

## Spółecznie organizowana turystyka kulturowa. Kontekst i zjawisko, doświadczenia i podmioty

Armin Mikos von Rohrscheidt  
armin@turystykakulturowa.org  
Uniwersytet Zielonogórski  
ORCID: 0000-0001-5811-9096

**Abstrakt:** Celem podjętego badania i będącego jego rezultatem opracowania jest rozpoznanie zjawiska określanego jako społecznie organizowana turystyka kulturowa oraz próba rozpoznania i opisu podmiotów aktywnych w jej organizowaniu. Przeprowadzona analiza ma dwa wymiary: formalny (służący ustaleniu kryteriów wyodrębniania, zdefiniowaniu społecznej turystyki kulturowej i osadzeniu tego zjawiska w kontekście turystyki jako całości) oraz podmiotowy (służy identyfikacji podmiotów organizujących ją, najczęstszych sposobów ich działań zarządczych oraz ich społecznych partnerów). Zastosowana metoda analizy to studium literaturowe. Na opracowanie, obok wprowadzenia, składają się trzy główne części. Pierwsza ukazuje kontekst analizowanego zjawiska w wymiarze badawczym, opisuje jego istotę oraz omawia relacje między nim a pokrewnymi formami turystyki. Druga zawiera analizę podmiotów zaangażowanych w kreację doświadczeń i produktów społecznie organizowanej turystyki oraz ukazuje spektrum ich aktywności. Pracę kończy część wnioskowa i zarysowująca problematykę dalszych badań.

**Słowa kluczowe:** turystyka społeczna, społecznie organizowana; turystyka kulturowa; produkt turystyczny

### Wprowadzenie: bezpośredni kontekst opracowania, cele i metodyka

W przeprowadzonej na użytek pierwszego krajowego Kongresu Turystyki Społecznej (2021) systematycznej analizy fenomenu turystyki społecznej, opisano go używając właśnie tego terminu (*turystyka społeczna*) jako najpowszechniej spotykanego w fachowych analizach oraz naukowej refleksji [Mikos v. Rohrscheidt 2021a]. Zastosowano je wówczas w odniesieniu do całego - bogatego i silnie zróżnicowanego – spektrum aktywności organizacyjnej, podejmowanych przedsięwzięć, tworzonych i dystrybuowanych ofert oraz wynikającej z nich faktycznej konsumpcji. Autor wspomnianego opracowania zaznaczył przy tym, że na użytek Kongresu (pierwszy raz podejmującego tę problematykę całościowo w skali krajowej) ogranicza się do analizy i prezentacji fenomenów, do których zdefiniowania lepiej nadaje się stosowany w polskiej refleksji naukowej paralelnie (choć rzadziej) termin „turystyki socjalnej”<sup>1</sup>. Akcentuje on wyraźniej dwie istotne cechy tej odmiany turystyki jako: 1) stanowiącej

<sup>1</sup> Szczegółowy wywód na temat opisowego użycia terminów „turystyka socjalna” i „turystyka społeczna” w piśmiennictwie fachowym i analizach, pokrywania się, względnie zróżnicowania ich znaczeń, kwestii społecznego zaangażowania w organizację turystyki jako wyróżnika tej jej odmiany (jak i odnośnie rozmaitych wymiarów tego zaangażowania) przedstawił Bogdan Włodarczyk [2010, s. 24-27], do którego tekstu wypada w tym miejscu odesłać Czytelnika.

z założenia jedno z narzędzi realizacji ważnych społecznie celów (głównie poprawy jakości życia słabszych warstw społecznych, ich inkluzji społecznej lub poszerzenia ich dostępu do edukacji), a jednocześnie 2) będącej przedmiotem wsparcia pokrywającego koszty realizacji programów całkowicie lub choćby częściowo, udzielanego bezpośrednio jej konsumentom (tu: beneficjentom) w formie m.in. bonów i dopłat, lub pośrednio, głównie przez dotacje i subwencje dla jej organizatorów [zob. Mikos v. Rohrscheidt 2021a, s. 16-21; 2021b, s. 16-17, zob. też Włodarczyk 2010, s. 34; Stasiak, Włodarczyk, 2012, s. 169].

