystyki kulturowej i zachowania uprawiających je turystów kulturowych są i pozostaną niszami: na przykład akademicka turystyka seminaryjna, turystyka muzealna, także niektóre specyficzne typy ofert turystyki kreatywnej. Można zapewne bez szczególnych uzasadnień przyjąć, że w każdej kolejnej epoce (teraz już postglobalizacyjnej) będą funkcjonowały zarówno masowe wzorce kulturowe i odpowiadające im zachowania turystyczne (bardziej podatne na tzw. trendy, mody i medialnie propagowane zunifikowane wzorce, kopiujące programy wypraw i wybierające najczęściej odwiedzane destynacje), jak i te raczej niszowe (bo rzadkie albo po prostu elitarne). Tyle tylko, że wskutek mód i fascynacji (może także i takich o globalnym charakterze, spowodowanych silnym chwilowym impulsem (filmem? katastrofą? rewolucją?), niektóre z tych drugich na pewien czas będą stawały się masowe, po czym będą traciły ową chwilową popularność. Przykład w krajowej skali: akurat w tym roku 2013 - i w kilku kolejnych pewnie tak pozostanie - pojawiają się na polskim rynku turystycznym liczne oferty odwiedzin miejsca katastrofy pod Smoleńskiem. Jak długo potrwa ten impuls? Można przypuszczać, że jego siła oddziaływania zmaleje, kiedy skończy się napędzające go paliwo, w niemałej części generowane przez polityczne spory i żyjące z nich media.

Zagadnienie 3

Fenomen wielokulturowości i jego przesłanki w świetle "wędrówki ludów" do Europy

Jak z punktu widzenia turystyki kulturowej ocenić fenomen multikuturowości i jego przesłanki w świetle aktualnej "wędrówki ludów" do Europy, nie będącej przecież ani pierwszą, ani zapewne ostatnią w dziejach? Czy jest to tylko zagrożenie, czy raczej nieco egzotyczna atrakcja w niekoniecznie egzotycznym (a więc dalekim fizycznie i treściowo) otoczeniu, a może jeszcze coś jeszcze więcej? (MJ)

Zadane pytanie narzuca określone szranki dla krytycznej refleksji, i tak zapewne będzie lepiej dla jej wyniku. Aktualny krajowy spór o imigrantów: jest w istocie polityczny i nie dotyczy przecież tylko uchodźców. W Polsce nie będącej przecież jednym z krajów docelowych migrantów, w wyborczym roku 2015 spór ten ewidentnie mocno „podlano" politycznym sosem i toczono przy tak podniesionej temperaturze emocji, dodatkowo podsycanych obrazami dobieranymi w zależności od potrzeb redaktorów i opcji redakcji czy innych środowisk. W takim kontekście trudno byłoby przystępować do dyskusji na temat tak wielostronnych uwarunkowań obecności grup obcych etnicznie we współczesnych społeczeństwach. Wypada jednak zaznaczyć choćby krótko pewną „opcję fundamentalną", na której – jak sądzę nie tylko w moim przypadku - jakoś budują się stanowiska we wszystkich sprawach. Na ten temat – jak pewnie każdy z nas – mam własną opinię. Jest ona, jak sądzę, dodatkowo uzasadniona wieloletnim pobytem i funkcjonowaniem w kraju posiadającym duże napływowe grupy (właśnie w owych Niemczech, wyrastających dziś na główny cel imigracji) i - oczywiście znacznie mniej intensywnymi, bo przecież krótkotrwałymi a przez to zawsze jakoś powierzchownymi -doświadczeniami turystycznymi. Nie jest to opinia ani trochę bliska hurraoptymizmowi przeróżnych „zielonych" i innych entuzjastów. Bezrefleksyjnie wspierając osiedlanie się na stałe każdego bez względu na konsekwencje bliższe (finansowe) i dalsze (oby „tylko" społeczne, a nie kryminalne czy wręcz militarne), demolują oni przy okazji nasze wspólne prawo gospodarzy oraz sens wszelkich granic, wiz, kontroli imigracyjnych oraz rujnujących długofalowe strategie (także integracyjne!) samorządów w swoich krajach. Pamiętam przecież, że nasz (europejski) długotrwały pokój, niedoskonała społeczna stabilność, pewien poziom tolerancji i względny, nierówny, ale daleki od głodu i powszechnej niemocy dobrobyt -to nie prezent z nieba, tylko efekt wielowiekowych wysiłków społeczeństw i ich liderów, serii kosztownych

przełomów intelektualnych i naukowych, solidarnych inwestycji finansowanych via państwa przez biednych, średniaków i zamożnych oraz – wcale nie na końcu - morza przelanej krwi ostatniego wieku jako skutecznej nauczki. Ale też – tym bardziej – nie mam ani trochę zrozumienia dla agresywnego szowinizmowi niedouków, szkodliwych i mocno pachnących faszyzmem demagogów albo wprost rasistów. Sama już ich zbyt łatwo tolerowana obecność medialna i kolejne bezkarne manifestacje z karalnymi hasłami obrażają nie tylko rozum, ale i poczucie przyzwoitości chyba każdego myślącego człowieka. A także zaczynają być groźne, podkładając ogień: dziś pod wszystkich wyglądających czy myślących inaczej, może już teraz pochodzących z innego kraju a jutro może tych wyznających „niewłaściwą" religię czy nie wyznających żadnej. Po tym przydługim wstępie „kontekstowym" odniosę się do meritum sprawy, węższego i powiązanego wprost z turystyką.

Oczywiście: dzisiejsza różnorodność kulturowa wielu miejsc na świecie ma swój historyczny kontekst: jest przecież bardzo mocno zakorzeniona w dziejach krajów i regionów, a wywołały ją czy doprowadzały do niej najrozmaitsze i często złożone przyczyny. Leżą one przecież i po stronie krajów oraz rządów (często despotycznych i zbrodniczych) w państwach źródłowych imigracji, ale też i państw oraz rządów terytoriów docelowych (w tym ich dawnej i dzisiejszej polityki, ale i potrzeb gospodarczych czy demograficznych. Wystarczy w tym kontekście wspomnieć odwieczne już i nadal czynne mechanizmy ssące USA, powodujące drenowanie innych krajów z ich najwartościowszych i najbardziej kreatywnych mieszkańców. Przyczyny znajdują się i po stronie samych imigrantów (zagrożenie, prześladowanie, poczucie dyskryminacji, powody ekonomiczne ale i rodzinne, jak pragnienie zapewnienia perspektyw dzieciom, inne), i po stronie (nie zapominajmy!) wielkich graczy biznesowych, na własną rękę sprowadzających rzesze pracowników - jak ma to miejsce aktualnie choćby w bogatych krajach arabskich. Ostatnio włączają się do tego nawet uczelnie, na przykład te państwowe i prywatne w Polsce, sprowadzając setkami a może już i tysiącami studentów z (głównie na razie europejskiego) Wschodu, żeby w obliczu demograficznego krachu zapełnić swoje ławy i uratować etaty. Nie wierzymy przecież nawet sami, że znakomita większość tych studentów wróci do swojego kraju, gdy będą dysponowali europejskim znajomością języka, dyplomem i prawem pobytu w znacznie lepszych warunkach oraz szansą na lepiej płatną pracę, gdy pozyskają w Polsce nowych znajomych i przyjaciół, a może i będą żyli tu w trwałym związku? Wszyscy zatem tworzymy migracje - bezpośrednio lub pośrednio, jakoś z nich korzystając. Oddziałujemy proimigracyjnie choćby przez częstsze wizyty w tureckiej czy chińskiej restauracji, bo tym samym zwiększamy motywację kolejnych

mieszkańców tych krajów do zakładania biznesu w naszym kraju, w kolejnych dzielnicach, miastach i coraz mniejszych miasteczkach. Tak współtworzymy ową żywą „wartość dodaną" imigracji w naszej kulturze.

Dla miejskiej turystyki jest ona odczuwalna już *na najniższym poziomie* – w postaci rozrzuconych po naszych miastach **„punktów"** (na przykład artystów obcego pochodzenia i ich dzieł, innych wybitnych „obcych") oraz form ich upamiętnienia, jak tablice na domach, czy restauracji z „prawdziwym" chińskim czy gruzińskim kucharzem. Jest obecna wyraźniej w postaci również rozproszonych **„ognisk"** skupiających więcej osób i więcej potencjalnych walorów (jak synagoga i działająca gmina żydowska w Łodzi, ośrodek kultury ukraińskiej w Krakowie, centra kultury polskiej w miastach amerykańskich, francuskich, brytyjskich i innych). Te ogniska ewidentnie urozmaicają naszą miejską przestrzeń i nasz społeczny oraz kulturowy obraz, naszego codziennego życia będąc jednocześnie przedmiotem doświadczenia turysty i naszej dla niego oferty, a więc wydłużając i urozmaicając listę atrakcji turystycznych. Bo przecież niewątpliwie „varietas delectat" (rozmaitość jest smakowita - nie tylko w retoryce). Przedmiotem artykułowanych ostatnio obaw i protestów jest dopiero *kolejny szczebel* owej obecności – dzielnice etniczne lub zdominowane przez grupy „obce", funkcjonujące jak **„wyspy" innej kultury** w naszym morzu społeczeństwa „państwowego". W Polsce owo „morze" jest niemal równoznaczne z własną grupą etniczną, wspólnotą historyczną i kulturową - jakkolwiek było w nieodległej nawet przeszłości, tak właśnie jest dziś i trudno to podważać. Wspomniane „punkty" i „ogniska" w znakomitej większości nie tylko nam nie zawadzają, ale nawet niemal wszyscy jesteśmy skłonni uznać je za ciekawe, przyciągające (*attracting*!) i jakoś wartościowe, oraz bez większych oporów „pozwalamy" im wrastać w nasz krajobraz kulturowy. Wyjątkiem byłyby może meczety. Nie może to jednak dziwić w kontekście nie tylko znikomego stopnia obecności muzułmanów, ale też poziomu emocji wokół aktualnej skali migracji i doświadczeń z mniejszościami właśnie muzułmańskimi w krajach zachodniej Europy. Nie bez znaczenie jest też mocno dwuznaczna rola jaką właśnie meczety, ich kaznodzieje i mniej jawnie w nich działający inni liderzy odegrały w procesie radykalizacji widocznego odsetka muzułmańskiej młodzieży na naszym kontynencie. Generalnie więc jako społeczeństwa europejskie akceptujemy współkształtowanie przyszłego dziedzictwa kulturowego naszych miast przez wspomniane elementy i ludzi którzy je powołują do istnienia, wypełniają i ożywiają. Problem zaczyna się, gdy pojawiają się wspomniane „wyspy": otóż traktujemy je ambiwalentnie. Jako społeczeństwo w swej masie nie jesteśmy gotowi na ich przyjęcie, a jako turyści (za granicą) dość chętnie je odwiedzamy i korzystamy z ich atrakcji: etnicznie obce dzielnice

europejskich i pozaeuropejskich miast są dość często na listach programów także polskich wycieczek. Nie miejsce tu, by rozpocząć dyskusję, dlaczego tak jest, ponieważ nieuniknienie ona także przebiegałaby głównie na terenie politycznym czy socjalno-ekonomicznym, który chcemy tu pominąć.

Nie do końca konsekwentnie, ale zapewne zgodnie z kontekstem pytania, koncentrując się na turystyce, sformułuję następującą ocenę: punkty, ogniska i także „wyspy" wielokulturowości są dla współczesnego człowieka atrakcją i jest to zwykły mechanizm. Potwierdza to światowej sławy kulturoznawca, badacz globalizacji i wielokulturowości, Arjun Appadurai (notabene Hindus wykładający i mieszkający w USA), twórca kluczowego pojęcia etnokrajobrazu [Appadurai 2005]. Kulturę ujmuje on bowiem wale nie jako jakiś integralny i trwały zestaw (cech, wartości, zachowań czy czegoś jeszcze) ale jako dynamiczny zbiór różnic – zarówno pierwotnych jak i wciąż pojawiających się nowych. Różnice te dopiero w ogniu ludzkich dyskursów (i sporów, i kontrastów i zderzeń) generują powstawanie społecznych, etnicznych, narodowych, terytorialnych czy innych koncepcji tożsamości. Te zaś koncepcje stopniowo uznawane są przez większości i następnie przez nie (czy raczej w ich imieniu) jakoś oficjalnie deklarowane, popierane i czasem bronione. Jednak to właśnie różnice zawsze pociągały i przyciągały ludzi, są zatem nie tylko ważne dla określenia własnej tożsamości (choćby w procesie refleksji nad nimi, uruchomionym przez ich doświadczenie), ale i ważne dla turystyki, jako że na nich buduje się system atrakcji. Daleka wprawdzie wydaje się droga od podstawowego zainteresowania elementami doktryny religijnej kolegi z liceum, który był adwentystą i nigdy nie przyszedł na jakiekolwiek zajęcia w sobotę (tak było w moim przypadku – a kto z nas nie ma jakichś podobnych doświadczeń) czy delektowania się smakiem prawdziwych „tagliatelle", albo oryginalnie przyprawionego dania prawdziwej kuchni nubijskiej (dwa litry wody natychmiast po jej zjedzeniu!) albo też parogodzinnych odwiedzin w londyńskim Newham, Brixton czy Brent - do świadomego poszukiwania śladów różnorodności, chłonięcia interpretacji ich genezy, czy „sklejania" własnego zdania z różnorodnych obrazów wielokulturowych metropolii. Jednak mechanizm jest ten sam i jest on głęboko ludzki.

Dlatego umieszczanie takich wizyt w programach turystyki kulturowej realizowanych w wielokulturowych ośrodkach lub regionach powinno być oczywiste. Po pierwsze dlatego, że spełnia oczekiwania turystów (wynikające właśnie z owej pierwotnej otwartości na różnice). Po drugie dlatego, że tylko taki różnorodny i uwzględniający przynajmniej wybrane z tych „etnicznych" miejsc obraz owych miejsc docelowych jest prawdziwy, a nie chcemy przecież fałszować turystycznego doświadczenia. Po trzecie dlatego że każde (pokojowe) spotkanie

z „innym” wpływa na powiększenie gotowości do tolerancji różnic, a więc pośrednio poprawia ludzkie postawy. Po czwarte, lecz nie mniej ważne: dlatego że ostatecznie (znów za Appaduraiem) spotkanie z innym i płytsze, a tym bardziej głębsze poznanie tego „innego” uruchamia w człowieku bardziej ogólną refleksję nad tym co „inne” w relacji do tego, co „własne”. Dzięki niej owo „własne” staje mu się bardziej świadome i tym samym nie tylko uświadamia on sobie własną kulturę, ale jednocześnie jakoś dostrzega jej – i swoją własną - relację do tej innej, oswaja ją i uznaje jej istnienie, konfrontuje ze swoim systemem idei, wartości, norm i zachowań (czyli indywidualnie przeżywaną kulturą właśnie!). Wówczas albo tym bardziej przekonuje się do swojego systemu „wybierając go” dla siebie tym razem świadomie, albo (co nie zawsze jest złe) dokonuje pewnych - czysto intelektualnych, a może też praktycznych - modyfikacji w jego ramach. Kultura (ta ludzka, uniwersalna) i kultury (każda, jaką moglibyśmy sobie wyobrazić) zawsze znajduje się w procesie tworzenia. Zawsze też od nowa odkrywa ją każda kolejna jednostka, interpretuje każda grupa, uzupełnia każde dzieło, idea, przekaz (niestety, czasem negatywnie). Zatem spotkanie w miejscach odwiedzanych kultury w jej rozlicznych obliczach i artefaktach (i spotkanie innych kultur), które jest konstytutywnym elementem turystyki kulturowej, przyczynia się do konfrontacji i ponownego przemyślenia własnego systemu, działając trochę jak szereg okazji-zapalników, trochę jak katalizator i tak przecież trwających procesów. Taki impuls jest czymś pożądanym, atrakcyjnym i cennym.

Nie wolno przy tym zapominać, że kluczowe znaczenie przy owym turystycznym spotkaniu ma jednak interpretacja dotycząca zjawisk i miejsc, idei, postaw zachowań stojących za postrzeganym przez turystę cząstkowym obrazem czy chwilowym spotkaniem, a tak naprawdę tworzących warstwę kultury. Dlatego duża odpowiedzialność spada na twórców programów turystycznych - i tych którzy działają w imieniu gospodarzy, jak komórki zarządzania turystyką, i tych komercyjnych – jak organizatorzy zbiorowych wycieczek ale tez i konstruktorzy i gestorzy lokalnych pakietów, sprzedający je indywidualnym turystom (m.in. też i tym z Polski). Muszą oni przemyśleć te spotkania i dbać o prawdziwość faktyczną, ale i wyważenie treści i form jej przekazu. A odpowiedzialni za studia turystyki powinni wielu z nich – dziś naszych studentów – tego właśnie nauczyć: jak tworzyć różnorodny obraz atrakcji miejsc proponowanych turystom z respektowaniem ich rozmaitej przecież rangi oraz z zachowaniem proporcji i jak budować oparta na prawdzie i inspirującą do własnej refleksji, ale jednocześnie atrakcyjna w odbiorze interpretację. To zadanie edukatorów nigdy się nie kończy, albowiem dynamicznie zmieniają się nie tylko etnoobrazy, pojawiają się nowe „punkty”, „ogniska” i „wyspy”, ale też zmieniają się społecznie odczuwane

problemy i związane z nimi pytania i zmieniają się preferencje turystów co do metod i narzędzi interpretacji miejsc, obiektów, społeczności i dziedzictwa. Zadaniem badacza i wykładowcy turystyki kulturowej jest obserwować te zmiany i stale dostosowywać do tego narzędzia, które daje do rąk studentom i kursantom, na przykład przyszłym przewodnikom i pilotom wycieczek, tym kulturowym pośrednikom i tłumaczom „na linii frontu". Na marginesie dodam, że w przygotowanym przeze mnie w zeszłym roku [*Współczesne przewodnictwo*…, 2014] podręczniku przewodnictwa miejskiego dwie części mogłyby być w tym w jakimś stopniu przydatne: rozdział 10.4. poświęcony oprowadzaniu „z perspektywy" i zwiedzaniu z narracją alternatywną oraz krótki rozdział 15.7. dotyczący tworzenia i realizacji programów interpretacyjnych dla tzw. „żywych obszarów" miast, czyli dzielnic z różnych powodów mających odrębny charakter.

Zagadnienie 4
Turysta kulturowy i jego wpływ na otoczenie

Turystyka kulturowa funkcjonuje jako alternatywa dla biernej turystyki masowej, i przez wielu jest widziana jako rodzaj panaceum na liczne bolączki współczesnej turystyki. Tę formę podróżowania powszechnie uważa się za turystykę moralną, odpowiedzialną i zrównoważoną. Przypisuje się jej szereg ważnych funkcji, jak nawiązywanie dialogu międzykulturowego czy przełamywanie barier i stereotypów. Czy jednak rzeczywiście tak jest? Które formy turystyki kulturowej są najmniej inwazyjne i oddziałują pozytywnie, a które wymagają ponownego przemyślenia sposobu ich organizacji? Czy turystyka kulturowa (3e) rzeczywiście wyrządza w obszarach docelowych mniej szkód niż turystyka masowa (3s)? A może każda turystyka (obojętnie pod jaką postacią) powoduje skutki negatywne, na które również turysta kulturowy nie może mieć wpływu? (EM)

Kluczowe w kontekście pytania rozważania nad treścią pojęć etyczności i moralności w odniesieniu do fenomenu turystyki i zachowań turystów były już przedmiotem szerszych i podbudowanych teoretycznymi rozważaniami analiz polskich badaczy [Kazimierczak 2013; 2014], do których wniosków najprościej odesłać. W krajach z rozwiniętym dyskursem etycznym w tej dziedzinie nie brak też środowisk koncentrujących aktywność zaangażowanych ludzi, którzy między innymi analizują problemy etyczne, wskazują możliwości ich sprawiedliwych rozwiązań (a więc takich, które wykluczając szkodzenie środowisku i społeczności goszczącej turystów). Jednym z większych, aktywniejszych i bardziej znanych jest brytyjska organizacja Tourism Concern [Tourism Concern 2016]. Bazując na doświadczeniach swoich członków, wśród których są badacze, organizatorzy turystyki i jej pasjonaci, wypracowała ona nie tylko wielką liczbę konkretnych wskazówek, ale nawet gotowe podręczniki dobrych praktyk oraz przewodniki odnoszące się do poszczególnych obszarów kulturowych i typowych sytuacji [Ethical Travel Guide 2016]. By nie wyważać zatem otwartych już drzwi, warto miast tego skoncentrować niniejszą refleksję na owym potocznym poziomie rozumienia problemu etycznego podróżowania w kontekście wypraw typowych dla współczesnej turystyki kulturowej. Jest to potoczne rozumienie warte refleksji o tyle, że jednocześnie jest ono najpowszechniejsze i tym samym dostępne i zrozumiałe dla każdego turysty z odrobiną otwartości i dobrej woli.

Czy szczytna misja turystyki kulturowej, jaką jest „nawiązywanie dialogu międzykulturowego i przełamywanie barier i stereotypów" w przypadku typowych wypraw zaliczanych dziś do tej gałęzi turystyki naprawdę ma miejsce, czy też

pozostaje w sferze pobożnych życzeń jej teoretyków? Świadom coraz większego i bardziej widocznego rozziewu między tak wysoko postawioną poprzeczką a praktyką milionów turystów szukających konfrontacji z walorami kulturowymi, pozwolę się sobie nie zgodzić się z publicznie artykułowanymi wypowiedziami uznającymi turystykę „świadomą" – a zatem ograniczoną do jakiejś wyjątkowo uświadomionej i elitarnej grupy „nowych" turystów za tę jedynie odpowiedzialną i „etyczną. Mam tu na myśli między innymi pogląd prezentowany na internetowym forum „Post-Turysta", idący aż tak daleko (i mocno kategorycznie): *„Wyszliśmy z założenia, że tylko świadomy turysta, może podróżować prawdziwie odpowiedzialnie i etycznie"* [P. Cywiński, *Kim jest* p*ost-turysta*]. Abstrahując już od definicji (ile ich może być?) i kryteriów (jakich i czy przez wszystkich podzielanych?) owej „świadomości" nie wiem, dlaczego opisując turystów, jakich znam, miałbym z takiego założenia wychodzić. Otóż nie trzeba być jakimś **nad**zwyczajnie świadomym turystą, wystarczy być **zwyczajnie** otwartym i przyzwoitym człowiekiem, żeby w odwiedzanych miejscach widzieć więcej niż krajobrazy, bo dziedzictwo i miejsce życia innych, a w spotykanych tam ludziach – partnerów, których chce się nie tylko oglądać, ale także słuchać i z nimi rozmawiać, niekoniecznie tak protekcjonalnie jak niektórzy tzw. travelcelebryci. Tak się złożyło, że od prawie dziesięciu lat prowadzę biuro podróży (kulturowych, to jest ukierunkowanych na walory kultury) i wożę ludzi, spotykam wśród nich najróżniejsze typy ludzkie i naprawdę wielu z nich, nie posiadając znaczniejszego doświadczenia („wyrobienia") turystycznego, lecz bazując na własnym człowieczeństwie i jakiejś naturalnej otwartości na „nowe" i „inne" podróżuje odpowiedzialnie i podchodzi do świata nad wyraz „etycznie", przy okazji wzbogacając siebie samych o wartości uznawane przez innych. Potem o tym opowiadają, piszą, dzielą się, z czego pożytek ma bezpośrednio ich otoczenie, a pośrednio - społeczność, w której na co dzień funkcjonują. Osobiście byłbym bardzo ostrożny z formułowaniem takich teoretycznych fundamentów rozważań, ponieważ fakty nader często im przeczą. A tak w ogóle – żeby móc porównywać i orzekać o tych i innych typowych zachowaniach turystów „post" i nie-post, świadomych i mniej świadomych, dobrych i złych, trzeba by owego modelowego post-turystę w czystej postaci (podobnie jak modelowego humanistę, inteligenta, etc.) dopiero w większej grupie znaleźć i przebadać. Sądząc po literaturze, na której opierają się twórcy takich modeli, to jest to jak dotąd więcej konstrukt antropologicznej „obróbki" podróży postrzeganych wyrywkowo (zatem oparty na studiach przypadków, reportażach i właśnie filozoficznych rozważaniach, a nie na twardych danych pochodzących z reprezentatywnych badań empirycznych). Post-turystów zbliżonych (ale tylko zbliżonych) do takiego modelu widuję zarówno

w grupach turystycznych, jak i jako indywidualnych klientów, wreszcie jako ludzi spotykanych na własnych szlakach, jednak zapewniam, że w kontekście grup wyjazdowych ich zachowania nie są jakoś diametralnie inne niż otwartych i przyzwoitych ludzi, biorących udział w danej wyprawie. Nie widzę tu jak dotąd powodów do tworzenia totalnych przeciwstawień. I jeśli, jak pisze Karolina Buczkowska na tym samym forum: „Post-turysta jest świadomy tego, że będzie musiał od czasu do czasu odstać swoje w kolejkach, że lśniący prospekt jest wytworem popkultury, że (…) niby-tradycyjna wioska rybacka utrzymuje się tylko dzięki zyskom z turystyki" [*Buczkowska, Czy możliwa jest etyczna turystyka kulturowa?*], to na podstawie wieloletniego doświadczenia organizacji turystyki mogę spokojnie dodać do tego, że zwykły, ale z jednej strony dobrze wychowany, a z drugiej strony otwarty turysta, po dowiedzeniu się tego od swojego pilota wycieczki także zazwyczaj nie robi rewolucji ani nie wpada w depresję, tylko najwyżej dopytuje, ile jest autentyzmu w poszczególnych elementach pokazywanej mu aranżacji i – jeśli mu go nieco braknie - poszuka najwyżej książki, z której dowie się tego, czego nie stało. Przy czym kwestia zapewnienia autentyczności oferty lub też wyjaśnienia, na ile i dlaczego autentyczność w danym miejscu i wydarzeniu nie może być zagwarantowana, to także w mojej opinii kwestia etyki, ale tu uczciwości powinno się oczekiwać od organizatorów turystyki, a jej „przedmiotem", czy raczej adresatem są właśnie turyści. I na to musimy być gotowi. W tym sensie gotów jestem, nazwać takiego otwartego turystę (spotykanego tak w grupach, jak i jako indywidualnie podróżującego), „turystą moralnym" i potwierdzić w nim te cechy, które ona akcentuje: że najrzadziej jest to uczestnik masowych „objazdówek" wielkich touroperatorów (choć i tam można go znaleźć), że (na różny sposób) „zadaje sobie trud, aby poznać kulturę i język społeczności goszczącej", że współdziała z gospodarzami i jest otwarty na ich korzyści, a nie tylko swoje oszczędności. Choć – tak, jak tego doświadczam - niekoniecznie musi on mieć wyrobione owo krytyczne spojrzenie na temat sprzeczności skutków postępu dla społeczeństw krajów rozwiniętych i tych na dorobku. Wielu wystarczy, jeśli rozumieją ludzi i ich potrzeby, niekoniecznie od razu społeczeństwa…

W mojej opinii (choć i tu potrzeba twardych danych na podstawie szerszych badań), rozwiązanie problemu „etyczności" rozumianej jako otwartość i odpowiedzialność, w większej mierze zostaje zdeterminowane już przy wstępnej decyzji turysty. W przypadku uczestnictwa w turystyce zbiorowej jest to decyzja, czy pojedzie na tę czy inną zbiorową wyprawę (organizator takiej wyprawy, jego program i dokonane w związku z jego przygotowaniem wybory już jakoś ją ukierunkowują, więc można przypuszczać, że w większość taki program „kupią" ludzie akceptujący także pewien poziom spotkań i zachowań). Jeśli idzie o turystów

podróżujących samodzielnie, to taką chwilą jest decyzja, u kogo dokonają zakupu usług (np. u wielkiego touroperatora czy pośrednika mającego oddział pod własnym domem i stawiającego na masowe usługi, u lokalnego usługodawcy w kraju docelowym). Niektórzy nawet zrezygnują z rezerwacji innych usług poza przelotem/przejazdem i poszukają ich sobie sami, konfrontując się przy tym bliżej z realnym życiem na miejscu i modyfikując swoje założenia co do pobytu, co także świadczy o jakiejś generalnej otwartości na „nowe" i „obce". W tym kontekście warto rozważyć inny, pochodny lecz oczywisty problem: przemyśleniami na temat etyki i wymagań etycznych, trzeba objąć także ofertę, konstruowaną dla turysty tak na miejscu odwiedzanym, jak i przez twórców programów grupowych wypraw. I te wymagania są od dawna wpisywane do turystycznych kodeksów etycznych [*Globalny Kodeks Etyki w Turystyce*, art. 3, 4, 5]. Problem w tym, że takie dokumenty jak dotychczas w swojej nieskuteczności przypominają bezzębne tygrysy i mają się nijak do realnego kierunku rozwoju turystyki.

Czy w turystyce kulturowej rzeczywiście nawiązywany jest dialog? Otóż, patrząc ilościowo, oczywiście najczęściej nie dzieje się to wprost. Przecież podczas zorganizowanych, kilkudniowych wypraw najczęściej nie odbywają się masowo spotkania z autorytetami, świadkami historii, nie jest także podejmowany poważny, akademicki dialog. Natomiast są zwiedzane miejsca dla danej kultury kluczowe i symboliczne. W typowych wyprawach studyjnych (dłuższych, o mniejszej ilości uczestników, mających w programie różnorodne miejsca i spotkania) dochodzi do planowanych kontaktów z ludźmi, którzy reprezentują jakieś dziedziny życia) i - nieplanowanych - ze zwykłymi ludźmi, z których każdy jest w pewnym (i za każdym razem innym stopniu) ambasadorem swojej kultury. Podczas tych i wielu innych wypraw, w tym przy zwiedzaniu egzotycznych krajów, podczas odwiedzin historycznych miast i w muzeach, przekazywana jest interpretacja dziedzictwa z pierwszej (lub drugiej) ręki, a ludzie są konfrontowani z wartościami typowymi dla goszczącego kręgu kulturowego (np. wartościami moralnymi, normami religii czy odbijającymi się w zwyczajach, tradycjach, powszechnie akceptowanych normach codziennego postępowania). Co z tego zostaje - trudno ocenić, jednak to jest kwestia spóźnionego efektu. Na pewno owocem turystyki kulturowej jest wzrost zrozumienia dla „większego" i wielowartościowego, wielowymiarowego świata, innej kultury i innych wartości. A zrozumienie jest zazwyczaj niezbywalnym podłożem (humusem) początkiem tolerancji. Zatem efektem pośrednim i trudno mierzalnym jest także i wzrost tolerancji dla ludzi i zachowań pochodzących z odwiedzanej kultury, który powoli w społeczeństwie bardziej podróżującym zachodzi. To przecież w dużej mierze turystyka w wielkiej skali (obok imigracji) wpłynęła na to, że jako bardziej otwarte widzimy społeczeństwa, których

członkowie od dawna „podróżują” do innych kultur, a nie tylko na plażę (jak Holendrzy Niemcy, Szwajcarzy, Norwegowie, Szwedzi) a jako bardziej zamknięte te, gdzie nadal niewielu tylko ludzi odbywa zagraniczne podróże – jak rosyjskie, irańskie, wciąż jeszcze dość wyraźnie – rumuńskie, a pewnej mierze także polskie (które, jak dotąd, w znakomitej większości właśnie na plaże wyrusza).

Czy każda turystyka powoduje skutki negatywne (nie zawsze zawinione wprost przez turystę)? Dosłownie wszystko może mieć i miewa skutki negatywne, nawet lekarstwo, nawet podstawowe produkty żywnościowe (m.in. chleb). Nie zapominając, że turystyka, w tym kulturowa, bywa w wielu miejscach właśnie pożądanym lekarstwem np. na stagnację gospodarczą, bezrobocie, brak perspektyw rozwoju dla młodych, musimy przyznać, że ma ona oczywiście także negatywne skutki uboczne. Nie da się ich zawsze uniknąć, zatem - tak jak w przypadku lekarstw – i tu konieczna jest każdorazowo współpraca „z lekarzem lub farmaceutą”: w tym przypadku należałoby zawsze współpracować z ekspertami, i to lepiej przed „zażyciem” i w trakcie, a nie tylko po szkodzie. Na ten temat napisano tomy, zatem oszczędzę sobie dalszych wywodów, odsyłając do specjalistów. Wystarczy może dodać, że jeśli chodzi o turystykę kulturową, taka współpraca oznaczałaby – po pierwsze - lepsze przygotowanie produktów i obszarów docelowych, na których się te produkty konstruuje. Po drugie, pożądane byłoby dokładniejsze i wieloaspektowe monitorowanie wpływu stopniowo zwiększającej się ilości turystów na danym terenie na działanie organizmów lokalnych i jakość życia ludzi (negatywny przykład: Wenecja); po trzecie, rozsądnie byłoby przeznaczać przynajmniej część dochodów krajów i lokalnych społeczności z turystyki na przeciwdziałanie tym właśnie negatywnym skutkom. Na początku warto rozważyć, by kraje i obszary, dopiero wchodzące w przestrzeń turystycznej wymiany, były jakoś wspierane przez finansowanie zarówno konsultacji przy przygotowywaniu produktów, jak i badań ich funkcjonowania i jego skutków.

Co do mniej i bardziej „inwazyjnych” form turystyki kulturowej podpisuję się pod opinią, że podstaw etycznej oceny należy szukać raczej w strukturach programów i produktów, w rozwiązaniach lokalnych dotyczących ich konstrukcji i zapobiegających negatywnym skutkom, w zachowaniach samych turystów (na które owe programy, produkty i rozwiązania mają wpływ kluczowy), a nie w założeniach i typowych profilach turystów, uczestniczących w poszczególnych rodzajach wyjazdów.

Część II.
Turyści kulturowi: profile, preferencje, modele zachowań

Zagadnienie 5
Oferty turystyki kulturowej dla dzieci i młodzieży

Kwestia dotyczy tworzenia ofert turystyki kulturowej dla dzieci i młodzieży, w bardziej konkretnie: problemu profilowania wycieczek szkolnych i generalnie oferty przygotowywanej dla szkół. Wiadomo że w Polsce ma to miejsce, jednak działania te wydają się nader powierzchowne i nie całkiem profesjonalne. Druga – powiązana – kwestia to systematyczne przygotowywanie i wychowywanie świadomego uczestnika turystyki kulturowej: czy możemy dziś w Polsce w ogóle o tym mówić? (AM)

Przeglądając na przestrzeni kilkunastu lat (2002-2015) na bieżąco polskie oferty wycieczek szkolnych mogę stwierdzić, że w zakresie celów fizycznych niewiele się w nich zmieniło. Przykładowo: wśród destynacji takich wycieczek, obok klasycznych polskich celów (Kraków z Wieliczką i Ojcowskim Parkiem Narodowym, Gdańsk z resztą Trójmiasta i Malborkiem, Warszawa, Szlak Piastowski), można zauważyć pewne zwiększenie się liczby wyjazdów zagranicznych. W tej grupie dominują Czechy (bo są relatywnie tanie), ale pojawia się też Berlin (bo leży blisko i podróż autostradami jest niedługa), Londyn (bo stale modny), rzadziej Paryż. Jeszcze rzadziej celami są inne miejsca, w tym raz po raz tzw. polskie kresy – od Lwowa na południowy wschód, między innymi śladem bohaterów i wydarzeń z Trylogii Sienkiewicza. Są to cele sprawdzone i wystarczająco spopularyzowane (co oszczędza organizatorom wydawania większych środków na ich promocję w ramach reklamy), oraz nie wymagają niemal żadnej pracy koncepcyjnej ze strony oferenta. Jeśli oceniać strukturę marketingu takich wycieczek, to widoczny wysiłek w tej dziedzinie jest wkładany raczej w tworzenie systemu przynęt dla kluczowego „targetu", czyli… nauczycieli. To im obiecuje się darmowy wyjazd, dodatkowe osoby (np. towarzyszące) jadące gratis przy odpowiednio większej liczbie uczestników, gwarancje jako-takiego spokoju podczas wycieczki (co może się udać przy obciążeniu współodpowiedzialnością opiekuńczą pilota).

Druga część omawianej kwestii dotyczy systematycznej edukacji turystyczno-kulturowej. I tutaj ocena również nie może wypaść pozytywnie. Na większą skalę, wykraczającą poza nieliczne kółka pasjonatów (ukierunkowane na edukację własnych uczestników), oraz internetowe fora zainteresowanych z większym lub mniejszym znawstwem dzielących się wiedzą i wskazówkami na temat poszczególnych destynacji jak np. „Eksperci Podróży" [E-traveler] nie zauważam takiej pracy, jeśli nie liczyć może naszego portalu popularyzacyjnego przy czasopiśmie „Turystyka Kulturowa" [TK.eu]. Na jego elektronicznych łamach z każdym numerem ukazuje się zestaw tekstów, poświęconych konkretnemu mikroregionowi lub szlakowi tematycznemu. Ten dział na naszym portalu proponuje gotowe kilkudniowe programy pobytu turystycznego w poszczególnych mikroregionach i w przestrzeni szlaków tematycznych w Polsce, obejmujące zróżnicowane walory na danym terenie krótkimi opisami, tło historyczne i nawet konkretne zalecenia miejsc noclegowych i wybranych lokali, gdzie można natknąć się na lokalne i choć trochę oryginalne przysmaki. Regularne wydawanie tej odrębnej części czasopisma służy głównie prywatnym, indywidualnym turystom - lub pilotom wycieczek, konstruującym programy dla wyjazdów, które na zlecenie touroperatorów mają prowadzić. Wiadomo mi z szeregu źródeł, że portal wykorzystują dla tworzenia programów wycieczek pracownicy polskich biur podróży, już to pobierając z niego poszczególne opisy atrakcji turystycznych dla własnych materiałów informacyjnych, już to korzystając z zamieszczanych ram propozycji zwiedzania miast i okolic do tworzenia całych modułów programów swoich wycieczek (kopiując program pobytu i zwiedzania w danej miejscowości).

Natomiast ani studia turystyki (a przynajmniej realizowane i publikowane programy kierunków i specjalności na polskich uczelniach), ani wykorzystywane podręczniki nie proponują głębszej refleksji nad walorami antropogenicznymi. Wyjątkiem są klasyfikacja walorów i atrakcji turystycznych oraz przykłady tworzenia produktów turystycznych na ich podstawie. Z tych opisów można poznać na przykład cykle funkcjonowania i ewentualnie etapy tworzenia produktu. Brakuje natomiast powiązania głębszej refleksji kulturoznawczej, historycznej, religioznawczej, antropologicznej regionalistycznej, i tak dalej – z konkretnym pomysłem na zwiedzanie. Brak połączenia jednego i drugiego z wyjaśnieniem, dlaczego właśnie zetknięcie z tymi a nie innymi walorami i takie a nie inne decyzje i zachowania turystyczne wzbogacą uczestników podróży (zwiększą ich kapitał kulturowy), a nie tylko przyniosą konkretne korzyści danemu obszarowi recepcji lub organizującemu wycieczkę touroperatorowi. Te same zastrzeżenia dotyczą szkoleń pilotów wycieczek i przewodników turystycznych, o ile po nieszczęsnej deregulacji tych zawodów są one jeszcze organizowane. Generalnie kursanci nie są w ich

trakcie uczeni układania dla swoich klientów programu, który ich uczyni świadomymi odbiorcami przekazu kulturowego, a nie tylko umożliwi sprawne zaliczenie tzw. „highlightów" nadanym terenie. Jest to poważny brak, pociągający za sobą konkretne, negatywne skutki. Jednym z nich jest spadek jakości krajowej i wyjazdowej oferty turystyki kulturowej (w tym miejskiej, wiejskiej, egzotycznej, regionalnej itp.) a także niemożność stworzenia dla Polaków solidnej oferty kulturowych wypraw studyjnych na wzór niemieckich „Studienreise" – bo przecież kto miałby taką ofertę formułować? A właśnie takie wyprawy studyjne – w przeciwieństwie do masowo na naszym rynku proponowanych, mało ambitnych propozycji „objazdówek" – wydają się najskuteczniejszym (a przy okazji bardzo atrakcyjnym) sposobem wychowywania turysty.

Z kolei w polskich szkołach w dużej mierze wymarły koła turystyczne, w ramach których nauczyciele-pasjonaci (mniejsza z tym, na ile fachowo) jakoś uwrażliwiali dorastających uczestników wspólnych wycieczek na kolejne typy walorów (miejsc, obiektów, zbiorów) w ich bliższym i dalszym otoczeniu. Tych walorów zwłaszcza, których ci inaczej zapewne by nie zauważyli i nie docenili. Zaniknięcie społecznej pracy na rzecz ruchu turystycznego, w tym krajoznawczego, na rzecz komercjalizacji większości działań animujących do zachowań turystycznych (vide: przekształcenie w przedsiębiorstwa ruchów i stowarzyszeń dawniej organizujących turystykę szkolną, studencką i pozostałych grup) w powiązaniu z mechanizmami popytu i podaży okazało się i tu bezlitosne. W kontekście dość słabego „wyrobienia" kulturowego naszych rodaków i postępującego zmniejszania skali szkolnej turystyki, nawet ci krajowi oferenci wycieczek i wspólnych wyjazdów, którzy kiedyś stawiali na zetknięcie z wartościami (jak wspomniane kółka, koła PTTK, turystyczne agendy związków zawodowych, np. nauczycielskiego ZNP) w krótkim czasie zmienili się w Polsce w dostarczycieli najbardziej „chodliwych" wyjazdów, wpisując w ich programy dokładnie to, co dobrze sprzedaje się jak największej masie klientów. Taki stan nie może być określony innym mianem, jak kryzysu wychowania do świadomej turystyki.

Zmiana tego stanu mogłaby nastąpić jedynie dzięki połączeniu w lokalnych środowiskach na drodze współdziałania 1) tysięcy pasjonatów, ludzi chcących pokazywać swoją małą ojczyznę i jej dziedzictwo własnym współmieszkańcom (w tym uczniom szkół) i gościom oraz 2) profesjonalnych organizatorów turystyki (do których obok biur podróży należy zaliczyć także organizatorów pakietów lokalnych, pakietów wyjazdowych, i koordynatorów szlaków kulturowych). By to w ogóle mogło się udać, a tym bardziej przynieść efekty, należałoby najpierw podjąć pracę u podstaw z obydwoma grupami. Tych pierwszych należałoby wyedukować w zakresie współpracy z komercyjnie organizowaną turystyką

i w nowoczesnych metodach interpretacji dziedzictwa – to może osiągnąć dobrze przeprowadzone szkolenie przewodników lokalnych realizowane zgodnie z nowoczesnym programem. Tych drugich z kolei powinno się uświadomić co do znaczenia i potencjalnej atrakcyjności walorów kulturowych oraz nauczyć tworzenia lokalnych produktów z nich złożonych. A potem jeszcze obie te grupy powinny zostać wzajemnie powiązane na danym terenie w grupach działania, stowarzyszeniach, klastrach czy forach wymiany doświadczeń. Dopiero wówczas ich współdziałanie może się przełożyć na systematyczne działania, nakierowane nie tylko na tworzenie produktów (tras, wycieczek, pakietów, ekspozycji itd.), ale i na animację ludzi na miejscu do aktywności turystycznej i przyciąganie ludzi z innych regionów kraju, a może i z zagranicy.

Kto i jak dokładniej powinien się tym zająć, a także kto i w jaki sposób powinien to sfinansować (bo za darmo się pewnie nie uda), to już odrębne kwestie. Zapewne - jak nader często - najtrudniej będzie przekonać władze samorządowe, że taki wydatek powinny ponieść. Nadzieja w dofinansowywanych z funduszy unijnych projektach tzw. „miękkich" innowacji.

Zagadnienie 6

Zainteresowanie seniorów turystyką oraz ich udział w turystyce kulturowej

Świat zmienia się i przeobraża na naszych oczach, także w kwestii demograficznej. Istotnym elementem rewolucji demograficznej jest intensywne starzenie się ludności, które pociąga za sobą problemy i wyzwania niemal we wszystkich obszarach życia społecznego, gospodarczego i politycznego. Jednocześnie właśnie w osobach starszych dostrzega się potencjalnych konsumentów usług, w tym tych turystycznych. Naturalne może wydawać się zainteresowanie seniorów właśnie turystyką kulturową, ze względu na jej szerokie spektrum oraz dostępność.
Czy z perspektywy badań i analiz, doświadczenia organizacji turystyki, obserwacji uczestniczącej da się dostrzec realne zainteresowanie seniorów turystyką? Czy można mówić o czynnym udziale seniorów - w szeroko pojętej - turystyce kulturowej? W jakich jej formach turyści seniorzy uczestniczą najchętniej? Czy można zaobserwować częstsze niż przed kilku lub kilkunastu laty dostrzeganie tej grupy wiekowej ze strony organizatorów i dedykowanie jej konkretnych produktów i oferty? Na jakie elementy należy zwracać uwagę konstruując ofertę turystyki kulturowej dla osób starszych? (PK)

Dla wszystkich zajmujących się turystyką (w tym jej badaczy i organizatorów) oczywistym jest, że głównymi stałymi czynnikami wpływającymi na aktywność turystyczną tak emerytów, jak i zresztą innych wielkich grup społecznych są: ilość czasu wolnego oraz środków finansowych. Naturalnie: nie da się prognozować ani tym bardziej organizować turystyki dla seniorów (polskich czy europejskich) bez uwzględnienia statystycznej sytuacji ekonomicznej tej grupy ludzi i – rzecz jasna także – bez nawiązania do drastycznie pogarszających się prognoz w tym zakresie. Oceniając kwestię rozwoju turystyki seniorów – polskich i europejskich – w kontekście aktualnego stanu ich zamożności i – zwłaszcza – średnio- oraz długofalowych perspektyw, należałoby formułować raczej bardzo ograniczone oczekiwania.

Z drugiej strony, rozpatrując wskazany w pytaniu problem dostrzegania i tej grupy konsumentów turystyki i jej uwzględniania w jej planowaniu i organizacji, należy jednak zwrócić uwagę również na zjawisko wcale nienowe, jednak ostatnio częściej pojawiające się w polityce społecznej, mianowicie na tak zwane podróże socjalne (czy turystykę socjalną). Od dawna jest ona postrzegana nie tylko jako szansa rozwoju turystyki masowej i podtrzymania aktywności starszego pokolenia

(oraz innych socjalnie słabszych grup społecznych), ale nawet jako dokonująca się w konkretnym aspekcie życia realizacja praw ludzkich czy obywatelskich. Zainteresowanych pogłębieniem wiedzy w tej tematyce można odesłać do dokumentacji i raportów organizacji, w tym międzynarodowych, specjalizujących się w tym segmencie turystyki, jak Międzynarodowe Biuro Turystyki Socjalnej (BITS) z siedzibą w Brukseli [BITS, 2016]. Między innymi w świetle tych analiz i zestawień należy przyjąć, że mamy do czynienia z sektorem dysponującym znacznym potencjałem (tak w odniesieniu do ilości potencjalnych konsumentów oferty, jak i różnorodności akceptowanych przez nich produktów), a zarazem – dodatkowo, już choćby z powodów demograficznych - charakteryzującym się już od pewnego czasu stabilnym wzrostem. Jednocześnie traktowanie potrzeby zapewnienia powszechnego dostępu do turystyki przez partie polityczne i rządy szeregu państw Unii Europejskiej (m.in. Francji, Włoch, do niedawna także Portugalii i Hiszpanii) jako poważnego wyzwania natury nie tylko społecznej, ale i stricte politycznej, już od dłuższego czasu skutkowało aktywnym udziałem sektora publicznego tych państw w organizacji turystyki socjalnej. Deklarowanym celem jest przy tym z reguły zwiększenie dostępu do turystyki dla wszystkich grup socjalnie słabszych, lub przynajmniej dla jednej konkretnej grupy, której ten dostęp jest utrudniony z powodów ekonomicznych lub innych. Biorąc pod uwagę nasze spektrum zainteresowań można podkreślić, że turystyka socjalna przyczynia się do integracji społecznej, między innymi przez umożliwienie namacalnego kontaktu z własnym (wspólnym narodowi!) dziedzictwem kulturowym, ułatwia kontakt z innymi kulturami, w tym nie tylko z *nośnikami* ich (obcego) dziedzictwa, ale także z jego żywymi „*nosicielami*" - z ludźmi. Jeśli rozpatrywać fenomen turystyki socjalnej w odniesieniu do samej Unii Europejskiej, to dodatkowo należy docenić jej faktyczny wkład w kształtowanie tak bardzo brakującej europejskiej świadomości obywatelskiej (bez której szybkiego rozwinięcia Unia może mieć, w mojej opinii, problemy z przetrwaniem). Jeśli oferty turystyki socjalnej będą równocześnie spełniały kryteria turystyki zrównoważonej, w tym np. pod względem społecznym i ekologicznym (co można w miarę łatwo wyegzekwować, uzależniając dotacje i wszelkiego rodzaju wsparcie ze środków publicznych od spełnienia tych kryteriów) to może ona stać się ważnym narzędziem zrównoważonego rozwoju obszarów i społeczności. Kończąc ten wątek przytoczę przykład, wskazujący na ogromne możliwości, tkwiące w socjalnym sektorze turystyki. Działająca od ponad 30 lat (bo od roku 1971) Francuska Krajowa Agencja ds. Bonów Wakacyjnych [ANCV, 2016] tworzy oferty dla młodych ludzi, nie posiadających ustabilizowanych stosunków pracy, dla rodzin z dziećmi, ale też dla licznej grupy emerytów i rencistów. W roku 2005 odnotowała ona obroty na poziomie ok. 1 mld EUR,

a jej bony akceptowało ponad 130 tysięcy podmiotów, w tym sieci hoteli, biura podróży, linie lotnicze oraz wielkie (jak paryski Luwr) i regionalne muzea, znaczące zabytki, organizatorzy licznych eventów (w tym koncertów i wizyt w kinach). Jak widać z ostatnich elementów tego wyliczenia, jej spektrum zainteresowań ewidentnie obejmuje interesujące nas aktywności turystyczno-kulturowe, licznie włączane w proponowane produkty. Dane tej organizacji za 2012 ukazują nie tylko wielkość jej zaangażowania i wpływ na ruch turystyczny (wynika z nich, że 200 tysięcy osób w całości sfinansowało swoje wakacje z wykorzystaniem emitowanych przez nią bonów, a dalsze 4 miliony użyło ich do częściowego pokrycia kosztów podróży), ale i na inny interesujący fakt: otóż 40% jej beneficjentów nie odbyłoby w ogóle wakacji bez jej wsparcia. Myślę, że to jest droga niedalekiej już przyszłości także dla aktywnych turystycznie seniorów, która z istotnym wsparciem państw będzie realizowana niezależnie od (a może właśnie z powodu) dalszego słabnięcia ekonomicznej pozycji tej grupy społecznej. Wszystko to w imię sprawiedliwości społecznej czy tak ważnej właśnie na naszym kontynencie idei zasypywania lub redukcji podziałów między poszczególnymi warstwami w ramach poszczególnych społeczeństw.

Co do motywacji podróży seniorów, to jestem zdania, że tak charakterystyczne dla dzisiejszego pokolenia polskich emerytów silne ukierunkowanie na turystykę pielgrzymkową może z czasem ulec zmianie. Kolejne pokolenie emerytów (dziś mniej więcej 55-latków) może mieć już inne relacje do religii, zwłaszcza w jej wymiarze instytucjonalnym, oraz inne wzorce jej praktykowania, a pokolenie dzisiejszych 45-latków, do którego sam należę, z pewnością jeszcze inne… Jeśli więc turystyka ukierunkowana na walory i tematykę religijną (bo zainteresowania tego rodzaju w tym pokoleniu w dużej mierze pozostaną), to raczej ta określana mianem religijno-poznawczej [por. Mikos v. Rohrscheidt 2013c], niż ta pielgrzymkowa.

Co do innych preferencji, to można przypuszczać, że przyszli polscy seniorzy będą starali się na emeryturze powielać te wzorce zachowań turystycznych, do których przyzwyczaili się w trakcie aktywnego życia zawodowego, rzecz jasna - w zależności od posiadanych środków. Zatem: jeśli będzie to turystyka kulturowa, to głównie w formie turystyki miejskiej lub popularnej eventowej, natomiast z innych rodzajów nadal przeważać będzie turystyka typowo wypoczynkowa w swojej raczej biernej odsłonie, obejmującej stacjonarny odpoczynek np. nad morzem, niekoniecznie jednak na polskim wybrzeżu. To ostatnie nie jest z góry przesądzone głównie z tego powodu, że za niewiele lat na przykład kurorty tunezyjskie albo tureckie (a jeśli nie będą bezpieczne z uwagi na konflikty i terroryzm to na przykład bułgarskie) nawet wraz z cenami przelotu mogą okazać

się po prostu tańsze, co w powiazaniu ze znacznie bardziej stabilną, niejako „gwarantowaną" pogodą będzie argumentem przesądzającym o wyborze miejsca wakacji. I w tym przypadku rodzimą ofertę mogłaby jakoś ratować przemyślana polityka turystyczna państwa, dotującego np. socjalne podróże turystyczne w zależności od ich miejsc docelowych: destynacji krajowych lub unijno-europejskiej, realizowanej z zachowaniem mechanizmów wzajemności między państwami. To wprawdzie perspektywa nieco dalszej przyszłości, choć ze strony instytucji odpowiedzialnych za politykę turystyczną (i szerzej: społeczną) plany i strategiczne przymiarki należałoby zaczynać tworzyć już dziś, by państwo, a wraz z nim branża turystyczna i żyjące z aktywności turystycznej organizacje znów nie obudziły się na pozycji przegranego, który nie pomyślał w porę, tak jak to było udziałem niejednej gałęzi polskiej gospodarki.

Zagadnienie 7
Wpływ pokolenia baby-boomer na turystykę (kulturową)

Istotnym elementem dziejącej się wokół nas rewolucji demograficznej jest intensywne starzenie się ludności, które pociąga za sobą problemy i wyzwania niemal we wszystkich obszarach życia społecznego, gospodarczego i politycznego. Seniorzy mogą być i są uczestnikami turystyki kulturowej, m.in. ze względu na jej szerokie spektrum oraz dostępność. Przy próbach periodyzacji starości i ogólnej charakterystyce tego okresu życia używane jest również pojęcie kohorty. Dziś najważniejszą kohortą z punktu widzenia uczestnictwa w turystyce seniorów jest pokolenie tzw. powojennego wyżu, opisywane w literaturze przedmiotu jako baby-boomer. Ci ludzie pewnymi cechami różnią się od poprzedników: to pierwsze pokolenie urodzone już po zakończeniu wojny, a więc ich młodość kształtowała się inaczej niż ich rodziców: nie tylko w kontekście ekonomicznym, ale i kulturowym. Literatura przedmiotu [Kowalczyk-Anioł 2013] charakteryzuje ich też jako pokolenie dobrze wykształcone i często podróżujące, z dużymi możliwościami finansowymi i środkami przeznaczonymi na podróże turystyczne.
Jakie skutki dla turystyki, w tym turystyki kulturowej w okresie najbliższych 10-15 lat może mieć wzrost udziału osób z pokolenia baby-boomer? Czy ich doświadczenia z dorosłego życia, ale i z młodości mogą wpływać na zmiany dotychczas znanych i popularnych form turystyki? Czym to pokolenie seniorów może różnić się od swoich poprzedników? (PK)

Formułowanie w tej dziedzinie globalnych prognoz długofalowe jest ryzykowne i obarczone dużą niepewnością. Nie trzeba co do tego przekonywać nikogo, kto śledzi codzienną prasę i wyciąga wnioski. Jeśli nawet światowej sławy specjaliści nie są w stanie przewidzieć, jak długo potrwa rozpoczęty już w roku 2008 kryzys ekonomiczny albo czy całkiem duży kraj w sąsiedztwie Polski za lat kilka będzie funkcjonował w dzisiejszym kształcie i ustroju, czy w terytorium połówkowym i z autorytarnym rządem, to tym bardziej niepewne są szacunki odnoszące się do siły nabywczej emerytów już za siedem czy osiem lat, nie mówiąc o latach na przykład piętnastu. Nie wiemy nawet, w jakiej walucie owe emerytury wtedy będą wypłacane, a to także czynnik znacząco wpływający na strukturę wydatków, w tym na spędzanie czasu wolnego i związanych z tym czasem wyjazdów (czy realizowanych raczej wewnątrz kraju, czy do krajów tanich dla posiadaczy złotówek przy ich ówczesnym kursie czy też - bez znaczenia, a to z powodu posiadania twardej europejskiej waluty). Nie wiemy i pewnie

nie dowiemy się przed „nadejściem chwili", ile pieniędzy będzie pobierał przeciętny polski emeryt „nowego portfela", ale już teraz wiadomo, że różowo się to nie zapowiada. Nie wiemy też jaki będzie odsetek bezrobotnych wśród osób w wieku przedemerytalnym, i czy najmłodsi z baby boomers wejdą w taki wiek (przedłużony niedawną „reformą Tuska", a może jednak skrócony w ramach dobrej (?) zmiany) właśnie za parę lat, czy jednak nieco później. Może przecież być i tak, że połowa z nich będzie pracowała na śmieciowych umowach, albo że wystraszeni prognozą swojej mizernej emerytury zaczną na poważnie masowo odkładać pieniądze choćby w ostatnich 3-5 latach pracy. Wówczas ucierpią ambitne czy choćby droższe wyjazdy.

Jednak z drugiej strony, jakiś poziom prognozowania jest i konieczny i możliwy. Można też przewidzieć niektóre zachowania starszych turystów na podstawie ich poziomu wykształcenia, nabywanych już teraz przyzwyczajeń: na przykład tego, nad które morze najchętniej jeżdżą, z jakich usług uczą się korzystać, a jakie zaczynają omijać, które formy turystyki już teraz preferują, a od których odchodzą. Takie „miękkie" prognozowanie można sobie wyobrazić, choć na pewno nie ośmielę się wejść w szczegóły ani wygłaszać generalnych tez, nie chcąc okazać się Fukuyamą turystyki kulturowej… .

W takim więc miękkim zakresie:

1. Zgadzam się z poglądem artykułowanym m.in. przez J. Borzyszkowskiego [FG 1/2015] że wśród polskich emerytów za kilka i więcej lat znacznie liczniejsza niż dziś będzie grupa samozatrudnionych i twórców przedsiębiorstw (nawet tych małych, lecz przynoszących przyzwoity dochód). Będzie ich więc stać na dłuższe podróże, w tym te zagraniczne. W mojej opinii takie osoby będą raczej stroniły od wyjazdów grupowych, a to z powodu niechęci do pośpiechu w zwiedzaniu i złego znoszenia komend i ograniczeń zorganizowanej, wycieczkowej turystyki. Podzielą się one także mniej więcej na pół co do wyboru turystyki biernie rekreacyjnej (np. całe tygodnie w jednym miejscu nad morzem) i kulturowej w jej różnych postaciach, jak zwiedzanie zabytków znanych miast, podróże po szlakach, uczestnictwo w różnorodnych kilkudniowych eventach, podróże kulinarne plus zwiedzanie i inne.
2. Sądzę, że wśród przyszłych emerytów za kilkanaście lat będziemy już mogli wyraźniej zauważyć odwrót od aktualnie wciąż jeszcze popularnej turystyki pielgrzymkowej. To będą osoby o mniej zarysowanych potrzebach religijnych, ponadto bardziej krytyczne tak w odniesieniu do zjawisk cudownych i kultu z nimi związanego, jak i instytucji kościelnych i organizowanych przez nie imprez (wielkie zjazdy, piesze pielgrzymki, zorganizowane grupowe wyjazdy

z księdzem jako nawigatorem – pilotem - animatorem i w ogóle guru). Jestem zdania, że przeżywamy właśnie ostatni okres złotej ery takich pielgrzymko-wycieczek, o czym świadczą też zmieniane z roku na rok ich programy, do których włącza się coraz więcej celów nie związanych z religią. W licznych takich katalogach i ulotkach już teraz zdecydowanie przeważają one nad aktywnościami pielgrzymkowymi, a nawet zwiedzaniem religijnie profilowanych walorów. Jednak takie zabiegi nie uratują pielgrzymko-wycieczek. W przyszłości znacznie mniej będzie chętnych do ponoszenia kosztów porównywalnych z klasycznymi wycieczkami i wyższych niż „city breaks" za mizernej jakości usługi noclegowe, oraz do zadowalania się nieprofesjonalną obsługą. W sytuacji gdy motywacja ściśle religijna odpadnie lub ulegnie redukcji, konkurencją dla takich wycieczek stanie się turystyka kulturowo-religijna (czyli poznawcza, ukierunkowana na tematykę religijną i takież walory), jednak prowadzona profesjonalnie i bez narzucanych praktyk religijnych. Nigdy nie osiągnie ona dzisiejszej (a zwłaszcza wczorajszej jeszcze) skali polskich pielgrzymek, jednak jej oferty będą znacznie silniej obecne i częściej wykorzystywane jak dotychczas, odbierając część klientów biurom pielgrzymkowym.

3. Nie do końca zgadzam z opinią P. Buryana opublikowaną w tej samej dyskusji [FG 1/2015] co do jakoby znacznie powszechniejszej znajomości języków obcych wśród dzisiejszych 60-latków. Otóż ja sam będę emerytem dopiero za 20 lat (jestem więc od nich młodszy przynajmniej o pół pokolenia) a wśród moich równolatków znajomość języków jest naprawdę nikła. To dopiero ci 6-7 lat młodsi ode mnie (dzisiejsze 40-latki) zauważyli, a ci o 15-17 lat młodsi (30-latki) zachłysnęli się językami i pokaźna część z nich faktycznie przynajmniej komunikatywnie włada jednym z nich. Nie należy zatem nadmiernie optymistycznie oceniać zdolności starszej polowy polskiego społeczeństwa do takich turystycznych aktywności, które wymagają zaawansowanej znajomości języków, na przykład interaktywnego zwiedzania centrów interpretacji i muzeów, udziały w eventach teatralnych, filmowych czy nawet muzycznych, turystyki kreatywnej i tak dalej. Także w turystyce kulturowej będą oni raczej trzymali się form zapewniających satysfakcję bez sprawności językowej (zwiedzanie miast, szlaków), a w ostateczności będą korzystali z polskojęzycznych przewodników, pilotów i materiałów.

Podzielam natomiast pogląd Jacka Borzyszkowskiego na temat większej sprawności przyszłych emerytów w posługiwaniu się technologiami komunikacyjnymi. Zaowocuje to wzrostem ich samodzielności w wyszukiwaniu ofert, a tym samym zwiększy wśród nich odsetek turystów indywidualnych,

osobiście konstruujących swoje pakiety wyjazdowe, na czym jeszcze bardziej niż obecnie ucierpią tradycyjne biura podróży.

Jestem także przekonany, że szersze horyzonty przyszłych emerytów, z których znacznie większa grupa studiowała i oglądała więcej niż dwa kanały państwowej telewizji, a także odwiedziła już choćby parę innych krajów, przełożą się na częstsze wyjazdy zagraniczne, choć w tej kwestii decydujące znaczenie będą oczywiście miały finanse rodzinne i osobiste.

Myślę, że tyle – i nie więcej – można dziś zaryzykować w funkcji prognostyka zachowań tej wielkiej grupy ludzi.

Zagadnienie 8

Prywatne podróżowanie a turystyka kulturowa. Przemiany, formy, tendencje.

W ostatnich latach w turystyce zauważamy trend odchodzenia od standardowych pakietów turystycznych. Alternatywy wobec "turystyki pakietowej" są różne: coraz większą popularnością cieszą się formy podróżowania po świecie, które pozwalają na doświadczenie bliższego kontaktu z kulturą (choćby poprzez pogłębione relacje międzyludzkie). Zaliczyć do nich można takie zjawiska jak: turystyka "erasmusowa", couchsurfing czy turystyka wolontariacka. Jak odnieść je można do turystyki kulturowej? Na ile wpływają na jej przemiany? Czy można wskazać jeszcze inne formy takiego prywatnego podróżowania bez korzystania z profesjonalnej oferty z odniesieniem do tej ostatniej? Na ile ich popularność jest chwilową fascynacją, a na ile stałą tendencją? (MB)

Faktycznie, różnorodność form turystyki kulturowej, tej zorganizowanej (komercyjnie i w formie ruchów turystycznych) oraz indywidualnej jest naprawdę imponująca – nie ma też potrzeby wyliczać tych nowych czy nie tak bardzo znów nowych, oryginalnych i niszowych jej form. Ta wielość form może budzić wrażenie, że „wszystko już było". Jednak jest ono moim zdaniem złudne. Głęboko nie zgadzam się z Ewą Malchrowicz-Mośko [FG 2/2014], kiedy pisze ona o swoistym „końcu historii" turystyki kulturowej, stwierdzając, że nie będzie już nowych atrakcji, a organizatorzy turystyki i sami turyści skupią się na ich nowym, innym odkrywaniu. To oczywiście też, w końcu reinterpretacja dziedzictwa, m.in. dokonywana przez pryzmat kulturowej roli kobiet czy innych grup defaworyzowanych dawniej, ale i dziś – gdzie indziej już dawno w toku i w modzie - na przykład w Polsce jest jeszcze ciągle przed nami.

Oczywiście i na czcigodnym szlaku kulturowym (jak Szlak Piastowski) i w historycznych miastach (jak Oxford, Wenecja, Wittenberga albo Toledo) może pojawić się - i często się pojawi – świeże spojrzenie np. od strony szeregowych aktorów dawnych historii: wojowników, chłopów, rzemieślników, ofiar tragedii czy prześladowań - a nie tylko jej tytułowych „sprawców". Ów nowy (czy nie tak znów nowy) punkt widzenia zostanie „odkryty" i przekazany turystom „z pierwszej ręki" z zastosowaniem rozlicznych form interpretacji dziedzictwa, tych znanych nam już teraz (jak zwiedzanie fabularyzowane, gra miejska) czy takich jeszcze nieznanych i może nawet na dziś dzień jeszcze nie wynalezionych. Ale – co równie ważne – historia turystyki, w tym kulturowej nauczyła nas już dostatecznie dobrze,

że nie wolno oceniać i prognozować atrakcyjności potencjalnej miarą tej aktualnej. A to znaczy, że nikt nigdy nie może powiedzieć, że wszystko już jest odkryte i znane, że co ciekawe, już jest „sprzedawane" i pozostaje tylko kwestia kolejnego opakowania i bardziej zmyślnego marketingu. Przecież sto lat temu żelazka i zapałki, orka wołami czy produkcja sera, a nawet hale maszynowe nie śniły się nikomu jako rzeczy godne zwiedzania, oglądania i interpretowania. Najzwyczajniej stanowiły one codzienne otoczenie ludzi i z rzadka tylko (w przypadku awarii, klęsk żywiołowych czy innych problemów) stawały się tematami rozmów, ale już na pewno nie celami wyjazdów w czasie wolnym. I oto proszę: jak grzyby po deszczu rosną muzea gospodarstwa domowego, kolejne skanseny otwierają domy wiejskich przeżyć z opcją pobytu przez parę dni, fabryki udostępniają trasy turystom, a te dawne i już nieczynne stają się przestrzenią zwiedzania, edukacji i rozrywki, czasem wręcz nowoczesnymi muzeami. Wyobraźnia i kreatywność ludzka jest naprawdę nieograniczona, a zajmujący się badaniem turystyki kulturowej – obok historyka kultury - powinien to wiedzieć najlepiej. Stawiam więc na to, że nigdy nie zabraknie nam nowych atrakcji i że już wkrótce będziemy zaskakiwani ich kolejnymi postaciami.

Fenomen przedstawię krótko, bo specjaliści analizują to przecież w detalach [por. A. Wieczorkiewicz, 2012 i wielu innych]. Otóż jest nie tylko tak, że nowe podejście do autentyczności odkrywa nie tylko nowe wymiary już istniejącego dziedzictwa, a nowe podejście do spotkania z artefaktem (doświadczenie-przeżycie, a nie tylko „obejrzenie") czyni atrakcyjnymi i „mówiącymi" rzeczy jeszcze niedawno nieciekawe i jednowymiarowe. Jest także od dawna wiadomo, a doświadczenie badań turystyki potwierdza, że kolejne nowe spojrzenie na człowieka i jego aktywność każe szukać w samych ludziach – znanych i mniej znanych - nowych aspektów ich człowieczeństwa (i tych dobrych - i złych), motywów ich działań, głębszych struktur i mechanizmów, które nagle z różnych powodów stają się ciekawe dla innych ludzi, warte odkrycia. Zaczyna się to na przykład od „wcielania" w owych innych (vide: rekonstrukcje historyczne czy aktywne uczestnictwo w „living history", przez np. parotygodniowe przebywanie na zlotach dawnych wojowników, o czym w dyskusji nad turystyką kulturową już parokrotnie pisano). Ale już niedługo nowe technologie umożliwią nam na przykład zagranie w pełnowartościowym filmie roli naszego ulubionego aktora, wcielenie się w trójwymiarowej grze w protagonistę historycznego wydarzenia, albo rozegranie go w – niezliczonych - wersjach alternatywnych? A już dziś nic nie stoi na przeszkodzie, by – oprócz podróżowania śladami bohaterów popularnych, kultowych lub właśnie niszowych czy nawet ezoterycznych książek czy komiksów – nowi turyści mogli również jeździć w dowolne miejsca (po prostu tam, gdzie się

umówią na portalu fanów), żeby się spotkać i wspólnie pisać ich nowe, „poprawione" watki i następne odcinki? Aby potem jeszcze zrobić z nich film lub może grę? Przecież nowa generacja już jest – i w turystyce na pewno będzie - znacznie bardziej twórcza w dziedzinie programowania. To może mieć na przykład taki skutek, że należący do tego pokolenia będą się zwoływali już nie tylko w Internecie, by wspólnie tworzyć alternatywne, wirtualne światy, by multisensorycznie (kilkoma zmysłami) postrzegać i przeżywać je także w fizycznej bliskości, by „na żywo" konfrontować swoje przeżycia i osiągnięcia… Już odbywają się warsztaty fotograficzne i malarskie, są warsztaty w ramach zlotów fanów komiksów, gier komputerowych i na konwentach fantastyki [por. Pyrkon 2016]. A jeszcze - niezliczone już teraz w swej różnorodności - eventy, coraz częściej wcale nie przywiązane do konkretnego miejsca. Można przecież nie tylko niemal wszędzie zwołać ludzi, chcących słuchać muzyki (coraz to nowych kierunków i rytmów), albo szukających możliwości wspólnego zajmowania się historycznym, oryginalnym czy rzadkim rzemiosłem, można urządzić w licznych miejscach festiwale wody i światła – i tysiące innych. Można przeżywać religijnie nie tylko tradycyjne święta w ramach historycznych denominacji i w miejscach uznanych przez nie za święte - ale również w ramach wolnych wspólnot zjeżdżać się, by przeżywać swoją nieograniczoną dogmatycznie i niesformalizowaną kanonicznie wiarę w obecność Transcendentnego w świecie, wspólnie się nią cieszyć i czerpać z niej energię czy po prostu odzyskiwać chęć do życia w tym świecie śmieciowych umów i wzmagającego się wyścigu szczurów. Ile jeszcze narodzi się pomysłów choćby w tej dziedzinie? Co się jeszcze wydarzy? Nowe (często dotychczas nieznane) formy wspólnoty między ludźmi na pewno wykreują także nowe formy podróżowania, nowe formy spotkań i przebywania ze sobą. A mogą także wykreować nowe ośrodki (może nawet przenośne w sensie wędrującej atrakcji), do których będą ciągnęli ich zwolennicy. I jeszcze na pewno wiele innych źródeł inspiracji pojawi się obok klasycznych walorów i atrakcji. Wracając do wyjściowego pytania - będą to oczywiście także walory kulturowe, ponieważ wymyśli je człowiek, twórca kultury. Takie podróże będą więc miały z samej definicji kulturowy wymiar.

