

Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej

Pytanie 86: „QUO VADIS TURYSTYKO KULTUROWA?”

Autorka: dr hab. Karolina Buczkowska-Gołąbek, AWF Poznań

„Quo vadis turystyka kulturowa?” to pytanie, które przewodziło równo rok temu debacie konferencyjnej z okazji 10-lecia badań nad turystyką kulturową w Polsce (Poznań, *Turystyka kulturowa – teoria i praktyka. Stan badań, praktyczne zastosowania i perspektywy rozwoju*, 25-27 października 2018 r.). Odpowiadali na nie eksperci turystyki kulturowej i uczestnicy konferencji. Pytanie i jego tematyka nie zostały jednak wyczerpane, dlatego też w niniejszym Forum Ekspertów powracamy do niego, przytaczając jednocześnie kilka najważniejszych wypowiedzi z tamtejszego spotkania.

Pytanie brzmi więc: Dokąd zmierza turystyka kulturowa? Jakie problemy będą nurtować jej organizatorów i uczestników za dekadę? Jakie zagadnienia będą w centrum zainteresowania nas, badaczy? O czym będziemy rozmawiać na podobnym spotkaniu za 10 lat – gdzie wówczas będzie turystyka kulturowa? Czy idziemy w dobrą stronę?

Odpowiedzi:

prof. dr hab. Andrzej Kowalczyk, UW, Warszawa

Moim zdaniem ważnym kierunkiem w turystyce będzie forma, którą my dotychczas nazywamy turystyką religijną, ale w ujęciu, które mam na myśli, religijną nazwałbym ją w cudzysłowie. Podam taki przykład: mamy ikony popkultury, które w różnych, czasami bardzo tragicznych sytuacjach odchodzą. Pamiętam, jak byłem pierwszy raz w Paryżu na cmentarzu Père-Lachaise dawno temu, a potem jako człowiek już w wieku dojrzałym, odwiedziłem ponownie grób Jima Morrisona z zespołu The Doors. Za pierwszym razem, w tym czasie jak tam byłem, byłem jedyną osobą przy tym grobie. Kiedy pojawiłem się w tym samym miejscu 20 lat później, stałem w odległości co najmniej 50 m od grobu, co przy moim wzroście oznaczało, że *de facto* nawet nie widziałem, gdzie stoję. Tyle tam było osób. To jest zjawisko, które dla mnie ma konotacje zarówno z popkulturą, jak i z turystyką religijną. Opowiem też o innym osobistym doświadczeniu: mój zięć jest gitarzystą i był dwa miesiące temu w Londynie – ale nie był pod Pałacem w Westminster, ponieważ głównym punktem jego programu było odwiedzenie uliczki, przy której stoi dom, w którym mieszka Jimmy Page, gitarzysta zespołu Led Zeppelin. Ikony popkultury zmieniają dziś bowiem kierunek odwiedzin turystów oraz tradycyjne do tej formy tych odwiedzin.

Myśląc o przyszłości turystyki kulturowej uważam, że na ten temat możemy sobie dywagować, powiedzmy na trzy, cztery, pięć lat do przodu, ale na dłużej już nie, ponieważ w turystyce wszystko jest tak dynamiczne, że nie mam śmiałości, żeby prognozować ją na 10 lat w przód.

dr hab. prof. AWF Zygmunt Kruczek, AWF Kraków

Turystyka kulturowa jest z całą pewnością częścią globalnej turystyki i w odniesieniu do niej także są formułowane prognozy, które się sprawdzają albo i nie. Oczywiście brane są w nich pod uwagę takie czynniki jak demografia, ekologia, komunikacja, technologia, Internet, które kształtują główne trendy w turystyce, w tym kulturowej. W turystyce tej mamy do czynienia często z formułowanymi profilami czy zasadą „3xE”, w którą turystyka kulturowa silnie się wpisuje. Jednakże na rynku turystycznym nadal świetnie się miewa reguła „3xS” i w świetle prognoz UNWTO mówi się nadal, że ten właśnie produkt, jakim jest słoneczna plaża, jest

i będzie najbardziej sprzedawany. Z małą jednak modyfikacją: ze wzbogaceniem tego wycieczki o zwiedzanie, o dodatkowe wycieczki. Pojawia się tu jednak pytanie, czy właśnie ten turysta, który jedzie i kupuje pakiet do Tunezji, Maroka itp. i następnie korzysta z lokalnych wycieczek, jest turystą kulturowym? Mamy jeszcze jedno zjawisko, które zdeterminowało właśnie te wyjazdy wypoczynkowe, jakim jest pakiet all inclusive: znacząca część turystów zamieszkująca takie „getto turystyczne all-inclusive” nie korzysta z tych wycieczek lokalnych, nie są zainteresowani zwiedzaniem, bo jak pojadą to przepadną im te świadczenia, zwłaszcza alkohol, który jest serwowany na okrągło. Nie wiem, czy to ma szansę zmienić się w przyszłości.