We wspomnianym opracowaniu poza zakresem analizy świadomie pozostawiono równie bogate spektrum zjawisk niemających wyraźnego komponentu zewnętrznego wsparcia, jednak w zgodzie z sugerowanym przez Autora drugim, alternatywnym kryterium definiowania także mogących być uznanymi za przedsięwzięcia turystyki społecznej [Mikos v. Rohrscheidt 2021a, s. 15]. W odniesieniu do tej grupy przedsięwzięć o ich społecznym charakterze stanowi 1) kolektywne zaangażowanie w działania na rzecz aktywności turystycznej (mające charakter koncepcyjny, organizacyjny, odniesione do realizacji i dystrybucji), przy jednoczesnym założeniu 2) jego podejmowania przez uczestniczące podmioty i osoby bez komercyjnego celu osiągnięcia zysku. Na tak rozumianą turystykę społeczną (dla odmiany od turystyki ściśle socjalnej można określić ją jako *społecznie organizowaną*) składają się między innymi:

- przyjmujące formę aktywności turystycznej działania organizacji pozarządowych na rzecz i z udziałem własnych członków,
- przedsięwzięcia inicjowane i realizowane przez lokalne organizacje i środowiska, pod pewnymi warunkami także takie, które generują produkty płatne (zob. niżej),
- ukierunkowane na realizację jednej z polityk społecznych programy turystyczne lub zawierające taki komponent, realizowane przez samorządy w obszarach recepcji turystów, których beneficjenci są partnerami (usługodawcami) kreowanego w ten sposób produktu,
- przedsięwzięcia o charakterze turystycznym podejmowane spontanicznie przez grupy prywatne i pojedyncze osoby, ukierunkowane na pożytek grup socjalnie słabszych lub posiadających przejściowo nie zaspokojone potrzeby rekreacyjne,
- realizowane przez instytucje (np. oświatowe) programy edukacyjne na rzecz takich grup beneficjentów ze znaczącym udziałem jako partnerów organizacji społecznych lub wolontariuszy,

- oraz kilka innych, rzadziej występujących typów przedsięwzięć (zob. niżej, część 1). Dwie ostatnie z imiennie wymienionych grup przedsięwzięć uwzględniono w niniejszej analizie niezależnie od faktu, że mają one charakter pomocy socjalnej. Powodem jest fakt, że wyłączono je z analizy w ramach wspomnianego opracowania, jako że są one trudne do zweryfikowania (ponieważ opierają się na niesformalizowanej i rzadko tylko dokumentowanej aktywności inicjatorów i organizatorów) i jako takie nie mogą być poprawnie analizowane za pomocą metody studium literaturowego wykorzystanej we wspomnianym badaniu.

Uznając, że ten obszar organizacyjnej aktywności zasługuje na odrębną systematyczną analizę jako integralny składnik turystyki społecznej, pozostawiono go jako przedmiot dla kolejnych badań. Niniejszy artykuł stanowi uzupełnienie wspomnianej analizy o ten ważny komponent turystyki społecznej, dodatkowo coraz bardziej popularny i coraz lepiej rozpoznawalny w polskiej rzeczywistości kraju sąsiadującego z obszarem działań wojennych i będącego niespodziewanie obszarem docelowym licznej imigracji [zob. Mikos v. Rohrscheidt 2022a, s. 231-232].

W treści opracowania analizie zostaną poddane kolejno następujące pola problemowe: zjawiska składające się na społecznie organizowaną turystykę kulturową, pozycja tego obszaru organizacyjnej aktywności rozpatrywana w kontekście i relacji z formami turystyki o częściowo pokrywających się z nim celach, środowisku interesariuszy, grupach konsumentów i zakresach przedsięwzięć, komponenty doświadczeń wykorzystywanych w społecznie organizowanej turystyce kulturowej oraz podmioty najczęściej zaangażowane w jej organizację. Natomiast typy programów realizowanych w tak zakreślonych ramach kulturowej turystyki społecznej i poziom ich rozwinięcia z perspektywy produktu (propozycji) są przedmiotem osobnego opracowania [Mikos v. Rohrscheidt 2023].