Fantazja badacza, obserwującego to, co dzieje się aktualnie jest na pewno zbyt uboga, by zakreślać granice przyszłej kreatywności. Jednego wszakże można być pewnym: jeśli tylko w najbliższych latach żaden szaleniec nie naciśnie na niewłaściwy (atomowy) guzik, jeśli nowe, uzbrojone po zęby plemiona nie rzucą się sobie wzajemnie do gardeł i nie zamienią ziemi w piekło - lub jeśli nie nadejdzie Pan wierzących chrześcijan – to bez wątpienia będziemy świadkami nieustannego kreowania nie tylko nowych interpretacji (historii, wiary, żywej kultury), ale także

tworzenia nowych typów atrakcji. Dzieje naszego gatunku, w tym ich ostatnie etapy technologicznej eksplozji, każą nam wierzyć w nieustający rozwój ludzkiego umysłu i ludzkiej kreatywności. To ona jest motorem i tajną bronią kultury, a ta dzięki niej głównie się rozwija. Wraz z nią będzie się rozwijała turystyka kulturowa.

Część III.
Aktorzy: gospodarze, popularyzatorzy, manipulatorzy

Zagadnienie 9
Oferta muzealna w perspektywie oczekiwań turystyki kulturowej

Statuty precyzyjnie określają zadania placówek muzealnych, a ich przestrzeganie weryfikują rady muzealne oraz organy założycielskie. Oczekiwania środowisk turystycznych w pewnym stopniu docierają do grupy zawodowej muzealników i do dyrekcji, jednak nadal daleko do wzajemnego zrozumienia. Nadal istnieją oferty muzealne, które rozczarowują odwiedzających podejmowanymi tematami i formą ekspozycji.

1. *Czy należy segmentować ofertę muzealną w perspektywie oczekiwań turystyki kulturowej? Czy te oczekiwania ulegają w czasie zmianie, a może posiadają pewien uniwersalny kanon? Czy formułowane postulaty turystyki kulturowej nie są zbyt silnie przywiązane do zmieniających się tendencji i trendów cywilizacyjnych (jak muzea interaktywne, czy współpraca muzeów z grupami odtwórców historii)?*
2. *Czy istnieje potrzeba zbudowania trwałej formy porozumienia między środowiskami muzealników i badaczy turystyki, które umożliwiłoby konstruktywnie wspierać instytucje muzealne, posiadające duże zasoby wykwalifikowanych pracowników oraz bogate zbiory, cenne wydawnictwa oraz ekspozycje, do których przybywają miliony odwiedzających?(JH)*

Na pytanie, czy należy segmentować ofertę muzealną w odpowiedzi na oczekiwania między innymi turystów kulturowych czy organizatorów turystyki odpowiedź musi być zdecydowanie pozytywna. Postulaty wypływające z analiz badaczy turystyki kulturowej na temat muzeów dość szeroko zreferowałem w jednej z publikacji, poświęconej właśnie muzeom i ich ofercie [Mikos v. Rohrscheidt, *Poznańskie muzea*…, 2011a]. Zatem do tej kwestii odniosę się tutaj tylko w skrócie.

Najpierw kwestia oczekiwań tzw. publiczności w ogóle w kontekście misji muzeów. W ostatnich dziesięcioleciach przez środowisko muzeologów przetoczyła się dyskusja na temat podstawowego rozumienia istoty i misji muzeum. Jej kluczowe pytanie brzmiało: czy należy je rozumieć je i zarządzać nim jako

„templum" - miejscem świętej liturgii kultury i jej artefaktów, nadając mu w tym kontekście misję „cywilizowania" kolejnych pokoleń „barbarzyńców" i ewentualnie stwarzać w nim przestrzeń dla odnajdywania przez zwiedzającego samego siebie, czy też uznać je raczej za „forum" – a więc czyli miejsce spotkań - na równych prawach - twórcy (zarówno artysty, jak i autora kulturowej narracji) oraz konsumenta, a tym samym i za miejsce mniej czy bardziej intensywnej z obu stron „wymiany" a także i negocjacji wartości (to bowiem jest istota forum). Jedno i drugie rozumienie muzeum pociąga za sobą określone skutki zarówno w 1) selekcji gromadzonych, chronionych i udostępnianych wytworów i świadectw dziedzictwa, jak i w 2) interpretacji owego dziedzictwa, a wreszcie i w 3) organizacji pracy samej instytucji. Tę dyskusję – kluczową także dla turystyki kulturowej i jej uczestników, jako że ich rozliczne formy i aktywności realizują się w muzeach – prezentuje w polskiej przestrzeni naukowej oraz komentuje z szerzej uzasadnionym własnym stanowiskiem Katarzyna Barańska [2013: 113–134]. Zgadzając się z wnioskiem tej badaczki: że muzea mogą i powinny być uznawane (i zarządzanie) jednocześnie jako *templum* i *forum* [Barańska 2013: 133] uważam, że – partnerów owego dialogu i tej wymiany należy na muzealnym forum „spotykać tam, gdzie stoją" i nawet wprowadzając ich w „najświętsze misteria" kultury należy budować na ich aktualnej kondycji i świadomości. Ci zarządzający muzeami, którzy akceptują ich funkcje *forum* i nie zapominają o niej, organizując współpracę z interesariusza, a są nimi przecież także turyści, w wielu dużych i znanych muzeach tworzący nawet zdecydowaną większość).

Uzasadniając: najpóźniej od momentu globalnej konfrontacji klasycznej misji muzeów (a zatem: gromadzenia i przechowywania materialnych świadectw kultury i przyrodniczego otoczenia człowieka, naukowego ich opracowywania, konserwacji i udostępniania w celu badań, nauczania, ale i rozrywki) z masową turystyką, w tym przede wszystkim z turystyką poznawczą, stały się one podmiotami świadczącymi usługi (jeśli ktoś woli delikatniejsze i bardziej podniosłe sformułowania: służbę) także na rzecz turystów. W przypadku wielu placówek muzealnych, w tym tych największych i najbardziej znanych – są to usługi głównie na rzecz tej właśnie grupy, oni to bowiem stanowią w nich większość zwiedzających. Z pewnością zatem cele, które przez muzeami stawia aktualnie w Polsce obowiązująca ustawa, a więc: informowanie o wartościach i treściach gromadzonych zbiorów, upowszechnianie podstawowych wartości historii, nauki i kultury polskiej oraz światowej, kształtowanie wrażliwości poznawczej i estetycznej oraz umożliwianie korzystania ze zgromadzonych zbiorów" [*Ustawa o muzeach, art. 1*] muszą być realizowane także z uwzględnieniem potrzeb i preferencji turystów, gdyż inaczej po prostu nie zostaną one osiągnięte… a to z braku odbiorców. Jest tak dlatego, że w odróżnieniu

od realizujących programy edukacyjne uczniów i studentów oraz mieszkańców korzystających z muzeów w ramach swoich obowiązków lub choćby z poczucia powinności uczestnictwa w lokalnym czy regionalnym życiu kulturalnym albo jeszcze innych potrzeb warunkowanych funkcjonowaniem w danej społeczności - turystów, którzy w podróży spędzają swój wolny czas, nie da się przyciągnąć nakładając obowiązek czy ustalając i propagując swego rodzaju kanon kulturowych „oczywistości" („what must be seen") – choć kreowanie takiej mody może być i w ich wypadku pomocne. Efektywnie do ekspozycji da się ich przyciągnąć jedynie wzbudzając ich autentyczne zainteresowanie, żeby zaś wykreować w turystach trwałe preferencje w zakresie zwiedzania obiektów tego rodzaju, ich (pierwsze czy przełomowe) spotkania z nimi muszą ich zaciekawiać (a najlepiej: zachwycać) lub nawet inspirować. Jest to konieczne, gdyż to właśnie oni sami są i nadal będą suwerenami swojego (niemal zawsze „deficytowego") czasu wolnego i zdecydują się go poświęcić tam tylko, gdzie będą mogli spodziewać się przyjemnego, inspirującego przeżycia. Takie i tylko takie przeżycie może konkurować z przyjemnościami „namacalnymi", jak - zawsze pożądane - słońce, piasek i woda (dziś może raczej zjeżdżalnia wodna), albo atrakcyjne aktywności fizyczne typu taniec, wyprawa rowerowa, spływ kajakowy, jazda konna itd.). A jeśli nie konkurować, to – w przypadku coraz większej grupy ludzi, którzy zawsze chętniej je wybiorą – zwiedzanie muzeów mogłoby przynajmniej uzupełniać złożony głównie z wymienionych atrakcji program urlopu. Praktyka miejskich przewodników w naszym kraju dostarcza też dowodów, że dla muzeów bezpośrednią konkurencję stanowi i samo miasto, czyli naturalne środowisko większości z nich: ze swymi zabytkami oraz z różnorodnym w przejawach życiem kulturalnym. Także bowiem turyści miejscy - z definicji przecież będący kulturowymi - w obliczu bogatej i coraz ciekawszej oferty miasta, które zwiedzają i krótkiego czasu, który zazwyczaj mają w nim do dyspozycji, coraz częściej rezygnują z odwiedzin w nawet bardzo ciekawych muzeach. Te ostatnie – będąc w coraz większej mierze traktowane jako miejsca spędzania czasu wolnego, a nie jako świątynie sztuki czy nauki - powinny we własnym interesie zrozumieć i przyjąć za swoje popularne hasło „nowej" turystyki – 3 E (education, entertainment, excitement). Zresztą przystosowanie do niego oferty muzealnej oddziała tak samo na „swoich" – czyli mieszkańców własnego miasta i regionu, którzy w większej liczbie zapełnią miejsca oferujące im nowoczesną, interaktywnie strukturyzowaną i multimedialnie podaną edukację (bo to ona w muzeum będzie zawsze na pierwszym miejscu), „opakowaną" w inteligentną rozrywkę i tworzącą niezapomniane przeżycia, zachęcające do powtórnych wizyt. Jeśli odpowiedzialni za muzea i ich zbiory tego nie zrozumieją i nadal nie będą uwzględniać aktualnych potrzeb głównej grupy potencjalnych

zwiedzających i akceptowanych przez nich standardów, jeśli nie zdecydują się na regularne modyfikacje swoich kolekcji i modernizacje wystaw, nie postawią na organizację wydarzeń muzealnych i aktywną – oraz dobrze ukierunkowaną i prowadzoną zrozumiałymi środkami - promocję niewątpliwie posiadanych walorów, nastąpi dalszy odpływ turystów (i mieszkańców!) do nowoczesnych obiektów innego typu, jak - powstające już także w Polsce - parki tematyczne i - pojawiające się również u nas - atrakcyjne eventy kreowane z zastosowaniem wysokich technologii, wreszcie do zagranicznych muzeów, do których dojazd jest dziś i krótszy, i tańszy niż jeszcze parę lat temu. To oznaczałoby marginalizację dotychczasowej roli polskich muzeów w udostępnianiu kultury, co w konsekwencji może spowodować ograniczenie finansowania pustych i „nieprzydatnych" muzeów i ostatecznie upadek wielu z nich. Patrząc na problem od strony turystyki kulturowej: w miejsce tradycyjnego podejścia, koncentrującego się na samym muzeum i jego zasobach, a nie na zwiedzających i ich zainteresowaniach muzealnicy (i zatrudniające ich samorządy) muszą postawić na nowe interpretacje dziedzictwa, nowe „opakowanie" swoich walorów oraz nowe technologie, by wyjść naprzeciw dobrze w międzyczasie rozpoznanym ludzkim potrzebom. Wówczas obie strony: pracownicy obiektów muzealnych jako części sektora atrakcji turystycznych i „ludzie" turystyki łatwo się porozumieją i będą w stanie twórczo współpracować. Ci drudzy mogą przy tym wydatnie pomóc tym pierwszym, choćby opracowując wraz nimi nowe metody dotarcia do turysty, którego lepiej znają, nowe złożone produkty z udziałem oferty muzeów, a także sprawdzone w turystyce wzorce tworzenie i łączenia atrakcji i usług.

Oczywistym jest, że nie wszystkie oczekiwania (turystyki kulturowej) mają formę – jak to sformułowano w pytaniu - uniwersalnego kanonu. Na pewno nie jest to możliwe w całej rozciągłości nie tylko z uwagi na mniej lub bardziej stałe elementy przemian kulturowych i popytu turystycznego, ale i z powodu różnorodności typów muzeów, ich wielkości i usytuowania prawnego oraz ekonomicznych warunków ich funkcjonowania. Dawniej dominujący klasyczny typ nowożytnych muzeów, określany jako adresowane do elitarnego odbiorcy świątynie sztuki, skarbnice dorobku kulturalnego czy „składnice" wartościowych zbiorów [Hein 2010, s.64-65; Nieszczerowska 2009, s. 189] funkcjonuje inaczej niż typy muzeów przeznaczonych dla masowego odbiorcy, zarówno tych działających na rzecz lokalnych społeczności i współtworzących ich przestrzeń kulturalną [Hein s. 64n, 74n], jak i powstających od ostatnich lat XX wieku muzeów – „handlowych centrów kultury" dostarczających nie tyle wiedzy, co przeżyć i stanowiących w pierwszym rzędzie przestrzeń „widowisk, wrażeń, montażu i iluzji" [Featherstone 1996, s. 312]. Kolejny, odrębny typ instytucji, także ukierunkowany

na masowego odbiorcę to muzea edukacyjne, wśród których znaczną część stanowią muzea narracyjne.

Na pewno jednak uniwersalną zasadą postępowania muzeów wszystkich typów powinno być rozpoznawanie potrzeb artykułowanych i odnotowywanych w dłuższych okresach czasu w znacznej grupie potencjalnych zwiedzających (w tym oczywiście turystów) i odróżnienie ich od tych podlegających sezonowym fluktuacjom np. wzrostów popytu uwarunkowanych znanym filmem czy aktualnym wydarzeniem historycznym albo jubileuszem, jednorazowym wielkim eventem. Drugą zasadą winno być poszukiwanie wciąż nowych interpretacji zbiorów. Mam tu na myśli między innymi zarówno ten płytszy (obejmujący możliwość „dotykania i klikania po monitorze", samodzielnego spróbowania lub wykonania czegoś), jak i głębszy wymiar interaktywności: podjęcie własnego dialogu, nawet dyskusji z prezentowanym przedmiotem czy problemem. Jemu służą między innymi stosowane choćby w nowoczesnym przewodnictwie turystycznym, ale i w pionierskich wystawach muzealnych tak zwane narracje alternatywne, umożliwiające spotkanie z dziedzictwem w rozlicznych jego aspektach, często bardziej osobiście dotykających konkretnego zwiedzającego (obcokrajowca, kobietę, przedstawiciela mniejszości itd.). Jednocześnie są one otwarte na interaktywność w postaci dodatkowych „zapytań", własnej interpretacji czy wręcz kontestacji zwiedzającego. Takie podejście odpowiada przekonaniu podzielanemu w międzyczasie zapewne przez wszystkich świadomych organizatorów, ale i uczestników europejskiego życia kulturalnego, że mianowicie w jednym miejscu istnieje wielość możliwych „dziedzictw" [które je zresztą kulturowo ubogacają, AMR] i odpowiednio – wielość możliwych narracji [Podemski 2008, s. 14], oraz że żadna odrębna „historia" czy podejmowana w innej konwencji interpretacja danego miejsca nie ma prawa do wyłączności, a domniemane znaczenia jej samej także są zazwyczaj wielorakie. Wielonarracyjność i rozumiana w swym pierwotnym i głębszym znaczeniu interaktywność przekazu muzeum to nie tylko szansa na zróżnicowanie jego przekazu: Rozwiązanie, w którym zwiedzający, dokładając do już otrzymanych własną interpretację sam staje się kolejnym świadomym interpretatorem dziedzictwa (dla siebie samego), wprowadza pożądany element jego kreatywności, w którym niektórzy badacze widzą także główną szansę dalszego rozwoju turystyki kulturowej [Nowacki 2011, s. 16-21]. Trzeci „uniwersalny" trwały postulat to nieustanne przyglądanie się rozwiązaniom kreatorów oraz preferencjom odbiorców w zakresie form przekazu treści, stosowanym w światowym sektorze atrakcji (w tym także tych muzealnych). Służą one w omawianym przez nas przypadku interpretacji dziedzictwa i w wielkiej mierze stanowią o jej efektywności (nie mylić z efektownością!), to jest o dojściu

do skutku spotkania zwiedzającego z dziedzictwem oraz podjęciu przezeń w jakiejkolwiek formie dialogu z nim. Po stwierdzeniu przystawalności poszczególnych form przekazu do posiadanej kolekcji (i danego typu zbiorów) i jednocześnie ich skuteczności w tym procesie, pożądane jest podjęcie kroków w celu zmodernizowania z ich pomocą kompozycji (a nie materii czy przedmiotu) ekspozycji, przy jednoczesnym zachowaniu, a nawet dodatkowym wyeksponowaniu tego, co stanowi o jej kulturowej unikalności i autentyczności.

Co do postulatów szczegółowych (które mogą z czasem ulec zmianie, jednak na dziś wydają się aktualne), wypowiem się znów w skrócie, odsyłając do bardzo szczegółowego opisu we wspomnianej wyżej publikacji [Mikos v. Rohrscheidt, 2011a, s. 371-375], gdzie też podaję jako źródła liczne oparte na badaniach opracowania innych autorów, m. in. A. Steinecke, T. Heinze, G. Bendikssona, A. Stasiaka i M. Nowackiego. Obok oczywistego i nie wymagającego zapewne dalszych uzasadnień postulatu poprawy standardu obsługi turystów w muzeum (a w jego ramach przyjaznego zwiedzającemu urządzenia ekspozycji i zrozumiałego oraz atrakcyjnego formułowania informacji o zbiorach) jest wśród nich tak zwane podejście produktowe (w tym jednoznaczne określenie profilu muzeum, zbiorów i ich ekspozycji na podstawie dominujących walorów (zasobów) obiektu, rozpoznanego popytu, badania zwiedzających i ich zainteresowań, doskonalenie produktu**,** między innymi przez wprowadzanie nowych form zwiedzania, elementów osobistego przeżycia i rozrywki, „kontraktację" zakupów, właściwie ukierunkowaną i konsekwentnie prowadzoną promocję (jej podstawowe założenia w wymienionej publikacji rozpisano szczegółowo). Integralnym elementem rozwijania specyficznego produktu, jakim jest instytucja kultury, kierująca się innymi niż przedsięwzięcie komercyjne założeniami ekonomicznymi, jest także wprowadzenie do rozwiązań finansowych sprawdzonych gdzie indziej form sponsoringu i (także zbiorowego) mecenatu. Jeszcze długo, jeśli nie zawsze pozostanie aktualny postulat przygotowywania wariantów oferty dla różnych segmentów rynku turystycznego – traktowanych jako grupy potencjalnych odbiorców, m. in. dzieci, seniorów, „wyspecjalizowanych" turystów muzealnych i innych. Zwiększeniu frekwencji w muzeach służy stosowanie elastycznego czasu ich otwarcia (w dniach faktycznie korzystnych dla docelowych grup zwiedzających, ustalonych na podstawie badań ich preferencji), a także elastyczna polityka cenowa, w tym stosowanie nie tylko powszechnie już akceptowanych cen grupowych, ulg uczniowskich i studenckich, ale i cen uzależnionych od sezonu i pory dnia, specjalnych cen dla uczestników eventów, cen „sieciowanych" w ramach łączenia ofert różnych muzeów dla turysty, cen „pakietowych" w ramach integracji oferty muzeum w pakiet lokalny. Mówiąc o tym ostatnim wywołuję

już kolejny postulat: integracji oferty muzeum w złożone produkty turystyczne. Może to mieć postać łączenia oferty muzeów między sobą, a więc tak zwane „sieciowanie oferty", o którym szerzej pod koniec wypowiedzi. Inną formą integracji jest włączanie zwiedzania muzeów (jako opcji do wyboru) w lokalne pakiety turystyczne, jak oferty „city break" czy pakiety tematyczne, ale także tak zwane „karty miejskie", uwzględnianie zwiedzania muzeów w programach turystycznych tras miejskich jako kolejnych punktów, najlepiej z dodatkową atrakcją w ramach lub obok samej ekspozycji, na przykład z mikroeventem w postaci projekcji filmu, krótką inscenizacją lub warsztatami tematycznymi, organizowanymi w stałych godzinach lub na zamówienie grupy. Nie jest to wymaganie niemożliwego, jako że muzea zazwyczaj posiadają takie elementy oferty. Chodzi raczej o „wyniesienie" jej „na zewnątrz" po to, by z jej pomocą przyciągnąć chodzących ulicą turystów do środka. Wreszcie w tej grupie działań widzę włączanie zwiedzania muzeów (w tym zwiedzania na specjalnych prawach, w ramach oferty dla koneserów) jako elementów programu do oferty specjalnych wypraw muzealnych (np. w ramach nocy muzeów lub turystyki muzealnej [Mikos v. Rohrscheidt 2010 s. 363] i innych wypraw kulturowych, a także aktywna współpraca muzeów z touroperatorami w postaci formułowania dla nich specjalnych ofert i regularnego zapoznawania ich z nimi oraz – w miarę możności – dostosowywania warunków zwiedzania do napiętych nierzadko programów wycieczek (np. przedłużenie czasu zwiedzania przy zapowiedzeniu przez grupę, nawet za ewentualną dopłatą). Odrębną kwestią poruszaną już przeze mnie szerzej [Mikos v. Rohrscheidt 2011a, *Poznańskie muzea*… s. 374-375, 398] jest animowanie i wspieranie przez same muzea, działające we wzajemnej współpracy i wykorzystujące w tym celu swoje społeczne „towarzystwa przyjaciół" turystyki muzealnej jako odrębnej formy turystyki kulturowej [Mikos v. Rohrscheidt 2013a, *Turystyka kulturowa w dobie…,* s. 86]. Wymaga to jednak innego jeszcze elementu aktywnej polityki muzealnej, mianowicie szerszego spojrzenia administratorów samych obiektów i dalekowzrocznej strategii ich rozwoju, nie ograniczającej się do obiektu i jego zbiorów oraz ewentualnie robiących wrażenie (i statystyki) jednorazowych wydarzeń, czego – jak dotychczas – trudno się dopatrzyć w polskiej przestrzeni kulturalnej.

Ustosunkuję się teraz krótko do drugiej części pytania. Czy propozycje środowiska badaczy i/lub organizatorów turystyki kulturowej formułowane w stosunku do oferty muzealnej i zakresu współpracy są efemeryczne, to jest czasowo uwarunkowane i tym samym (jak rozumiem w podtekście pytania) zarządcy muzeów nie powinni brać ich nazbyt poważnie i inwestować w przemijającą modę, a w miejsce tego raczej czekać na kolejne zmiany?

Jak już powyżej wspomniano, nie wszystkie formułowane oczekiwania mają ten sam ciężar gatunkowy. Są wśród nich takie, które odpowiadają powszechnym trendom popytowym (ale i zmianom kulturowym) zarysowującym się od dłuższego czasu. Te właśnie krótko zaprezentowałem jako podstawowy postulat oraz jako owe „uniwersalne" zasady. Jest to zmiana podejścia do muzeum i jego gości, traktowanie ich podmiotowo i jako partnerów dialogu. Na pewno nie dojdzie już także do „wycofania się" preferencji turystów (ale i pozostałych zwiedzających) na pozycje biernego odbioru martwych, prezentowanych wyłącznie wizualnie treści. Trudno bowiem przypuszczać, by kolejne pokolenia, wychowane na multimedialnych, wysokiej jakości prezentacjach i w nowym, coraz bardziej interaktywnym i w rosnącej mierze także indywidualnie ukierunkowanym systemie edukacji kiedykolwiek zaakceptowały monotonnie zorganizowane wystawy z jednokanałową eksplanacją. Patrząc z punktu widzenia wyższego poziomu refleksji nad przedmiotem dyskusji, podobnie nie należy się spodziewać jakiejś tęsknoty kolejnych roczników zwiedzających (przyzwyczajonych do różnic nie tylko poglądów i ideologii, ale także i kultur, z którymi się przecież spotykają w podejmowanych coraz dalszych podróżach), za jedynie słuszną interpretacją dziedzictwa, do tej pory jeszcze dominującą w naszych muzeach. Zatem wygląda na to, że przeczekiwanie zmian i oszczędzanie sobie tym samym energii i kosztów nie tylko nie wchodzi w grę, ale może oznaczać dla muzeów śmiertelne niebezpieczeństwo. Jest to niebezpieczeństwo masowego odrzucenia oferty muzeów, ich zapomnienia, a w konsekwencji zamknięcia bardzo, bardzo wielu zasłużonych lecz już mało (zbyt mało) komu potrzebnych placówek… Przedłużający się (lub każdy kolejny) kryzys ekonomiczny może dodatkowo sprzyjać takim rozwiązaniom.

Ekskurs: muzea w ramach szlaków kulturowych. Ponieważ zajmuję się w ostatnich latach głównie tym elementem oferty turystyczno-kulturowej, pozwolę sobie w kontekście zadanego pytania na dodatkową wypowiedź w odniesieniu do nich. Znaczącym problemem w ramach funkcjonowania tej grupy szlaków jest stwierdzona także przez ich szczegółowe badania [Mikos v. Rohrscheidt, *Szlak Piastowski…* 2013b, s. 146-7] niespójność przekazu istniejących wystaw oraz brak zagospodarowania przez nie istotnych wątków tematycznych szlaków. I tak na przykład na jednym z najważniejszych polskich szlaków kulturowych, Szlaku Piastowskim, niezależnie od wielości muzeów i wystaw stałych eksponujących często bliźniacze zakresy tematyczne, a nawet identyczne eksponaty (obok oryginalnych Drzwi Gnieźnieńskich w tamtejszej katedrze, w obiektach muzealnych szlaku eksponowane są… aż trzy ich wierne kopie, w tym jedna kilkadziesiąt metrów od wspomnianej świątyni!) brak wystaw dotyczących m.in. organizacji

życia społecznego czy religijnego w państwie wczesnopiastowskim. W interesie nie tylko spójności i atrakcyjności danego szlaku jako produktu turystycznego, ale przecież także atrakcyjności poszczególnych, wzajemnie blisko siebie położonych i odwiedzanych w znacznej mierze przez tych samych turystów muzeów leży podjęcie wspólnych działań na rzecz wprowadzenia komplementarności zbiorów (przynajmniej tych eksponowanych) zróżnicowania wiodących aspektów ekspozycji, z jednoczesnym całościowym „rozprowadzeniem" tematyki szlaku w poszczególnych miejscach. Oznacza to konieczność wypracowania całościowego programu dla muzeów i ekspozycji stałych oraz stworzenia platformy ściślejszej współpracy tych placówek, o ile uczestniczą one jako obiekty w ofercie danego szlaku. Taka współpraca może i powinna doprowadzić także do sieciowania ich oferty. Polega ono miedzy innymi na połączeniu ofert zwiedzania muzeów w podobnych obiektach (np. sakralnych, zabytkowych rezydencjach) lub o pokrewnych tematycznie (lecz komplementarnych w stosunku do siebie!) kolekcjach w kilku niedaleko położonych miejscowościach lub szerzej - w ramach całego szlaku kulturowego. Turysta mógłby nabyć taki kombinowany bilet w cenie niższej niż suma wszystkich wstępów kupowanych osobno, a dodatkowym bonusem mogłoby być np. prawo do darmowego parkowania albo niedrogi lecz mający symboliczną wymowę suwenir. Stworzy to jednocześnie dodatkową informację o pokrewnych i ciekawych ekspozycjach, i wykreuje bodziec ekonomiczny do wyboru takiej a nie innej opcji spędzenia wolnego czasu w przestrzeni szlaku. To także jest element strategii walki o uwagę zwiedzającego w konkretnym środowisku funkcjonowania muzeów.

Zagadnienie 10

Turysta kulturowy w polskich muzeach

Poza wątpliwością jest - że do głównych zadań tych instytucji należą m.in. "upowszechnianie wartości kultury" i „umożliwianie korzystania ze zgromadzonych zbiorów". Podkreśla to polski prawodawca już w pierwszym artykule Ustawy o muzeach [2012] żądając też „zapewniania właściwych warunków zwiedzania" (art. 2). Muzea, ich zbiory oraz niektóre działania są jednocześnie ważnym magnesem dla turystyki kulturowej, a niektórzy turyści kulturowi mają je na swoich listach preferencyjnych jako cele odwiedzin wszędzie, gdzie się pojawiają.
Czy jednak w polskich muzeach turyści kulturowi są naprawdę traktowani jako ważny segment gości? Czy udostępnianie zbiorów turystom i współdziałanie z organizatorami oraz personelem obsługi jest tam uznawane za jeden z priorytetów?
Czy nasze muzea uczą się od innych, które odnoszą sukcesy dzięki współpracy z turystyką kulturową? Czy w Polsce istnieje turystyka muzealna lub czy ma szanse na rozwinięcie? (AMR)

Odnosząc się do ostatniego członu pytania (o istnienie w turystyki muzealnej i jej ewentualne szanse rozwojowe) moja opinia jest pozytywna, co wypływa z moich niemieckich doświadczeń. Otóż nie tylko mogłem zaobserwować, ale i niejednokrotnie brałem udział w wyprawach organizowanych do jednego lub paru muzeów, ze specjalnym programem zwiedzania, w którym spacer po mieście i jego zabytkach był tylko uzupełnieniem. Nie są one wcale rzadkie (przeciętne muzeum organizuje je 2-3 razy do roku, a muzeów w tym kraju są tysiące). Uczestnikami tych wycieczek nie są generalnie profesjonaliści: grupę tę stanowią w większości fani muzeów, należący do stowarzyszeń przyjaciół swoich lokalnych placówek. Takie wycieczki organizują niemieckie muzea we współpracy i zgodnie z zasadą wzajemności, to znaczy program na miejscu dla gości „wysłanych" przez swoje muzeum opracowuje muzeum-gospodarz. Jednak W typowe aktywności turystyki muzealnej takie jak organizowane przez same muzea lub wynikające z prywatnych inicjatyw wyjazdy specjalnie lub głównie do muzeów w Polsce jak dotąd prawie nie dają się zauważyć. W mojej opinii istnieją dwa główne powody tego braku. Pierwszy z nich to brak większej aktywności krajowych towarzystw przyjaciół muzeów (na których, jak wspomniałem, opiera się turystyka muzealna w krajach niemieckojęzycznych). Nasze towarzystwa są nieliczne, składają się w większości z osób starszych (a więc żyjących z emerytury, czyli niezamożnych),

a ich merytorycznymi partnerami są w większości muzealnicy nie mający doświadczeń takiej turystyki ani nie dostrzegających płynących z niej korzyści. Celem tych towarzystw pozostaje więc głównie wsparcie w pozyskiwaniu eksponatów i zapewnianie frekwencji na wernisażach. Przełom w turystyce muzealnej może nadejść, kiedy muzea przyciągną do afiliowanych przy nich grup przyjaciół ludzi w średnim wieku i u szczytu zawodowej aktywności oraz gdy zaproponują im ambitne programy wyjazdów i połączonego z nimi ekskluzywnego zwiedzania. Ponieważ to właśnie ekskluzywne zwiedzanie jest drugim problemem: nasze muzea (może poza niektórymi punktami programów nocy muzealnych) nie posiadają i nie chcą tworzyć oferty specjalnej, wyjątkowej, unikatowej skierowanej dla osób szczególnie zainteresowanych. Jeśli bowiem specjalistyczna prelekcja – to raz w roku „od święta", a nie na zamówienie grupy. Jeśli warsztaty muzealne – to dla dzieci, a tzw. ekskluzywnych prezentacji przeznaczonych dla fanów muzeów, na których kluczowe znaczenie od dawna wskazują badacze światowego formatu, jak prof. Albrecht Steinecke [2007] – po prostu brak. W tym kontekście – i przy braku badań szczegółowych - pozwolę sobie na krytyczną opinię: polskie muzea w swojej masie nie dostrzegają turystów muzealnych a nawet w ogóle turystów kulturowych i nie widzą w nich swoich partnerów. Nie umieją także w ogóle zidentyfikować potencjalnych organizatorów takiej turystyki. A ponieważ nie są z tej współpracy rozliczane – nic albo prawie nic w tym kierunku nie robią (bardzo chciałbym się mylić!). Tu tkwi jednocześnie moja odpowiedź na pierwszy człon pytania: czy mianowicie w polskich muzeach turystyka kulturowa i turyści kulturowi są traktowani jako ważna grupa gości. Otóż – nie są. Niektóre muzea zauważają już turystów jako takich, np. te w nadmorskich miastach podczas sezonu starają się powoli dostosowywać terminy czasowych ekspozycji do ich przyjazdów, a godziny otwarcia do ich plażowych praktyk, ale na tym to się chyba kończy. Zatem realizacja zapisu przytoczonej przeze mnie w pytaniu ustawy, która ma być jakoby rodzajem statutu polskiego muzealnictwa, jest ograniczona do tych ludzi, którzy z muzeów korzystają na co dzień, a więc „tubylców". Druga wielka grupa osób, którym dziedzictwo należy udostępniać, czyli ci spoza miejsca lokalizacji muzeum, jak się wydaje - mają się dostosować. Sprzyja temu silne uzależnienie większości muzeów od lokalnej władzy samorządowej i jej politycznych potrzeb, co nie tylko koncentruje ich działalność na dogodzeniu miejscowemu wyborcy, ale także nierzadko powoduje ustalanie terminarzy większych przedsięwzięć, ciekawszych akcji, oryginalnych ekspozycji nie zgodnie z popytem turystycznym, a raczej z… kalendarzem wyborczym. Bo zdjęcie przecinającego wstęgę burmistrza czy prezydenta miasta może mu przysporzyć paru punktów procentowych, natomiast mało kogo interesuje kilka czy kilkadziesiąt tysięcy potencjalnych

odwiedzających w porze masowych urlopów i turystycznych migracji. Wprawdzie w części krajowych muzeów turyści to tylko niewielka grupa, jednak w większości taka proporcja istnieje w muzeach o statusie lokalnym, już tylko w części – regionalnym, między innymi jest zresztą skutkiem problemów i zaniedbań ukazanych powyżej. Za to w innych muzeach turyści stanowią znakomitą większość odwiedzających. Dla udowodnienia tego wystarczy zbadać, jaki jest procent krakowian wśród odwiedzających Zbiory na Wawelu, albo mieszkańców tej metropolii i powiatu wielickiego wśród zwiedzających Muzeum Żup Solnych w Wieliczce. Niewielu też zapewne mieszkańców Trójmiasta odwiedza okręt-muzeum „Błyskawica", skoro już raz tam byli, a ekspozycja nie ulega zmianom. Poza tymi „okrętami flagowymi" można jeszcze długo wymieniać wiele innych, mniej znanych muzeów, wśród nich placówki zakopiańskie czy wszystkie większe i lepiej promujące się polskie skanseny.

Poziom współdziałania polskich muzeów z organizatorami turystyki i personelem jej obsługi należy uznać za krytyczny. Jak często można uzyskać zgodę na przedłużenie godzin otwarcia choćby najmniejszego polskiego muzeum dla potrzeb nawet najliczniejszej grupy, która gotowa jest z naddatkiem pokryć koszty nadgodzin personelu, zużycia prądu i reszty, żeby tylko móc zobaczyć wystawę świetnie wpasowującą się w koncepcję wyprawy, konferencji czy festiwalu. Jako czynny organizator turystyki przynajmniej kilkanaście razy zwracałem się o taką zgodę, deklarując w imieniu klientów sowite wynagrodzenie dla instytucji. Każdorazowa odmowa była oczywiście uzasadniona: jej powodem bywał regulamin, kodeks pracy, wyższe władze, bezpieczeństwo zbiorów, precedens (jakie to groźne, prawda?) i co tam jeszcze odmawiający był w stanie się wymyślić. A nie chodziło bynajmniej o jakieś nocne zwiedzanie, tylko o przedłużenie czasu o godzinę, gdy podczas wakacji muzeum było otwarte do 18-tej, co dla grupy turystycznej w lecie wypada jakoś tak w 70% jej programu dnia. I w tym kontekście widać uzasadnienie postulatu zmiany czasu pracy muzeów formułowanego m.in. przez D. Dąbrowskiego [FG 11/2014]. W lecie dzień jest długi, a turystów w drodze jest znacznie więcej. Z opublikowanego w Turystyce Kulturowej [11/2014] wywiadzie o muzeum w Koszalinie można się dowiedzieć, że jego gospodarze już to zauważyli. Może późno, ale cieszy i to… Na szlakach kulturowych problem jest jeszcze bardziej istotny. Przykładowo Szlak Piastowski czy Cysterski przebiegają w dużej części przez niewielkie lub bardzo małe miejscowości. Muzea, które w dużej liczbie są obiektami tych szlaków turyści w lecie chcieliby zwiedzać do godziny mniej więcej 20.30. - jeśli przyjąć kryterium dziennego światła i typowych czasów posiłków podczas urlopu. Jest tak dlatego, że na miejscu (niech to będzie położony na jednym z tych szlaków Pelplin, Giecz, Grzybowo, Ostrów Lednicki,

Bardo itd.) mieć nie być innych znaczących atrakcji, a do następnego obiektu szlaku jest kilkanaście kilometrów i turyści mogą tam już nie zdążyć. Drugi istotny postulat dotyczy pracowników. Nie jest rolą badacza turystyki oceniać ich kompetencje w dziedzinie muzealnictwa, ale na pewno łatwiej wypowiedzieć się w zakresie stosunków międzyludzkich i zwykłej uprzejmości. Z doświadczenia organizatorów turystyki wynika, że to właśnie pracownicy muzeów są drugą grupą - po personelu kościelnym - którą organizatorzy turystyki darzą powszechną i zasłużoną niechęcią za ich „nieużycie". Przysłowiowego śledzenia zwiedzających turystów i niegrzecznych, apodyktycznych odezwań nie warto tutaj przytaczać, potrafią one jednak naprawdę szokować, zwłaszcza przyzwyczajonych do innych standardów obcokrajowców, co przynosi nam wstyd. Choć trzeba przyznać, że częściej niż jeszcze przed 10 laty goście muzeów spotykają się z innym podejściem. Na niektóre placówki zapewne nigdy nie ma powodów się skarżyć, ale informacja i opieka podczas na przykład multimedialnego zwiedzania rzadko jest wzorcowa. Nasze muzea jako instytucje, a ich zarządcy i merytoryczni pracownicy jako kształtujący je ludzie mogą uczyć się od innych, z sukcesem od lat współpracujących z turystyką kulturową. Mogłoby to mieć miejsce podczas wyjazdów studyjnych (służbowych, nie wypoczynkowych) z rzetelnym programem podglądania dobrych praktyk, nie tylko w zakresie ekspozycji (co i teraz ma miejsce), ale także obsługi zwiedzających, a wśród nich turystów.

Nie są mi znane reprezentatywne dla polskich muzeów dane na temat zachowań, preferencji i przede wszystkim opinii o wizycie w nich, pochodzących od odwiedzających turystów. Jednak pozyskanie i ewaluacja takich danych, a potem ich wykorzystanie przez muzealników polskich wydaje się jednym z podstawowych i pierwszych działań, jeśli chce się poważnie podjąć współpracę z turystyką. Samo środowisko muzealne powinno ustalić kryteria i narzędzia badawcze, oraz własnymi siłami (są na miejscu) przeprowadzić kwerendę na temat swoich przyjezdnych odbiorców, a potem w kontekście pozyskanej wiedzy zastanowić się nad dostosowaniem do nich oferty, a przynajmniej obsługi i interpretacji zbiorów. I nie chodzi tu o zmienianie dziedzictwa, którego muzea pozostają gospodarzami, strażnikami i interpretatorami. Chodzi o zmianę sposobu prezentacji, języka przekazu, stylu opowiadania, doboru „mówiących" eksponatów i wiele innych szczegółów. Takie badania przekrojowe dawno powinny uzyskać wsparcie merytoryczne i finansowe z resortu Kultury i Dziedzictwa, równie dobrze ministerstwo to, odpowiadające jako organ założycielski za muzea najczęściej odwiedzane przez turystów [Rejestr 2016], mogłoby (powinno?) być ich inicjatorem. Tymczasem na dzień dzisiejszy Powtórzę: nic mi nie wiadomo o szerzej zakrojonych badaniach na linii polskie muzea-turyści kulturowi. A brak rzetelnych

przedsięwzięć badawczych jest przecież również winą badaczy. Zarówno muzeologów, jak i nas, specjalistów od turystyki kulturowej. Od tych pierwszych dochodzą nas sprzeczne sygnały: z jednej strony zdarzają się publikacje zwiastujące pewien przełom. Wśród nich wymienię choćby teksty z ostatniego roku: świetny artykuł Łucji Piekarskiej-Duraj i Piotra Idziaka „Małe muzea jako miejsca spotkań istotnych" [2013] uzasadniający konieczność tematyzacji zbiorów i pasjonującej narracji, albo będący kopalnią dobrych praktyk zbiór „Lokalne muzeum w globalnym świecie" [2014], który ostatnio z dużą satysfakcją przeczytałem. Wiele pomysłów z tych publikacji jak najbardziej przystaje do turystów kulturowych w ogóle, a muzealnych w szczególności. Z drugiej jednak strony nawet szanowani eksperci problematyki muzeów wydają się nie wiedzieć, czym jest turystyka kulturowa, a nawet uważają ją za coś w rodzaju… dodatku do muzeów. Oto autorka artykułu „Turystyka kulturowa i nowe muzea w Polsce" [2013] stwierdza niefrasobliwie i bez żadnego uzasadnienia, iż nowy typ refleksji nad zadaniami muzeów z jednoczesnym wyartykułowaniem pewnych warunków wobec turystyki i turystów „zdecydowanie zmienił rozumienie pojęcia „turystyka kulturowa"". Jeśli to ma być przykład rozumienia współpracy, to czarno widzę jej przyszłość. Jakieś warunki wobec turystów? Refleksja nad muzeami jako przełom w definiowaniu turystyki kulturowej? Nie bardzo wiem, o jakiej planecie mowa - bo chyba nie o tej, na której my wszyscy żyjemy. Zgodnie z takim myśleniem to muzea mają dyktować turystom, co ci mają chcieć oglądać. Jeśli w tym duchu mają być kształcone kolejne pokolenia muzealników, to mogę tylko zaproponować… zejście na ziemię. Ale winą za aktualny stan rzeczy (to jest lekceważenie przez muzea turystów i organizatorów turystyki jako partnerów) należy obarczyć także nasze środowisko: badaczy turystyki kulturowej. Zbyt mało naszego czasu i naszej aktywności naukowej poświęcamy muzeom w jej kontekście i turystom zwiedzającym muzea. Jak dotąd nie pojawiła się w języku polskim żadna monografia, ukazująca odsetek turystów kulturowych wśród odwiedzających muzea (a nie jedno czy drugie muzeum) oraz turystów muzealnych jako takich, która byłaby oparta na przekrojowych i reprezentatywnych badaniach. A tylko taka publikacja mogłaby być podstawą uzasadnienia, w jak dużym stopniu muzea są celami turystyki i czego turyści od nich naprawdę oczekują. Mało tego: pozwalamy na uprawianie pseudonauki na naszym podwórku czy też pod naszym bokiem. Jaskrawym przykładem tego jest nieudany tekst opublikowany ostatnio [Kamel M., Malchrowicz-Mośko E, Piasta M 2014] który wnioski na temat turystów w muzeach w ogóle opiera na… badaniach studentów turystyki jednej uczelni. Zapytam: gdzie reprezentatywność badania? Komu i na co takie "badania" mają się przydać? Oto trójka asystentów kierunku turystycznego bada własnych studentów,

należących do jednolitej grupy wiekowej (21-23), o identycznym poziomie wykształcenia, a z racji zgłębianej profesji mających nie tylko inną niż przeciętny turysta orientację w materii, ale i psi obowiązek odwiedzać takie placówki w ramach swoich zajęć, praktyk, wyjazdów, i czasem nawet konkretnych zadań. A wnioski z owego „badania" są odnoszone już to do wszystkich turystów, już to do „młodych ludzi". To tak, jakby pytać samych tylko uczniów szkoły kucharskiej o znajomość recept na ciasta oraz przydatność poszczególnych proszków i przypraw, a potem twierdzić, że jest to wiedza i ocena wszystkich ludzi albo danej grupy wiekowej. Po lekturze owego „dzieła" twierdzę stanowczo, że już najwyższy czas skończyć z takimi praktykami. Z takich badań nie mogą wypływać żadne wartościowe wnioski, lecz tylko - niezasłużone – tzw. punkty. Tu znów niechcący wracam do problemu jakości opracowań „naukawych" i sensu ich tworzenia, co – jak widać warte jest publicznej debaty i zmiany zasad oceny. Tym problemem musi się zająć z kolei krajowe środowisko badaczy turystyki kulturowej, jeśli chce utrzymać jakość badań i wiarygodność ich wyników. Tylko wtedy można będzie od strony turystyki domagać się, żeby wnioski - formułowane w odniesieniu do muzeów i innych potencjalnych partnerów niejako w imieniu i na rzecz turystów - były poważnie traktowane.

Zagadnienie 11

Czy należy opracować i upowszechniać kryteria i standardy dostępności obiektów sakralnych dla turystyki kulturowej?

W warunkach różnorodności form i propozycji turystyki kulturowej w tworzonych programach i ofertach pojawiają się, miejsca i obiekty, które nie powstały ze względu ani nie funkcjonują w pierwszym rzędzie dla obsługi potrzeb turystyki i turystów. Przykładem koncentracji takich atrakcji jest turystyka dziedzictwa kulturowego albo turystyka religijna, niekoniecznie uprawiana z motywów religijnych, a na przykład poznawczych. Duży udział obiektów sakralnych w grupie atrakcji polskiej turystyki krajowej i przyjazdowej oraz rozmaite podejście ich zarządców do turystyki i samych turystów skłaniają do zadania pytania: Czy istnieje potrzeba opracowania kryterium, pozwalającego wyróżnić wśród obiektów sakralnych takie, których funkcją - poza ściśle religijną - powinna w sposób zobowiązujący być również funkcja turystyczna, co pociągałoby za sobą zapewnienie podstawowej infrastruktury dla turystów, zagwarantowanie dostępności dla zwiedzania bez wymagania deklaracji czy manifestowania postaw religijnych? Czy – z drugiej strony – pożądane jest zdefiniowanie grupy czynnych obiektów sakralnych od których nie powinno się oczekiwać przyjmowania ruchu turystycznego? (PB)

Różnica w podejściach do turystyki ze strony gospodarzy i codziennych użytkowników obiektów sakralnych oraz beneficjentów ich funkcji turystycznej (organizatorów turystyki i samych turystów) jest naturalna. Wynika ona z różnego dla jednych i drugich nich znaczenia oraz różnego celu odwiedzania tych obiektów: bazującego na motywacji religijnej: widzących w nich miejsce regularnych praktyk lub ich traktowania jako walorów dziedzictwa kulturowego (w tym religii, ale i sztuki, historii politycznej, jak miejsca m.in. koronacji czy zawierania traktatów itd.). Gdzieś między nimi lokuje się jeszcze (liczna w Polsce) grupa uczestników turystyki pielgrzymkowej, którzy odwiedzają wybrane obiekty sakralne w celach stricte religijnych (jako miejsca święte, w ramach realizacji programu religijnego z intensywną obecnością elementów kultu), ale przecież także jako przestrzeń konfrontacji o charakterze poznawczym – podejmując ich zwiedzanie i przy okazji zapoznając się z ich historią czy elementami sztuki. Nie chcąc przedłużać teoretycznej dywagacji na ten temat w kontekście rozpatrywanej kwestii pozwolę sobie odesłać Czytelnika do mojej analizy zamieszczonej w czasopiśmie Folia Turistica [Mikos v. Rohrscheidt 2016b]. Zawiera ona nie tylko rozbudowaną

i uzasadnioną studiami przypadków klasyfikację uczestników turystyki religijnej i innych odwiedzających obiekty sakralne, ale i listę typowych aktywności podejmowanych przez nich w tych miejscach, znacząco zróżnicowanych w zależności od celu pobytu. Orientacja w tej kwestii, jak również w dynamicznie zachodzących zmianach w liczebności i zachowaniach poszczególnych grup odwiedzających świątynie turystów powinna stanowić – w mojej opinii – jeden z kluczowych czynników branych pod uwagę w formułowaniu opinii co do ich dostępności dla tego grona zainteresowanych.

Podobnie jak oczywistym jest uszanowanie dla religijnej (czyli pierwotnej i podstawowej) funkcji czynnych obiektów sakralnych, wszyscy podejmujący omawianą kwestię zgodzą się zapewne też co do tego, że nie wolno deprecjonować drugiej wymienionej tu funkcji przynajmniej znacznej ich grupy, mianowicie tej turystycznej. Jasne jest bowiem (choćby na podstawie rodzaju walorów), że chodzi tu w pierwszym rzędzie nie o rekreację, lecz o konfrontację odwiedzających z dziedzictwem kulturowym, a tym samym o element budowania ich kapitału kulturowego, czasem zaś regionalnej czy narodowej tożsamości. Stąd już w samym pytaniu definiującym problem znalazła się sugestia opracowania kryteriów pozwalających na jakiś podział tej grupy obiektów z jednoczesnym zestawieniem listy oczekiwań (dobrych praktyk) dotyczących postawy i postępowania ich gospodarzy wobec turystyki i turystów. Taka lista mogłaby w szczególnych przypadkach stać się elementem porozumienia zawieranego np. w momencie wprowadzania obiektu do systemów eksploatacji turystycznej (jak trasy miejskie, szlaki tematyczne), ewentualnie włączania odwiedzin w nim jako modułu do lokalnych pakietów turystycznych. Porozumienie takie mogliby zawierać zarządcy obiektów z organizatorami danego programu turystyki kulturowej lub z lokalnym samorządem przy założeniu uszanowania charakteru miejsca i obopólnej korzyści stron (w tym także tej materialnej, wynikającej np. z płatnego wstępu lub określonych świadczeń samorządu, np. oświetlenia obiektu czy inwestycji w jego otoczeniu itd.).

Nasze rozważanie warto osadzić w szerszym kontekście społeczno-kulturowym. Z szeregu badań (między innymi z wewnątrzkościelnych, ale publikowanych badań praktyk religijnych czy ze statystyk uczestnictwa polskich uczniów w lekcjach religii) wynika, że proces sekularyzacji społeczeństwa (zwłaszcza najmłodszego pokolenia wchodzących w wiek dorosły) postępuje, a nawet w ostatnich latach znacznie przyspieszył. Można zatem przyjąć, że z punktu widzenia instytucji religijnych, w tym dominującego w Polsce Kościoła zjawiskiem korzystnym jest możliwość zetknięcia się ludzi z ideami religijnymi nie tylko w szkole i podczas praktyk religijnych, ale i w czasie wolnym, poza systemem

edukacji, gdzie przekazywane treści odbierane są często jako narzucone i obejmującym Polaków tylko na relatywnie krótkim etapie ich życia. W miarę spadku odsetka osób praktykujących choćby nieregularnie, rosnące znaczenie dla organizacji religijnych będzie miało tworzenie innych okazji dla konfrontacji ludzi z chrześcijańskimi ideami i narracjami. W przypadku części turystów takie spotkanie może przecież być impulsem do ponownego (czy może tak naprawdę pierwszego samodzielnego i nie sterowanego) odkrycia dla siebie wartości proponowanych przez religię. Nawet, jeśli do tego nie dojdzie, taka konfrontacja pozostanie przynajmniej jako doświadczenie różnorodnych świadectw istotnego wkładu chrześcijaństwa i Kościołów w polską kulturę, dzieje i dziedzictwo. To też jest nie do pogardzenia w kontekście polaryzujących się zwłaszcza w młodszych generacjach ocen instytucji religijnych jako takich (a w szczególności tych dominujących w naszym kraju) [por. Baniak 2013, s. 19-42]. Z czasem więc albo zostanie ono docenione przez duchownych, albo stracą oni kolejną szansę dotarcia ze swoim przekazem (lub choćby ze świadectwem znaczenia religii) do ludzi o poglądach odległych lub obojętnych. W dłuższej perspektywie spotkania i doświadczenia pozyskane w trakcie odwiedzin obiektów sakralnych – zarówno pozytywne i negatywne – będą współkształtować przyszłą postawę rosnącej większości społeczeństwa wobec instytucji religijnych i ich misji. Dla wielu będą one być może jedynymi ich osobistymi doświadczeniami tych idei, tych organizacji i tego wymiaru dziedzictwa kulturowego.

Tymczasem - niezależnie od kluczowego znaczenia wielu polskich obiektów sakralnych jako magnesów turystyki pielgrzymkowej – one same, a obok nich znacznie większa liczba obiektów wzniesionych dla zaspokajania potrzeb religijnych i stanowiących do dziś własność organizacji życia religijnego stanowią aktualne lub potencjalne cele wypraw uczestników religijnej turystyki kulturowej (motywowanej poznawczo) oraz są zwiedzane przez pozostałych turystów kulturowych, w tym uczestników przedsięwzięć turystyki dziedzictwa kulturowego, turystyki tematycznej, miejskiej, wiejskiej turystyki kulturowej, turystyki regionalnej. Oprócz nich w takich obiektach pojawiają się też inni turyści, na przykład rekreacyjni w ramach odwiedzin na danym obszarze czy podejmowanych pieszych wędrówek albo uczestnicy turystyki zdrowotnej podczas trwania turnusów sanatoryjnych.

Innym ważnym faktem w kontekście rozpatrywanego zagadnienia jest ten, że na terytorium Polski zachowała się tylko niewielka część cennych obiektów zabytkowych o profilu innym niż sakralny. Sprawia to, że w krajowej i przyjazdowej turystyce kulturowej omawiane obiekty tworzą znaczący, a na wielu obszarach przeważający odsetek substancji materialnej, reprezentującej lub mieszczącej w swoich wnętrzach świadectwa uniwersalnego, narodowego, czy regionalnego

dziedzictwa. Były one też miejscami ważnych wydarzeń historycznych. Warto przypomnieć, że to właśnie obiekty sakralne stanowią najliczniejszą grupę polskich wpisów na listę światowego dziedzictwa kulturowego UNESCO: wyłącznie taki charakter mają 4 indywidualne lub zbiorowe wpisy z ogólnej liczby 14, a w kolejnych 5, będących zespołami urbanistycznymi, udział świątyń i zespołów klasztornych jest nie tylko znaczący, ale był często kluczowy dla uzyskania tego statusu [UNESCO, polska lista 2016].

Z kolei w grupie obiektów i obszarów posiadających status Pomnika Historii - spośród 60 aż 22 ma charakter sakralny, a w kolejnych 12 będących zespołami miejskimi lub obronnymi udział tych obiektów jest znaczący [NiD 2016]. Stanowią one również najliczniejszą grupę walorów dużej grupy polskich szlaków kulturowych, przy czym bardzo często ze względu na ich znaczenie dla tematyki danego szlaku są one jego kluczowymi atrakcjami. Dobrym przykładem – obok dedykowanego im Szlaku Kościołów Drewnianych w Małopolsce jest choćby Szlak Piastowski, eksploatujący przecież tematykę początków państwa, którego główną oś wyznaczają opactwo w Lubiniu, katedry Poznania, Gniezna i Włocławka oraz kolegiata w Kruszwicy. Wszystko to sprawia, że dostępność tych obiektów dla zwiedzania stanowi nie tylko o atrakcyjności szlaków, ale wręcz o ich racji bytu jako rzeczywistych propozycji turystyki kulturowej. Podobnie dostępność świątyń w większym lub mniejszym stopniu decyduje o atrakcyjności zwiedzania bardzo licznych polskich miejscowości lub całych mikroegionów.

Problemy z dostępnością turystyczną autor niniejszej opinii sygnalizował m.in. w monografii szlaków tematycznych [Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s. 320-325 i 361] oraz w odrębnej analizie dotykającej właśnie tego zagadnienia [Mikos von Rohrscheidt, 2011b]. W części kontekstowej niniejszy wywód powtarza i rozszerza wnioski z tej ostatniej publikacji, ponieważ (niestety) od czasu jej napisania niewiele w tej kwestii się zmieniło i pozostają one nadal aktualne.

Na pytanie, czy istnieją problemy z dostępnością polskich obiektów sakralnych stanowiących lub mieszczących cenne świadectwa dziedzictwa, każdy zajmujący się turystyką kulturowa praktyk i badacz udzieli zdecydowanie pozytywnej odpowiedzi. Rozstrzygają o niej następujące fakty:

1. W przypadku bardzo licznych obiektów z tej grupy faworyzuje się zorganizowane grupy pielgrzymów, m.in. ze względu na towarzyszących im duchownych. Natomiast faktyczna dostępność dla zwiedzania ze strony grup turystów nie będących pielgrzymami jest niepewna lub podlega różnym ograniczeniom. Typowymi są: konieczność uprzedniego zgłaszania wizyty przy braku gwarancji na ostateczne otwarcie, wyznaczanie zgłaszającym się określonej godziny zwiedzania, co w warunkach urlopu realizowanego

w formie objazdu jest wymaganiem bardzo uciążliwym, albo umożliwienie zwiedzania tylko krótko przed lub po nabożeństwie, kiedy z kolei służba kościelna naciska na jego przyspieszenie lub zgoła zamyka obiekt, wypędzając turystów.

2. Bardzo liczne niewielkie obiekty z małym ruchem turystycznym, mimo posiadania formalnego statusu dziedzictwa (nawet w ramach listy UNESCO albo przez zaliczenie do Pomników Historii) lub znajdowania się na listach szlaków kulturowych - są zamykane poza godzinami nabożeństw, a ich gospodarze otwierają je co najwyżej na uprzednie zgłoszenie dla zorganizowanych grup (zapewne ze względu na skalę opłacalności). Eliminuje to możliwość zwiedzania tych obiektów przez turystów indywidualnych i małe, prywatne grupy – a to oni już od dłuższego czasu stanowią również w naszym kraju większość wśród turystów kulturowych.
3. W wielu obiektach nawet otwartych przez wiele godzin dziennie występują nagłe, niezapowiedziane wyłączenia dostępności do zwiedzania na dłuższy czas (na przykład godzinę lub więcej) z powodu niezapowiedzianych wcześniej celebracji religijnych. Nie chodzi przy tym o pogrzeby lub śluby, które z reguły odprawiane są w stałych godzinach dnia, ale liturgie jubileuszowe osób i organizacji, nabożeństwa sprawowane dla grup religijnych w reakcji na ich spontaniczne potrzeby albo wizyty grup pielgrzymkowych, dla których organizuje się ad hoc program religijny. W niektórych sytuacjach (na przykład kiedy obiekt jest ważnym ogniwem szlaku dziedzictwa kulturowego) może to być powodem niezrealizowania programu wyprawy turystycznej, co może z kolei skutkować reklamacjami ze strony uczestników i wymiernymi stratami finansowymi dla jej organizatora.
4. Dodatkowym faktorem niepewności turystów indywidualnych jest praktyka pobierania opłat o nieustalonej z góry wysokości (tzw. „co łaska") za otwarcie lub/i oprowadzanie po obiekcie, co przy pojedynczych odwiedzinach nierzadko skutkuje rezygnacją ze zwiedzania. Jej powodem jest obawa turysty o zbyt duże sugerowane po zwiedzeniu koszty opłacania czasu poświęconego przez gospodarza na udostępnienie i być może także oprowadzenie, albo jego opory wynikające z (psychicznej) obawy okazania się skąpym lub „niewdzięcznym".
5. Rzadszym problemem związanym ze zwiedzaniem jest sugerowanie lub nawet wymuszanie ze strony gospodarzy lub ich reprezentantów (personelu) postaw religijnych w tych przypadkach, gdy turyści, wprawdzie zainteresowani świadectwami dziedzictwa lub nawet ideami religijnymi, nie podzielają jednak przekonań religijnych gospodarzy lub wprost dystansują się od wiary. Nie chodzi tu o zwyczajowe i powszechnie akceptowane okazywanie szacunku

dla miejsca ważnego dla religii (np. przez ściąganie nakrycia głowy), ale o postawy będące ewidentnymi manifestacjami religijnego zaangażowania, jak przyklękanie, wspólne odmówienie modlitwy czy nawet całowanie okazywanych relikwii. Takie praktyki skutkują zniechęceniem turysty do zwiedzania kolejnych obiektów sakralnych, a w przypadku grup zorganizowanych mogą doprowadzić nawet do otwartego konfliktu podczas odwiedzin lub po nich (wówczas artykułowanego wobec pilota wycieczki czy lokalnego przewodnika).

Opisane zjawiska mają zdecydowanie negatywny wpływ na potencjał turystyczny nie tylko samych obiektów, ale również na atrakcyjność całych miejscowości, obszarów i tematycznych szlaków turystycznych, dla których są one często kluczowymi walorami. Wśród przyczyn ograniczania lub wyłączania dostępności turystycznej gospodarze (jeśli w ogóle je tłumaczą) podają głównie: potrzebę zabezpieczenia obiektów przed ryzykiem związanym z niekontrolowanym pobytem obcych osób przy braku środków na zatrudnienie stałego personelu nadzoru, fizyczną niemożność otwierania obiektu przez gospodarza z powodu m.in. większej odległości od miejsca jego zamieszkania i pracy (tak jest np. w przypadku kościołów filialnych), wreszcie – wyłącznie religijną (ich zdaniem) funkcję obiektu). Szczególnie krytycznie przez organizatorów turystyki i samych świadomych turystów odbierany jest fakt ograniczania dostępności do obiektów sakralnych w następujących sytuacjach: gdy są one formalnymi obiektami dziedzictwa najwyższych klas, kiedy na skutek zgody administratorów przynależą do systemu eksploatacji turystycznej (szlak), albo gdy (co na przykład wynika z opisu na odpowiedniej tablicy, obligatywnie umieszczonej w otoczeniu obiektu) zainwestowano znaczne środki publiczne w ich remont albo rewaloryzację w ramach projektu związanego z ochroną lub upowszechnianiem dziedzictwa czy pokrewnego.

Po tak szerokim zarysowaniu kontekstu, na pytanie o potrzebę jakiejś formy uregulowania (lub przynajmniej ustanowienia standardów) dostępności turystycznej oraz określenie minimalnego wymiaru funkcji turystycznej w przynajmniej części polskich obiektów sakralnych odpowiem jednoznacznie: TAK. W kontekście organizacji programów turystyki kulturowej pożądane jest również określenie jakiegoś kryterium podziału obiektów sakralnych z punktu widzenia włączania ich w takie programy. Byłoby to kryterium nie wyznaczające w żadnej mierze ich kolejnej typologii czy określającej ich „rangę" turystyczną. Nie powinno ono też mieć charakteru oceniającego: trudno przecież porównywać wartość dziedzictwa, szczególnie przy różnych typach jego fizycznej manifestacji jak obrazy, rozwiązania architektoniczne czy np. stopień rozpoznawalności osób pochowanych

w świątyni, jeszcze mniej sensowne wydaje się wyważenie znaczenia w sytuacjach koincydencji aspektów materialnych (jak sztuka sakralna) i niematerialnych (jak związana z danym obiektem idea religijna czy mające tam miejsce wydarzenie historyczne). Podobnie realizowany za pomocą takiego kryterium podział nie może mieć charakteru ogólnie obowiązującego (co zresztą jest niemożliwe do osiągnięcia), to znaczy na jego podstawie nie powinny być podejmowane próby jakiegoś centralnego narzucania zobowiązań dotyczących dostępności czy elementów obsługi gospodarzom obiektów sakralnych. Pełniłoby ono funkcje pomocnicze w kontekście zarządzania turystyką kulturową oraz współpracy między gospodarzami takich obiektów z jednej strony a z drugiej – samorządami i zarządzającymi obszarowymi czy tematycznymi programami turystyki oraz organizatorami przedsięwzięć podejmowanych w jej ramach, takich jak zorganizowane wycieczki.

Takiemu kryterium oraz propozycji sklasyfikowania zgodnie z nim tej grupy obiektów powinna towarzyszyć wyraźnie sformułowana lista dobrych praktyk, opublikowana (a więc powszechnie dostępna) oraz rekomendowana „ze strony turystyki" zarządcom obiektów sakralnych, proponowana twórcom i liderom programów turystyki kulturowej (obszarowym i tematycznym) oraz włączana do programów nauczania turystyki kulturowej na uczelniach i do programów szkoleń w celu popularyzacji w środowisku profesjonalistów. Natomiast w konkretnych przypadkach taki katalog mógłby na wniosek strony samorządowej lub turystycznej jako uczestnika konsultacji być traktowany jako część obowiązującego porozumienia. Takimi sytuacjami mogłyby być m.in. a) udzielanie wsparcia finansowego ze środków publicznych na wnioski składane przez gospodarzy obiektów o dużym znaczeniu jako atrakcje turystyki (czy to znacznego wsparcia jednorazowego w związku z remontem lub rewitalizacją albo zagospodarowaniem otoczenia obiektu, czy wsparcia udzielanego na bazie regularnej, obejmującego np. koszty oświetlenia, sprzątania otoczenia na koszt gminy czy też w sytuacji budowy elementów dedykowanych turystom[1], edukacji, upowszechnieniu dziedzictwa czy w przypadku włączenia w pakiety turystyczne z określoną korzyścią (np. opłatą za zwiedzanie itd.), b) realizacja projektu, programu czy innego przedsięwzięcia dedykowanego turystyce, ochronie i popularyzacji dziedzictwa, kompleksowej rewaloryzacji zabytków w ramach miejscowości, wyodrębnionego obszaru czy większej koncepcji w skali krajowej lub regionalnej, do którego

[1] Takimi elementami są np. taras widokowy na wieży kościelnej wraz z odnowieniem schodów czy budową windy, oświetlenie i stworzenie ścieżki zwiedzania oraz programu interpretacyjnego w krypcie itd. turystyką, edukacją, propagowaniem dziedzictwa czy w przypadku włączenia w pakiety turystyczne z określoną korzyścią (np. opłatą za zwiedzanie itd.).

beneficjentów należy dany obiekt, c) aplikowanie obiektu o status dziedzictwa UNESCO lub Pomnika Historii, gdy władze publiczne mają wziąć udział w procesie oceny i rekomendacji lub/i partycypować w kosztach badań, dostosowania, oznaczenia lub innych z tym działaniem związanych, wreszcie d) przystąpienie obiektu jako partnera do systemu eksploatacji turystycznej jak szlak tematyczny lub trasa miejska albo innego.

Wspomniany katalog może zaistnieć w wersji minimalnej (obejmującej wymagania najbardziej podstawowe) oraz rozbudowanej, którą należałoby traktować jako zestaw rekomendacji, z którego wybiera się wspólnie niektóre działania w zależności od celów danego programu, lokalnych warunków oraz możliwości gospodarzy i wspierającego ich samorządu czy innych organizacji. O ile przy tym wymagania podstawowe nie powinny być negocjowane (albo co najwyżej należałoby ustalać terminy ich spełnienia) a odnośne porozumienie lub wnioskowane korzyści powinny być uzależnione od ich uczynienia im zadość, to poszczególne wybrane rekomendacje mogłyby (lecz nie musiały) być włączane do porozumienia na podstawie uzgodnienia stron z ewentualnym określeniem skali i warunków wsparcia zarządców obiektu w ich realizacji ze strony partnera publicznego czy innego. W ten sposób przy okazji porozumienia powstawałaby jakby karta turystycznej funkcji danego obiektu. Na mocy samego porozumienia byłaby ona potem respektowana przez wszystkich uczestników i beneficjentów danego przedsięwzięcia (systemu, programu). Realizacja tak opisanej funkcji turystycznej obiektu powinna być monitorowana przez zarządcę programu czy oferty turystycznej, posługującego się uzgodnionymi instrumentami weryfikacji, stosującego określone w porozumieniu kanały i formy zgłaszania mankamentów i odstępstw (jak np. powtarzający się niezapowiedziany brak dostępności dla zwiedzania) oraz wspierającego gospodarzy w ich usuwaniu. Z drugiej strony, w celu zachowania poszczególnych elementów obsługi turystycznej (np. węzły sanitarne itd.) i środków interpretacji (jak audioprzewodniki czy projekcje multimedialne) oraz zabezpieczenia świadectw dziedzictwa udostępnianego turystom bez stałego dozoru (np. system alarmowy w przestrzeni ołtarzowej), gospodarze mogliby oczekiwać wymiernego wsparcia ze strony samorządów organizacji turystycznych lub innych partnerów porozumienia. Forma i skala owego wsparcia mogłaby być również zapisana w porozumieniu – miałaby odpowiednio do potrzeb wymiar finansowy, merytoryczny albo jeden i drugi, jako – odpowiednio - częściowa refundacja lub nawet całkowitego sfinansowanie systemu monitoringu i alarmu albo konsultacje eksperckie lub nawet wykonanie całości programu interpretacyjnego w postaci np. filmu o dziejach obiektu czy opracowania treści dla audioprzewodnika po nim.

W skład warunków z pierwszej grupy (zobowiązania) powinno wchodzić: udostępnienie fizyczne obiektu dla grup i turystów indywidualnych w wyraźnie określonym czasie wraz z listą wyłączeń z dostępności i mechanizmem zgłaszania niecyklicznego wyłączenia (podawanego z wyprzedzeniem np. w witrynie internetowej obiektu i zgłaszanego ewentualnemu koordynatorowi szlaku czy trasy), uzgodniony przez strony i zapisany regulamin zwiedzania (obejmujący zarówno ewentualne płatności, jak i zachowania niepożądane przez gospodarzy), forma oznaczenia obiektu dla turystów oraz wskazany i dostępny w godzinach zwiedzania sanitariat w pobliżu obiektu. Dla obiektów rzadziej odwiedzanych i nie posiadających środków na stałą opiekę w warunkach otwarcia już przed laty zaproponowano model realizowania dostępności [Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s. 361] nie wymagający ponoszenia przez gospodarzy kosztów, natomiast zapewniający pewne przychody. Zastosowany w kilkunastu miejscach w Polsce, sprawdza się on bez zarzutu.

