

Marek Nowacki
Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu
Pracownia Krajoznawcza

ROLA INTERPRETACJI DZIEDZICTWA W ZARZĄDZANIU ATRAKCJAMI KRAJOZNAWCZYMI

Abstrakt: Ostatnie dekady przyniosły w Europie Zachodniej ogromną liczbę nowych atrakcji krajoznawczych. Zapewne wkrótce będziemy mieli do czynienia z tym zjawiskiem także w Polsce. Kluczem do sukcesu komercyjnego atrakcji jest właściwa interpretacja dziedzictwa. W artykule omówiono pojęcie i znaczenie interpretacji dziedzictwa oraz jej główne założenia. Zaproponowano także autorski program przedmiotu dotyczącego interpretacji dziedzictwa.

Słowa kluczowe: interpretacja dziedzictwa, zarządzanie, atrakcje krajoznawcze

Mimo że hotele, restauracje czy biura podróży są niezwykle istotnymi elementami składowymi przemysłu turystycznego [1], to jednak czynnikiem, który decyduje o wyborze miejsca lub kraju docelowego, są atrakcje turystyczne. Ciepłe morze, plaże, słoneczna pogoda, egzotyka odwiedzanego kraju, jego zabytki są treścią reklam i akcji promocyjnych touroperatorów i agentów turystycznych. W ostatnich latach obserwuje się wzrost popularności tzw. turystyki krajoznawczej (*heritage tourism, cultural tourism*). Liczba osób zwiedzających atrakcje krajoznawcze w Europie Zachodniej w latach 1970-991 wzrosła o 100 procent, a w samej Wielkiej Brytanii nawet o 200 procent [17: 269]. Znaczącą różnicę pod względem liczby osób zwiedzających atrakcje krajoznawcze między krajami Europy Zachodniej i Wschodniej tłumaczy się brakiem właściwego zarządzania owymi atrakcjami w tych drugich oraz ekspansją „nowej klasy średniej” w ostatnich dekadach na Zachodzie [19 wg 17].

McCannel [9] twierdzi, że współczesny turysta przedkłada autentyczne kulturowe doznania nad bezmyślną rozrywkę. Postmodernistycznego turysty nie satysfakcjonuje już tylko plaża i ciepłe morze – pragnie on czegoś więcej: zrozumienia lokalnej kultury,

„wniknięcia w lokalną społeczność” i innych tego typu doznań i wrażeń. Świadome są tego rządy państw Europy Zachodniej: już wiele lat temu uznały, że turystyka krajoznawcza jest nowym, głównym obszarem zainteresowania turystów. Dlatego stała się ona obecnie głównym wyznacznikiem strategii Komisji Europejskiej [4 wg 17].

Konsumpcja kultury coraz częściej staje się środkiem ekonomicznej rewitalizacji, a tworzenie kulturowej infrastruktury jest ważnym czynnikiem w walce o przyciągnięcie kapitału inwestycyjnego do miast europejskich [3 wg 17]. W ocenie i stymulowaniu wzrostu turystyki krajoznawczej zasadnicze zadanie przypada atrakcyjnym krajoznawczym. To one odgrywają decydującą rolę we wzroście atrakcyjności miejsc docelowych. Na ich rozwój, formę i lokalizację zasadniczy wpływ powinno mieć to, kto jest odbiorcą tego produktu i w jaki sposób ten produkt jest konsumowany [17].

Koniunktura w turystyce krajoznawczej na zachodzie Europy spowodowała lawinowe powstawanie nowych atrakcji. Pomiędzy 1970 a 1991 rokiem liczba muzeów i innych atrakcji krajoznawczych wzrosła tam o 113 procent [17: 274]. Atrakcje te tworzą nową jakość na rynku. Nowo powstające muzea są mniejsze, bardziej wyspecjalizowane i w większym stopniu zorientowane na rynek komercyjny. Są to na przykład: Muzeum Rzeczy Dziwnych, Muzeum Księgi Guinnessa, Muzeum Seksu w Kopenhadze czy parki tematyczne, np. The Rhondda Heritage Park lub Blists Hill Open-Air Museum w Wielkiej Brytanii.

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na nowe tendencje w rozwoju przemysłu atrakcji turystycznych (a zwłaszcza krajoznawczych), uświadomienie specyfiki zarządzania atrakcjami turystycznymi i roli, jaka w tym procesie przypada interpretacji dziedzictwa. Zaproponowano także autorski program nauczania dotyczący interpretacji dziedzictwa.

Interpretacja dziedzictwa a wrażenia zwiedzających

„Zrozumienie konsumenta jest kluczem do sukcesu w biznesie turystycznym” [10]. Autorzy są zgodni co do tego, że kluczowym elementem w zapewnieniu zwiedzającym satysfakcji jest dostarczenie im właściwych wrażeń i doznań. Hall i McArthur [6 wg 11] twierdzą, że „wrażenia zwiedzających powinny się stać centralnym elementem procesu zarządzania dziedzictwem”, a tradycyjne zarządzanie skoncentrowane na zasobach dziedzictwa jest wadliwe ze względu na „niewłaściwe traktowanie elementu ludzkiego w zarządzaniu dziedzictwem i ignorowanie znaczenia zwiedzających”. Jedyнным sposobem na zapewnienie zwiedzającym satysfakcjonujących wrażeń jest właściwy program interpretacji dziedzictwa (*heritage interpretation*). Jak pisze Moscardo [11: 377]: „efektywna interpretacja może odgrywać centralną i krytyczną rolę w turystyce przyjaznej środowisku w ogóle, a zwłaszcza w efektywnym zarządzaniu ruchem zwiedzających atrakcje krajoznawcze”. Z kolei Nuryanti [12] wskazuje na główną rolę, jaką odgrywa interpretacja w zbliżaniu dziedzictwa i turystyki: dokonuje się to w wyniku rekonstrukcji przeszłości w teraźniejszości. Freeman Tilden – jeden z pionierów współczesnej interpretacji – określił ją jako „aktywność edukacyjną mającą na celu wyjaśnianie znaczeń i zależności”, jako „sztukę” i „rewelację opartą na informacji” [18:8]. Beck i Cable (1998) definiują interpretację dziedzictwa jeszcze bardziej precyzyjnie: „Interpretacja jest aktywnością edukacyjną, której celem jest uświadamianie znaczenia naturalnego i kulturowe-