**Metodą badania** przyjętą dla analizy materiału stanowiącego podstawę empiryczną dla niniejszego opracowania jest *studium literaturowe*. Metoda ta zapewnia ujęcie badanego zjawiska w szerszym kontekście (w tym także turystyki kulturowej) i pozwala na precyzyjne ustalenie kryterium wyodrębnienia i zdefiniowania całej przedmiotowej grupy przedsięwzięć jako działań o charakterze społecznym. Materiał dla potrzeb badania zgromadzono poprzez przegląd raportów krajowych i europejskich instytucji oraz organizacji, które w latach 2012-2022 zarządzały ofertą turystyki społecznej względnie systemami jej wspierania, a także w drodze

systematycznej analizy źródeł prac badawczych publikowanych w tym samym okresie w Polsce, wreszcie poświęconych tematyce turystyki społecznej monografii i opracowań publikowanych w głównych czasopismach naukowych o obiegu globalnym, a skoncentrowanych na turystyce organizowanej społecznie: przy zaangażowaniu podmiotów i osób w kreację doświadczeń, konstrukcję programu i/lub realizację wyprawy albo pobytu turystycznego przynajmniej w części nieodpłatnie lub bez ukierunkowania na zysk. Zgromadzony materiał wyselekcjonowano na podstawie dodatkowego kryterium zakładającego obecność walorów antropogenicznych wśród eksploatowanych zasobów lub/i obecność komponentów o profilu kulturowym w wymiarze doświadczeń turystycznych proponowanych ich uczestnikom.

## **1. Istota i kontekst badanego zjawiska: kwestie definicyjne i ustalenie wzajemnych relacji**

### **1.1. Turystyka społeczna: wymiar socjalny czy obszar społecznego zaangażowania?**

W najbardziej rozpowszechnionym ujęciu na turystykę socjalną składa się zróżnicowana grupa przedsięwzięć i programów, których głównym celem jest włączanie do aktywności turystycznych ludzi (i całych grup społecznych), którzy byliby z niej wyłączeni, gdyby takich lub podobnych działań na ich rzecz nie podjęto [Minnaert i in. 2011, s. 203-204]. Inaczej można ją także opisać jako te relacje i zjawiska w obszarze turystyki, które wynikają z uczestnictwa w podróżowaniu osób znajdujących się w słabszej sytuacji ekonomicznej lub w inaczej uwarunkowanym niekorzystnym położeniu [Mikos v. Rohrscheidt 2021a, s. 16; zob. też Hall 2000]. W zgodzie z innymi szerokimi definicjami turystyki jako takiej możemy turystykę socjalną zaprezentować także jako całokształt zjawisk związanych z aktywnością turystyczną (oraz płynącymi z niej pożytkami) ludzi, którzy bez wsparcia (w formie działań instytucjonalnych typu subsydiarnego lub/i działań społecznie podejmowanych) nie mogliby jej podejmować z jakiegokolwiek powodu oraz ludzi pochodzących z warstw społecznych znajdujących się w niekorzystnej sytuacji, a także ich relacje z interesariuszami turystyki na obszarach recepcji (czyli na terenach ich turystycznej aktywności) [zob. Bélanger, 2003, s. 25; *Opinia Europejskiego*

*Komitetu...*, 2006, p. 2.4.1]. Europejskie dokumenty wyraźnie wiążą przy tym działania organizatorów turystyki socjalnej i wspierających ich instytucji oraz pozostałych podmiotów, z szerszymi programami polityki społecznej z realizacją traktowanego jako jedno z praw ludzkich prawa do wypoczynku i podróżowania w czasie wolnym [Mikos v. Rohrscheidt 2021a, s. 16].

Polscy badacze turystyki społecznej w jej socjalnym wydaniu jako zasadnicze cechy wyróżniające ją podają 1) pełne lub częściowe dotowanie jej imprez lub przynajmniej ich organizowanie „po kosztach”, czyli bez komponentu zarobku, 2) ukierunkowanie zaliczanych do niej przedsięwzięć na realizację prawa (postulatu) powszechnego dostępu do turystyki różnych grup, w tym słabszych ekonomicznie i z rozmaitych powodów wykluczonych społecznie oraz 3) dążenie do zwiększenia poziomu popytu na usługi turystyczne, najczęściej w obszarach realizacji jej produktów [Włodarczyk 2010, s. 26-30, 34; Wojciechowska-Solis 2011, s. 10; Mikos v. Rohrscheidt 2021a, s. 20-21].