Natomiast wśród elementów na liście rekomendacji, która oczywiście nie jest zamknięta, mogłyby znaleźć się: elementy interpretacji dziedzictwa wewnątrz obiektu (w wersji uzgodnionej, nieinwazyjnej w stosunku do turystów nie chcących być włączanymi w praktyki religijne), uzgodnione przez strony i zapisane warunki oprowadzania odwiedzających przez personel obiektu oraz przez przewodników zewnętrznych, inne znane i sprawdzone elementy obsługi turystycznej, w tym wszystkie te, które już istnieją w obiekcie (np. mikroevent adresowany dla grup turystycznych i sposób jego rezerwacji lub warunki uczestnictwa w nim, stoisko z literaturą itd.).

W opinii piszącego te słowa, podział obiektów sakralnych ze względu na ich funkcję turystyczną i związane z nią rekomendacje (czy wymagania w warunkach opisanych powyżej) powinien być trójdzielny i obejmować:

1. obiekty sakralne o znaczeniu formalnie uznanego dziedzictwa (UNESCO, Pomniki Historii),
2. obiekty sakralne posiadające istotne walory turystyczno-kulturowe stwierdzone przez ekspertów danej dziedziny, kiedy w stosunku do nich zachodzi jedna lub obie z dwóch poniższych sytuacji: 2a) gdy ich gospodarze deklarują uczestnictwo w przedsięwzięciach turystyki kulturowej (regionalnych, jak szlaki czy obszarowych-lokalnych jak m.in. systemy miejskie typu trasy zwiedzania) lub 2b) gdy otrzymały one lub mają otrzymać wsparcie publiczne w związku z inwestycjami powiązanymi z turystyką, edukacją albo ochroną dziedzictwa.
3. pozostałe obiekty sakralne (więc znakomitą ich większość), które tym samym nie miałyby żadnych zobowiązań, a zatem ich zwiedzanie byłoby zależne od

dobrej woli gospodarzy. Oczywiście nie wyklucza to zastosowania się z ich strony do powyżej zarysowanego katalogu oczekiwań czy to z własnej inicjatywy, czy to na prośbę i z jakąś formą udziału środowiska tworzącego lokalną ofertę turystyczną albo organizatorów turystyki.

Sformułowanie, przyjęcie i opublikowanie takiej propozycji (a w określonych powyżej obiektach - wdrożenie takich rozwiązań w ramach porozumień) miałoby szereg zalet. Po pierwsze, wprowadziłoby w powszechny obieg pewien wzorzec współpracy między gospodarzami obiektów sakralnych, samorządami i zarządzającymi turystyką oraz organizatorami wypraw, który, rozpowszechniany m.in. w edukacji akademickiej, miałby szansę szybko stać się ogólnokrajowym standardem. Po drugie, uzmysłowiłoby wszystkim tym trzem stronom, że świadczenia strony publicznej (czyli pośrednio: podatnika) na rzecz pozostających we własności lub pod zarządem instytucji religijnych obiektów posiadających walory dziedzictwa nie muszą i nie powinny być jednostronne, a ich ekwiwalentem jest m.in. udostępnianie przez te instytucje owego dziedzictwa mieszkańcom oraz turystom jako beneficjentom takiej wymiany: nie tylko w poszanowaniu sakralnego charakteru tych miejsc, ale też i zgodnie ze standardami dostępności turystycznej, a nie powinno zależeć tylko od dobrej woli (czy chwilowego nastroju) gospodarzy. Po trzecie, zasady dostępności dla turystów obiektów sakralnych w ramach szlaków, tras i innych programów, określone w porozumieniach czy innych dokumentach akcesyjnych do tych programów stanowiłyby gwarancję zachowania standardu jednolitego dla całego takiego systemu oraz stopniowo budowałyby wiarygodność propozycji szlaku (ale i lokalnej turystyki) wśród organizatorów turystyki i indywidualnych turystów – dla których ta dostępność jest wyznacznikiem wartości wizyty w danym miejscu, a czasem organizowania czy podejmowania czy całej imprezy. Po czwarte, włodarze środków publicznych mogliby łatwiej uzasadniać przez podatnikami ich wydawanie na projekty i przedsięwzięcia realizowane w obiektach stanowiących własność organizacji religijnych, które często przecież naprawdę służą budowaniu kapitału kulturowego i/lub wpływają na wzrost wpływów z turystyki i tym samym są pożyteczne dla całej społeczności.

Jedną z dróg do skutecznego wdrożenia zasad turystycznego udostępniania cennych obiektów sakralnych turystom - obok ich opublikowania i wspomnianego wyżej włączania w porozumienia związane z inwestycjami, wsparciem lub programami turystyki kulturowej może być także organizowanie w ramach szlaków i programów obszarowych (w tym miejskich) szkoleń lub konsultacji dla duchownych opiekujących się takimi obiektami. Takie szkolenia (organizowane w związku z rozpoczynaniem programów) lub indywidualne konsultacje

w przypadku akcesji lub wnioskowania i wparcie powinny być obligatywne i zawierać kluczowe informacje o projekcie (systemie) oraz wspomniany katalog wymagań i rekomendacji. Ich rezultatem byłoby zorientowanie gospodarzy obiektów w zasadach i elementach faktycznej dostępności turystycznej, przekazanie im wzorów regulaminów zwiedzania i pomoc w zredagowaniu własnych, uwzględniających miejscowe warunki.

Na zakończenie pozwolę sobie jeszcze sformułować uwagę dotyczącą szczególnego rodzaju obiektów sakralnych. Otóż łatwo zauważalna (bo widowiskowo manifestowana w wielu miejscach) specyfika polskiej religijności wyrażającej się m.in. w relatywnie częstych i masowych spotkaniach w miejscach uznawanych za święte skłania część krajowych analityków turystyki do koncentrowania badań na aktywności o charakterze pielgrzymkowym. Jednak obok niej istnieje i rozwija się kulturowa turystyka religijna, której wyprawy kierują się ku tym samym miejscom i obiektom, bazując jednak na motywacji poznawczej ukierunkowanej na dzieje religii i idei religijnych lub reprezentującej je sztuce. Wspomniane obiekty odwiedzają także (zapewne nawet liczniej) pozostali turyści kulturowi, nie zainteresowani treściami religijnymi, a tylko świadectwami dziedzictwa, w tym m.in. historii oraz turyści rekreacyjni, zainteresowani nimi na zasadzie takiej samej, jak innymi rodzajami atrakcji. Dlatego gospodarze miejsc o dużym znaczeniu religijnym (najczęściej mających status sanktuariów), przyciągających dziś duże grupy pielgrzymów, bądź - jeśli z rożnych powodów owi gospodarze się na to nie zdecydują - przynajmniej samorządy miejscowości, których potencjał turystyczny takie obiekty w dużej mierze tworzą, powinni starać się w jakiejś formie pozyskiwać wiedzę o rzeczywistym składzie odwiedzających je (a są wśród nich nie-pielgrzymi), o rzeczywistych potrzebach owych odwiedzających (nie tylko tych religijnych, ale i poznawczych). W miarę swoich możliwości powinni stopniowo dostosowywać propozycje zwiedzania obiektów i ewentualne inne programy konfrontacji z dziedzictwem (w tym z ideami religijnymi) do potrzeb poszczególnych typów religijnych turystów kulturowych, a może także pozostałych uczestników turystyki kulturowej. W przeciwnym przypadku długotrwałe ignorowanie zainteresowań i oczekiwań rosnącej grupy odwiedzających motywowanych nie tylko religijnie, lub nie powodowanych taką motywacją w ogóle, w krótszej czy dłuższej perspektywie odbije się negatywnie nie tylko na liczbie odwiedzin (i ruchu turystycznym w danej miejscowości), ale pośrednio również na zainteresowaniu obiektem i ostatecznie samymi ideami religijnymi, które się w jego funkcjonowaniu materializują, są przez nie reprezentowane i rozpowszechniane.

Zagadnienie 12

Wpływ środków masowej komunikacji na zachowania w ramach turystyki kulturowej.

Media mają znaczący wpływ na zachowania turystyczne, uczestnicząc w kreowaniu ich wzorców i promując destynacje. Czy współczesne środki komunikacji masowej (telewizja, Internet, prasa, radio) propagują zachowania wpisujące się w ramy turystyki kulturowej? Czy medialne formy przekazu (audycje, filmy dokumentalne, reportaże, blogi, dyskusje i pozostałe) uczą świadomego i odpowiedzialnego podróżowania, czy też jest wręcz przeciwnie? (EM)

W przyjętej tu konwencji zwięzłej odpowiedzi trudno byłoby zmieścić systematyczny zarys panoramy mediów. Pozostaje zatem wskazać wraz z przykładami zasadnicze elementy wpływu mediów na zachowania turystyczne, których oddziaływanie dostrzega uważny praktyk organizacji turystyki kulturowej mający do czynienia z turystami i na te, których zawartość i poziom treści docenia badacz fenomenu turystyki kulturowej.

Przy tak szeroko sformułowanym pytaniu odpowiedź może być jedna. Tak, media propagują zachowania turystyczne, w tym zarówno te pożądane w turystyce kulturowej (i – szerzej – zrównoważonej) jak i, niestety, te inne, które nierzadko potem stają się częścią opisów tzw. dysfunkcji turystyki.

Na początek i najszerzej warto zanalizować medium najmłodsze, a jednocześnie zapewne już teraz najbardziej wpływowe: Internet. W kontekście postawionego pytania jest to - pozwolę sobie użyć metafory – rodzaj wielkiego stawu „hodowanych informacji" z olbrzymią różnorodnością gatunków, jednak także o bardzo zróżnicowanej wartości „odżywczej". Zatem jest to rodzaj zbiornika, w którym można znaleźć naprawdę wszystko. A wśród tego „wszystkiego" między innymi portale promujące i wspierające etyczną turystykę, jak trudny do przecenienia brytyjski „Tourism Concern [2016] albo publikowaną wyłącznie online polską *„Turystykę Kulturową"* z jej (już sama nazwa zdradza zamierzenia twórców) portalem popularyzacyjnym [TK.eu 2016]. Systematycznie popularyzuje ona krajowe walory i atrakcje kulturowe, a także eventy (cykliczne imprezy kulturalne), obszary recepcji (mikroregiony) oraz tematyczne systemy eksploatacji turystycznej (tematyczne szlaki kulturowe).

Są w Internecie – również w jego polskojęzycznej przestrzeni - także portale krytyczne i refleksyjne, odstające od empirycznie stwierdzalnej treści na poziomie śmieciowym, jak na przykład cytowany już w tej publikacji *„post-turysta"* [2016].

Są także portale questingowe i gier miejskich, zachęcające do samodzielnego zwiedzania i dostarczające do niego narzędzi (a jednocześnie jakże często kreujące sztuczne atrakcje lub nawet całe (jak to ujęli antropolodzy kultury [Hobsbawm, Ranger 2008] „wynalezione tradycje". Są też bardziej i mniej profesjonalnie prowadzone portale turystyczne miast czy szlaków tematycznych. Wiele z nich wyglądających na porzucone po zakończeniu dotowanego projektu lub zniechęceniu prowadzącego – zamieszcza treści wycięte ze starych przewodników i nieaktualne dane organizacyjne, jak dni i godziny otwarcia atrakcji. Inne - przeciwnie - oferują przemyślane „sposoby" na miasta lub szlaki, umożliwiające turyście konstruowanie własnej interpretacji tego, z czym się spotyka, zamiast gotowej i narzuconej mu „narracji". Nietrudno znaleźć w sieci katalogi touroperatorów wyspecjalizowanych i zweryfikowanych przez tysiące zadowolonych turystów, którzy oferują zetknięcie z wielkim dziedzictwem i żywą kulturą oraz jej nosicielami – ludźmi [Studiosus, Gebeco, a w Polsce Africa Line czy Logos Travel]. Ale są tam i internetowe „haczyki" przeróżnych cwaniaków i wydrwigroszów, oferujących łudząco podobne w swoich programach propozycje wypraw za znacznie niższe ceny, a potem przeganiających turystów od atrakcji do atrakcji i zatrudniających pilotów wycieczek np. w Turcji na podstawie jedynie… dobrej znajomości angielskiego (przypadek znany osobiście piszącemu te słowa)…

Obok portali instytucji, organizacji, podmiotów komercyjnych, funkcjonują w Internecie także tzw. media społecznościowe. Media tego rodzaju mają coraz większe znaczenie dla turystów w procesie wybierania miejsc docelowych wypraw turystycznych. I tu krajobraz jest podobny: wielki staw pełen płoci, z cennymi okazami, trudnymi do wyłowienia, a przez to znajdowanymi i docenianymi zazwyczaj przez niewielkie grupy znających się na rzeczy insiderów. W sumie bowiem internetowe strony turystyczne, ze swoją głównie informacyjną (często jawnie lub ukrycie sponsorowaną) zawartością przyciągają jednak znacznie więcej turystów poszukujących szybkich, konkretnych rad niż obfite i idące w zakresie i treści szerzej i głębiej blogi, którym jeszcze daleko do tego, by stać się głównym nurtem pozyskiwania informacji o podróżach. Tymczasem to właśnie tam, w blogach doświadczonych globtroterów, w zespołowych publikatorach pasjonatów można znaleźć coś więcej niż informacje i wskazówki, bo poparte jakimś naturalnie narosłym autorytetem świadomego podróżnika oceny i osobiste rady. A te – w mojej opinii – w największym stopniu mogłyby wpływać na potencjalnych turystów w pożądanym kierunku. Mogłyby mianowicie niezobowiązująco i bez budzenia wrażenia kolejnej zinstytucjonalizowanej edukacji uczyć ich, jak być turystą, jak się zachować, jak wybierać, patrzeć i dostrzegać.

Bo, jak wiadomo, dostrzeganie także jest sztuką, w podróżowaniu może nawet największą.

Podsumowując: w Internecie dokonuje się na bardzo szeroką skalę promocja turystyki kulturowej, w tym także tej kreatywnej, mającej przed sobą w prognozach niektórych badaczy najbardziej dynamiczny rozwój.

Krótko o telewizji. W tym medium obraz turystyki wygląda znacznie gorzej. Są wprawdzie w naszej polskiej telewizji nadal dostępne bardziej ambitne reportaże i całe kanały, które wśród programów lepszych i gorszych zawierają często prawdziwe perełki. Niestety, nie są to kanały polskie. Dobrze jednak, że dzięki tłumaczeniom od dawna może je oglądać także przeciętny polski turysta. W tej grupie tytułem przykładów wystarczy wymienić kanały wspomniane przez P. Buryana „*Travel Chanel*" i „*National Geographic*", czy „*Discovery Travel and Living*". Jednak niedościgłe wzory - programy takie jak Tony`ego Halika i Elżbiety Dzikowskiej „*Tam gdzie pieprz rośnie*" (i seria kolejnych) albo choćby „*Klub sześciu kontynentów*" znikły już z ekranów. Ich ambitni następcy (w tym także starający się z różnymi efektami o poziom „*Klub Bacpakera*"), nie mogą niestety pod względem oglądalności (a więc i wpływu) porównywać się z programami tzw. „trawelcelebrytów".

Ci ostatni są w mojej opinii w większości szkodnikami na wielką skalę. W swoim pędzie do efektownych wypowiedzi powiązanym z typowym dla nich niedouctwem, prześcigają się wzajemnie w rozprzestrzenianiu powierzchownych opinii o odwiedzanych miejscach i spotkanych ludziach. Niektórzy z nich bez wstydu głoszą z ekranów, stron swoich „książek podróżniczych" i na blogach całkowite bzdury a nawet szkodliwe, etnocentryczne, neokolonialne hasła. Wystarczy przypomnieć wręcz rasistowskie wykrzyki jednego z takich „autorytetów", cytuję: "głupie ludzie… bałwanom oddają chwałę". Z nieco większym taktem postępują realizatorzy programów konkurencyjnych, jednak i tam jesteśmy konfrontowani z dość powierzchownym spojrzeniem na inne kultury. Potrzeba ograniczenia głębokości refleksji w programach – jakby nie było – popularyzatorskich, skierowanych do laików jest zrozumiała. Jednak i tam można i należy zaznaczać (i pokazywać) że świat inny, daleki, także posiada swoje złożoności odpowiadające złożoności naszego rodzimego kręgu kulturowego. Rzekome paradoksy łatwo sprzedają się w mediach jako „absurdy"). Jednak liczne trudne do zrozumienia da przeciętnego europejskiego zjadacza chleba instytucje są dobrze umocowane w tamtejszych korzeniach kulturowych, w strukturach wypracowanych w ramach wielowiekowych procesów budowy społeczności, które na swój sposób i znakomicie radzą sobie z urządzaniem życia ludzi w otaczającym świecie i z głównymi problemami danej cywilizacji. I tak oto znaleźliśmy się przy owej

najważniejszej kwestii, od dawna będącej przedmiotem antropologii kulturowej. przecież jeśli do niedawna nawet badacze oglądali „innych" przez pryzmat własnych instytucji i rozwiązań społecznych (z obowiązkowym porównaniem z wysokości własnego „postępu"), to trudno oczekiwać od twórców przekazu medialnego, daleko nie tak bardzo wyrobionych i najwyżej powierzchownie znających świat zewnętrzny, by tworzyli rzetelny przekaz rzeczywistości. Nie można też wymagać, by byli mistrzami w konstruowaniu i przekazie solidnej i na dokładkę atrakcyjnej dla odbiorców (a tak rzadko to się daje pogodzić) edukacji turystycznej, to bowiem wymaga jeszcze innych umiejętności. A już jakiejś możliwej do systematycznego ujęcia wyraźniejszej linii czy ścieżki edukacyjnej w zakresie świadomego czy ekologicznie odpowiedzialnego podróżowania próżno chyba szukać w polskich programach telewizyjnych. Znając wyłącznie komercyjne ukierunkowanie strategii polskich stacji telewizyjnych (w tym także tych publicznych), jakoś się temu nawet nie dziwię. Zwrócę uwagę jeszcze na przykład oddziaływania telewizji w drugą stronę – niejako „z wewnątrz do wewnątrz", czyli na linii „uczymy się od samych siebie". Tu wymienię nieszczęsne „*Pamiętniki z wakacji*" propagujące na tle wykreowanych przygód najgorsze wzory aktywności turystycznej… oglądane potem przez przynajmniej setki tysięcy, co nie pozostaje bez wpływu na ich praktyki turystyczne. Tak jak w odniesieniu do innych dziedzin ludzkiego życia i gospodarczej działalności, dzisiejsza telewizja musi przede wszystkim zarobić i oferuje potencjalnym turystom głównie te tematy i obrazy, które oni chcą oglądać. A potem obrazy kreują ludzką rzeczywistość i oto w postaci owej stosowanej „imagologii" (celne określenie M. Kundery) faktem staje się hiperrzeczywistość tak krytycznie opisana przez Baudrillarda. Trudno więc ocenić, czego uczy telewizja. Być może, jak pisze ten właśnie jej najwybitniejszy analityk i krytyk, „utraciła już zdolność kreowania wyobrażeń, a stało się tak, ponieważ sama przestała być obrazem, niczego już nie sugeruje, a pozostaje jedynie pozbawionym głębi ekranem, czy wręcz jedynie terminalem i to umieszczonym w naszej głowie [Baudrillard, 2005, 67-68]. Zapewne jej udziałem stanie się los Internetu, którego każdy odbiorca montuje sobie z tej wielosmakowej papki własny produkt, który potem wpływa na niego w jednym albo właśnie w drugim kierunku. Nie rokuje to dobrze w kontekście omawianej kwestii.

W prasie codziennej mamy niestety do czynienia z podobnymi procesami. Z nielicznymi wyjątkami w krajowych dziennikach tak zwane dodatki turystyczne piszą coraz częściej ludzie tak słabo zorientowani w realiach destynacji turystycznych (nie wspominając już o pozaeuropejskich środowiskach kulturowych), że można dobrze uzasadnić podejrzenie, iż redakcje zatrudniają w tych działach tanich lub darmowych stażystów. Tę opinię uzasadni dodatkowo

własne doświadczenie piszącego. Otóż kilkukrotnie byłem proszony o wypowiedzi do ogólnopolskich lub regionalnych gazet na temat tego czy tamtego regionu, typu występujących tam walorów, albo szlaku czy fragmentu polskiego lub niemieckiego dziedzictwa kulturowego w jego aspekcie turystycznym. Już sama lista postawionych pytań, ale także forma rozmowy z pytającym ukazywała jego znikome przygotowanie do tematu. Potem zaś (okraszony cytatami z rozmowy) ukazywał się tekst pełen błędów rzeczowych i nieuzasadnionych twierdzeń, wyjętych wprost z internetowych encyklopedii. Oczywiście i tu można znaleźć przysłowiowe światełko w tunelu. Pozytywną rolę odgrywają nadal specjalizujące się w tematyce turystycznej czasopisma (zwłaszcza miesięczniki), jak zasłużony „*Poznaj świat*", choć i one nie zawsze potrafią się ustrzec od powierzchowności czy uogólnień. Ich regularni czytelnicy w pewnym stopniu są wychowywani do turystyki kulturowej: przynajmniej uważnej, czyli aktywnej w dostrzeganiu tego, co niekoniecznie podane na stole (czyli na przykład w narracji standardowego książkowego przewodnika) i w zadawaniu pytań opiekunom turystycznych wycieczek, gospodarzom i napotkanym ludziom. Nie można w tym kontekście nie wspomnieć świetnych reportaży, publikowanych na przykład w „*Gazecie Wyborczej*" przez liczną grupę prawdziwych mistrzów, jak ongiś Ryszard Kapuściński, a bliżej naszego czasu Jacek Hugo-Bader i Wojciech Jagielski. Takie teksty na pewno odkrywają i prezentują tysiącom ludzi złożoność kultur, problemy ludzi… i wartość podróżowania z otwartymi oczami. Do ilu jednak te teksty trafiają, to już inne pytanie.

Rolę mocno niedocenioną odgrywa radio. To tam można (niestety obok wspomnianych travelcelebrytów i ich jeszcze mniej ciekawych klonów) posłuchać autentycznych pasjonatów, ludzi żyjących przez lata w jakimś kraju i wtopionych w tamtejsze środowisko, autorów ciekawych książek. Tytułem przykładu: uczestnicząc w roku 2011 w kilku radiowych audycjach, promujących kulturowe podróże po Polsce i ambitne zwiedzanie mojego miasta – Poznania, właśnie w radiu (była to poznańska antena „Radio Merkury") spotkałem najlepiej przygotowanego do wywiadu człowieka mediów, niestety niedawno nagle zmarłą redaktor Monikę Szwajcer. To była prawdziwa mistrzyni rozmowy wartkiej, na prostym, dostępnym wszystkim odbiorcom poziomie, a jednocześnie na tyle wykraczającej poza powierzchowne standardy dzisiejszego radia, wręcz dogłębnej, że była w stanie w krótkim czasie odbiorców zaciekawić, a także całkiem sporo nauczyć. Myślę, że w odniesieniu nie tylko do turystyki poziom i wpływ edukacyjny radia jako medium stoi i pada z takimi właśnie ludźmi. W kontekście ostatnich wydarzeń w naszym kraju (słowa te są pisane w lecie roku 2016) należy z troską zapytać,

czy więcej ludzi tego pokroju i kompetencji do jego redakcji przychodzi, czy z nich odchodzi…

Podsumowując niniejszą refleksje: media, pomimo ich postępującej pauperyzacji i rozpowszechnieniu bylejakości są w stanie nadal wiele nauczyć, mogą nawet do dobrej, mądrej turystyki wychować. Niestety, dzieje się to głównie w niszach, które trzeba w nich pracowicie wyszukiwać. Te nisze natomiast odnajdują głównie ludzie już poprzednio uwrażliwieni na pewne wartości i jakości, zatem niekoniecznie będący w największej potrzebie „wychowania" do świadomej i odpowiedzialnej oraz otwartej na świat turystyki. Natomiast ci, których wychowywać należy jak najpilniej lub jak najintensywniej – nasi masowi turyści i kandydaci na nich z kolejnego pokolenia wchodzącego w dorosłość, w ogromnej większości nie zadają sobie trudu dotarcia do takich przekazów, albo – jeśli już przypadkiem je napotkają – ich treściami i formami się raczej nudzą. Oczywiście, oni także w nieskończonej masie publikowanych przez media treści znajdą sobie odpowiedni do swoich zainteresowań przekaz. Ten ich jednak raczej wiele nie nauczy, nie wychowa i nie ukierunkuje. Czy i jak można to zmieniać - to pytanie raczej do specjalistów od mediów i edukacji.

Zagadnienie 13

Rola i znaczenie niematerialnego dziedzictwa kulturowego w kreowaniu ofert na rynku turystycznym

Turystyka masowa zazwyczaj ogranicza się do "naskórkowej" eksploracji miejscowości i obszarów bogatych w obiekty zabytkowe. Uwaga "minutowych turystów" w naturalny sposób skupia się w tym ujęciu na najcenniejszych obiektach oraz materialnym dziedzictwie ruchomym, prezentowanym w muzeach. To skutkuje spłyceniem i spłaszczeniem doświadczenia odwiedzanych miejsc, często ograniczając je do pocztówkowych wspomnień i fotografii najważniejszych zabytków. Trudno liczyć na zmianę tego podejścia na szeroką skalę, jednak warto zastanawiać się, w jaki sposób wzbogacać rynek usług turystycznych, poszerzać ofertę umożliwiającą głębsze przeżycia, "mentalną eksplorację" miejsc, będących celem turystycznych podróży. Jaka w tym kontekście jest lub może być rola i znaczenie niematerialnego dziedzictwa kulturowego w kreowaniu ofert na rynku turystycznym? (ŁG)

W samym pytaniu można już odnaleźć część odpowiedzi. Trudno mianowicie przypuszczać, że dziedzictwo niematerialne w krótkim czasie stanie się w poważnym stopniu przedmiotem masowego zainteresowania turystów. Powodów jest wiele, wśród nich jako nie najmniej ważny faktor należy wymienić postępujące umasowienie podróży do tzw. popularnych destynacji. Jest ono stale ułatwiane przez otwierające się kolejne granice, mnożące się tanie loty i niezliczone internetowe oferty, konkurujące wzajemnie cenami. Naturalnym tego skutkiem jest przesuwanie się proporcji ilościowych wśród osób odwiedzających także destynacje z przeważającą ofertą o charakterze kulturowym. Wykorzystując klasyfikację Bywatera i Nahrstedta [1997, s. 105-109] można ten proces podsumować jak następuje: wśród uczestników dzisiejszej turystyki kulturowej maleje procentowy udział turystów motywowanych kulturowo (choć gdyby mierzyć w liczbach bezwzględnych, jest ich zapewne nawet nieco więcej niż przed kilku laty). Rośnie natomiast udział turystów kulturowo zainteresowanych, częściej poddających się „modom" i „trendom" niż świadomie decydujących się na kontakt z konkretnymi aspektami dziedzictwa kultury [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 54-55]. Może w jeszcze większym stopniu przybywa też turystów przyciąganych kulturowo [Tamże]. Ci ostatni z jednej strony nie są ukierunkowani na spotkanie z dziedzictwem i w kulturowymi aspektami czy - szerzej - życiem społeczeństw na odwiedzanych obszarów, ani też w żaden sposób nie przygotowują się na nie,

ponieważ go nie planują, a tylko spontanicznie lub nawet przypadkowo podejmują w nim uczestnictwo. Nie dziwi więc fakt, że jest to grupa zadowalająca się gotowymi propozycjami touroperatorów lub tych gospodarzy z którymi się stykają na miejscu. A te obejmują (jeśli w ogóle) najważniejsze i najbardziej znane obiekty dziedzictwa proponując ich zwiedzanie w krótkim czasie i z najprostszą, skrojoną dla „masowego turysty" informacją.

Negatywny wpływ na zainteresowanie i otwartość przeciętnego turysty ma rosnący poziom tabloidyzacji w przekazie informacji i w ogóle w sposobie działania (oraz odbioru) mediów. Kolejnym faktorem jest obniżenie poziomu (nie powszechności!) ogólnego wykształcenia przynajmniej w Europie, które jest skutkiem kolejnych reform edukacji na poziomie sekundarnym, średnim i wyższym, połączone już to z „odchudzaniem" programów (jak w ostatnich polskich reformach podstaw programowych) czy z faktycznym demontażem merytorycznych standardów studiów na rzecz osławionych punktów ECTS i podobnych wynalazków. W turystyce przekłada się ono na osłabienie "popytu" na coś więcej niż kontakt wzrokowy (albo lepiej: „multimedialny") i pamiątkowe zdjęcie kolejnego obiektu. Owym „więcej" byłoby głębsze i wieloaspektowe spotkanie z kulturą miejsca rozumianą jako „Sitz im Leben" – środowisko, przyczyna powstania i pierwotny cel zaistnienia oglądanych i zwiedzanych wytworów tej kultury. Dotyczy to przy tym zarówno wytworów niematerialnych (których treść nie da się wyczerpać w oferowanych „obrazkach"), a więc trudniejszych do zaprezentowania z jednej, i zrozumienia z drugiej strony, jak i fizycznie istniejących artefaktów, o ile nie wywierają one bezpośredniego i natychmiastowego wrażenia na odbiorcy: na przykład przez swoją wyjątkową wielkość (piramidy, coraz wyższe wieże), rzucającą się w oczy formę prowokującą przez swoją niekonwencjonalność (np. Kunsthaus w Grazu) lub też o ile nie mają powiązania z jakimś aktualnie wszechobecnym medialnym tematem (np. WTC w Nowym Jorku) w latach po 2001. Na liście wycieczek zawsze oczywiście pozostaną najważniejsze obiekty wielkiej historii (jak Forum Romanum, Tower of London) czy powszechnie znane zbiory tzw. kultury wysokiej (jak Luwr czy florencka Galleria degli Uffizi). Jednak również ich samych już od dawna dotyczy wspomniana w pytaniu "naskórkowa eksploracja". Zatem i w przypadku najważniejszych obiektów widzialnego, materialnego dziedzictwa uprawnione jest najpierw pytanie, czy w skali większej niż promilowa odbywa się tam konfrontacja z tym dziedzictwem, a nie tylko percepcja (w tych przypadkach oryginalnego czy nawet „kultowego") jego obrazka. Natychmiast pojawia się i druga kwestia: jakie działania należy podjąć i jakie instrumenty zastosować, by taka konfrontacja mogła mieć miejsce w liczniejszych przypadkach? Z kolei w odniesieniu do tysięcy innych miejsc, mniej znanych

i nie posiadających wiecznej gwarancji na milionowe odwiedziny (a poza najwyżej kilkoma należą do nich polskie walory kulturowe) pytanie to nabiera jeszcze innego znaczenia: jak zapewnić im w ogóle zainteresowanie turystów na większą skalę, nie popełniając przy tym wszystkich popełnionych już gdzie indziej błędów i nie sprowadzając ich do roli kolejnych, nie tak już wielkich i „ładnych" obrazków, zaprzepaszczając szansę na przekaz ich kulturowych kontekstów, narracji i uniwersalnych lub właśnie unikalnych wartości.

Kto natomiast, co i jak powinien uczynić i jakich instrumentów użyć, by elementy dziedzictwa niematerialnego pojawiły się w ofercie miejscowości i w propozycjach wypraw turystycznych, by posiadły wystarczającą atrakcyjność dla turysty dzisiejszego i jutrzejszego, a jednocześnie by „mówiły" do niego i były przezeń „wysłuchane", a nie tylko stanowiły obiekt zaliczenia. I kwestia precyzująca: jaką rolę te propozycje mogą i powinny odegrać w całości oferty turystycznej, jakie miejsce należy im w niej przydzielać? To pytania warte opasłej monografii z jednej strony i wieloaspektowego projektu menedżerskiego z drugiej. Dlatego - w ramach założonej w tej książce krótkiej formy ograniczę się do opisania wybranych kwestii i wskazania kilku możliwych rozwiązań, pozostawiając resztę z tak zarysowanego pola refleksji specjalistycznym i detalicznym analizom. Niezależnie od tego warto zachęcić badaczy poszukujących tematów na pożyteczną dysertację do zbadania tej grupy zagadnień w szerszym zakresie i do podjęcia analizy funkcjonujących już w wielu miejscach rozwiązań i ich efektywności. Popularnym sposobem prezentacji i przekazu niematerialnych elementów dziedzictwa w turystyce są eventy „ożywiania" historii. W przestrzeni turystycznej Europy, w tym także Polski funkcjonują już teraz setki dłuższych, kilkudniowych imprez cyklicznych, tworzące czasem kulminacyjne momenty turystycznego cyklu na szlakach tematycznych i eksponujące właśnie niematerialne elementy eksploatowanego przez nie dziedzictwa. Przykładem takich eventów mogą być Festiwal Bajek w Hanau czy Dni Bajek w Bad Oeynhausen w ramach Niemieckiego Szlaku Bajek albo Festyn Cysterski w Pelplinie. Eventy tematyczne, oparte na niematerialnym dziedzictwie mogą spełniać taką samą rolę w życiu kulturalnym i ofercie tematycznej miejscowości, pielęgnujących konkretny aspekt dziedzictwa, którym jest np. wydarzenie z historii albo ważny element dziejów gospodarczych. Stają się one w ten sposób zarówno elementem współczesnej tożsamości miasta i jego wizytówką, jak i „opowiadaniem", skierowanym do turystów. W poszczególnych punktach swojego programu imprezy oddziałują przy tym za pomocą różnych środków na zmysły turystów (wzrok, słuch, smak), ale też docierają do nich na różnych poziomach percepcji i w różnych rejestrach językowych, co zwiększa ich efektywność i szanse na pogłębione spotkanie

odbiorców z prezentowanym im dziedzictwem. Przykładami takich eventów w naszym kraju mogą być „Koronacja Królewska" w Gnieźnie, doroczne „oblężenie" Malborka, czy Bolesławieckie Święto Ceramiki.

Inną już kwestią (i polem do działania dla profesjonalistów w dziedzinie historii, kulturoznawstwa, psychologii rozwojowej, pedagogiki i komunikologii) jest dość często „siermiężny" poziom prezentowany aktualnie przez większość z krajowych imprez eksploatujących dziedzictwo. Bardzo wiele z nich, mimo swojej „tematycznej" nazwy, w istocie pozostaje lokalnymi festynami, wykorzystującymi atrakcyjne logo dziedzictwa dla pozyskania środków z funduszy wspierających kulturę czy turystykę lub dla przyciągnięcia turystów. Raczej na zasadzie listka figowego włącza się w ich program jeden lub parę elementów niematerialnego dziedzictwa (koncert, parada w strojach historycznych, pokaz rekonstrukcyjny). Tego rodzaju praktyka jest bardzo krótkowzroczna: z jednej strony bowiem rozczarowuje się liczną grupę turystów, przyciągniętych hasłem wiodącym i ambitnie opisanym programem (ci zaś tym rozczarowaniem na pewno dzielą się z innymi), z drugiej: blokuje się możliwość wykreowania za te same środki prawdziwej tematycznej imprezy kulturalnej. Jeśli eventy z tej grupy miałyby stać się faktycznymi nośnikami autentycznego dziedzictwa, zyskać atrakcyjność i jednocześnie wspomnianą efektywność, to konieczne byłoby zaangażowanie zespołów takich specjalistów, pracujących na przykład w ramach projektów i opracowujących tak sam program, jaki szczegółowe scenariusze elementów tych imprez. Inną odmianą przekazu dziedzictwa w formie eventu jest krótkotrwała impreza, trwająca od kilkunastu minut do godziny lub nieco dłużej, określana przeze mnie w opracowaniach konsekwentnie mianem mikroeventu. Może ona mieć formę prezentacji, projekcji filmu, pokazu „na żywo", prelekcji z użyciem multimediów lub pokazu multimedialnego, warsztatu z aktywnym udziałem turystów czy koncertu. Wymagania dotyczące obsługi personalnej takiej imprezy są znacznie niższe (często wystarczy jedna osoba, np. etatowy pracownik obiektu lub nawet tylko uruchomienie przezeń projekcji czy filmu) oraz struktura jej kosztów (w przeciwieństwie do dłuższych eventów - w większości ponoszonych przy jej organizacji, a potem znacznie niższych w codziennej „eksploatacji"), co umożliwia jej częstsze wykorzystanie w miejscach i obiektach. Może więc być proponowana na zamówienie zorganizowanych grup turystów albo organizowana w określone dni, np. o konkretnej godzinie w weekendy w trakcie sezonu turystycznego (jeśli wymaga obsługi przez zewnętrzny personel, np. grupę rekonstrukcyjną), albo nawet stanowić stały element zwiedzania obiektu (kiedy to w konkretnym miejscu na jego trasie proponowany jest film czy pokaz multimedialny). To właśnie mikroeventy w największej mierze nadają się

do „ożywiania” ekspozycji muzealnych i obiektów historycznych, są zresztą w coraz większej skali także w naszym kraju wprowadzane do ich stałej oferty. Ich treścią – obok opisu czy prezentacji historii - może i powinno być właśnie niematerialne dziedzictwo, a w interesie jego głębszego przekazu także i one powinny być kreowane z udziałem specjalistów zarówno od tego aspektu dziedzictwa (ci zazwyczaj są zapraszani do współpracy), jak i tych od skutecznego i atrakcyjnego jego „opakowania”, co niestety nie zawsze ma miejsce.

W oprowadzaniu po miastach, które w ostatnich latach zmuszone jest do konkurencji z multimedialnymi przewodnikami, obok klasycznego pokazywania i interpretacji materialnego dziedzictwa (zabytków) coraz częściej pojawia się element eksploatujący także jego aspekt niematerialny. Jest to **zwiedzanie fabularyzowane**, w którym uczestniczy jeden lub więcej przewodników, ucharakteryzowanych na postaci historyczne lub dawnych mieszkańców albo osoby pełniące określone role społeczne czy funkcje we wspólnocie miejskiej. Opowiadają one poszczególne legendy czy miejskie „historie”, urozmaicając przekaz (a przez to wzmacniając jego efektywność jego odbioru) przez posługiwanie się archaizowanym językiem, gwarą, oraz za pomocą krótkich inscenizacji w poszczególnych miejscach. Takie zwiedzanie jest wprawdzie powiązane z miejscami (a więc z dziedzictwem materialnym), jednak dzięki zastosowaniu narracji subiektywnej (a często alternatywnej, pochodzącej na przykład od antagonisty bohaterów albo od „anonimowego”, neutralnego lub reprezentującego określoną warstwę społeczną albo opcję polityczną świadka wydarzeń) wydobywa inne wątki lub interpretacje dziedzictwa i tym samym pogłębia spotkanie turysty z nim. Podobną rolę odgrywają proponowane w niektórych miejscach historycznych imprezy typu „**światło i dźwięk**” czy (wymagające większej aktywności i samodzielności turystów) gry historyczne lub **gry miejskie**. W przypadku tych ostatnich warto zwrócić uwagę na fakt, że niemal zawsze – jakkolwiek przestrzenią jest materialna substancja miasta – ich wiodącym tematem jest jakiś aspekt niematerialnego dziedzictwa eksplorowanego miejsca. W kontekście tej formy przekazu niematerialnego dziedzictwa należałoby przypominać organizatorom lokalnej oferty turystycznej w miejscach historycznych i miastach, że zawsze wśród walorów, które można oferować turystom (i którymi także można ich przyciągnąć) są nie tylko same miejsca i ich wystrój, trasy zwiedzania obiektów czy miast, monumenty, krajobraz kulturowy i obecne w nim imponujące albo unikalne elementy, ale także unikalna „opowieść miejsca”, a dobrym instrumentem jej przekazu mogą być atrakcyjnie opracowane narracje alternatywne.

Niemal „od zawsze" eksploatowany był inny niematerialny aspekt dziedzictwa, a mianowicie wierzenia religijne i elementy duchowości. Jest on zawsze obecny w turystyce pielgrzymkowej, gdzie stanowi nie tylko decydujący motyw do podjęcia wyprawy, ale i przedmiot przeżywania w jej trakcie i u celu. Bardziej lub mniej umiejętna eksploatacja tego elementu pozostaje w gestii organizatorów pielgrzymek, ich duchownych kierowników i gospodarzy sanktuariów albo organizatorów eventów religijnych (jak np. doroczne odpusty na Jasnej Górze czy spotkania lednickie) i nie jest naszą rzeczą dokonywać jej oceny. Należy jednak zwrócić uwagę na inny rodzaj turystyki religijnej: na tę posiadającą charakter głównie (albo wyłącznie) poznawczy, której skala w licznych zsekularyzowanych krajach powoli wyrównuje się, a nawet przerasta rozmiary ruchu pielgrzymkowego. Zresztą - niezależnie od tego procesu - kieruje się ona także ku miejscom ważnym dla religii innej niż wyznawana przez jej uczestników (np. nad Ganges, do Composteli, a w Polsce do niektórych sanktuariów w ramach np. wypraw studyjnych). Jeśli i ci turyści otrzymają więcej niż „naskórkową" albo „konfesyjną" prezentację dziedzictwa, to powstanie szansa na ich autentyczną i pogłębioną konfrontację z wartościami obecnymi w każdej religii i tym samym współtworzącymi każdą kulturę współczesną, nawet tę mocno zsekularyzowaną. Można sobie przecież wyobrazić historyczny i prezentowany w zobiektywizowanej formie kontekst biografii czy wybitnych dokonań wielu postaci ważnych dla poszczególnych religii i ruchów albo formacji religijnych, jak sam Jezus (w Palestynie), Franciszek z Asyżu czy Benedykt z Nursji w środkowych Włoszech czy Maksymilian Kolbe w Niepokalanowie albo i Oświęcimiu. Odejście od hagiografii i pokazanie w takich miejscach („in situ") żywych ludzi z ich historycznym kontekstem, rozterkami, trudnymi decyzjami i heroicznymi nierzadko decyzjami, dokonane także w kontekście wartości etycznych, przekazywanych przez daną religię, a przez nich przeżywanych i reprezentowanych, może w niejednym zwiedzającym te miejsca wywołać nie tylko daleko głębszą refleksję, ale i przyczynić się do (re)formowania ich postaw, co ostatecznie jest deklarowanym celem każdej religii. W tym wypadku mógłby on zostać osiągnięty okrężną i może mniej inwazyjną drogą. Czemu wiec nie zachęcać do tworzenia takich interpretacji. Przykładem udanego produktu tego rodzaju jest niemiecki projekt „Wege zu Luther" [2016] realizowany od szeregu lat w Turyngii i Saksonii Anhalckiej przez fundację miast powiązanych z biografią i dziełem Reformatora oraz historia Reformacji, który od lat cieszy się znacznym powodzeniem wśród - nie tylko niemieckich - turystów kulturowych.

I na koniec tego niepełnego wyliczenia: nie można nie wskazać w tym kontekście na szlaki kulturowe, w szczególności tematyczne. Jeśli są one

profesjonalnie stworzone i koordynowane, stanowią nie tylko zorganizowaną przestrzeń doznań (czyli konfrontacji z także niematerialnym dziedzictwem) ale także funkcjonują jako znakomite narzędzia przekazu rozmaitych elementów tegoż dziedzictwa [Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s. 20-21]. Wszyscy badacze szlaków są zgodni co do tego, że tematykę takiego systemu, artykułowaną zazwyczaj w jego nazwie, można i należy przedstawiać wieloaspektowo, możliwie w całej jej rozmaitości. Jest to konieczne najpierw ze względu na zadania turystyki kulturowej jako formy uczestnictwa w kulturze i konfrontacji z jej dziedzictwem. Jednak także i dlatego, że tylko wówczas, gdy treści i środki ich przekazu nie powtarzają się na każdym miejscu (wywołując efekt znużenia) zwiedzany szlak staje się atrakcyjnym ciągiem spotkań z miejscami, obiektami, reliktami przeszłości, ciekawymi postaciami, zwrotnymi wydarzeniami, nowatorskimi technikami lub rozwiązaniami, rewolucyjnymi ideami, zaskakującymi lub unikalnymi historiami, legendami, przeżyciami estetycznymi, odkryciami o charakterze poznawczym… . Jak widać z niepełnego przecież wyliczenia, udział dziedzictwa niematerialnego może tu być bardzo wysoki. Konsekwencją zrozumienia tego faktu przez kreatorów i koordynatorów szlaku winna być dbałość o różnorodność obiektów i wątków tematycznych w samej jego strukturze, ale także o rozmaitość form interpretacji dziedzictwa i technik jego prezentacji. Nie tylko poszerza się przez to spektrum przekazywanych treści, ale ma miejsce przystosowanie przekazu do potrzeb indywidualnego klienta, który z wizyty w obiektach szlaku lub udziału w jego eventach powinien wynieść indywidualne wspomnienia i satysfakcję, choć w każdym przypadku będą one zapewne miały nieco inny kształt. Często bowiem typ klienta preferującego ten typ usługi bardziej jest zorientowany na symbole i wrażenia niż na wartości i zasoby. Wymaga to znacznego twórczego wysiłku kreatorów i dystrybutorów w tworzeniu takiej oferty, który czasem, w kontekście niematerialnego dziedzictwa, będzie wyrażał się raczej w działaniach bliskich dramaturgii (i aktorstwu) niż budowaniu czy produkcji. Idąc za rozważaniami Moniki Kostery [2012,s. 370nn] można przyjąć, że również szlak kulturowy może być i często jest typową przestrzenią, w której niektórych przynajmniej miejscach - dysponujących odpowiednim potencjałem w postaci unikatowej historii lub możliwości zetknięcia z niepowtarzalnym walorem w atmosferze spokoju i pewnej intymności - można rozważyć nawet wprowadzenie produktów opartych na zasadach działania tzw. rynku transformacji. Nowoczesne zarządzanie szlakiem kulturowym musi więc obejmować rozpoznanie potrzeb turystów, inwentaryzację przestrzeni szlaku pod kątem potencjału organizowania tego rodzaju doznań, przygotowanie odpowiednich produktów i ich promocję. W kontekście postępującej indywidualizacji wypraw po szlakach można przy tym spodziewać się,

że w niedalekiej przyszłości ten właśnie element organizacji i funkcjonowania tych systemów mocno zyska na znaczeniu.

Wszystkie wymienione i nie wymienione powyżej formy przekazu niematerialnego dziedzictwa, muszą być nie tylko zintegrowane w całość oferty lokalnej (miejsc i obiektów) obiektowej (muzeów narracyjnych czy parków tematycznych) czy systemowej (szlaków i tras miejskich), lecz oczywiście także aktywnie promowane, z użyciem wszelkich dostępnych kanałów, w tym szczególnie tych docierających najskuteczniej do grupy potencjalnych odbiorców. Są nimi w pierwszym rzędzie ludzie posiadający określony typ wykształcenia i uprawiający konkretne zawody (np. artystyczne, w innych wypadkach o charakterze militarnym), nauczyciele i studenci określonych kierunków, liderzy stowarzyszeń i innych organizacji profilowanych na określone idee czy działania lub aktywnych w danym aspekcie życia społecznego, członkowie organizacji turystycznych, oczywiście także touroperatorzy i kreatorzy ofert turystycznych, piloci wycieczek i przewodnicy. Jeśli odpowiednio duża grupa z nich zapozna się z takimi ofertami i doświadczy satysfakcji ze spotkania niematerialnym dziedzictwem, to – działając jako multiplikatorzy –zapewnią tym miejscom najskuteczniejszą reklamę, a prezentowanym tam treścią – kolejnych odbiorców.

Zagadnienie 14

Powieść turystyczna. Przykłady, oferta turystyczna, znaczenie promocyjne i gospodarcze.

Punktem wyjścia pytania będzie fragment literatury pięknej (Anna Król "Rzeczy. Iwaszkiewicz intymnie", Wilk & Król Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2015). Na stronie 308 autorka zmieściła fragment listu Iwaszkiewicza do Wincentego Burka - "Otóż, drogi przyjacielu, pomiędzy innemi zajęciami zarobkowymi, jakich się muszę podejmować dla chleba, przyrzekłem napisać w ciągu lata "powieść turystyczną"! (…) jako temat wybrałem Sandomierz i jego okolice, muszę więc koniecznie na wiosnę być w Sandomierzu, aby się przypatrzyć nie tylko do starych zabytków, które znam dobrze, ale także i do nowych rzeczy, których nie znam zupełnie." Ową "powieścią turystyczną" była "Wycieczka do Sandomierza" z 1953 roku.
Pytanie o "powieść turystyczną" z punktu widzenia turystyki kulturowej warto rozbić na kilka kwestii szczegółowych. Jak należy rozumieć powieść turystyczną? Jakie można podać jej przykłady (i te znane, i nieco zapomniane, i te najnowsze)? Czy istnieją przykłady oferty turystycznej opracowanej na podstawie wątków z takiej powieści? Jakie jest lub może być znaczenie promocyjne powieści turystycznej? Jakie jest lub może być realne znaczenie tego rodzaju produktów w regionalnej gospodarce turystycznej? Czy istnieją lub mają szanse zaistnieć inne atrakcyjne produkty lokalne lub systemy (jak szlaki literackie) organizacji turystyki kulturowej, oparte o takie dzieła? (JK)

Pytanie o turystykę literacką i jej książkowe inspiracje pozwolę sobie potraktować nieco szerzej i podjąć próbę ich systematyzacji na podstawie bardziej i mniej bezpośrednich związków literatury pięknej i oferty turystycznej. W kontekście pytania i posiłkując się tym właśnie kryterium rozróżniłbym cztery zasadnicze grupy dzieł literackich. Poniżej krótkie refleksje o każdej z nich.

Grupa pierwsza: zamierzone powieści turystyczne. Definicja tej grupy musi uwzględnić trzy kryteria: 1) właśnie ich powieściowy charakter (a więc cechy typowe dla tego gatunku literackiego), 2) zamierzoną z góry turystyczną „użytkowość" oraz 3) wyraźnie wkomponowany, względnie całościowy plan podróży czy zwiedzania. Przyjmując takie kryteria, liczebność tej grupy dzieł w stosunku do grup pozostałych, jest raczej niewielka, w mojej opinii także ich turystyczne znaczenie ma się daleko do grupy kolejnej, powieści pierwotnie nie-turystycznych. Jedną z bardziej znanych powieści z wyraźnie wbudowanym

„przewodnikiem" turystycznym dla czytelnika jest współczesna „Blind Fate" autorstwa Patricka B. Millera, wydana – a jakże inaczej – w poręcznej dla podróżującego formie elektronicznej [Kindle, 2010]. Jej akcja jest osadzona w Montgomery, w stanie Alabama. We współczesnej literaturze niemieckiej przykładem takiej powieści turystycznej jest „Großer Süden" Erika Orsenna i Izabeli Autissier [wyd. C.H. Beck, 2008]. Jest to opis podróży po… Antarktydzie, śladami licznych tajemnic tego białego kontynentu. Książka, ukazująca nawet pewne poetyckie inklinacje autorów łączy cechy powieści przygodowej i przewodnika po historii naturalnej Antarktydy. Polskim przykładem – już ze względu na rangę literacką autora - mogłaby być wspomniana „Podróż do Sandomierza" J. Iwaszkiewicza z roku 1953. Autor skierował ją do młodzieży i zamierzył jako „powieść dydaktyczną". Osobiście wydaje mi się, że opis miejsc przeważa w niej nad niemrawą „akcją" tak dalece, a bohaterowie tak mocno schowani są za doświadczeniami miejsc i obiektów, że bardziej zaliczyłbym ją do – może nie całkiem typowych - itinerariów.

Grupa druga: powieści nie-turystyczne. Takie przynajmniej w założeniu ich autorów, choć na pewno funkcje inspiracji lub nawet magnesów turystycznych spełniają ze względu na silne oddziaływanie ich fabuły jako medium. Za granicą takich książek można wskazać naprawdę wiele. Najwybitniejszym może przykładem powieści, która tworzy turystykę jest „Ulisses" Jamesa Joyce`a. Ta dublińska powieść „otwarta" o jednym dniu z życia bohatera nadal oddziałuje na kolejne pokolenie turystów, niektórzy z nich wybierają Dublin jako cel swoich wypraw zainspirowani właśnie owym metaforycznym dziełem, inni, będąc już na miejscu, wybierają Joyce`owską drogę zwiedzania. Turystyczne oddziaływanie „Ulissesa" opisał w polskiej refleksji Jacek Kaczmarek [Kaczmarek J. i S., 2009]. Na podstawie jej treści opracował wraz ze współautorką własną propozycję trasy po mieście, stanowiącym przestrzeń narracji. Jest to dobre studium przypadku fikcji literackiej jako tworzywa walorów turystycznych w przestrzeni miejskiej.

Tę samą rolę odgrywa w turystyce między innymi również współczesny ukazujący się od roku 1992 cykl powieści neapolitańskich Eleny Ferrante, w języku polskim wydany częściowo przez wydawnictwo Sonia Draga. Namacalny efekt turystyczny książek tej autorki (a może autora, bo ktoś skutecznie ukrywa się od lat za tym pseudonimem) to dziesiątki produktów powiązanych z akcją i bohaterami (jak mapki, przewodniki, a nawet… potrawy) oferowanych w ostatnich latach gościom przez lokalne księgarnie i restauracje. Do tej samej grupy (choć ze względu na tematykę i okres czasowy, jako odrębny podtyp) zaliczyłbym również powieść Dmitrija Głuchowskiego „Metro 2033" [Insignis, Kraków, 2010], która w krótkim czasie osiągnęła w Rosji status kultowej książki. Opowiada ona o życiu Moskwian

ocalałych po wybuchu bomby atomowej, chroniących się w metrze moskiewskim, a przy okazji dostarcza towarzyszący akcji przetworzony opis tego podziemnego miasta i jego licznych tajemnic. Bez wątpienia jej lektura pobudza wyobraźnię dzisiejszych turystów i skłaniający ich do peregrynacji po poszczególnych stacjach, a znam takich, którzy zainspirowani nią wybrali się w taką trasę.

W mojej opinii do tej właśnie grupy należą bardzo popularne „lokalizowane" powieści kryminalne. W turystyce nie tylko literackiej, ale zwłaszcza miejskiej mają one znaczenie jako inspiracje do zwiedzania miejsc akcji. Nie ma potrzeby szerszego rozwijania tego wątku, ponieważ obszernie i w systematyczny sposób uczyniła to w „Turystyce Kulturowej" Agnieszka Pudełko w ramach swojego tekstu „Zbrodnia w mieście…" [TK Nr 10, 2015]. Autorka wskazuje przy tym na aspekt wzmacniania tożsamości samych mieszkańców przez popularyzowane w ten sposób lokalne historie. Z dawniejszych, ale nadal popularnych dzieł opisuje ona – a ja wskażę jako reprezentanta analizowanej grupy - nieśmiertelny cykl Arthura Cofana Doyle o Sherlocku Holmesie. W tym wypadku ruch turystyczny generuje przynajmniej (i w obliczalnej skali) fikcyjny dom bohatera z dedykowanym mu muzeum. Liczna grupa współczesnych propozycji turystycznych opartych na powieściach kryminalnych ociera się nierzadko o „dark tourism" – kontrowersyjną formę podróżowania, która przecież przyciąga sporą grupę zwolenników ekscytacji i „mrowienia w plecach" nie na własny koszt. Należy je dostrzec jako zauważalne generatory ruchu turystycznego głównie w małej skali, to znaczy propozycje parogodzinnych tematycznych spacerów miejskich, czasem nawet z udziałem przewodnika. W Polsce, na tle innych, nierzadko nawet obscenicznych powieści (jak poznańska Śmierć w darkroomie Edwarda Pasewicza) prawdziwie stateczną w treści i środkach przekazu wydaje się posiadająca już status klasyka kryminalna seria Marka Krajewskiego z akcją ulokowaną w międzywojennym Wrocławiu, wydawana od roku 1999 [Śmierć w Breslau] do 2007 [Dżuma w Breslau]. Do tej grupy można też zaliczyć inne powieści Krajewskiego, których akcja dzieje się w tym samym okresie we Lwowie czy we współczesnym już Gdańsku. Turystyczne przełożenie powieści Krajewskiego udowadnia fakt zaistnienia we Wrocławiu miejskiej trasy turystycznej śladami jego bohatera: Eberharda Mocka, a także wydanie specjalnego przewodnika pióra Michała Kaczmarka. Z pewnymi zastrzeżeniami za „powieść akcydentalnie turystyczną" uznałbym także sławny „Kod Leonardo Da Vinci" Dana Browna [wyd. polskie Sonia Draga, Katowice 2004], książkę, która wraz z opartym na jej fabule filmem wywołała niezaprzeczalny wzrost skali odwiedzin przynajmniej niektórych z opisanych miejsc (trudno stwierdzić jej turystyczny efekt w odwiedzanym przez miliony Luwrze, ale już o wiele łatwiej w znacznie mniej znanym londyńskim kościele Temple czy w szkockiej kaplicy

Rosslyn pod Edynburgiem). Warto zauważyć, że Kod Leonardo da Vinci to fenomen udowadniający niesłabnącą siłę literatury: skłonił przecież tak wielu współczesnych ludzi do podróżowania śladami historii na tyle dawnej, że jej „miejsca" są nieliczne i zatopione w późniejszej substancji. Fakt, że turystom to nie przeszkadza udowadnia moim zdaniem naprawdę dużą i chyba niedocenianą siłę literackiej fikcji we współczesnej turystyce kulturowej.

Grupa trzecia: nie-powieści turystyczne. W tej grupie można ulokować już starożytne itineraria. Były one – także w zamierzeniu ich autorów - towarzyszami kolejnych turystów inspirowanych przez różne motywy. Czcigodnym, bo jakże dawnym przykładem jest napisane pod koniec IV wieku Itinerarium Eterii [Pielgrzymka do miejsc świętych, 1970], znane zresztą nie tylko badaczom ruchu pielgrzymkowego, ale i historykom liturgii chrześcijańskiej. Autorka (mniszka) nadała mu formę rozbudowanego listu swoich zakonnych sióstr. A jest przecież prawdziwym przewodnikiem po Ziemi Świętej, głównie Jerozolimie, w tym odbywających się w tym mieście „in situ" misteriach Wielkiego Tygodnia. Innym klasycznym już przykładem takiej literatury jest klasyczne już, dwutomowe dzieło Pawła Muratowa „Obrazy Włoch" [Berlin, 1911]. Autor w opisach swoich wędrówek po tym kraju udowadnia nie tylko olbrzymią erudycję, ale prawdziwe zakochanie w kulturze i wręcz uzależnienie od piękna miejsc i krajobrazów tworzonych przez naturę i wiele pokoleń ludzi, a jednocześnie tworzy prawdziwe (wirtualne) literackie szlaki. Niejeden współczesny entuzjasta Włoch, w tym piszący te słowa, przynajmniej w wybranych miejscach inspiruje się opisami Muratowa i wędruje po jego śladach, patrząc „jego oczami" a następnie tworzy własne ścieżki. Wydaje mi się, ze już sam ten fakt jest dowodem na znaczenie Muratowowskiego itinerarium. Wiele innych przykładów wskazuje Karolina Buczkowska w artykule „Literatura podróżnicza faktu niedocenianą niszą turystyki literackiej" opublikowanym w „Turystyce Kulturowej" [Nr 1, 2009], przy okazji wyliczając - obok itinerariów i listów – kilka najpopularniejszych gatunków „nie-powieściowych", jak diariusze, dzienniki podróży, reportaże i szkice. Sądząc po własnych doświadczeniach czytelniczych i podróżniczych, największą role inspirującą przypisałbym współcześnie reportażom, począwszy od nieocenionych tekstów Ryszarda Kapuścińskiego i Jacka Hugo-Badera.

Grupa czwarta: „nie-powieści nie turystyczne". To dzieła nie będące powieściami i nie tworzone w intencjach mających cokolwiek wspólnego z turystyką, które jednak - niezależnie od istnienia lub nieistnienia tego rodzaju zamierzeń autorów – stały się przewodnikami dla turystów literackich po konkretnych miejscach i większych obszarach. Ta grupa jest nader i często nie zdajemy sobie sprawy z jej turystycznej mocy. Jako jej pierwszy, koronny przykład podam… Ewangelie,

będące osobnym gatunkiem literackim, na czele z wybitnie podróżnym i bogatym w symbolikę wątkiem „*iter lucanum*" konsekwentną droga i „trasą" Jezusa z Galilei ku Jerozolimie. Notabene niemniej istotne dla turystyki religijnej Dzieje Apostolskie maja już liczne cechy powieści przygodowej. Innym klasycznym przykładem tej grupy są powszechnie znane dramaty, wśród nich wiekopomny Romeo i Julia Szekspira, tworzący niemały ruch turystyczny w północnowłoskiej Weronie. Mniejsze znaczenie mają (posiadające jednak grupy swoich oddanych miłośników) traktowane odrębnie wiersze bardziej znanych poetów, często pochodzące z rożnych zbiorów ich dzieł. Przykładem tego mogą być utwory Konstantego I. Gałczyńskiego, które posłużyły za kanwę do programu podróży po Mazurach, stworzonej i promowanej przez pracowników biograficznego muzeum tego poety [propozycja Z Gałczyńskim po Mazurach [www 2016]. Jestem pewien, że każdy badający fenomen turystyki kulturowej mógłby wskazać niemałą grupę innych dzieł i gatunków spełniających takie właśnie funkcje wobec współczesnej turystyki.

W rozważaniu siły promocyjnego oddziaływania dzieł literackich w stosunku do miejsc i obszarów jako destynacji turystycznych nie wolno dziś – w mojej opinii – ograniczać się do samej literatury. Często bowiem bezpośrednią turystyczną inspiracją i magnesem albo – pośrednio - punktem wyjścia dla tworzenia produktu miejsca i dźwignią jego promocji) jest nie sama książka, ale dzieła pochodne. Na jednych bowiem (zapewne znacznie mniej licznych, za to typowych turystów literackich) działa już sama książka i ta ich „prowadzi" po odwiedzanym miejscu. W przypadku innych jest to jednak „zmasowane" czy zwielokrotnione oddziaływanie fikcji literackiej, czyli książka i powstały według niej film. Fikcję może także samodzielnie tworzyć na przykład komputerowa gra video, o niekoniecznie zresztą określonym zakończeniu. Przykładowo dla Florencji taką inspiracją okazała się gra Assasin`s Creed [2007] i jej sequel Assasin`s Creed II [2009]. Czasem owym magnesem jest już tylko sam film albo gra komputerowa, których odbiorcy czy użytkownicy nawet nie wiedzą o istnieniu „bazowej" literackiej opowieści (lub kilku skomasowanych opowieściach), jednak ostatecznie podejmują podróż zainspirowani fabułą poznaną za pośrednictwem wspomnianych fikcji pochodnych Z wyżej napisanego wynikałoby, że efekt fikcji (czy tylko literackiej?? czy szerzej - artystycznej?) jako wyzwalacza i dźwigni turystyki kulturowej należy dziś rozważać kompleksowo. Jest tak dlatego, że na podstawie książek często powstają filmy, zwielokratniające ich efekt, a na kanwie jednych i drugich tworzone są atrakcyjne dla (innego kręgu) odbiorców programy komputerowe. To kolejna grupa produktów, opartych jednak przecież nadal na fabule (często jeszcze rozpoznawalnej, pochodzącej z książkowego lub filmowego pierwowzoru).

Ale takie rozważanie wykracza już poza ramy nakreślone zadanym pytaniem, na pewno warto je podjąć w niedalekiej przyszłości.

Wracając do pytania w jego kolejnej kwestii: trasy i szlaki literackie inspirowane książkami. Jest ich bardzo wiele, ale są to propozycje raczej wirtualne niż realne (fizycznie oznaczone w przestrzeni) albo materialne (na bieżąco koordynowane i w pełni rozwinięte) systemy organizacji turystyki. Te ostatnie, będące bazą trwałych ofert turystycznych, funkcjonują tylko w nielicznych miejscach. Prawdopodobnie przyczyną tego stanu jest pewne ryzyko związane z inwestowaniem większych sum w produkty, zależne od popularności i oddziaływania ulotnej przecież fikcji. Tylko nieliczne przecież książki (a także filmy czy gry) ostaną się w ocenie czytelników także po wielu latach jako dzieła klasyczne czy uniwersalne. One to mogą stać się podstawą tematyczną dla szlaków i tras materialnych: jest to kwestia opłacalności ich tworzenia i utrzymywania. Dobrym przykładem lokalnym takiej utrwalonej trasy jest tematyczna propozycja zwiedzania Werony śladami Romea i Julii, fizycznie oznaczona w mieście i opisana w licznych przewodnikach oraz skromniejszych materiałach promocyjnych, dodatkowo „wsparta" odpowiednio zaaranżowanymi muzeami i miejscami pamięci, a także - co oczywiste w stawiających na turystów Włoszech - obudowana sklepami z niezliczoną ilością suwenirów i gadżetów. Z kolei dubliński szlak Leopolda Bluma, bohatera Ulissesa, jest osnową dorocznego eventu pod nazwą „Bloom`s Day", który na dzień 16 czerwca, dzień powieściowej akcji, przyciąga do Dublina kolejnych miłośników prozy Joyce`a. Natomiast wśród trwałych atrakcji punktowych, włączanych do turystyki literackiej lub innej kulturowej, w tym zwłaszcza miejskiej, są liczne kultowe miejsca będące bohaterami książek, jak wspomniany londyński dom Sherlocka Holmesa czy lubecki dom Buddenbroków, rodu opisanego przez Thomasa Manna w jego nieśmiertelnej powieści. Dobrze zagospodarowane, powiększają one grupę i siłę przyciągania miejskich atrakcji o kolejny „temat", a dla turystów inspirowanych literaturą wizyta w nich jest często kolimacyjnym momentem pobytu w danym miejscu.

Podsumowując, wypada wskazać jeszcze jedną dziedzinę twórczości, spokrewnioną z literaturą „więzami fikcji". Otóż, jeśli – jak wykazano powyżej - efektywnymi turystycznie inspiracjami mogą być fikcje (przy czym filmy i gry nie mniej, lub może nawet bardziej niż książki), które w znanych i popularnych miastach lub obszarach mają pewną niewielką listę „sites" (miejsc akcji), to należy zapewne przewidywać sporą popularność wśród znacznej grupy np. polskich turystów seriali historycznych lub para-historycznych. W tym kontekście „czarnym koniem" najbliższych lat, a może i miesięcy może stać się pasjonujący tak wielu Polaków i jeszcze więcej Polek od roku 2015 turecki serial „Wspaniałe Stulecie".

Przecież w Stambule nie brak miejsc historycznych związanych z bohaterami tego filmu, jak pałac Topkapi, meczet Sulejmana, Sehzade Camii (meczet pamięci księcia Mehmeta), wieża Galata, port przy Złotym Rogu czy choćby jeden ze starych wielkich bazarów. Tylko patrzeć, jak tamtejsi przewodnicy i rzutkie firmy obsługujące turystów, kiedy zorientują się w wielomilionowej skali oglądalności tego serialu, obok parogodzinnych rejsów i zwiedzania okolic Sultanahmed zaoferują – pewnie i po polsku – wyprawę śladami sułtanki Hürrem, jej stronników i wrogów. I takie być może będzie kolejne, nowe oblicze tej bardziej masowej turystyki fikcji.

Zagadnienie 15

Wpływ „polityki historycznej" na (re)interpretację dziedzictwa w turystyce

Jeden z numerów czasopisma „Turystyka Kulturowa" w roku 2016 poświęcono w całości relacjom i zależnościom pomiędzy turystyką, kulturą a dziedzictwem. Jest oczywiste, że dziedzictwo nie jest raz na zawsze, w jeden i ten sam sposób określone. Uznanie czegoś za dziedzictwo oznacza wybór spośród zasobów przeszłości. Wybór ten podyktowany jest mniej lub bardziej subiektywną interpretacją tego, co ważne dla tożsamości i przyszłych pokoleń. Za Reinhartem Koselleckiem można powiedzieć, że interpretacja taka odwołuje się do przestrzeni doświadczenia, wychodzącego z przeszłości oraz horyzontu oczekiwań skierowanych w przyszłość.
Pytanie odnosi się do jednego z istotnych czynników kształtujących rozumienie dziedzictwa. Jaki jest wpływ „polityki historycznej" na (re)interpretację dziedzictwa w turystyce? (MB/SO)

Postawione pytanie odnosi się do relacji dwóch działań, kształtujących w znacznym stopniu założenia, wybór celów fizycznych, a nawet konstrukcję produktów niektórych form turystyki kulturowej (głównie turystyki dziedzictwa kulturowego, turystyki żywej historii, turystyki militarnej, ale także tematycznej (z biograficzną), eventowej i szeregu innych). W samym pytaniu pojawia się już przejęte od R. Kosellecka [1979] opisowe określenie interpretacji dziedzictwa, które przyjmuję jako podstawę teoretyczną określającą zakres niniejszego wywodu. By jednak móc dobrze uzasadnić moją opinię, muszę zacząć od próby ściślejszego określenia drugiego członu tej relacji, mianowicie od ustalenia treści i zakresu pojęcia „polityka historyczna". W tym wypadku ma to kluczowe znaczenie, jako że jest to pojęcie wcale nie jednoznaczne, dodatkowo mocno rozmija się jego rozumienie przez historyków i polityków, a tym bardziej przez różnego rodzaju „realizatorów" owej polityki. Tak się złożyło, że jestem mocno zanurzony w niemieckim dyskursie kulturalnym, w którym pierwotnie ukuto pojęcie „Geschichtspolitik". Nie mogę zatem zapomnieć, że od początku (i moim zdaniem - słusznie) było ono obsadzone w dużej mierze negatywnymi skojarzeniami i ostrzeżeniami, formułowanymi przez poważnych badaczy [por. Wagner 2009; Becker 2013]. Otóż w szerokim spektrum tego zjawiska, wynikającego z przeprowadzanych analiz dostrzegli oni kilka zasadniczych nurtów, które (proszę przyznać) kojarzą się raczej z zagrożeniem, niż obiektywizmem i pozytywnymi

rezultatami. Wyliczę za przytoczonymi autorami krótką listę najważniejszych czy najczęściej stwierdzanych aspektów uprawiania polityki historycznej: manipulacja historią, mitologizacja dla celów objaśnienia świata, nowe samookreślenie etniczne połączone z dumą narodową (więc bycie dumnym z bycia Amerykaninem, Japończykiem, Niemcem itd.), legitymizacja rządzących (począwszy od historycznych despotów z łaski bogów lub Boga, a skończywszy na rozmaitych „partiach jedności"), uwrażliwienie opinii publicznej (a potem głównie mediów) na pożyteczne dla kogoś tematy (służące czasem przesłonięciu prawdziwych problemów lub nawet zamachów na praworządność), ale także skoordynowane działania na rzecz wprowadzenia alternatywnych narracji historycznych i cudzych wizji historii, określane zbiorczo mianem rozszerzenia perspektywy. Generalnie w kraju, gdzie powstały pierwsze poważne badania, ich autorzy są dość zgodni, że polityka historyczna jest w zasadzie stronniczą i formułowaną z politycznych przyczyn interpretacją historii, najczęściej podejmowaną z zamiarem przekonania opinii publicznej i większości społeczeństwa do podzielania tej interpretacji, aby dzięki temu osiągnąć cele polityczne. To na początek, jako rodzaj memento.