go dziedzictwa. Poprzez różne media – pogadanki, wycieczki z przewodnikiem, wystawy – interpretacja buduje naszą świadomość, rozumienie, oceny i przez to sprzyja postawom ochrony miejsc historycznych i cudów natury” [2].

Kim zatem jest interpretator – osoba zajmująca się interpretacją? Interpretator (*interpreter*) jest kimś, kto pracuje z ludźmi, by przekazać im znaczenie kulturowego i naturalnego środowiska i zjawisk, które to środowisko tworzą (tamże). Czyż nie jest więc interpretatorem każdy przewodnik lub pilot wycieczek? Może nim być. Ale czy potrafi? Czy rozumie ideę interpretacji? Czy zna rządzące nią zasady? Wiemy doskonale, że wielu przewodników i pilotów ogranicza się do podawania suchych informacji. Jednak od informowania do interpretowania jest jeszcze daleko.

Do tej pory nie wydano w języku polskim pracy dotyczącej tego zagadnienia. A jest to już spory kawałek wiedzy. Być może część osób interpretuje dziedzictwo intuicyjnie, chodzi jednak o to, aby tym osobom przekazać systematyczną wiedzę na ten temat. W programach szkolenia pilotów i przewodników nie ma przedmiotu dotyczącego interpretacji dziedzictwa (metodyka przewodnictwa to nie to samo) [por. 15, 16].

Sama aktywność interpretacyjna daleko wykracza poza przekazywanie informacji podczas oprowadzania wycieczek. Osobista interpretacja dotyczy programów w formie opowieści, demonstracji, przedstawień kukielkowych, przedstawień kostiumowych, gawęd, wycieczek przyrodniczych i objazdowych. Może mieć ona miejsce w salach audytoryjnych, w warunkach naturalnych, na szlaku lub wewnątrz zabytkowych budynków. Interpretacja nieosobista obejmuje o wiele więcej: informację turystyczną, audycje radiowe, tablice przy wejściach do parków, oznakowania, wystawy, ścieżki (dość nieszczęśliwie nazwane dydaktycznymi lub edukacyjnymi), interaktywne programy komputerowe itp. [2].

Interpretator może być więc przewodnikiem, pilotem, osobą odpowiedzialną w muzeum lub parku za tzw. edukację czy oświatę. Zagadnienia interpretacji dziedzictwa powinny być znane osobom odpowiedzialnym za projektowanie wystaw muzealnych, aranżację muzeów, parków tematycznych, projektowanie szlaków tematycznych, organizację festynów historycznych, a wreszcie wszystkim osobom zajmującym się zawodowo turystyką, zwłaszcza projektowaniem atrakcji krajoznawczych i zarządzaniem nimi.

Mam nadzieję, że znaczenie, w jakim zostało tutaj użyte słowo „interpretacja”, jest już całkowicie jasne. Interpretacja (ang. *interpretation*) to coś więcej niż prezentacja, więcej niż informacja, więcej niż oprowadzanie wycieczek.

Rozwój interpretacji dziedzictwa

Za pioniera interpretacji dziedzictwa uważa się Enosa Millsa [2]. Mills był przewodnikiem górskim, pisarzem i wykładowcą. Oprowadzał wycieczki na Long Peak w Colorado na przełomie XIX i XX wieku. Brał udział w ustanowieniu aktu Parków Narodowych, w którym już w 1916 roku stwierdzono, że należy „...chronić krajobraz, naturalne i historyczne obiekty, dzikie tereny... aby utrzymać je nieuszkodzone dla przyszłych pokoleń” [2].

Ustanawiając zasady przewodnictwa i interpretacji Mills rozwinął wizję świata, w którym ludzie żyliby w harmonii ze środowiskiem naturalnym i ze sobą nawzajem.