We wstępie do niniejszego opracowania wskazano dwa zasadnicze wymiary turystyki społecznej jako całości, które – każdy z osobna, a w niektórych przypadkach też wspólnie, zależnie od rozpatrywanego przedsięwzięcia - nadają jej cechę „uspołecznienia”: socjalny w powyższym rozumieniu tego terminu lub wynikający ze społecznego zaangażowania. Dlatego na użytek niniejszej analizy można przyjąć obejmującą obydwa te aspekty opisową definicję Bogdana Włodarczyka [2010, s. 34], która określa turystykę społeczną jako „rodzaj całkowicie lub częściowo dotowanej zewnątrz lub organizowanej na zasadach wolontariatu aktywności, mającej na celu realizację prawa powszechnego dostępu do turystyki, będącej także narzędziem do osiągnięcia innych, ważnych z punktu widzenia jej beneficjentów celów o charakterze społecznym (patriotycznych, wychowawczych, edukacyjnych, poprawy jakości życia itp.)”.

Przyjęcie powyższej (szerokiej) definicji turystyki społecznej pozwala uznać jako równoważne kryterium „uspołeczniające” aktywność w procesach zarządczych: organizacji przygotowywania, marketingu i realizacji oferty turystycznej, jeśli jest ona podejmowana i realizowana w formule społecznej, to jest we współdziałaniu, nie w ramach wykonywanej pracy zarobkowej oraz bez założenia generowania własnego zysku. Tę odmianę turystyki społecznej (w odróżnieniu od jej odmiany socjalnej, o której zaistnieniu decyduje dofinansowanie beneficjentów lub produktów) można określić jako *turystykę społecznie organizowaną*. Takie przedsięwzięcia jej gestorzy

mogą podejmować w ramach realizacji swojej misji organizacyjnej (jak to jest przykładowo w przypadku ruchów i organizacji krajoznawczych), z uwagi na własną społeczną wrażliwość (co dotyczy wolontariuszy uczestniczących w realizacji programów), czy w celu kształtowania pozytywnego wizerunku publicznego, co realizują m.in. podmioty rynkowe włączające w programy swoje usługi świadczone po kosztach [Geise 2011, s. 40; 44-46; Idziak 2011, s. 53; Stasiak i Włodarczyk 2012, s. 170-172].

W tym kontekście za turystykę społeczną można i należy uznać również dystrybuowaną w warunkach rynkowych ofertę turystyczną, którą lokalne wspólnoty (*community based tourism*) kreują i świadczą w formule uspołecznionej [Idziak 2011, s. 54-55; Stasiak i Włodarczyk 2012, s. 170-171] – także przy założeniu zysku płynącego z tej działalności, o ile zysk ten przeznaczony jest na cele służące społeczności (np. realizację lokalnych projektów społecznych), a nie indywidualnie konsumowany przez uczestniczące podmioty.

Odrębną kwestią jest przynależność do turystyki społecznej jeszcze innych typów przedsięwzięć. Są to organizowane przez podmioty rynkowe (m.in. klasyczne biura podróży) wyprawy i pobyty turystyczne, których uczestnicy (zwykle mieszkańcy zamożnych krajów północnej hemisfery) włączają się w rozmaite społecznie zaangażowane projekty ukierunkowane na rozwój lokalnej społeczności. Opłacający pełną cenę za wypoczynek turyści jednocześnie podejmują nieodpłatną pracę przy takich projektach (budowlanych, edukacyjnych, kulturalnych i innych [Geise 2011, s. 40-47; Idziak 2011, s. 55]).

