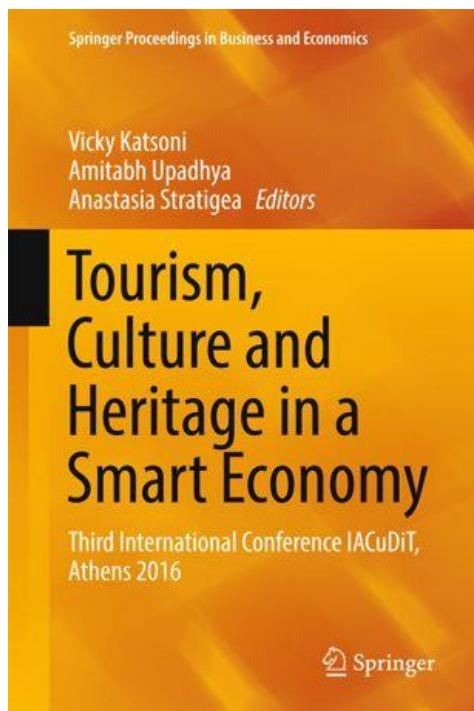


Recenzja

Jacek Borzyszkowski

Tourism, Culture and Heritage in a Smart Economy. Third International Conference IACuDiT, Athens 2016



Tytuł: **Tourism, Culture and Heritage in a Smart Economy. Third International Conference IACuDiT, Athens 2016**

Redaktorzy: V. Katsoni, A. Upadhyia, A. Stratigea

Wydawnictwo: Springer

Rok wydania: 2017

Liczba stron: 496

ISBN: 978-3-319-47731-2 (wersja drukowana); 978-3-319-47732-9 (wersja elektroniczna)

Recenzowana publikacja jest wynikiem 3. Międzynarodowej Konferencji Naukowej zorganizowanej w 2016 r. w Atenach przez *Association of Cultural and Digital Tourism*. W przedmowie w ogólny sposób scharakteryzowano stowarzyszenie, wskazując że jest to „(...) sieć ludzi, którzy profesjonalnie zajmują się szerokim zakresem zagadnień związanych z turystyką kulturową i cyfrową w czasach poważnych zmian o charakterze globalnym”. Określono również cele konferencji, wśród których za jeden z nich przyjęto „wskazanie na najnowsze osiągnięcia w sektorze turystyki (...)”, jednocześnie podkreślając „zrozumienie i dialog pomiędzy przedstawicielami akademickimi, specjalistami branży turystycznej oraz decydentami”. Zakres tematyczny konferencji należy więc jednoznacznie uznać za bardzo szeroki. Redaktorzy w przedmowie wskazują na to, zarówno pod względem tematycznym, jak również potencjalnych odbiorców oraz czytelników. Opracowanie jest obszerne (ma blisko 500 stron) i zostało podzielone na trzy duże części, tj. 1. *‘Smart’ Cultural Heritage Management*; 2. *Tourism Business Environment – Current Developments and Experiences*; 3. *Methodological Frameworks, Tools and Approaches for Sustainable Tourism Management*. Łącznie zebrano 32 opracowania naukowe.

Część pierwsza opracowania, zgodnie z przyjętym tytułem, zawiera teksty odnoszące się do problematyki zarządzania dziedzictwem kulturowym w ujęciu „*smart*”. Składa się z 6 artykułów i jest najkrótszą częścią publikacji. Zawarte w niej teksty skoncentrowane są na różnych aspektach wykorzystania technologii informatycznych w zarządzaniu dziedzictwem kulturowym. Omówiono w nich nowe wyzwania marketingu szeroko rozumianego

dziedzictwa kulturowego w kontekście zmian zachodzącym pod wpływem rozwoju nowoczesnych technologii. Ogólnie, autorzy zgodnie wskazali na nowy potencjał tzw. „inteligentnej turystyki kulturowej”, który może stać się wartością dodaną do szeroko rozumianego zarządzania dziedzictwem kulturowym.