Natomiast z analiz statystycznych wynika chociażby to, że niektóre formy turystyki kulturowej notują znaczący wzrost frekwencji. Jedną z nich jest turystyka do parków rozrywki, do parków tematycznych, jest też *cruising*, który można by zaliczyć zarówno do wypoczynku, jak i do zwiedzania, bo jakieś elementy turystyki kulturowej również się tam pojawiają. Mamy też przede wszystkim turystykę miejską, która przyciąga olbrzymią liczbę turystów, generując przy tym niestety problemem „overtourismu”. No ale to, co jest fenomenem współczesnych czasów, to turystyka kulinarna, wraz ze swoją „młodszą siostrą”, którą jest enoturystyka (tak przynajmniej ma to miejsce w Polsce). Coraz więcej mamy w Polsce ludzi zainteresowanych tym tematem, zmienia się klimat, mamy szlaki winne. Także myślę, że to są te główne kierunki rozwoju turystyki kulturowej, oczywiście oprócz tych wcześniej już zapoczątkowanych, jak np. turystyka industrialna, przemysłowa, która stała się swojego rodzaju standardem, a nie jak kiedyś, nowiną.

dr Andrzej Stasiak, UŁ, Łódź

Mówiąc o przyszłości turystyki kulturowej trzeba wrócić do punktu wyjścia, a więc do stanowiska, że turyści kulturowi muszą mieć jakieś podstawy wiedzy ogólnej, bo jeśli – zwłaszcza obcokrajowcy – nie będą posiadali fundamentów tej wiedzy czy przygotowania do zwiedzenia naszego kraju, to pewnych rzeczy nie zrozumieją.

Odnosząc się do znaczenia doświadczenia w podróżach kulturowej, widzę możliwość kilku dróg rozwoju tego typu turystyki. Doznania podczas podróży (o różnym charakterze) są bardzo ważne – nie powiem, że najważniejsze – jednakże organizm ludzki jest tak skonstruowany, że jeśli jest poddawany zbyt wielu bodźcom, to z czasem na nie obojętnieje. W związku z tym w kolejnych latach trzeba będzie także turyście kulturowemu zwiększać dawkę doświadczeń. Coraz częściej programy turystyczne będą musiały być przeładowywane różnego rodzaju wydarzeniami, atrakcjami, emocjami poruszającymi turystów, aż dojdziemy do jakiejś granicy możliwości doznawania. I wtedy trzeba będzie wymyślać doświadczenia coraz to nowe, niespotykane, coraz bardziej szokujące, kontrowersyjne, wprawiające w osłupienie. Którą drogą pójdziemy? A może jeszcze jakąś trzecią, pośrednią? Czas pokaże, ale dzisiaj tak to widzę.

dr Wojciech Mania, Poznań

Przyszłością turystyki kulturowej będzie dostępność (ang. *accessibility*), rozumiana wielorako: jako dostępność informacji (o destynacji, ofercie, produkcie), dostępność transportowa, dostępność ze względu na szczególne potrzeby (w tym niepełnosprawności), dostępność językową, kulturową a także dostępność ekonomiczną (pewnie znalazłoby się jeszcze kilka znaczeń). Dostępność będzie „dobrem” poszukiwanym przez turystów, które będzie trzeba zapewnić niekoniecznie w postaci wakacji „all inclusive”. Jest to istotne zagadnienie w kontekście procesów globalnych, takich jak konflikty zbrojne i dyplomatyczne, terroryzm, zmiany klimatyczne, ruchy migracyjne, powstawanie miejsc nadmiernej koncentracji funkcji turystycznych (*overtourism*) i idące za tym przemiany mapy turystycznej świata.

prof. dr hab. Beata Raszka, UP we Wrocławiu
dr hab. Krzysztof Kasprzak, em. prof. UP w Poznaniu;

Stawianie pytań jest zawsze punktem wyjścia do szukania odpowiedzi. Uzyskiwanych często – ale nie zawsze – przy pomocy badań naukowych. Ich zadawanie to istotna umiejętność prowadzenia dialogu, pozwalającego na poszukiwanie rozwiązań określonych problemów, szukania nowych informacji i interpretacji zdarzeń. Wymiana poglądów pozwala także na samodzielne i twórcze dochodzenie do własnego stanowiska.

Szczególnego rodzaju są pytania, na które odpowiedzi mają zawierać informacje o przewidywanej przyszłości zdarzeń. To prognozy mające być oceną przyszłych niewiadomych zdarzeń, sformułowaną z wykorzystaniem dotychczasowych informacji odnoszących się do przyszłości. Wyobrażenie zdarzeń nieznanych na podstawie zdarzeń już znanych, które może być nie tylko naukowe, oparte o hipotezy będące proponowanymi odpowiedziami na postawione pytania badawcze, ale i czysto pragmatyczne. Pułapką prognozowania jest założenie, często wręcz podświadome, że przyszłość to przeszłość tylko jakby nieco inna. Założenie, że przyszłość może być lub będzie w jakimś zakresie podobna do teraźniejszości jest błędne.