Poważna dyskusja nad polityką historyczną toczy się również w Polsce, szczególnie na kanwie niedawno rozkwitłej atencji części klasy politycznej do tego rodzaju aktywności. Początki tej krajowej dyskusji można z grubsza datować na rok 2005, czyli na okres rządów dziś także wiodącej opcji politycznej, a za jej promotorów uchodzi środowisko tzw. warszawskich konserwatystów, w tym grupa „muzealników" związanych z tworzeniem znanego wszystkim warszawskiego muzeum narracyjnego [Sadkiewicz 2009, s. 276-277]. Różnicę dostrzegam w fakcie, że w Polsce opisy i analizy polityki historycznej w dużej części akcentują jej pozytywy (w mojej opinii wyolbrzymiane) i – często – nader skromnie wskazują lub w ogóle pomijają jej negatywne strony i ryzyka z nią związane. Według Jana Sadkiewicza, autora jednej z tych polskich analiz, która wiąże politykę historyczną z zarządzaniem kulturą (a turystykę kulturową można przecież śmiało uznać za jeden z jego aspektów), owa polityka jest „misją kultywowania tradycji, kultury i dziedzictwa narodowego, konieczną, jako że wartości te nie odtwarzają się samoistnie" [Sadkiewicz, 2009, s. 277]. Na dowód dość jednostronnego rozumienia polityki historycznej (a przynajmniej starań o rozpowszechnienie takiego jej rozumienia) przywołam też definicję z polskiej Wikipedii, którą – jak rozumiem, zbiorowym wysiłkiem – stworzyli i utrzymują polscy zwolennicy tejże, będący w większości w większej potrzebie aktywnego monitoringu treści tej zbiorowej encyklopedii. Brzmi ona: „Polityka historyczna (niem. Geschichtspolitik) lub polityka pamięci – kształtowanie świadomości historycznej oraz wzmocnienie publicznego dyskursu o przeszłości." [Wikipedia 2016]. Bardzo pouczające jest porównanie

polskiego i na przykład niemieckiego opisu tego hasła (przy symptomatycznym braku angielskiego odpowiednika!). Można więc uznać, że w polityce historycznej w wersji polskiej idzie o promowanie określonej wizji historii, prowadzonej między innymi przez podmioty historyczne, w tym oficjalne instytucje państwa (na różnych poziomach). W środowisku jej zwolenników i współtwórców argumentuje się jej uprawianie tym, że jest ona po prostu jednym z elementów misji państwa służącej społeczeństwu, podobnie jak są nimi polityka zdrowotna czy kulturalna, i że państwo – każde państwo, świadomie czy mniej świadomie - i tak zawsze ją prowadzi, na przykład przez konstrukcję programów edukacyjnych czy (a widać to ostatnio szczególnie wyraziście) przez dobór osób odznaczanych najwyższymi orderami za historyczne zasługi. Z pewnością ci spośród nas, którzy lepiej pamiętają okres PRL, kojarzą dopuszczalną i jedynie słuszną interpretację nowszej historii Polski, z jej wyłącznie negatywnym przedstawieniem elit państwa międzywojennego, zaciemnianiem i wymazywaniem wrogiej działalności wielkiego sowieckiego sąsiada przy jednoczesnym wysypie pomników wyzwolenia i wyzwolicieli z lat 1944-45, z wyłącznie bohaterską postawą zwykłych Polaków podczas okupacji, z oszukańczym pojęciem „repatriacji" Polaków z tzw. kresów na ziemie odzyskane i z setkami innych przykładów. W świetle wyżej napisanego należy to określić mianem skoncentrowanej, ambitnej i dosyć skutecznej polityki historycznej, choć tego pojęcia wówczas nie stosowano.

Mam nadzieję, że napisany powyżej wstęp wyraźnie uwidacznia moje obiekcje i obawy wobec wszelkiej polityki historycznej. Jeśli już w ogóle miałaby ona być prowadzona przez polityczne agendy państwa, jak ministerstwa odpowiednie do spraw kultury i edukacji, a także inne i niższe organy władzy wykonawczej (co do czego mam poważne wątpliwości) to wolałbym, by tego rodzaju zadania były zdefiniowane wyłącznie 1) pozytywnie i 2) konstruktywnie. Już rozwijam. Otóż najchętniej widziałbym politykę historyczną jako realizowane przez instytucje naukowe i edukacyjne oraz współpracujące z nimi zainteresowane organizacje społeczne popularyzowanie i promowanie wybranych pozytywnych postaw. Byłyby nimi na przykład zbiorowe działania podejmowane w dawniejszej i nowszej historii w przełomowych momentach dziejów, oparte na współpracy ludzi z wielu warstw społecznych, grup religijnych, etnicznych i nurtów politycznych dla wspólnego dobra społeczeństwa i państwa. Dopowiem: chodzi głównie o takie działania, które zakończyły się sukcesem. Należałaby do nich z pewnością szeroko zakrojona i realizowana przez kilka pokoleń współpraca jakże wielu ludzi z różnych środowisk w Wielkopolsce XIX i początku XX wieku, nazywana pracą organiczną. Skutecznie bronili oni na terenie zaboru pruskiego polskiego stanu posiadania w dziedzinie materialnego i niematerialnego dziedzictwa, ale także kapitału

i własności ziemskiej, tworzyli przyczółki, a kiedy nadeszła pora, wzięli się także za (skuteczną) konspirację. Oczywiście przedmiotem polityki historycznej mogłaby być także umiejętność zjednoczenia się ponad podziałami ludzi pochodzących z obcych sobie i często nieprzyjaznych opcji politycznych: zarówno w roku 1918, kiedy pojawiła się wyjątkowo korzystna sytuacja dla odtworzenia niepodległego państwa. Jen bohaterami są i Piłsudski, i Dmowski, i Paderewski, i Haller oraz naprawdę bardzo wielu innych. A jeśli już mówić o momentach heroicznych i z góry przegranych, to niechby to było przypominanie i pokazywanie solidarnej walki patriotów z różnych obozów na barykadach Warszawy w roku 1944. Bezwzględnie zasłużył na instytucjonalne promowanie wielki ruch Solidarności, który mimo systematycznego siania nieufności przez władzę i jej tajne służby zjednoczył wielkoprzemysłowych robotników, intelektualistów i rolników. Nie brakuje nam zatem przykładów, które – szczególnie w obliczu dzisiejszych podziałów i po prostu w imię zawsze niezbędnej, jakże deficytowej w naszym społeczeństwie solidarności i poczucia wspólnoty - powinny być upamiętniane w tablicach i pomnikach, książkach i dotowanych filmach. Oraz w tematycznych trasach i szlakach turystycznych, a jeśli nas będzie stać: również w dofinansowywanych szkolnych wycieczkach.

Dokonując jednak refleksji nad tu i ówdzie deklarowanymi założeniami polityki historycznej i jednocześnie konfrontując je z jej postacią czy wersją „stosowaną" (szczególnie w dzisiejszej Polsce), stwierdzam przede wszystkim leżącą już w punkcie wyjścia przeciwstawność, nawet sprzeczność. Z jednej strony zgadzam się ze słowami jednego z najwybitniejszych współczesnych teoretyków społeczeństwa, Aleksandra Halla (z jego majowego wywiadu prasowego), że „pamięć historyczna jest niezbędna, poczucie, iż jesteśmy ogniwem w szeregu pokoleń, to podstawowa sprawa". To jest pozytywna strona pielęgnowania dziedzictwa, w tym służących mu zorganizowanych zabiegów organizacyjnych (tu m.in. tworzenie muzeów, działalność instytucji pamięci) oraz edukacyjnych (jak m.in. ukierunkowane programy szkolne, rekonstrukcje historyczne czy jakkolwiek koordynowana turystyka dziedzictwa kulturowego). Jednocześnie - w mojej opinii - polityka historyczna w najnowszych dziejach naszego kraju, jak szczytnie nie ukazywano by jej społeczno-kapitałowych i edukacyjnych celów, w swojej realizowanej postaci staczała się prędzej czy później do roli przedłużenia propagandy (w jej rzadszych pozytywnych i niestety częstszych negatywnych wymiarach) na obszar płytkiej i wybiórczej, czarno-białej interpretacji historii, a w konsekwencji także na obszar interpretacji dziedzictwa, przede wszystkim tego określanego mianem „narodowe". Jest przeto – niestety - czymś podejrzanie lepkim, generalnie narzędziem jeśli użytecznym, to jednocześnie bardzo

niebezpiecznym. Wymaga zatem (jeśli już musi być uprawiana) wyraźnie uzgodnionych prawnych i etycznych zasad, kompetentnych i realizujących consensus wykonawców oraz ustawowego uniezależnienia od aktualnego zarządu politycznego państwa i rzetelnej, szczegółowej kontroli przez niezależnych audytorów, ewentualnie przez instytucje obarczone zadaniem jej realizacji, z silnie zabezpieczoną niezależnością od wpływów bieżącej polityki i będących u władzy polityków. Argumentem na rzecz tak restrykcyjnego podejścia do polityki historycznej są zarówno jej dotychczasowe dzieje (w Polsce i nie tylko), jak i jej aktualna praktyka oraz skutki w Polsce i niedalekim sąsiedztwie. W naszym kraju taka polityka bywała realizowana bardziej (okres PRL) lub mniej (rządy koalicji PO i PSL) konsekwentnie. Teraz staje się obiektem konsolidacji i jednocześnie przybiera na naszych oczach niepokojący kierunek i wymiar. Coraz bliżej – niestety - tej naszej „polityce" do skoordynowanych działań wielkiego wschodniego sąsiada. Choć i ten zachodni miał takie incydenty w swojej nowszej historii, akurat niestety wschodni Wielki Brat nie tylko był inspiracją i wzorcem uprawiania polityki historycznej w Polsce, ale i aktualnie wydaje się dostarczać wzorców i gotowych matryc. Wykażę to w postaci kilku przykładów, przypominając jednocześnie podstawowe wymiary owej stosowanej polityki historycznej i wskazując ich polskie odpowiedniki. Po pierwsze: władze tego imperium, niezależnie od jego aktualnej nazwy, na każdym etapie nowszej historii kreowały przerysowaną wizję jedności państwowej jako dziejową czy wręcz genetyczną konieczność, rodzaj narodowego przeznaczenia, a przy tym bezwzględnie podporządkowywały tej wizji historyczną i aktualną ocenę działań jednostek. Właśnie widzimy u nas miękkie na razie tego przejawy: w dzieleniu Polaków na bardziej i mniej patriotycznych z wykorzystaniem – wcale nie tak jednoznacznie - pozytywnych i negatywnych bohaterów historii, a wprost: „żołnierzy wyklętych" i tzw. Targowicy. Po drugie: twórcy oficjalnej historiografii w kraju niedawnego jeszcze Wielkiego Brata zamazywały i zamazują niewygodne dla siebie wydarzenia, jak zbójeckie pakty ze śmiertelnym wrogiem (w 1939 roku) czy zbrojne napady na sąsiadów (wojna fińska). W Polsce, w naszej delikatniejszej (?) wersji niestety od lat wymazuje się niesławne epizody lokalnej historii z lat II wojny światowej, jak masowe wydawanie i incydentalne mordowanie przedstawicieli mniejszości przez jakże wielu „zwykłych ludzi" powiązane z ich wzbogaceniem się kosztem ofiar, bratobójcze walki i skrytobójcze zamachy w ramach ruchu oporu, masową w wielu miejscach skalę kolaboracji z jednym i drugim okupantem, a także powojenne już pogromy i pojedyncze morderstwa. Warto już tu zaznaczyć, że takie zabiegi „wygumkowania" oddziałują kontrproduktywnie, ponieważ w oczach postronnego krytycznego obserwatora lub odbiorcy, jeśli jest on świadom choćby paru takich faktów, podważa to całą

prezentowaną mu narodową interpretację historii i dziedzictwa historycznego: w myśl zasady, że „pół prawdy to całe kłamstwo". Po trzecie, realizatorzy polityki historycznej w opisywanym wielkim kraju zakłamywali i zakłamują własne błędy, klęski, a w przypadkach skrajnych - szczególnie w momentach politycznego przesilenia - nawet zbrodnie, którym nie da się całkowicie zaprzeczyć, przypisując je innym: albo wrogowi albo nieznanym, lecz wskazywanym palcem sprawcom (jak kaukascy separatyści). Dobrymi przykładami są tu sprawa katyńska kiedyś czy sprawa serii eksplozji w Wołgodońsku i innych miejscowościach z 1999 roku, a więc już całkiem niedawno. W ten sposób tworzyli i tworzą podwaliny pod kolejne bataliony kłamstw, wpajanych następnie milionom za pomocą codziennego „młotkowania" przez masowe media, zarządzane przez politycznych komisarzy i w pełni realizujące aktualne polecenia rządzących. W naszym kraju w epoce słusznie minionej władza nakazywała, a jej medialna machina posłusznie przypisywała winę za protesty samym protestującym (tak było w roku 1956, w 1968 i w roku 1970). Współcześni zaś propagandziści, którym nie można przecież przypisać zbrodniczego tła, ograniczają się na razie do owego miękkiego wycinka omawianego wymiaru, mianowicie do zakłamywania porażek. Najlepszym tego przykładem wydaje mi się cały rozbudowany „teatr smoleński". W nim to mimowolni współtwórcy tragedii z roku 2010 (kto bowiem i na czyje zamówienie zaplanował i realizował feralny lot?) teraz nie tylko usiłują swoim przeciwnikom „wmówić dziecko w brzuchu", co moralnie jest dla wielu nie do zniesienia. Przy okazji budują jednocześnie kolejny narodowy mit wielkiego męża stanu i jego bohaterskiej śmierci za Ojczyznę, żeby następnie włączyć go w „dobrą" tradycję wyselekcjonowanych patriotów, a jednocześnie uczynić jednym z filarów właśnie wznoszonego konstruktu pożytecznej polityki najnowszej historii, którym jakże sprawnie posługują się w dzieleniu społeczeństwa i… w wygrywaniu wyborów.

Tu dochodzimy do ostatecznego, pełnego wymiaru niesławnej polityki historycznej, tworzonej pod interesy własnej ideologii rządzących czy (ostatnio) po prostu dla uzyskania lub utrzymania „gołej" władzy. Po czwarte bowiem, kreatorzy moskiewskiej polityki historycznej, czy to na potrzeby aktualnego zamówienia, czy świadomie w ramach bardziej długofalowego konstrukty budowały dawniej i budują nadal całkowicie nieprawdziwą „spójną" wizję historii swojej i sąsiadów czy „obcych". W wizji tej ofiara zawsze sama była sobie winna (jak w „Protokołach mędrców Syjonu" - fałszywce autorstwa carskich służb z epoki pogromów), a obrońca własnego progu czy prywatnej własności („kułak" z lat 20-tych), języka (ukraiński śpiewak ludowy z lat 30-tych) czy narodowej autonomii (litewski opozycjonista z lat 50-tych) był odpowiednio do obowiązującego kanonu wrogiem narodu, zdrajcą kraju i szpiegiem, a nawet

faszystą - jak broniący dziś jedności swego kraju Ukraińcy. Taki stempel przydzielony mu za pomocą nachalnej i kłamliwej propagandy przyklejał się do niego na pokolenia na kartach podręczników szkolnych oraz w obowiązującej centralnej i lokalnej narracji. Przez to utrudnia i dziś, a dla wielu zgoła uniemożliwia porozumienie z sąsiadem, przedstawicielem historycznej mniejszości, człowiekiem o innych poglądach. Tego jeszcze w Polsce nie mamy w pełnym wymiarze (choć w ostatnich latach widać już zadatki), ale i potrzeby naszych kreatorów polityki historycznej zdają się – póki co – mniejsze. Nie da się jednak zaprzeczyć, że tak pożądana przez twórców polityki historycznej jednolita wizja całych dziejów lub ich ważnego okresu, realizująca interpretację przeszłości i dziedzictwa w kategoriach narodu i państwa, na wschód od nas powstawała i powstaje w taki sposób i w takich właśnie poszczególnych etapach, czy może wymiarach (bo następują one nie tylko kolejno, ale też w atmosferze trwającego konfliktu często paralelnie w stosunku do siebie). Pytanie, czy chcemy tego dla nas, naszego społeczeństwa i kraju? Czy nie lepiej pozostawić historię tylko historykom, a jej popularyzację oprzeć na zasobach i walorach dziedzictwa, pozostawiając możliwie najbardziej otwartą interpretację odbiorcy, któremu dostarczymy miejsca, fakty i artefakty?

Napisałem, że w Polsce polityka historyczna (używająca tej nazwy lub też nie) miała swoje okresy mniejszej i większej intensywności. Dziś obserwujemy jej widoczne wzmożenie w niepokojących wymiarach. Mnożą się przykłady nie tylko pomysłów, ale także realizacji tzw. polskiej polityki historycznej. Akceptując i wspierając uzasadnione reakcje na zagraniczne lapsusy wynikające najczęściej z niewiedzy (jak osławione „polskie obozy koncentracyjne"), należy jednak zupełnie inaczej ocenić sytuacje, kiedy zwolennicy i twórcy narodowej polityki historycznej wskazują na konieczność reakcji na rzekomo „wrogie" wobec narodu polskiego projekty narracji realizowane w kraju przez inne ugrupowania (partie), grupy (np. redakcje gazet) lub nawet konkretnych ludzi (autorów, zarówno publicystów, jak i pisarzy). W rozumieniu tych ludzi i w ramach ich działań dziedzictwo przestaje być wówczas wspólnym dobrem z bardziej czy mniej ostro zdefiniowanymi znaczeniami i wartościami. Staje się natomiast przestrzenią dla politycznej praktyki realizowanej poprzez wybiórcze działania w teraźniejszości, którą dosadniej można by nazwać swoistym gwałtem na dziedzictwie. Licznych i napawających niepokojem przykładów takich praktyk dostarcza obserwacja aktualnego życia publicznego. Jednym z nich jest zmasowany atak na historycznego lidera „Solidarności", według najgorszych wzorów politycznej nagonki eksponujący i jednostronnie interpretujący mało ważny fragment jego życiorysu. Innym przykładem jest wstępna decyzja o wzniesieniu na reprezentacyjnej ulicy stołecznego miasta dwóch (!) pomników jednego, w dodatku kontrowersyjnego wydarzenia z ostatnich lat. Jeszcze inny

to właśnie podejmowana próba przejęcia gdańskiego Muzeum II Wojny Światowej, najpierw przesądzona za pomocą zakulisowych decyzji przedstawicieli Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, a potem na jakiś czas zastopowana przez protest donatora (miasta Gdańsk) oraz przez międzynarodowe środowisko historyków zaangażowanych w powstanie tej placówki. W myśl tej decyzji wieloryb (wielkie muzeum gotowe do otwarcia i prezentujące spójną wizję historii światowego konfliktu) ma być połknięty przez śledzia: placówkę poświęconą siedmiodniowej, choć symbolicznej potyczce, zakładaną właśnie przez dwie osoby, za to prawomyślne i gwarantujące posłuszną realizację kolejnych pomysłów realizatorów krajowej historycznej polityki. Inne działania ewidentnie wskazują na znaczenie przywiązywane przez polityków do rekonstrukcji historycznych[2]. W tym kontekście należy pamiętać, że rekonstrukcje wydarzeń są w pierwotnym założeniu żywymi obrazami, formami ożywiania wielkiej historii, ale też na przykład procesów wytwórczych czy typowych scen z epoki, tworzonymi jako jej wizualizacje między innymi w miejscach dziedzictwa. Takie zabiegi (imprezy) na pewno wspierają kontakt odbiorcy z historią i jej osobiste „doświadczanie". Jednak kiedy oficjalnie biorą w tym udział politycy pierwszego szeregu, to ich obecność może być odbierana jako „wybieranie" i niejako wskazywanie, które wersje historii akceptują, a więc których autorów wraz z ich ideami wspierają. Kiedy takie „obrazy" służą malowaniu czarno-białej wizji ojczystych dziejów i „domowych" sporów - z jednoznacznym wyznaczaniem ról „czarnych" i „białych" - to zamiast „żywej" czy „ożywianej" historii pojawia się nachalna propaganda, wkraczająca w wymiar dziedzictwa i kompletnie nieuprawnione zawłaszczanie historii. I mniejsza już o to, czy dzieje się to w ramach jakiegoś szerszego konceptu (siermiężnej, przyznajmy) polityki historycznej czy tylko jest to tylko wdzięczenie się do rosnącego w liczbę środowiska rekonstruktorów. Mleko się rozlewa, a ludzie mający na przykład inne poglądy polityczne tracą zaufanie do tej i przy okazji może również do innych form interpretacji dziedzictwa. A wraz z tym i turystyka, stosująca takie narzędzia, staje się podejrzana o to, że jest kolejnym narzędziem indoktrynacji.

Nie miejsce tu na wywody o innych jeszcze kontrowersjach wokół dziedzictwa, dodatkowo wzmacnianych przez politykę historyczną. Wyliczyłem je w publikacji o przewodnictwie [Mikos v. Rohrscheidt 2014, s. 23-28], wspomnę więc tylko hasłowo: chodzi o takie definiowanie samego dziedzictwa

[2] Przykładowo, świętowany w maju 2016 w autentycznym kościele i z zachowaniem form liturgii „ślub" Witolda Pileckiego z udziałem aktorów i wicepremiera polskiego rządu, ministra kultury i dziedzictwa. Z weselem, którego w biografii bohatera nie było… Fakt zamieszczenia relacji z tego wydarzenia na oficjalnym portalu ministerstwa świadczy w mojej opinii o jego rozumieniu przez kierownictwo resortu jako elementu polityki historycznej.

„narodowego", które jednocześnie upiększa i wyolbrzymia to, co „nasze" (etnicznie, czy na przykład wyznaniowo) jednocześnie marginalizując i bagatelizując udział, wpływ i znaczenie, wszystkiego co „obce", bo wytworzone czy dokonane przez niepolskie czy niekatolickie grupy i osoby, połączone nawet ze zniesławianiem i odrzucaniem owych obcych (w szczególności dotyka to wkładu polskich Żydów).

Podsumowując tę część: w mojej opinii, w imię wolności (i w imię szacunku dla ogółu obywateli jako suwerena właśnie, a nie jako plastycznego półproduktu dla twórczej działalności inżynierii społecznej) nie może być zgody na to, żeby jakiekolwiek ugrupowanie, które na mocy wyborów posiada chwilowy mandat do zarządzania państwem, przyznawało sobie mandat na pisanie historii. Zawsze bowiem pojawi się w takiej grupie pokusa napisania takiej, która jakoś… pomaga wygrywać następne wybory. Takie zastrzeżenie powinno być szczególnie ważne w Polsce, gdzie wciąż na nowo zaprzęga się historię do walki politycznej.

Wpływ polityki historycznej na interpretację historii w turystyce zależy w mojej ocenie od szeregu czynników, z których najważniejsze (nie wszystkie) poniżej wymienię.

1. Siła nacisku politycznego i skala reakcji na ten nacisk. Składa się na nią z jednej strony waga, jaką faktycznie (a nie tylko deklaratywnie) politycy mający aktualnie wpływ na kierunek zarządzania państwem i (w mniejszej skali) poszczególnymi regionami przywiązują do realizacji własnych (?) haseł formułowanych centralnie na poziomie politycznym (w programach wyborczych i ministerialnych) w stosunku do „zarządzania historią" i dziedzictwem. Część z nich może być bowiem hasłami bez pokrycia, formułowanymi dla pozyskania jakiejś grupy wyborów czy politycznych stronników. Jednak inaczej sprawa ma się, gdy zaczną one być realizowane, na przykład w formie kreowania i rozpowszechniania symboli, w programach narzucanych instytucjom promującym za granicą polską kulturę (IAM) a zwłaszcza turystykę przyjazdową (POT) i innym. Z drugiej strony są to decyzje rozstrzygające, które badania naukowe oraz działania kulturalne i edukacyjno-wychowawcze będą wspierane przez państwo i przez realizujące jego zlecenia samorządy, jakie instytucje służące pamięci historycznej wspólnoty zostaną powołane do życia i z jaką misją, które zaś będą pozbawione środków, które zlikwidowane, a w których wymieni się kierownictwo (wraz z instrukcją długofalowych działań). Jeszcze inną odsłoną tego nacisku (tu już konkretnie powiązaną z turystyką) są działania polityków na poziomie regionalnym i lokalnym w stosunku do szeroko rozumianej branży turystycznej. W tym ostatnim mieści się np. ocena przez władze rozstrzygające konkursy i przetargi. Związana z nią jest akceptacja lub odrzucanie czy łagodniej: preferowanie albo dyskryminowanie ofert

turystycznych takich jak: programy wycieczek szkolnych, produkty regionalne i lokalne (np. opracowania szlaków dziedzictwa, miejskich tras turystycznych), treści przewodników. Ma z nią ścisły związek reakcja branży, a mianowicie: dostosowywanie tychże programów, koncepcji oraz treści interpretacyjnych do faktycznych (bo wyraźnie określonych) lub nawet tylko domniemanych wymagań i preferencji władzy publicznej. Dobrym przykładem adaptacji do centralnych założeń polityki historycznej mogą być programy wycieczek z czasów ministra R. Giertycha (2006-2007), dofinansowanych przez resort edukacji. Z kolei przykładami przystosowywania się do potrzeb i preferencji władzy są „prawomyślne" lokalne przewodniki turystyczne, eksponujące interpretacje historii, tematy czy nawet wprost obiekty bliskie aktualnemu zarządowi województwa powiatu czy gminy (miasta), a pomijające lub traktujące marginalnie te mniej władzy miłe.

2. Siła oddziaływania masowego. Na ten czynnik składa się w mojej opinii przede wszystkim faktyczne przełożenie danej interpretacji historii na programy szkolne i aktywność turystyczną szkół wszelkiego typu. W tym ujęciu realizatorzy polityki historycznej rozstrzygają też, jakie będą budowane pomniki i zakładane muzea, jakie nazwy nada się ulicom i placom, kogo uczci się tablicą czy trasą biograficzną po mieście, jakie dni będą (nie będą – niepotrzebne skreślić) obchodzone jako święta państwowe i którym faktom historycznym leżącym u ich podstaw nada się (lub nie nada) kluczowe znaczenie, czyniąc je przedmiotem oficjalnej celebry, publikacji i narracji medialnej, przemówień programowych czy publicznie sponsorowanej inscenizacji. Ewidentnie skutki tego rodzaju nacisku były widoczne w okresie PRL, kiedy to władze miały zarówno wszelkie środki, jak i wystarczająco długi czas dla kształtowania takiego oddziaływania. W okresie po 1989 roku, na skutek częstej zmiany opcji politycznych u władzy (a w przypadku jedynej dłużej rządzącej, czyli Platformy Obywatelskiej – z powodu niewielkiego zainteresowania polityką historyczną ze strony politycznych decydentów) ten element nie odegrał dotychczas (być może na szczęście) znaczniejszej roli w kształtowaniu interpretacji w turystyce, ponieważ kolejne ekipy rządowe nie zdążyły wcielić swoich wizji w systemie oświaty. Na siłę oddziaływania masowego mogą jednak wpłynąć także inne, częściowo sterowane zjawiska. Na pewno niemałe znaczenie ma w tym kontekście skala obecności tematów historycznych wraz z ich interpretacjami w debacie publicznej i w środkach masowego przekazu. Jest ona najczęściej albo bezpośrednim skutkiem działań władzy (zamawiane lub szczodrze finansowane audycje w mediach publicznych, wyraźne preferencje w konkursach i przetargach dla takich produktów medialnych), albo formuje się jako reakcja na te działania: dyskusja w mediach zależnych i niezależnych od władzy, skierowanie uwagi

i aktywności grup społecznych, organizacji, stowarzyszeń – a tym samym powstawanie zainteresowania i w konsekwencji popytu turystycznego - na określone miejsca czy obszary, ale również na określony kierunek interpretacji dziedzictwa. Myślę, że dobrym przykładem może być aktualna debata publiczna o „żołnierzach wyklętych" wzbudzona i podtrzymywana w ostatnim czasie z nadzwyczaj szerokim wykorzystaniem instytucji państwowych (IPN) oraz mediów publicznych. Pewne znaczenie mają tu także niepaństwowe ale publiczne kanały przekazu, na przykład masowe i częste odwoływanie się do historycznych wydarzeń, tematów i ich określonej interpretacji w kościelnych kazaniach (bo na pewno nie są to homilie), docierających przecież nadal do sporego (25-35%) odsetka polskiej populacji - praktykujących katolików. Oczywiście siłę tego czynnika określa najpierw popularność danej opcji interpretacyjnej w polskim duchowieństwie, a następnie odsetek duchownych wykorzystujących wątki historyczne i interpretację dziedzictwa w swoim kaznodziejstwie. Niezależnie od poziomu przekazywanych przez nich treści i ich zgodności z rzeczywistymi faktami historycznymi zarówno ów odsetek, jak i poziom jednolitości interpretacyjnej wydaje mi się wysoki - jednak ocena tego czynnika wymagałaby osobnej analizy, której wyniki mogłyby być bardzo ciekawe.

3. Skala przełożenia polityki (centralnej i lokalnej) na poglądy obywateli i ich aktywność realizowaną w czasie wolnym. Ten ostatni czynnik jest najtrudniejszy (najkosztowniejszy) do ustalenia, materializuje się też zdecydowanie najwolniej, ponieważ zakłada konieczność odpowiedniego „nasycenia" danymi tematami i pożądaną ich interpretacją świadomości odpowiednio dużej liczby osób. Potrzeba na to zarówno czasu, jak i wielokrotnego zetknięcia grupy docelowej (grup społecznych, pokoleniowych czy też całego społeczeństwa) z propagowanymi ideami, bohaterami, czy interpretacjami wydarzeń. To drugie jest może nawet trudniejsze, ponieważ społeczeństwo nie czytające i coraz mniej nawet oglądające staje się bardziej odporne na tego rodzaju bodźce. Dlatego właśnie obowiązkowa szkoła pozostaje aktualnie najsilniejszym potencjalnym instrumentem polityki historycznej. Właśnie ten fakt powodował dotychczas, że uprawiana przez niektóre ugrupowania polityczne w Polsce polityka historyczna słabo przekładała się na produkty turystyczne, a jeszcze słabiej na zachowania turystyczne Polaków.

Inny ważny aspekt, na który chciałbym choćby wskazać w tym kontekście, to relacje krajowej polityki historycznej i jej wpływu na interpretację historii do doświadczeń turystów zagranicznych i formułowanych na tej podstawie przez nich ocen Polski jako destynacji turystycznej oraz ocen pobytów turystycznych w Polsce. Czy są one takie, jak oczekiwaliby tego twórcy krajowej polityki historycznej, czy może raczej odwrotne? Przykładem może być codzienne

zderzanie się grup turystów pochodzenia żydowskiego zainteresowanych tylko swoim dziedzictwem i historią Żydów na terenie Polski (w przypadku Żydów z Izraela - także przecież przekazywanym w połączeniu z określoną interpretacją) oraz formułowanej jednostronnie polskiej wizji obecności Żydów w naszych dziejach i przebiegu Holokaustu, z pominięciem wielu niewygodnych faktów, powszechnie znanych w świecie. Z relacji organizatorów wycieczek wiadomo że takie zderzenia dwóch polityk historycznych „in situ" były czasem tragikomiczne, a czasem ocierały się o rękoczyny.

Trzecią część wywodu chcę poświęcić omówieniu wyartykułowanego na wstępie zagadnienia relacji między polityką historyczną a interpretacją dziedzictwa w turystyce (głównie) kulturowej. Polityki historycznej nie da się uniknąć, ale – jak już wyżej napisałem – w wymiarze konstrukcyjnym nie powinno się jej powierzać… politykom i nie powinno się im ulegać w tworzeniu wielkich i małych projektów upamiętniania i zachowania dziedzictwa (jak muzea, miejsca pamięci) i turystycznych jak centra interpretacji, szlaki i lokalne trasy historyczne, oraz inne.

W kontekście rozważań nad relacjami polityki historycznej i turystyki (a w niej interpretacji dziedzictwa), warto zadać sobie fundamentalne pytanie, czy może w turystyce, tej powiązanej z interpretacją dziedzictwa, istnieje już własny złoty kodeks, lepszy i bardziej gwarantujący konstruktorom i realizatorom programów i propozycji rzetelność koncepcji i owocność działań interpretacyjnych, służącą społeczeństwu i przyszłości. W mojej opinii taką złotą księgą podstawowych reguł jest nieśmiertelne „*Interpreting our heritage*" Freemanna Tildena [por. Tilden 1957, zasada IV i V]. W określonych przezeń fundamentalnych zasadach interpretacji czytamy, że jej głównym celem nie powinno być instruowanie czy nawet edukowanie (a więc efektywne przekazywanie informacji), lecz „prowokowanie" odbiorcy, czyli pobudzanie go do *samodzielnego* myślenia i oceny. To zawiera zaś dostarczenie mu narracji innej niż jednostronna i wybiórcza. Dalej, zdaniem Tildena, interpretacja dziedzictwa winna zmierzać do przedstawiania raczej całości niż części problemu czy tematu: dlatego należy szukać ujęć całościowych i wieloaspektowych, zjawisk, które ze swojej natury są złożone (a nie czarno-białe - AMR). Zbiorem znakomitych komentarzy i zasad szczegółowych aktualizujących te reguły i przekładających je na konkretne działania w dzisiejszej sytuacji są dokumenty opracowane przez międzynarodowe gremia ekspertów interpretacji, między innymi Karta Interpretacji wypracowana przez ekspertów ICOMOS [2008], której zasady relacjonuję w monografii na temat przewodnictwa [Mikos v. Rohrscheidt 2014, s. 29-36]. Zamiast więc wprowadzać do turystyki konia

trojańskiego w postaci jakichkolwiek elementów polityki historycznej, lepiej wrócić może do złotych reguł interpretacji. Te bowiem zdecydowanie sprzyjają refleksji nad historią i wspomagają ją, ale też tworzą świadomość miejsc i ludzi oraz ich korzeni i środowisk, wolę zachowania dziedzictwa jako wspólnej wartości i chęć wyciągania indywidualnych wniosków z konfrontacji z nim, a dodatkowo budują w zwiedzającym nieinwazyjną wobec innych tożsamość i ducha współpracy. Interpretacja w turystyce powinna być więc otwarta. Jeśli podawana w ramach realizacji polityki historycznej interpretacja dziedzictwa taką nie jest – czyli jest zamknięta („ukończona"), w pełni jednorodna, i konsekwentna przez dłuższy czas - to współprzyczynia się ona do powstawania mitu. Mit (na przykład „żołnierzy wyklętych") jest zresztą jednym z ulubionych narzędzi tej polityki, choć jej luminarze nie lubią się do tego przyznawać. A mit przecież – doceniając jego starożytną genezę i wielkie przez wieki znaczenie kulturotwórcze, w tym także religiotwórcze i narodotwórcze - zdecydowanie większą i pozytywną rolę odgrywał w kulturach dawnych, oddzielonych, zamkniętych. Musimy pamiętać, że mit jest także gotowym schematem interpretacyjnym, mającym swoją wielką nośność - i równie wielkie ograniczenia. Typowe dla niego jest, że konsekwentnie w czarno-białym schemacie odmalowuje „swoich" i „obcych", przydzielając im określone role. Przekaz zmitologizowany mniej chętnych do myślenia odbiorców z owego myślenia „zwalnia". Dostarcza im w to miejsce gotową, najczęściej właśnie czarno-białą narrację, po czarnej stronie obrazu stemplującą obcych czy nawet wrogich „innych". W ten sposób (współ)tworzy określoną bazę tożsamości swoich odbiorców, którzy przekazują ją dalej. Czy tego jednak na pewno chcemy? We współczesnym organizowaniu doświadczenia i przekazu dziedzictwa mity (także te nowsze i najnowsze) powinniśmy traktować z szacunkiem, ale poddawać… dalszej interpretacji. A należy to czynić, by obnażyć w nich to, co uproszczone i nieobiektywne, co tworzy ryzyko jeśli posłuży do budowania tożsamości, ale także, żeby nauczyć odbiorców krytycznego myślenia. Do tego akurat mity – malujące kontrastowe i ocenne obrazy - nadają się jako kliniczne, więc łatwe w analizie przykłady. Oto zadanie dla interpretacji dziedzictwa, która wychodząc od takich przykładów może być dialogiczna, różnorodna, wykorzystywać osobiste doświadczenie odbiorców i ich kreatywność, dokonywać się w wymianie poglądów i współpracy. Wyobraźmy sobie na przykład dyskusję z Mieszkiem I na temat prawdziwych i głównych przyczyn jego przełomowych decyzji z roku 966 (na tle mitu o nawróceniu „narodu"), spór reformowanego i katolickiego szlachcica (obydwu patriotów) z okresu konfederacji warszawskiej (na tle mitu o powszechnej katolickości) czy „brzeską" rozprawę sądową Wincetego Witosa albo Wojciecha Korfantego (w kontekście forsowanego mitu o patriotycznym monopolu Józefa

Piłsudskiego i jego stronników). Albo paralelną prezentację biografii prostego żołnierza spod Monte Cassino i tego znad Oki w muzeum narracyjnym - dwie tak różne a jednak zbiegające się narracje ludzi, którzy bili się za Polskę, natychmiast rozbijają w puch dwa przeciwstawne mity, formułowane na różnych etapach najnowszej historii. Takie działania w ramach interpretacji wydają się łamać aktualnie popularne założenia polityki historycznej – jak zresztą i założenia każdej przeszłej i przyszłej, bazującej na groźnej i zakłamanej „jedynej słuszności".

W świetle wyżej napisanego moje postulaty wobec środowiska krajowej turystyki kulturowej są dość oczywiste.

Pierwszy z nich odnosi się do ewentualnych działań realizowanych na styku formułowania i realizacji polityki historycznej oraz turystyki kulturowej, czyli na swoistym metapoziomie. Powinno się w nich unikać bezpośrednich odniesień politycznych (w tym realizacji aktualnych „zamówień" środowiska polityków) oraz wszelkich działań, kreujących interpretację dziedzictwa jako rodzaj prymitywnego kultu wycinków przeszłości (tej wygodnej dla kogoś jako narzędzie pałkarskiej „edukacji"). Jeśli już decydować się na wprowadzenie elementu „kształtowania świadomości historycznej" do interpretacji (czyli do treści tworzonych programów i przekazów w nich zawartych), to tylko na taką, która z historii i dziedzictwa czyni dla stykających się z nimi źródła inspiracji dla pomysłów: na siebie samych w dzisiejszej i nadchodzącej rzeczywistości i na budowanie nowoczesnego, kreatywnego, przyjaznego, skierowanego ku rozwojowi społeczeństwa. Wiem, że to nieco ogólne hasła, więc uzupełnię je przykładami, którymi niech będą biografie. Bohaterami interpretacji okresu wojny skierowanej ku masowemu odbiorcy i służącej budowaniu powinni być żołnierze BEZ ewidentnej skazy, a nie postaci moralnie dwuznaczne, a więc Aleksander Krzyżanowski czy Witold Pilecki, a nie Józef Kuraś czy Zygmunt Szyndzielarz. Bohaterami interpretacji przekazywanej masom i dotyczącej okresu bez państwa powinni wreszcie stać się tacy ludzie jak Hipolit Cegielski czy Karol Marcinkowski (i wielu innych), a nie tylko i wyłącznie ludzie z bronią w ręku. Z drugiej strony przedmiotem refleksji i oceny, a nie tylko bezkrytycznej chwalby, powinny stać się działania takich postaci jak na przykład Bolesław Chrobry (skuteczne przywództwo i wielkość, ale i współodpowiedzialność za szybki upadek tworzonego państwa) czy Józef Piłsudski (niezłomny wódz i ojciec-założyciel, ale i bezlitosny autokrata). Bohaterami zbiorowej interpretacji i wyobraźni w turystyce kulturowej muszą stać się również zwykli ludzie różnych epok (chłopi i chłopki, rzemieślnicy i ich żony, przedstawiciele lokalnych mniejszości, wiejscy duchowni, służba dworska i szeregowi żołnierze), tak by ogląd

historii nie kończył się na liderach i wybitnych jednostkach, ale obejmował życie i dramaty prawdziwych przodków znakomitej większości z nas.

Drugi postulat dotyczy twórców programów i produktów turystyki kulturowej (w tym edukacyjnych wycieczek) i gestorów konkretnych produktów (jak pakietów tematycznych). W swojej pracy powinni oni bardzo uważać dokonując implementacji jakichkolwiek założeń czy konkretnych idei polityki historycznej. W naszym podzielonym społeczeństwie mogą one bowiem przynieść więcej złego niż dobrego, zaś w kontekście turystyki przyjazdowej osiągnąć przeciwieństwo swojego zamierzenia - i zaszkodzić, a nie pomóc opinii Polski jako destynacji, Polaków jako gospodarzy, a przy okazji także opinii twórcy i jego produktu.

Trzeci postulat dotyczy realizatorów interpretacji dziedzictwa: przewodników w miastach, na szlakach i w obiektach oraz pilotów wycieczek, pracujących w bezpośrednim kontakcie z uczestnikami turystyki. Powinni oni być wyczuleni na nachalną propagandę realizowaną „in situ" - w miejscach dziedzictwa. W szczególności muszą więc krytycznie podchodzić do ideologicznych motywów twórców części wystaw i scenariuszów eventów lub autorów dominujących narracji w niektórych obiektach. W swojej przekazywanej turystom interpretacji winni oni profesjonalnie i taktownie „odzyskiwać teren" dla możliwie obiektywnej prezentacji faktów i ich kontekstów, traktując to jako uczciwy zwrot gościom tego, co zostało im „ukradzione" przez jednostronny przekaz. Zakłada to nie tylko szeroką wiedzę historyczną interpretatorów, ale i umiejętność bezkonfliktowego i klarownego uzasadniania własnej wersji przekazu, empatię i nawet pasję dla przedstawiania innych (obcych, alternatywnych) elementów narracji, a także pewne umiejętności dyplomatyczne…

Część IV.
Potencjalne i niszowe destynacje i formy turystyki kulturowej

Zagadnienie 16
Czy możliwa jest turystyka kulturowa w krajach dyktatorskich?

Rosnąca popularność turystyki i poszerzający się zasięg geograficzny podróży w czasie wolnym skłaniają do rozważania potencjału kolejnych destynacji. Podobne refleksje winny dotyczyć także turystyki kulturowej. Jak w tym kontekście ocenić miejsca, w których swoboda podróżowania jest znacząco ograniczona. Przykładem może być Kora Północna, uznawana za najbardziej zamknięty kraj na świecie. Dla gości zagranicznych przyjazd do Pjongjang jest możliwy, lecz obwarowany licznymi ograniczeniami. Z drugiej strony, analizując uznane definicje turystyki kulturowej należy przyjąć, iż podróże na północ Półwyspu Koreańskiego i w miejsca podobnie rządzone i "urządzone" również wpisują się w ramy wspomnianych pojęć ***Czy zatem możliwa jest turystyka kulturowa w krajach, gdzie władze nadzorują i reżyserują spotkanie turysty z kulturą i jej dziedzictwem, zwłaszcza w Korei Północnej?*** *Czy uczestnik podróży reżyserowanej i sterowanej przez tamtejsze władze i podobnie funkcjonujące reżimy może być nazwany turystą kulturowym? Czy narzucona mu lista miejsc i zachowań oraz jedynie słuszna interpretacja nie eliminuje jego szans na konfrontację z miejscem i jego walorami, lub nie ogranicza ich w stopniu na tyle dużym, że przekreśla ideę i istotę tej formy turystyki? (SC)*

Odpowiedź rozpocznę od formalnego określenia „status quaestionis". Po pierwsze, jak to jest wzmiankowane już w samym pytaniu, powszechnie stosowana, jakkolwiek nie tylko w mojej opinii nader szeroka „ekonomistyczna" definicja turystyki, ustalona i używana przez WTO, z całą pewnością obejmuje także wyprawy ludzi zwiedzających najbardziej opresyjne państwa. Przypomnijmy jej sformułowania, zapewne znane wszystkim zainteresowanym: „turystyka obejmuje ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych *lub innych* nie dłużej niż rok bez przerwy poza swoim otoczeniem…" [WTO, 1985] przy czym w dalszej treści explicite wyłączone są tylko wyjazdy o charakterze zarobkowym. Po drugie, nie da się zaprzeczyć, że uczestniczący w wycieczkach do Korei Północnej i krajów rządzonych przez podobne reżimy, stykają się tam (a w wymienionym z nazwy kraju - nawet przeważnie) z miejscami,

obiektami i wydarzeniami o charakterze antropogenicznym, zatem należy zaliczyć tę aktywność do – znów szeroko rozumianej - turystyki kulturowej. Wniosek: turystyka kulturowa w takich krajach jest możliwa, ponieważ… jest uprawiana.

Teoretyk turystyki Dean MacCanell [1976], odwołując się do dosyć radykalnych kategorii proponowanych przez Ervinga Goffmana [1959] już przed blisko czterdziestu laty poddał miażdżącej krytyce zarówno organizację zbiorowych wypraw i zwiedzania miejsc, ich prezentację oraz narrację przekazywaną tam turystom, jak również – z drugiej strony - charakterystyczne zachowania tych ostatnich (w ich masie). Jedno i drugie składało się w jego opinii na dominujący sposób funkcjonowania całych segmentów turystyki, w tym – jeśli zastosować nasze tzw. szerokie kryteria – w szczególności kulturowej. Od czasu publikacji głównej pracy MacCanella *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class* do dziś, stopniowa przemiana sposobów percepcji, postrzegania świata zewnętrznego i jego rozumienia, a tym samym mentalności milionów podróżujących (najdobitniej ukazywana w badaniach i opracowaniach nurtu refleksji postmodernistycznej) doprowadziła do uznania fragmentaryczności widzenia świata, relatywizmu procesu i rezultatów poznania, uznania za normę dystansu w stosunku do tego, co „pewne" i „dowiedzione" – a tym samym także i do autorytetu, narracji „sprawdzonej", obowiązującej a nawet jakoś tylko dominującej. W turystyce kulturowej skutkami tego jest - między wieloma innymi - przewartościowanie samego pojęć autentyczności, interpretacji i narracji. Nie dokonując w tym miejscu oceny tych wszystkich zjawisk (z którymi sam miewam problemy) chciałbym zwrócić uwagę na jeden dość często zapominany aspekt. Twierdzi się otóż (w Polsce przykładem tego są prace K. Przecławskiego [2004 i inne], że istotną wartością turystyki, w pierwszym rzędzie tej kulturowej, jest realizacja za pośrednictwem zachowań turystycznych dialogu, polegającego na kulturowej (czyli z definicji wieloaspektowej) wymianie czy upowszechnianiu. Taka wymiana dotyczy przecież nie tylko wiedzy (np. o historii i religii, normach społecznych, języku, kulturze życia codziennego, itd.), ale i poglądów, przekonań, a także wartości etycznych, estetycznych, rozwiązań technicznych, sposobów rozwiązywania problemów, również walorów kulinarnych i dziesiątek innych. Warto zauważyć, jak bardzo szeroka jest płaszczyzna owej wymiany. Czy – jeśli z powodu rozmaitych ograniczeń - nie da się zrealizować wszystkich możliwych jej aspektów, należy jej możliwość w ogóle poddać w wątpliwość, zanegować, a może nawet taką turystykę odradzać? Otóż nie da się zaprzeczyć, że turystyka „od zawsze" dokonywała się w jakichś ramach: uczestnicy wypraw o charakterze pielgrzymkowym z powodu ograniczeń ich programu nie widzieli „grzesznych" aspektów odwiedzanych miejsc (o ile stosowali się do narzuconych reguł).

W miastach aspirujących do miana atrakcyjnych i walczących o turystów przesłaniało się i przesłania za pomocą wielkich płotów całe dzielnice. W niektórych krajach tzw. „no-go-areas" funkcjonują całkiem oficjalnie: w trosce o bezpieczeństwo turystów czuwający przy wejściu policjanci ich tam po prostu nie wpuszczają. Zabronione są – zarówno tubylcom, jak i gościom - niektóre używki, niektóre hasła, niektóre zachowania, niektóre publikacje. Narzucane są także sposoby zachowań (postępowanie w miejscach świętych, dopuszczalny rodzaj ubrania, inne). Jeśli więc turysta w Północnej Korei może zwiedzić tylko wybrane (nie przez siebie) miejsca, rozmawiać z bardzo niewieloma ludźmi, podstawionymi mu przez miejscową władzę, a nawet musi uczestniczyć w pewnych „ceremoniach" symbolicznego oddawania czci (dla mnie osobiście czymś najbardziej wstrętnym, zważywszy na biografie i co niektóre czyny owych „bohaterów"), to jest to – prawda, że nieco ekstremalny w swej skali – typ ograniczeń, narzucanych przecież od zawsze i niemal wszędzie. Jeśli z drugiej strony przyjąć oczywiste stwierdzenie, że pozyskanie przez jednostkę (a tym bardziej krótko przebywającego gdzieś turystę) pełnego, może tylko „całościowego", a może nawet - jeszcze skromniej to ujmując- generalnie obiektywnego obrazu danej kultury (kręgu cywilizacyjnego), czy – znów skromniej - danego społeczeństwa jest w istocie niemożliwe, to – konsekwentnie - ograniczenia towarzyszące uprawianiu turystyki w ramach wskazanego w pytaniu typu destynacji nie znoszą kulturowego charakteru takiej podróży. W takim zresztą kontekście prowadząc dyskusję w omawianej kwestii z (hipotetycznymi) zwolennikami tezy o „przekreśleniu idei i istoty turystyki kulturowej" w krajach dyktatorskich, można sformułować przewrotne kontrpytanie: a kiedyż to i gdzie uprawiano idealną turystykę kulturową, spełniającą wszelkie kryteria etyczne i dającej dostęp do doskonale obiektywnej interpretacji kultury, narodu, społeczeństwa czy dziedzictwa?

I jeszcze inna kwestia, którą warto poruszyć w takim kontekście. Wszędzie, gdzie się pojawiają, turyści samą swoją obecnością zawsze tworzą jakieś formy dialogu. Dialog bowiem nie realizuje się tylko w wymianie słownych czy pisanych informacji i opinii. Tym samym – jeśli zważyć reakcję tubylców na ich obecność choćby w formach obserwacji ich zachowań, porównywania ludzi miejscowych do nich, w strzępkach wiedzy pozyskiwanych w rozmowie o krajach i społeczeństwach ich pochodzenia można dojść do istotnego stwierdzenia. Otóż turyści w pewnym stopniu na miejscową społeczność jednak wpływają, stają się impulsem do refleksji a w konsekwencji zmiany postaw. W krajach innych niż Korea Północna zetknięcia z setkami tysięcy ludzi, którzy je odwiedzali, miały i mają swój – nie zawsze uchwytny – udział w tworzeniu masy krytycznej, która w wielu miejscach ostatecznie doprowadzała do ewolucyjnej lub radykalnej zmiany

na lepsze. Wystarczy przypomnieć, jak w latach 60-tych i 70-tych ubiegłego stulecia ludzie z Zachodu przybywający na wakacje do titowskiej jeszcze Jugosławii tworzyli grunt do nowego rozumienia ich własnej sytuacji przez Serbów, Chorwatów i Słoweńców. Także turyści odwiedzający frankistowską Hiszpanię na przełomie lat 60-tych i 70-tych na pewno - nawet bezwiednie - uczynili wiele dla obrania nowego kursu politycznego i szerokiej akceptacji dla niego w społeczeństwie, kiedy tylko pozwoliły na to warunki polityczne - demontaż dyktatury po śmierci jej twórcy był wszak błyskawiczny. Trudno dziś jeszcze określić, jaki wpływ na niedawną „arabską wiosnę" miały dziesiątki milionów ludzi, przebywających przecież nie tylko na plażach i w hotelach Tunezji i Egiptu, ale z pewnością był on niemały.

Jeśli więc w Korei Północnej turysta spotka nawet mało kogo, zamieszka tylko tam, gdzie mu pozwolą władze, zwiedzi miejsca według bardzo ograniczonej listy i porozmawia z wybranymi, a nawet podstawionymi ludźmi, to przecież jednak ktoś z owych wybranych i zaufanych przewodników i „opiekunów", sprzątaczek i kelnerów, kierowców i innych obsługujących zauważy na przykład jego daleko wygodniejsze buty, nowoczesny zegarek czy (choćby tam niedziałający) smartfon, dosłyszy i zrozumie jego dziwne pytania (a przecież w pytaniach zawarta jest zawsze także informacja!). Po czym – choćby szeptem – podzieli się swoją refleksją, niechby tylko z ludźmi najbliższymi i najbardziej zaufanymi. A oni z kilkoma kolejnymi. Wreszcie - nie na końcu – setki i tysiące ludzi tylko widzących turystę zastanowią się choćby nad samym faktem, że on mógł i miał za co przyjechać do innego kraju, podczas gdy oni tego zrobić nie mogą. I w ten sposób nasz turysta swoją małą kropelką przyczyni się do tworzenia i powolnego narastania owej masy krytycznej, niezbędnej dla każdej zmiany społecznej czy politycznej. I tak w maleńkim wycinku turysta przyczyni się do przyspieszenia tego, co nieuniknione. W tym konkretnym wypadku może to być największa korzyść z turystyki kulturowej. *„Gutta cavat lapidem - non vi, sed saepe cadendo…"- „Kropla drąży kamień nie siłą, lecz częstym padaniem".*

Zagadnienie 17

Projekty inwestycyjne wielkich miast jako czynnik przyciągający turystów

Coraz powszechniejsze staje się jest zjawisko wykorzystywania w promocji turystycznej metropolii, zwłaszcza azjatyckich, nowoczesnych obiektów i inżynieryjnych rekordów. Chińczycy dumni są z gigantycznej "Tamy Trzech Przełomów", chlubą Dubaju jest najwyższy budynek świata Burj Khalifa, a reklamy zachęcającej do przyjazdu do Malezji trudno sobie wyobrazić bez wizerunku Petronas Towers.
Czy - uznając trendy inwestycyjne społeczeństw i budowlane wizytówki miast i krajów za przejaw kultury – widoczne zainteresowanie turystów seryjnym odwiedzaniem nowoczesnych realizacji tego rodzaju należy uznać za chwilową efemerydę, czy też zaliczyć je do trwałych form turystyki kulturowej? A jeśli tak, to czy można wskazać na jakieś typowe jego fenomeny i charakterystyczne cechy? Jak można opisać potrzeby (lub mechanizmy), które generują takie zachowania turystyczne? (PB)

W kontekście tak sformułowanego zagadnienia nie będzie poza tematem przypomnieć, że już egipskie monumentalne świątynie i babilońskie zikkuraty były interesujące także dla ludzi spoza miejscowych społeczeństw, które je wznosiły. Skala ich oddziaływania była (w dzisiejszych terminach) co najmniej krajowa. A piramidy – grobowe pomniki - budowane były przecież w celach zarówno religijnych (wieczne życie i odpowiedni status w zaświatach dla ich lokatorów), jak i politycznych (manifestacja potęgi władzy, siły państwa). We wszystkich tych przypadkach – a są to tylko wybrane przykłady z dawnej historii - można zaryzykować twierdzenie, że o ile niekoniecznie pierwsze obiekty tego rodzaju na danym terenie, to już na pewno kolejne (w świetle pozytywnych doświadczeń z funkcjonowania tych pierwszych) obliczone były przez samych inwestorów także i na masowe odwiedziny i wynikające z nich korzyści bezpośrednie (ofiary, datki, wota) czy pośrednie (dłuższy pobyt odwiedzających, płatne wyżywienie i noclegi). A i ludzie, którzy tłumnie do takich przybytków przyjeżdżali czy przychodzili spoza miejscowości i bliskiej okolicy, zapewne obok pierwotnego impulsu religijnego byli przynajmniej dodatkowo motywowani ich aspektem estetycznym, a także - po prostu – typowo ludzką i ponadczasową chęcią zobaczenia czegoś nadzwyczajnego (albo choćby niezwyczajnie wielkiego?). Można zatem powiedzieć, że już w zamierzchłych czasach umiejętnie łączono motyw religijny (kult) i chęć

zaimponowania przybyszom z własnego czy innych kręgów kulturowych. Zapewne takie działanie nie do końca było ukierunkowane świadomie na ruch turystyczny (bo takie współczesne kryteria on przecież spełniał), ale można przyjąć, że brano pod uwagę również zysk pochodzący od ludzi przybywających do owych atrakcji.

Podobne zjawisko możemy uchwycić w epoce znacznie bliższej nam chronologicznie i miejscowościach nieodległych, bo w dużych hanzeatyckich miastach średniowiecza: Lubece, Bremie, Gdańsku. Tamtejsze wielkie kościoły miejskie z potężnymi wieżami, świadomie wzniesionymi jako dominanty krajobrazu miejskiego, były przecież, obok swej roli sakralnej, manifestacją niezależnego statusu i zamożności tych miast.

Skalą i oryginalnością wyróżniają się coraz liczniej współczesne drapacze chmur wielkich miast Dalekiego Wschodu, zwłaszcza dbających o prestiż Chin. Dobrym przykładem powiązania zamysłu inwestorskiego z promocją turystyczną budowli i miasta z ostatnich lat może być gigantyczna wieża w kompleksie sportowym południowochińskiej metropolii Guangzou/Kanton. Od momentu otwarcia została ona wyposażona w zajmującą całą kondygnację kompletną wystawę urbanistyczną wraz z olbrzymim modelem miasta. Nie jest to zresztą działanie aż tak nowatorskie, wystarczy wspomnieć europejską „staruszkę" – paryską wieżę Eiffla. W jej przypadku przynajmniej równolegle z prymarnym celem uświetnienia konkretnego wydarzenia (międzynarodowej wystawy) połączono dość oczywiste przeznaczenie turystyczne, historia zaś potwierdziła intuicje inwestorów: przecież wieża stała się wizytówką francuskiej stolicy. Nie od dziś zatem wysokościowe lub inne prestiżowe budowle i kompleksy urbanistyczne projektowane są również jako stały magnes turystyczny, mają urozmaicać ofertę miasta i tym samym wzmacniać jego siłę przyciągania.

W założeniach większości pomysłodawców gigantycznych budowli i w strategii inwestycyjnej miast jako ich inwestorów niekoniecznie mieści się wykreowanie odrębnej formy turystyki. Prymarnym celem jest raczej wskazany powyżej aspekt zróżnicowania oferty i wzmocnienia atrakcyjności miejsca. Wskazują na to między innymi zapisy w publikowanych dokumentach, np. w strategiach rozwoju miast czy w uzasadnieniach dla konkretnych inwestycji wznoszonych w ramach większych projektów.

Niemniej – jako rodzaj efektu ubocznego – można sobie wyobrazić także powstanie specyficznej oferty, koncentrującej się na takich obiektach w różnych miejscach i umożliwiającej turyście ich kolejne czy nawet systematyczne „zaliczanie". Taki proces z pewnością katalizują przeróżne listy współczesnych „cudów świata" i inne „superlatywne" zestawienia budowli: najwyższych, największych czy „najinteligentniejszych". W kolejnym etapie można przewidywać

tworzenie standaryzowanej listy wyróżniających się wielkogabarytowych budowli, opierającej się na wspólnie przyjętych kryteriach a wraz z nią jakiejś formy współpracy ich właścicieli, gospodarzy i innych zainteresowanych wzrostem skali ich turystycznych odwiedzin. Mogłaby ona mieć postać jakiegoś globalnego „klubu" albo stowarzyszenia budowli „naj", dla którego celem głównym lub jednym z podstawowych celów funkcjonowania byłyby m.in. wspólna promocja oraz stymulowanie ruchu turystycznego. Jego oddziaływanie mogłoby okazać się podobne (toutes proportions gardées) do dzisiejszego turystycznego oddziaływania listy Światowego Dziedzictwa UNESCO. Jakaś znaczna grupa turystów, zainteresowana sama z siebie (lub poddająca się działaniom promocyjnym, m.in. podejmowanym przez branżę turystyczną), może w efekcie znaleźć upodobanie w praktyce „zaliczania" takich miejsc. W miarę upowszechniania tego rodzaju aktywności - a patrząc od strony aktywności branżowej: szerszej popularyzacji tego „ruchu" czy może pojawiania się wyspecjalizowanych touroperatorów, organizujących wycieczki do miejsc z „listy" i urozmaicających je propozycjami szczególnie dobrze odbieranymi przez tę grupę konsumentów – moglibyśmy stać się świadkami powstania/stworzenia odrębnej formy turystyki kulturowej.

Na dziś dzień trudno analizować zjawisko w kategoriach odrębnej formy turystyki kulturowej. W zależności od tego, czy pobudzanie ruchu turystycznego jest z góry zakładane przez inwestora, czy też dopiero touroperatorzy lub sami turyści odkrywają walory omawianych obiektów mamy do czynienia raczej z dodatkowymi „intensyfikatorami" klasycznej turystyki miejskiej (w przypadku pierwszym), albo z nowym typem jej atrakcji (czy tylko z nowym wydaniem znanego już typu) – w przypadku drugim.

Zagadnienie 18
Potencjał turystyki kulturowo-przyrodniczej w Polsce

Przedkładana kwestia dotyka turystyki kulturowo-przyrodniczej. Na wstępie, dla zakreślenia jej ram przytoczę definicję turystyki kulturowej, na której chciałbym oprzeć klasyfikację typowych celów wypraw, ich programów, produktów i ofert lokalnych oraz zachowań turystów: "Podróż kulturowo-przyrodnicza to taka forma turystyki, w której główny cel stanowią naturalne walory środowiska, a motywacją uczestników jest spotkanie z chronionym lub organizowanym przez człowieka dziedzictwem naturalnym albo powiększenie wiedzy o świecie otaczającym" [Mikos v. Rohrscheidt, 2010a, s. 155]. W pierwszym rzędzie o takim właśnie charakterze wyprawy (lub oferty) decyduje więc przeważająca lub przynajmniej silnie zaznaczona obecność w faktycznie realizowanym programie atrakcji i walorów naturalnych, jednak z udziałem czynnika ludzkiego, czy to jako dokonanego przekształcenia krajobrazu (np. w formie założenia winnic, parku, ogrodu czy systematycznej kolekcji roślin), zabiegu ochronnego (ustanowienia rezerwatu itd.) czy porządkującego (np. trasy dydaktycznej), albo w wypadku realizacji takiego programu, który ma na celu edukację przyrodniczą uczestników (w tym wypadku nie ma potrzeby ingerencji w same zasoby). (AMR)

Subiektywną ocenę krajowego potencjału turystyki kulturowo-przyrodniczej rozpocznę od oczywistego dla badaczy i obserwatorów stwierdzenia, że aktywności turystyczne, które spełniają kryteria tej formy turystyki w naszym kraju nie tylko są podejmowane stosunkowo rzadko, jak na istniejące możliwości. Również tylko sporadycznie oraz marginalnie (bo raczej przy innych okazjach) bywają one przedmiotem analiz naukowych. Składa się na to wiele przyczyn, z których przynajmniej cztery w mojej opinii mają decydujące znaczenie. Po pierwsze, jest to niedocenianie krajowych walorów przyrodniczych tak przez samych turystów, jak i przez organizatorów turystyki. Po drugie: to zbyt wątła skala popularyzacji rodzimych krajobrazów (mam tu na myśli głównie pozamiejskie krajobrazy kulturowe, w których elementy naturalne nadal dominują i historycznie determinują kierunek przekształceń). Po trzecie: szwankuje, a w wielu miejscach zupełnie nie ma miejsca współpraca zarządców przyrodniczo cennych obszarów chronionych z branżą turystyczną. W skrajnych przypadkach nie dochodzi do niej nawet przy tworzeniu lokalnych programów na rzecz rozwoju turystyki. Wreszcie czwartą przyczyną jest - mająca związek z poprzednim zjawiskiem - niewielka liczebność i mizerny poziom organizacji produktów turystycznych opartych

na walorach mieszanych (naturalnych i kulturowych) zlokalizowanych na tym samym terenie, produktów, które programowo eksploatowałyby ich wzajemne relacje. W tym kontekście ze wszech miar pożądana jest nie tylko dyskusja nad potencjałem i szansami oraz warunkami rozwoju tej grupy aktywności turystyczno-kulturowych, ale i podjęcie działań na rzecz poprawy jakości ofert, poszerzenia ich spektrum oraz popularyzacji poszczególnych obszarów, typów walorów oraz eksploatowanych „tematów".

Polski **potencjał** turystyki kulturowo-przyrodniczej stanowią w mojej opinii w pierwszym rzędzie samodzielne obszary i miejsca docelowe wypraw dla zainteresowanych turystów, w tym zwłaszcza takie, które ze względu na unikatowość w skali globalnej albo kontynentalnej lub na bardzo dobrą rozpoznawalność poza krajem są w stanie przyciągnąć zwiedzających z zagranicy. Wśród takich na pierwszym miejscu widzę Białowieski Park Narodowy, a szerzej polską część Puszczy Białowieskiej: zachowany w najlepszym stopniu fragment dziewiczego lasu środkowoeuropejskiego, wraz z jego roślinnością i toczącymi się naturalnymi procesami życia środowiska leśnego, z dziko żyjącymi zwierzętami oraz już stworzoną infrastrukturą edukacyjną (muzeum przyrodnicze, zagrody pokazowe, ścieżki dydaktyczne), wreszcie ze sprawdzającymi się i wysoko ocenianymi przez turystów dostępnymi usługami. Tocząca się właśnie batalia o zachowanie, a może nawet o poszerzenie poziomu ochrony walorów puszczy i obszaru chronionego ma kluczowe znaczenie także w kontekście rozważanej formy turystyki kulturowej. Z drugiej strony to właśnie potrzeby turystyki kulturowo-przyrodniczej (oczywiście respektującej zasady turystyki zrównoważonej) i tworzone dla ich zaspokojenia koncepcje zagospodarowania oraz konkretne wiązki ofert lokalnych mogą przyczynić się do zmiany postaw mieszkańców okolicznych miejscowości w kierunki ściślejszej ochrony i reedukacji eksploatacji. Uczestnicząc (w różnych rolach) w obsłudze turystów i osiągając z niej wymierne korzyści, mogą oni stopniowo rewidować swoje dotychczasowe podejście, wspierające ingerencję w zasoby puszczy nakierowaną na korzyści gospodarcze. Owa ingerencja jak dotąd umożliwia im udział w pozyskiwaniu surowca i ogranicza ich straty wynikające z działań ochronnych. Przy jak najszerszym włączeniu mieszkańców w obsługę różnorakich produktów turystycznych na tym obszarze (szerzej o tym w artykule opublikowanym w TK [Mikos v. Rohrscheidt 2016a]), stopniowo coraz mocniej wspieraliby oni politykę pełnej ochrony i turystycznego zagospodarowania możliwie całej puszczy. Dostrzegliby bowiem w tych działaniach zarówno własny interes, jak też i gwarancję zachowania walorów (i atrakcji) także na przyszłość, a w konsekwencji

również miejsc pracy czy źródeł wymiernych korzyści dla swoich następców i potomków.

W kontekście potencjału turystyki kulturowo-przyrodniczej trudno wskazać inny obszar w kraju na tyle rozpoznawalny i w tak wysokim stopniu unikatowy, jak Puszcza Białowieska. Jednak moim zdaniem wielki atut naszego kraju tkwi także w chronionych obszarach wodno-błotnych stanowiących siedliska ptaków, w tym wielu gatunków zagrożonych. Fakt, że siedem z nich należy do tak zwanej Konwencji Ramsarskiej zwalnia mnie z tworzenia jakiejś prywatnej listy, ponieważ zrobili to już specjaliści. Wymienię zatem te obszary: Biebrzański Park Narodowy, Narwiański Park Narodowy, Karkonoski Park Narodowy, Poleski Park Narodowy, Park Narodowy "Ujście Warty", Słowiński Park Narodowy oraz Wigierski Park Narodowy. Oceniając ich potencjał, którego składnikami są przecież nie tylko walory ale poziom organizacji i niezbędnej turystyce infrastruktury należy zwrócić uwagę na fakt, że poziom organizacji turystyki na tych terenach, jak również ich promocja w samej Polsce i poza granicami kraju są bardzo zróżnicowane i przynajmniej w większości przypadków mogą i powinny zostać jeszcze znacząco poprawione.

Inne potencjalne cele turystyki kulturowo-przyrodniczej w Polsce to w większości małe obszary (jak rezerwaty) ulokowane niejednokrotnie także w miastach (jak parki, ogrody botaniczne, arboreta), a nawet pojedyncze miejsca i obiekty (lokalizacje unikatowych pomników przyrody i kolekcje przyrodnicze muzeów). Ich funkcja w turystyce jest w mojej opinii trojaka.

Po pierwsze, w typowych wyprawach turystyki kulturowo-przyrodniczej mogą one pełnić funkcję celów komplementarnych dla celu głównego, jaką dla większości turystów pozostaje duży i znany obszar chroniony. W tej roli byłyby one na przykład przystankami w trakcie wielodniowych wypraw kierowanych do takich obszarów. Jako takie, w niejednym programie wypraw mogą wzmocnić aspekt edukacyjny: na przykład kolekcja „krajowa" ogrodu botanicznego czy ekspozycja fauny w muzeum przyrodniczym może być okazją i miejscem do prelekcji lub warsztatu wprowadzającego w tematykę wycieczki zapoznającego z bogactwem obszaru docelowego czy systematycznego wykładu porządkującego pozyskaną wiedzę.