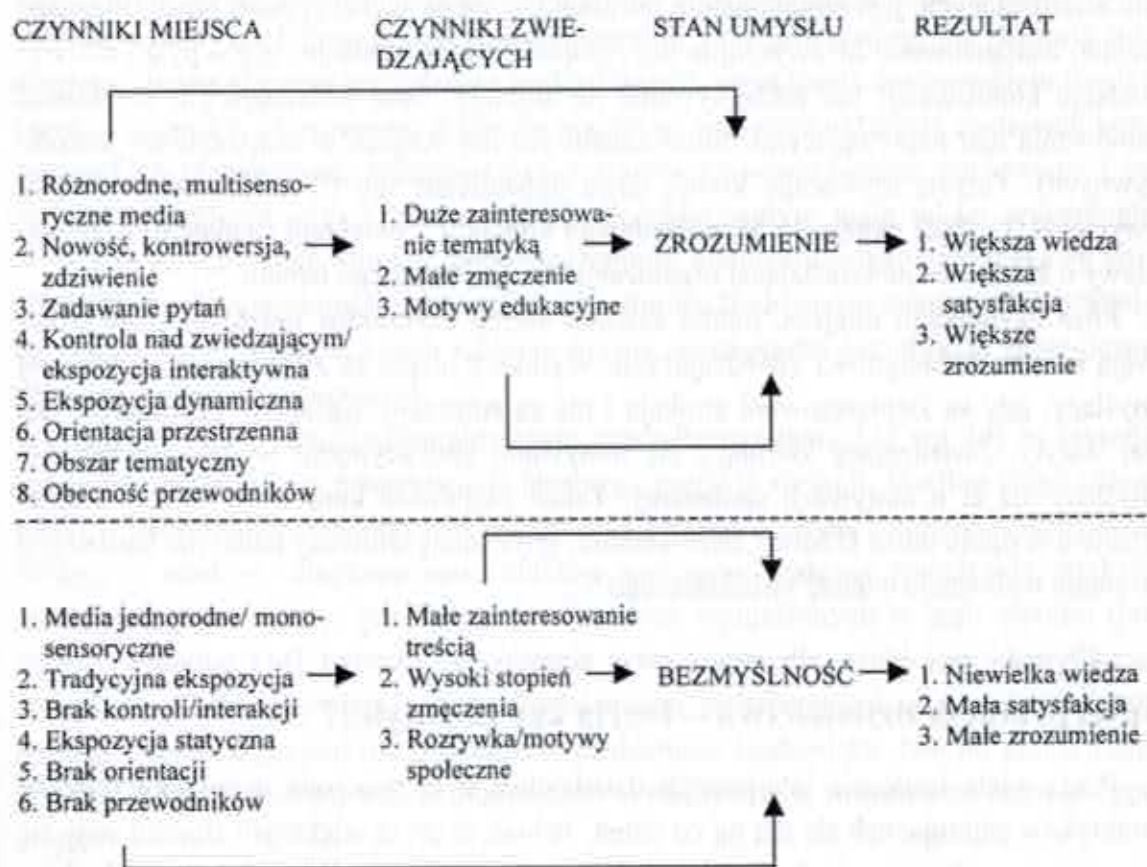
Wiele lat później, w 1957 roku, Freeman Tilden opublikował pierwszą, klasyczną już pracę z dziedziny interpretacji: *Interpreting Our Heritage*, w której po raz pierwszy sformułował cele i zasady interpretacji dziedzictwa. Tilden [18] tłumaczył, że interpretacja jest czymś więcej niż tylko dostarczaniem informacji. Sformułował sześć fundamentalnych zasad interpretacji, które do dziś nie straciły na aktualności: (1) interpretacja nie może przedstawiać czegoś, co nie będzie oddziaływać na osobowość i uczucia zwiedzających; przewodnik powinien przedstawiać fakty, które przemawiają do wyobraźni i sumienia zwiedzających; (2) sama informacja nie jest interpretacją; interpretacja jest rewelacją opartą na informacji i chociaż są to rzeczy z gruntu różne, każda interpretacja zawiera informację; (3) interpretacja jest sztuką, kombinacją jej różnych dziedzin, prezentowane zaś eksponaty (obiekty) mają charakter naukowy, historyczny lub architektoniczny; (4) głównym zadaniem interpretacji jest prowokowanie, nie zaś instruowanie zwiedzających; (5) celem interpretacji powinno być przedstawienie całości zagadnienia, a nie jego fragmentu; interpretacja powinna traktować temat całościowo; (6) interpretacja kierowana do dzieci nie powinna być adaptacją wersji dla dorosłych, lecz powinna być z gruntu inna.

Od czasu ukazania się pracy Tildena interpretatorzy gromadzą doświadczenia praktyczne. Prowadzone są badania naukowe dotyczące efektywności różnych technik i metod interpretacji. W chwili obecnej interpretacja dziedzictwa stała się obszerną dziedziną wiedzy, a może nawet – jak twierdzą niektórzy – dyscypliną naukową. Beck i Cable na podstawie wielu prac badawczych oraz praktyki sformułowali szereg kolejnych zasad [2: 10-11]: (1) każde miejsce ma swoją historię, interpretator może ożywić przeszłość, uprzyjemniając teraźniejszość, a przyszłość czyniąc bardziej zrozumiałą; (2) nowe technologie mogą prezentować wiedzę w nowy, ekscytujący sposób, jednakże ich wykorzystanie w programie interpretacyjnym musi być ostrożne i rozważne; (3) interpretator powinien dobierać prezentowane informacje uważnie, biorąc pod uwagę ich ilość i jakość; interpretacja konkretna, oparta na dobrze udokumentowanych źródłach, jest lepsza niż przydługa i rozwlekła; (4) przed rozpoczęciem działalności interpretacyjnej, interpretator powinien się zapoznać z podstawowymi technikami komunikacji; jakość interpretacji w znacznym stopniu zależy od wiedzy i umiejętności interpretatora, które powinien on stale rozwijać; (5) tekst interpretacyjny powinien zawierać to, czego czytający chciałby się dowiedzieć, powinien być napisany w mądry, przyjazny i odpowiedzialny sposób; (6) program interpretacyjny powinien umożliwiać pozyskanie wsparcia: finansowego, politycznego, wolontariuszy, administracji itp., potrzebnego do jego funkcjonowania; (7) interpretacja powinna wpajać zwiedzającym pragnienie odczuwania piękna w ich otoczeniu, dostarczać wzruszeń i zachęcać do ochrony środowiska, (8) interpretator powinien promować optymalne doznania przez celowy i rozważny program interpretacyjny oraz właściwe urządzenie wystawy; (9) pasja jest podstawowym warunkiem wartościowej i efektywnej interpretacji – pasja zarówno wobec środowiska, jak i ludzi, którzy oczekują inspiracji.