Prognozowanie ma oczywiście znacznie szerszy aspekt niż tylko przyszłość turystyki kulturowej i tak też musi być rozpatrywane. Nikt obecnie nie przesądzi jaki scenariusz rozwoju będzie w najbliższych 10-20 latach podstawą rozwoju naszego kraju i Europy o czym zadecydują liczne wyzwania środowiskowe oraz społeczno-gospodarcze. Ważne są zapewne aktywne działania z jednej strony ograniczające niszczenie środowiska przyrodniczego i zasobów przyrody, a z drugiej eliminujące ideologizację sfery publicznej, czemu może, ale wcale nie musi, sprzyjać znaczny potencjał intelektualny. Sytuację wyraźnie komplikuje związanie problemów ekonomicznych z problemami politycznymi i kulturowymi, a tych ostatnich z poziomem edukacji. Każde początkowo teoretyczne rozwiązanie, zarówno pozytywne, jak i negatywne, może w różnej postaci zostać praktycznie wdrożone. Prognozowanie w tym zakresie utrudnia także to, że wybór scenariusza rozwoju nie zawsze jest racjonalny, nie kieruje się wynikami badań naukowych, czy doświadczeniami praktycznymi. Często jest on wynikiem szczególnego zbiegu okoliczności [Kleer, Kleiber 2018], nie mającego z racjonalnością nic wspólnego.

W obecnej sytuacji dewaluacji wiedzy oraz poważnego kryzysu instytucji odpowiedzialnych za jej przekazywanie, głównie „uniwersytetu w ruinie” [Readings 2017], przewidywania są możliwe raczej w konwencji *science fiction*, a nie zgodnie z paradygmatem naukowym jako sposobem poznawania świata. Przewidywania zdarzeń przyszłości, które mają dopiero się wydarzyć, są związane głównie z wyobraźnią ich autorów oraz miejscem i czasem ich formułowania. Zawsze są osadzone w pewnym kontekście, mają być empirycznie weryfikowalne, i – chociaż uznawane na ogół za wiarygodne – to jednak nigdy nie są pewne. Na ogół to oparte o własne doświadczenia rozważania dotyczące krótkiego, najwyżej kilkuletniego, okresu czasu o czym pisze prof. Andrzej Kowalczyk. Wśród rozmaitych prognoz przyszłości znane są także baśniowe opowieści z pseudonaukowym słownictwem, których autorzy skromnie przyznają, że mogą się mylić, lecz na pewno nie mogą być w błędzie.

Gdyby postawione pytania dotyczące turystyki kulturowej pojawiły się kilka lat temu to odpowiedź na nie byłaby być może dużo łatwiejsza. Obecnie zmienia się bowiem radykalnie mapa turystyczna, na co wpływ ma pogarszająca się na świecie sytuacja gospodarcza i polityczna, coraz szybciej postępujące zanieczyszczenie środowiska przyrodniczego, konflikty zbrojne, terroryzm, różnego rodzaju nacjonalizmy i migracje. Od nowego roku akademickiego ogromnym przeobrażeniem ulega funkcjonowanie w naszym kraju uczelni, gdzie prowadzono dotychczas wiele zajęć dydaktycznych, a w ramach różnych ustalonych

przez urzędników dyscyplin także badań naukowych związanych w różny sposób z turystyką kulturową. Dlatego szczególnie ważna jest próba odpowiedzi na podstawowe pytanie: dokąd zmierza turystyka kulturowa? O ile w ogóle obecnie może gdzieś zmierzać.

Podobnie jak dr Wojciech Mania uważamy, że przyszłość turystyki kulturowej ściśle związana jest z jej szeroko rozumianą dostępnością. Zmieniającą się w czasie i przestrzeni oraz coraz bardziej uzależnioną od warunków ekonomicznych, politycznych i edukacyjnych. Pogarszająca się sytuacja gospodarcza wyklucza z tej formy poznawania świata niektóre grupy społeczne, których na wiele atrakcji turystyki kulturowej już nie stać i nic nie wskazuje, aby w najbliższej przyszłości sytuacja ta uległa zmianie.

W najbliższych latach mogą z różną intensywnością rozwijać się wszystkie te formy turystyki, które wymienia prof. Zygmunt Kruczek. Sądymy jednak, że wskazanie jakichś specjalnie wyróżniających się trendów usług turystycznych nie jest możliwe, bowiem nie ma nic bardziej niewiomego jak prognozy ekonomiczne. Rynek usług turystycznych może w każdej chwili znacznie się zmienić i to z przyczyn, które obecnie trudno sobie nawet wyobrazić.