Po drugie, są one znakomitym uzupełnieniem o aspekt przyrodniczy innych form turystyki kulturowej (na przykład miejskiej, militarnej, turystyki dziedzictwa kulturowego, w tym historycznej, turystyki religijnej, w tym pielgrzymkowej, turystyki tematycznej – w tym zwłaszcza biograficznej, wiejskiej turystyki kulturowej i innych). Ten element bywa niejednokrotnie kluczowy dla zrozumienia całości dziedzictwa czy nawet współczesnej kultury prezentowanego tematu

czy obszaru. Nie da się przykładowo zwiedzać Kielc pomijając ich miejskie rezerwaty, szczególnie Kadzielnię z jej walorami przyrodniczymi, ale przecież także i jej historycznym dziedzictwem nierozłącznie związanym z miastem (kamieniołom) i z aktualną ofertą edukacji (geopark). Ułomne jest też zwiedzanie Warszawy bez Łazienek, Krakowa bez Plant, a Poznania bez choćby fragmentu Parku Cytadela, głównego dzieła dawnej twierdzy, która przecież definiowała (i ograniczała) życie i rozwój tego miasta przez wiele dziesiątek lat. Trudno też nie uwzględnić przyrodniczego otoczenia klasztoru jasnogórskiego wzniesionego na łatwym do obronie wzniesieniu Jury, później zresztą przytomnie ufortyfikowanego z inicjatywy polskich Wazów, co przecież historycznie zadecydowało o uzyskaniu przezeń rangi i opinii „bastionu" katolicyzmu i polskości. Z kolei gdyby nie ukształtowanie terenu umożliwiające (do pewnego stopnia) imitację Jerozolimy i Golgoty, polskie kalwarie - z tą Zebrzydowską na czele - nie powstałyby w tych miejscach, gdzie dziś się znajdują. Z kolei konfrontacja Stefana Żeromskiego z przyrodą w konkretnym miejscu zrodziła opowiadanie „Puszcza Jodłowa", a dostrzeżenie związków przyrody i żyjących wśród niej ludzi pchnęły Kazimierza Przerwę Tetmajera do stworzenia zbioru „Na skalnym Podhalu", który stał się pomnikiem gwary podhalańskiej – a to przecież tylko dwie z setek literackich inspiracji tego rodzaju. Wyjątkowe ukształtowanie terenu w połączeniu ze strategiczną lokalizacją stało u genezy, a potem wielkiej militarnej kariery większości twierdz nowożytnych na terenie Polski (że wspomnę tylko Srebrną Górę, Kłodzko, Kostrzyn, Osowiec czy Modlin). Z drugiej zaś strony liczne dawne dzieła obronne są dziś jednocześnie siedliskami chronionych gatunków (jak niektóre forty twierdzy Poznań czy bunkry Międzyrzeckiego Rejonu Umocnionego). Turyści zainteresowani dziedzictwem wsi polskiej będą wdzięcznymi odbiorcami oferty uwzględniającej jej przyrodnicze walory, w tym zasoby eksploatowane od wieków i stanowiące nierzadko nie tylko surowiec dla tradycyjnej działalności (jak okolicznie dostępne rośliny dla, na przykład, wikliniarstwa), ale też kluczowy komponent krajobrazu kulturowego: choć bowiem bardzo rzadkie są w Polsce wprawdzie winnice, to już o wiele częstsze - sady owocowe.

Po trzecie, cenne przyrodniczo miejsca i mniejsze obszary mogą także stać się elementami (ogniwami) szlaków turystyki kulturowo-przyrodniczej jako samodzielnych produktów tematycznych. Może to jednak nastąpić przy spełnieniu kilku warunków: odpowiedniego zagospodarowania (przystosowania i wprowadzenia usług turystycznych), profesjonalnej organizacji tych szlaków (z wprowadzeniem ich stałej koordynacji przez odpowiedzialną komórkę zarządczą) oraz przy dobrze przemyślanej i prawidłowo ukierunkowanej promocji. Istnienie takich szlaków za granicą (na przykład w Wielkiej Brytanii) potwierdza, że mogą one

naprawdę odnieść sukces mierzony liczba przyciągniętych turystów. By nie być gołosłownym powołam się na udaną „wiązkę" takich linearnych systemów w Wielkiej Brytanii, funkcjonująca pod zbiorczą nazwą (i wspólnym standardem) National Trails [www 2016]. Niektóre z nich, jak Wał Hadriana [Hadrian Walls Path, www 2016] czy Yorkshire Wolds Way [www 2016] są modelowymi wręcz przykładami łączenia walorów przyrodniczych i kulturowych a w tej liczbie wielu mieszanych we wspólną propozycję, proponującą turystą spotkanie z naturę, dziedzictwem antropogenicznym i – co może równie ważne, a kluczowe z punktu widzenia omawianej formy turystyki – ich wzajemnymi związkami. Poziom ich turystycznej organizacji, w tym nie tylko zabezpieczenia i oznaczenia tras, aktualnych informacji wraz z rekomendacjami ekspertów, ale i możliwości planowania pobytu i wędrówki z rezerwacjami usług, powinien być inspiracją dla polskich twórców podobnych systemów; mógłby zresztą stać się dla nich także standardem docelowym. Jaki cel ma bowiem ustalanie nowej struktury produktów, skoro istnieją sprawdzone i cieszące się powodzenie, które można zastosować, nie narażając się na błędy i porażki?

Za główną barierę rozwoju turystyki kulturowo-przyrodniczej należy uznać brak chęci współpracy strony instytucjonalnej (w tym w pierwszym rzędzie administratorów większości obszarów chronionych) z szeroko rozumianą branżą turystyczną. Wynika on z różnych przyczyn. Jedną z nich jest typowe dla dawnej klasy urzędniczej przekonanie naprawdę licznych gospodarzy terenów cennych przyrodniczo o własnej wyłącznej kompetencji i wiedzy dotyczącej wszelkich zagadnień rozwoju takich terenów przy jednoczesnym nader mikrym przygotowaniu w dziedzinie współczesnej turystyki. Te braki (osiągające niekiedy poziom zerowy) są szczególnie widoczne w dziedzinie wiedzy współczesnych, sprawdzonych w praktyce koncepcji turystyki zrównoważonej, w tym tej ukierunkowanej wprost na obszary chronione oraz o strukturze i funkcjonowaniu produktów turystycznych na takich obszarach. Jest to sytuacja zrozumiała, jeśli przejrzeć programy studiów i obsadę personalną uczelni kształcących polskich specjalistów ochrony środowiska. Wystarczy to żeby przekonać się, że turystyka jest tam traktowana po macoszemu, a jeśli już – to wykładana przez ludzi mających o niej niewielkie lub żadne pojęcie. Skąd zatem pracownicy parków narodowych, krajobrazowych, zarządcy rezerwatów i inni odpowiedzialni mają wiedzieć, co to jest produkt turystyczny i jakie są jego obszarowe rodzaje, jak funkcjonują szlaki kulturowe, a nawet jak się dziś definiuje krajobrazy (nie tylko „czysto" przyrodnicze, bo tych jest coraz mniej, ale też i przyrodniczo-kulturowe) ora jak podchodzi się do ich ochrony w warunkach jednoczesnego udostępniania turystom? Inną przyczyną wzajemnego dystansu i minimalnego poziomu

współdziałania jest dość powszechne przypisywanie przez zarządzających obszarami cennymi przyrodniczo organizatorom turystyki i w ogóle jej reprezentantom (także autorom koncepcji rozwoju turystyki związanym z ośrodkami naukowymi, a nie biurami podróży) wyłącznie komercyjnych pobudek wszelkich działań. To powoduje odrzucanie „en gros" propozycji kompleksowego zagospodarowania obszaru w warunkach współpracy. Jeszcze inny powód to niechęć do włączania kogokolwiek (w tym samorządów, mieszkańców, grup lokalnych miłośników przyrody i pasjonatów dziedzictwa, nie mówiąc już o pochodzących spoza najbliższego terenu organizatorach turystyki) na warunkach partnerskich do tworzenia najpierw koncepcji, a potem programów turystycznego zagospodarowania zarządzanymi obszarami.

Odpowiednikiem powyżej opisanej głównej bariery po „stronie turystycznej" jest jednak podobny poziom niedouczenia. Cechuje on absolwentów studiów tych kierunków (poza prowadzonymi na uczelniach rolniczych) w odniesieniu do walorów przyrodniczych własnego kraju, zasad ich ochrony poza tymi najbardziej oczywistymi, ujętymi w regulaminach dla korzystających z terenów chronionych. Nie znają też oni ich struktury zarządzania oraz kompetencji poszczególnych podmiotów. Z tych braków wynikają potem: nieświadomość co do wagi i potencjalnej atrakcyjności krajowych walorów, a więc również ich niedocenianie i nieuwzględnianie w tworzonej ofercie, nieprzystawanie tworzonych przez nich projektów i programów aktywności turystycznych do obowiązujących przepisów ochronnych oraz niechęć do podejmowania współpracy z zarządcami obszarów chronionych, którzy skądinąd sami przez swoje przekonanie o wyłącznych „prawach" do tworzenia programów i organizacji turystyki do niej nie zachęcają.

Z faktu istnienia obydwu wymienionych barier wynika logiczny wniosek, działaniem zdecydowanie pożądanym i równoległym dla tworzenia koncepcji turystycznych dla krajowych obszarów przyrodniczo cennych a może nawet warunkiem wstępnym powinno być zakończenie owego „dialogu głuchych". Można tego dokonać przez dwa równolegle prowadzone działania. Pierwszym powinno być uzupełnienie programów studiów podstawowych obu obszarów (ochrony środowiska oraz kierunków przyrodniczych z jednej, a turystyki z drugiej strony) i powierzenie dydaktyki rzeczywistym specjalistom z dorobkiem badawczym i praktycznym (odpowiednio: zarządu obszarami i organizacji lub realizacji aktywności turystycznych) wywodzącym się z odpowiednio drugiego środowiska. Powinna mu towarzyszyć – to drugie postulowane przedsięwzięcie - seria spotkań obu środowisk (w formie raczej seminariów z częścią warsztatową niż konferencji). W ich ramach nie tylko przekazano by sobie wzajemnie stanowiska i postulaty obu stron, odnoszące się do współpracy, ale też wspólnie podjęto pracę nad

modelowymi rozwiązaniami, satysfakcjonującymi obie strony. Musiałyby one gwarantować zarówno poszanowanie środowiska i zachowanie jego stanu, jak i spełnienie standardów współczesnej turystyki i możliwość tworzenia oraz realizacji produktów obszarowych satysfakcjonujących turystów zwiedzających w ramach grupowych wycieczek i tych korzystających z indywidualnych pakietów.

Na pewno dobrym wsparciem dla ochrony i odpowiedzialnego korzystania z walorów przyrodniczych oraz mieszanych (przyrodniczo-kulturowych), w tym również dla turystyki kulturowo-przyrodniczej są prawnie uregulowane zasady prawnej ochrony krajobrazów. Czy w tej dziedzinie rzeczywistym wsparciem może być niedawno uchwalona tzw. ustawa tzw. krajobrazowa [2015]? Analizując ją od strony potrzeb ochrony krajobrazu łatwo znaleźć uzasadniony powody, by być sceptycznym co do jej przydatności i pozytywnego oddziaływania. Wątpliwości może budzić już sama nadana temu prawu forma zaledwie zbioru poprawek dla innych ustaw, a nie jednolitego dokumentu, przez co na pewno nie stanie się ono wielką księgą prawa krajobrazowego. Zastanawia też proporcja treści tego dokumentu, w którym więcej znaczenia wydaje się mieć problem wielkopowierzchniowych reklam i postępowanie z nimi. To wskazuje, że obszarem oddziaływania tego aktu prawnego będzie głównie krajobraz miejski, a przedmiotem zainteresowania organów wykonawczych w realizacji - właśnie jego zaśmiecanie przez reklamy. Kwestie dotyczące rzeczywistych działań w ochronie krajobrazów pozamiejskich pojawiają się w ustawie w połowie artykułu siódmego (na ogólną liczbę 12 merytorycznych). Pewną nadzieją napawa wprowadzenie przez ustawę obowiązku wykonywania audytu krajobrazowego (art. 7, p. 7), który – jeśli byłby wykonywany z uwzględnieniem uwarunkowań wykorzystania walorów – może przecież posłużyć precyzyjnemu zdefiniowaniu oraz rzeczywistej ochronie także krajobrazów mieszanych i przyrodniczych. Wyraźnie jako przedmiot wskazań tego audytu określone są m.in. „lokalne formy architektoniczne zabudowy w obrębie krajobrazów" - co sugeruje ochronę (ale czy także turystyczną eksploatację?) regionalnych i lokalnych krajobrazów mieszanych. Na ile jednak wspomniane audyty przysłużą się ochronie walorów i wspomogą, a nie zaszkodzą odpowiedzialnej turystyce, pokaże praktyka polskich regionów. Wszak powszechnie znana i wspierana przez dotychczas obowiązujące regulacje prawne jest praktyka powierzania audytów lub „audytów" podmiotom zupełnie niekompetentnym, za to oferującym niższą cenę

Na zakończenie pozwolę sobie wyrazić opinię, że przyszłość krajowej turystyki kulturowo-przyrodniczej tkwi w znacznej mierze w powiązaniu jej z elementami aktywnego wypoczynku i zwiedzania. Ze względu na rosnącą popularność aktywnej turystyki kulturowej (łączącej wysiłek fizyczny i konfrontację

z preferowanymi walorami i atrakcjami w odwiedzanych miejscach) do koncepcji i programów zagospodarowania obszarów cennych przyrodniczo i pozamiejskich krajobrazów kulturowych warto włączać moduły umożliwiające tego rodzaju aktywności turystów. To znaczy, że systemowo a nawet finansowo wspierane powinny być te elementy programów obszarowych (a w ramach lokalnych pakietów i systemów tematycznych, jak szlaki - te usługi turystyczne), które tworzą warunki dla zwiedzania obejmującego zwiększony poziom wysiłku. Są to między innymi: wyznaczanie tras rowerowych i bardziej wymagających pieszych tras wędrówkowych (nie wspinaczkowych!) pomiędzy kluczowymi atrakcjami (w tym przede wszystkim tras łączących elementy krajobrazowe, edukacyjne i „kondycyjne"), zakładanie wypożyczalni sprzętu czy stacji obsługi przy trasach (np. przy tychże atrakcjach, miejscach noclegów, punktach gastronomicznych, punktach informacji turystycznej), wdrażanie lub integrowanie tworzonych przez współpracujące podmioty zewnętrzne systemów rezerwacji noclegów oraz transferu bagażu turystów z punktu do punktu oraz podobne. Towarzyszyć temu powinna promocja tego właśnie aspektu turystyki: dobrze ukierunkowana pod względem grupy docelowej oraz przemyślana co do wyboru form, kanałów i instrumentów. Wymienione powyżej typowe obszary docelowe turystyki kulturowo-przyrodniczej, ze względu na swoje atuty (świeże powietrze, wyjątkowe walory krajobrazowe, mniejsze zagęszczenie ruchu ludzi, znikomy lub zakazany ruch pojazdów, zróżnicowane ukształtowanie terenu) są przecież jednocześnie terenami szczególnie atrakcyjnymi dla łączenia zainteresowań poznawczych i podejmowania wysiłku fizycznego. Potrzebne jest tylko ich przygotowanie oraz zwrócenie uwagi potencjalnego odbiorcy na skrojone pod niego propozycje.

Zagadnienie 19
Kondycja turystyki biograficznej w Polsce i na świecie

Corocznie Sejm RP ogłasza kolejny rok, w którym wyróżnia zasłużoną jedną lub więcej postaci w związku z okrągłą rocznicą jej urodzin czy śmierci. Mieliśmy w ostatnich latach m.in. Rok J. I. Kraszewskiego, ks. P. Skargi, H. Cegielskiego, bł. E. Bojanowskiego, O. Kolberga, J. Karskiego, Jana Długosza i Jana Pawła II. W braku wyników badań trudno określić, czy inicjatywy zmierzające do ich upamiętnienia były wystarczające i na ile wyróżnione postacie stają się bardziej obecne w świadomości społecznej.
Czy wymienione lub inne inicjatywy polityczne albo społeczne wpłynęły na ożywienie turystyki biograficznej z nimi związanej? Czy współcześnie - w dobie braku lub erozji autorytetów - turystyka biograficzna eksponująca określone wybitne jednostki i ich dziedzictwo ma do spełnienia istotną misję? Jaka jest kondycja turystyki biograficznej w Polsce? Jak to wygląda w innych krajach europejskich? Czy istniejąc szanse rozwoju w przyszłości formy turystyki kulturowej w naszym kraju? Jakie działania temu służące są wskazane lub pożądane? (IW)

Rozpocząć wypada od krótkiej choćby odpowiedzi na tę część pytania, która dotyczy aktualnego stanu turystyki biograficznej w naszym kraju. Systematyczna kwerenda ofert katalogowych, portali turystycznych i funkcjonujących szlaków tematycznych dowodzi że – poza nielicznymi wyjątkami, związanymi na dziś głównie z osobą i biografią Jana Pawła II - można stwierdzić, że nie funkcjonuje ona jako odrębny typ zorganizowanych wypraw kulturowych. Istniejące szlaki biograficzne mają niemal wyłącznie wirtualny charakter (zatem nie przejawiają cech organizacji rozwiniętego produktu turystycznego, w tym nie są w żaden sposób na bieżąco koordynowane). Nie daje się niemal w ogóle zauważyć wychodząca poza wymiar lokalny (a więc skierowana do tych, którzy „już do nas przybyli") promocja odnosząca się do tej formy turystyki. Nie funkcjonują też klastry tematyczne, a śladowo tylko obecne są pakiety lokalne profilowane na zwiedzanie biograficzne. W konsekwencji takiego stanu zagospodarowania potencjalnych atrakcji i poziomu organizacji oferty, ani nie korzystają z nich organizatorzy zbiorowej turystyki ani nie wybierają ich w większej grupie indywidualni turyści.

Próbując – a jest to zagadnienie wymagające dłuższego wywodu – określić potencjał krajowej turystyki biograficznej, należy zadać sobie cztery podstawowe pytania:

1. O bohaterów: Czy polska historia i kultura „posiada" na tyle dobrze rozpoznawalne i „wyraziste" postaci, które mogłyby przyciągnąć turystów z zagranicy? Czy nasi bohaterowie potencjalnie konstytuujący cele turystyki biograficznej są też wystarczająco interesujący dla młodszego pokolenia Polaków, a nie dzieje się z nimi przypadkiem tak jak z lekturami szkolnymi, które grupa ekspertów od edukacji według dawno już przez ogół nie rozumianych i nie akceptowanych kryteriów usiłuje narzucić, a których większość konsumentów programów edukacyjnych usilnie stara się nie czytać?
2. O atrakcje: Czy walory naszych miejsc biograficznych są naprawdę atrakcyjne? Gdyby odnieść tę kwestię do rzeczywistych czy – jeszcze bardziej – potencjalnych uczestników turystyki biograficznej, to należałoby bardziej konkretnie zapytać, czy na przykład „stacja" zwiedzania pod przymocowaną obok wejścia do mało estetycznej kamienicy tablicą pamiątkową spełnia warunek ciekawego i przyciągającego turystów miejsca? A czy szereg takich tablic to aby na pewno już interesująca trasa biograficzna po mieście? Czy wreszcie muzeum biograficzne, które nadal funkcjonuje według standardów ekspozycyjnych lat 70-tych minionego stulecia (gabloty, kopie dokumentów, zakurzone i zaledwie opisane rekwizyty, i w ogóle bodźce wyłącznie wizualne) powinno i w ogóle może być *uważane* za główny magnes dla turystów w ramach biograficznej propozycji? Bo to, że dawno już nim *nie jest*, to raczej oczywiste.
3. Misja i oddziaływanie. Nawiązując do jednego z wątków rozwiniętego pytania warto zastanowić się, czy w ogóle eksponowane przez ofertę krajowej turystyki biograficznej postacie, przedstawiane jako współtwórcy szeroko rozumianej kultury, osobowe wzory do naśladowania czy nawet jako prowokacje światopoglądowe lub - szerzej - intelektualne, istotnie mają szansę spełnić jakąś istotną misję, zainteresować dzisiejszych Polaków, skłonić ich najpierw do podróży ich śladami, zapoznania się z ich życiem i dziedzictwem, a także przemyślenia niektórych idei, postaw czy zamierzeń?
4. O konkurencyjność oferty. Czy (biorąc pod uwagę odpowiedzi na trzy poprzednie pytania oraz wyżej zarysowany stan krajowych ofert i produktów o takim profilu) oferty polskiej turystyki biograficznej w ogóle mogą mieć realne szanse na sukces jako odrębna forma, a od strony części uczestników nawet jako „sposób" uprawiania turystyki, mający trwałe i liczne grono własnych zwolenników? Mniejsza już o to, czy ów sukces miałby być oceniany w kategoriach komercyjnych (jako generowanie zysku bez jakichkolwiek publicznych subwencji), czy też jako tak czy inaczej wspierane i finansowane

przedsięwzięcia w ramach upowszechniania dziedzictwa, publicznej edukacji i podobne.

W odniesieniu do pierwszej kwestii: trudno naszym bohaterom konkurować z ikonami światowej czy europejskiej historii i kultury, jak Napoleon (ma swoje szlaki i oczywiście biograficzne muzea czy znaczące miejsca nie tylko we Francji) czy Mozart (dla zwolenników wielkiej muzyki - postać nieśmiertelna). Moim zdaniem (niestety) z tego głównie powodu - z nielicznymi wyjątkami - nie możemy w najbliższych latach liczyć na poważniejszą grupę turystów z innych krajów zainteresowanych głównie wyjątkowymi postaciami i ich biografiami. Dobrze rozpoznawalny Chopin „posiada" takich autentycznych miejsc w Polsce niewiele, a na skalę pozakrajową mogłyby one być eksploatowane może raz na pięć lat, z okazji Konkursu Chopinowskiego (proszę w tym miejscu o powstrzymanie się od protestów z przytaczaniem miejsc, gdzie kompozytor był raz w życiu i dał ongi koncert – takie miejsca nie są uważane za biograficzne!). O innym naprawdę sławnym potencjalnym bohaterze: Mikołaju Koperniku, wspomnę poniżej. Ta nieco może smutno-otrzeźwiająca konstatacja nie oznacza jednak jeszcze, że turystyka biograficzna jako taka nie miałaby w Polsce szans powodzenia. Jej oferta mogłaby przecież kierować się głównie do Polaków.

Jednak tu (odpowiadając na drugą kwestię) na przeszkodzie staje najpierw jakość tworzonych atrakcji, a następnie nasza aktualna praktyka organizacji (czy może raczej: dezorganizacji) turystyki. Po pierwsze: większość krajowych wystaw i kolekcji biograficznych jest niestety nieatrakcyjna ze względu na swoje wspomniane wyżej standardy (choć to się powoli - zbyt powoli! - zmienia), a lokalne, np. miejskie trasy biograficzne opierają się na „atrakcjach" niezagospodarowanych lub źle zagospodarowanych (tabliczka na domu jednak nie wystarczy dzisiejszemu turyście!). Po drugie (to kwestia organizacji), kiedy już pojawia się postać naprawdę dużego formatu i globalnie rozpoznawalna, taka jak papież Jan Paweł II, to w sferze turystyki natychmiast robione jest niemal wszystko, żeby rozwodnić potencjalną związaną z nią ofertę turystyczną i roztrwonić istniejący potencjał. Tworzy się oto dziesiątki „szlaków" upamiętniających jednorazowy pobyt czy wędrówkę (a gdzie w Polsce ten papież kiedyś nie przebywał?) oznaczonych tylko na mapach lub co najwyżej na słupkach przy trasie, bez żadnych śladów trwałego nimi zarządzania (jak aktualizacja informacji czy najprostsze choćby powiązane usługi turystyczne). Pojawia się niezmierzone morze kiczowatych pomników (to akurat nie jest winą ludzi odpowiedzialnych za turystykę), które bez żadnej refleksji czy selekcji automatycznie są zaliczane do takich szlaków (a to już jest ich wina!). A przecież wystarczyłoby wcześniej zastanowić się lub zapytać ekspertów od szlaków lub interpretacji dziedzictwa, jakie

wrażenia, odczucia i refleksje może mieć choćby zainteresowany postacią turysta przy jej szóstym kolejnym pomniku i – co ważniejsze – czego nowego będzie mógł przy nim doświadczyć lub się dowiedzieć? Powstają także izby pamięci czy „muzea" (dlaczego pozwala im się nosić tę nazwę, urągającą ustawie o muzeach?) które gromadzą pamiątki takie jak jednorazowo założony ornat czy zapomniana rękawiczka narciarska itd. Ostatnio zaś dziesiątki kościołów pozyskują „relikwie", wszystkie z jednej ampułki „zamachowej" krwi, a posiadając je, oczywiście natychmiast pretendują do miejsca godnego odwiedzin. To jest najprostsza droga do roztrwonienia potencjału turystyki biograficznej, redukcji lub zniszczenia poziomu i efektu konfrontacji z postacią bohatera, jego biografią i jego dziedzictwem, spłycenia ewentualnego przesłania, interpretacji i ewentualnej identyfikacji turysty, co akurat w tej formie turystyki odgrywa kluczową rolę.

Na trzecie pytanie, dotyczące siły przyciągania (do miejsc) i faktycznego wpływu postaci mających ogniskować aktywności turystyki biograficznej, da się rzetelnie odpowiedzieć tylko po przeprowadzeniu choćby powierzchownych badań. Podobne są już regularnie i dość licznie prowadzone i dotyczą osobowych wzorców młodych ludzi. Realizują je badacze i zespoły z kręgu socjologii. Należałoby zatem przekonać tych, którzy realizują takie badania i uwzględniają w nich postacie mogące potencjalnie dać impuls turystyczny w skali kraju, regionu lub miasta, by dołączali w swoich kwestionariuszach pytania o chęć czy gotowość respondentów do osobistego spotkania się z dziedzictwem danej postaci w miejscach z nią związanych i ewentualnymi warunkami, pod jakimi na taką podróż by się zdecydowali. Można też ustalić taki potencjał uwzględniając odnośne pytania w ramach szerzej zakrojonych badań dotyczących preferencji aktualnych i potencjalnych turystów kulturowych, szczególnie tych młodszych.

Moja ocena szans turystyki biograficznej na dziś dzień jest raczej intuicyjna, bo nie podbudowana dowodami, jako że nie prowadzono na ten temat badań. Jestem przekonany, że bohaterami i magnesami odrębnych wyjazdów biograficznych nadal mogą być najwybitniejsi i najszerzej rozpoznawalni Polacy. Jednak tylko właśnie najwybitniejsi, czyli zaledwie kilka osób, których nazwiska podam niżej w zestawieniu z propozycjami miejsc eksploatowanych w ramach ewentualnych podróży. Jednak w równej tym najbardziej znanym postaciom historii i w rosnącej skali przedmiotami (może raczej „podmiotami") propozycji podróży biograficznych mogą się stawać (na krótko lub nieco dłużej) aktualnie pojawiający się bohaterowie zbiorowej wyobraźni. Tu i ówdzie warto także i ich zagospodarować dla turystyki, jednak tylko wtedy, gdy „rokują" na dłużej, o czym także poniżej. Jeśli bowiem są to typowe „muchy jednodniówki", to szkoda byłoby energii i środków włożonych w tworzenie związanych z nimi ofert.

Wykorzystując chwilowy boom na ich „nazwisko" i dzieło (sukcesy itd.) wystarczy zatem w miejscach związanych z ich biografią ograniczyć się do zdyskontowania (i konsumowania) chwilowego zainteresowania przez sprzedaż noclegów, usług gastronomicznych czy biletów wstępu do chwilowych atrakcji, wzmocnione przez dobrą informację i ewentualnie powiązane w lokalne pakiety. Miejscowy przewodnik zajmie się zainteresowanymi („fanami"?) i dopełni ów prowizoryczny produkt turystyczny z swadą prowadząc ich wirtualną „trasą" bohatera i wzbogacając wrażenia anegdotami. W taki sposób kilka – kilkanaście osób, parę podmiotów komercyjnych (hotel, restauracja) przez jakiś czas bez żadnych inwestycji zanotuje zyski, a przytomni gospodarze miejscowego muzeum wzrost frekwencji, o ile postarają się o biograficzną ekspozycję. Trzecia na dziś dzień potencjalnie atrakcyjna grupa to postacie z dziejów religii, współczesnego życia religijnego i związane z nimi miejsca. Jednak ich znaczenie będzie raczej malało na skutek stopniowej redukcji roli religii w subiektywnych doświadczeniach kolejnego pokolenia Polaków i – wolniej i stopniowo, lecz konsekwentnie - także w polskim życiu publicznym. Myślę tu o niektórych postaciach aktualnie otaczanych kultem jak Faustyna Kowalska czy Jerzy Popiełuszko, w znacznie już mniejszym stopniu Maksymilian Kolbe, którego czas w roli magnesu turystyki, nawet tej pielgrzymkowej, chyba właśnie się kończy. Przy czym do postaci stricte religijnych nie zaliczam Karola Wojtyły, który zdecydowanie wykracza poza te ramy będąc (czy się to komuś podoba w całości, czy tylko w części) jednym z najwybitniejszych i najbardziej znanych Polaków naszych czasów, z ogromnym wpływem na losy społeczeństwa i kraju.

Odpowiedź na czwartą ze zdefiniowanych powyżej kwestii zależy zarówno od stanu rzeczy stwierdzonego w odniesieniu do poprzednich trzech, jak i od poziomu organizacji gotowych produktów. Chodzi tu o 1) materialne (czyli gwarantujące dostępność obiektów i koordynowane) szlaki biograficzne o randze regionalnej i ponadregionalnej, z gotowymi propozycjami dla grup i pakietami indywidualnymi umożliwiającymi wielodniowe wyprawy, 2) o bardziej złożone tematyzowane oferty obszarowe (jak tematyczne trasy lokalne rozbudowane wokół miejsc biograficznych i dobre, ciekawe ekspozycje muzealne lub prywatne albo społeczne kolekcje), wreszcie o 3) profesjonalne zarządzanie cyklicznymi eventami o profilu biograficznym, obejmujące zagospodarowanie czasu ich uczestników przez tworzenie wokół programu podstawowego w danym miejscu na kilka dni w roku atrakcyjnych propozycji pobytu ze zwiedzaniem i pakietów usług dla turystów. Tu można posłużyć się na przykład wzorcem tzw. pakietów okazjonalnych, omawianych i analizowanych w kontekście imprez kulturalnych [Artyshuk 2010, s. 11-15 i 19-21].

Oceniając w tym kontekście, można stwierdzić, że w Polsce jest na pewno przynajmniej kilkanaście miejsc i obszarów, w których przy obecnym potencjale (biograficznym, a szerzej: kulturowo-turystycznym wraz z wystarczającym poziomem infrastruktury turystycznej) jest możliwa realizacja ciekawej oferty biograficznej, i w których odpowiedzialni za kulturę i turystykę mogliby przystąpić do organizacji takich produktów. Bez dłuższych namysłów i wątpliwości można wskazać jako takie miejsca Warszawę i okolice (tu na przykład „treść" biograficznej turystyki mogliby współtworzyć Fryderyk Chopin, Jan Sobieski i inni), Kraków i okolice (Jan Paweł II, ale również np. kolektywnie kilka postaci twórców literatury jak Wisława Szymborska, Czesław Miłosz czy Stanisław Lem), Gdańsk (Lech Wałęsa z możliwym spotkaniem na żywo i pierwsza „Solidarność", której on właśnie dla bardzo wielu jest i pozostanie twarzą i symbolem). Tam jednak z powodu wielkomiejskiego charakteru i zróżnicowanej struktury atrakcji turystyka biograficzna ma potężną konkurencję w postaci ofert typowych dla innych form turystyki kulturowej: głownie dziedzictwa, miejskiej i eventowej. Jednak poważne szanse mają też obszar od Torunia po Frombork jako ojczysta ziemia Mikołaja Kopernika i teren, gdzie głównie żył i pracował, Szlak Piastowski z Gnieznem, Poznaniem i Ostrowem Lednickim na czele jako przestrzeń życia i działania wybitnych indywidualności założycieli naszego państwa, albo niedoceniany Białystok jako miejsce życia i inspiracja dla Ludwika Zamenhofa, znanego wprawdzie w wąskich kręgach, ale także i poza Polską twórcy języka esperanto. Warto również w kontekście turystyki biograficznej zwracać uwagę, jakie idee i wzorce życia oraz które ucieleśniające je postacie interesują i przyciągają młodsze pokolenia. Badający ich co bardziej trwałe pasje i wzorce osobowe mogą już niedługo odkryć, że może chętniej odwiedziliby miejsca i spotkali ludzi związanych z biografiami wybitnych współczesnych twórców i interpretatorów kultury (jak kompozytorzy, reżyserzy, malarze, może niektórzy naprawdę ważni aktorzy), a może jeszcze bardziej wynalazców ważnych urządzeń czy twórców kultowych marek albo nawet ludzi, którzy odnieśli sukces tworząc znaną firmę i dając wielu ludziom nowoczesne miejsce pracy wraz z możliwością samorealizacji, a Polsce – prestiż i uznanie. Kto wie, może już niedługo wzorem i osobą wartą poznania okaże się jakiś polski odpowiednik Steve`a Jobsa o podobnej lub znacznie mniejszej skali dorobku i sukcesu, wystarczającej jednak dla zainspirowania tysięcy młodych ludzi. I pewnie wielu wtedy znajdzie się chętnych, żeby zobaczyć jego legendarny garaż-montownię, jej poddasze – studio design`u czy inne miejsce narodzin legendy techniki, sztuki albo technologii. A przy okazji zwiedzić także mieszkanie, szkołę, ulubiony klub i park wraz z ławką czy stolikiem pierwszej randki oraz porozmawiać z ludźmi, którzy znają go/ją od dzieciństwa, uczyli się z nią lub z nim może… bijali.

Wtedy trzeba im to zaoferować, zbierając i organizując pamiątki i relacje, udostępniając miejsca, tworząc usługi i konstruując produkt. I oczywiście nie wolno zapomnieć o mądrej promocji, przede wszystkim umiejącej najpierw ustalić swój właściwy „target", a wraz z nim kanały i środki, za pomocą których może on być osiągnięty.

Dlaczego takie przedsięwzięcie miałoby się nie udać? Oto na przykład w Gazecie Wyborczej z 21 stycznia 2015 można było przeczytać, że setki (bardzo) młodych ludzi gotowe są namówić swoich rodziców na 1500 złotowy wydatek za możliwość spędzenia sześciu dni w bardzo małej miejscowości z gwarancją spotkania i paru rozmów czy warsztatów w udziałem swoich idoli, niejakiego Dawida Kwiatkowskiego i występującej pod pseudonimem młodzieżowej vlogerki. W zestawieniu z poziomem „dorobku" takich magnesów podróży oraz ich przewidywalnymi perspektywami utrzymania popularności wydaje się, że otoczona dobrą pracą informacyjno-promocyjną propozycja zatknięcia z dziełem i oddziaływaniem prawdziwych twórców (kultury, techniki, idei, sztuki…) z udziałem dyskusji, filmów, warsztatów, inscenizacji, spotkań ze świadkami życia bohaterów) naprawdę jest w stanie przyciągnąć ludzi i sensownie zająć im wolny czas, albo nawet pchnąć ich na szlak biograficznej wędrówki.

Jednak z pewnością będzie i tak, że w niektórych miejscach posiadających omawiany potencjał zwycięży przekonanie, że z różnych powodów (konkurencja innych form turystyki kulturowej, brak profesjonalnej kadry, brak pasjonatów mogących się zaangażować itd.) nie uda się wykreować i wypromować określonych produktów i miejsc turystyki biograficznej. Wówczas - nie licząc pojedynczych i jednorazowych udanych „akcji" jubileuszowych - zwiedzanie muzeów i miejsc biograficznych czy krótkie lokalne spacery o tematyce biograficznej mogą tam funkcjonować także w ramach „mocnych" form turystyki kulturowej. Najczęściej w naszym kraju będą to: turystyka miejska, turystyka dziedzictwa kulturowego czy turystyka religijna (i ta pielgrzymkowa, i ta o raczej poznawczym profilu).

Odnosząc się do pytania o efektywność inicjatyw politycznych i pochodzących z profesjonalnych środowisk kultury, takich jak „rok biograficzny": w mojej opinii faktycznie wpływały one na turystykę (w ograniczonym stopniu) w minionej epoce PRL-u. Wtedy jednak były wsparte całą państwową machiną propagandową, kreującą je na wydarzenia i regularnie wręcz „trąbiącą" o nich we wszystkich mediach. W sytuacji funkcjonowania zaledwie dwóch centralnych kanałów telewizji i trzech stacji radia poświęcone im programy telewizyjne i audycje radiowe nie posiadały konkurencji, a państwowo sterowani zarządcy regionalnej czy nawet lokalnej polityki kulturalnej bywali rozliczani z ich organizacji na swoim terenie, w tym z fizycznie realizowanych imprez i frekwencji na nich.

Z kolei turystyka krajowa (a wtedy przecież dla większości była ona jedyną dostępną) w bardzo dużym stopniu była wtedy organizowana przez szkoły różnych poziomów czy nawet zakłady pracy. Przy tym te pierwsze realizowały ją nierzadko według klucza tematycznego, wspomagane w obszarach docelowych przez „rajdy" czy „zloty" (dziś powiedzielibyśmy: rodzaj gotowych produktów turystycznych o charakterze jednorazowym). Przy takiej prezencji medialnej i tak dużym nasyceniu imprezami czy wystawami „lata biograficzne" czy jubileuszowe były w stanie jakoś oddziaływać także na indywidualnych turystów. Jako przykład przytoczę jubileuszowy Rok Kopernika w pięćsetlecie urodzin astronoma (1973). Była to pierwsza „inicjatywa" biograficzna, którą jakoś świadomie odebrałem, a to dlatego, że mój ojciec (a bynajmniej nie był on zwolennikiem ówczesnego systemu), zapewne zmotywowany falą płynących zewsząd przekazów, „zapakował" żonę i dzieci do samochodu i zawiózł do Torunia, Lidzbarka Warmińskiego i Fromborka. Dziś oddziaływanie tego typu inicjatyw jest niemal niezauważalne, a to z kilku powodów. Po pierwsze, nie przebijają się one przez gęstą zasłonę dymną dziesiątek stacji i podmiotów medialnych. Po drugie, ponieważ nie stoją za nimi atrakcyjne środki na promocję i realizację czy różne formy dofinansowania, nie posiadają niemal żadnego przełożenia na działalność komercyjnych organizatorów turystyki, w tym tych tworzących oferty dla grup edukacyjnych. Wreszcie po trzecie – mają ogromną konkurencję poza granicami kraju, szczególnie w Zachodniej Europie, przy czym sama turystyczna oferta o profilu biograficzna jest tam lepiej zorganizowana i promowana.

Odnosząc się do oferty i skali turystyki biograficznej w innych krajach europejskich, pozwolę sobie nieco arbitralnie wybrać kilka krajów Unii Europejskiej oraz kraje z nami graniczące. Stan ofert i aktywności ludzi w kontekście turystyki biograficznej wygląda tam nader różnie, czasem nie lepiej, a w niektórych krajach nawet gorzej niż w Polsce, co jednak nie powinno być powodem do pocieszania się. Niektórzy w Europie mają szczęście posiadania olbrzymiego potencjału w postaci a) szeroko rozpoznawalnych osób i/lub b) dobrze zachowanych autentycznych miejsc biograficznych. W grupie o największym potencjale potencjalnych bohaterów turystyki biograficznej lokują się zdecydowanie Włosi (postaci głównie z dziedzin architektury i sztuki, muzyki i religii) Niemcy (głównie: technika i nauka, także muzyka, mniej literatura i polityka oraz wojskowość), a za nimi Francuzi (polityka, sztuka, mniej muzyka i nauka) i Brytyjczycy (nauka, technika, mniej literatura i sztuka), może trochę mniej Hiszpanie (najbardziej pewnie religia i literatura). W drugiej grupie z największym potencjałem autentycznych miejsc z kolei przodują raczej Włosi, Hiszpanie i Brytyjczycy, natomiast mniej Niemcy i Francuzi: u tych pierwszych II wojna światowa, a u drugich wielka rewolucja 1789

i jej mocno barbarzyńskie podejście do dziedzictwa przyczyniły się do zniszczenia znacznej ilości autentycznych obiektów i kolekcji powiązanych z ważnymi postaciami. Na tym tle może nieco dziwić postawa Greków, którzy (może ze względu na duże walory przyrodnicze i mnogość miejsc i obiektów materialnego dziedzictwa antyku) nie chcą albo nie potrafią organizować i promować olbrzymiego biograficznego potencjału, jaki posiadają - z oczywistym naciskiem na starożytność (filozofia i nauka, sztuka, architektura, literatura, polityka). Bardzo dobrze swój nieźle zachowany potencjał wykorzystują natomiast Austriacy (muzyka, sztuka), oferując muzea biograficzne, szlaki a nawet gotowe podróże, w tym muzyczne, że wspomnę choćby ofertę Salzburga ogniskującą się na Mozarcie i w większej mierze z niego żyjącą. Posiadając podobny potencjał, znacznie słabiej radzą sobie Szwedzi (nauka, polityka). Tytułem przykładu zaniedbanych szans: grób Celsiusa ukryty jest w wiejskim kościółku w Starej Uppsali pod... dywanem, a żeby dowiedzieć się na pewno, gdzie w uppsalskiej katedrze - także w posadzce - pochowany jest wielki Linneusz, trzeba dopytać personelu, jako że napisy na płycie nagrobnej są mocno zatarte. Czesi i Węgrzy, podobnie jak na przykład Belgowie i Finowie mają problem podobny do naszego: naprawdę bardzo niewiele postaci światowego formatu, które byłyby w stanie przyciągnąć wycieczki spoza granic. Może ten fakt – zresztą również podobnie jak w Polsce – wpływa demotywująco na potencjalnych organizatorów ofert (wyjazdów i szlaków więcej niż lokalnych), którzy w tej akurat dziedzinie wypraw tematycznych nie są zbyt aktywni. Z kolei Litwini, Słowacy czy Białorusini praktycznie większego potencjału w tej akurat dziedzinie nie mają, nie należy się więc dziwić, że i ofert tego rodzaju w zasadzie tam nie ma. Ukraina ma aktualnie zgoła inne problemy niż turystyka, gdyby jednak nawet tak nie było, to na podstawie stanu „sprzed" wojny można stwierdzić, że propozycje zorganizowanej odrębnej turystyki biograficznej praktycznie tam nie istnieją. Nie miejsce tu, by szerzej rozwodzić się nad realnymi ofertami funkcjonującymi za naszymi granicami. Warto jednak wskazać choć parę udanych przykładów: poza wspomnianym Salzburgiem i jego wszechobecnym (nawet w sklepach cukierniczych!) Mozartem, dobrze zagospodarowano również Wiliama Szekspira w Anglii: funkcjonuje oto szlak Shakespeare`s Way z miejscami biograficznymi ze Stratford-upon-Avon (z jego tematycznie zarządzanym krajobrazem, pięcioma domami poety i jego rodziny, ulubionym podobno parkiem i miejscem pochówku) przez m.in. Oxford do Londynu - a tam teatr The Globe z bogatą oferta spektakli, inne miejsca biograficzne w historycznym centrum miasta, polecana jest aktualna literatura i organizowane pokazy. Osoba Napoleona I cieszy się również sporą „turystyczną" popularnością we Francji, a „eksploatuje" go szereg szlaków i tras lokalnych, odrębny „Szlak Stu Dni" z południa kraju

ku Paryżowi, monumentalne i zadbane miejsce pochówku oraz szereg „imperialnych" miejsc w stolicy, z Łukiem Triumfalnym na czele. Wśród produktów biograficznych w Niemczech na pierwszym miejscu postawiłbym bardzo zróżnicowany całoroczny program „Wege zu Luther" [Wege… 2016], w skład którego wchodzą obiekty związane z życiem reformatora, szlak łączący „jego" siedem miast, a w każdym z nich trasy lokalne, interaktywne i multimedialne kolekcje i ekspozycje, cykliczne eventy, bogata oferta warsztatów i dyskusji. We Włoszech artystycznym pięknem obiektów i silnymi związkami biograficznymi z postacią i przesłaniem bohatera, ale już niekoniecznie materialnym poziomem swojej organizacji wyróżnia się Camino di Assisi, czyli w istocie biograficzny szlak świętego Franciszka.

Czy turystyka biograficzna w Polsce ma szanse rozwoju w najbliższej przyszłości? W świetle powyżej napisanego takie szanse istnieją, jeśli przynajmniej w wymienionych w tym tekście miejscach (i w takich, w których pojawi się nowy potencjał związany z kolejnymi znanymi lub promowanymi postaciami) znajdą się ludzie, zespoły, organizacje lub instytucje albo podmioty komercyjne, które – najlepiej łącząc siły - profesjonalnie stworzą i będą zarządzać ofertą tematycznych wyjazdów (przyjazdów, pobytów), o profilu powiązanym z biografiami znanych ludzi. Konieczna będzie przy tym także współpraca wychodząca ponad lokalny zarząd. Powinna to być 1) kooperacja między miejscowościami w ramach wspólnych szlaków biograficznych poświęconych tej samej postaci ze zróżnicowanymi atrakcjami, eksploatującymi różne wątki z biografii zamiast w nieskończoność powtarzanych tematów, a nawet… identycznych eksponatów. Bardzo pomocne byłyby 2) konsultacje i porozumienia między regionalnymi podmiotami organizującymi turystykę (np. Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi w województwach) polegające między innymi na pewnym podziale wątków i produktów, tak by nie konkurować wzajemnie ze sobą na tych samych nie aż tak znów wielkich polach eksploatacji. Istotą takiej konsultacji byłaby wspólna ocena, a treścią porozumienia - wzajemne uznanie atutów (walorów, atrakcji, dotychczasowego wkładu w organizację produktu np. szlaku) i nie tworzenie przez posiadających słabsze zasoby konkurencyjnego produktu całorocznego czy sezonowego, jakim byłby na przykład szlak biograficzny, dotyczący tej samej postaci. Ustępujący otrzymywałby w zamian możliwość np. organizacji cyklicznego eventu w danym temacie opartego o posiadany przez niego walor (na przykład ważne wydarzenie w biografii danej postaci) lub mógłby „zarezerwować" sobie inną „wspólną" postać dla budowy szlaku teraz lub w przyszłości - bez obawy konkurencji. To zapobiegłoby sytuacji, w której te zgoła nie gigantyczne i mocno rozproszone zasoby biograficzne w naszym kraju byłyby wykorzystywane bez

przemyślenia i konsultacji, a nawet w bezpośredniej konkurencji, i w rezultacie rozmienione na przysłowiowe „drobne". Przykładowo wtedy 15 szlaków Jana Pawła II podzieliłyby między sobą choćby i asymetrycznie potencjalnych turystów, przez co żaden nie zwróciłby włożonych w niego środków, sami zaś turyści na większość z nich przeżyliby rozczarowanie, napotykając tylko bardzo mało istotne lub wręcz problematyczne miejsca „biograficzne". Inny warunek powodzenia tej formy turystyki w Polsce to 3) mądra promocja turystyczna zarówno postaci (i ich dokonań), jak i związanych z nimi miejsc oraz produktów, która oprze się na badaniu potencjalnych grup docelowych. Organizatorzy takiej promocji najpierw odnajdą dla niej właściwy target i rozważnie podejmą decyzję o wykorzystaniu tych kanałów informacji, które są w odniesieniu do niego najskuteczniejsze. Warunkiem niezbędnym jest również oczywiście 4) przeprowadzanie choćby co kilka lat badań i analiz wspomnianego wyżej krajowego czy regionalnego potencjału biograficznego. Na ich podstawie można co jakiś czas ustalić atrakcyjnych bohaterów, nierzadko nowych, którzy mają coś do powiedzenia dzisiejszemu Polakowi czy nawet Europejczykowi. Jak ich szukać i selekcjonować, jak „odtwarzać" ich przekaz i jak organizować ich przesłanie i dziedzictwo dla potrzeb ludzi chcących się z nimi zapoznać w formie wyprawy biograficznej - to już temat na odrębną analizę, dotyczącą już nie tyle idei i szans tej formy turystyki kulturowej, co zarządzania nią.

Zagadnienie 20

Turystyka kosmiczna: forma turystyki kulturowej czy przygodowej?

Podróże w kosmos mimo gigantycznych kosztów stały się faktem, a technologiczny postęp wpłynie w niedalekiej przyszłości na ich popularność. Z turystyką kosmiczną wiąże się turystyka astronomiczna, realizowana na Ziemi (wizyty w miejscach tajemniczych śladów cywilizacji pozaziemskich, miejscach dogodnej obserwacji kosmosu, ośrodkach związanych z podbojem kosmosu).
Czy turystyka kosmiczna (Space Tourism) jest formą turystyki kulturowej czy przygodowej? Jakie cechy pozwalają na zaliczenie jej do turystyki kulturowej? Jakie są perspektywy rozwoju turystyki kosmicznej? (ZK)

O turystyce kosmicznej pisano już i w niektórych polskich podręcznikach turystyki, niemal wyłącznie na zasadzie ciekawostki. Jednak jest ona faktem: od momentu, gdy przed kilku laty odbył się pierwszy komercyjny lot w kosmos. Przypomnę: amerykański klient Dennis Tito zapłacił Rosjanom, a ci w dniu 28 kwietnia 2001 dołączyli go do załogi kolejnego statku kosmicznego i pozwolili pobyć siedem dni na orbicie. Aktywności te spełniają powszechnie stosowaną definicję turystyki (UNWTO), ich uczestnicy – definicję turysty. Jeśli zaś chcemy być konsekwentni, to musimy organizatorów tej podróży i jej wykonawców określić jako państwowo-komercyjnego touroperatora i jego personel. Ponieważ od tej pory miało miejsce kilka kolejnych lotów, a z czasem możemy się pewnie spodziewać jakiegoś potanienia oferty (nadal długo jeszcze wycenianej w milionach dolarów) czy nawet wprowadzenia propozycji dla małych, kilkuosobowych grup – można zacząć mówić i pisać o tej formie podróży całkiem poważnie jako o jednym z rodzajów turystyki. Bardzo elitarnej i indywidualnej, ale jednak. W końcu wyjazdy na safari z gwarantowanym upolowaniem słonia także są udziałem nader nielicznych, a nikt nie kwestionuje ich turystycznego charakteru. Na pytanie, czy jest to turystyka kulturowa, czy bardziej przygodowa, odpowiem bez większych wątpliwości: jest ona zarówno jednym, jak i drugim. Argumenty na takie jej ujęcie są dość oczywiste: ciekawość turysty i program jego pobytu z pewnością koncentrują się w długiej mierze na technologiach i technikach, które umożliwiają odbycie podróży, a te są dziełem ludzkim – zatem są częścią szeroko rozumianej kultury. Ma też taki lot na pewno istotne aspekt edukacyjny – i to także nakazuje go zaliczyć do turystyki kulturowej. Wylot w kosmos jest też bez wątpienia formą bardzo intensywnego przeżycia (dla uczestników na pewno „przygodą ich życia") –

jednak fakt silnej obecności aspektu doznania, subiektywnego przeżycia nie eliminuje kulturowego charakteru podróży. Zresztą dzisiejsza oferta turystyki kulturowej (jak całego przemysłu czasu wolnego) w coraz większej mierze uwzględnia takie elementy. Badacze zajmujący się tą dziedziną, na przykład Joe Pine i Jim Gilmore w swojej „The Experience Economy" [2011], a w Polsce Marek Nowacki, czy - z innego punktu widzenia - Monika Kostera, przepowiadają im oszałamiającą wręcz przyszłość. Element doznania i obiektywnego ryzyka czy subiektywnie przeżywanej przygody będzie więc w coraz większym stopniu włączany w propozycje turystyczne. W podróżach będących przedmiotem niniejszego wywodu jest on tylko mniej przystępny i bardziej egzotyczny, a to ze względu na miejsce realizacji. Stąd i o perspektywach turystyki kosmicznej należy mówić ostrożnie. Jednak wnioski wyciągane z analizy dziejów postępu technologicznego i stopniowego umasowienia właściwie każdej początkowo drogiej technologii nastrajają optymistycznie. Na ich podstawie można przypuszczać, że od pewnego nieodległego już momentu liczba turystów kosmicznych będzie rosła w postępie geometrycznym. Stanie się tak zapewne w jakiś czas po wznowieniu lotów bezpieczniejszych niż dotychczas promów kosmicznych, to jest statków z opcją wielokrotnego lądowania i startu i dużą przestrzenią pasażerską. I choć długo jeszcze będzie to podróż na tyle droga, że nie turystów kosmicznych nie będzie więcej niż wspomnianych egzotycznych myśliwych, to i ten ograniczony wzrost popularności takich podróży pozwoli na przekroczenie granicy między turystyką ekscentryczną a niszową.

We wstępie do omawianej kwestii zasugerowane zostało powiązanie turystyki kosmicznej z odwiedzinami naziemnych centrów sterowania lotami, ośrodków naukowych zajmujących się astronomią (w tym - doprecyzuję: miejsc lokalizacji wielkich teleskopów), a nawet miejsc łączonych z rzekomymi wizytami pozaziemskich istot. To pozwalałoby uznawać za turystykę kosmiczną nie tylko miejsca i programy wiążące się z fizycznym opuszczeniem ziemskiej atmosfery, ale włączyć do jej spektrum także te, gdzie turyści pojawiają się z powodu zainteresowań kosmosem i gdzie mogą je realizować ze względu na istniejącą tam infrastrukturę czy choćby subiektywnie przez nich uznawane za prawdę fakty i zjawiska kontaktów z mieszkańcami kosmosu. Do takiej listy celów można jeszcze dołączyć miejsca upadku co bardziej znanych meteorytów (choć wyjazdy do nich to pewnie byłaby już kosmiczna turystyka… przyrodnicza). Mogą się na niej znaleźć również miejsca nagrywania tak przecież licznych „kosmicznych" filmów, jak przykładowo „kultowa" i wciąż wznawiana z zastosowaniem technologicznych nowinek seria „Gwiezdnych wojen". Jeśli bowiem dopuszczalna jest jedna fikcja (UFO i podobne), to czemu nie inna? Co do fikcji w tworzeniu tak samej kultury,

jak i eksploatującej i zapewniającej w niej uczestnictwo kulturowej turystyki, to istnieją zresztą już precedensy. Oto funkcjonuje przecież turystyka zjawisk paranormalnych wyjazdy na spotkania z duchami do miejsc, w których „straszy" lub na „autentyczne" czy inscenizowane sabaty czarowników czarownic są na tyle popularne, że stały się już tematem poważnych analiz [Jędrysiak, Kamel 2014]. Ich uczestnicy także jeżdżą do miejsc niekoniecznie potwierdzonych wydarzeń, ale subiektywnie przez nich uznawanych jako zjawiska czy po prostu miejsc przyjemnych, „tematycznych" doznań. Przedmiotem ich zainteresowań, są owe wydarzenia, zjawiska czy może „tylko" doznania, zaś docelowe miejsce wyjazdu jest z nimi powiązane – obojętnie z jakim uzasadnieniem, ważne natomiast, że uzasadnienie owo wystarcza do podjęcia wyprawy. Ale znaczenie fikcji było przecież kluczowe w tworzeniu i rozwijaniu znacznie starszych, nawet klasycznych form turystyki kulturowej. Z czymże innym ostatecznie są genetycznie powiązane cudowne miejsca wielu religii i eksploatujące je sanktuaria? Zazwyczaj przed momentem zbudowania obiektu kultu przyciągała tam sama tylko „święta historia" - na przykład domniemane objawienia. Jeśli zatem przyjąć kryterium, że o klasyfikacji formy turystyki decyduje już nie tylko faktyczna destynacja podróży (w tym wypadku kosmos), ale i jej temat (a więc realizowany program lub przynajmniej motywacja turysty), to faktycznie takie odmiany turystyki kosmicznej (można by o nich mówić jako o turystyce astronomicznej, a nawet może „kosmitologicznej"?) w mojej opinii mogą pozyskać znacznie więcej uczestników i wygenerować więcej propozycji wypraw, większy ruch turystyczny a z nim także wzrost skali obrotów i dochodów. Po pierwsze tak być może dlatego, że takie wyprawy są nieporównywalnie tańsze niż loty kosmiczne, po drugie - bo centra naukowe pojawiają się z czasem w kolejnych krajach, więc łatwiej do nich dotrzeć, a po trzecie – bo opcja uzyskania przez nie dodatkowych przychodów pochodzących z płatnego pokazywania i zwiedzania ich przez turystów na przykład w weekendy i poza godzinami pracy. Niektóre z nich mogą otrzymać nawet w ramach swojej misji zobowiązanie do popularyzacji wiedzy o kosmosie. Jednym z głównych sposobów wypełniania takiego zobowiązania może być właśnie udostępnianie ośrodków badawczych i obserwacyjnych turystom, w tym uczniom. To ostatnie w krótkim czasie może doprowadzić do masowości tej formy turystyki. Dodatkowo postęp technologiczny już rozpoczął swój zwycięski marsz przez amerykańskie i europejskie planetaria i w niedługim czasie może całkowicie odmienić ich wygląd i ofertę programową. Tam, gdzie do tej pory bardzo statycznie prezentowano jeden czy dwa zainstalowane programy, można będzie wówczas nie tylko popularyzować najnowsze odkrycia astronomiczne. Realne stanie się zróżnicowanie propozycji dla odwiedzających przez wprowadzenie między innymi

całych serii tematycznych seansów opartych na fabułach kolejnych „kosmicznych" filmów i ukazujących naukową, krytyczną wersję narracji tych opowieści w kontraście z filmowymi scenami. Wówczas atrakcyjność oferty tych placówek mogłaby wzrosnąć na tyle, że mogłyby one zacząć stanowić samodzielne cele wycieczek edukacyjnych czy tematycznych (z własnym zapleczem dla warsztatów i dyskusji, zespołowych inscenizacji, z własną bazą żywieniową, a może i noclegową. A w myśl powyżej wspomnianego kryterium klasyfikacji wypraw, te wycieczki byłyby wtedy tą właśnie odmianą turystyki kosmicznej, której rychłego umasowienia najprędzej można by się spodziewać. Na koniec jednak należy zastrzec, że rzeczywistość potrafi być szybsza i bardziej nieobliczalna niż nasza wyobraźnia. Dlatego może się okazać, że jeden lub inny wynalazek, nad którym ktoś pracuje już może w tej chwili, w krótkim czasie przyczyni się do wprowadzenia takich możliwości dla turystyki kosmicznej, których piszący te słowa, ani nikt spośród badaczy fenomenu turystyki do tej pory nie uważali za realne i kiedykolwiek dostępne. A turystyka niedalekiej przyszłości rzecz jasna z tych możliwości skorzysta, chyba, że jej w tym na jakiś czas przeszkodzi… wojsko. Kiedy to się już stanie proszę pamiętać, że mówiłem o tym w roku 2015.

Zagadnienie 21

Znaczenie i rozwój turystyki kulturowej w obszarach z dominacją walorów i funkcji wypoczynkowej

Turystyka kulturowa odgrywa istotną rolę w wielu miejscowościach i regionach tak w Polsce, jak i w innych krajach. Bez wątpienia można stwierdzić, iż w licznych przypadkach jest ona nawet najważniejszym rodzajem turystyki. Problem odnosi się do znaczenia turystyki kulturowej na obszarach, które powszechnie nie są kojarzone z tym rodzajem turystyki. Jako przykład można wskazać chociażby wiele miejscowości nadmorskich, jednak przecież nie tylko takich.
1) Jakie znaczenie ma lub może mieć turystyka kulturowa w nadmorskich kurortach i innych miejscach oraz obszarach z dominującymi funkcjami turystyki wypoczynkowej oraz 2) Jakie są potencjalnie rokujące sukces możliwości (a może praktycznie już podejmowane) działania w zakresie rozwoju turystyki kulturowej w takich właśnie miejscowościach (obszarach)? (JB)

Omówienie tej kwestii należy rozpocząć od paru stwierdzeń wprawdzie mało odkrywczych, jednak kluczowych dla całości zagadnienia, bo tworzących jego kontekst. Pierwsze z nich: każdy obszar zagospodarowany przez człowieka posiada zasoby nie tylko przyrodnicze, ale także kulturowe. Już same zmiany krajobrazu wynikające z obecności i działalności człowieka (w tym i te służące jego rekreacji) tworzą krajobraz kulturowy nawet jeśli elementy przyrodnicze zachowują w nim wyraźną przewagę. To zaś oznacza, że i na obszarach z wyraźną dominacją walorów przyrodniczych pojawiają się zasoby, które mogą stać się (zostać uznane) za walory kulturowe. Niemal wszędzie są to ludzkie zwyczaje i tradycje, w wielu obszarach typowe style budowlane, w niektórych tradycyjne rzemiosła i zawody, w jakiejś części miejsca związane z ważnymi wydarzeniami historii (nie tylko politycznej, ale na przykład dziejów religii, przemian gospodarczych i społecznych itd.), w dość licznych miejscach zabytki techniki (np. latarnie morskie) i infrastruktury (także tej służącej wypoczynkowi i zdrowiu ludzi, jak np. tężnie, łaźnie, przystanie turystyczne i śluzy rzeczne, parki z obiektami sztuki itd.). Sama organizacja i historia ludzkiej rekreacji również może kreować trwałe walory turystyczne: na przykład fakt pobytu znanych ludzi w niektórych kurortach i związane z nim miejsca, wydarzenia czy anegdoty biograficzne bywają z kolei tematem dla literatury, a nawet filmów. Z kolei dzieła literackie i filmy stają się kolejnymi elementami miejscowego dziedzictwa i – w zależności od uznania ich klasy, stopnia popularności czy nawet osiągnięcia statusu „kultowych" – w mniejszym lub większym stopniu także magnesami turystycznymi. Tytułem przykładu przypomnę choćby nieśmiertelną

„Czarodziejską Górę" Thomasa Manna (akcja dzieje się w kurorcie Davos) czy bardziej nam współczesny „Walc pożegnalny" Milana Kundery. Wszystko wyżej napisane (i nie tylko to) wskazuje na to, że zasoby typowe dla turystyki kulturowej (a zatem potencjalne walory, które można by proponować turystom) istnieją, i to w znacznej różnorodności, w obszarach eksploatowanych głównie dla wypoczynku i odnoszących korzyści z wypoczynkowych funkcji turystyki.

Kolejnym, łatwo weryfikowanym stwierdzeniem jest to, że w ślad za ludźmi w obszarach ich stacjonarnego wypoczynku pojawia się nie tylko infrastruktura rozrywkowa (place zabaw, salony gier, kasyna, a często przybytki służące jeszcze mniej szlachetnym celom), ale również propozycje kulturalne, koncentrujące się w sezonie turystycznym. Są to koncerty organowe z świątyniach posiadających cenniejsze instrumenty, festyny historyczne i folklorystyczne, małe i większe festiwale muzyczne, nierzadko teatralne lub filmowe, które w tych miejscach mogą liczyć na liczniejszą publiczność. Już w tym kontekście należy wskazać na fakt, że te eventy odgrywają różnoraką rolę. Otóż gromadzą one nie tylko ludność miejscową i turystów przyciąganych kulturowo, szczególnie w odmianie, którą piszący te słowa określił niegdyś jako turystów kulturowych „post factum" [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 46], a więc ludzi, którzy nie planowali tej formy spędzenia czasu, ale zdecydowali się na nią. z różnych powodów (dobra reklama imprezy na miejscu lub… zła pogoda podczas pobytu uniemożliwiająca np. kąpiel morską albo spacer w górach). Nie należy tej grupy lekceważyć: ostatecznie walor kulturowy nie tylko zagospodarował ich wolny czas i przepędził nudę, ale w licznych przypadkach był w stanie ich zainteresować, a w konsekwencji dać im jakąś satysfakcję i wzbogacić ich doświadczenie turystyczne (w pewnym stopniu wpływając na wielkość i jakość ich kulturowego kapitału). Dla pewnej grupy z tych turystów udział w imprezie stanowił też impuls do refleksji nad kolejnymi programami wakacyjnymi, być może w przyszłości będą przy wyborze miejsc wakacji świadomie uwzględniali podobne eventy i decydowali się na uczestnictwo w nich.

Jednak to nie wszystko. Niektóre z imprez, powstałych pierwotnie dla zagospodarowania czasu turystów lub przyciągnięcia ich do niematerialnych walorów kultury podczas pobytu wakacyjnego, osiągnęły tak dobry poziom lub tak wysoką rozpoznawalność, że stopniowo rośnie odsetek tych ich uczestników, którzy podjęli podróż specjalnie po to, by w nich uczestniczyć, korzystając dodatkowo (lub nie) z oferty rekreacyjnej na miejscu. To są już turyści eventowi, a więc jedna z typowych grup turystów kulturowych motywowanych czy zainteresowanych walorami kultury, w tym wypadku głównie muzyką, filmem lub teatrem. I tak kultura pierwotnie „podążająca" za wypoczywającym człowiekiem ostatecznie była w stanie wykreować samodzielną ofertę, która z kolei stała się

magnesem dla kolejnej grupy ludzi. Flagowymi przykładami symbiozy funkcji wypoczynkowych turystyki i kultury (i to elitarnej) niech będą dwa festiwale odbywające się w niewielkich miastach położonych pośród bogatych zasobów przyrodniczych. Ich geneza była wzajemnie odwrotna, to jest w jednym przypadku wielka impreza kulturalna przyciągnęła ludzi, dla których następnie należało stworzyć uzupełniającą ofertę wypoczynku, w drugim typowi wczasowicze otrzymali w „prezencie" festiwal, w który w krótkim czasie stał się samodzielną atrakcją kulminacyjnym punktem sezonu, z propozycji wędrówek przyciągającym własna wielotysięczną i zamożną publiczność. Pierwszym z tych miejsc jest Bayreuth w środkowych Niemczech, malowniczo położone w wysoczyźnie nad Czerwonym Menem, w pobliżu pasma Fichtelgebirge, na skraju Szwajcarii Frankońskiej, gdzie impulsem turystyki było wzniesienie wielkiej opery i inicjacja festiwalu wagnerowskiego. Z czasem uczestnicy tej trwającej dwa tygodnie (!) imprezy poza codziennymi (wieczornymi) przedstawieniami zaczęli korzystać z kilkunastu szlaków turystycznych z pełną infrastrukturą, z oferty muzeów (dziś 14!), a oprócz głównego festiwalu od wielu lat odbywa się tu około 10 mniejszych imprez muzycznych. Drugie miejsce to Bregenz w Austrii, położona nad Jeziorem Bodeńskim o otoczona Alpami. Tutejszy festiwal operowy odbywa się od roku 1946 i przyciąga każdorazowo znaczną grupę wypoczywających nad tym „Szwabskim Morzem" w Niemczech, Austrii i Szwajcarii, a oprócz nich fanów opery z całego świata. Podobną genezę miał oddziałujący w znacznie mniejszej skali, na nieco innym poziomie i na wciąż początkowym etapie podobną funkcję odgrywa w Polsce między innymi krajowy (czy może bardziej regionalny) Festiwal Gwiazd w Międzyzdrojach na wyspie Wolin.

Odrębną grupę potencjalnych atrakcji dla wypoczywających turystów stanowią **zasoby przyrodnicze** (jak oryginalne formy rzeźby terenu, unikatowe akweny wodne, obszary chronionej przyrody z endemicznymi lub rzadkimi gatunkami roślin, pomniki przyrody. Przez ich zagospodarowanie (szczególnie dla aktywnej turystyki jak wędrówki piesze spacery rowerowe) za pomocą stworzenie i oznaczenia tras tematycznych z niezbędną infrastrukturą, ale również przez zabiegi ich dydaktyzacji (tworzenie ekspozycji przyrodniczych w muzeach lub kolekcjach prywatnych, rozmieszczanie opisów w poszczególnych punktach tras, wspomaganie punktów widokowych urządzeniami np. lornetami itd.) tworzy się oferta mieszanej turystyki przyrodniczo-kulturowej z wyraźnym elementem edukacyjnym.

Tworzenie **szlaków kulturowych** o regionalnym i lokalnym zasięgu może być kolejnym działaniem przynoszącym nie tyko wzrost potencjału, ale również korzyści tak dla turystów, jak i dla mieszkańców. Ich walorami (a więc wartościami

eksploatowanymi i przyciągającymi turystów) nie muszą być wcale wyłączne materialne i unikatowe zabytki (budowle historyczne, sakralne) szczególnie, jeśli obszar nie posiada ich wiele. Mogą się nimi stać zabytki techniki (przykładowo, latarnie morskie, stanowczo zbyt mało i zbyt pasywnie wykorzystywane na polskim wybrzeżu), zabytkowe zakłady rzemieślnicze na przykład w obszarach górskich tradycyjne miejsca wyrobu szkła, biżuterii z kamieni półszlachetnych, tradycyjne serowarnie, miejsca przeróbki wełny, produkcji wina i innych napojów oraz inne, a także miejsca biograficzne związane z pobytem a często i twórczością znanych pisarzy, artystów, ślady kultury ludowej (jak wystrój kaplic i kościołów, świątki czy figury przydrożne itp.) i wiele innych zasobów. Ich umiejętne powiazanie, zabiegi interpretacji dziedzictwa, stworzenie infrastruktury szlaku (oznaczenia, trasy, mapy, aplikacje, opisy, usługa przewodnicka, pakiety dla indywidualnych zwiedzających, wypożyczalnie pojazdów czy innego sprzętu) tworzy z nich produkty turystyczne, które są w stanie przynajmniej zagospodarować część czasu wypoczywających, a po pewnym czasie i pod warunkiem umiejętnej i konsekwentnej promocji, przyciągnąć też innych. Podstawowe założenie przy rozważaniu tworzenia szlaków i tras turystycznych i przy wyborze ich tematyki oraz eksploatowanych zasobów powinno być następujące: nie istnieją obszary bez dziedzictwa i zasobów możliwych do wykorzystania w turystyce kulturowej. Istotne natomiast różnice w potencjale tego dziedzictwa, które wyznaczają najczęściej jego unikatowość (np. nieznane gdzie indziej typy budowli albo rodzaj sztuki, wyjątkowy oryginalny produkt, endemiczne formy terenu lub roślinności, jedyne w swoim rodzaju wydarzenie z przeszłości itd.) lub szeroka rozpoznawalność, która zwiększa potencjalnie liczbę odwiedzających. Jednak w równej mierze warunkami powodzenia szlaków i tras lokalnych jako systemów eksploatacji turystycznej typu są: a) wprowadzenie i konsekwentna realizacja profesjonalnej i różnorodnej interpretacji dziedzictwa, b) zapewnienie realności i trwałości oferty przez stworzenie fizycznego szlaku opierającego się na odpowiedzialności partnerów za poszczególne człony oferty w kolejnych miejscach (obiektach, stacjach) i funkcjonującą komórka koordynacyjną (może nią być centrum informacji turystycznej), wreszcie dobrze ukierunkowana i realizowana w dłuższym okresie informacja i promocja – w omawianym przypadku skierowana do turystów już obecnych i potencjalnie spodziewanych (np. za pośrednictwem zakładów noclegowych, gestorów usług transportowych portali turystycznych i systemów rezerwacyjnych).