Poszczególne treści zawarte w tej części opracowania charakteryzują się różną tematyką oraz różną wartością merytoryczną. Tak więc mamy do czynienia z tekstami, skupionymi wokół gier i aplikacji, które mogą stanowić atrakcyjną platformę umożliwiającą zapoznanie się z zasobami dziedzictwa kulturowego („*Serious Games at the Service of Cultural Heritage and Tourism*”). Omówiono również znaczenie technologii 3D w popularyzacji środowiska dźwiękowego i muzycznego, jednocześnie wskazując na ogólne wyzwania w obszarze informatyki stosowanej w dziedzictwie kulturowym („*Dissemination of Environmental Soundscape and Musical Heritage Through 3D Virtual Telepresence*”). Z kolei w opracowaniu pt. „*Digital Integration of the European Street Art: Tourism, Identity and Scientific Opportunities*” przedstawiono wykorzystanie informacji cyfrowych w segmencie sztuk ulicznych. Autorzy wskazują na znaczenie tego elementu w kształtowaniu tożsamości kulturowej. Jednocześnie podjęto próbę udowodnienia, że sztuki uliczne stają się modnym elementem turystyki kulturowej, który dodatkowo może być „wzmocniony” poprzez wykorzystanie zasobów cyfrowych. Warto również wspomnieć o ciekawym opracowaniu (studium przypadku), w którym omówiono wykorzystanie coraz bardziej popularnego narzędzia jakim jest *storytelling* („*A Hashtag Campaign: A Critical Tool to Transmedia Storytelling Within a Digital Strategy and Its Legal Informatics Issues. A Case Study*”). Jednocześnie autorzy w sposób ogólny wskazali na znaczenie mediów społecznościowych dla sektora turystycznego. Aspekt wykorzystania mediów społecznościowych został również przedstawiony w kolejnym opracowaniu („*Museums + Instagram*”), w którym wyraźnie wyartykułowano możliwości, jakie daje Instagram w zakresie budowania wizerunku muzeów w internecie. Jednocześnie autorzy w interesujący sposób wskazują na nowe możliwości wykorzystania analizowanego medium w zwiększeniu widoczności i rozpoznawalności placówek muzealnych. Nieco inaczej prezentuje się zawartość ostatniego artykułu w tej części („*Evaluation of Athens as a City Break Destination: Tourist Perspective Explored via Data Mining Techniques*”), w którym autorzy prezentują jeden ze sposobów analizowania danych w celu określenia atrakcyjności i konkurencyjności turystycznej miasta.

Podsumowując pierwszą część opracowania, należy jednoznacznie podkreślić interesujące podejście do omawianych zagadnień, a zawarte teksty są ciekawe i aktualne. Pozostaje jedynie niedosyt, że zawarto w niej zaledwie kilka artykułów. Praktycznie wszystkie, mimo pewnych niedoskonałości o charakterze podbudowy teoretycznej, zawierają wiele interesujących wskazówek na temat możliwości wykorzystania nowoczesnych technologii w turystyce i dziedzictwie kulturowym. Dodatkowo warto podkreślić praktyczność przedstawianych zagadnień. Dlatego też autorzy utwierdzają w przekonaniu, że z punktu widzenia dynamicznego rozwoju cyfryzacji, ta tematyka powinna być mocniej wyeksponowana. Szkoda, że nie zostało to poparte większą liczbą publikacji w tej części opracowania...

Druga część opracowania (*Tourism Business Environment – Current Developments and Experiences*) składa się z 12 artykułów, w których przedstawiono problematykę zmieniającego się biznesu turystycznego w skali mikro. Tu również zawarte teksty są mocno zróżnicowane pod względem tematycznym. I tak, znaczna część z nich poświęcona jest sektorowi hotelarskiemu; w opracowaniach poruszono m.in. zagadnienia związane z usługami hotelarskimi w aspekcie zastosowania mediów społecznościowych („*Measuring the Twitter Performance of Hotel E-Mediaries*”). W jednym z artykułów scharakteryzowano wybrane problemy ochrony środowiska w kontekście funkcjonowania branży hotelarskiej („*Looking*

for *Determinants of the Environmental Concern at the Hospitality Industry*”). Zaakcentowano w nim aspekty innowacji w tej branży. Ważne zagadnienia przedstawiono w opracowaniu poruszającym problem zasobów ludzkich („*The Importance of Human Resource Management for the Development of Effective Corporate Culture in Hotel Units*”), gdzie wyartykułowano relacje pomiędzy zarządzaniem zasobami ludzkimi a zarządzaniem korporacyjnym i strategicznym w branży hotelarskiej.