Turystyka kulturowa w prosty sposób przybliży różne aspekty mającej biologiczne korzenie ludzkiej kultury, wraz z jej otoczeniem, w którym się ukształtowała i zmieniając się w czasie nadal trwa. To głównie opartej na pozagenetycznym przekazie informacji ewolucji kulturowej, której jako gatunek zostaliśmy poddani, zawdzięczamy nasze ogromne zdolności adaptacyjne, związane nie tylko z przeżyciem w środowisku, ale także w stosunku do wszystkich czynników zmieniających naturę kultury. Chociaż dążenie do przeżycia jest podstawową biologiczną regułą (imperatywem) to jednak nie zawsze i nie wszędzie należało – i niestety w wielu miejscach świata nadal nie należy – do systemu wartości wytworzonych i uznawanych przez człowieka. Pokazuje to także turystyka kulturowa związana z miejscami niebezpiecznymi, czy utopijnymi systemami i ideami. Miejscami wojen, masowych zbrodni politycznych, represji, naznaczonych przez Shoah, miejsc gdzie zawiodły wszelkie kodeksy moralne. Niesie to ze sobą wiele wątpliwości natury etycznej związanych z turystyczną eksploracją tego rodzaju dziedzictwa. Dotyczy ono także naszej pamięci i tożsamości. Pamięć ta jest niezwykle trudna, a jednak istnieje poznawcza konieczność zmierzenia się ze skutkami np. Shoah, mając jednak w pamięci wypowiedź niemieckiego filozofa i muzykologa Theodora Adorno (1903-1969), że „*pisanie wierszy po Oświęcimiu jest barbarzyństwem*”.

Utożsamiamy się ze stanowiskiem dr Andrzeja Stasiaka, że „... *mówiąc o przyszłości turystyki kulturowej trzeba wrócić do punktu wyjścia, a więc do stanowiska, że turyści kulturowi muszą mieć jakieś podstawy wiedzy ogólnej ...*”. Jednak naszym zdaniem nie dotyczy to tylko obcokrajowców, ale także – a może przede wszystkim – krajowców.

Trudno wyobrazić sobie dzisiaj o czym będziemy rozmawiać na naszych uczelnianych spotkaniach za 10 lat. Może lepiej sens pytania odwrócić i zastanowić się nad tym jak będziemy rozmawiać oraz o czym rozmawiać byśmy nie chcieli. Aby nie utrwaliła się sytuacja, że co innego będziemy myśleć, a co innego mówić, a na konferencjach wygłaszać jedynie słuszne poglądy. Turystyka kulturowa może być bowiem bardzo przydatnym instrumentem dla wdrażania właściwej i jedynie słusznej polityki historycznej [Mikos v. Rohrscheidt 2018] oraz indoktrynacji, którą jest świadome pozbawianie wiedzy z wykorzystaniem m.in. systemu edukacji. Przeciwdziałaniem jest umiejętność krytycznej analizy przekazywanych informacji, czemu może sprostać tylko wykształcona społeczność potrafiąca sama obronić się przed nieprawdziwymi informacjami. Większość nie jest jednak ani dobrze wykształcona, ani dobrze poinformowana, a historia wymyślona, wręcz fikcyjna, może znacznie lepiej i trwalej niż prawda kształtować tożsamość obywateli. Niepokojąca rysuje się sytuacja ewentualnych rozmów i dyskusji w przyszłości kiedy obecnie w wielu krajach, a nie tylko w Polsce, następuje m.in. eliminacja dobrej edukacji zgodnej z potrzebami umysłu, zmiana roli uniwersytetów mających wychowywać społeczeństwo, a nie uczyć je

myślenia oraz upadek misji kulturotwórczej uniwersytetów, będącej przez setki lat racją ich bytu

Następuje także marginalizacja znaczenia kultury wiążącej obywateli ze swoją „małą” i „dużą” ojczyzną. W różnych opracowaniach strategii rozwoju gmin podkreśla się często, że kultura jako jeden z podstawowych obszarów życia społeczno-gospodarczego buduje tożsamość regionalną w oparciu o kulturowe dziedzictwo i współczesne wyzwania, stymuluje rozwój gospodarczy, zwiększa atrakcyjność regionu dla jego mieszkańców, inwestorów i turystów, tworzy nowe miejsca pracy. Stanowi ważny potencjał służący wzrostowi konkurencyjności regionów. W praktyce jednak tak najczęściej nie jest i co więcej w powszechnej świadomości bardzo rzadko kultura łączona jest z problemem rozwoju regionalnego, na co w tych samych opracowaniach zwracają uwagę ich autorzy. Myśli się o kulturze jako o pewnej nadbudowie, może i potrzebnej, ale najczęściej ostatniej na liście priorytetów wymagających wsparcia. Wszystko jest już dzisiaj zdeterminowane kulturowo, a kultura jako taka niewiele już znaczy. Sprawowanie mecenatu w rozwoju kultury to m.in. ochrona zabytków i dziedzictwa kulturowego, rozwój infrastruktury kultury oraz środowisk twórczych i wykorzystanie ich kreatywności do rozwoju regionalnego, stwarzanie warunków do dialogu międzykulturowego. Popularyzacja wszystkich tych zagadnień m.in. przez turystykę kulturową jest jednym z działań zwiększających konkurencyjność regionów. Ale to nadal nie da odpowiedzi jaka będzie przyszłość.