W konsekwencji wymienionych i innych działań stopniowo tworzy się zespół nowych składowych potencjału turystycznego. Obszary z dominującą funkcją turystyki wypoczynkowej mogą i powinny go wykorzystywać.

Na zagospodarowywaniu zasobów kulturowych i mieszanych oraz tworzeniu typowej oferty niektórych form turystyki kulturowej (eventów, szlaków tematycznych) zyskują bowiem dodatkowe atuty w konkurencji o względy turystów z kilku różnych grup. Stają się bowiem dzięki temu bardziej atrakcyjne dla 1) turystów wypoczywających, ale otwartych na konfrontację z walorami przyrody i dziedzictwem kulturowym, 2) turystów preferujących rekreację fizyczną z jakichś powodów rozczarowanych walorami miejsca, na przykład z powodu złej pogody, 3) turystów odbywających turnusy zdrowotne i poszukujących sposobów zagospodarowania wolnego czasu między zabiegami lub rekomendowanymi im aktywnościami (kąpiele, spacery górskie itd.) Dodatkowo zaś, początkowo w ograniczonej mierze, z czasem w miarę rozwoju oferty silniej, oferty typowe dla turystyki kulturowej przyciągają również inne grupy turystów kulturowych, głównie eventowych i zainteresowanych określonymi typami walorów (uczestników turystyki tematycznej).

Przy zaangażowaniu lokalnych zarządzających oraz włączeniu przez samorząd długofalowych programów rozwoju turystyki elementów oferty kulturalnej (rozwijanie tras tematycznych, tworzenie szlaków kulturowych, wspieranie inicjatyw imprez kulturalnych z jednoczesnym tworzeniem kalendarza eventów zagospodarowującego z czasem weekendy w miesiącach poza sezonem turystycznym istnieje duża szansa uzyskania dodatkowych korzyści, typowych dla regionów będących obszarami popularnymi wśród turystów kulturowych, Są nimi: ożywienie życia kulturalnego na własnym obszarze i aktywności kulturalnej mieszkańców, stopniowa zmiana image regionu także jako obszaru recepcji turystycznej, lepsze obłożenie miejsc noclegowych poza sezonem i towarzyszące mu zwiększenie ruchu w gastronomii oraz innych usługach. Wszystko to oczywiście w mniejszej skali niż w typowych miejscowościach docelowych turystów kulturowych, które (co jest zazwyczaj uwarunkowane historycznie) z reguły dysponują bardziej różnorodnymi zasobami antropogenicznymi. Jednak inwestycja tego rodzaju z pewnością w dłuższej perspektywie się opłaca.

Część V.
Turystyka kulturowa w badaniach, analizach i dydaktyce

Zagadnienie 22
Czy turystyka powinna być dyscypliną naukową?

W roku 2011 w Polsce zatwierdzono formalnie nową klasyfikację badań naukowych, wprowadzając trójstopniowy podział na: obszary wiedzy, dziedziny nauk i dyscypliny naukowe Znalazło się tam szereg nowych dyscyplin, jak nauki o poznaniu i komunikacji społecznej, nauki o bibliologii i informatologii, automatyka i robotyka oraz inne [Rozporządzenie 2011]. Umożliwia to tworzenie odnośnych specjalizacji akademickich i uzyskiwanie stopni naukowych. To krok właściwy, przybliżający strukturę nauki polskiej do faktycznego stanu: rosnącego zróżnicowania nauk, ich przedmiotów, celów i metod badawczych.
Wśród nowych dyscyplin naukowych nie ma nauk o turystyce. Możliwym powodem tego jest ich interdyscyplinarność i faktyczne rozbicie badań oraz dydaktyki turystyki na kilka dziedzin, leżących w różnych obszarach wiedzy. Jednak brak wyodrębnienia nauki o turystyce (będącej przecież jednym z ważnych elementów życia społecznego i gospodarki) niesie negatywne skutki, utrwalając ograniczenia w ich rozwoju, m.in. wskutek niemożności wykreowania własnej kadry, nieopłacalności powoływania zespołów badawczych, niechęci do konsolidacji wysiłków badaczy, hamowania tworzenia całościowych opracowań o charakterze encyklopedycznym i wielu innych.
Czy istniejąca sytuacja braku wyodrębnienia turystyki jako dyscypliny naukowej jest stanem właściwym i pożądanym, czy też należałoby podejmować działania na rzecz wprowadzenia badań nad turystyką jako dyscypliny naukowej? (AMR)

Ponieważ istotę zagadnienia zarysował sam wstęp, można jego omówienie rozpocząć od konkretnych przypadków, ilustrujących skalę problemów.

Przypadek 1. Jest to casus jednego z młodych poznańskich badaczy, który po ukończonych w roku 2011 studiach w kierunku humanistycznym, zainspirowany zajęciami z turystyki kulturowej i mając własne doświadczenie w tej dziedzinie, postanowił kontynuować swoją pracę naukową podejmując badania nad szlakami kulturowymi. Konkretnie jego polem badawczym była problematyka jednego z polskich szlaków tematycznych. Na państwowej uczelni, która przyjęła go na studia doktoranckie, uprawnienia do przeprowadzania przewodów doktorskich

ma wydział o profilu kultury fizycznej a nie wydział Turystyki i Rekreacji (notabene z długimi tradycjami i niemałą kadrą). Ów młody człowiek - choć sam pracuje w zakładzie o charakterze turystycznym - niezależnie od wsparcia, które otrzymał od swojego promotora, od początku miał pełną świadomość, że w swojej pracy musi uwzględniać elementy teorii sportu i liczne aspekty uprawiania sportów w badanej przestrzeni. Zasugerowano mu też jednoznacznie, że aby temat i praca „przeszły" przez procedury dopuszczeniowe i recenzyjne najlepiej byłoby, żeby w ogóle skoncentrował się na walorach tego akurat rodzaju. To musiało oznaczać zepchnięcie pierwotnej tematyki (dziedzictwa i organizacji turystyki kulturowej!) na drugi plan i napisanie pracy, która w dużej części byłaby „nie o tym", o czym miała być. Pominę już kwestię doboru metod – bo przecież jeśli tak zostałby zmodyfikowany przedmiot badań, zmianie ulega zastosowana metodologia. Tak oto na badaczu, który przygotowując rozprawę doktorską z zakresu turystyki kulturowej zajmuje się analizą walorów antropogenicznych oraz organizacją systemu eksploatacji turystycznej w ramach funkcjonującego szlaku kulturowego sytuacja wymusza zejście w obszar mający marginalne znaczenie dla przedmiotu jego analizy. *Komentarz uogólniający*: Jak wielu przez kilkadziesiąt ostatnich lat było i ilu jeszcze będzie ludzi, których pasja, wiedza, energia mogłyby posłużyć lepszej organizacji turystyki (ważnego działu zarówno ludzkiego życia, kultury, jak i gospodarki), a którzy muszą podejmować zagadnienia zupełnie ich nie interesujące i stosować narzędzia nieadekwatne do swoich zamierzeń i pierwotnego przedmiotu badań właśnie dlatego, że „ich" problematyka nie jest uwzględniona w oficjalnej klasyfikacji?

Przypadek 2. Tym razem moje własne doświadczenie. Przygotowując przed laty na polskim uniwersytecie dysertację doktorską z zakresu szlaków tematycznych najpierw musiałem uzasadniać, że – i w jakim zakresie – analiza funkcjonowania systemów służących turystyce kulturowej (i w ogóle sama turystyka kulturowa) może być uprawnioną częścią refleksji kulturoznawczej. Na etapie jej oceny jeden z recenzentów, choć wkład tej pracy w ową refleksję naukową ocenił bardzo pozytywnie, zasygnalizował jednak potrzebę szerszego wprowadzenia teorii kulturoznawczych lub nawet przystąpienia (co warto zauważyć, bo ciekawe z punktu widzenia omawianej kwestii!) do tworzenia teorii turystyki kulturowej w oparciu o analizy kulturoznawcze.

Komentarz uogólniający: Czy to samo ma miejsce w sytuacji przeprowadzania procedur awansowych w strukturach zakładów nauk geograficznych (których przedstawiciele nadal stanowią bodaj najliczniejszą część środowiska polskich badaczy turystyki) - trzeba by spytać wielu z nas, którzy „przychodzą z geografii". Ale o takich przypadkach słyszałem z pierwszej ręki, a dr hab. Zygmunt Kruczek

właśnie to expressis verbis potwierdził na własnym przykładzie w poprzedniej wypowiedzi.

Przypadek 3. Pochodzi również z mojego doświadczenia. W trakcie przygotowywania artykułu do zbioru monograficznego doszło do prawdziwej „batalii" z recenzentem (profesorem ekonomii). W jej trakcie byłem jako autor zmuszony w obronie zastosowanej metody z arsenału nauk społecznych wytworzyć argumentację o objętości porównywalnej z całym kilkunastostronicowym opracowaniem, które w końcu bez zmian zostało opublikowane. Można oczywiście stwierdzić, że dobrze się stało, bo wysokiej klasy naukowiec został być może na trwałe przekonany i przez to innym będzie (z nim) łatwiej. Jednak czy zawsze i każdy musi wykonywać podwójną pracę, a czasem wyważać drzwi otwarte już w ramach innej dyscypliny?

Komentarz uogólniający: Nie inaczej ma się sprawa z wymaganiami stawianymi badającym obszary organizacji turystyki na uczelniach ekonomicznych. Żąda się od nich odnoszenia się do elementów teorii i metod badań nauk ekonomicznych, z jednoczesnym bagatelizowaniem innych, nierzadko w danym polu badawczym efektywniejszych, na przykład humanistycznych nauk o zarządzaniu. W badaniach prowadzonych przez zespoły pracujące w tej grupie uczelni wyraźny jest „przechył ekonomiczny", wyrażający się wręcz w domaganiu się przez np. recenzentów opracowań zastosowania i cytowania takiej a nie innej definicji kluczowych przedmiotów badań czy stosowania tej a nie innej metody, pochodzącej z nauk ekonomicznych. Tymczasem dla prowadzącego badanie jasne jest jak na dłoni, że znacznie bardziej relewantna byłaby konkretna definicja i metoda, pochodząca z nauk o zarządzaniu, i to właśnie w ich humanistycznym ujęciu. Takie sytuacje są szczególnie częste w badaniach dotyczących kulturowych aspektów turystyki.

Przypadek 4. W ostatnich latach trzej znani w Polsce badacze turystyki, dysponujący zauważalnym i docenianym w kraju dorobkiem zostali zmuszeni do podjęcia uczestnictwa w źle widzianej tzw. turystyce habilitacyjnej. Oznacza to, że ponieważ ich dorobek „nie mieścił się" w dziedzinach określonych naszym ustawodawstwem (w całości i od wielu lat jest skoncentrowany na turystyce) musieli podjąć kontakt z obca uczelnią, spełnić jej wymogi (m.in. praca awansowa w języku angielskim, czego w Polsce się nie wymaga), przedłożyć swój (częściowo go tłumacząc) i wnieść jako obcokrajowcy opłatę (nie znam jej wysokości). Na tej podstawie uzyskali w innym kraju stopień równoważny z polskim stopniem samodzielnego pracownika naukowego. Następnie byli zmuszeni do zainicjowania dłuższej procedury uznania tego stopnia w polskim ministerstwie odpowiedzialnym za naukę. I mimo, że wszystko zakończyło się dla zainteresowanych pozytywnie, musieli oni przejść długą, kosztowną i uciążliwą drogę przez zagraniczne ośrodki

by w efekcie otrzymać to, co inni polscy badacze pracujący w jednej dyscyplinie w murach swojej macierzystej uczelni otrzymują nie opuszczając jej murów. Dodatkowo, przy podejmowaniu starań o zatrudnienie na stanowiskach odpowiednich do posiadanych kwalifikacji, przez długi czas może im towarzyszyć niezasłużona nieufność polskich uczelni, wynikająca z wielkich nadużyć ujawnionych niedawno w ramach tzw. turystyki habilitacyjnej do jednego z sąsiednich krajów: dość masowego zjawiska ułatwiania sobie awansu, które miało miejsce w dziedzinach innych niż turystyka, oficjalnie zresztą uznanych jako dyscypliny naukowe w Polsce.

Przypadek 5a. Czas: rok 2010. Miejsce: jeden z polskich uniwersytetów, jednostka wyspecjalizowana w kształceniu studentów turystyki i rekreacji, działająca w strukturze wydziału geograficznego. 12 pracowników zakładu ze stopniem doktora lub doktora habilitowanego (wszyscy) posiadają wykształcenie wyłącznie geograficzne. Obsadzają natomiast wszystkie wykłady i ćwiczenia, ucząc studentów m.in. zagadnień z dziedzictwa kulturowego, zarządzania produktem turystycznym, pilotażu, przewodnictwa, zagadnień z zakresu PR, a nawet… protokołu dyplomatycznego. Trudno uwierzyć, by byli takimi ludźmi renesansu, także ich dorobek nie uzasadnia powierzania im tego rodzaju zajęć. Studenci skarżą się, że uczą ich ludzie sami nie mający pojęcia o turystyce. Nie dziwi to, przecież znają się oni na… geografii.

Przypadek 5b. Rok 2010-12. Dla odmiany: uczelnia prywatna w wielkim polskim mieście. Specjalizacja Turystyki i Rekreacji. Wśród kilkunastu wykładowców z habilitacjami i doktoratami: historycy, pedagodzy, dwoje inżynierów, ekonomista, teolog (tak, to nie pomyłka). Jedyna osoba kompetentna w dziedzinie studiów to pani doktor zajmująca się hotelarstwem, i to nie z uwagi na kierunek wykształcenia, tylko wieloletni dorobek badawczy i praktyczny. W ostatnich latach w przypadku kontroli ministerialnych, które ostatnio starają się weryfikować także dorobek wykładających w zakresie powierzonych im obowiązków, sytuację ratuje zapobiegliwie wcześniej napisany wtórny artykuł przeglądowy o czymkolwiek (np. zabytkach w jakimś mieście jako atrakcjach turystycznych) opublikowany w jednym z niezliczonych czasopism naukowych.. Jakiś zakres minimalnej wiedzy zapewnia natomiast studentom troje magistrów turystyki (na szczęście można ukończyć takie studia w naszym kraju), którzy, pracując naprawdę w branży, mają pojęcie o tym, co przekazują podczas ćwiczeń i praktyk.

Komentarz uogólniający: Tak długo, jak wykłady w ramach studiów turystyki będą prowadziły osoby o jednej tylko specjalności naukowej, studenci nie otrzymają rzetelnej wiedzy we wszystkich innych potrzebnych im obszarach. Z drugiej strony, jeśli uczą ich ludzie posiadający dorobek choćby z wielu różnych dziedzin, jednak

nie związanych z turystyką, są pozbawieni kontaktu z kompetentna kadrą, do czego mają prawo. I w jednej i drugiej sytuacji studia podstawowe są tworzeniem fikcji, a uzyskany w ich wyników dyplom nie może być wiarygodnym świadectwem jakiejkolwiek wiedzy i umiejętności w dziedzinie turystyki. Stan ten jest możliwy w bardzo licznych uczelniach tylko dlatego, że w braku wyodrębnionej dyscypliny naukowej nie istnieją też wyraźne dyrektywy i obowiązujące instrukcje, jakie przygotowanie, jakiego typu dorobek i jakie formalne kompetencje w zakresie specjalizacji muszą mieć wykładający turystykę dydaktycy. Czy nie jest zastanawiające, że nie podejmuje się instytucjonalnej wali z podobnymi patologiami, których ofiarami są tysiące polskich studentów turystyki? Trudno sobie wyobrazić, żeby np. Na Wydziale matematyki całą kadrę stanowili socjologowie, geografowie czy lingwiści, a na wydziale biologii wszyscy prowadzący wykłady byli kulturoznawcami, matematykami czy historykami.

Wszystko to nie miałoby miejsca w sytuacji istnienia odrębnej dziedziny nauk o turystyce. W jej paradygmacie explicite uznane by zostały wkład i metody szeregu nauk mających z nią bezpośredni lub pośredni, ale wyraźny związek, w tym oczywiście geografii i ekonomii, ale także nauk o zarządzaniu, socjologii (czasu wolnego), nauk o kulturze i wielu innych. Argumenty na temat braku własnej metodologii, podawane niekiedy w stosunku do rodzących się dyscyplin naukowych w ich okresie tworzenia, w odniesieniu do turystyki nie przekonują. Badania nad turystyką, które przecież są uprawiane już w szeregu krajów jako samodzielna dyscyplina, posiadają znaczący i sprawdzony w praktyce dorobek metodologiczny, który stale jest rozbudowywany. Dotyczy to nawet poszczególnych gałęzi turystyki. Wystarczy wspomnieć tylko obszar cząstkowy, konkretnie turystykę kulturową. Zalążkami jej międzynarodowej metodologii mogą być wydane już kilka dobrych lat temu opracowania: książka pod redakcją G. Richardsa i W. Munstersa: *Cultural Tourism Research Methods* [2010], a także prezentacja konsekwentnie stosowanej metody analiz przypadków Albrechta Steinecke: *Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven* [2007]. W licznych konkretnych przypadkach i typach produktów dorobiliśmy się także w Polsce całkiem efektywnych metod badawczych, a grupa autorów oryginalnych koncepcji, pracujących w szeregu ośrodków akademickich, jest całkiem liczna. W obu wymienionych pozycjach o znaczeniu międzynarodowym uwzględnione są zarówno metody ilościowe, jak i jakościowe, a także komplementarne stosowanie różnorodnych metod w postaci triangulacji. W większości są one (po weryfikacji w „turystycznych" polach badawczych i ewentualnym dostosowaniu) przejmowane z innych nauk. Gdyby to jednak miało je dezawuować, to z tego samego powodu w Polsce należałoby skreślić z list ministerialnych więcej niż połowę uznanych dyscyplin.

Z powyższego opisu wybranych sytuacji (który można potraktować jako pierwszy argument w ewentualnej dyskusji) wynika potrzeba podjęcia działań na rzecz wyodrębnienia dyscypliny nauk o turystyce. A oto pozostałe argumenty za wyodrębnieniem takiej dyscypliny:

1. Turystyka jako zjawisko posiada poważny udział w aktywności społecznej. W skali globu miliony czy miliardy uprawiają turystykę, w tym - jakkolwiek z różną intensywnością - także większość Polaków. Tymczasem odrębnych uznanych dyscyplin naukowych doczekała się refleksja naukowa nad fenomenami posiadającymi daleko mniejszy udział w funkcjonowaniu społeczeństwa, jak np. prawo kanoniczne, czy rytmika i taniec.
2. Wraz z uznaniem badań turystyki za dyscyplinę naukową pojawi się możliwość dopuszczenia i stosowania nowatorskich metod, nieznanych w poszczególnych gałęziach nauk lub nie uznawanych przez zajmujące się nimi środowiska naukowe, albo nawet konkurujących z dominującymi w tamtych dyscyplinach. Pojawi się już nie tyle szansa, co gwarancja kreowania metodologii i programów badań zgodnie z potrzebami (a nie istniejącymi strukturami i zależnościami) natomiast bez zbędnych barier.
3. Uznanie konieczności włączenia elementów innych nauk (takich jak zarządzanie czy kształtowanie środowiska) i ich przedstawicieli do tworzącej się nowej dyscypliny doprowadzi do przełamania dotychczasowej dominacji niektórych nauk (np. ekonomii czy „czystej" geografii), a to zdecydowanie ułatwi kompleksowe badania i lepsze (bardziej całościowe) ujęcie przedmiotu, co zaś za tym idzie: zapewni też większą przydatność wyników badań w koncepcjach efektywnej i nieszkodliwej dla otoczenia organizacji turystyki.
4. Uznanie odrębnej dyscypliny nauk o turystyce ułatwi i przyspieszy powstawanie struktur badawczych i dydaktycznych (w tym katedr, instytutów i wydziałów), a w przypadku istniejących - ich uniezależnienie od innych jednostek. Umożliwi też promowanie karier naukowych na własnym gruncie i integrację oraz wzmocnienie środowiska badaczy, co przełoży się na ilość i jakość badań w tym zakresie. A przecież badania te, i ich rezultaty posiadają duże i rosnące znaczenie ekonomiczne, rekreacyjne, edukacyjne – ale także np. szeroko rozumiane odniesienie kulturotwórcze i w wielu innych dziedzinach.

Mogłyby pojawić się argumenty przeciwne, akcentujące konieczność posługiwania się sprawdzonym i utrwalonym paradygmatem nauk (rozumianym tu jako zbiór pojęć i teorii tworzących podstawy danej dyscypliny naukowej). Młode lub dopiero kształtujące się nauki takowego zazwyczaj w punkcie wyjścia nie posiadają. Sądzę jednak, że nie jest to warunek bezwzględnie konieczny,

a uzasadniając taką opinię odwołam się do specjalisty. Otóż z niejaką fascynacją przeczytałem niedawno książkę prof. Łukasza Sułkowskiego *„Epistemologia i metodologia zarządzania*" [2012]. Autor dogłębnie analizuje nie tylko kwestie tożsamości samych tych nauk, ale także odwołuje się do długiego procesu kształtowania podstawowych paradygmatów nauki i ich zmienności w czasie, a także podważania dominujących paradygmatów w ramach koncepcji krytycznych i pożytku płynącego z ich ewolucji dla rozszerzenie zakresu i analiz i uwzględnienie wielostronności podejść badawczych. Nie inaczej sprawa musiałaby się mieć w odniesieniu do nauk o turystyce. I w tym przypadku konieczność poszukiwania i ustalania przez środowisko pełnego zakresu badań, paradygmatu nie jest przeszkodą dla wyodrębnienia dyscypliny naukowej, a raczej stwarza przestrzeń dla solidnego zbudowania jej fundamentów, które to dzieło mogą podjąć liczni badacze, uwolnieni z gorsetu swoich dotychczasowych dyscyplin i zależności czy serwitutów wytworzonych w ramach środowisk ich pochodzenia. Oczywiście w tworzeniu nowej dyscypliny celem nie powinno być w żadnym wypadku doprowadzenie do redukcji znaczenia poszczególnych istotnych i niezbędnych elementów poszczególnych nauk, takich jak: ekonomia, socjologia, geografia czy nauki o kulturze fizycznej. Bardziej chodzi o szersze wprowadzenie do takich badań obok nich i na równych prawach elementów (i metod) mało dotąd uwzględnianego zarządzania – z całym jego znaczącym dorobkiem, a także kulturoznawstwa i szeregu innych nauk humanistycznych (jak historii i historii sztuki, religioznawstwa), dalej: ochrony środowiska, psychologii, a obok tego wybranych zagadnień z zakresu z innych nauk, jak architektury krajobrazu, ochrony zabytków, kształtowania przestrzeni i szeregu innych. Specjaliści z zakresu tych nauk będą na pewno pożądani w takiej nowej dziedzinie, o ile ona powstanie. Ich dorobek i ich metody muszą wejść do zasobu potrzebnej wiedzy i do (faktycznie interdyscyplinarnej) metodologii nauk o turystyce. A przecież nie domagają się oni, by całą tę naukę uprawiać w ramach ich dyscyplin. Istotne jest, by ich elementy na równych prawach i bez sztucznych barier stwarzanych np. przez przedstawicieli dyscypliny dominującej (lub na danej uczelni wręcz zawłaszczającej obszary badań związane stricte z turystyką) znalazły swoje miejsce w ramach badań nowej dziedziny i współtworzyły jej zakres, metodologię. Dzięki temu zarówno kadry kompetentnych faktycznie interdyscyplinarnie „turystologów" - praktyków, jak i rozwijających refleksję i tworzących teorie i użyteczne koncepcje badaczy będą przygotowywane z uwzględnieniem i zastosowaniem wszystkich niezbędnych modułów oraz z udziałem prawdziwych specjalistów w autentycznym dorobkiem.

Zagadnienie 23

Jak realizować wiarygodne, wieloaspektowe badania stanu turystyki kulturowej w Polsce?

Dysponujemy (również w Polsce) sporą i rosnącą ilością danych na temat rzeczywistej wielkości ruchu turystyki kulturowej. Są one jednak fragmentaryczne i pochodzą z różnych miejsc oraz różnie ukierunkowanych badań, posługujących się różnorodnym instrumentarium metod i kryteriami. Istotnym problemem jest pozyskiwanie obiektywnych i reprezentatywnych danych w dużej skali.
Czy mając do dyspozycji liczną kadrę akademicką, dane od touroperatorów oraz wyniki analiz ruchu turystycznego można tak połączyć owe kadry i wiedzę, aby zrealizować wiarygodne, wieloaspektowe badanie stanu turystyki kulturowej w Polsce? Czy mogłoby tego dokonać już dziś istniejące środowisko badaczy reprezentujące różne regiony kraju? (PB)

Istnieje kilka zasadniczych kierunków badań, które w krajowej analizie fenomenu turystyki należy uznać za niezbędne i szczególnie pilne. Jednym z nich jest ustalenie na podstawie empirycznych danych profilu (lub raczej profilów) turystów kulturowych na terenie Polski, w tym danych o charakterze demograficznym, preferencji dotyczących destynacji i rodzajów atrakcji, zachowań turystycznych posiadających skutki ekonomiczne. Potencjalnymi miejscami takich badań winny być typowe najczęściej odwiedzane przez turystów walory antropogeniczne. Inny aspekt turystyki kulturowej, stanowiący potencjalnie kluczowy zakres badań to empiryczne badania uwarunkowań rozwoju turystyki kulturowej, w tym zarówno czynników wpływających w poszczególnych miejscach pozytywnie względnie negatywnie na szanse rozwijania i sukcesu oferty o takim (turystyczno-kulturowym) charakterze, o ocenę funkcjonowania atrakcji i produktów turystyki kulturowej, wreszcie o zbadanie skutków jej organizowania i uprawiania dla poszczególnych miejsc, obszarów i całych regionów. Niezbędne są także badania turystycznej efektywności cyklicznych eventów (kulturalnych ale też sportowych). Wiedza o ich wpływie na ruch turystów kulturowych i o profilach oraz preferencjach korzystających z tej specyficznej oferty dla pełnego obrazu jest konieczna dla uzyskania pełnego i aktualnego obrazu turystyki kulturowej w naszym kraju. W tym zakresie konieczne jest uprzednie opracowanie odpowiedniej metody i narzędzi badawczych, i dopiero na jej podstawie przystąpienie do szeroko zakrojonych i reprezentatywnych badań. Ze względu na różnorodność i wielką liczbę eventów, a także ich odbywanie się na terenie

wszystkich regionów kraju szczególnie te badania musiałyby być realizowane siłami dużego i rozproszonego zespołu składającego się z badaczy pracujących w wielu ośrodkach naukowych najlepiej przynajmniej jednym w każdym regionie (województwie).

Istnieje również potrzeba bardziej systematycznego badania dotyczącego wielkości ruchu turystów kulturowych w Polsce. Jak się okazuje (por. zagadnienie 1), znacznie łatwiej zebrać tzw. „twarde dane" z innych krajów, gdzie wielką pracę przy ich zestawianiu i opracowaniu wykonali tamtejsi badacze i odpowiednie instytucje, niż udzielić całościowej odpowiedzi na pytanie o rozwój i skalę turystyki kulturowej w Polsce. Powodem tej różnicy jest fakt że istnieją tam uznane standardy zbierania takich informacji za pomocą jednolitych kryteriów (jak w Zjednoczonym Królestwie czy w Niemczech), albo silne wyspecjalizowane podmioty dokonują badań przekrojowych na zlecenie instytucji publicznych i w interesie rynku (jak to ma miejsce w odniesieniu do ruchu turystycznego w Unii Europejskiej). Posługują się przy tym sprawdzonymi i jednolitymi narzędziami z na tyle daleko posuniętą szczegółowością, że korzystający z ich wyników badacz turystyki kulturowej może z nich wypreparować interesujące go aspekty.

W roku 2016 można stwierdzić: w Polsce możliwe jest zaplanowanie i zrealizowanie szeroko zakrojonego badania stanu turystyki kulturowej. W kontekście znaczenia turystyki kulturowej jako gałęzi turystyki w Polsce i potrzeb dydaktyki akademickiej na wydziałach i specjalnościach turystycznych polskich uczelni, zadanie to należałoby też uznać za jedno z kluczowych wyzwań dla środowiska jej badaczy i dydaktyków. Na dzień dzisiejszy spełnionych jest kilka istotnych warunków do podjęcia całościowych badań. Po pierwsze, panuje mniej więcej zgodna opinia co do istoty turystyki kulturowej jako pojęcia i fenomenu społecznego - a zatem także co do zakresu potencjalnych badań. To sprawia, że nie powinno być większych trudności ze wspólnym tworzeniem bazy metodologicznej dla nich. Po drugie, istnieje wspomniane już łatwe do zidentyfikowania, znające się wzajemnie i w pewnym zakresie współpracujące środowisko badaczy: między innymi w redakcji i otoczeniu instytucjonalnym czasopisma „Turystyka Kulturowa", w działającym przy tym czasopiśmie forum dyskusji eksperckich oraz w ramach cyklicznych konferencji naukowych. Atutem tej grupy jest fakt, że posiadając sprawne kanały komunikacji i dyskusji, jednocześnie jest ona mniej więcej równomiernie rozsiana w ośrodkach akademickich kraju, co czyni możliwym koordynację badań w poszczególnych regionach. Po trzecie, przystosowano do polskich realiów (jak w przypadku formularza ATLAS) lub wypracowano od podstaw (jak w przypadku mikroregionów, szlaków kulturowych, ruchu turystyczno-

kulturowego w miastach, częściowo także turystyki pielgrzymkowej) szereg szczegółowych narzędzi do badania turystów, ofert i organizacji turystyki, przy czym jedynym ważnym nierozwiązanym nadal problemem jest standard analizy eventów tzw. turystycznych. Po czwarte, istnieją gotowe platformy rozpowszechniania wyników badań i dyskusji naukowej przykładowo choćby wspomniane wyspecjalizowane czasopismo, regularnie publikujące raporty badawcze.

Nadal brak spełnienia kilku istotnych warunków szeroko zakrojonego, wieloaspektowego i masowego w skali badania. Nie ma (1.) jednolitego, dokładnie zarysowanego i solidnie uzasadnionego zakresu badań, czyli innymi słowy - ściślejszego i rozpisanego na konkretne pytania ustalenia, jakiej wiedzy poszukujemy. Nie jest określony i zaakceptowany (2.) jednolity zestaw metod, kryteriów i narzędzi badawczych, odpowiednich do postawionych celów (pytań). Nie funkcjonuje (3.) formalnie współpracujący zespół, gotowy do jednoczesnej realizacji badań w poszczególnych sektorach i regionach, charakteryzującej się tym samym poziomem rzetelności. Nie jest rozstrzygnięta (4.) kwestia finansowania, to jest nie została przeprowadzona kalkulacja kosztów takiego badania oraz nie został pozyskany wiarygodny podmiot, który mógłby zapewnić ich pokrycie w sposób nie budzący wątpliwości tak co do wysokości, jak i terminów wypłat. Pierwsze trzy kwestie mogą być rozwiązane w gronie samych badaczy turystyki, choć z powodów formalnych korzystniej to zrealizować z udziałem jednej z instytucji odpowiedzialnych za rozwój lub promocję turystyki w Polsce, co oznaczałoby konieczność wystąpienia do takiej instytucji, jednak najlepiej z gotowym projektem. W szczegółach kolejne etapy przygotowywania badania mogłyby wyglądać następująco. Ad 1) zakres badań mógłby zostać ustalony w wewnętrznej dyskusji, prowadzonej na przykład w ramach Forum badaczy turystyki kulturowej. Prowadzona przez redakcję „Turystyki Kulturowej" lista dyskusyjna tzw. Forum Gnieźnieńskiego może z powodzeniem służyć takiemu przedsięwzięciu jako miejsce składania propozycji, wymiany poglądów, poprawiania projektów. Na tej podstawie mógłby zostać przez jedną osobę lub niewielki zespół sformułowany gotowy projekt badawczy. Ad 2. Podobnie mógłby zostać opracowany zestaw metod, kryteriów i narzędzi badania w tym gotowe kwestionariusze ankiet i formularze waloryzacyjne: w przypadku niektórych można sięgnąć po sprawdzone wzory, publikowane w książkach i artykułach przynajmniej kilku osób z grona polskich badaczy (m.in. A. Kowalczyka, Z. Kruczka, M. Nowackiego, K. Buczkowskiej, A. Niemczyk, A. Mikos v. Rohrscheidt, P. Zmyślonego oraz innych, którzy opracowywali i stosowali metody pozyskiwania danych empirycznych. Musiałyby zostać opracowane brakujące elementy

całościowego badania turystyki kulturowej (m.in. narzędzia badania eventów pod kątem siły ich turystycznego przyciągania i skali ruchu, który generują), czego mogłaby się podjąć jedna z wymienionych osób lub kilkuosobowy zespół. Ad 3. Rdzeń zespołu badawczego mógłby również składać się z osób zaangażowanych w środowisko funkcjonujące wokół redakcji „TK" i Forum Gnieźnieńskiego, którzy podzieliliby między sobą teren badań (cały kraj) według kryteriów geograficznych. Jeden z ekspertów zamieszkały lub zatrudniony na terenie danego regionu zaangażowałby się w badanie, przejmując rolę koordynatora i pozyskując do badań na przykład uczestników prowadzonego przez siebie seminarium dyplomowego (z korzyścią dla poziomu przygotowywanych przez nich prac) lub bardziej ambitnych studentów, chcących zdobyć nie tylko doświadczenie badawcze, ale także cenny wpis do zawodowego CV. Prowadzone dotychczas projekty badawcze w ośrodku wielkopolskim dowiodły, że zasadniczo nie ma problemu z pozyskiwaniem właśnie takich osób dla współpracy w badaniach np. jako ankieterów lub prowadzących wywiady. Ich wkład okazał się niezbędny, a one same bardzo wysoko oceniają wpływ swojego udziału w badaniach dla wzrostu własnych kompetencji. Na rok 2016 badacze zaangażowani w środowisku skupionym wokół redakcji „TK" byliby w stanie koordynować na miejscu badanie w następujących regionach: Wielkopolsce, na Kujawach, Warmii-Mazurach, Mazowszu, Śląsku (Górnym i Dolnym), w Małopolsce, w województwie Łódzkim i na Pomorzu Zachodnim. Pozostawałoby zatem zadbać o znalezienie kompetentnych osób w województwach: Lubelskim Pomorskim, Podlaskim i Podkarpackim. Badania na terenie niewielkich województw Świętokrzyskiego, Opolskiego oraz Lubuskiego można ewentualnie połączyć z tymi prowadzonymi przez koordynatorów z większych ośrodków, powierzając je odpowiednio drugiej osobie z danego ośrodka. Najtrudniejsza wydaje się kwestia finansowania (Ad.4). Badania empiryczne zmierzające do uzyskania różnorodnych i reprezentatywnych danych są dość kosztowne. Obok samych prowadzących (którzy musieliby odwiedzić przynajmniej miejsca tworzenia oferty turystycznej nowego typu, zespoły odpowiedzialne za ich funkcjonowanie, ośrodki koordynacji np. szlaków kulturowych) będą w nich musieli wziąć udział liczni ankieterzy. Ci ostatni muszą pojawiać się w dziesiątkach miejsc (koszty przejazdu, nierzadko noclegu) i w różnych terminach podczas odbywania się eventów, wychwytywać turystów w dni powszednie i wolne od pracy, często czekać na nich przez całe dni w mniej uczęszczanych obiektach a może nawet odbywać z nimi część ich turystycznej wyprawy (np. etap pieszej pielgrzymki) wreszcie odwiedzić z ankietami dużą grupę mniejszych touroperatorów turystyki przyjazdowej. Projekt badań, szczegółowo opracowany przez wspomnianych wykonawców (por. Ad.1) uzupełniony

o realistyczny kosztorys, może zostać złożony do instytucji posiadającej w spektrum swoich zadań analizy turystyczne. Pierwszą potencjalnie zainteresowaną wydaje się Polska Organizacja Turystyczna, ale możliwe byłoby także bezpośrednie finansowanie takich badań ze strony Ministerstwa Sportu i Turystyki. Zapewne w tym ostatnim przypadku nie obyłoby się bez przekonywania o potrzebie takich badań na drodze innej niż sam złożony dokument, czyli swego rodzaju lobbingu. Oczywiście takie określenie należy rozumieć w jednoznacznie pozytywnym znaczeniu, wszak użyteczność takich badań dla naszej gospodarki turystycznej jest dosyć oczywista.

Zagadnienie 24

Ocena jakości polskich opracowań dotyczących turystyki kulturowej

Analiza tekstów dotyczących problematyki turystyki kulturowej, które dotychczas ukazały się na łamach polskich czasopism oraz w innych publikacjach o charakterze naukowym skłania do zastanowienia, jak duża grupa z ich autorów realizuje uznane standardy badawcze. Czy stosowane przez nich metody badań są właściwe dla przedmiotu i czy charakteryzują się wysoką wartością? Czy przez okres, który minął od wydania pierwszych polskich publikacji zwiększył się stopień ich przydatności dla organizacji turystyki i całości zarządzania nią? (JB)

Po pierwszym przemyśleniu przedstawionej kwestii planowałem odpowiedzieć w bardziej pozytywnym tonie, jednak zagłębiając się w badanie przedmiotowej materii stopniowo dochodziłem do wniosku, opinia będzie jednak znacznie bardziej krytyczna. To, co i jak zostanie przedstawione poniżej wypływa jednak z mojego głębokiego przekonania, że szczegółowa i uzasadniona, choć nierzadko bolesna krytyka może pomóc, w przeciwieństwie do wzajemnego zagłaskiwania się i malowania pięknych krajobrazów każdej dziedziny ludzkiej działalności, które w ten sposób coraz bardziej przekształcają się w potiomkinowskie wioski. Doceniam pracę wielu znakomitych badaczy turystyki kulturowej i tych, których analizy i publikacje, choć nominalnie przynależne do innych dziedzin (np. ekonomii turystyki) bezpośrednio wiążą się z jej fenomenem. Z wieloma z nich jako z recenzentami, autorami, członkami Rady Naukowej czy redaktorami mam zaszczyt od lat współpracować choćby na forum redakcji czasopisma poświęconego tej tematyce. Jednak zdecydowałem się w mojej analizie skupić na tym, co wciąż się nie udaje, co wymaga korekty, a w niektórych przypadkach stanowi wręcz rosnące zagrożenie dla krajowej refleksji naukowej w ogólności i poziomu oraz dla przydatności publikacji w bardziej szczegółowym odniesieniu turystyki, w tym tej kulturowej.

Ponieważ ponad ośmioletnia praca w czasopiśmie naukowym publikującym dużą część polskich tekstów na temat turystyki kulturowej umożliwia mi dość dobry wgląd w jakość nadsyłanych artykułów, w tej ocenie skupiłem się właśnie na tej grupie publikacji naukowych i odpowiadając postaram się odnieść do ich trzech głównych typów: artykułów źródłowych, artykułów przeglądowych i artykułów polemicznych.

W przypadku artykułów źródłowych bazujących na badaniach empirycznych ilościowych, z pewnością kluczowa jest kwestia, na którą zwracana była już uwaga m.in. w ramach środowiskowego, eksperckiego Forum Gnieźnieńskiego (Pytanie 53). Chodzi o bezrefleksyjne ustalanie prób badawczych, które nie mają żadnej szansy na osiągnięcie reprezentatywności (kilkadziesiąt osób nie odbijających różnorodności ani społeczeństwa, ani turystów, ani nawet danego środowiska), a potem ekstrapolowanie wniosków osiągniętych przez takie badanie na szerokie warstwy (na przykład wszystkich „młodych ludzi", jak to było w tekście przeze mnie przytoczonym). Śledząc publikacje ostatnich lat daje się zauważyć pewną prawidłowość, a mianowicie tę, że takie „badania" są prowadzone przede wszystkim przez młodych adeptów nauki, w szczególności doktorantów zatrudnionych na polskich uczelniach. W konsekwencji to właśnie ich teksty zgłaszane do czasopism naukowych stanowią większość wśród mających ten właśnie - w mojej opinii dyskwalifikujący je – mankament. Wydaje mi się – choć dla potwierdzenia tej hipotezy należałoby zebrać więcej danych – że przyczyną namnożenia się „badań" tego rodzaju jest opisywana już w wielu miejscach nieszczęsna specjalność polskich badań we wszystkich niemal dziedzinach. Jest to osławiona „punktoza", czyli bezrefleksyjna pogoń za punktami przydzielanymi za publikacje, które w ocenianiu młodych pracowników naukowych odgrywają bardzo znaczną, a w wielu uczelniach może nawet decydującą rolę. Przy okazji ustalania takich ocen nikt jednak nie sprawdza, czy dane badania wnoszą cokolwiek nowego do istniejącej wiedzy o turystach, ich zachowaniach czy produktach turystycznych. Bardzo poważnie należy się obawiać, że hoduje się w ten sposób ludzi niezdolnych do odróżnienia tego, co istotne i potrzebne od nic nie wartych elaboratów opartych na przykład na ankietce wśród… własnych studentów, jako materiału dostępnego w każdej chwili i bardzo łatwo poddającego się „badaniu". Nie warto chyba rozwijać wątku, jak łatwo zmanipulować wyniki owego „badania" pod własną tezę, na przykład przeprowadzając w kilku prowadzonych przez siebie grupach wcześniej dwie godziny wykładu czy ćwiczeń na dany temat, a potem za tydzień realizując ankietę… Postuluję, by w ogóle – jeśli nie na drodze prawnej, to przynajmniej przez porozumienie w środowisku naukowym – zakazać badania studentów własnego kierunku (turystyki, turystyki kulturowej, zarządzania w turystyce itd.) na wszelkie tematy jakkolwiek dotyczące turystyki, jej zasobów, walorów, preferencji turystycznych, oceny produktów turystycznych itd. Od razu wpłynie to przynajmniej na uczciwość wyników, choć jeszcze długo nie na ich wiarygodność, bo tu kwestia jest znacznie bardziej złożona, a wymagania znacznie wyższe. Generalnie jako zasadę przy wszelkich badaniach ilościowych (a to bardzo znaczna grupa badań w turystyce) należałoby wprowadzić należy stosować się

do znanych i uznanych kryteriów badań socjologicznych dotyczących doboru oraz reprezentatywności próby, dostępnych w dziesiątkach publikacji naukowych, wydanych także w języku polskim [Szumski 1995 s. 104; Babbie, 2004 s.204 i inni].

Drugi łatwo dostrzegalny problem polskich publikacji to jakość tak zwanych artykułów przeglądowych, czyli nie opartych na wynikach własnych badań źródłowych. Przyczyna ich akceptacji jako publikacji naukowych jest ta, że mają one zestawiać wyniki wielu poważnych badań na dany temat. W turystyce są to często także badania prowadzone w miejscach, środowiskach i warunkach lub dotyczące typów produktów czy walorów nieznanych krajowemu badaczowi. Koniecznym elementem takiego artykułu są dobrze uzasadnione wnioski jego autora, sformułowane na podstawie analizy porównawczej wyników i wniosków z relacjonowanych przezeń (cudzych) badań. Poszerza to wiedzę własnego środowiska naukowego w jakimś konkretnym zakresie, wskazuje na nowe problemy, których być może w krajowym środowisku jeszcze nie znamy, prezentuje opracowywane gdzie indziej nowatorskie koncepcje, produkty i stopień ich skuteczności czy skalę sukcesu, opisuje i poddaje ocenie przyjmowane gdzie indziej i sprawdzające się lepiej lub gorzej rozwiązania. Widać stąd, że obok atutu nawiązywania i podtrzymywania komunikacji z innymi, często najważniejszymi środowiskami naukowymi, głównie poza krajem (albo wiodącymi ośrodkami i zespołami we własnym kraju) kluczowe znaczenie w takich artykułach ma „aplikowalność" wniosków, czyli ich przydatność do zastosowania w rodzimych warunkach dla tworzenia koncepcji, budowania produktów, wdrażania rozwiązań itd. Tymczasem w krajowej refleksji naukowej na temat turystyki kulturowej daje się zauważyć wzbierającą falę artykułów, które „udają" przeglądowe, ale nimi nie są. Zamiast poszukiwania opracowywanych pionierskich teorii czy koncepcji oraz analizowania przyczyn i sposobu tworzenia sprawdzających się gdzie indziej rozwiązań (oraz ilustrowania ich w postaci rzetelnych, rozwiniętych i krytycznych studiów przypadków), ich autorzy jako zasadniczą część tekstu kopiują i wklejają z niewielkimi ingerencjami całe strony zwykłych przewodników turystycznych po znanych polskich lub zagranicznych obszarach i obiektach. Dołączają do tego napuszony wstęp sformułowany w naukowym żargonie i kilka własnych przemyśleń w części wnioskowej, które eufemistycznie określiłbym jako „intuicyjne", ponieważ nie są one poparte żadnymi wynikami badań cudzych. Co najwyżej bywają do nich dołączone wyniki nie spełniającej żadnych formalnych wymagań ankiety przeprowadzonej na kilkudziesięciu osobach o bliżej nie sprecyzowanym i nie dowiedzionym odniesieniu do reprezentatywności dla danego problemu czy zjawiska. Bywa i tak, że nie ma ona nawet związku z tematyką przytaczanych (przeglądanych) prac, a bardziej odnosi się do samego obszaru badania i stanowi

tym samym niepotrzebne obce ciało, bo z tekstu przeglądowego tworzy artykuł quasi-źródłowy. Oznacza to, że w znaczącej części publikowane w Polsce artykuły przeglądowe o tematyce związanej z turystyką nie są wynikiem żadnego solidnego przeglądu, a tylko wtórną, może nieco bardziej krytyczną wersją przewodników. Mam wrażenie, że w międzyczasie dobrze rozpoznaję takie teksty na pierwszy rzut oka: mają one podejrzanie dużo zdjęć (czy to wynika z jakiejś atawistycznej tęsknoty za pierwowzorem, czyli przewodnikiem turystycznym?) i bardzo skromną warstwę wniosków, często składającą się z kilku zaledwie zdań, co w tego typu artykule trudno zaakceptować. A przy dogłębnej lekturze okazuje się często dodatkowo, że i same wnioski są słabo uzasadnione, ponieważ autor/ka sformułował/a je raczej „zdroworozsądkowo" niż na podstawie rzetelnej analizy jakichkolwiek, choćby cudzych, danych.

Niemal zupełnie natomiast w polskiej refleksji nad turystyką (jak i w licznych innych dziedzinach) brak artykułów polemicznych. To teksty, których autorzy - podpierając to wynikami cudzych, a nierzadko i własnych badań – poddają w wątpliwość tezy nie mające w ich opinii dostatecznego uzasadnienia albo po prostu przebrzmiałe, nieaktualne, a nadal bezkrytycznie przyjmowane. By określić funkcje takich tekstów i wskazać na ich znaczenie pozwolę sobie na dwie nieco luźne metafory. Otóż pełnią one dwie nader pożyteczne role: szczupaka w stawie i tlenu dla organizmu. Tytułem wyjaśnienia: Szczupak w niewielkim akwenie samą swoją obecnością (ale i faktem pożerania osobników chorych, słabych i mało ruchliwych) daje stawowi jako całości walor zdrowego ekosystemu. Wszystkie ryby dzięki niemu poruszają się żwawiej, przeżywają i reprodukują się osobniki zdrowsze, z oczywistą korzyścią tak dla wędkarzy (w przypadku naszej kwestii będzie to np. biznes turystyczny), jak i właściciela stawu (tu: społeczeństwo i państwo). Sam fakt regularnie uprawianych polemik i jakości używanych w nich argumentów (czy to one, trzymając się metafory, byłyby ostrymi zębami szczupaka?) powoduje, że panuje wyższa dyscyplina zarówno samych badań, w tym doboru rzeczywiście przydatnych tematów, prób badawczych, rzetelności analiz, jak i ich prezentacji, w tym odniesień do literatury, znajomości podstawowych reguł danej dyscypliny, uzasadnień dla wyciąganych wniosków czy dokonywanych uogólnień. Autorzy krytykowanych tez muszą ich z kolei bronić, przez co albo uzyskują one „mocniejsze podparcie" czy aktualizację konieczną w tak dynamicznie zmiennej dyscyplinie, albo też przepadają i otwierają drogę do zebrania bardziej aktualnych danych lub do przyjęcia nowej teorii czy koncepcji. Z kolei „tlenem" dla badań naukowych artykuły polemiczne są dlatego, że kreują i „żywią" dyskusję w środowisku badaczy, wskazują na rzeczywiste problemy i nie pozwalają ignorować fundamentalnych sprzeczności. To dzięki licznej obecności i docenieniu

takich tekstów (i oczywiście dzięki nakładom, ale ważne jest tak jedno, jak i drugie) środowiska badaczy w krajach o silnych tradycjach naukowych i wysokim poziomie badań są w stanie dokonać szybkiej autokorekty, ważne zagadnienia są szeroko dyskutowane i dzięki temu prędko przedostają się do obiegu dydaktycznego, a tezy nieaktualne lub od początku błędne szybko znikają na śmietniku nauki, bo taki przecież także istnieje i istnieć musi. Publikacja artykułów tego rodzaju daje naprawdę cenne efekty: pracowników nauki prowadzących badania zmuszają one do szczególnie starannego formułowania i uzasadniania wniosków, a studentom otwierają horyzonty krytycznego spojrzenia. Ono zaś – przyznajmy to po dwóch i pół tysiącach lat uprawiania naukowej refleksji – jest nieodzowne do logicznego ujmowania świata i jego fenomenów, szczególnie tych zmiennych i bardzo złożonych (jak zachowania i preferencje ludzi), co oczywiście dotyczy także turystyki kulturowej. Są więc tego rodzaju artykuły jak tlen dla prawidłowego funkcjonowania i zdrowego rozwoju organizmu, w tym wypadku środowiska naukowego. Ich rola jest nieoceniona także w egzekwowaniu stosowania właściwych metod do poszczególnych przedmiotów badań. Dlaczego w naszym wycinku badań naukowych w Polsce tak rzadko pojawiają się takie teksty? Odpowiedź wydaje się prosta, a przyczyny główne są dwie. Po pierwsze, w dość nielicznym środowisku wielu badaczy zna się osobiście, co mocno zniechęca do otwartej krytyki. Po drugie (i może nawet ważniejsze) ponieważ ogromna większość naszych naukowców, wychowana w feudalnych warunkach państwowych uczelni i ich niezliczonych „układów" boi się komuś narazić i stracić szansę na współpracę, granty, a może nawet przy pierwszej okazji pozbyć się stabilnego miejsca pracy. Pokrewnym problemem, którego szeroko rozwijać chyba nie ma potrzeby, jest kwestia tzw. życzliwych recenzji. Na szczęście powoli przestaje ona być tak boleśnie szkodliwa, ponieważ wymagania parametryzacji czasopism naukowych wprowadzające dwie „ślepe" recenzje pozwalają na bardziej obiektywną ocenę tekstów bez obawy konfliktu personalnego. Pozwalają… o ile naprawdę są stosowane. Patrząc na naszą naukową „niszę" można stwierdzić z niejaką satysfakcją, że są one stosowane w wiodących czasopismach: tak w „Turystyce Kulturowej" jak w „Folia Turistica" pod jej nowym kierownictwem, w „Ido – Movement for Culture" i w szczecińskich „Ekonomicznych Problemach Turystyki" czyli w redakcjach najwyżej aktualnie punktowanych krajowych czasopism (7 do 14 punktów) podejmujących problematykę turystyczną.

Przy okazji braku naukowej polemiki, w tym także naprawczej, pozwolę sobie na podanie przykładu, który w mojej ocenie może wiele wyjaśniać. Otóż stosunkowo niedawno wyraziłem poważne zastrzeżenia co do warsztatu badawczego pewnej doktorantki, formułując je w rozmowie z szanowaną przeze

mnie osobą (samodzielnym pracownikiem naukowym z dużym dorobkiem), z którą współpracuję od lat, funkcjonującym w tym samym zakładzie i mającym znaczny wpływ na realizowane tam projekty. W odpowiedzi, odmawiającej podjęcia jakiejkolwiek formy interwencji usłyszałem jako jedyny argument, że (cytuję) „jesteśmy przyjaciółkami". Jeżeli to ma być wytłumaczenie dla niepodejmowania żadnych działań, żeby niedoświadczonego „badacza" skorygować i wymusić na nim stosowanie się do podstawowych standardów to – niestety - czarno można widzieć przyszłość nie tylko tej młodej osoby, ale też wiedzy oraz umiejętności nauczanych przez nią studentów. Przykro to porównywać, ale tak właśnie powstają „sitwy", w których ciepełku świetnie rozwija się wszelka miernota, a jednocześnie w przyszłości może zostać utrącony każdy wybijający się talent naukowy, który na przykład nie będzie" przyjacielem" odpowiednich osób. Wniosek jest dość oczywisty: albo odpowiedzialni za badania i organizację nauki, także zajmującej się turystyką nauczą się swoje osobiste sentymenty i resentymenty chować do kieszeni i nie eksponować ich w pracy naukowej i dydaktycznej oraz współpracy badawczej, albo poziom badań i dydaktyki w tej dziedzinie uprawianej przez tych samych przecież ludzi) - spadnie do ligi przysłowiowego już Gabonu.

Jakie mogą być w tej sprawie wnioski? Nikogo nie powinny zaskoczyć, ale dla porządku wypada sformułować je w systematycznej postaci:

Po pierwsze: ze strony samodzielnych badaczy i kierowników zespołów oraz promotorów prac naukowych w omawianej dziedzinie konieczne jest prawdziwe „prowadzenie" młodych pracowników nauki. Aktualnie bardzo często jest tak, że do momentu podjęcia zajęć i wyboru ścieżki doktoranckiej nikt nie przekazał im i nie pokazał, jak prowadzić rzetelne badania i jak o nich pisać. Należy im zwracać uwagę na wszystko to, co nie spełnia wymogów badań naukowych, pokazywać dobre przykłady możliwie najbardziej bliskie badanej przez nich problematyce, doradzać w kwestii przeczytania tego czy innego jeszcze tekstu, pomóc dobrać i „ustawić" aparat badawczy oraz ustalić takie kryteria i działania, które zapewnią reprezentatywność badania, a potem jeszcze skonsultować ich wnioski końcowe. Oraz nie szczędzić krytyki na tym właśnie etapie, kiedy jeszcze umieją (albo muszą) ją przyjąć. Za kilka lat może być na to już za późno, a mistrzowie i kierownicy będą mogli już tylko pogratulować sobie stworzenia kolejnego Frankensteina nauki albo co najmniej „naukowego" Nikodema Dyzmy.

Po drugie: ze strony odpowiedzialnych za publikacje (redaktorów i recenzentów czasopism, redaktorów zbiorczych monografii i ich recenzentów) niezbędne jest bezlitosne odrzucanie wszystkich tekstów, które nie spełniają warunków prawdziwego opracowania źródłowego, raportu faktograficznego, artykułu przeglądowego i jednoczesne wskazywanie ich autorom wprost na przyczyny

eliminacji. Należy także odrzucać wszelkie prace niezgodne z tematem wiodącym przygotowywanej zbiorowej monografii czy zeszytu tematycznego naukowego czasopisma.

Po trzecie: potrzebne jest konsekwentne stosowanie, kontrolowanie, a gdzie trzeba także „wymuszanie" recenzji tak zwanych „ślepych" czyli anonimowych ze strony tak autora, jak i recenzenta, a także twarda walka z recenzjami „życzliwymi", i to tak w odniesieniu do artykułów, jak i do monografii oraz - może w szczególności - do prac „awansowych". Można w tym miejscu wyrazić nadzieję, że niedawny przypadek pewnego znanego przedstawiciela środowiska biznesu i niedoszłego doktora z Warszawy wszystkich w naszym kraju czegoś nauczył.

Po czwarte: nadszedł już czas by odważyć się na polemiczne artykuły a także polemiczne recenzje, które nie tylko „sprawozdają" treści analizowanej książki, ale też podejmują z nią dyskusję. Ten postulat dotyczy szczególnie osób z dużym dorobkiem w danej dziedzinie. A z drugiej strony – takie osoby powinny jednocześnie wykazywać na tyle dużą „klasę" (dojrzałość) by w żaden, czy to oficjalny, czy zakulisowy sposób nie „odgrywać się" i nie szkodzić ludziom młodszym i mniej utytułowanym, którzy im samym coś wytkną. Przecież nie tylko nikt nie jest doskonały, ale tak właśnie – w dyskusji – powinna się rozwijać nauka. Jeśli niedoświadczony badacz wytknie błąd starszemu i doświadczonemu koledze nie mając racji, to zawsze przecież można „utrzeć mu nosa" w otwartej polemice - i to go jeszcze czegoś nauczy. Nie jest to mało, a nic więcej nie jest potrzebne. A potem można - jak to bywa w niektórych krajach z rozwiniętą kulturą naukowej dyskusji – pójść wspólnie na kolację lub kawę i rzeczowo jeszcze raz o tym porozmawiać. Wszyscy na tym zyskają, a najwięcej poziom i wiarygodność badań i naukowej dyskusji..

W kwestii przydatności krajowych badań dla organizacji turystyki należy niestety stwierdzić że zarówno przydatność dydaktyczna badań związanych z turystyką, jak i ich rzeczywiste zastosowanie w praktyce organizacji turystyki w Polsce mocno kuleją. Temu pierwszemu winni są w głównej mierze sami badacze, jakże często poszukujący raczej tematów „łatwych", obiecujących krótkie i mało skomplikowane, a najlepiej też najtańsze badania, niż zwracających uwagę na ich przydatność do czegokolwiek (tu znów kłania się wszechobecna „punktoza"). To drugie ma swoje źródło w szwankującej komunikacji między środowiskiem badaczy i (zwłaszcza) zakładów naukowych a sferą biznesu, a niezależnie od tego również relatywną słabością tej ostatniej w naszym kraju. Nasi przedsiębiorcy turystyczni wolą bezkrytycznie kopiować sprawdzone gdzie indziej wzorce (i często potem dziwić się własnym porażkom na rodzimym rynku) niż na przykład wykorzystać zasoby i walory, których eksploatacja mogłaby być podstawą

do wykreowania unikatowych ofert, przyciągających ludzi z kraju i zza granicy. Z kolei odpowiedzialne za bardzo wiele wdrożeń samorządy (zgodnie z wciąż pokutującym przyzwyczajeniem urzędników do niedawno dopiero złagodzonych zaiste idiotycznych reguł, w myśl których przetarg musi zawsze wygrywać oferent najtańszy), wciąż jeszcze zlecają badania podmiotom przypadkowym, nie troszcząc się ani o ich kompetencje, ani doświadczenie w danej dziedzinie. Przykładowo: nie można liczyć na poprawę przydatności badań i koncepcji turystycznych w sytuacji, gdy samorządy regionalne dla przeprowadzenia audytów i szkoleń dla powstających szlaków tematycznych wybierają tańszego o paręset złotych miejscowego specjalistę od… marketingu, nie interesując się tym, czy kiedykolwiek taki szlak widział, nie mówiąc już o jego dorobku w systematycznym badaniu podobnych systemów albo zgoła o udziale w tworzeniu takich koncepcji?

Wiele więc pozostaje do zrobienia. Ciesząc się poważnym ilościowym wzrostem badań, analiz i publikacji na temat turystyki kulturowej (w myśl zasady, że w każdej wielkiej bibliotece jest większa szansa na znalezienie choć kilku mądrych książek), i doceniając fakt, że obejmują one coraz szersze spektrum zagadnień, należy zdecydowanie stwierdzić, że szczególnie teraz przyszedł już czas na zadbanie o ich jakość.

Zagadnienie 25

Problem aktualności artykułów naukowych w kontekście prezentowanych badań

Rzetelny tekst naukowy powinien zawierać: analizę dotychczasowego dorobku literaturowego w temacie, którego dotyczy, metodykę przeprowadzonego badania i prezentację jego wyników, a także wyprowadzone na ich podstawie wnioski i rekomendacje. Wszystko to powinien poprzedzać wstęp będący prezentacją koncepcji publikacji z jasno wyznaczonym problemem i/lub celem oraz zakresami, w tym zakresem czasowym. Z tym ostatnim wiąże się bezpośrednio lub pośrednio czas przeprowadzenia badań dla potrzeb artykułu. W związku z tym każdy badacz winien zadawać sobie pytanie, czy jego badania są (jeszcze) aktualne, by można je było prezentować i na ich podstawie formułować wnioski. Problem ten odnosi się także do zagadnień związanych z turystyką kulturową.
Wiąże się z tym następująca grupa kwestii: Czy i kiedy artykuły naukowe odnoszące się do zagadnień turystyki tracą aktualność w kontekście prezentowanych badań? Czy można wyznaczyć okres od zakończenia badania, w którym powinno ono być opublikowane? Czy wartość tekstu naukowego powinno się mierzyć "świeżością" czy aktualnością przeprowadzonych badań, czy też ich uniwersalizmem, czyli umiejętnością określenia trafnego, czyli bardziej uniwersalnego, pozaczasowego, problemu badawczego oraz jakością formułowania wniosków, które można zastosować w szerszym wymiarze niż studium przypadku i czas, którego dotyczą? Co wreszcie różni tekst naukowy od raportu badawczego tworzonego na zlecenie organizacji i instytucji, na bazie których wielu autorów tworzy artykuły i inne pozycje naukowe? Jaka jest w tym kontekście jakość naukowa polskich i zagranicznych publikacji naukowych z zakresu turystyki (kulturowej)? (PZ)

Tytułem wprowadzenia (i aby nie zagłębiać się w boczne wątki) odniosę się do metodologii badań. Otóż nawet kwestie metodologii, które we wstępie do pytania były wymienione jako element solidnego „umocowania" tekstu badawczego w kontekście naukowym, bywają sporne, by wspomnieć choćby o wielości paradygmatów nauk i wynikających z nich metod badań. Są one także różne w poszczególnych podejściach do badania zagadnień turystyki. Badacz turystyki kulturowej bazuje nie tylko na paradygmacie neopozytywistyczno-funkcjonalnym, ale często także np. na interpretatywnym, zdecydowanie lepiej nadającym się np. do analizy ekspozycji muzealnych (w końcu stanowiących cel wypraw turystycznych), a także m.in. miejskich narracji przekazywanych turystom

czy w ogóle (szerzej, choć nie w całej rozciągłości) do analizy percepcji dziedzictwa przez tych ostatnich. To z kolei wywołuje niejednokrotnie opory recenzentów, wywodzących się z innych nauk, które czasem prowadzą nawet do odrzucenia wartościowego tekstu jako nie spełniającego (ich zdaniem) kryteriów naukowości. Prowadząc czasopismo naukowe i mając na co dzień do czynienia ze sporami o dopuszczenie/odrzucenie czy też o zasadniczą przebudowę tekstów, mógłbym podać naprawdę liczne tego przykłady. Zatem już na początku określania „wartości" czy w ogólne „naukowości" badań i opracowanego na ich podstawie tekstu, mamy do czynienia nie tyle ze zgodnością, co z dość znacznym problemem, dostrzegalnym zresztą w całym obszarze badań lokującym się na styku nauk ekonomicznych i humanistycznych oraz społecznych.

Ważny element pytania to „wartość tekstu naukowego". Konieczne jest jednak zwrócenie uwagi na niejednoznaczność tego terminu, którą zresztą ma swoje odbicie już w samym sformułowaniu niniejszego zagadnienia. Z jednej strony bowiem owa „wartość" może być oceniana od strony wkładu tekstu i zawartych w nim rezultatów badań do refleksji naukowej w danej dziedzinie. W niejednym przypadku kryterium tej wartości bywa siła sprawcza tekstu jako podstawy jakiegoś przełomu w problematyce badań, na przykład nowej teorii tłumaczącej rzeczywistość, jak to ma miejsce w medycynie, fizyce, w naukach przyrodniczych, ale także w archeologii, psychologii, w filozofii i szeregu innych. Teksty naukowe odnoszące się do turystyki rzadko tylko mają takie znaczenie, do czego jeszcze powrócę. Dalej, artykuł naukowy może (ale w żadnym wypadku nie musi!) odnosić się do pewnej problematyki jako całości. Przykładowo w dziedzinie badań na turystyką może to być typ walorów turystycznych czy sposób budowy, zarządzania lub dystrybucji jakiegoś typu produktu turystycznego. Wówczas znaczenie badania i prezentującej wyniki publikacji jest nie tylko ponadlokalne (bo te wyniki mogą być analizowane w nioski zastosowane w wielu miejscach przy wykorzystaniu walorów lub w lepszym przygotowaniu produktu). Owa znaczenie współtworzone jest – że tak to ujmę – przez „dłuższą trwałość" rezultatów danej analizy. Otóż przez szereg lat lub może nawet przez dziesięciolecia postulaty (lub gotowe propozycje rozwiązań) sformułowane na podstawie badań mogą być przydatne w działaniach na rzecz organizacji turystyki.

Jednak w tym miejscu należy zaakcentować także aktualność badań, jako czynnik w wielu bardzo przypadkach kluczowy i decydujący o sensie publikacji danego tekstu. Otóż nie wszystkie prace badawcze przeprowadzane są z myślą o długofalowych wynikach, mających krajowe, a nawet globalne znaczenie. Ma to miejsce szczególnie w przypadku dziedzin takich jak badania turystyki. To właśnie w niej lokalne uwarunkowania (jak unikalne typy walorów, polityka

turystyczna nawet w skali miasta, strategie organizacji turystyki), zmieniające się preferencje odbiorców ofert i usług, a czasem nawet jedno ważne wydarzenie (jak np. rozgrywane w danym miejscu mistrzostwa sportowe, po raz pierwszy organizowany wielki festiwal czy inna impreza), albo nawet pojawienie się nowych możliwości przyciągania turystów, w postaci m.in. otwarcia tanich połączeń lotniczych - wpływają w decydujący sposób na konieczność elastycznych dostosowań. Są one realizowane głównie na rynku ofert, między innymi za pomocą tworzenia z istniejących walorów nowych produktów (tras, pakietów, wycieczek itd.), organizacji wystaw tematycznych, publikacji literatury turystycznej. Ale dostosowanie dotyczy także dalej idących modyfikacji całych systemów organizacji turystyki na danym terenie, zmian w strategiach inwestycyjnych, w modyfikacji miejscowych usług edukacyjnych (przez wprowadzenie języków czy specjalistycznych wykładów w szkołach i uczelniach o profilu turystycznym). Czasem jest tak, że solidne badania potencjału turystycznego obszaru i rzeczywistych preferencji oraz ocen ze turystów, korzystających z oferty miejscowej lub w ramach systemu (np. szlaku) i publikacja artykułu z ich wynikami mogą na przykład powstrzymać decydentów przed poważnym błędem w postaci złej decyzji o charakterze strategicznym, w wyniku której bardzo poważne środki (w jednym znanym przypadku z roku 2013 chodziło o dziesiątki milionów złotych) zostałyby przeznaczone na produkty i usługi, a nawet na utrzymywane przez lata miejsca pracy nieadekwatne do potrzeb, czyli po prostu zmarnowane. W takich sytuacjach wartość artykułu mierzona jest właśnie jego – jak to jest ujęte w zarysie naszej kwestii – „świeżością" i nie ma tu wiele do rzeczy jego ewentualne uniwersalne odniesienie (bo takie może istnieć, albo może go też nie być).

Aktualnie – i słusznie - duży nacisk jest kładziony na praktyczną przydatność badań naukowych, a przyznawanie grantów w wielu dyscyplinach jest nawet uzależniane od ich konkretnych aplikacji. W dziedzinie turystyki nietrudno zauważyć i wskazać ową bezpośrednią przydatność, nie negując przy tym w żadnym razie pożyteczności wspomnianych wyżej tekstów o znaczeniu ponadlokalnym, tym bardziej tych najrzadszych, zawierających przełomowe wyniki badań i odpowiadające im tezy. Jednak te ostatnie w przypadku turystyki pojawiają się raczej w obszerniejszych monografiach, gdzie jest miejsce zarówno na przedstawienie ich szerszego kontekstu, detaliczną prezentację metody badań i dobre rozwinięcie części wnioskowej. Do takiego wniosku można dojść śledząc publikacje naukowe z zakresu turystyki kulturowej - tezy o naprawdę przełomowym znaczeniu zazwyczaj ukazywały się właśnie w publikacjach książkowych.

W naukowym czasopiśmie jest i powinno być miejsce zarówno dla tekstów o znaczeniu ponadlokalnym (czy uniwersalnym, choć takich zawsze będzie

niewiele), w przypadku których mniej liczy się ich „świeżość", co odniesienie do szerszych problemów i ich rzetelne ujęcie oraz solidnie uzasadnione propozycje rozwiązań, jak i dla tekstów o znaczeniu „wycinkowym", w których wypadku decydująca o ich przydatności może być szybka publikacja. I takich tekstów nie można po prostu przypisywać do niszy „raportów badawczych przygotowywanych na zlecenie organizacji i instytucji". Co by bowiem było, gdyby na przedpolu wielkiej wyżej wspomnianej inwestycji nigdy nie ukazał się kluczowy krytyczny wobec niej tekst, którego opracowania nikt nie zlecił? Nie zlecił zaś, bo na przykład nie miał w tym interesu, realizując błędną strategię, co do której on akurat był przekonany? Tymczasem badacz taką analizę przeprowadził i w porę opublikował, a jej wyniki wymusiły podjęcie dyskusji na nowo i zapobiegły podjęciu długofalowych a nieadekwatnych do potrzeb działań i zmarnowaniu wielkich nakładów. W podobnych przypadkach, w ramach regularnej, akademickiej działalności badacza czy na przykład z okazji przygotowywania zbiorczej publikacji na dany temat – mogą ukazać się we właściwym czasie – może nawet przypadkiem - teksty zawierające wyniki takich analiz, które wywarłyby podobny skutek.