Dziedzictwo ludzkości wymaga o wiele więcej niż tylko ochrony. Nuryanti [12] wskazuje na potrzebę uświadamiania jego znaczenia zwiedzającym, umożliwienia zrozumienia go w kontekście współczesności. Interpretacja powinna kreować wartości nie tylko dla zwiedzających, ale także dla interpretatora. Dla zwiedzających oznacza to większe uznanie, świadomość, zrozumienie, samospelnienie i zadowolenie. Dla interpretatora – większe zadowolenie zwiedzających, a co za tym idzie, uzyskanie ich wsparcia dla atrakcji krajoznawczej, a zatem i wzrost liczby zwiedzających. Dlatego też interpretacja powinna być postrzegana jako integralna część marketingu, zarządzania i planowania w turystyce krajoznawczej [7 za 12].

Kreowanie myślącego turysty¹

Zadaniem interpretacji dziedzictwa jest kreowanie modelu myślącego turysty – to znaczy aktywnego, zainteresowanego miejscem, które zwiedza, zaangażowanego i zdolnego do przewartościowania swojego spojrzenia na świat. Rysunek 1 przedstawia model zachowań i percepcji turysty w trakcie zwiedzania atrakcji krajoznawczej.



Rys.1. Model zachowań i rozumienia zwiedzających atrakcje krajoznawcze [wg 11:383]

¹ Opracowano na podstawie [11: 377-397].

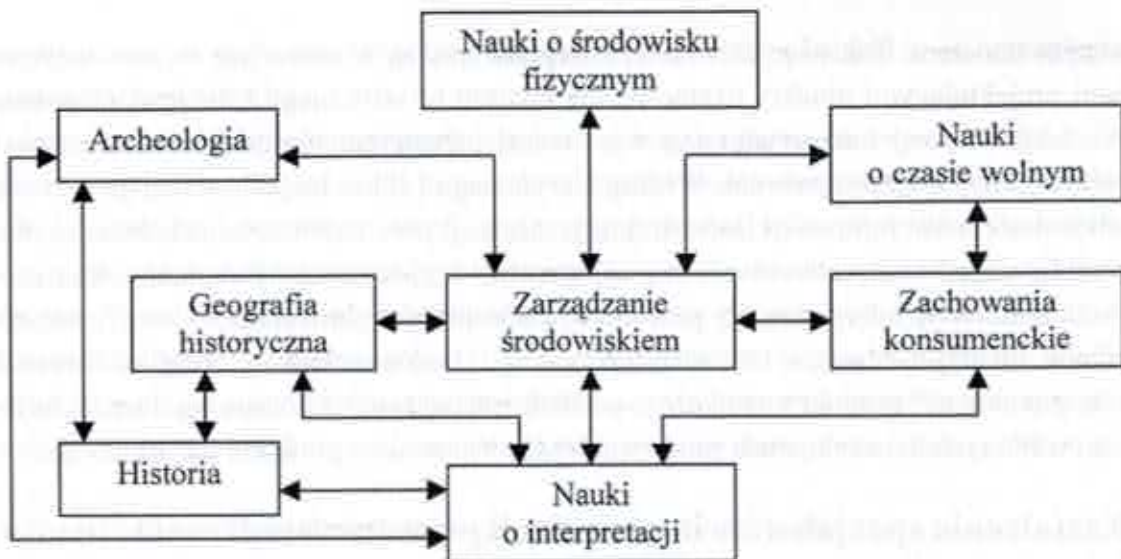
Model zawiera dwie grupy czynników, które określają stan zwiedzającego. Są to czynniki charakteryzujące miejsce oraz zwiedzającego. Czynniki miejsca to: ekspozycje i przedstawienia, zwiedzanie z przewodnikiem, oznakowanie, mapy, wydawnictwa krajoznawcze, foldery, szlaki. Czynniki zwiedzającego to: znajomość miejsca i dziedzictwa w ogóle, motywacje, inni turyści. Czynniki te łącznie decydują o tym, czy zwiedzających można nazwać „myślącymi” lub też „bezmyślnymi”. Turyści „myślący” będą bardziej zadowoleni ze swojej wizyty, będą wyrażać większą satysfakcję i będą bardziej zainteresowani lepszym poznawaniem atrakcji lub danego tematu niż turyści „bezmyślni”. Turyści „myślący” będą także bardziej świadomi konsekwencji swojego zachowania i będą się zachowywać bardziej odpowiedzialnie na terenie atrakcji.