Prof. Aleksander Krawczuk przybliżając w swoich opowieściach [Krawczuk 1987] różne aktualne do dzisiaj sprawy antyczne w kontekście poglądów na historię i współczesne życie, pół żartem, pół serio przedstawił własne przypuszczenie na temat oceny osiągnięć wieku XX w programach uniwersyteckich za kolejne 2 tys. lat; może ono wyglądać następująco: *„Był to okres regresu w niemal wszystkich dziedzinach kultury duchowej, mało twórczy i oryginalny przy straszliwej hałaśliwości. Okres ciasnego pragmatyzmu i barbarzyńskich dziwactw, a zarazem rabunkowego niszczenia bogactw globu środkami prymitywnej techniki i samobójczego zatruwania oraz zaśmiecania powietrza, wody, gleby. Panowały psychozy zbiorowe i szalały bratobójcze wojny.”*

Chociaż żadna ze współczesnych prognoz zapewne się nie sprawdzi to jednak w tym wszystkim jedno jest pewne – przyszły świat będzie jeszcze bardziej nieuporządkowany i nieprzewidywalny niż obecnie.

Wykorzystana literatura

- Kleer J., Kleiber M. 2018, *Dokąd zmierza Europa*, Komitet Prognoz Polska 2000 Plus”, Polska Akademia Nauk, Warszawa
- Krawczuk A., 1987, *Starożytność odległa i bliska*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań,
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2018, *Polityka historyczna z etyką w tle. Patologie we kreowaniu doświadczeń turystów kulturowych*, Folia Turistica, Kraków, nr 49, s. 67-123
- Readings B. 2017, *Uniwersytet w ruinie*, Narodowe Centrum Kultury (seria: Myśli o kulturze), Warszawa

dr hab. prof. GSW Armin Mikos v. Rohrscheidt, Poznan- Gniezno

Zwróć uwagę na kilka z bardzo wielu „przyszłościowych” wymiarów turystyki kulturowej, koncentrując się na takich, które uważam za rezerwuary jej potencjału lub za wyzwania (w niektórych przypadkach zresztą to pierwsze jest jednocześnie tym drugim dla twórcy i zarządcy oferty). Najpierw także nawiążę do wywołanych tu już turystów - konsumentów pakietów – może nie głównie tych z grupy klientów „all inclusive”, ale tych, którzy dokądś wyjechali na pobyt rekreacyjny i przy okazji zaczynają korzystać z wycieczek. Również w turystyce kulturowej jest to bardzo poważny potencjał do wykorzystania. Czasem jest na

przykład tak, że turyści uzależniają zwiedzanie od pogody albo niepogody. Tak bywa między innymi, jeżeli np. są w Alpach, powiedzmy, w Lesie Braganckim i „nieco” dłużej pada deszcz. A Alpy już tak mają, że tam niekoniecznie pada pół dnia, tylko solidnie leje 4 dni, potem 4 czy 7 dni znowu nie. Co mają wtedy robić goście, którzy przyjechali w Alpy chcąc pochodzić po górach, ale właśnie tego nie mogą zrobić, nie będąc turystami ekstremalnymi? Otóż niektórzy z nich nagle odkrywają muzeum Rolls Royce’a w Dornbirn czy koncerty w kościołach Bragancji. W Polsce z kolei mamy dużo miejscowości sanatoryjnych, jak Ciechocinek czy Łądek Zdrój, a w nich kuracjuszy, którzy zazwyczaj nie są obłożnie chorzy i po przedpołudniowych zabiegach nie mają dokąd pójść. To są dziesiątki, może setki tysięcy ludzi w skali kraju, którzy być może na kilka godzin gdzieś by sobie chętnie nie tylko poszli, ale i pojechali. Złożona im oferta turystyczno-kulturowa, na przykład niewielkiego szlaku tematycznego (drewnianych kościołów, śladami miejscowego tradycyjnego rzemiosła lub kulinariów, po tropach jakiejś ciekawszej biografii) może mieć naprawdę niemałe powodzenie. Jeszcze inny potencjał z tej grupy to turystyka medyczna. Na przykład pod Poznaniem jest Puszczykowo, dokąd od lat przyjeżdżają z zagranicy ludzie leczyć zęby, bo się tutaj leczy się taniej niż np. w Danii czy Szwecji. Ileż jednak można spędzić godzin na fotelu dentystycznym, jeżeli nawet codziennie się do tego lekarza chodzi, bo przyjechało się na dwa tygodnie wyleczyć wszystkie zęby? Trzy godziny dziennie? Ale już na pewno nie więcej. Żeby więc taki turysta odpoczął po wizycie i myślał o czym innym, warto, by pojechał np. do poznańskiej katedry czy zwiedził stare miasto stolicy Wielkopolski, a może objechał (rowerem?) podpoznańskie rezydencje z Kórnikiem i Rogalinem na czele. Ktoś jednak powinien go tam skierować, taką ofertę przygotować w formie pakietu z opcjonalnymi modułami i zostawić ją w poczekalni dentysty lub przy dobrej współpracy „dowiesić” do witryny usług stomatologicznych dla cudzoziemców. Po klienta przyjedzie samochodem przewodnik, po kilku - bus, pożyczy im się (pod drzwiami) rowery, a oni dzięki temu na chwilę zapomną o kolejnym dniu na fotelu. Moim zdaniem to także przyszłość turystyki kulturowej. W 2008 r. turystów, którzy z oferty TK skorzystają nie w związku z realizacją głównego celu i bez pierwotnego planu, nazwałem turystami kulturowymi *post factum* [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 33-34]. Że od lat taki popyt w Polsce istnieje, świadczą badania i analizy obszarowych potencjałów oraz koncepcje produktów [Rab-Przybyłowicz 2010, s. 696; 704-705] wskazujące, że atrakcje w takich produktach, jakkolwiek podporządkowane zabiegowi / terapii, odgrywają ważną rolę, przyczyniając się nie tylko do zagospodarowania czasu turysty, ale i budują rozpoznawalność miejsca leczniczego pobytu jako ciekawej destynacji turystycznej.