Część tekstów ma charakter bardziej ogólny i skupiona jest na funkcjonowaniu przedsiębiorstw turystycznych w warunkach zmieniającej się rzeczywistości, m.in. w kontekście zarządzania zmianami w sektorze turystycznym („*Modulation of Conditions and Infrastructure for the Integration of Change Management in Tourism Sector*”); wdrożenia systemu zarządzania ISO 9001 w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw („*The Impact of ISO 9001 Quality Management System Implementation in Tourism SMEs*”), czy innowacyjnego systemu oceny zdolności przedsiębiorstwa („*The Concept of the Innovative Tourism Enterprises Assessment Capability*”). Podobnie jak we wspomnianym wcześniej artykule związanym z zarządzaniem zasobami ludzkimi w hotelarstwie, ten sam problem omówiono w odniesieniu do ogólnych zasad funkcjonowania sektora turystycznego na przykładzie Grecji („*Human Resource Management, Strategic Leadership Development and the Greek Tourism Sector*”). Ciekawe rozważania przedstawiono w tekście skupionym na wykorzystaniu technologii internetowych, a w szczególności roli współczesnych systemów dystrybucji w rozwoju branży turystycznej („*The Strategic Role of Information Technology in Tourism: The Case of Global Distribution Systems*”). Znaczenie mediów społecznościowych ponownie omówiono w innym opracowaniu („*Social Media Tools and (E)Destination: An Italian Case Study*”). Wykazano m.in., w jaki sposób korzystanie z mediów społecznościowych może mieć kluczowe znaczenie dla zapewnienia konkurencyjności określonych obszarów recepcji turystycznej. Dokonano tego w oparciu o analizę porównawczą wybranych, zdaniem autorów najlepszych praktyk w tym zakresie.

Warto zauważyć, iż część opracowań odnosi się do zagadnień jeszcze ogólniejszych, wykraczających poza standardowe ujęcie branży turystycznej. Tym samym, zgodnie z opiniami autorów tych tekstów, rozważania te można odnieść do innych sektorów. Ciekawie prezentuje się część dotycząca modelu oceny elementów definiujących kulturę organizacyjną („*A Theoretical Model of Weighting and Evaluating the Elements Defining the Change of Organizational Culture*”). W oparciu o przegląd zasobów teoretycznych, autorzy wskazują, że proces zmiany kultury organizacyjnej może przebiegać w oparciu o analizowane trzy atrybuty. Bardzo ogólny charakter mają rozważania zawarte w opracowaniu pt. „*Entrepreneurship and Innovation: Current Aspects*”, gdzie autorzy podjęli się próby określenia zależności pomiędzy przedsiębiorczością a innowacjami. Dodatkowo przedstawiono w nim najważniejsze inicjatywy unijne na rzecz promowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach. Jako uzupełnienie warto dodać, iż jedyny z tekstów w tej części dotyczył problematyki związanej z działalnością touroperatorów w kontekście zmian zachodzących na międzynarodowym rynku turystycznym („*The Insight of Tourism Operators in Contemporary Business Environment*”).

Podsumowując, druga część opracowania charakteryzuje się sporym zróżnicowaniem tematycznym. Warto zauważyć, iż znaczną stanowią teksty skupione na zagadnieniach odnoszących się do branży hotelarskiej. Właśnie w tych artykułach mocno zaakcentowano problematykę innowacji. Okazuje się jednak, że najwięcej publikacji poświęcono zagadnieniom ogólnym (bardzo często nie odnoszącym się do aspektów w skali mikro). Ponadto, w niektórych podjęta tematyka nie ma bezpośredniego związku ani z turystyką, ani z kulturą. To z pewnością jedna z niewielu słabszych stron tej części opracowania. To samo tyczy się zawartości merytorycznej. Znajdziemy tu opracowania bardzo interesujące

i „mocne” pod względem teoretycznym i empirycznym, a z drugiej strony dość słabe, w których rozważania mają bardzo ogólny charakter.