Dla podkreślenia znaczenia tekstów wycinkowych i może „chwilowych", a świeżych posłużę się dwoma przykładami:

Niedawno (a może właśnie dawno, bo w jesieni roku 2013) przeprowadzono badanie struktury usług przewodników miejskich w Poznaniu oraz obiektów i tras zwiedzanych przez grupy turystyczne korzystające z tych usług. Wyniki tego badania – w postaci artykułu – czekały przez pół roku na publikację w czasopiśmie naukowym, które tekst zamówiło do obszerniejszego tomu. Tymczasem późną wiosną i latem roku 2014 nie tylko nader szybko zadecydowano, ale niemal od razu przystąpiono do kompletnej przebudowy systemu ruchu autokarów turystycznych w historycznym śródmieściu. Oczywiście – jak zwykle – nie wzięto przy tym pod uwagę zdania przewodników, którzy jak jeden mąż ustnie i pisemnie zgłaszali swoje zastrzeżenia, uzasadniając je oczekiwanymi uciążliwościami dla turystów. Gdyby tekst artykułu ukazał się – powiedzmy – w 3-4 miesiące po jego nadesłaniu do redakcji, może nawet w pół roku (czyli przed miesiącem!), mógłby stanowić argument w rozmowach, ponieważ ukazuje faktyczne zachowania turystyczne na tym właśnie obszarze. Tymczasem, jeśli ukaże się on nawet o dwa tygodnie później, to może już tylko „wejść do zasobu bibliograficznego". Badaczy turystyki nie jest historykami ani nie posiada takich ambicji. Nauka, którą uprawiamy, ma natomiast ambicje bycia użyteczną. Ten powyżej opisany wycinek badań turystycznych już raczej użytecznym nie będzie.

Inny przykład: duży krajowy system eksploatacji turystycznej dziedzictwa, czyli Szlak Piastowski. Uzyskany dzięki kompleksowym badaniom z roku 2012 aktualny obraz

turystów, zwiedzających obiekty szlaku w tym właśnie sezonie został skonfrontowany z (opracowanymi już wcześniej) szeroko zakreślonymi planami modyfikacji całego systemu. Za tymi planami miały pójść naprawdę duże pieniądze na modernizację infrastruktury, unowocześnienie wystaw, wprowadzenie nowych produktów lokalnych i usług. A oto w ostatniej chwili udało się zdobyć odpowiedź na podstawowe w mojej opinii pytanie: dla kogo ma być ten szlak? Kto tu przyjeżdża, czego szuka? Czy to, co właśnie chciano zatwierdzić do realizacji, ma sens, jeśli – jak się okazało w wyniku badań zachowań turystów i popytu – wiele z usług byłoby produktami na „wczoraj", a nie na jutro, na dodatek nie uwzględniającymi właściwej grupy odbiorców? Tym razem badanie okazało się pożyteczne, zapewne oszczędzono wiele środków i ludzkiej energii, pojawiła się szansa na wykorzystanie ich zgodnie z oczekiwaniami turystów. Nie potrzeba dokładać, że tak by nie było, gdyby badania nie zostały opublikowane w ciągu trzech miesięcy od ich zakończenia i nie były udostępnione każdemu, kto mógł z nich skorzystać.

Inny argument: otóż także przeglądając artykuły o – jak to ujmuje nasze pytanie – uniwersalnym znaczeniu, natrafiamy na źródła i uzasadnienia – a są nimi nie tylko „zlecone raporty", ale także szczegółowe artykuły posługuję się opracowaniami studiów przypadków: można tu przytoczyć fundamentalne dla turystyki kulturowej monografie G. Richardsa [2006], i A. Steineckego [2007]. Wniosek: teksty wycinkowe mają kluczowe znaczenie dla rozwoju wiedzy, którą się zajmujemy, czyli spełniają swoje zadanie m.in. współtworząc bazę (wyjściową) dla tworzonych syntez, kreatywnych i nowatorskich koncepcji rozwiązań i produktów czy nawet nowych teorii. Trudno sobie wyobrazić monografię dotyczącą jakiejkolwiek problematyki z turystyce (w tym kulturowej), której wywody – o ile nie są one w całości wnioskami z szerzej zakrojonego badania, przeprowadzonego w kontekście przygotowywania dzieła - choć w części nie byłyby oparte na takich tekstach. A jeśli już takie książki nie odwołujące się do szczegółowych artykułów dadzą się znaleźć, to przy dokładniejszym przeglądzie okazuje się, że mają one mizerne pokrycie w zweryfikowanych faktach. Można by w tym miejscu przytoczyć liczne przykłady, które w znacznym stopniu dezawuowałyby dorobek dosyć licznej krajowej grupy owych „autorów-nie-badaczy".

Zatem na pytanie „Czy i kiedy artykuły naukowe tracą swoją aktualność w kontekście prezentowanych badań?" należy odpowiedzieć: w obszarze takim jak turystyka, opierającym się w znacznej mierze na czynniku ludzkim, poziomie i ukierunkowaniu edukacji, ale także (niekoniecznie tylko sezonowych, jednak nie wiecznych) preferencjach w zakresie wykorzystywania wolnego czasu, mocno zmiennej sytuacji politycznej (otwartość granic i skłonność turystów do wyjazdów

do poszczególnych krajów) i ekonomicznej (wzrost lub redukcja zasobów wolnych całych grup społecznych), wiele z solidnie przeprowadzonych badań niestety szybko traci aktualność, a przynajmniej tę jej część, który zdefiniowałbym terminem „potencjalnej użyteczności". I – niezależnie od tego, kto lub co spowodowało opóźnienie – w licznych przypadkach negatywne skutki ich niewykorzystania są realne i policzalne. Na pytanie „Czy można wyznaczyć okres, w którym badania powinny być opublikowane?" – odpowiem: w niektórych przypadkach można, w innych nie. Wiele zależy od polityki wydawcy, który może preferować w „kolejce" teksty zwierające wyniki badań potrzebne lub przydatne szybko albo choćby dać się namówić na szybszą ścieżkę w konkretnym przypadku. Może to też zależeć od właściciela danych będących rezultatem analizy. Czasem niestety jest tak, że najmniej zależy od samego badacza/autora. Być może w kolegiach redakcyjnych czasopism i serii naukowych, radach instytutów badawczych, i innych gremiach powinny – w imię użyteczności badań naukowych – odbywać się regularne inwentaryzacje złożonych tekstów. A jeśli owe gremia nie są do tego skłonne – to być może rozwiązaniem byłoby, gdyby udowodniony znaczący odsetek opublikowanych w danym tytule tekstów skutecznie zastosowanych w rozwiązaniach praktycznych był jakoś grantowany. Mogłoby to się odbywać przy przyznawaniu dotacji na działalność wydawniczą i – czemu nie – także przy parametryzacji czasopism, przynajmniej w niektórych dziedzinach. W naszej, ze względu na poziom i dynamikę płynności jej uwarunkowań i danych – na pewno.

Co do części pytania o różnicę pomiędzy tekstem naukowym a „raportem badawczym" tworzonym na zlecenie organizacji i instytucji, to uważam, że raport przygotowany z należytą starannością jest pełnoprawnym tekstem naukowym. Mimo różnic w strukturze (które niejednokrotnie zresztą są niewielkie) taki raport zasługuje na ocenę, recenzję i (jeśli taka jest stosowana) na punktację. O nazewnictwie rzeczywiście decyduje głównie miejsce publikacji: do innego działu (raporty, artykuły?) zaliczy tekst na przykład czasopismo naukowe, inaczej sklasyfikuje je monografia (rozdział?) a jeszcze inaczej witryna www zamawiającej instytucji lub organizacji (raport, studium, analiza?). Tymczasem o jego wartości (a wiec i ocenie) powinny decydować zastosowane metody, jakość pozyskanych danych i poprawność oraz przydatność (aplikowalność) wyników i wniosków, a nie nazwa.

W odniesieniu do wspomnianej „jakości naukowej polskich i zagranicznych publikacji naukowych z zakresu turystyki (kulturowej)" należy stwierdzić po prostu, że jest ona nader zróżnicowana. Choć na pewno jest tak, że panująca od dłuższego już czasu powszechnie w polskiej przestrzeni naukowej „punktoza" zaowocowała pojawieniem się tysięcy tekstów miernych, nie opartych na żadnych badaniach

(i to jest prawdziwy problem!) a zaledwie spełniających kryteria publikowania w tym czy innym zbiorze lub czasopiśmie. Głównym narzędziem podniesienia poziomu badań turystyki i naukowej refleksji nad nią winna być zdecydowana i konsekwentna walka z tekstami nie opartymi na badaniach i nie zawierającymi przynajmniej nowych wniosków i naprawdę oryginalnych (uzasadnionych) interpretacji danego fenomenu. Jak tę walkę toczyć – to już materiał na odrębne pytanie. Ważne, żeby nie okazać się w niej samotnym Don Kichotem, przestrzegając jakości w pośrodku tych wszystkich, którym na niej nie zależy. W najgorszym (ale możliwym do wyobrażenia) przypadku po swoje wszechmogące punkty wszyscy pójdą gdzie indziej, a szlachetny rycerz (redaktor), nie doczekawszy się równie szlachetnych (a przynajmniej szanujących się) autorów będzie musiał zamknąć redakcję lub zrezygnować z przygotowywanej zbiorowej publikacji.

Zagadnienie 26

Terminologia i standardy analiz w opracowaniach naukowych dotyczących turystyki kulturowej

Z niepokojem można oceniać jakość instrumentarium badawczego stosowanego przez niektórych autorów prac z zakresu turystyki kulturowej, w tym stosowane kryteria, jak również panujące zamieszanie w terminologii. W tym kontekście pojawia się dwojakie pytanie.
Czy badacze i dydaktycy turystyki kulturowej uznają za potrzebną i korzystną dyskusję nad używaniem w opracowaniach naukowych w tej dziedzinie licznych nieostrych pojęć i terminów? Czy moment nie jest odpowiedni dla podjęcia wspólnego wysiłku ujednolicenia najważniejszych terminów i pojęć, żeby przy całej różnorodności metod i podejść do zjawisk zapewnić przynajmniej jasność w relacji z badań i naukowej dyskusji? Czy nie należy ujednolicić i udoskonalić systemu przypisów i zapisu bibliograficznego w publikacjach, czy też stosowane formy uznać za wystarczające i odpowiednie dla potrzeb tego obszaru badań? W jakim duchu powinny iść ewentualne zmiany w jednej i drugiej dziedzinie, kto miałby je zainicjować i przeprowadzić i jak winny być rozpowszechniane wyniki potencjalnej reformy systemu? (DD)

Przedłożona kwestia jest w mojej opinii pożądaną artykulacją jednego z zasadniczych problemów dotyczących kondycji, metod i obrazu badań turystyki kulturowej, refleksji nad jej zjawiskami i procesami a także akademickiej dydaktyki tego przedmiotu i (pośrednio) publicystyki na jej temat. Ponieważ widzę w nim dwa zasadnicze człony (ten pierwszy o znaczeniu kluczowym, ten drugi – natury logistycznej) wypowiem się najpierw w pierwszej kwestii wraz z konkretną propozycją, a potem – już krócej – przedstawię moje stanowisko w kwestii drugiej.

Jeśli chodzi o terminologię stosowaną w tekstach naukowych odnoszących się do turystyki kulturowej, to od wielu lat aktualna jest potrzeba jej ujednolicenia w kwestiach fundamentalnych tej dziedziny badawczej oraz w tych wszystkich, gdzie osiągnięto (niemal) pełną lub daleko idącą jednomyślność. Dotyczy to na przykład kwestii produktu turystycznego, atrakcji czy waloru turystycznego, szlaku tematycznego, czy szerzej - kulturowego i naprawdę wielu już innych zagadnień. Zrozumiałe jest jednak i to, że dyskusja nadal toczy się w odniesieniu do kilku zagadnień o podstawowym znaczeniu. Na przykład przy daleko idącej zgodności w dziesiątkach kwestii badacze różnią się między sobą nawet w tym, kogo uznają za turystę kulturowego: czy jest nim osoba z grupy „przyciąganych kulturowo”,

czyli podejmująca aktywność turystyczno-kulturową przy pewnym zbiegu okoliczności lub całkiem przypadkowo [por. liczne publikowane wypowiedzi na ten temat z jednej strony piszącego te słowa, a z drugiej - Karoliny Buczkowskiej, i jeszcze inne podejście do tego zagadnienia ze strony prof. Andrzeja Kowalczyka]. Jest z tym podobnie jak w innych dyscyplinach z szeregiem pojęć kluczowych dla całej dziedziny naukowej – niech przykładem będzie choćby bardzo wieloznacznie ujmowane pojęcie kultury w naukach humanistycznych, a nawet na terenie samego kulturoznawstwa. Nie jest już może tak, że stan ten nie daje spokoju tym przedstawicielom środowiska badaczy i teoretyków, którzy skłaniają się do wprowadzenia pewnych standardów i jednoznacznych pojęć (w moim przypadku tak było jeszcze 5-6 lat temu). Można sobie wyobrazić nawet dłuższe pozostawianie jako nieuzgodnionej nawet takiej kwestii jak wspomniana definicja turysty kulturowego, choć przeszkadza to w wykonywaniu badań podstawowych. Przykładowo nie do końca wiadomo, zachowania których turystów należy badać, kiedy zamierza się głębiej scharakteryzować turystę kulturowego jako takiego. A jest to przecież potrzebne przy tworzeniu dla koncepcji o charakterze strategicznym, na przykład międzynarodowych, krajowych czy regionalnych planów rozwoju turystyki. Natomiast mniej już przeszkadza to przy badaniach konkretnych konsumentów ofert turystyki kulturowej (czy to pakietów, czy wypraw, czy szlaków albo eventów), ponieważ można to robić na podstawie ustalonych zachowań dotychczasowych odwiedzających lub (prognozując dla produktów nowych) osób korzystających z podobnej oferty w tym samym kraju.

Dlatego może mniej niecierpliwie niż przed kilku jeszcze laty, ale z niemniejszym przekonaniem opowiadam się za podjęciem prac nad leksykonem turystyki kulturowej. Zauważywszy, że omawiana kwestia dostarcza kontekstu i okazji do zainicjowania takiego projektu, chciałbym wykorzystać ten szkic dla skrótowego opisania i zaproponowania takiego przedsięwzięcia. Podstawowe zadanie leksykonu jest oczywiste: pomógłby on opanować aktualny chaos pojęciowy i tym samym umożliwił nadanie dyskusji naukowej większej precyzji, tworząc przestrzeń consensusu co do setek podstawowych pojęć, a powszechnie wykorzystywany wprowadziłby porządek i jasność wywodu w krajowych publikacjach naukowych. Taki leksykon może oczywiście wykorzystywać dorobek naukowców spoza Polski, a jednocześnie uwzględnić kluczowe pojęcia znane ze światowej refleksji nad turystyką kulturową i z kluczowych publikacji literatury zagranicznej. Spełniłby wówczas funkcję ich jednolitego i uznanego tłumaczenia z ewentualnym krótkim komentarzem, jeśli ten byłby potrzebny. Do listy haseł słownika należałoby włączyć podstawowe te pojęcia zdefiniowane już jednoznacznie i powszechnie przyjęte w międzynarodowym środowisku badaczy,

które odnoszą się do całego zjawiska turystyki oraz setki haseł dotyczących kwestii mniej kontrowersyjnych, oczywistych, a już ściśle, jednoznacznie i zwięźle zdefiniowanych. Jest to pilnie potrzebne dydaktykom akademickim, autorom prac dyplomowych a także twórcom regionalnych czy lokalnych strategii turystycznych. Po części leksykon pomógłby również touroperatorom formułującym oferty, dla których nierzadko wymyślają oni nowe bardziej lub mniej adekwatne nazwy, dodatkowo pogłębiając przez to istniejący chaos pojęciowy. Oczywiście nietrudno przewidzieć problemy związane z pracą nad taką książką (bo cóż to za słownik bez jednoznacznego zdefiniowania najważniejszych haseł takich jak... „turystyka kulturowa" czy „turysta kulturowy"). Jednak w takich wypadkach powinno się zmierzać do porozumienia na rzecz wielostronnego ujęcia: wyjaśnienia tych akurat pojęć mogą mieć formę krótkich artykułów definicyjnych, zatem otrzymać objętość nawet paru stron i referować podejścia inne niż autora opracowania danego hasło oraz podawać także inne definicje niż ta przez niego preferowana. Już samo ustalanie treści takiego artykułu definicyjnego mogłoby wywołać dyskusję nad najważniejszymi kwestiami i (jak ufam) w wielu z nich zbliżyłoby różne stanowiska. Dla takiej dyskusji idealną przestrzenią wydaje się lista dyskusyjna Forum Gnieźnieńskiego przy redakcji czasopisma „Turystyka Kulturowa", którą od samego początku można by tak właśnie wykorzystywać. Dla przynajmniej kilkudziesięciu, a może nawet kilkuset quaestiones disputatae (spraw i rzeczywistości nadal stanowiących przedmiot dyskusji) takie wspólne ustalenie większości badaczy zajmujących się przedmiotem przynajmniej w Polsce byłoby dużą wartością. Sądzę, że zostałoby ono od razu powszechnie zaakceptowane przez licznych adeptów badań naukowych (i ich recenzentów), wprowadzając niejaki porządek w dotychczasowym chaosie pojęciowym, a z czasem byłoby też przejęte przez krajową branżę turystyczną, ułatwiając życie organizatorom turystyki kulturowej, ludziom zarządzającym nią lokalnie i co bardziej świadomym klientom. Dla ilustracji podam przykład z własnego poletka badawczego - wiadomo, że tak jest najłatwiej. Gdyby na przykład w ramach definiowania pojęcia „szlak kulturowy" zgodzić się na umieszczenie w takim słowniku określeń poziomu organizacji szlaku (proponowałem od lat takie jak: szlak materialny, szlak realny i szlak wirtualny), można by osiągnąć tyle, że stopniowo do powszechnej świadomości w branży przebiłby się fakt oczywisty dla zajmujących się tym zagadnieniem, iż czym innym są szlaki funkcjonujące naprawdę jako produkty turystyczne i dające jakieś gwarancje tematycznej wyprawy z podstawowymi świadczeniami, a czym innym niby-szlaki, które w najlepszym wypadku są pobożnymi lub ambitnymi życzeniami ich twórców (często raczej wizjonerów niż konstruktorów oferty), a w najgorszym – formą cwaniackiego marketingu i klasycznymi pułapkami turystycznymi

w klasycznym rozumieniu tego terminu [Kruczek 2011, s. 28-44], które mają za zadanie zwabić nieuświadomionego klienta tu, a nie gdzie indziej bez jakiejkolwiek odpowiedzialności za jego kulturową korzyść czy zwykłą satysfakcję ze spędzonego czasu. Gdyby takie rozróżnienie szlaków zostało wspólnie uznane i wprowadzane do powszechnego użytku (w pracach badawczych i dyplomowych, w koncepcjach lokalnych i krajowych strategiach) to – choćby z obawy przed publiczną krytyką ekspertów lub ze strony konkurencji - przynajmniej znaczna część oferentów przestałaby nadużywać terminu „szlak", przez co z czasem zyskałby on określoną rozpoznawalną zawartość znaczeniową także w powszechnym rozumieniu potencjalnie zainteresowanych turystów. W konsekwencji termin „szlak kulturowy" zyskałby konkretne znaczenie dla bardziej świadomego odbiorcy oferty, który zacząłby posługiwać się nim jako kryterium selekcji (podobnie jak czyni to w sklepie, odróżniając napój od soku). Zatem w idei leksykonu chodzi nie o jakąś kolejną wspólną publikację, ale o podjęcie pracy organicznej odnoszącej się do podstaw całej dziedziny wiedzy, którą zajmuje się rozproszone geograficznie środowisko krajowych naukowców i nad uporządkowaniem opisu rzeczywistości, co powinno mieć w konsekwencji jednoznacznie pozytywny wpływ na funkcjonowanie rosnącego segmentu branży turystycznej.

Przeprowadzenie szeregu dyskusji o podstawowym znaczeniu, uzgodnienie stanowisk tam, gdzie to jest możliwe i wprowadzenie precyzyjności języka opisu naukowego docelowo ma więc służyć nie tylko jasności w dyskusji, badaniach, publikacjach i strategiach, ale przede wszystkim (choć pośrednio) rzetelności opisywanych tym językiem propozycji składanych uczestnikom turystyki kulturowej i ostatecznie - ich pożytkowi. Mógłby ktoś w tym miejscu powiedzieć, że może lepiej byłoby poczekać na międzynarodową inicjatywę w kwestii takiego słownika. Jednak owo czekanie trwa już wystarczająco długo, poza tym nie wydaj się żeby autor piszący po angielsku zawsze miał być pierwszym z racji (jedynej racji!) tego, że od pierwszej chwili wielu go przeczyta. Przecież a) i polscy badacze także czytają, co inni piszą i mogą to uwzględnić w swoich propozycjach, b) można opublikować cały słownik lub (w trakcie jego tworzenia) publikować seriami propozycje poszczególnych haseł do międzynarodowej dyskusji na odpowiednich forach jak Trinet [www 2016] i kilka innych lub posyłać je do oceny kilku uznanym autorytetom spoza kraju i c) po ustaleniu treści takiego słownika jako całościowej propozycji nie trzeba go od razu drukować i wydawać na to dużych środków, lecz odczekać rok lub dwa lata na opinie, polemiki, propozycje uzupełnień, po czym poddać go rewizji, a dopiero końcowy efekt nazwać pierwszym oficjalnym wydaniem.

Badaczom fenomenu turystyki kulturowej i innym koncentrującym swoją pracę naukową na zagadnieniach turystyki chciałbym więc zaproponować przystąpienie do zespołowych prac nad polskim słownikiem turystyki kulturowej. Zaproszenie to kierowane jest w pierwszym rzędzie do osób zaangażowanych w środowisko eksperckie wokół redakcji „Turystyki Kulturowej" w formule działającego przy niej Forum Gnieźnieńskiego. Ze względu na zainteresowania badawcze i dotychczasowy dorobek oni właśnie wydają się najbardziej kompetentną grupą dla zainicjowania i przeprowadzenia takiego projektu. Mogą się do niego jednak włączyć także wszyscy inni krajowi badacze posiadający dorobek badawczy w dziedzinie turystyki (w tym jej ekonomiki, zarządzana nią analizy zachowań turystycznych itd.) oraz aktywni na polach badawczych bezpośrednio powiązanych z fenomenem turystyki kulturowej, a dotyczących jej walorów, atrakcji (np. muzeów lub określonych typów zabytków), produktów, samej szeroko rozumianej kultury, dziedzictwa, historii, religii i wielu innych i chcieliby współpracować przy opracowywaniu odnośnych grup haseł. Cennym wsparciem dla tego projektu wyrażanym przez wskazywanie kierunków i zestawów haseł oraz przez konsultacje propozycji byłoby również zaangażowanie ze strony przynajmniej kilku praktyków organizacji turystyki kulturowej, czytających i korzystających z naukowych analiz, którzy są zainteresowani ujednoliceniem terminologii. Opracowane hasła (jako propozycje) mogłyby być seriami publikowane w osobnym dziale czasopisma „Turystyka Kulturowa", co umożliwi ich komentowanie przez zarejestrowanych uczestników, pobudzając przy okazji naukową dyskusję i popularyzując ustalenia. Tworzenie tak potrzebnej, standardowej publikacji mogłoby się odbyć w kolejnych etapach i z zastosowaniem procedury gwarantującej zbiorowe opracowanie i wysoką jakość.

Pierwszy etap stanowiłoby utworzenie zespołu redakcyjnego z udziałem kilkorga (3-4) osób z grona zaangażowanych akademickich badaczy, potencjalnych współredaktorów. W drugim etapie powinno nastąpić w tym gronie wspólne ustalenie pierwszej, podstawowej listy pojęć do opracowania. Redaktorzy mogliby prezentować swoje propozycje na liście wspomnianego Forum Gnieźnieńskiego, a pozostali jego uczestnicy byliby zaproszeni do ich krytycznego przeglądu i do zgłaszania kolejnych propozycji. Osoby nie zaangażowane na Forum mogłyby już na tym etapie nadsyłać na podany adres zespołu redakcyjnego lub do redakcji TK swoich propozycji, które zostałyby również przekazane na Forum. Trzecim etapem byłoby ustalenie pierwszej listy haseł (jako listy zadań) i podział tych zadań do opracowania. Chętni do ich przygotowania mogliby poprosić o przydział konkretnych haseł, najlepiej zgodnie ze realizowanymi przez nich kierunkami badań lub osobistymi zainteresowaniami. Opracowanie haseł przez nikogo nie wybranych

zespół redakcyjny zaproponowałby osobom, które w jego opinii są najbardziej kompetentne do ich opracowania. W trakcie opracowywania każdego pojedynczego hasła (czwarty etap) jego autor powinien obligatoryjnie zwrócić się do przynajmniej jednego z uczestników Forum o skonsultowanie swojej propozycji opracowanego hasła, zanim podda ją ogólnej ocenie. W piątym etapie wszyscy redaktorzy przygotowywanego słownika otrzymywaliby każdą propozycję opracowania hasła mogliby także wyrazić swoją (niewiążącą, ale pisemną) opinię, która byłaby dołączana do propozycji. Na etapie szóstym tak przygotowany i wstępnie skonsultowany rekord (wyjaśnienie hasła) wraz z grupą innych zostałby opublikowany w dziale słownikowym na elektronicznych łamach „Turystyki Kulturowej" umożliwiając dyskusję nad nim (można przy tym wskazać okres zbierania opinii i propozycji, wynoszący na przykład trzy miesiące lub dłużej od chwili publikacji rekordu). Siódmy krok należałby do autorów haseł: każdy z nich po nadesłanych uwagach mógłby na nowo zredagować dany rekord. Uwzględniłby przy tym nadesłane uwagi albo pozostał przy pierwotnej wersji opracowania (czy odnośnego jego fragmentu), podając jednak uzasadnienie powodu dla którego nie zgadza się z propozycjami korekt czy uzupełnień. W kroku ósmym zespół redakcyjny tymczasowo akceptowałby dane hasło i włączał je do słownika (w każdym przypadku na drodze zespołowej decyzji). Na dziewiątym etapie całość leksykonu zostałaby przez zespół redaktorów jednolicie opracowana, opatrzona krytycznym wstępem i jednolitym aparatem naukowym (referencje, indeks, itd.), a następnie w takiej formie ponownie opublikowana online jako propozycja do konsultacji. W tym momencie mogłaby również zostać poddana jako całość recenzji naukowej. W kroku dziesiątym (nie jest niezbędny, ale w mojej opinii wydaje się pożądany, jeśli w międzyczasie nie ukaże się anglojęzyczny leksykon) należałoby postarać się o profesjonalne tłumaczenie słownika na język angielski i ponownie poddać go konsultacji środowiska naukowego, tym razem zapraszając do niej imiennie przynajmniej kilkunastu badaczy spoza kraju. Mogłoby to się dokonywać według pewnego klucza związanego z dziedzinami ich specjalizacji. Zrozumiałym jest, że realizacja tego etapu pociągnęłaby za sobą koszty. Dlatego już przy podejmowaniu tego dzieła, posiadając jeszcze sporo czasu do tego momentu można by sprawdzić możliwości pozyskania środków umożliwiających sfinansowanie tłumaczenia leksykonu: czy to jako grantu, czy na drodze zebrania funduszy z różnych źródeł, czy też w formie zlecenia tłumaczenia (i edycji elektronicznej publikacji w obydwu językach) jako projektu jednemu z zespołów pracujących na rzecz popularyzacji polskiej nauki lub na jeszcze innej drodze. Nie wiadomo, który z tych sposobów będzie najbardziej realny i zagwarantuje sprawną realizacje projektu, jednak takiego należałoby poszukać.

W etapie jedenastym, po około roku od pierwszej publikacji i po uwzględnieniu napływających uwag oraz uzupełnień (przy czym teraz również badacze spoza Polski także mogliby proponować brakujące hasła i opracowywać je w języku angielskim) oraz ich krytycznej analizie, nastąpiłoby poprawienie i uzupełnienie angielskiej i polskiej wersji leksykonu. Wreszcie w dwunastym kroku całość zostałaby oficjalnie zamknięta jako pierwsze wydanie leksykonu z datą publikacji, co umożliwiałoby nadanie jej identyfikacji (ISBN, DOI i tak dalej) i tym samym ostateczne wprowadzenie w obieg naukowy. Nie przeszkadzałoby to jednak w dalszej poprawie, uzupełnieniu i wydaniu (w ciągu na przykład dwóch lub trzech lat) kolejnej edycji leksykonu.

Zdaję sobie sprawę, że przedsięwzięcie wydaje się zarysowane ambitnie. Niemniej zapewne wielu w świetle własnych doświadczeń zgodzi się ze mną, że kto niczego nie zaczyna, niczego też nigdy pomyślnie nie skończy. Może nie wszystko musiałoby przebiegać i udać się dokładnie tak, jak to zostało powyżej opisane, jednak zestaw powyżej wymienionych działań wydaje się być realistyczną propozycją. Jest jeszcze jeden powód, dla którego uważam, że praca nad takim leksykonem powinna zostać podjęta. Otóż jego przygotowanie dodatkowo zintegrowałaby polskie środowisko badających fenomen turystyki kulturowej i dało mu możliwość zrealizowania pierwszego dużego projektu. Po takim doświadczeniu wspólnego działania już łatwiej byłoby tworzyć niezależne od macierzystych uczelni (gdzie członkowie tego środowiska działają często w odosobnieniu) i funkcjonujące na obszarze całego kraju zespoły badawcze dla realizacji konkretnych potrzeb. Można byłoby wtedy na przykład pokusić się o podjęcie przekrojowych badań zachowań turystów kulturowych lub opracowywanie na zlecenia koncepcji produktów turystycznych, jak szlaki kulturowe czy pakiety lokalne.

Omówienie drugiej części przedstawionego zagadnienia, odnoszącej się do referencji i przypisów w tekstach naukowych chciałbym poprzedzić przedstawieniem mojej dotychczasowej praktyki. Otóż przez ćwierć wieku korzystałem z przekonaniem z tak zwanego systemu niemieckiego (z przypisami grupowanymi u dołu strony lub na końcu tekstu albo rozdziału książki). Przed dziewięciu laty, w momencie zakładania redakcji „Turystyki Kulturowej" dość niechętnie przestawiłem się na system harvardzki, globalnie dominujący we współczesnych tekstach z zakresu nauk społecznych. Po krótkim czasie zacząłem jednak doceniać jego oszczędność miejsca (ogromna redukcja liczby i objętości przypisów poza tekstem głównym) i klarowny podział między uzasadnieniem tezy czy wskazaniem źródła danych (w postaci krótkiej referencji w tekście, rozwiniętej w bibliografii) a potrzebnym komentarzem, elementem dyskusji czy wprowadzeniem pobocznego wywodu (w formie pełnowartościowej,

rozwiniętej uwagi w przypisie dolnym). Nieprzerwanie do teraz, po wspólnej decyzji redakcji na początku wydawania wspomnianego czasopisma [rok 2008], stosuje ono właśnie referencje w formacie harwardzkim. Niezależnie od własnych preferencji i praktyki „Turystyki Kulturowej" uważam jednak obydwa systemy odniesień za równo przydatne i spełniające warunki narzędzia naukowego uzasadniania. Jednak jest tak tylko w sytuacji, gdy referencje odnoszące się nie do generalnego omówienia tematyki czy pozycji fundamentalnej dla całego wywodu ale uzasadniające konkretne twierdzenie lub odwołujące się do wykorzystywanego wyniku badania prowadzą dokładnie do miejsca w publikacjach lub szczegółowego wyniku badania, zatem kiedy podają stronę w książce lub artykule. Tego wymaga naukowa uczciwość, nie mówiąc już o wygodzie czytelnika, który tekst czy wynik źródłowy może znaleźć natychmiast, bez żmudnego poszukiwania go na przykład w kilkusetstronowej publikacji.

Innym problemem jest cytowanie w pracach naukowych źródeł internetowych, przez które rozumiem te zamieszczane wyłącznie w postaci elektronicznej i tylko na stronach instytucji i przedsiębiorstw, ale także pochodzące od osób fizycznych (jako np. z ich wypowiedzi w prywatnych blogach i na tematycznych portalach). Jakkolwiek są one nadal obarczone swego rodzaju „grzechem pierworodnym" polegającym na łatwości ich zmiany czy podmiany na inne treści (a zatem i podatności na ewentualną manipulację), to jestem przekonany, że nie da się od nich uciec. Szczególnie wtedy, jeśli chce się opisywać i analizować dziedzinę tak dynamiczną jak turystyka, z jej wciąż zmieniającymi się i modyfikowanymi ofertami, albo z nieustannie ewoluującym spektrum atrakcji – w trym takich fizycznie pojawiających się, modyfikowanych i znikających. Ten problem był już dyskutowany na Forum Gnieźnieńskim [TK 6/2010, s. 59-64] a zapis tej dyskusji – do którego zainteresowanych odsyłam - dobrze oddaje niemal wszystkie problemy z tym związane, ale także propozycje rozwiązań. Nie ma potrzeby powielać w tym miejscu prezentowanych tam argumentów zarówno innych dyskutantów, jak moich własnych. Po kilku latach od tamtej dyskusji dodam tylko, że pewną gwarancję stabilności daje korzystanie z paginowanych tekstów analitycznych (np. raportów) publikowanych w formatach zamkniętych, przynajmniej znacznie utrudniających zmianę treści (jak PDF), jednocześnie oznaczonych datą. Z kolei coraz liczniejsze opracowania naukowe (artykuły, książki elektroniczne) posiadają już niepowtarzalny adres internetowy (tzw. DOI), co umożliwia ich późniejsze odnalezienie, albo są zamieszczane w publicznych repozytoriach naukowych, z których niełatwo je usunąć ani nie da się zmienić ich treści. Te dają się łatwo zarchiwizować i potem służyć. Nadal jednak nie można zagwarantować stabilności źródłowych dla badacza tekstów publikowanych

w formatach „elastycznych", jak html (a to w takich formatach ukazują się miliony ofert, następnie zmienianych i usuwanych). Wydaje się, że w przypadku wykorzystywania takich tekstów jako ilustracji bardziej powszechnych zagadnień i problemów na razie może wystarczyć przypisywanie daty do każdego rekordu (tzw. wstążki referencyjnej). Inna formą jest potwierdzenie dostępu i zgodności treści dla wszystkich wykorzystanych w danej publikacji źródeł internetowych za konkretny dzień, w którym autor dokonałby ostatniej weryfikacji treści i wpisanie tej daty jako wspólnej daty dostępu w bibliografii, w tym wypadku netografii, tak jak zostało to uczynione w niniejszej książce. Jednak jeśli odniesienia do takich źródeł mają centralne znaczenie dla pracy (przykładowo dysertacji doktorskiej), to powinno się wymagać, by jej autor zabezpieczył również zrzut ekranowy i zarchiwizował go. Także używanie owych „wstążek" powinno jednak być ujednolicone, począwszy od nazwania tej grupy źródeł (czy na przykład można je określić coraz popularniejszym terminem „netografia"). Osobiście, tak jak przy odniesieniach do uzasadnienia tezy oraz szczegółowych wyników badania cytowanych z publikacji papierowej i paginowanej zaproponowano powyżej odsyłanie do tytułu dzieła i strony, tak samo należałoby traktować jako standard odnoszenie się w takich przypadkach do najmniejszej jednostki danych w Internecie (czyli rekordu, tytułu, notki) a nie tylko do adresu portalu, nierzadko mocno rozbudowanego i skomplikowanego w swej strukturze i nie posiadającego nawet wewnętrznego narzędzia wyszukiwania. Referencje do źródeł w sieci mają przecież za zadanie podwyższyć, a nie obniżyć wiarygodność naukowego tekstu. Dlatego stosowana do nich podstawowa zasada powinna brzmieć: formułować tak, by doprowadzić, odkryć i uzasadnić a nie po to, by ukryć, zagubić, czy wzbudzić wątpliwości.

Zagadnienie 27

Kryteria “ogłaszania” i definiowania nowych form turystyki kulturowej

“W kwietniu 1974 roku, gdy skończyła się dyktatura w Portugalii, niektórzy jego rówieśnicy pojechali tam i mieli mu za złe, gdy mówił, że nie uprawia politycznej turystyki." (Pascal Mercier, Nocny pociąg do Lizbony, przeł. Magdalena Jatowska, Noir sur Blanc, Warszawa 2015, s. 81). Przytoczony fragment inspiruje do refleksji na temat, jak pojemny byłby zbiór tego rodzaju wyjazdów: “turystyka polityczna”? A szerzej, czy w środowisku badaczy możliwe do ustalenia są choćby tylko kryteria “ogłaszania” i definiowania każdej nowej, kolejnej formy turystyki w ogóle, a turystyki kulturowej w szczególności? Określenie takich ograniczeń i szeroka akceptacja dla ich stosowania mogłyby wprowadzić jakiś poziom samozdyscyplinowania w analizach zjawisk turystycznych i ograniczyć chaos pojęciowy. (JK)

Zdecydowanie zgadzam się ze stwierdzeniem, że ograniczenia, a dokładniej: (co brzmi bardziej pozytywnie): kryteria „ogłaszania” istnienia kolejnych form turystyki (tej kulturowej i w ogóle każdej), ich zamieszczania w klasyfikacjach oraz uwzględniania w systematycznych publikacjach naukowych powinny być uściślone i dość sztywne. Jest to między innymi jedno z głównych zadań wciąż niepowstałego słownika turystyki kulturowej, ponieważ właśnie publikacje tego rodzaju, jeśli są solidnie opracowane, zawsze wprowadzają a) pewną systematykę opartą na kryteriach b) szybko upowszechniające się standardy w stosowaniu i rozumieniu poszczególnych terminów. Kryteriów wyodrębniania i uznawania poszczególnych form turystyki kulturowej może być wiele. Jest to uzależnione od podejścia klasyfikujących, w szczególności od tego, czy kluczowe dla nich kwestie ekonomiczne, statystyczne, czy specyfika preferowanych typów walorów (która nierzadko warunkuje zachowania turystów i programy podróży), czy też np. typologia zjawisk kulturowych. Poniżej zestawiona została propozycja zestawu takich kryteriów które przy rozważaniu wyodrębnienia (lub nie) formy turystyki mogłyby (powinny) być zastosowane łącznie.

1. Kryterium „kulturowości”. Podstawą do uznania istnienia odrębnej formy turystyki kulturowej powinno być w pierwszym rzędzie stwierdzenie jej „kulturowości”, to jest wyraźnej przewagi w analizowanej grupie podróży celów antropogenicznych. Drugorzędne byłoby natomiast, czy są to cele materialne (jak miejsca i obiekty), czy niematerialne (jak eventy albo formy

kreatywności uczestników w trakcie wyprawy albo na miejscu docelowym). W przypadku braku lub nielicznej obecności tego rodzaju elementów podróży rozpoznawana forma nie wpisuje się w spektrum turystyki kulturowej.

2. Kryterium odrębności / oryginalności. Określa je jedno z dwojga wymagań. 2a) Albo faktyczna aktywność turystyczna uczestników badanej grupy wypraw (kandydującej do wyodrębnienia jako forma podróży kulturowych) jest ukierunkowana na określoną grupę obiektów lub miejsc o tym samym lub podobnym profilu. Profil ten byłby określony czy to przez ich pochodzenie, czy przeznaczenie, symboliczne znaczenie dla człowieka albo inne czynniki determinujące. Dana grupa obiektów nie mogłaby być typowymi celami definiującymi inną, już istniejącą formę. 2b) kryterium można uznać za spełnione, jeśli w programach danej grupy wypraw zbiorowych, publikowanych i rzeczywiście wykorzystywanych ofert obszarowych lub też w wielokrotnie potwierdzonych schematach przebiegu faktycznie realizowanych wypraw indywidualnych powtarzają się moduły takie same lub mocno zbieżne (treściowo, w sposobie interpretacji dziedzictwa, w formach kreatywności uczestników i innych elementach), które wyraźnie współtworzą specyfikę wypraw i odróżniają ją od innych, dotychczas określonych form turystyki kulturowej. Zastosowanie tego kryterium umożliwia uniknięcie „klonowania" dotychczas uznanych form i jednocześnie od początku zapewnia nowej formie właściwe jej miejsce w całym spektrum wypraw turystyczno-kulturowych. Jednocześnie, przez opisanie w fundamentalnej analizie tej formy jej oryginalności (specyficznej grupy celów, typowych instrumentów, najczęstszych modułów programowych itd.) można ułatwić zarówno konstrukcję typowych dla niej programów i ofert w innych miejscach, jak i zdefiniowanie grupy jej potencjalnych odbiorców zainteresowanych takimi ofertami. W ten sposób wyodrębnienie danej formy wspomaga w ich pracy koncepcyjnej zarówno konstruktorów ofert (poważnych touroperatorów i lokalnych gestorów produktów turystycznych) jak i pracowników turystycznego marketingu. Silną indykacją na rzecz uznania odrębnej formy turystyki kulturowej mogłoby wprawdzie między innymi być wyraźne wyodrębnienie i opisanie (np. na podstawie badań socjologicznych) profilu konsumentów danej grupy wyjazdów (lub typu wyjazdów). Jednak na etapie wstępnych analiz jest to bardzo trudne i pociąga za sobą duże koszty, nie powinno być więc warunkiem wstępnym do wyodrębnienia danej formy. Daleko łatwiej analizować dostępne i opisane programy wypraw, przy zweryfikowaniu ich rzeczywistej realizacji i ustaleniu pewnej minimalnej skali, o czym poniżej.

3. Kryterium powszechności i trwałości. Należy je uznać za spełnione, kiedy fakt zaistnienia wypraw turystycznych spełniających oba wyżej opisane kryteria został potwierdzony przez przeprowadzenie badań empirycznych typowych dla analiz turystyki i turystów w przynajmniej kilku krajach (można dalej uściślić, że musiałyby to być na przykład przynajmniej 3, 4 lub 5 krajów) i na przestrzeni przynajmniej kilku (4-5?) kolejnych sezonów turystycznych lub lat kalendarzowych. Nie muszą to być analizy zrealizowane przez samego badacza „ogłaszającego" zaistnienie nowej formy: może on wykorzystać badania już opublikowane z różnych miejsc. Najlepiej jednak (i to mogłoby być kolejne wymaganie), jeśli obok zestawienia i krytycznej analizy wyników dotychczasowych ów badacz uzupełni cudze analizy własnymi badaniami zrealizowanymi choćby w jednym obszarze docelowym, w dwóch lub więcej kolejnych sezonach. To kryterium – ewentualnie nawet zaostrzone co do liczby badań lub powtarzalności pozytywnych wyników przez dłuższy okres czasu - byłoby rodzajem „bezpiecznika" pozwalającego na unikanie mnożenia bytów w klasyfikacjach. Ono bowiem ma swoje źródło zazwyczaj w pochopnym uznawaniu efemerycznych rodzajów wyjazdów, lokalnych propozycji tematycznych czy wręcz programów ukierunkowanych na chwilowo modne destynacje za odrębne formy turystyki kulturowej.
4. Kryterium „źródła". To wymaganie spełniałoby umieszczenie „publikacji fundacyjnej" (czyli tej „ogłaszającej" nową formę turystyki kulturowej) w recenzowanym czasopiśmie naukowym o wyraźnie zdeklarowanym przez jego redakcję i powszechnie uznawanym w środowisku badaczy turystycznym profilu związanym bezpośrednio z turystyką (a nie w przypadkowym czasopiśmie o innym fokusie, np. przyrodniczym). W pewnym stopniu recenzje tekstów naukowych, dokonywane w takich redakcjach przez przynajmniej dwóch innych badaczy z uznanym dorobkiem zapewniają wstępną weryfikację tezy o istnieniu „formy" turystyki kulturowej i są rodzajem dodatkowych wbudowanych zabezpieczeń przed jej bezkrytycznym wprowadzaniem do naukowego obiegu.
5. Jako kryterium nieobowiązkowe, ale warte rozważenia można rozważyć jeszcze wymaganie publikacji przynajmniej jednej analizy innego badacza, potwierdzającej wnioski postulującego w zakresie zaistnienia odrębnej formy turystyki kulturowej. Publikacja ta winna być oparta na jakimkolwiek innym badaniu empirycznym. Dopiero wskazanie takiej zbieżnej w swoich wnioskach analizy byłoby „przepustką" do uznania istnienia odrębnej formy i jej wpisania np. do leksykonu turystyki czy umieszczania w podręcznikach na pełnych prawach.

Przy uznaniu i przestrzeganiu wymienionych kryteriów, najlepiej usankcjonowanych w naukowo opracowanym leksykonie turystyki kulturowej, sami badacze turystyki (oraz wywodzący się z ich środowiska autorzy systematycznych opracowań, podręczników turystyki kulturowej, wreszcie jej wykładowcy) mogliby zapewne dość szybko uporządkować istniejący chaos pojęciowy, a także zapanować nad własnym entuzjazmem „odkrywania" i „ogłaszania" nowych form tej turystyki.

Zupełnie inną kwestią jest „radosna twórczość" touroperatorów i ich pracowników marketingu. Oni to, realizując swoje własne cele (m.in. budzenie wśród klientów wrażenia unikatowości przedkładanej im oferty) stale wynajdują i zapewne nadal będą wynajdywali nowe „rodzaje" i formy turystyki. Robią to paralelnie do innych zabiegów marketingowych. Należą do nich na przykład: rysowanie na papierowych lub digitalnych mapach nowych „szlaków turystycznych" czy też tworzenie lub (przez nadmuchiwanie do granic absurdu ich rzekomego znaczenia albo „działania") przetwarzanie w rzeczywiste magnesy turystyczne różnorakich sztucznych albo wydumanych atrakcji jak: czakramy, objawienia, widma i zjawy, cudowne źródła wiecznej młodości i tym podobnych. Na nich badacze nie mają i zapewne nie będą mieli wpływu. Mogą zatem tylko konsekwentnie wskazywać źródła pochodzenia takich „form turystyki" i bez litości tępić obecność definiujących je (pustych) pojęć w analizach systematycznych, raportach, obszarowych zestawieniach, podręcznikach turystyki i wykładach akademickich oraz w szkoleniach dla przedstawicieli branży i samorządów. Nawiasem mówiąc, powinno to dobrze zrobić jakości refleksji naukowej w obszarze turystyki kulturowej, gdzie od dość dawna, a zwłaszcza w tekstach mniej doświadczonych autorów, widoczne jest wykorzystywanie jako źródeł obok poważnych opracowań także tekstów popularyzacyjnych lub wprost marketingowych.

Co do szerszego zagadnienia, czyli wielości uznawanych form turystyki kulturowej, już stosowanych w jej podziałach i analizach systematycznych, opisywanych w podręcznikach i rekomendowanych dla działań marketingowych (jak klasyfikacje ofert w katalogach i na portalach turystycznych), najlepszą wydaje się – jak często zresztą – droga złotego środka. Taki złoty środek oznacza uznawanie odrębnych form turystyki wówczas, kiedy może to być przydatne i pożyteczne. Otóż samo wyodrębnianie przynajmniej głównych form turystyki kulturowej ma swój głębszy sens nie tylko w systematyce refleksji naukowej, ale przede wszystkim w odniesieniu do praktycznej strony organizacji samej turystyki i jej ofert. Ułatwia bowiem pracę organizatorom turystyki i konstruktorom jej obszarowych propozycji (przez zaliczenie danej oferty do już identyfikowanej przez konsumentów grupy). Pomaga też turystom kulturowym, poszukującym

odpowiadających im propozycji w gąszczu Internetu i papierowych katalogów. Jednak kryterium takiego podziału (i ewentualnych pod-podziałów) nie może być czyjeś osobiste zainteresowanie czy fanaberia pojedynczego organizatora albo badacza. Kryteria wyodrębniania i prezentowania poszczególnych form turystyki kulturowej przynajmniej stosowane w pracy jej badaczy powinny być dobrze uzasadnione, a z czasem jak najszerzej uznawane i akceptowane.

Co się tyczy wspomnianej we wprowadzeniu „turystyki politycznej", to jest ona zapewne zbiorem podobnie licznym (lub niewiele liczniejszym) jak anonsowana przed kilkoma laty „turystyka kosmiczna", już w momencie wylotu w przestrzeń pozaziemską pierwszego „komercyjnego" kosmonauty, którym był niejaki Dennis Anthony Tito w roku 2001 opisywana przez przesadnych optymistów jako odrębna forma czy nawet gałąź turystyki. Stare międzynarodowe przysłowie mówi, że „jedna jaskółka wiosny nie czyni", a proponowane powyżej kryteria zapewne na dość długo powstrzymałyby poważnych badaczy przed uznawaniem takiej efemerycznej formy wypraw za gatunek godny poważnych analiz i – co ważniejsze – wniosków formułowanych na szerszą skalę. To samo pewnie dotyczy (na dziś) turystyki „politycznej". To jednak nie znaczy, że za lat kilkanaście albo kilkadziesiąt turystyka kosmiczna, uzupełniona na przykład o swoje „ziemskie" destynacje i aspekty nie może stać się pełnoprawną formą turystyki kulturowej, spełniającą wszystkie powyższe kryteria [por. Zagadnienie 19 w niniejszej publikacji]. Mottem bowiem naszej dziedziny nauki, ze względu na prawdziwie humanistyczną (odludzką) nieprzewidywalność ewolucji jej przedmiotu oraz dynamizm jej zmian, powinno być znane powiedzenie: „never say never".

Zagadnienie 28
Turystyka kulturowa jako przedmiot studiów w Polsce

Studenci mają obecnie szereg możliwości zdobycia wiedzy z zakresu turystyki, w tym turystyki kulturowej. Dotyczy to tak typowych kierunków turystycznych (np. turystyka i rekreacja, gospodarka turystyczna), jak i specjalności turystycznych na innych kierunkach studiów (np. ekonomia, zarządzanie). Ich absolwenci w przyszłości będą w znacznym stopniu decydowali o kierunkach rozwoju funkcji turystycznej w samorządzie terytorialnym i w szeroko rozumianej branży turystycznej. W związku z tym wiele zależy od tego, jaki jest poziom zainteresowania studentów zagadnieniami turystyki kulturowej, w ostatnich latach i obecnie? Niemniej ważne dla przyszłego poziomu kompetencji jest również to, jak studenci angażują się podczas studiów w działania zwiększające ich kompetencje i praktyczne umiejętności? (JB)

Odpowiedź rozpocznę od dłuższego wywodu, który może się wydawać poza tematem zainteresowania studentów, jednak – jak szybko to dostrzeże uważny Czytelnik – ma z nim związek fundamentalny. Dotyczy on kondycji studiujących i w powiązaniu z tym problemem – jakości samych studiów. Na początek fakt ogólnie znany: jeśli mierzyć zainteresowanie studentów zagadnieniami turystyki zgodnie z najbardziej – wydawałoby się - oczywistym kryterium, jakim jest bezwzględna liczba studiujących turystykę kulturową jako specjalność w ramach kierunku turystyka lub innego kierunku, to w ostatnich czterech-pięciu latach znacznie ono osłabło. W dłuższej retrospekcji (przyjmując perspektywę na przykład ostatnich 30 lat) wydaje się nawet, że tak mierzone zainteresowanie turystyką w ogóle, a w jej ramach tą kulturową, było tylko jakąś efemerydą. Tysiące, a w pewnym momencie dziesiątki tysięcy studentów na AWF-ach, uniwersytetach, uczelniach ekonomicznych i dziesiątkach wyższych szkół prywatnych wybierało chętnie turystykę przez niewiele lat, według przybliżonej oceny na podstawie cząstkowych statystyk, taki wyż trwał mniej więcej od roku 2000 do 2010. Aktualnie liczebność studiujących turystykę w szybkim tempie spada do stanu poprzedniego. Ma na to wpływ zarówno zapaść demograficzna polskiego społeczeństwa i związana z nią zmniejszająca się liczebność kolejnych roczników studentów, jak i trzeźwa ocena coraz większej liczby z nich (potwierdzona obserwacją losów starszych kolegów), że po tych studiach bardzo trudno jest znaleźć satysfakcjonującą i w miarę stabilną pracę w zawodzie. W tym dość oczywistym dla obserwatorów rynku stwierdzeniu nie powinno się jednak dostrzegać wyłącznie

powodu do zmartwienia, ale także kilka szans. Próbując to uzasadnić, niejako na marginesie wypowiedzi wskażę na parę kwestii, które mogłyby być tematami nadającymi się do osobnego omówienia. Jedną z nich jest próba zbadania i oceny, którym z absolwentów turystyki udało się jednak wejść na ten trudny rynek i odnieść sukces jako jej organizatorzy (zakładając własne biura) lub wybitni realizatorzy (prowadzący zawodowo wycieczki lub powołujący do życia nowe projekty czy wprost produkty turystyczne i koordynujący ich działanie). Znając kilkanaście takich osób i ich drogę podczas i po studiach zaryzykuję tezę, że albo od początku (czyli podejmując studia) były one prawdziwymi pasjonatami podróży i poznawania świata, albo udało im się przyswoić tę pasję w czasie studiów. Znakomita większość pozostałych studentów (oceniam ją na - zależnie od miejsca i uczelni - na od 70 do nawet ponad 90%) wybierała ten kierunek lub specjalizację licząc na to, że: a) będą musieli w nie włożyć stosunkowo niewielki wysiłek (który to pogląd bazuje na braku tzw. twardych przedmiotów w programach studiów), b) równolegle bez problemu będą mogli pracować, a może też c) podczas studiów zwiedzą kawałek świata, co okazało się chyba największą mrzonką. Dlatego byli to studenci co najwyżej przeciętni i mało kreatywni, w dużej mierze po prostu mierni. Brak lepszej niż najbardziej podstawowa znajomości któregokolwiek z języków obcych, połączony z brakiem chęci wykorzystania czasu studiów na ich przyswojenie także zdecydowanie ograniczył ich perspektywy zawodowe w branży, w której znajomość języków obcych jest oczywistym wymaganiem decydującym o zatrudnieniu nawet na szeregowych stanowiskach. Do tego dołączyło typowe dla absolwentów lat 2000-2010 oczekiwanie na etatową pracę (w miejsce wykazania inicjatywy, by swoje miejsce pracy po prostu sobie stworzyć). A utrzymywanie etatów jest trudne w komercyjnej turystyce z jej sezonowością i wyjątkowo dużym poziomem reaktywności na kryzysy ekonomiczne a nawet pojedyncze wydarzenia, jak katastrofy czy zamachy, natomiast wyjątkowo rzadkie w turystyce krajowej, uzależnionej od krótkich sezonów. Odrębną kwestią jest krytyczna ocena studiów ze strony samych studentów i absolwentów, mniejsza o to, że często nie dostrzegających własnej mizerii i chętnie zrzucających na innych winę za własny brak kwalifikacji lub niepowodzenia. Otóż wielu z nich uważa, że na studiach nauczyli się niewiele z tego, co rzeczywiście jest niezbędne lub przydatne w zawodzie i że „wszystkiego musieli uczyć się w pracy". W licznych przypadkach (poza niewieloma uczelniami naprawdę wyspecjalizowanymi) częściowa zasadność tego twierdzenia wynikała z faktu, że uczyli ich ludzie posiadający stopnie akademickie z dziedzin nie związanych z turystyką w najmniejszym stopniu oraz nie mający w tej dziedzinie ani dorobku naukowego, ani jakiegokolwiek doświadczenia zawodowego. Otóż w takim właśnie kontekście widzę pewne szanse wynikające

z aktualnego drastycznego spadku liczby studiujących kierunki i specjalności turystyczne. W obliczu kryzysowej sytuacji danej uczelni (wydziału) pojawia się nie tylko uzasadniony powód, ale wręcz potrzeba dokonania przeglądu wykładających i instruktorów oraz selekcji kadry polegającej na usunięciu osób przypadkowych. Gdyby powiązać to z przyciągnięciem w ich miejsce choćby niewielkiej liczby rzeczywistych badaczy i analityków turystyki i jej rozlicznych fenomenów oraz praktyków czyli twórców i menedżerów dobrze funkcjonujących produktów, to ta droga można by doprowadzić do szybkiego podniesienia standardów nauczania i wprowadzić kreatywność jako nadrzędną wartość w programie studiów. A to – jako że studenci, choćby ci przeciętni, są jednak dobrymi obserwatorami – w niedługim czasie mogłoby choć w pewnym stopniu podnieść liczbę chętnych na te kierunki i specjalności oraz – co może ważniejsze - w znacznie większym zacząć przyciągać do nich jednostki rzeczywiście zainteresowane. Jednak z drugiej strony można się też obawiać, że uczelnie i wydziały „wytną" właśnie tych niewielu naprawdę kompetentnych jako pracowników młodszych lub „nieetatowych". Pozostawią natomiast zasłużonych i mających wpływy w senatach itd. samodzielnych pracowników, którym przecież „trzeba" zapewnić godziny. Tym samym kryzys polskich studiów turystycznych będzie się pogłębiał, a skala ich upadku będzie coraz większa i coraz bardziej widoczna.

Co do zainteresowania poszczególnymi treściami i elementami programu ze strony studentów, prezentowana ocena – w braku wyników badań - może polegać na zebranym przez kilkanaście lat doświadczeniu. Wynika ono z wykonywania obowiązków wykładowcy turystyki (nie tylko kulturowej) jako specjalności na różnych kierunkach uczelni publicznych i prywatnych (a były to: historia, kulturoznawstwo, zarządzanie i turystyka „właściwa"). Na jego podstawie mogę stwierdzić, że większe zainteresowanie przedmiotami i zagadnieniami typowymi dla turystyki kulturowej (jak dziedzictwo kulturowe świata, Polski i regionów, profile, zainteresowania i zachowania turystów kulturowych, formy turystyki kulturowej, szlaki kulturowe, specyficzne produkty lokalne itd.) przejawiają właśnie studenci dziedzin „nieturystycznych", czyli takich, w których ramach ten element programu był wybraną specjalnością, a nie podstawowym kierunkiem kształcenia. Można to tłumaczyć 1) ich szerszymi horyzontami, ukształtowanymi podczas studiów podstawowych i skłonnością czy też umiejętnością do wiązania zagadnień ze spektrum turystyki z szerszą problematyką (tak było zwłaszcza w przypadku studentów kierunków humanistycznych), 2) nabytym podczas dotychczasowych studiów innych zagadnień kontekstem (kultury, dziejów, zarządzania), który umożliwia większą elastyczność na etapie samodzielnych analiz i realizacji studenckich projektów,

wreszcie 3) poszukiwaniem swojego miejsca na rynku, które przynajmniej niektórzy ze studentów usiłują znaleźć na styku swojej wiedzy i specjalności głównej (odpowiednio: kultury, historii lub zarządzania) z treściami teorii turystyki oraz z umiejętnościami pozyskanymi poprzez realizację zagadnień praktycznych. To zainteresowanie turystyką kulturową może wynikać z - lepiej lub gorzej uświadomionej – chęci ustalenia dla siebie samych (przykładowo): jak można stworzyć produkt łączący przekazywanie historii lub animację kultury z turystyką i z pozyskiwaniem dochodów z usług świadczonych turystom, albo: czym można w turystyce efektywnie zarządzać… i tak dalej, odpowiednio do ich specjalności. Taką tematykę ci studenci wybierają też – często z własnej inicjatywy – na seminariach licencjackich i magisterskich. Chętniej też tacy właśnie studenci uczestniczą w zespołach badawczych: w tych przypadkach ich akces do projektu badawczego często jest związany z ukierunkowaniem na ich rodzinne okolice, miejsca przez nich odwiedzone i lepiej poznane (w tym coraz częściej odwiedzone dzięki uczestnictwu w studenckich programach wymiany) lub zagadnienia bliskie im ze względu na zbieżność z ich warunkami życia i codziennego funkcjonowania (na przykład praca wykonywana równocześnie z nauką albo doświadczenia z okresu pracy za granicą, choćby wakacyjnej). To z tych właśnie studentów rekrutuje się pokaźna grupa takich, którzy odnajdują się potem na rynku turystycznym, co potwierdzają obserwacje dalszych losów absolwentów. W przeciwieństwie do nich zainteresowania studentów „czystej" turystyki (naturalnie tych, którzy jakieś w ogóle wykazują) są raczej rozproszone i tylko incydentalnie koncentrują się na konkretnych treściach. Można jednak przypuszczać, że przynajmniej niektórzy z nich, jeśli w programie studiów nie znajdują odpowiedzi na swoje zainteresowania, próbują (lub do niedawna próbowali) rozwijać je podczas szkoleń pilotów wycieczek lub przewodników turystycznych, wiążąc z nimi nadzieje na lepsze przygotowanie praktyczne do wykonywania konkretnego zawodu turystycznego. Tym bardziej należy uznać za stratę, że status tych zawodów i podstawę egzystencji czasem bardzo profesjonalnie prowadzonych kursów z początkiem roku 2014 zniszczyło samo polskie państwo, poddając je bezmyślnej deregulacji. Jej pierwsze owoce już pokazują, że zamiast obiecywanych szans dla młodych ludzi pojawiło się eldorado dla niedouczonych, ale obdarzonych darem kwiecistej wymowy amatorów, a w biurach podróży rozpowszechnia się cięcie kosztów przez powierzanie tych odpowiedzialnych funkcji byle komu, na przykład taniemu miejscowemu „zamiennikowi" przewodnika lub kierowcy autokaru zamiast pilota. Świadomość takich praktyk dodatkowo zniechęca studentów turystyki, którzy – całkiem słusznie – widzą w nich czynnik dodatkowo zmniejszający ich szanse na pracę w zawodzie.

Jeśli poszukiwać szczegółowych aspektów i zagadnień cieszących się największym zainteresowaniem wszystkich lub większości studiujących zagadnienia turystyki kulturowej, to są to raczej funkcjonujące produkty i oferty turystyczne wraz z ich tworzeniem (komponenty, etapy, koordynacja, finansowanie, dystrybucja), oraz strategie promocji niż konkretne poszczególne treści. Te ostatnie, w zależności od osobistych preferencji, ale i od stopnia trudności oraz ilości wymaganego do przyswojenia materiału, mają i zawsze będą miały swoich gorących zwolenników i równie zdecydowanych przeciwników.

Część VI.
Dylematy i prognozy

Zagadnienie 29
Czy mieszkańców miasta można w nim uznać za turystów kulturowych?

W badaniach dotyczącym oceny atrakcji kulturowych miast wykorzystuje się w ostatnich latach opinie zarówno turystów, jak i mieszkańców. Ich autorzy traktują mieszkańców nie tylko jako „pełnoprawnych użytkowników przestrzeni kulturowej" ale i „turystów we własnym mieście" [m.in. Buczkowska 2014]. O ile z pierwszą częścią powyższej tezy można się zgodzić – o tyle uznawanie mieszkańców za „turystów we własnym mieście" jest sprzeczne z przyjętymi przez światowe instytucje definicjami takich pojęć, jak odwiedzający, turysta, czy odwiedzający jednodniowy – kwalifikacja uczestników ruchu turystycznego wymaga spełnienia istotnych warunków, w tym wyjazdu poza swoje, zwykłe otoczenie. Porównanie opinii turystów i mieszkańców na temat atrakcji kulturowych z pewnością poszerza i wzbogaca wnioski płynące z przeprowadzonej analizy, stanowiąc doskonałe pole do dalszej, pogłębionej dyskusji naukowej, jednak jednocześnie zaciera granice definiowaniu i klasyfikacji poszczególnych grup uczestniczących w ruchu turystycznym.
Czy można się zgodzić ze stwierdzeniem, iż mieszkańców danej destynacji jako pełnoprawnych użytkowników przestrzeni kulturowej można uznać za turystów we własnym mieście? Jakie mogą być konsekwencje takiego podejścia dla nauki oraz dla organizacji turystyki? (MM)

Przedstawione pytanie jest symptomem i artykulacją głębszego, powiedziałbym zasadniczego dylematu, odnoszącego się rozumienia (a w ślad za tym naukowych analiz) turystyki w ogóle, a turystyki kulturowej w szczególności. Dylemat ten brzmi: czy należy pojmować i definiować turystykę na podstawie kryteriów ekonomicznych czy kulturowych? Dawniej WTO a dziś UNWTO, idąc za klasykami naukowych badań w dziedzinie turystyki, którzy byli ekonomistami, udziela w swej definicji i jej dość rygorystycznym stosowaniu odpowiedzi pierwszej. Tymczasem intuicja mówi nam, jako uczestnikom i krytycznym obserwatorom turystyki, widzącym całe spektrum zachowań, że możliwe a nawet pożądane jest inne ujęcie. Uważam, że przy zachowaniu pewnych ograniczeń, o których poniżej, można zgodzić się na nazywanie turystami, a już na pewno turystami kulturowymi

ludzi, którzy wykazują właśnie owe turystyczne zachowania, niekoniecznie spełniając sztywne warunki przemieszczenia z punktu A do B, narzucone niegdyś w imię łatwiejszego uchwycenia zjawisk o charakterze ekonomicznym, przez badaczy znacznie mniej przejmujących się aspektem socjologicznym, a już zupełnie wcale nie kontekstem kulturowym.

Pomocny w refleksji na temat definiowania turysty w miastach jest opublikowany kilka lat temu tekst Mikołaja Madurowicza *„Kto jest turystą w przestrzeni miasta?* [2008, s. 59-84]. Autor, jako jedną z ośmiu kluczowych kwestii w analizie fenomenu turystyki miejskiej, postawił problem subiektywnego odczuwania mieszkańca miasta jako turysty we własnej miejscowości i wskazał na istnienie szeregu stanów i doświadczeń pośrednich między byciem „obcym" a byciem „stąd" [s. 70], przeżywanych i odczuwanych przez ludzi zwiedzających miasto – dopowiem: miasto sobie znane, a może i przez siebie zamieszkiwane. Przypomniał także, że „mieszkaniec w swoim mieście w coraz większym stopniu przejawia zachowanie dotąd będące domeną turystów" oraz że „w wielkim mieście zaciera się podział na turystów i nie-turystów, na mieszkańców i nie-mieszkańców" [s. 73]. Wskazał wreszcie jedno z możliwych kryteriów, które – aczkolwiek niełatwe do zastosowania w badaniach – pozwalają uznać mieszkańca za turystę: „mieszkaniec staje się turystą we własnym mieście w momencie, kiedy zakosztuje dystansu poznawczego" [s. 80]. Jest to jedno z ciekawszych możliwych odejść od badania i analizy nie tylko turystycznej aktywności (i samoświadomości) mieszkańców we własnej przestrzeni życia, ale także i interesujący punkt wyjścia dla refleksji o znaczeniu kapitalnym dla naukowej analizy fenomenu turystyki kulturowej jako takiej.

Innym ciekawym wprowadzeniem do problemu turystyki na własnym terenie (choć nie zawiera ono *explicite* wywodów na ten temat) może być również tekst Jacka i Sylwii Kaczmarków *Człowiek w miejskiej przestrzeni wymiany* [2009]. Jest on w odniesieniu do postawionego pytania tym istotniejszy, że jego kontekstem jest przecież książka poświęcona turystom kulturowym w konkretnym mieście, w tym wypadku w Poznaniu. Autorzy przywoływanego rozdziału ukazują zarówno przestrzeń (miasto), jak i samego turystę tak szeroko i wieloaspektowo, że uważny Czytelnik bez trudu w wielu wymienianych tam aktywnościach zmieści również mieszkańca, zachowującego się „jak turysta" i korzystającego „na sposób turystyczny" ze swojego miejsca na ziemi. Hasłem kluczowym dla głębszych przemyśleń wydaje się użyte przez autorów [s. 17] określenie „uczestniczenia w kulturze". Otóż – i tu moja opinia będzie głęboko zbieżna ze stanowiskiem wymienionych autorów - mieszkaniec miasta (i nie tylko miasta) staje się turystą - i to kulturowym właśnie - gdy uczestniczy w kulturze „na sposób" turysty,

czyli na przykład zwiedzając je. Jako praktyk, bo miejski przewodnik zapewniam, że jest możliwe takie tematyczne zwiedzanie własnego miasta, które jest prawdziwym, niemalże zupełnie nowym jego odkryciem - a przynajmniej nową interpretacją rzekomo dawno już znanego. W mniejszym już stopniu mieszkaniec staje się „turystą" uczestnicząc w typowo turystycznych (bo adresowanych do turystów) eventach (jak noc muzeów" albo projektach, jak tematyczne zwiedzania w ramach przedsięwzięć integracyjnych, edukacyjnych czy innych.

Niezbędne jest jednak wyjaśnienie zasygnalizowanych już powyżej ograniczeń w definiowaniu mieszkańca jako turysty. Ograniczenia te mają związek z celami danego ujęcia, badania czy analizy turystyki.

Kiedy celem analiz jest stwierdzenie zjawisk czysto ekonomicznych, na przykład oszacowanie przychodów wnoszonych przez turystów „od zewnątrz" do danej jednostki (miasta, gminy, czy inaczej zakreślonego obszaru recepcji turystycznej) jako swego rodzaju wartości dodanej – wówczas uwzględnianie mieszkańców tego obszaru wydaje się nielogiczne i niewskazane. Wyniki takich analiz mają przecież między innymi wpływ na decyzje natury ekonomicznej, na przykład o budowie, lokalizacji czy o polityce cenowej hoteli (z których mieszkańcy w zasadzie nie korzystają), albo ustalenie opłacalności i częstotliwości kursów dalekobieżnych pociągów czy czarterowych lotów w terminach wysokiego sezonu czy w dniach kulminacji turystycznych, takich jak eventy - i szereg innych.

Kiedy jednak przedmiotem badań są na przykład skala albo jakość uczestnictwa w kulturze przez konfrontację z dziedzictwem lub zjawiskami kultury żywej (jak eventy), wówczas trudno turystów przyjezdnych sztucznie oddzielać od „miejscowych". Nie ma to sensu także o tyle, że celem takich analiz jest rozważenie pewnych jakości czy działań, które bezpośrednio lub pośrednio kształtują ludzi, ich postawy, wrażliwość, stosunek do dziedzictwa czy - patrząc globalnie – ich kapitał kulturowy. Oczywiście wówczas także sensowny jest jakiś podział, jako że część pytań i tak może ostatecznie mieć kontekst logistyczny i ekonomiczny związany z przyjezdnymi, na przykład czy zlecać tłumaczenia przewodników i programów interpretacyjnych, a może i spektakli na obce języki i na jakie? Jednak zasadnicze kwestie badania pozostają te same i – konsekwentnie – w większej części złożonej na jego podstawie pisemnej analizy wnioski będą dotyczyć tak samo „swoich" jak i „obcych", widzianych jako turyści ze względu na ich zachowania i korzyści, być może też ze względu na stwarzane przez nich zagrożenia dla środowiska, które w istocie są przecież takie same.

Reasumując: podejście czysto ekonomiczne do badania turystyki i turystów, w tym turystyki kulturowej i turystów kulturowych na pewno pozostaje uprawnione, ale – również z pewnością - nie jest jedynym uzasadnionym

podejściem. Zatem jego ekonomiczne kryteria mają prawo być stosowane, ale nie mogą rościć sobie prawa do wyłączności. Tym samym o ile w jednych badaniach nie powinno się uznawać mieszkańców danej przestrzeni za turystów, co służy osiągnięciu pragmatycznych celów takich badań, jednocześnie w innych (na przykład odnoszących się do ludzkich doświadczeń, doznań, wzrostu kapitału kulturowego) – badający mają prawo, a nawet obowiązek, by mieszkańców za turystów uważać.