Przyszłością indywidualnej turystyki kulturowej oraz jej grupowej, edukacyjnej odmiany będzie w większym niż dziś stopniu *grywalizacja* (gamification). Chodzi o wykorzystanie mechaniki typowej dla gier dla modyfikowania zachowań ludzi w sytuacjach turystycznych dla zwiększenia ich zaangażowania w proponowane aktywności i (choć może to być cel nie deklarowany formalnie, by „nie psuć” zabawy) dla osiągnięcia pożądanych efektów edukacyjnych. W turystyce kulturowej już dziś bardzo popularna w zwiedzaniu miast, przyjmuje ona postać wprowadzania do większych ofert pojedynczych modułów (w jednych miejscach taktowanych jako rdzeń programu, winnych jako element uzupełniający). Są one realizowane na podstawie (zwykle fabularnego) scenariusza i zgodnie z zasadami gry, która najczęściej jest specjalnie od początku stworzona dla danego miejsca, jak przykładowo znane już pewnie każdemu gry miejskie. Takie gry są też proponowane w większych obiektach zabytkowych, industrialnych czy militarnych [Diefenbunker 2018]. Już teraz zdarza się także opieranie całych lokalnych produktów turystyczno-kulturowych na rozbudowanej grze, która wtedy pełni funkcję programowego rdzenia całego turystycznego eventu o charakterze jednorazowym lub cyklicznym. Paralelnie dostrzegalne jest zjawisko

wykorzystywania zainteresowania autonomiczną eksploracją terenu, w którym również obecne są elementy grywalne, jak choćby obowiązujące wszystkich uczestników zasady, spójność tematu, „obietnicę nagrody i rywalizację. Jest to przykładowo geocaching organizowany lokalnie w postaci ścieżek tematycznych (geościeżek). Skala jego wykorzystywania, lojalność uczestników wobec podobnych ofert, różnice w sferze zabiegów organizacyjnych (i form interpretacji) oraz zachowań samych uczestników są na tyle duża, że można już pewnie pisać o osobnej, nowej odmianie kulturowej turystyki autonomicznej (eksplorerskiej) [Mikos v. Rohrscheidt 2018a].

Do ofert turystyki kulturowej „szerszym frontem” wprowadzone zostaną zorganizowane *doznania tematyczne* - nie tylko wyżej opisane „eksploracyjne”, ale też takie, które na różne wymiary, kanały przekazu i zmysły percepcji turysty rozpisują posiadane i przedkładane turystom zasoby dziedzictwa. To bardzo obszerna problematyka obecności tzw. rynku doznań we współczesnej turystyce. W jej dzisiejszej ofercie tematyzowane doznania są już obecne. Występują one zarówno jako moduły produktów adresowanych dla grup zorganizowanych, mające angażować ich uczestników w konfrontację z lokalnym dziedzictwem, jak np. zwiedzanie fabularyzowane historycznych dzielnic i zabytkowych kompleksów, zwiedzanie multisensoryczne albo kreatywne [por. Mikos v. Rohrscheidt 2014, s. 151-161; 212-223]. Wprowadza się ją również po to, by ożywiać, modyfikować albo wzbogacać istniejący już produkt i w ten sposób dostosowywać go do oczekiwań nowej generacji turystów lub aby zagwarantować oczekiwany komponent kreatywności [Stasiak 2013a, s. 32-34; Stasiak 2013b, s. 70-72]. Z innymi coraz liczniej eksperymentują gospodarze niektórych atrakcji nie ograniczanych natłokiem gości lub przepisami konserwatorów. Są to przykładowo tematyczne „escape roomy” coraz śmielej wprowadzane do instrumentarium zarządców miejskich tras, zarządców szlaków, ale również samodzielnych gestorów jednej stacjonarnej usługi. Należy przypuszczać, że te z nich, które przetrwają próbą czasu (i popytu) rozwiną się w osobną grupę propozycji, przez co poszerzą spektrum atrakcji w danym obszarze recepcji TK lub nawet zajmą kluczową pozycję jako rdzeń jej miejscowego produktu. To jednak nastąpi pod warunkiem ich uzupełnienia o niezbędne usługi recepcji i objęcia ich zabiegami obszarowego marketingu TK. Inne z tej grupy propozycji pozostaną modułami urozmaicającymi ofertę tematycznych wycieczek (a w tej funkcji będą współtworzyły ich unikatowość czy nawet ekskluzywność) albo poszczególnych miejsc (a wtedy będą podkreślały unikalność ich dziedzictwa). Jeszcze inne (wspomnijmy tu choćby krakowskie Crazy Tours) będą proponowane jako alternatywne doświadczenia dla turystów zainteresowanych bardziej nimi niż eksploracją miejscowego kanonu dziedzictwa czy jakkolwiek formą edukacji.