Następujące czynniki miejsca uważa się za kreujące bezmyślność: powtarzające się i tradycyjne ekspozycje i media (powtarzanie szybko powoduje u zwiedzających stan bezmyślności), ekspozycje, które nie pozwalają zwiedzającemu panować nad napływającą informacją, ekspozycje nieruchome i statyczne. Zrozumienie kreowane jest przez różnorodność wykorzystanych mediów, łącznie z wystawami multisensorycznymi i takimi, które cechują niezwykle właściwości fizyczne, których treść odnosi się do życia zwiedzających, jest emocjonalnie poruszająca; gdzie wykorzystano nowe, nieznane media, zaaranżowano niezwykłe lub niespodziewane sytuacje, użyto pytań dla wywołania kontrowersji lub oddziaływania na ambicję, dano zwiedzającym możliwość panowania nad napływającymi informacjami (co ma miejsce w ekspozycjach interaktywnych). Turystę myślącego kreują także dynamiczne lub (i) animowane wystawy (wycieczki) dające okazję do bezpośredniego kontaktu z obiektem (tematem) oraz wystawy o strukturze podkreślającej organizację interpretowanego tematu.

Poza czynnikami miejsca, model zawiera szereg czynników ludzkich, które wpływają na stan świadomości zwiedzających. Wynika z niego, że zwiedzający są bardziej myślący, gdy są zainteresowani atrakcją i nie są zmęczeni. Kolejnym czynnikiem jest cel wizyty. Zwiedzający kierujący się motywami edukacyjnymi wydają się bardziej myślący niż ci o motywacji społecznej. Także znajomość konkretnej atrakcji i dziedzictwa w ogóle może kreować bezmyślność, gdyż interpretowany temat nie bardzo jest w stanie wzbogacić wiedzę zwiedzającego.

Interpretacja dziedzictwa – teoria czy praktyka?

Przez wiele lat teoria interpretacji dziedzictwa była tworzona w wyniku refleksji praktyków zajmujących się nią na co dzień. Jednak w coraz większym stopniu staje się ona także przedmiotem badań naukowych. Prentice [14] twierdzi, że interpretacja dziedzictwa, podobnie jak nauki o turystyce, jest nauką interdyscyplinarną. Duża część wiedzy, która tworzy interpretację dziedzictwa, pochodzi z innych dyscyplin naukowych. Prentice zaproponował schemat przedstawiający wzajemną zależność nauk związanych z interpretacją (rys. 2).



Rys. 2. Nauka o interpretacji i jej związki z naukami pokrewnymi [14:64]

Z rysunku 2 wynika, że interpretacja dziedzictwa czerpie z wielu dyscyplin naukowych i wiele z nich inspiruje. Bezpośredni wpływ na interpretację mają: historia (chronologia, zmiany społeczno-polityczne, etymologia), geografia historyczna (historia środowiska, dawne systemy zarządzania środowiskiem), zarządzanie środowiskiem (logika bioróżnorodności, ekosystemy, działania przyjazne środowisku), teoria zachowań konsumenckich (świadomość środowiskowa a zmiana zachowań, ocena środowiska i jej związek z preferencjami konsumenckimi). Pośredni wpływ mają także: archeologia (efekty dawnych zmian klimatu, odpowiedzialność prehistorycznego człowieka za erozję gleb), nauki o środowisku fizycznym (monitoring środowiska, ocena oddziaływania na środowisko) i nauki o czasie wolnym (ocena przydatności krajobrazu, strategiczne i lokalne zarządzanie popytem).

Zadaniem interpretacji sformułowanym przez Pennyfathera [13 wg 14] są kryteria oceny interpretacji oraz poszukiwanie idealnego projektu atrakcji. Według niego celem nauki o interpretacji powinno być poznawanie wrażeń, doznań i korzyści osób zwiedzających atrakcje, diagnozowanie efektów nauczania podczas zwiedzania atrakcji, oceny zaangażowania w zwiedzanie i wspomnień wyniesionych w jego wyniku (jak wyżej). Prentice [14] twierdzi, że obecnie wyzwaniem dla nauki jest identyfikacja związków między preferencjami środowiskowymi zwiedzających a sposobami interpretacji umożliwiającymi im zrozumienie problemów środowiska. Nie do końca jasne jest też, na ile różnorodne media interpretacji są efektywne w stosunku do różnego typu turystów.

Herron [8] uważa, że nie można jednoznacznie stwierdzić, czy współczesny, profesjonalny interpretator jest naukowcem, inżynierem czy też artystą. Według niego interpretator-naukowiec będzie spędzał większość czasu na gromadzeniu wiedzy o otaczającym go świecie i na tej podstawie formułował i testował różnorodne hipotezy i prawa. Wielu interpretatorów tak postępuje, jednak znaczącą część czasu poświęcają oni także innym problemom, np. technologii związanej z organizacją prezentacji lub interpreto-

wanym tematom. Tak więc zawodowi interpretatorzy są w znacznym stopniu inżynierami projektującymi obiekty użyteczne dla biznesu turystycznego i dla społeczeństwa. W chwili obecnej interpretator jest więc raczej inżynierem niż naukowcem, a nawet bardziej artystą niż inżynierem. Według Nuryantiego [12] w krajach rozwijających się, gdzie dostępność informacji, infrastruktury, edukacji oraz możliwości szkolenia są niewielkie, wkład interpretatorów w rozwój turystyki krajoznawczej jest ważny, lecz często ograniczony. Interpretatorzy powinni być tam niejako „brokerami kultury”, pośrednikami między tradycją a teraźniejszością. Owi „brokerzy kultury” powinni tworzyć i „komponować” produkt turystyczny, oddziaływać na rynek i dostarczać doznań, kojarząc w ten sposób oczekiwania producentów i konsumentów produktu turystycznego.