Trzecia część opracowania (*„Methodological Frameworks, Tools and Approaches for Sustainable Tourism Management”*) składa się z 14 tekstów naukowych, które dotyczą problematyki metodologii i instrumentów wykorzystywanych na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki. Jak stwierdzono, są to artykuły odnoszące się do problemów występujących na poziomie określonych destynacji. Znaczna część opracowań dotyczy konkretnych rodzajów turystyki. Jako przykład można wskazać tekst nawiązujący do turystyki religijnej i termalnej (*„Project Cultour+: Building Professional Skills on Religious and Thermal Tourism”*), gdzie omówiono europejski projekt CULTOUR+, zorientowany m.in. na rozwój umiejętności zawodowych. W innym (*„Putting Social Innovation into Action: The Case of The Ecotourism at the Dominican Republic”*) skupiono się na problemach ekoturystyki, a konkretniej znaczeniu innowacji społecznych w rozwoju tej formy turystyki. Jednocześnie wskazano na aspekty odnoszące się do ochrony środowiska i zrównoważonego rozwojem. W artykule pt. *„The Information and Promotion of Rural Tourism in the Globalised Era: The Case of Madeira Island”* przedstawiono zagadnienia związane z turystyką wiejską, a w szczególności odnoszące się do informacji i promocji tej formy turystyki. Dokonano tego w oparciu o analizę wykorzystania nowoczesnych technologii informatycznych. Ciekawie prezentują się rozważania dotyczące określonych form turystyki zdrowotnej (*„Thermal Spring Health Tourism in Albania: Challenges and Perspectives”*). Skupiono się w nich na wyróżnieniu nie tylko wyzwań, ale również (a nawet przede wszystkim) obecnych problemów i barier rozwoju związanych z tym rodzajem turystyki (w oparciu o analizę zasobów Albanii). Odnotować warto również fragment, w którym dokonano ogólnego przeglądu koncepcji turystyki zrównoważonej wraz z opisem polityki na jej rzecz w aspekcie międzynarodowym z uwzględnieniem odpowiedniego podejścia metodologicznego (*„PM4SD as a Methodological Framework for Sustainable Tourism”*).

W trzeciej części nie brakuje również artykułów mocno zorientowanych na relacje pomiędzy turystyką a kulturą, a ściślej mówiąc określających wpływ kultury na rozwój zrównoważonych form turystyki (*„The Model Do-Di: An Emerging Methodology for the Management of the Relation Between Tourism, Culture and Development”*). Interesująco prezentują się rozważania zawarte w opracowaniu pt. *„In Search of Participatory Sustainable Cultural Paths at the Local Level—The Case of Kissamos Province-Crete”*, gdzie autorzy również odnoszą się do relacji pomiędzy turystyką a kulturą, a dokładniej – wskazują na scenariusze odpowiedniego łączenia zagadnień ochrony dóbr kultury i alternatywnego rozwoju turystyki. Co więcej, w tekście wyróżniono również najczęściej zauważane konflikty występujące w poszczególnych grupach interesariuszy, a które muszą być uwzględniane (i tym samym rozwiązywane) już na etapie planowania rozwoju turystyki. Zagadnieniom odpowiednich relacji poświęcono też inny artykuł (*„Participatory Decision-Making for Sustainable Tourism Development in Tunisia”*), w którym odniesiono się do badania zależności pomiędzy sektorem gospodarczym, środowiskowym i społeczno-kulturowym. W oparciu o przegląd literatury oraz badania własne autorów wyróżniono zalecenia wspomagające podejmowanie decyzji w kontekście popularyzowania zrównoważonego rozwoju turystyki w Tunezji. Z kolei w opracowaniu pt. *„Landscape, Culture and Place Marketing—The International Dance Festival in Kalamata, Greece”* problem relacji odniesiono do trzech sfer, tj. krajobrazu, kultury oraz wydarzeń. Jednocześnie podkreślono w nim znaczenie eventów w promocji określonych destynacji turystycznych. Zagadnieniu eventów poświęcono również tekst pt. *„Assessment of Impact-Contribution of Cultural*

Festival in the Tourism Development of Thessaloniki”, w którym autorzy dokonują stosunkowo wnikliwej oceny wpływu wydarzeń na rozwój turystyki w określonej destynacji.