Turystyka edukacyjna z nowym rdzeniem programowym. Osoby należące do młodszych i najmłodszych generacji, będące uczestnikami przedsięwzięć turystyki edukacyjnej, raczej rzadziej niż dawniej interesują się lokalną historią, natomiast są bardziej skłonne zaakceptować propozycje poszerzenia swoich horyzontów o te obszary i zagadnienia, które nie są objęte programami ich formalnej edukacji. W szczególności dotyczy to turystów z rozwiniętych krajów Azji. Ci, chcąc uzupełnić swoją wiedzę o wymiar, który sami określają jako „globalny” oraz i zapewnić sobie możliwość nauczania się praktycznych umiejętności, potrafią podjąć i opłacić długie wyprawy i stacjonarne programy na antypodach swoich miejsc zamieszkania [Lifestyle Trends 2016, s. 77-80; 94]. Ponieważ ta tendencja popytowa rozpowszechnia się powoli także w krajach zachodniej hemisfery, należy spodziewać się powolnego wypierania z programów turystyki edukacyjnej umiejętności „twardych” (czyli odnoszących się do wymagań programów szkolnych, akademickich albo kwalifikacji zawodowych) przez wiedzę spersonalizowaną, odnoszącą się raczej do indywidualnych zainteresowań oraz przez tzw. płynne umiejętności niemające związku

z odgórnie narzucanymi wymaganiami programowymi, z różnych przyczyn pożądane i poszukiwane.

Teraz jeszcze trochę o *technologii* w służbie TK. Moim zdaniem turystyczne aplikacje mobilne nie zastąpią żywych przewodników (choć już przewodniki- książki w dużej mierze tak). Jednak coraz częściej będą po nie sięgać ci, którzy przewodnika i tak by nie „wzięli”. Bo nie lubią za kimś chodzić, bo chcą w dowolnym momencie przerwać zwiedzanie, bo aplikacja jest za darmo, i z wielu innych powodów. A oferta będzie coraz większa: szanujący się hotel w ramach swojego E-Concierge`a (mobilnego, do wzięcia „na miasto” i powiązanego choćby z serwisem google map, by wygodnie wszędzie dojść) nie ograniczy się do menu własnej restauracji i propozycji fitness. Ponieważ ich oferta nie robi mu konkurencji, hotel wskaże gościowi (na przykład konferencyjnemu czy załatwiającemu zawodowe sprawy) pobliskie „kultowe” sklepy (w końcu sam raczej żadnego nie otworzy) i – z tego samego powodu – parki, monumenty, miejsca biograficzne oraz oczywiście główne kulturowe atrakcje miasta. Hotel w ten sposób zadba o ewentualny powrót zadowolonego turysty (tym razem może z rodziną?) do miasta, w którym jeszcze nie wszystko zobaczył i zakładu noclegowego, który tak o niego zadbał albo sprawi, że ten poleci go znajomym. A dzięki temu w miejskiej ofercie pojawi się nowy produkt, wirtualny i opcjonalny, spersonalizowany bo kompletnie dostosowany do preferencji użytkownika i – co najważniejsze – docierający do zupełnie nowej grupy adresatów.

A oto główne wyzwanie w wyżej zarysowanym kontekście. Otóż zadaniem osób dbających o realizację tych „cenniejszych” celów turystyki kulturowej (w interesie samych turystów, ale także gospodarzy i opiekunów dziedzictwa oraz realizując cele odpowiedzialnych za edukację) będzie zadbanie o atrakcyjny przekaz rzetelnej wiedzy o dziedzictwie, jego wielowymiarowego doświadczenia, i ... nie na końcu – o budowanie indywidualnego kapitału kulturowego uczestników turystyki. Albowiem wszystkie te metody, i całe bogactwo dawniej i całkiem niedawno wypracowanych technik i instrumentów [zob. Mikos v. Rohrscheidt 2018b, s. 64 – 66] nie służą tylko zabawie (jednych) i zyskowi (drugich), ale także konfrontacji z dziedzictwem i jego całościowej, możliwie mocno angażującej interpretacji [Mikos v. Rohrscheidt 2018b].

Wykorzystana literatura i faktografia.

Diefenbunker 2018 www – portal kanadyjskiego Muzeum Zimnej Wojny w Ottawie -
www.diefenbunker.ca

Lifestyle Trends & Tourism. How changing Consumer Behaviour Impacts Travel to Europe (Raport), 2016, European Travel Commission and Future Foundation, Brussels

Mikos v. Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, GWSHiM, Gniezno

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

Mikos v. Rohrscheidt A., 2018a, *Raport z analizy potencjału turystyczno-kulturowego Szlaku Fortyfikacji Mazurskich*, "Turystyka Kulturowa" Nr 1, s. 148-273

Mikos v. Rohrscheidt A., 2018b, *Turystyka kulturowa jako forma wpisywania dziedzictwa w kapitał kulturowy jednostki* [w:] A. Marciniak, M. Pawleta, K. Kajda (red.) *Dziedzictwo we współczesnym świecie*, Universitas. Kraków, s. 49-69

Rab-Przybyłowicz J., 2010, *Tworzenie produktu dla turystyki medycznej w Szczecinie* [w:] *Potencjał turystyczny. Zagadnienia ekonomiczne*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 591, *Ekonomiczne problemy usług*, nr 53, red. A. Panasiuk, s. 695-706.