Zagadnienie 30

Czy w imię politycznej poprawności warto zwalczać niektóre zachowania tubylców wobec turystów?

Sedno problemu niech ukaże krótka relacja. Podczas spływu Dunajcem, grupę zdominowaną przez panie zabawiał jeden z flisaków. Krąg tematyczny opowieści był zbliżony, a najbardziej „wyrazista" spośród nich była anegdota tłumacząca, dlaczego każdy góral marzy o „flisackiej robocie": każdy chciałby mianowicie „wsadzać kij suchy, a wyciągać mokry, zwłaszcza, że po wyciągnięciu zawsze coś z niego skapnie".
Czy powinno się wytoczyć wojnę takim seksistowskim, szowinistycznym, prymitywnym etc. zachowaniom, czy też przeciwnie: podejmując w imię politycznej poprawności walkę z nimi zabija się unikatowy charakter kultury niematerialnej regionu, której autentycznych przejawów pożąda każdy chyba „kulturowy turysta"? (ŁG)

Odpowiedź w tej kwestii musi być ambiwalentna. Tego wymaga poruszona materia, wskazują też na to własne doświadczenia piszącego jako praktyka przewodnictwa i pilotażu w turystyce kulturowej. Oceniając kwestie etyczne i estetyczne i ogólnie kulturowe zachowań werbalnych takich jak opisane powyżej, które mają miejsce w ramach usługi turystycznej, należy rozróżnić ich kontekst. Konkretnie powinno się rozstrzygnąć, czy jest nim 1) wprost interpretacja dziedzictwa, czy 2) zwykła, urozmaicająca „komunikacja" z gośćmi, czy też 3) ich zabawianie ze strony obsługującego, które można sklasyfikować jako element „rozrywki". Dodatkowo dla oceny istotna jest intensywność danego zachowania: czy jest to jednorazowo opowiedziana anegdota z tzw. „mocnym wyrazem", czy też kaskada kolejnych dowcipów albo aluzji z utrzymującym się niepoprawnym „wkładem" albo podobnym tematycznie „refrenem", jak w przypadku opisanego tu usługodawcy.

Bez wątpienia użycie nie do końca poprawnych słów, wyrażeń, czy opowieści w pewnych przypadkach jest dopuszczalne. Szczególnie wtedy, gdy są one integralną częścią interpretacji dziedzictwa, na przykład opowieści biograficznej z dosłownym cytatem. Trudno sobie na przykład wyobrazić, by oprowadzając zwiedzających pole bitwy pod o Waterloo „oszczędzić" im dosłownego cytatu słynnego „merde" generała Pierre`a Cambronne, który tym lapidarnym zwrotem odmówił poddania się. Sam piszący te słowa, oprowadzając Niemców po Poznaniu pod studzienką Bamberki chętnie cytuje w ramach opowieści co bardziej krewkich

przedstawicieli tych poznańskich Bambrów, którzy na uporczywe zabiegi pruskich urzędników próbujących ich skłonić do narodowego (niemieckie) samookreślenia się odpowiedzieli z użyciem bardzo wówczas dosadnego i nader wartościującego zwrotu „koine Saupraissen", którego w tym miejscu lepiej nawet nie tłumaczyć. Takie użycie historycznego cytatu jest dobrą puentą dla rozdziału miejskiej opowieści, dobrze opisuje sytuację i postawę bohaterów, oszczędza dłuższych i męczących wywodów, a co najważniejsze: wywołuje pożądaną reakcję w postaci zastanowienia się nad istotną kwestią konfliktu między świadomością etniczną a lokalną lojalnością wobec małej ojczyzny i jej współobywateli. Także chłopski, w tym osobliwie góralski rejestr językowy obejmuje mnogość podobnych wyrażeń, a dziedzictwo mieszkańców Podhala obfituje nawet w całe serie gotowych anegdot, które zresztą cieszą się niesłabnącym powodzeniem, jeśli są opowiadane gwarą. Zapewne szereg z takich anegdot ma także swój tradycyjny, w dużej części dosłowny kanon. Podobnie rzecz może się mieć w niektórych środowiskach zawodowych, na przykład wśród wojskowych. Oprowadzając przedstawicieli tej grupy zawodowej po dawnej twierdzy czy koszarach, będzie można niektóre dialogi czy zanotowane przez miejscową historię dosadne wypowiedzi zacytować czy o nich barwniej opowiedzieć. Użycie form nie do końca poprawnych w takim kontekście i w takiej funkcji: jako ilustracji elementu dziedzictwa i w ramach jego lapidarnej, oryginalnej źródłowo interpretacji można uznać za dopuszczalne, nawet jeśli nie współgrają one z dzisiejszymi normami poglądów i wrażliwości, podzielanymi przez (niemal) wszystkich, czy może tylko przez bardziej świadomą tego część społeczeństwa. W sytuacji takiego konfliktu wydaje się, że należy dać pierwszeństwo dziedzictwu i jego autentyczności, czy to wyrażającemu się w cytacie z historycznych (w tym biograficznych) źródeł, puentującemu opowieść albo ilustrującemu daną sytuację, czy to stanowiącemu „kanoniczną" anegdotę, albo dowcip, popularne w danym środowisku i prezentujące jakieś zjawisko, powszechne niegdyś lub aktualnie przekonania albo typowe zachowania.

Jeśli jednak nawet w takiej funkcji (interpretacyjnej) „narracja" przewodnika czy gospodarza przekracza granice cytatu, ilustrującej anegdoty czy przykładu a nawet zaczyna stanowić oś jego przekazu (na przykład przez mnożenie tego rodzaju zwrotów czy kolejnych dowcipów odpowiadanych seryjnie), to powinno się w niej już widzieć świadomy zabieg intensyfikacyjny. Samo w sobie jest to już odejściem od zadań interpretatora (jeśli nie zwiedza się właśnie akurat lokalnej „trasy dowcipów), nie powinno więc być akceptowane przez zleceniodawcę. Jeśli na dodatek wyraźnie łamana jest w ten sposób czyjaś wrażliwość językowa, estetyczna czy wprost obrażana osoba albo grupa ludzi (nieważne, czy obecna podczas zwiedzania) - wtedy wartościująca ocena i reakcja ze strony

zamawiającego, jego przedstawiciela czy lidera grupy jest konieczna. Co do pozostałych przypadków (a zatem swobodnej rozmowy lub słownego zabawiania uczestników wycieczki), to byłbym skłonny w ogóle stanąć po stronie zwalczających takie zachowania. Podtrzymywanie rozmowy i zabawianie gości (mające, co oczywiste, miejsce w ramach usługi) nie jest momentem właściwym dla artykułowania niepoprawnych poglądów czy choćby tylko słownych obrazów autorstwa samego usługodawcy. Nie wiadomo także, czemu miałoby ono służyć poza ewentualnym przypodobaniem się (lepiej czy gorzej rozpoznanym) gustom słuchaczy.

Jak może wyglądać taka reakcja? Wiadomo, że najtrudniej jest zareagować… turyście, wydawałoby się będącemu klientem, a zatem „naszym panem". Będąc w grupie osób wzajemnie sobie słabo znanych, najczęściej nie chce on wychodzić z szeregu, nie wie też często, czy napotkane zachowanie nie jest właśnie normą w danym środowisku; ostatecznie nie chce być zaszufladkowany jako ten, który „psuje zabawę". Dlatego właśnie reakcja powinna nastąpić ze strony pilota wycieczki - jeśli taki jest, kierownika grupy wycieczkowej czy gospodarza obiektu, jeśli zachowanie ma miejsce na przykład w muzeum. Stwierdzając narastające nadużywanie języka powinien on pod jakimś pozorem odciągnąć mówiącego na stronę i tam szepnąć mu do ucha prośbę o „zmianę płyty". W usługach turystycznych poczucie rynku i zależności od niego jest naprawdę duże, więc można przyjąć, że najdalej po kilkukrotnych takich reakcjach ze strony różnych osób złotousty przewodnik dokona właściwej korekty swojego przekazu. Jeśli to nie poskutkuje, można się zwrócić do jego pracodawcy lub pośrednika usług z ustną lub pisemną skargą.

Środowisko dydaktyków turystyki kulturowej może wpływać na kształtowanie postaw choćby przez publiczne dyskusje, czytane i słuchane przez organizatorów turystyki lub innych ludzi zatrudniających jej personel. Ten wpływ jednak będzie niewielki. Można to też czynić przez publikacje podręcznikowe przeznaczone dla adeptów zawodu przewodnika i pilota oraz dla studentów, uczniów i uczestników szkoleń obsługi ruchu turystycznego oraz szkoleń dla personelu oprowadzającego po obiektach. Wreszcie miejscem na to są wykłady systematyczne, kiedy ich treścią jest interpretacja dziedzictwa lub zagadnienia etyki w turystyce. To ostatnie musi się dokonywać koniecznie z użyciem konkretnych przykładów jako studiów przypadków (wraz z dyskusją), bo przecież „exempla trahunt" (przykłady pociągają), a w tym przypadku może bardziej „protegant" (bronią).

Natomiast bezcelowe wydaje się zabieganie o odgórne i formalne regulacje tej kwestii ze strony oficjalnych czynników, takich jak prawo, reguły i instrukcje.

Po pierwsze dlatego, że życie i tak jest bogatsze niż pisane zasady i zawsze trafi się coś z ich strony nie przewidziane. Po drugie, ponieważ prawo jest formalistycznie zapisane i wąsko interpretowane, tak więc przed jego działaniem w kwestii języka łatwo się będzie wybronić, ponieważ tu granice obrazy, a już na pewno niepoprawności zapewne trudno byłoby ściśle poprowadzić. Z tego powodu – i z powodu właśnie zachowania niematerialnego dziedzictwa - zapewne nigdy nie uda się stworzyć sztywnej zapory, jaką byłby np. zakaz używania niektórych słów czy wyrażeń, opowiadania określonej grupy dowcipów obwarowany karą grzywny lub innymi formalnymi konsekwencjami. Dodatkowo: nie warto też tego robić, bo wtedy takie zabiegi mogłyby rzeczywiście prowadzić do uśmiercenia cząstki niematerialnego dziedzictwa.

Zagadnienie 31

Jakie rodzaje obiektów powinny formalnie tworzyć szlaki turystyczno-kulturowe?

W podstawowych publikacjach dotyczących turystyki kulturowej uznaje się, iż w skład szlaków turystyczno-kulturowych winny wchodzić: A. oryginalne atrakcje (walory), B. atrakcje stworzone dla celów turystycznych, C. miejsca usług dla turystów (obiekty noclegowe, restauracje, sklepy z pamiątkami, wypożyczalnie samochodów i rowerów itd.), D. instytucje, organizacje i stowarzyszenia, powołane dla celów obsługi szlaku lub wykonujące tę działalność obok innych swoich czynności. Dwa ostatnie z wymienionych zakresów, dosyć rzadko są wpisywane w strukturę i przestrzeń polskich szlaków turystyczno-kulturowych.
Czy tego rodzaju obiekty powinny formalnie wchodzić w skład szlaków turystyczno-kulturowych? Jeśli tak, to w jakim stopniu: jaka powinna być prawidłowa czy też jaka jest oczekiwana proporcja - i dlaczego taka? (SC)

Od szeregu lat piszący te słowa zajmuje się badaniami szlaków kulturowych i jest jednym z autorów owych podstawowych publikacji dotyczących turystyki kulturowej, w tym książek o samych szlakach właśnie. Tak postawioną kwestię można przyjąć po pierwsze jako propozycję formalnego uściślenia, co rozumieć pod pojęciem „obiekt szlaku", a w dalszej kolejności jako oczekiwanie na opinię co do uwzględniania lub nieuwzględniania w trasach proponowanych turystom podmiotów i obiektów o charakterze zarządczym, społecznościowym, obsługowym i infrastrukturalnym, a zatem nie stanowiących wprost atrakcji tematycznych z punktu widzenia tychże turystów.

Odnieśmy się najpierw do pierwszego zadania. W linearnym systemie eksploatacji turystycznej, jakim jest szlak, rozróżniam warstwę atrakcji oraz warstwę (grupę) pozostałych obiektów, miejsc i podmiotów, niezbędnych dla funkcjonowania systemu lub uzupełniających (urozmaicających) jego ofertę. Te pierwsze (atrakcje) to zalecane cele podróży turysty, w szlakach kulturowych wyselekcjonowane i uporządkowane tematycznie (w niektórych przypadkach nawet specjalnie wykreowane zgodnie z wiodąca ideą), zebrane w nową jakość-nową, bo tematyzowaną z jakimś (głębszym czy mniej głębokim) uzasadnieniem. Te właśnie atrakcje nadają szlakowi sens istnienia i tworzą jego treść, a jednocześnie stanowią decydujący magnes turystyczny, ponieważ wizyta w nich oraz związane z nią doświadczenia są głównym celem podejmowanej przez turystę wyprawy po szlaku. Te właśnie obiekty i oczekiwane od nich doświadczenia tworzą

zatem odpowiednio albo to zrąb programu wyprawy po szlaku (dla grupowej turystyki zorganizowanej) albo rodzą indywidualną motywację dla podjęcia takiej wyprawy dla indywidualnych turystów i grup prywatnych. Zatem zgodnie z proponowaną przez autora tych słów od wielu lat definicją turystyki kulturowej (por. „*Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*", 2008 i 2010a) w przypadku szlaku to właśnie te obiekty decydują o zaistnieniu aktywności turystyczno-kulturowej.

W książce „*Regionalne szlaki tematyczne. Idea, potencjał, organizacja…*" [Mikos v. Rohrscheidt 2010b] zawarte jest omówienie atrakcji pierwotnych, wtórnych i wykreowanych (s. 60). Tam także (na s. 141-143) zaproponowano „zdrową" proporcję między nimi, zachowanie której powinno zapewnić szlakowi zgodność tematyczną z przyjętym profilem i autentyczność kulturową, przynajmniej w niektórych jej uznawanych znaczeniach. Zgodnie z tą propozycją obiektów pierwotnych (jak miejsca historyczne, zabytki, dzieła sztuki – zależnie od tematyki szlaku) w strukturze szlaku kulturowego nie powinno być mniej niż 50%, a obiektów wykreowanych (jak m.in. centra interpretacyjne) nie więcej niż 25% wśród obiektów formalnych szlaku, czyli tych, które jednoznacznie zaliczają się do jego atrakcji (walorów) i tym samym stanowią o jego tematyzacji. Odsyłając zainteresowanych do szerszych wywodów w wymienionej publikacji zwrócę tu tylko uwagę na fakt, że wszystkie te trzy podgrupy (pierwotne, wtórne i wykreowane) tworzą atrakcje szlaku o charakterze tematycznym. One to z jednej strony generują przeżycia i doświadczenia, stanowiące rdzeń szlaku jako produktu turystycznego, a jednocześnie jako materialne walory szlaku są zaliczane także do jego warstwy „produktu rzeczywistego". Są to te same typy obiektów, które w pytaniu – zapewne formułowanym w oparciu o mój wywód ze wspomnianej książki - we wstępie do pytania zalicza się do grup A i B. W mojej opinii, przy tworzeniu listy walorów (atrakcji) systemu, w *sensie ścisłym* tylko one zasługują na nazwę formalnych obiektów szlaku. Dlatego badając kolejne szlaki kulturowe, już na etapie identyfikacji danego systemu należałoby rozpoczynać właśnie od ustalenia pełnej listy tych formalnych obiektów, która w procedurze badawczej jest punktem wyjścia do wyznaczenia jego przestrzeni, będącej pojęciem znacznie szerszym (*Regionalne szlaki tematyczne*…, s. 94nn) i potrzebnym z punktu widzenia ustalania jego potencjału turystycznego. Na liście obiektów formalnych powinny być też umieszczane wyłącznie tego rodzaju obiekty, niezależnie od ich dalszego podziału na atrakcje pierwotne, wtórne i wykreowane dla potrzeb turystyki. Jednak wciąż – jak widać z powyższego wywodu - są to atrakcje, i to tematyczne, a nie np. nie mające takiego charakteru i nie pełniące tej funkcji elementy obsługi potrzeb turystów czy podmioty zarządcze i inne.

Wszystkie inne elementy istnienia szlaku (to jest te, które we wstępie do pytania za Laszlo Puczko i Tamarą Ratz [2007] zebrane są w grupach „C" i „D") oczywiście należy uznać również za „istotne komponenty szlaku", niezbędne do jego funkcjonowania jako materialnego (rozwiniętego) produktu turystycznego (por. *Regionalne szlaki tematyczne…*, s. 60 i odnośny schemat). Jednak ich istnienie w tej czy innej liczbie, lokalizacji, rozlicznych gatunkach czy segmentach świadczonych usług nie stanowi już ani o właściwej tematyzacji szlaku (w tym jego kulturowej autentyczności), ani o jego zasięgu i znaczeniu kulturowym. Mają one natomiast wpływ na jakość i różnorodność usług, sprawność funkcjonowania systemu, atrakcyjność szlaku i poszczególnych miejsc w jego przestrzeni z punktu widzenia spełniania różnych typów potrzeb turystów. Elementy z tej grupy mają oczywiście także wielkie znaczenie z punktu widzenia siły przyciągania szlaku jako destynacji turystycznej, skuteczności promocji systemu i jego zdolności do przyjęcia i obsłużenia określonej ilości i poszczególnych grup turystów. Jednak właśnie z racji braku przynależności do grupy atrakcji (walorów) tematycznych, nie należałoby ich zaliczać do formalnych obiektów szlaku tematycznego, ponieważ z punktu widzenia zarządzania szlakiem pociąga to za sobą określone konsekwencje. Należą do nich: znaczne ograniczenie swobody zarządcy (koordynatora) szlaku w układaniu kontaktów z ich zarządcami lub gestorami (idące aż do monopolu na pewne usługi na rzecz szlaku), zobowiązanie do takiego a nie innego układania przestrzeni szlaku i tras zwiedzania w jego ramach, żeby te obiekty lub usługi były zawsze uwzględniane, a w wielu przypadkach - w zależności od przyjętego modelu zarządzania szlakiem – także konieczność dopuszczenia gestorów tych obiektów i podmiotów do współdecydowania o wielu działaniach dotyczących funkcjonowania i rozwoju szlaku, niekoniecznie z korzyścią dla niego jako systemu udostępniania dóbr kultury. Do tego dochodzi wtórnie przymus tworzenia i publikowania nieprzejrzystych tras i map szlaku, upstrzonych dziesiątkami miejsc i elementów niekoniecznie potrzebnych turyście i wspomniane wyżej kłopoty z umieszczeniem jednych, a nie umieszczeniem innych podmiotów, ciągłe zmiany przy przystępowaniu do szlaku nowych partnerów („obsługowych") i domaganie się korzystnych dla kogoś aktualizacji.

Jakkolwiek zatem te elementy są integralną częścią szlaku jako systemu dystrybucji kultury oraz produktu turystycznego (a nawet mogą być jego partnerami na podstawie zawieranych umów, jak o tym szerzej napisano w książce „*Szlak Piastowski w przebudowie*…", [Mikos v. Rohrscheidt 2013a], to jednak nie powinny być one włączane do formalnej listy obiektów systemu. Od takiej listy oczekuje się bowiem nie tylko reprezentatywności z punktu widzenia określonego tematu czy „warstwy" dziedzictwa kulturowego, ale także jakiegoś poziomu

stabilności, polegającego na nie wprowadzaniu ustawicznych zmian. Myślę, że w tym właśnie, co powyżej napisano, może zawierać się odpowiedź na drugą część pytania, mianowicie dlaczego w publikacjach dotyczących szlaków kulturowych (a imiennie w tych mojego autorstwa) ani w spisie obiektów szlaków, ani w podstawowych wizualizacjach przestrzennych badanych szlaków (jak z pewnymi wyjątkami, jak schematy ich struktury lub mapy przebiegu tras) nie są umieszczane obiekty i punkty pełniące funkcje zarządcze oraz obsługowe. Takie elementy mogą być oczywiście umieszczane zarówno w opisach tras (w mało inwazyjnej postaci piktogramów), w publikacjach przekazywanym turystom, jak przewodniki czy foldery, a także zbiorczo na kolejnych mapkach znajdujących się na dalszych stronach. Można i należy także umieszczać je na podstronach portalu internetowego szlaku dla lepszego zorientowania turysty. Jednak na wizualizacjach trasy głównej szlaku kulturowego powinny znaleźć się atrakcje szlaku i zalecane łączące je trasy odpowiednio dla turysty zmotoryzowanego, pieszego, rowerowego, wodnego i tak dalej. Dla takiej trasy powinna być zawsze tworzona pierwsza i główna mapa czy przejrzysty schemat, którą nazwałbym „mapą rekomendacji", skierowanych dla turysty. Są na niej zaznaczone obiekty formalne szlaku i podstawowe informacje na temat dotarcia do nich (zalecana trasa, odległość, ewentualny najbliższy przystanek), a także ich tematyczne symbole oznaczające na przykład rodzaj obiektu. Ta główna mapa jest wizualnym odwzorowaniem tematycznej „treści" szlaku – zestawia i wizualizuje przestrzennie listę walorów tematycznych, proponowanych turyście. Musi być więc jednoznaczna w swojej rekomendacji, prosta w odczytaniu (więc nie zawierać wielości symboli podmiotów i obiektów niekoniecznie potrzebnych temu konkretnemu turyście), nie powinna też dawać żadnych podstaw do podejrzeń i oskarżeń o promowanie jednych usług na niekorzyść konkurencji, o wynikającą z ignorancji lub może nawet zamierzoną niekompletność i tak dalej. Można sobie co najwyżej wyobrazić, że przy symbolu lub nazwie każdego obiektu na takiej mapie byłyby zaznaczone piktogramy poszczególnych usług, dostępnych w jego najbliższym otoczeniu, wyjaśnione poniżej w legendzie lub już we wstępie do przewodnika po szlaku.

Tak opisana „tematyczna" mapa szlaku nie musi być jednak wcale jedyną, choć bywa tak w przypadkach wielu polskich systemów (szlaków). Wszystkie inne mapy „użytkowe", zarówno te tworzone dla całego szlaku, jak i dla jego poszczególnych części mogą już zawierać dowolne informacje, także grupowane według rodzajów usług lub potrzeb turysty. Na kolejnych stronach przewodnika (1), na odwrocie mapy głównej, jeśli jest ona publikowana jako samodzielna informacja o szlaku w postaci papierowej (2), a na stronach internetowych (3) lub aplikacjach mobilnych (4) pod hiperlinkiem powiązanym z ikoną lub nazwą każdego obiektu

szlaku - mogą już znaleźć się wtórne mapki lokalne. Te mogą zawierać symbole (a ich legendy – opisy) obiektów usługowych w danej miejscowości lub nawet w bezpośrednim otoczeniu jednego konkretnego obiektu. Za pomocą piktogramów mogą być na nich zaznaczone dostępne na miejscu usługi, jak noclegi w różnych klasach, gastronomia, lokalna informacja turystyczna, eventy na zamówienie, miejsca spędzania wolnego czasu i tak dalej. W pierwszym i drugim przypadku mapy te mogą być zaopatrzone w legendy z danymi adresowymi podmiotów i obiektów usługowych znajdującymi się na przykład na odwrocie, a w dwóch ostatnich powinny być interaktywne, dzięki czemu (drogą kliknięcia) umożliwią bezpośrednie kontaktowanie się turysty lub organizatora wyjazdów grupowych z obiektem i nawet zamawianie usług. Takie mapy są na pewno bardzo pomocne turyście indywidualnemu i organizatorowi podróży po szlaku - i stąd też bardzo pożądane. Można sobie także wyobrazić (w przypadku szlaków, w których przebudowie koncepcji uczestniczę – bardzo popieram takie rozwiązania) tablice przy obiektach, w których obrazowany jest zarówno szlak jako całość (za pomocą schematu, odpowiadającego mniej więcej mapie głównej) jak i mapki lokalne, uwzględniające także inne pobliskie atrakcje mniej więcej powiązane tematycznie lub przynajmniej prezentujące również atrakcje szerzej rozumianej turystyki kulturowej. Nie widać przeszkód, by na takiej lokalnej mapce („wokół-obiektowej") znalazły się symbole obiektów i podmiotów usługowych oraz generalnie zagospodarowania czasu wolnego (jak plaża, stadnina koni itd.), a w legendzie ewentualnie także ich adresy lub inne koordynaty. Wiele przestrzeni do kreatywnego wykorzystania dla zarządcy szlaku oferują w tej dziedzinie także kody QR, które na takich tablicach można zastosować, odpowiednio często aktualizując ich zawartość, a nawet pobierając od partnerów szlaku opłatę lub inne świadczenia w zamian za umieszczanie informacji o ich usługach. W tak zarysowanych ramach dla szlaku korzystne jest gromadzenie, zestawianie i podawanie wszelkich możliwych (ale sprawdzonych i aktualnych) informacji. Mogą one bowiem poszerzyć ofertę i ułatwić turyście kulturowemu - użytkownikowi szlaku - jego życie na urlopie. Jednak zawsze z zachowaniem przejrzystości tematycznej oferty i bardzo ostrożnym kojarzeniu tego, co jest wartością (walorem) dziedzictwa (a więc tutaj: celem wyprawy) z tym, co współtworzy tej wyprawy organizację i dostarcza jej koniecznych, ale często przecież komercyjnych modułów. By kolejnego dziecka nie wylać z kąpielą…

Zamiast zakończenia:

Jak będzie wyglądała turystyka kulturowa za dziesięć lat?

Jak będzie wyglądała turystyka kulturowa za 10 lat? Co zmieni się w zachowaniach turystów kulturowych? Biorąc pod uwagę, że turystyka to obszar charakteryzujący się bardzo wysokim stopniem zapotrzebowania na informację (information intensive activity), na jej rozwój silny wpływ mają nowoczesne technologie komunikacyjne. Smartfony, tablety, GPS, mobilne aplikacje lokalizacyjne, wirtualne mapy, media społecznościowe oraz tzw. poszerzona rzeczywistość w wielkim stopniu zmieniły i jeszcze zmienią tak aktywność, konsumpcję i doświadczenia turystów kulturowych, jak i sposób funkcjonowania i strukturę usług i dóbr turystycznych. Jaki będzie ich udział w turystyce kulturowej niedalekiej przyszłości? W jakim stopniu nowoczesne technologie zmienią podaż, w jakim kierunku podąży ten rynek? (PZ)

Zagadnienie sformułowane w kontekście „podatności" współczesnej turystyki na formy przekazu i nowości technologiczne, proponuję w odrębnych dwóch częściach. Pierwsza skoncentruje się na zmianach fundamentalnych: obrazu turystyki i zachowań turystów. Druga a tym tle odniesie się szczegółowo do wpływu nowoczesnych technologii, w tym tych informacyjnych, na tworzący się rynek turystyczny.

Obraz turystyki (kulturowej) jutra: główne zmiany i nowi aktorzy.

Obserwując zachodzące aktualnie zmiany w zachowaniach turystów zwiedzających atrakcje antropogeniczne i uczestniczących w eventach kulturalnych (a tym samym także zmiany w ich oczekiwaniach wobec organizatorów wypraw i imprez) z przekonaniem graniczącym z pewnością można przyjąć, że od dawna zauważalny trend indywidualizacji będzie się nadal wzmacniał. Nie oznacza to, że nagle pojawią się dziesiątki czy setki milionów samotnych „eksplorerów" świata, w pojedynkę docierających do miejsc, których chcą samodzielnie doświadczyć, choć i ta grupa zapewne nadal będzie rosła, w skali globalnej być może do rzędu milionów rocznie. Nastąpi to w wyniku splotu kilku czynników. Jednym z nich jest poszerzający się dostęp do edukacji – ten proces zachodzi w skali globu, choć z drugiej strony trudno raczej mówić i podwyższaniu poziomu na poszczególnych szczeblach kształcenia. Decydujące jest jednak generalne poszerzenie horyzontów (a wraz z nimi zróżnicowanie potrzeb turystycznych i chęć konfrontacji z geograficzną i kulturową różnorodnością) u wielkiej masy ludzi, to zaś się bez

wątpienia dokonuje. Istotny wpływ na wzrost skali indywidualnej turystyki mają również otwierając się coraz szerzej, a nawet znikające granice. Wielu ludziom umożliwia to samodzielne planowanie własnej podróży bez udziału organizatorów turystyki zbiorowej, jeszcze niedawno bardzo pomocnych w uzyskiwaniu wiz, a nawet paszportów oraz zamawianiu usług związanych z przemieszczeniami przez granice. Poprawiające się - mimo niedawnego, częściowo nadal oddziałującego kryzysu - w licznych krajach świata średnie dochody ludzi przeciętnie zarabiających także skłaniają część z nich do wybierania droższych, ale niezależnych i „skrojonych na miarę", a coraz częściej nawet zestawionych z udziałem konsumenta programów, wśród nich elastycznych pakietów indywidualnych z modułami wybieranymi online. Nie mniej ważny jest postępujący w wyniku możliwości bezpośredniego zakupu indywidualnego (a więc wyłączenia pośredników) oraz działania konkurencji spadek cen środków transportu na dalekich trasach, (vide: błyskawiczny rozwój sieci ofert tanich lotów i lawinowy wzrost takich połączeń). Termin indywidualizacji w turystyce odnosi się jednak nie tylko do możliwości turystów, lecz obejmuje mam odpowiadającą im zmianę struktur y produktów turystycznych, wymuszaną przez opisane zachowania, oczekiwania i poszukiwania klientów. Taka indywidualizacja może i zapewne będzie szła w parze z zachowaniem masowości wyjazdów do tzw. „modnych" destynacji, popularyzowanych przez kultowe lub kasowe filmy, aktualne szeroko komentowane wydarzenia oraz portale społecznościowe o krajowym lub globalnym zasięgu. W konkretach może to wyglądać na przykład tak: przeciętny turysta najczęściej nie zrezygnuje z typowo „masowych" kierunków wyjazdów, czyli utrzyma się silne oddziaływanie efektu mody w kręgu tzw. turystów zainteresowanych kulturowo. Nie będzie też stronił od dużych hoteli z licznymi udogodnieniami, nadal będzie najczęściej jadał większą część posiłków w wielkich sieciowych restauracjach, nawet dalej będzie wykupywał tzw. wycieczki fakultatywne, dostępne na miejscu wakacyjnego pobytu, i tym samym będzie brał udział w grupowych (ale krótkich, głównie jednodniowych) wyjazdach. Natomiast o wiele rzadziej niż jeszcze kilka lat temu, a także i dziś będzie nabywał w pakiecie całe podróże, czyli produkty zorganizowane od początku do końca i realizowane w grupie od pierwszej do ostatniej chwili (klasyczne „wycieczki") z przelotem lub przejazdem, zakwaterowaniem, pełnym wspólnym wyżywieniem, zwiedzaniem pełnej listy obiektów czy miejsc w grupie i z przewodnikiem, z udziałem w organizowanych masowo wieczornych imprezach. Korzystając z niezliczonych opcji, turysta jutra będzie sobie raczej swoje wyjazdy zestawiał – trochę jak budowle z klocków lego, dostępnych w zestawie i wzajemnie kompatybilnych. Będzie przy tym w konstrukcji owego zestawu korzystał głównie z tych „klocków",

które odpowiadają jego preferencjom i wyobrażeniom o udanej wycieczce do wybranego miejsca, a jednocześnie pozostawiają mu tyle swobody i wolnego czasu, ile sam go sobie życzy mieć, a jednocześnie gwarantują tyle opieki i takie usługi, ile tego wymaga jego osobiste poczucie bezpieczeństwa i komfortu. Oznacza to, że znaczna większość dotychczasowych klasycznych touroperatorów – organizatorów wycieczek (z wyjątkiem kilku – kilkunastu gigantów w światowej skali, którzy obok nowych usług zachowają dotychczasowe pełne pakiety „wycieczkowe" oraz średnimi operatorami typowych wypraw studyjnych lub tematycznych o edukacyjnym charakterze) albo zniknie, albo – dostosowując się do zmian popytu - po prostu ograniczy swoje funkcje do roli dostawców pojedynczych usług, a dokładniej: swego rodzaju magazynów gotowych modułów. Z tych modułów klient będzie wybierał już na etapie pierwszego – zazwyczaj internetowego – kontaktu, samodzielnie składając z nich swój zindywidualizowany produkt. Być może, w trakcie realizacji swojej wyprawy, mając stały kontakt ze swoim „dostawcą usług turystycznych" będzie sobie ten „nowy" turysta dodatkowo dobierał to, co w danej chwili uzna za atrakcyjne, albo co wypełni jego nudę, wynikającą z błędnego samodzielnego zestawienia lub po prostu ze zmiany pogody, uniemożliwiającej pierwotnie zaplanowane aktywności. W tym internetowym „sklepie" pojawi się więc znaczny odsetek wymian i rezygnacji już w trakcie trwania wyjazdu, z czym także będą musieli sobie poradzić operatorzy (już chyba nie będzie poprawne nazywanie ich „tour" - operatorami, bo to określenie może być w ich przypadku nie do końca adekwatne). Tak widziana indywidualizacja, wsparta bezpośrednim kontaktem online między turystą planującym i rezerwującym z domu a dostawcami usług na miejscu jego wyjazdu, otworzy nowe możliwości przed trzema typami oferentów. Pierwszy z nich to lokalni operatorzy usług turystycznych w wybranych przez turystę miejscach docelowych (a więc na całym świecie). To oni będą w istocie kreatorami i menedżerami lokalnych pakietów turystycznych, u których klient będzie mógł nabywać poszczególne moduły bezpośrednio, dokładając je na przykład do wykupionego w taniej linii lotu i wypełniając zgodnie z własnymi preferencjami czas między przylotem i odlotem. Kupi więc u nich noclegi, udział w konkretnej imprezie, wstęp do wybranych spośród zaprezentowanych mu obiektów, zarezerwuje usługi przewodnika, może wypożyczy typowy lokalny środek transportu, może także „zabukuje" jednodniową wycieczkę do innej znanej, a nieodległej atrakcji. Drugim beneficjentem wspomnianej indywidualizacji mogą być kulturowe szlaki turystyczne, działające w tym wypadku jako systemy organizacji prywatnych podróży i zestawiające w podobnej strukturze „klocków lego" podróż po pewnej przestrzeni. W ich przypadku będzie to podróż

ze zdefiniowanym tematem i określonymi głównymi punktami czy wydarzeniami, jednak z wieloma możliwościami wyboru dla klienta. Ich gama będzie sięgała od określenia czasu trwania całego pobytu w przestrzeni szlaku, przez wybór do zwiedzenia z listy pozostałych obiektów poza kluczowymi, kategorię, standard i cenę noclegu, rezerwację przewodnika tam, gdzie go sobie zażyczy, lub na przykład udział w zwiedzaniu fabularyzowanym, poprzez wskazanie typu środka transportu: od autokaru, przez (wypożyczony) samochód, rower, konia lub słonia, a skończywszy na wyborze trasy pieszej, czy wodnej albo jeszcze innej dostępnej, dla której klient otrzyma proponowaną i dokładnie oznaczoną marszrutę, mapkę, usługę transportu bagażu, w razie potrzeby noclegi w punktach pośrednich i inne usługi. Trzecią grupą będą organizatorzy rozmaitych eventów: od festiwali muzyki lub rzemiosła, przez zloty pasjonatów, kameralne warsztaty kreatywne rzemiosła, tańca, fotografii itd., aż po (zapewne również kameralne, a nie masowe) imprezy religijne. Oni również stopniowo będą przejmowali w rosnącym stopniu funkcje organizatorów pobytu swoich uczestników, dodatkowo zarabiając na dostarczaniu im kolejnych usług, realizowanych samodzielnie lub przez lokalnych partnerów. A zatem już nie tylko gwarancja wstępu na event, ale noclegi, dojazd, posiłki, dodatkowe punkty programu imprezy jak spotkanie z idolem / mistrzem / autorytetem / trenerem (właściwe podkreślić), elementy aktywnego udziału np. w warsztacie, towarzyszący program zwiedzania, atrakcyjne formy rekreacji i tak dalej.

Wszystko to może stać się realne w miejscach i przestrzeniach położonych w krajach o zweryfikowanej stabilności polityczno-społecznej, a przynajmniej cieszących się dobrą opinią jako destynacje turystyczne, jest to bowiem podstawa zaufania turysty - bezpośredniego klienta do swojego (nieznanego mu przecież) kontrahenta w innym kraju. Konieczność spełnienia tego wymagania w warunkach konkurencji między destynacjami oznacza większe nawet niż dotychczas znaczenie powszechnie dostępnych i powielanych opinii na temat danego kraju w odniesieniu do m.in. rodzajów i cen dostępnych tam usług, uczciwości oferentów i gwarancji realizacji zawieranych umów czy wykonalności przelewów środków, kompetencji lokalnych przewodników i innych brokerów informacji, kompatybilności standardów obowiązujących czy faktycznie dostępnych w danym kraju z tym, czego oczekuje wybierający się tam turysta. Ale – poza nielicznymi wyjątkami w rodzaju Korei Północnej – należy się spodziewać, że rządy niemal wszystkich państwa będą się starały prowadzić swoją politykę turystyczną w kierunku wytworzenia takich gwarancji. Większa liczba indywidualnych turystów (przy zmniejszeniu się liczby grupowych wycieczek) oznacza bowiem dla ludności i pośrednio także dla nich przypływ gotówki na wyższym niż dotychczasowy poziomie, ponieważ skorzystają

z podatków płaconych przez podmioty wewnętrzne, które w warunkach indywidualizacji i przewagi bezpośrednich kontraktów między konsumentem a oferentem będą w dużej części przejmowały dotychczasowe zyski międzynarodowych touroperatorów lub organizatorów podróży w kraju pochodzenia turystów.

Zastosowanie i wpływ technologii na produkty turystyczne i rynek turystyki.

W pierwszej części analizy wskazano już na rolę jednej z technologii informacyjnych: światowej sieci Internetu. W przypadku turystyki kulturowej w niedługim czasie to głównie portale internetowe operatorów usług i pakietów, organizatorów eventów i koordynatorów szlaków kulturowych będą miejscami zawierania większości umów o świadczenie usług na rzecz turystów. One to staną się prawdziwymi „biurami podróży", a obsługujący je pracownicy będą sprzedawali usługi w pośrednim (via formularze) lub bezpośrednim (przez rozmowy video z użyciem komunikatorów) kontakcie z klientami. Przy czym niekoniecznie kontakt będzie odbywał się po angielsku. Nietrudno sobie wyobrazić, że i w tej dziedzinie popyt (a więc perspektywa zysku) wymusi szybkie rozpowszechnienie nowych, już teraz coraz doskonalszych i coraz szerzej dostępnych rozwiązań i narzędzi, takich jak elektroniczne i symultaniczne tłumacze rozmów odbywanych na komunikatorach, dostępne dla wszystkich głównych języków turystów, to jest języków gości obsługiwanych w większej liczbie w danej destynacji. Potencjalny (na przykład polski) klient, który nie będzie chciał poprzestać na wyborze niewiele mu mówiących modułów, „wejdzie" zatem do sklepu online organizatora pakietu w – załóżmy - chińskim Guangzou, i odbędzie rozmowę po polsku z pracownikiem tego biura, który w najczystszym chińskim-mandaryńskim albo nawet w lokalnym, południowym dialekcie udzieli mu wszystkich koniecznych informacji, tłumaczonych z kolei przez system na polski.

Ale na tym oczywiście nie koniec. Podróżujący szlakiem tematycznym lub idący trasą turystyczną po historycznym mieście turysta jutra będzie bardzo często posługiwał się swoim inteligentnym telefonem (smartfonem n-tej generacji). Ten, korzystając z pobranej lokalnej aplikacji w języku turysty, po nakierowaniu na dowolny obiekt, monument lub nawet budynek mieszkalny wyświetli mu jego zdjęcie i przekaże (głosowo) podstawowe informacje na jego temat. Już dziś w wielu miastach zapewnia to szeroko rozpowszechniony system Google Maps, na którym większość z nas może już zobaczyć własne domy, a inny program tej firmy, Street View pokazuje całe ciągi. W coraz liczniejszych aplikacjach turystycznych jedynym warunkiem identyfikacji obiektu i pozyskania

podstawowych informacji na jego temat jest zrobienie jego zdjęcia lub nakierowanie nań elektronicznej kamery oraz pozostawanie w statusie online, który w całej niemal Europie i Ameryce Północnej jest standardowo dostępny i niedrogi. Z kolei rosnąca liczba serwisów wspomagających indywidualne zwiedzanie i podróże turystyczne stworzyła swoje aplikacje mobilne. Z międzynarodowych dobrze znany jest m.in. Tripadvisor [www. 2016], obok recenzji obiektów gastronomicznych i noclegowych oferujący również opis atrakcji (niezbyt bogaty i mocno preferujący obiekty komercyjne). Ich polskie wersje, jak przykładowo dość popularny serwis Polska Niezwykła [www 2016] udostępniający darmową aplikację o tej samej nazwie - są jeszcze bardzo niedoskonałe, bo umieszczone tam atrakcje zostały dobrane dość przypadkowo, a ich opisy często są bardzo amatorskie i przekazują niezweryfikowane informacje. Jednak należy się spodziewać, że w niedługim czasie osiągną one znacznie wyższe standardy (na pewno zaangażowanie specjalistów z dziedziny turystyki kulturowej mocno by im w tym pomogło). Na dziś funkcjonujące już programy tego rodzaju wskazują możliwości, które za niedługo będą powszechnym standardem turystycznej oferty właściwie wszędzie: w miastach, na obszarach wiejskich i na szlakach turystycznych. Niektóre miejscowości nie czekając na uniwersalne narzędzia, już dziś korzystają zresztą z technologicznych możliwości wspierania samodzielnych turystów kulturowych i tworzenia własnych szlaków tematycznych, czego dobrym przykładem jest utworzony wspólnie przez sześć miast polsko-czeskiego pogranicza czterojęzyczny City Walk System [www 2016]. Należy się spodziewać, że prędzej czy później zostaną one zastąpione ujednoliconymi systemami pokrywającym stopniowo całe kraje. Zapewne już bardzo niedługo również w większości muzeów i obiektów dziedzictwa oraz w ważniejszych obszarach chronionej przyrody będzie także można skorzystać z elektronicznego przewodnika, opisującego, komentującego i interpretującego zbiory, dzieje miejsca, krajobrazy, i to w wersji odpowiedniej dla odbiorcy. Tak jest już dziś w wiodących najnowocześniejszych muzeach, jak np. w Muzeum Mercedesa w Stuttgarcie), gdzie zwiedzający zaopatrzony przy wejściu w audioprzewodnik nie tylko wybierać (z 8 dostępnych) język, ale i wersje (poziom) przekazu. Może więc skorzystać z opcji przeciętnego dorosłego (ograniczony opis i słownictwo na poziomie średniego rejestru językowego), opcji dla dziecka (np. 7-9 latka, z inną strukturą opisu, wieloma ciekawostkami i w dobranym uproszczonym rejestrze językowym) lub opcji dla szczególnie zainteresowanych (pasjonatów) techniki budowy samochodów. Nadchodzące lata przyniosą rozszerzenie takich usług na zabytki architektury, miejsca historyczne i całe dzielnice miast, w pierwszym rzędzie tych częściej odwiedzanych przez turystów. Natomiast wśród opcji do wyboru przez

użytkownika pojawią się dodatkowe (np. przeznaczone dla szczególnie zainteresowanych architekturą lub biografiami) moduły komentarza, zdjęcia ukazujące szczegóły, pomieszczenia niedostępne, dawnych mieszkańców lub historyczne dokumenty itd., trójwymiarowe i dynamiczne rzuty budowli oraz krótkie filmy czy komentarze muzyczne. Z użyciem takich lub podobnych technologii zastosowanych w programach turystycznych miast lub dedykowanych aplikacjach turysta niedalekiej przyszłości będzie mógł sobie również wybrać jedna z kilku (kilkuset?) tras tematycznych po mieście i będzie po niej prowadzony przez program pokazujący mu zarówno drogę (przez zespolony GPS lub podobny system) jak i miejsca z ich opisami czy dźwiękowymi lub wizualnymi komentarzami. Już dziś w wielu miastach funkcjonują aplikacje turystyczne bazujące na technologii tzw. rozszerzonej rzeczywistości, których pierwszą europejską jaskółką przed ośmiu laty był salzburski system Wikitude Travel AR Guide, stworzony już w roku 2008 [www. 2016]. Umożliwiają one połączenie na ekranie smartfona prawdziwego obrazu (widzianego i okiem turysty, i dzięki kamerze na ekranie) z nałożonymi nań digitalnie opisami, zdjęciami (np. dawnego, nieistniejącego już skrzydła zabytku) a nawet filmami z komentarzem głosowym. Korzystając z tej samej technologii mona zwiedzać całe miasta, podążając na przykład trasą tematyczną, co udowodniono choćby w Warszawie, tworząc trasę powstania warszawskiego w AR [Warszawa 44, www 2016]. Tej technologii i pokrewnym wynalazkom warto poświęcić osobne analizy w kontekście ich przydatności dla zindywidualizowanej turystyki kulturowej, należy bowiem przypuszczać, że w niedługim czasie zdominują one ofertę miast dla pojedynczych turystów. W ścisłym związku z tą prognozą warto w tym miejscu sformułować ostrzeżenie dla zarządzających polską turystyką lokalną oraz planujących jej produkty oraz usługi. Otóż wydaje się, że do tej pory odpowiedzialni w naszych miastach i zarządzający szlakami tematycznymi jeszcze nie są świadomi zachodzących zmian i wolą topić swoje środki, zamawiając u dobrych (znajomych?) oferentów kolejne wersje papierowych przewodników, nie zmieniając w nich nic od pierwszego wydania sprzed na przykład 20 lat (rekordzista, z którym zetknął się piszący te słowa to niezmieniony przewodnik po ważnym krajowym szlaku z roku 1979!). Już niedługo jednak ich wielkie ilości pójdą zapewne na przemiał, bo w turystyce zmiany zachodzą szybciej, niż urzędnicy wszelkich szczebli do tego przywykli. Przyszłością są takie przewodniki, które w każdej chwili można „pociąć" na tak zwane „kontenty" dla turystycznych aplikacji i zastosować w różnorodnych technologiach prowadzących, prezentujących i „opowiadających" miejsca, obiekty i całe obszary, najlepiej też w rozmaitych dostosowanych do poziomu percepcji i do zainteresowania odbiorców zestawieniach informacji oraz warstwach tematycznych.

Do zmian popytowych będą musiały dostosować się także muzea i wystawy. Na jeszcze szerszą skalę wprowadzane będą ekspozycje multimedialne i formy uzupełniające wystawy klasyczne (jak audioguide czy kioski multimedialne). Multisensoryczne (czyli: wielozmysłowe) jest całe nasze życie: dlaczego więc nadal musimy ograniczać się do monosensorycznej (odbieranej jednym zmysłem zazwyczaj wzrokiem) percepcji obcej lub własnej kultury, tak jakbyśmy żyli w czasach, gdy inaczej nie dało się tego zrobić? Skoro można coś pokazać już nie tylko w obrazie (a jeśli nawet tylko, to niech on będzie kolorowy i dynamiczny!), ale również zapisać w dźwięku, oddać zapachem, umożliwić dotknięcie, a nawet czasem uzupełnić wrażeniem smakowym, to ze strony turysty poszukującego możliwie pełnego, przekonywującego kontaktu pojawi się oczekiwanie, żeby w momencie odwiedzin taki obraz otrzymać. Turystyka, odbywana przecież w czasie wolnym i za własne najczęściej pieniądze, nie może być dłużej i w krótkim czasie nie będzie zdominowana przez opresyjny dydaktyzm, monotonne oglądanie i podążanie w wyznaczonym kierunku zwiedzania za autoryzowanym przez daną instytucję prelegentem. W miejsce tego wyprawa turystyczna będzie z roku na rok coraz wyraźniej przybierała formę wieloaspektowego doświadczenia, bo tego oczekuje coraz bardziej rozpieszczany turysta. I ma on do tego prawo – bo nie tylko umożliwia to rozwój technologii, ale wskazują na to współczesne teorie udziału w kulturze, a także coraz lepsza znajomość mechanizmów funkcjonowania mózgu człowieka, w tym sposobów nabywania i utrwalania wiedzy o otoczeniu. Kto tego nie zrozumie, albo – rozumiejąc – w porę nie zainwestuje, sam się zmarginalizuje lub wykluczy jako gracz na „rynku" turystyki kulturowej, do niedawna utożsamianej z „poznawczą", który w znacznie większym niż dzisiaj stopniu będzie rynkiem doznań i przeżyć. I należy oczekiwać, że niejedno bardzo cenne dla rodzimej kultury muzeum zostanie zlikwidowane przez prowadzący je samorząd albo – tylko dzięki sile bezwładności centralnych donatorów - stanie się wyłącznie drogim w utrzymaniu (personel!) archiwum, czyli miejscem potrzebnym już tylko poszukującym źródeł specjalistom, jednak niemal nie odwiedzanym ani przez turystów, ani przez mieszkańców.

Ekskurs: przewodnik w turystyce jutra.

Warto w tym kontekście rozważyć jeszcze jedną kwestię, czy mianowicie w obliczu tak zarysowanej radykalnej zmiany w ogóle przetrwają jako usługodawcy przewodnicy turystyczni po miastach i szlakach. Przecież wielu z nich z powodzeniem mogłyby zastąpić smartfony z rozbudowanymi aplikacjami, nieomylnymi statystykami i nasyconymi barwą obrazami? W tej dziedzinie pozwolę sobie jednak pozostać ostrożnym optymistą. Ten prastary zawód nie zginie, chociaż

ulegnie głębokiemu przeobrażeniu. Z doświadczenia przewodnika wiem, że istnieje kilka takich wymiarów jego pracy, których żadna maszyna nie jest w stanie zastąpić. Po pierwsze, w trakcie dobrze prowadzonego zwiedzania turystom nasuwają się najrozmaitsze pytania, na które albo nie chcą szukać odpowiedzi w gąszczu dostępnych tekstów i prezentacji, albo wolą je postawić żywemu przewodnikowi. Po drugie, żywy przewodnik zapewnia autentyczne spotkanie z miejscem jako jego reprezentant: dotykalny, interaktywny, otwarty na kontakt i elastyczny wobec oczekiwań i postulatów. A w świecie coraz mocniej opętującej każdego elektroniki, redukującej kontakt z ludźmi w codziennym życiu, rychło zacznie się zwiększać zapotrzebowanie na takie żywe spotkania, autentyczne interakcje z ludźmi, których można osobiście doświadczyć i zapamiętać jako „twarze" odwiedzanych miejsc. Naturalnie turyści jutra, zindywidualizowani w swoich zachowaniach i zróżnicowani w zainteresowaniach, przyzwyczajeni do indywidualnego podejścia usługodawcy będą oczekiwali, żeby przewodnik był człowiekiem nie tylko kompetentnym, ale i sympatycznym, elastycznym w odpowiedzi na zmiany treści zamówienia czy struktury realizowanego spaceru. Żeby z zaangażowaniem i pasją pełnił funkcję ambasadora swojego miejsca, informatora naprawdę z pierwszej ręki, przekazującego owo miejsce żywe: „tu i teraz", a nie zamknięte w teksty i obrazy. W wielu wypadkach wobec przewodnika - interpretatora dziedzictwa pojawi się oczekiwanie, by zszedł z utartej narracji „głównego nurtu" na „bezdroża" relacji z perspektywy przedstawiciela etnicznej czy religijnej mniejszości, dawnego, a teraz na nowo odkrytego kompozytowa czy poety, by umiał pokazać miejskie źródła inspiracji niekonwencjonalnego artysty, czy nawet żeby „opowiedział" i pokazał miasto z punktu widzenia jego bezdomnego mieszkańca. Przewodnik (oczywiście, dobrze i nowocześnie przygotowany, korzystający także z wiedzy socjologicznej i psychologicznej) jest i będzie w stanie zawsze lepiej zareagować na dostrzeżone w danym momencie konkretne zainteresowanie swojego klienta, będzie mógł w reakcji na nie natychmiast skorygować program zwiedzania, zaprowadzić go w ten zaułek albo do tego wnętrza, które daleko bardziej spełnią jego oczekiwania niż z góry opracowana trasa. Przewodnik może też – jeśli dobrze zrozumie swoją rolę – stać się nieocenionym doradcą przeżyć kulinarnych czy oryginalnych zakupów. A dodatkowo na usługi turysty stanie jeszcze wynajęty wraz z samochodem przewodnik–kierowca w jednej osobie, realizujący tematyczne zamówienie przewodnik– postać historyczna w zwiedzaniu stylizowanym lub fabularyzowanym i inni. Postępująca indywidualizacja turystyki przynosi przewodnikom nie tylko wyzwania, ale i szansę: otóż mimo iż pewnie mniejszy odsetek turystów będzie korzystał z ich usług (bo część jednak zatopi się w swoich smartfonach), to jednak może to być większa bezwzględna liczba zleceń.

Nie będą one już bowiem realizowane na rzecz wielkich kilkudziesięcioosobowych grup przywożonych przez autokary. Coraz częściej wynajmą go pojedynczy turyści, małe prywatne grupki albo kilkuosobowe grupy ludzi, którzy przebywając w hotelu lub pensjonacie i przeczytawszy ofertę przewodnika wyłożoną przy recepcji lub w pokoju, przy śniadaniowym stole zdecydują się z niej wspólnie korzystać, redukując tym samym jednostkowe koszty. Jednak – i to kwestia kluczowa - sami przewodnicy, żeby przetrwać, będą musieli się bardzo zmienić. Wielu z nich musi przebudować zarówno strukturę swojej narracji (bo w pierwszym rzędzie ważne są nie *ich* założenia i programy ale to, czego chce turysta i co mu sprawia satysfakcję), jak i spektrum swoich usług, stając się na przykład doradcami, ekspertami od zakupów, jednak działającymi w interesie turysty – zleceniodawcy, a nie lokalnego oferenta danych towarów i usług. Zamiast biernie oczekiwać na coraz rzadsze zamówienia od touroperatorów przewodnicy jutra podejmą na własną rękę współpracę z hotelami i pensjonatami, będą przyjmowali zlecenia składane danego dnia, a nie z wyprzedzeniem. Będą też musieli zmienić typowe „dydaktyczne" zachowania, znacząco ograniczając rolę nieśmiertelnego dotąd monologu-wykładu, do czego zresztą coraz lepiej przygotowują ich współczesne szkolenia (vide: program szkolenia niemieckiej federacji przewodników). Nie rozwijając dalej tego – pobocznego wobec omawianej kwestii – wątku, wskażę zainteresowanym na poświęcone pracy przewodników książkowe opracowanie na temat nowych form interpretacji dziedzictwa i usług przewodnickich w mieście, które ukazało się dwa lata temu [Mikos v. Rohrscheidt 2014: Współczesne przewodnictwo miejskie. Metodyka i organizacja interpretacji dziedzictwa].

Bibliografia:

Appadurai A., 2005, *Nowoczesność bez granic,. Kulturowe wymiary globalizacji*, Universitas, Kraków

Artyshuk O., 2010, *Indywidualne pakiety turystyczne w turystyce kulturowej*, *Turystyka Kulturowa*, Nr 9, s. 4-24

Babbie E., 2004, *Badania społeczne w praktyce*, Wyd. Naukowe, PWN Warszawa

Baniak J., 2013, *Wprowadzenie. Religijność i kościelność katolików w Polsce na tle zmiany pokoleniowej i społecznej*, [w:] J Baniak (red.) Religia i Kościół w świadomości katolików świeckich w Polsce i w Niemczech. Kontynuacja czy zmiana nastawiania? Wyd. UAM, Poznań, s. 7-50

Barańska K., 2013, *Muzeum w sieci znaczeń. Zarządzanie z perspektywy nauk humanistycznych*, Attyka, Kraków

Baudrillard J., 2005, *Symulakry i Symulacja*, Sic, Warszawa

Becker M., 2013, *Geschichtspolitik in der Berliner Republik. Konzeptionen und Kontroversen* Springer VS, Wiesbaden

Brown D., 2004, *Kod Leonardo Da Vinci*,(pl.) Sonia Draga, Katowice

Buczkowska K., *Czy możliwa jest etyczna turystyka kulturowa?, Post-turysta, 12/51*

Buczkowska K., 2009*, Literatura podróżnicza faktu niedocenianą niszą turystyki literackie, Turystyka Kulturowa, Nr 1, s. 4-13*

Buczkowska K., 2014, *Portret współczesnego turysty kulturowego*, AWF Poznań

Cywiński P., *Kim jest* p*ost-turysta, Post-turysta, 1/51*

Eteria. Pielgrzymka do miejsc świętych, 1970, przeł. Władysław Szołdrski, seria Pia\sma Starochrześcijańskch pisarzy, ATK Warszawa 1970

Featherstone M., 1996, *Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego*,[w:] R. Nycz (red.) *Postmodernizn. Antologia przekładów*, Wyd. Baran i Suszczyński, Kraków, s. 299-332

Folga-Januszewska D., 2013, Turystyka kulturowa i nowe muzea w Polsce, [w:] B. Krakowiak, A. Stasiak, B. Włodarczyk (red.), *Kultura i turystyka. miejsca spotkań*, Wyd. ROTWŁ, Łódź, s. 175-185

Głuchowskij D., 2010, Metro, Insignis, Kraków

Goffmann E., 1956, *The Presentation of Self in Everyday Life,* University of Edinburgh, Edinburgh

Habrich N., Hegemann I. (red.), 2006, Städte- und Kulturtourismus in Deutschland, Langfassung“, Wyd. Deutscher Tourismusverband, Bonn

Hajduk J., Piekarska-Duraj Ł., Idziak P., Wacięga S., 2014, *Lokalne muzeum w globalnym świecie. Poradnik praktyczny*, Wyd. MIK, Kraków

Hein G.E., 2010, *Edukacja muzealna*, [w:] M. Szeląg, J. Skutnik (red.), *Edukacja muzealna. Antologia tłumaczeń*, Muzeum Narodowe w Poznaniu, Poznań, s. 59-81

Hobsbawm E., Ranger T., 2008, *Tradycja wynaleziona*, Universitas, Kraków

Jędrysiak T., Kamel M., 2014, *Turystyka ezoteryczna – zjawisk paranormalnych*, *Turystyka Kulturowa*, Nr 7, s. 20-33

Kaczmarek J., Kaczmarek S., 2009, *Turystyka kulturowa - Człowiek w miejskiej przestrzeni wymiany*, [w:] K. Buczkowska, A. Mikos v. Rohrscheidt (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, AWF Poznań, s. 7-35

Kamel M., Malchrowicz-Mośko E., Piasta M., 2014, *Actual Trends in Tourism to Museums* [w:] F. Dias i inni (red.) *New Trends in Tourism Research – a Polish Perspective,* Wyd. GITUR, Peniche-Leiria, s. 20-41

Kazimierczak M., 2013, *Turystyka w refleksji etycznej czyli o wyzwaniach, jakie ponowoczesność stawia turystom*, [w:] M. Kazimierczak, J. Kosiewicz (red.) *Sport i turystyka. Uwarunkowania historyczne i wyzwania współczesności,* AWF Poznań, s. 24-35

Kazimierczak M., 2014, *Etyczne wyzwania w podróżach kulturowych* [w:] M. Kazimierczak (red.) *Etyczny wymiar podróży kulturowych*, AWF Poznań, s. 7-17

Kempny M., 1998, *Globalizacja*, 1998, hasło w: *Encyklopedia socjologii*. Oficyna Naukowa, Warszawa, s. 241

Kostera M., 2012, *Zarządzanie na rynku doznań*, [w:] B. Glinka, M. Kostera (red.) Nowe kierunki w organizacji i zarządzaniu, Wolters Kluwer, Warszawa, s. 361-375

Kowalczyk-Anioł J., 2013, *Różnice pokoleniowe w turystyce polskich seniorów – baby boomers vs pokolenie przedwojenne*, [w:] R. Pawlusiński (red.), *Współczesne uwarunkowania i problemy rozwoju turystyki*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, UJ, Kraków, s. 135-147

Krajewski M., 1999*, Śmierć w Breslau*, Wyd. Dolnośląskie, Wrocław

Krajewski M., 2007, *Dżuma w Breslau*, W.A.B., Wrocław

Koselleck R., 1979, *Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten*, Suhrkamp, Frankfurt am Main

Król A., 2015, *Rzeczy. Iwaszkiewicz intymnie*, Wilk & Król Oficyna Wydawnicza, Warszawa

Kruczek Z., 2009, *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*, Proksenia, Kraków, 2011

MacCanell D., 1976., *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class,* University of California Press, Oakland, CA

Madurowicz M., 2008, *Kto jest turystą w przestrzeni miasta?* [w:] A. Kowalczyk (red.) *Turystyka Kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, UW, Warszawa, s. 59-84

Mikos v. Rohrscheidt A., 2010a, *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. 2. KulTour.pl, Poznań

Mikos v. Rohrscheidt A., 2010b, *Regionalne szlaki tematyczne. Idea, potencjał organizacja*, Proksenia, Kraków

Mikos v. Rohrscheidt A., 2011a, *Poznańskie muzea w kontekście standardów i potrzeb współczesnej turystyki*, [w:] A. Mikos v. Rohrscheidt (red.), *Obcy w Poznaniu Historyczna metropolia jako ośrodek turystyki kulturowej*, Wyd. Proksenia/KulTour.pl, Kraków/Poznań, s. 362-404

Mikos v. Rohrscheidt A., 2011b, *Faktyczna dostępność turystyczna obiektów sakralnych jako problem turystyki religijnej w Polsce,* [w:] Z. Kroplewski, A. Panasiuk (red.) *„Turystyka Religijna. Zagadnienia interdyscyplinarne",* seria: ZN Uniwersytetu Szczecińskiego, ZN Nr 647, Szczecin, s. 35-57

Mikos v. Rohrscheidt A, 2013a, *Turystyka kulturowa w dobie przyspieszonej zmiany. Problemy zarządzania, promocji i badań turystyki kulturowej w Polsce,* Wyd. KulTour.pl, Poznań

Mikos v. Rohrscheidt A., 2013b, *Szlak Piastowski w przebudowie. Struktura, zarządzanie, oferta kulturowo-turystyczna,* Wyd. Proksenia, Kraków

Mikos v. Rohrscheidt A., 2013c, *Religia jako przedmiot poznawczych zainteresowań turysty. Analiza fenomenu i oferty kulturowej turystyki religijnej, Turystyka Kulturowa Nr 5, s. 86-102*

Mikos v. Rohrscheidt A., 2014, *Współczesne przewodnictwo miejskie. Metodyka i organizacja interpretacji dziedzictwa,* Proksenia / KulTour.pl, Kraków Poznań

Mikos v. Rohrscheidt A., 2016a, *Przyroda w turystyce kulturowej. Programy, oferty, zagospodarowanie walorów i obszarów*, *Turystyka Kulturowa*, Nr 1, s. 6-46

Mikos v. Rohrscheidt A., 2016b, *Analiza programów imprez turystycznych jako podstawa typologii uczestników turystyki religijnej, „Folia Turistica Nr 39, s. 65-99*

Muratow P., *Obrazy Włoch*, t. 1-6, 2008, tł. P. Hertz, Zeszyty Literackie, Warszawa

Nahrstedt W., 1997, *Kulturtourismus*, FernUniversität Hagen

Nieszczerowska M., 2009, *Narracje miejskiej wyobraźni*, Wyd. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań

Nowacki M., 2011, *Szlaki dziedzictwa naturalnego i kulturowego drogą ku turystyce kreatywnej*, [w:] B. Włodarczyk, B. Kujawiak, J. Latosińska (red.), *Kultura i turystyka. Wspólna droga*, s. 11-28

Orsenna E., Autissier Isabel, 2008, *Großer Süden*, C.H. Beck, München

Piekarska-Duraj Ł, Idziak P., 2013, *Małe muzea jako miejsca spotkań istotnych* [w:] B. Krakowiak, A. Stasiak, B. Włodarczyk (red.), Kultura i turystyka. miejsca spotkań, ROTWŁ, s. 187-206

Pine J., Gilmore J.H., 2011, *The Experience Economy*, Harvard Business School Publishing, Boston

Podemski K., 2008, *Turystyka kulturowa dla każdego*, [w:] M. Kazimierczak (red.) *W kręgu humanistycznej refleksji nad turystyką kulturową*, Wyd. AWF, Poznań s. 8-16

„Polityka historyczna" 2016, hasło w polskiej edycji: Wikipedia, dostęp: 31 maja 2016

Puczko L., Ratz T., 2007, *Trailing Goethe, Humbert, and Ulisses; Cultural Routes in Tourism,* [w:] G. Richards (red.), *Cultural tourism, Global and Local perspectives*, Wyd. Haworth Press, New York 2007, s. 131-148

Pudełko A., 2015, *Zbrodnia w mieście – turystyka literacka śladami powieści kryminalnych, Turystyka Kulturowa, Nr 10, s. 38-57*

Przecławski K., 2004, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków

Richards G., 2006, *Cultural Tourism. Global and Local Perspectives*, The Haworth Press, Binghamton

Richards G., Munsters W. (red.), 2010, *Cultural Tourism Research Methods*, Cabi International, Wallingford

Sadkiewicz J., 2009, *Polityka historyczna w Polsce. Teoria - praktyka - dyskurs publiczny*, „Culture Management", s. 276-288

Steinecke A., 2007, *Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven*, Oldenbourg, München/Wien

Sułkowski Ł., 2012, *Epistemologia i metodologia zarządzania,* PWE, Warszawa

Szumski J., 1995, *Wstęp do metod i technik nauk społecznych*, Śląsk, Katowice

Tilden F., 1957, *„Interpreting our heritage",* University of North Carolina Press, Chapel Hill

Wagner B., 2009, *Deutsche Erinnerungskulturen und Geschichtspolitik*, „Jahrbuch für Kulturpolitik" t. 9, s. 17-31

Wenge Ch. O., 2004, *Städtetourismus in Barcelona und Madrid unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Reisenden*, Univesität Köln

Wieczorkiewicz A, 2012, *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*, Universitas, Kraków

Wykorzystane dokumenty i akty prawne:

Global Code of Ethics for Tourism, W*TO, 2001, www.unwto.org*

Raport o stanie gospodarki turystycznej w latach 2007-2011, opr. Departament Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki, 2013

Rejestr instytucji kultury dla których organizatorem jest Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego, 2016

Rozporządzenie Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego z 8 sierpnia 2011 w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych, Dz. U. z dnia 30 sierpnia 2011 r.

Survey on the attitudes of Europeans towards tourism Analytical, The Gallup Organization, Hungary, Flash Eurobarometer Nr 258, 2011

The 2010 Cultural Heritage Traveler, 2010, U.S.. Department of Commerce. International Trade Administration, Office of Travel and Tourism Industries

The ICOMOS Charter for the interpretation and preservation of cultural Heritage sites, 2008, ICOMOS, Quebec

Ustawa z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach z późniejszymi zmianami z dnia 29 czerwca 2007, Tekst ujednolicony: Dziennik Ustaw - rok 2007, nr 136, poz. 956 z dnia 31.07. 2007.

Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu, (Dz. U., 2015, poz. 774)

WTO, World Tourism Organization, 1985, *Konferencja w Ottawie 1993, w: Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO, ONZ-WTO, UKFiT, Warszawa 1995, s. 5.*

Netografia

(publikacje online i oficjalne portale instytucji i organizacji)

Dostęp zweryfikowano za dzień 1.12.2016

ANCV - Francuska Krajowa Agencja ds. Bonów Wakacyjnych - www.ancv.com

BITS: Międzynarodowe Biuro Turystyki Socjalnej z siedzibą w Brukseli www.bits-int.org

City Walk System – wspólny audioprzewodnik sześciu samorządów polskich i czeskich - www.citywalk.info

E-Traveler – portal podróżniczy, www.etraveler.pl/eksperci-podrozy

Ethical Travel Guide – Przewodnik turystyki etycznej, www.tourismconcern.org.uk/ethical-travel-guide

FG – Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej, www.turystykakulturowa.org (publikacje z lat 2009-2016), cytowane wypowiedzi: Jacek Borzyszkowski (TK 1/2015) Zygmunt Kruczek (TK 3/2013) Przemysław Buryan (TK 1/2015), Dariusz Dąbrowski (TK 11/2014) - http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/search/search?suppFiles=forum

Hadrian Wall Path – portal brytyjskiego szlaku przyrodniczo-kulturowego, www.nationaltrail.co.uk/hadrians-wall-path

Miller P, B., Blind Fate, elektroniczne wydanie powieści www.amazon.com/Blind-Fate-Patrick-Brian-Miller-ebook

Narodowy Instytut Dziedzictwa – lista Pomników Historii: http://www.nid.pl/pl/Informacje_ogolne/Zabytki_w_Polsce/Pomniki_historii (dostęp z 12 grudnia 2016 r.)

National Trails – portal brytyjskiego zespołu szlaków przyrodniczo-kulturowych, www.nationaltrail.co.uk

Polska lista obiektów UNESCO: http://www.unesco.pl/kultura/dziedzictwo-kulturowe/swiatowe-dziedzictwo/polskie-obiekty (dostęp z 12 grudnia 2016 r.)

Polska niezwykła – polski mobilny serwis turystyczny i aplikacja - www.polskaniezwykla.pl

Post-turysta, forum antropologów turystyki, www.post-turysta.pl

Pyrkon 2016 – program konwentu fantastyki, www.pyrkon.pl/2016

TK.org - Turystyka Kulturowa – czasopismo naukowe – www.turystykakulturowa.org

TK.eu - Turystyka Kulturowa - portal popularyzacyjny – www.turystykakulturowa.eu

Tourism Concern. Action for Ethical Tourism – portal organizacji na rzecz etyki w turystyce - www.tourismconcern.org.uk

Trinet – Tourism Research Information Network – międzynarodowa sieć badaczy turystyki z lista dyskusyjną, www.sites.google.com/site/alohatrinet

Tripadvisor – międzynarodowy serwis turystyczny - www.tripadvisorsupport.com

Warszawa 44 – aplikacja rozszerzonej rzeczywistości umożliwiająca zwiedzanie śródmieścia Warszawa tropem wydarzeń Powstania Warszawskiego - www.layar.com/layers/warszawa44

Wege zu Luther – portal fundacji i projektu turystyczno-kulturowego w Niemczech, poświęconego osobie i dziełu Marcina Lutra - www.wegezuluther.de

Wikitude Ar Travel Guide – aplikacja udostępniająca technologię rozszerzonej rzeczywistości stworzona na użytek turystyki - www.wikitude.com

Yorkshire Wolds Way – portal brytyjskiego szlaku kulturowo-przyrodniczego www.nationaltrail.co.uk/yorkshire-wolds-way

Z Gałczyńskim po Mazurach, tematyczna propozycja podróży turystycznych - www.lesniczowkapranie.art.pl