Kształcenie specjalistów interpretacji oraz stowarzyszenia interpretacji²

Na całym świecie szkoły wyższe kształcą osoby, które mają się zajmować interpretacją dziedzictwa i zarządzaniem atrakcjami krajoznawczymi. Programy te mają przeważnie interpretację dziedzictwa w nazwie. Na przykład St. Mary's University College (Twickenham, W. Brytania), Buckinghamshire Chilterns University College (Buckinghamshire, W. Brytania) University of Birmingham (Birmingham, W. Brytania), prowadzą zajęcia pod nazwą „interpretacja dziedzictwa”; James Cook University (Townsville, Australia) – „dziedzictwo: interpretacja i prezentacja”; Selkirk College (Nelson, Kanada) – „interpretacja w turystyce przyrodniczej i kulturowej”; School of Resource, Environmental & Heritage Sciences, Division of Science and Design, University of Canberra (Canberra, Kanada) – „zarządzanie dziedzictwem kulturowym”; Yukon College (Yukon, Kanada) – „teoria i praktyka interpretacji dziedzictwa”.

Uogólniając można powiedzieć, że na tych zajęciach studenci: (1) uzyskują wiedzę oraz umiejętność prezentacji i interpretacji miejsc i obiektów dziedzictwa naturalnego i kulturowego oraz związanych z tym informacji, (2) poznają zasady, rolę i naturę interpretacji, (3) poznają i potrafią wykorzystać w praktyce różnego rodzaju media przekazu informacji, (4) potrafią przygotować strategie interpretacyjne dla wybranych miejsc dziedzictwa, (5) umieją przekazać różnorodne informacje dotyczące dziedzictwa, (6) potrafią zrozumieć percepcję zwiedzających i ich postawy wobec dziedzictwa.

Na świecie istnieje także szereg stowarzyszeń zajmujących się naukowo i praktycznie interpretacją dziedzictwa. Są to np.: The National Association for Interpretation (USA), The Association of Heritage Interpretation (Wielka Brytania), Interpretation Canada (Kanada). Stowarzyszenia te stawiają sobie za cel rozwój technik i metod interpretacji dziedzictwa. Organizują szkolenia i seminaria, wydając certyfikaty zawodu interpretatora, organizują konferencje naukowe, corocznie przyznają nagrody atrakcjom

² Informacje do tego rozdziału zaczerpnięto ze stron domowych omawianych uczelni znajdujących się w internecie.

turystycznym za najlepsze programy interpretacyjne, wydają książki oraz czasopisma naukowe i profesjonalne.

Literatura dotycząca interpretacji jest bardzo bogata. Są to zarówno periodyki naukowe z dziedziny interpretacji zawierające wyniki badań dotyczących efektywności technik, metod i programów interpretacyjnych (np. *Journal of Interpretation Research*), czasopisma praktyczne prezentujące różnorodne sposoby rozwiązań interpretacyjnych (np. *Interpretation*), jak i inne, publikujące wiele prac dotyczących interpretacji dziedzictwa (np. *Museum Management*, *Heritage Development*, *Museums Journal*). Wydano także szereg podręczników akademickich i poradników praktycznych dotyczących problemów interpretacji dziedzictwa. Niestety, nie są one dostępne w języku polskim.

Interpretacja dziedzictwa – propozycja programu

W świetle wszystkiego, co zostało powiedziane, nie można podważać konieczności kształcenia specjalistów w zakresie interpretacji dziedzictwa. Wiedza ta jest niezbędna zarówno przewodnikom, jak i pilotom, a przede wszystkim osobom projektującym atrakcje turystyczne lub elementy zagospodarowania turystycznego i zarządzającym nimi. Celem proponowanego przedmiotu³ byłoby przekazanie studentom pogłębionej wiedzy i krytycznej perspektywy na temat filozofii interpretacji dziedzictwa (zarówno przyrodniczego, jak i kulturowego) oraz umiejętności praktycznego zastosowania tradycyjnych i nowoczesnych technik wykorzystywanych w interpretacji dziedzictwa. W trakcie zajęć student miałby okazję zdobycia umiejętności: (1) krytycznej oceny interpretacji dziedzictwa w zależności od kontekstu – jej autentyczności, wartości dydaktycznej, rozrywkowej oraz aspektów ekonomicznych, (2) badania i oceny efektywności interpretacji, (3) doboru odpowiednich metod i technik interpretacji, (4) przygotowania programu interpretacyjnego dla wybranej atrakcji turystycznej.

W programie mogłyby się znaleźć następujące treści: (1) pojęcia dziedzictwa, interpretacji, efektywności interpretacji, (2) programy interpretacji: jawne i ukryte, (3) odbiorcy interpretacji dziedzictwa, (4) dziedzictwo jako przeżycie, (5) dziedzictwo jako uczenie się, (6) polityka zarządzania dziedzictwem, (7) wykorzystanie mediów interpretacji: stare i nowe technologie, (8) metodologia oceny dziedzictwa, (9) metody badania rynku atrakcji turystycznych, (10) plan i strategia interpretacyjna. Podsumowaniem kursu mógłby być samodzielnie opracowany program interpretacyjny dla wybranego miejsca albo obiektu dziedzictwa naturalnego lub kulturowego.