Stasiak A., 2013a, *Produkt turystyczny w gospodarce doświadczeń*, „Turyzm”, 23/1, s. 29-38

Stasiak A., 2013b, *Nowe przestrzenie i formy turystyki w gospodarce doświadczeń*, „Turyzm Ne 32 / 2, s. 65-74

dr Piotr Kociszewski, UW Warszawa

W dużej mierze zgadzam się z Przedmówcami, iż z jednej strony dynamika samej specyfiki turystyki i świadczonych w jej ramach usług, a w szerszym ujęciu - współczesny obraz dzisiejszego świata nie pozwalają na snucie długofalowych prognoz.

Pragnąłbym jednak zasygnalizować kilka możliwych płaszczyzn, w obrębie których mogą dokonywać się zmiany:

Aspekt podmiotowy - należy postawić pytanie, kto będzie w ciągu dekady dominującym uczestnikiem turystyki kulturowej? czy da w ogóle dokonać się generalizacji dla wszystkich form i aktywności zawierających się w szerokim spektrum turystyki kulturowej czy raczej identyfikacji należy dokonywać w kontekście konkretnych kategorii i specyficznych dla nich usług? Zwróciłbym uwagę na wzrastający i tym bardziej prognozowany jeszcze rozwój turystyki seniorów. To generacja, która zainteresowana jest różnorodnymi formami turystyki kulturowej. Warto jednak dostrzec, że warto aby były one dostosowane do możliwości i oczekiwań seniorów, a więc zawierały się m. in. w haśle "slow tourism" - wolniej, spokojniej, z możliwością dokładniejszej eksploracji miejsc i obiektów.

Ponadto w ramach aspektu podmiotowego nie można zapomnieć o młodym pokoleniu - kohorcie Y i Z / pokoleniu millenialsów. Czy spełnią oni kryterium wspomniane przez Przedmówców merytorycznego przygotowania do udziału w turystyce kulturowej? z drugiej strony jako pokolenie mocno cyfrowe, nie zwracające uwagi na bariery i ograniczenia "dawnego świata" - czy będą potrzebowali jeszcze turystyki edukującej w dziedzinie np. wielokulturowości, skoro sami w niej na co dzień uczestniczą? Czy będzie to pokolenie, w którym jak zauważył prof. Zmysłony - miejsce 3E zajmie formuła 3F (fun, friends, feedback; za: <https://turystykawmiescie.org/2019/06/10/rozmowa-oferta-dla-millenialsow/#more-5875>)?

Aspekt przedmiotowy - co będzie obiektem zainteresowania współczesnych turystów kulturowych? Jaka kategoria atrakcji i związanych z nimi walorów kulturowych będzie cieszyła się największą estymą, stanowiąc motywację do rozwoju konkretnych form turystyki? Należy uważnie obserwować postępującą digitalizację i cyfryzację, skutkującą nowoczesnymi metodami prezentacji i interpretacji dziedzictwa? Już od kilku lat powstają nowe - multimedialne muzea? Pytanie na najbliższą dekadę - czy nastąpi punkt krytyczny w tym zakresie i radykalny powrót do klasycznych form prezentacji? Myślę raczej o kompromisie - symbiozie, a więc właściwym ożywianiu poprzez metody cyfrowe dziedzictwa tradycyjnego?

Jaka przyszłość czeka muzea - często te mniejsze - może regionalne / miejskie / tematyczne? czy ich zbiory staną się już nieatrakcyjne czy jednak w kontekście tzw. małych ojczyzn będą pełniły one kluczową rolę?

Aspekt przestrzenny - pamiętam sprzed kilku lat ilustrację z jednego z opracowań dr A. Stasiaka, w którym zestawił "starą przestrzeń turystyczną" z jej nowymi obliczami? czy ta lista będzie się rozszerzała i czy będziemy wkraczali w coraz to nowe przestrzenie, dotąd niedostępne albo nieodkryte przez turystykę? czy prowadzona narracja historyczna albo pewne naciski na interpretację będą skutkowały wybiórczym traktowaniem przestrzeni turystycznej i wręcz omijaniem niektórych obiektów lub regionów? w którym momencie przekroczymy krytyczny punkt chłonności obszaru i realnie dotkniemy skutków zjawiska overtourismu?

Konkludując, moja odpowiedź może nie ma charakteru stricte diagnozy, lecz raczej rozwinięcia tych pytań głównych o poboczne wątki, którym personalnie uważam, że warto się przyglądać. Mam jednocześnie nadzieję, że nasza działalność badawcza i publikacyjna w ramach „Turystyki Kulturowej” pozwoli na weryfikację tych najistotniejszych i najbardziej rozpoznawalnych!