Co ciekawe, również i w tej części opracowania można odnaleźć teksty odnoszące się do problematyki zastosowania technologii informatycznych. W artykule pt. „*Digital Strategies to a Local Cultural Tourism Development: Project e-Carnide*” omówiono jeden z projektów, umożliwiający rozpowszechnianie informacji tekstowych i wizualnych za pośrednictwem stron internetowych i aplikacji mobilnych.

W artykule pt. „*Is Silver Economy a New Way of Tourism Potential for Greece?*” przedstawiono natomiast problem rozwoju turystyki w odniesieniu do konkretnego segmentu rynku. Autorzy podejmują próbę ustalenia, jak decydenci greccy mogą wykorzystać wzrastające zainteresowanie seniorów podróżowaniem w zakresie ograniczania sezonowości, walki z kryzysem gospodarczym czy w ogóle stworzenia i rozwoju nowego, atrakcyjnego produktu turystycznego. W opracowaniu pt. „*The Role of Experience in Shaping Student Perception of the Significance of Cultural Heritage*” na przykładzie studentów przedstawiono rolę doświadczenia w kształtowaniu postrzegania dziedzictwa kulturowego. W oparciu o wnikliwie przeprowadzone badania, autorzy udowadniają, że doświadczenia te w istotny sposób wpływają na interpretację dziedzictwa, a tym samym na postrzeganie kultury.

W końcowym opracowaniu pt. „*Forecasting British Tourist Inflows to Portugal Using Google Trends Data*” w interesujący sposób zinterpretowano dane *Google Trends* i ich użyteczność w prognozowaniu liczby i struktury przyjazdów turystów brytyjskich do Portugalii. Co więcej, jak podkreślają autorzy, zastosowane metody mogą również pomóc przewidzieć popyt na usługi hotelarskie oraz sprawdzić, czy wykorzystywane dane są właściwie skorelowane z oficjalnymi informacjami z zakresu ruchu turystycznego w Portugalii.

Podsumowując, w trzeciej części opracowania zawarto 14 tekstów naukowych o bardzo szerokim zakresie tematycznym. Z pewnością mocną stroną tej części jest dość wysoka, ogólna wartość zastosowanych metod badawczych, co jednoznacznie wyróżnia te opracowania naukowe. I chociaż nie wszystkie teksty tematycznie są zgodne z tytułem tej części, można niemniej docenić je ze względu na ważność omawianych problemów.

Opracowanie opatrzone zbiorczym tytułem *Tourism, Culture and Heritage in a Smart Economy. Third International Conference IACuDiT, Athens 2016* można uznać za ciekawą publikację na rynku wydawniczym z zakresu turystyki, kultury oraz relacji występujących między nimi. Mocną stroną opracowania jest z pewnością jej obszerność zarówno pod względem liczby tekstów, jak również zróżnicowanego podejścia tematycznego. Interesująco prezentuje się również analiza problemów występujących w najróżniejszych podmiotach turystycznych i kulturalnych, czy w określonych destynacjach. Można więc śmiało stwierdzić, iż publikacja ta znajdzie szerokie grono odbiorców, zainteresowanych poszczególnymi aspektami turystyki, kultury, czy po prostu turystyki kulturowej. Podzielenie opracowania na trzy części, chociaż może nie do końca trafne i właściwe, niemniej pozwala na „zespole” publikacji w określone ramy tematyczne. Opracowanie można śmiało rekomendować nie tylko badaczom zajmującym się ww. zakresami tematycznymi, ale również praktykom, decydom i innym osobom.