Podsumowanie

Przemiany gospodarcze w Polsce w znacznym stopniu wpłynęły na rynek usług turystycznych. W ostatniej dekadzie powstało lub weszło na rynek wiele dużych przedsiębiorstw touroperatorskich, oferujących wypoczynek w kraju lub za granicą na bardzo

³ Program opracowano w wyniku analizy programów nauczania realizowanych na europejskich, amerykańskich i australijskich uniwersytetach.

wysokim, często światowym poziomie. Istnieje także w kraju dość bogata i o dobrym standardzie baza hotelowa i gastronomiczna. Mamy również wiele interesujących obiektów zabytkowych. Ale czy to wystarczy? Czy muzea prezentujące w mało interesujący sposób cenne eksponaty zdołają przyciągnąć nowe rzesze turystów? Czy nie zmieniane i nie unowocześniane ekspozycje lub sposoby ich interpretacji i prezentacji zdołają przyciągnąć po raz drugi turystów, którzy już raz je widzieli? Czy sposobem na rozwój turystyczny obszarów o małej atrakcyjności krajoznawczej jest tylko agroturystyka lub ekoturystyka (zwłaszcza obszarów o mocno przekształconym środowisku przyrodniczym, jak okolice Wałbrzycha, Śląsk)? Na pewno nie.

Należy zmodernizować istniejące i zbudować nowe atrakcje krajoznawcze. Niech przykładem dla nas będą Wyspy Brytyjskie, gdzie od wielu lat trwa prawdziwy boom przemysłu „produkującego” atrakcje krajoznawcze, a czerpiącego w znacznym stopniu z dziedzictwa rewolucji przemysłowej XIX wieku, np. wspomniane już The Rhondda Heritage Park lub Blists Hill Open-Air Museum (u nas jest przecież wspaniała Łódź, Śląsk, Wałbrzych). Potrzebna jest do tego pomoc państwa, a także zachęcenie prywatnego kapitału do inwestowania w nowo powstające atrakcje krajoznawcze, zwłaszcza związane z ochroną dziedzictwa naturalnego i kulturowego w naszym kraju. Trzeba sobie uświadomić, że nie jest to dziedzictwo jedynie „narodowe”, tylko dziedzictwo całej ludzkości, za które jesteśmy odpowiedzialni wobec przyszłych pokoleń i całego świata.

Aby właściwie gospodarować światowym dziedzictwem ludzkości, które znajduje się na terenie naszego kraju, potrzebni są wykształceni w tym kierunku ludzie. Nie możemy uczyć jedynie tego, jak przygotować hotel, prowadzić biuro podróży lub wytyczać szlaki turystyczne. Musimy nauczyć, jak chronić dziedzictwo, udostępniać je, zarządzać nim. Zadania, które stawia się obecnie na świecie przed atrakcjami krajoznawczymi, są zróżnicowane i muszą zostać zaakceptowane także w Polsce.

W wyniku badań prowadzonych metodą delficką wśród czołowych teoretyków i praktyków zarządzania atrakcjami krajoznawczymi, Garrod i Fyall [5] zidentyfikowali najważniejsze elementy misji atrakcji krajoznawczych. Są to: (1) konserwacja, czyli ocalenie dziedzictwa dla potomności; (2) udostępnienie: dziedzictwo ma znaczenie tylko wtedy, gdy ludzie mogą czerpać z niego korzyści, jednak zbyt łatwy dostęp może prowadzić do jego zniszczenia, dlatego wymogi konserwacji powinny uniemożliwić obecnemu pokoleniu korzystanie z dziedzictwa w pełnym wymiarze; (3) edukacja: w celu docenienia wartości dziedzictwa, zwiedzający powinien mieć możliwość zrozumienia jego natury i znaczenia, łącznie z tym, dlaczego dziedzictwo powinno podlegać ochronie; wymaga to wykorzystania wielu technik interpretacyjnych; (4) uświadamianie znaczenia: obiekt lub miejsce dziedzictwa powinny mieć wartość dla jak najszerszej grupy społeczeństwa; nie mogą być chronione dla niewielkiej grupy „entuzjastów”; wszyscy ludzie mają prawo doświadczyć, dlaczego dziedzictwo jest ważne dla nich, dla regionu, i dla całej ludzkości; miejsca i obiekty dziedzictwa powinny być czymś, z czym lokalna społeczność mogłaby się identyfikować, stanowić dla niej powód do dumy; (5) rekreacja: częścią misji atrakcji krajoznawczych musi być dostarczanie zwie-

dzającym rozrywki i możliwości rekreacji; zwiedzający niezadowoleni z wizyty nie będą skorzy do ponownego odwiedzenia atrakcji i do zarekomendowania jej znajomym (oczywiście wymagania konserwacji mogą ograniczyć potencjał rekreacyjny konkretnego miejsca); (6) finanse: atrakcje krajoznawcze, jeżeli mają w pełni realizować swoją misję, muszą być dofinansowywane; wpływy z opłat wejściowych nie mogą być jedynym źródłem dochodu, potrzebne są fundusze zewnętrzne – zwłaszcza na kosztowne prace konserwatorskie; (7) społeczeństwo lokalne: atrakcje krajoznawcze powinny funkcjonować w harmonii z lokalnym społeczeństwem, zwiedzający nie powinni korzystać z dziedzictwa na koszt ludności miejscowej, atrakcje krajoznawcze mogą mieć ważny wpływ ekonomiczny na lokalną społeczność; (8) jakość: atrakcje krajoznawcze – jeśli mają konkurować na zatłoczonym rynku turystycznym – muszą świadczyć usługi wysokiej jakości; oznacza to konieczność wprowadzenia szeregu elementów zagospodarowania, przystosowania atrakcji do potrzeb zwiedzających, zagwarantowania wysokiego standardu czystości, dobrze wyszkolonych pracowników i miejsc do parkowania pojazdów.

Aby podołać tym wszystkim zadaniom, potrzebni są ludzie posiadający odpowiednią wiedzę i umiejętności z zakresu interpretacji dziedzictwa oraz zarządzania atrakcjami krajoznawczymi. Takimi ludźmi powinni być absolwenci kierunku „turystyka i rekreacja”. Niedługo w Polsce nastąpi boom związany z tworzeniem nowych atrakcji krajoznawczych, muzeów, parków tematycznych itp. Będą to – podobnie jak na całym świecie – nowoczesne przedsiębiorstwa przynoszące dochody właścicielom. W każdym takim obiekcie potrzebna będzie wykwalifikowana kadra, przygotowana do pracy w tego rodzaju przedsiębiorstwie turystycznym.

Analiza rynku turystycznego w Europie wskazuje, że turystyka krajoznawcza wraz z innymi formami aktywności kulturalnej jest w znacznym stopniu stymulowana przez wzrost dochodów i wykształcenia ludności [17]. W Polsce wchodzimy właśnie w okres ekspansji klasy średniej. W programach nauczania na kierunku „turystyka” brakuje treści dotyczących problematyki interpretacji dziedzictwa i zarządzania atrakcjami turystycznymi. Istniejące programy zwykle nie dostrzegają specyfiki tych atrakcji jako produktu. Traktowanie atrakcji turystycznej (a zwłaszcza krajoznawczej) jak każdego innego przedsiębiorstwa turystycznego (w domyśle – biura podróży) jest zbyt dużym uogólnieniem. Żadna z istniejących specjalności na kierunku „turystyka i rekreacja” nie przygotowuje studentów do pracy w atrakcjach turystycznych⁴. Utworzenie specjalności: „zarządzanie atrakcjami turystycznymi” (ze szczególnym naciskiem na interpretację dziedzictwa) przygotowałoby potrzebnych specjalistów. Równolegle z kształceniem istnieje potrzeba prowadzenia badań dotyczących atrakcji krajoznawczych: badania jakości świadczonych przez nie usług – oferowanego produktu turystycznego, badania wrażeń, doznań, korzyści, satysfakcji turystów zwiedzających atrakcje krajoznawcze. Efektem tego byłoby doskonalenie sposobów zarządzania nimi, a co za tym idzie, po-

⁴ Obecnie istniejące specjalności to: polityka turystyczna, obsługa ruchu turystycznego, hotelarstwo, rekreacja.

prawa jakości produktu atrakcji, którego specyfika jest przecież tak różna od innych przedsiębiorstw turystycznych.

Bibliografia

1. Alejski W. (2000): *Przemysł turystyczny. Przyczynek do dyskusji na temat zasadności używania, definicji oraz zakresu znaczeniowego pojęcia*. Niepublikowany referat wygłoszony na XVII Warsztatach Geografii Turyzmu w Gąskach, Uniwersytet Łódzki.
2. Beck L., Cable T. (1998): *Interpretation for 21st Century. Fifteen Guiding Principles for interpreting Nature and Culture*. Sagamore Publishing, Champaign, Il.
3. Bianchini F. (1990): *Cultural Policy and Urban Social Movements: The Response of the "new Left" in Rome (1976-85) and London (1981-86)*. Leisure and Urban Processes, [red.] P. Brahma, I. Henry, H. Mommaas, H. van der Poel, London: Routledge.
4. European Commission (1992): *Community Action Plan to Assist Tourism*. Official Journal of European Community L231.
5. Garrod B., Fyall A. (2000): *Managing Heritage Tourism*. Annals of Tourism Research, 27(3).
6. Hall C.M., McArthur S. (1993): *Heritage Management: An introductory Framework*. W: [red. C. M. Hall, S. McArthur] *Heritage Management in New Zealand and Australia*. Oxford University Press.
7. Herbert D.T. (1989): *Leisure Trends and The Heritage Market*. W: [red. D. T. Herbert, R. C. Prentice, C. J. Thomas] *Heritage Sites: Strategies for Marketing and Development*. Hants: Avebury.
8. Herron D. A. (1999): *The business of interpretation – science, technology, engineering, or art?* The Leading Edge, June.
9. McCannel D. (1976): *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
10. McIntosh R., Goeldner C., Ritchie J. (1995): *Tourism. Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons, Inc. New York.
11. Moscardo G. (1996): *Mindful Visitors. Heritage and Tourism*. Annals of Tourism Research, 23(2).
12. Nuryanti W. (1996): *Heritage and Postmodern Tourism*. Annals of Tourism Research, 23(2).
13. Pennyfather K. (1975): *Interpretive Media and Facilities*. Edinburgh, HMSO.
14. Prentice R.C. (1996): *Tourism as Experience, Tourists as Consumers*. Insight and Enlightenment. QMC, Edinburgh.
15. *Program podstawowego szkolenia ogólnego dla kandydatów na przewodników turystycznych* (1999a). Załączniki do rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 26 marca 1999 r. (poz. 301). Załącznik nr 1.
16. *Program szkolenia dla kandydatów na pilotów wycieczek* (1999b). Załączniki do rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 26 marca 1999 r. (poz. 301). Załącznik nr 7.

17. Richards G. (1996): *Production and Consumption of European Cultural Tourism*. *Annals of Tourism Research*, 23(2).
18. Tilden F. (1977): *Interpreting Our Heritage*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
19. Walsh K. (1991): *The Representation of the Past: Museums and Heritage in the Post – Modern World*. London, Rutledge.