## **1.2. Społecznie organizowana turystyka kulturowa: istota zjawiska i spektrum przedsięwzięć**

Jeśli za kryterium definiowania (oraz wyróżnienia wewnątrz fenomenu turystyki społecznej jako większej całości) przyjąć właśnie uspołecznienie jej inicjatorów, organizatorów i oferentów, to takie kryterium turystyki społecznej (TS) należy pojmować szeroko. Przy przyjęciu takiego kryterium „uspołecznienia” dalece niekompletna, jednak w opinii autora dobrze reprezentująca spektrum tego zjawiska lista obejmuje typy przedsięwzięć wyliczonych w poniższym zestawieniu. Zaznaczmy jeszcze, że wśród wymienionych tu typów programów tylko część można wprost zaliczyć do turystyki kulturowej. Należą one do niej wówczas, kiedy realizują głównie

lub przynajmniej w znaczącym stopniu cele zbieżne z jej założeniami („kulturowe”), takie jak uczestnictwo (ich konsumentów) w kulturze: udział w performance`u kultury (rozumianym jako przedstawienia, koncerty, występy i inne formy jej przejawiania z udziałem publiczności) oraz w zorganizowanych praktykach kulturowych, konfrontacja z własnym / innym kręgiem kulturowym poprzez zanurzenie w jego żywych praktykach (przez aktywne zapoznawanie się uczestników z kulturą życia codziennego odwiedzanych obszarów i ich mieszkańców: obrzędy, spotkania, kulinaria, zakupy itd.), popularyzacja dziedzictwa (w praktyce: konsumpcja jego doświadczeń, ewentualnie doświadczenia kreatywne, autonomiczna eksploracja), edukacja historyczna (udział w jej programach podczas wyjazdu) czy wyrównywanie deficytów kapitału kulturowego grupy docelowej; przez realizację spójnych programów eksploatacji i konfrontacji za pomocą metodycznych działań [zob. Mikos v. Rohrscheidt 2018a, s. 53-63]. Oto zapowiedziana lista<sup>2</sup>:

1) Działania stowarzyszeń i innych organizacji pozarządowych na rzecz swoich członków (finansowane ewentualnie z ich składek, jednak zawierające poważny i niezbędny dla realizacji całości komponent pracy społecznej czy wprost wolontariackiej). W tej grupie mogą mieścić się zarówno działania/przedsięwzięcia podejmowane społecznie (bo bez wynagrodzenia, w ramach uczestnictwa w stowarzyszeniu), jak i te spełniające jednocześnie kryterium turystyki socjalnej (to jest dotowania poprzez jednostkowe lub systemowe pozyskiwanie subwencji ze środków publicznych). Typowym przykładem może być działalność Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego, którego znakomita większość członków angażuje się w ruch krajoznawczy społecznie, w jego działalność systemowo włączają się wolontariusze (jak wykonawcy inwentaryzacji krajoznawczych czy znakarze dbający o aktualność oznaczeń i infrastruktury terenowych rekreacyjnych szlaków turystycznych), a które jednocześnie dla organizacji wycieczek edukacyjnych dla uczniów i tematycznych rajdów pozyskuje subwencje ze środków agend rządowych i samorządowych. Innym przykładem może być działalność podmiotów nieformalnej edukacji, jak polskie Uniwersytety Trzeciego Wieku i odpowiedniki w innych krajach (jak niemieckie Volkshochschulen), w ramach której wyjazdy turystyczne są odpłatne, jednak często dotowane przez pozyskiwane środki zewnętrzne. Podobnie do tego

---

<sup>2</sup> Listę opracowano na podstawie badania literaturowego obejmującego analizy i publikacje poświęcone w całości lub w odnośnych fragmentach turystyce socjalnej i społecznie organizowanej: Włodarczyk 2010, Geise 2011, zwł. s. 43-46, Idziak 2011, Stasiak 2011, Stasiak i Włodarczyk 2012, Davis 2011, Mikos v. Rohrscheidt 2018b, 2020a, 2020b, 2021b, 2021d, Kociszewski 2016, 2017, 2021, Kowalczyk 2022, Nowak 2021, zwł. s. 125-129; Osojca-Kozłowska 2021, s. 98-109].

rodzaju programów zaliczyć można działania - licznych w krajach zachodnich - towarzystw przyjaciół muzeów, cyklicznie organizujących wycieczki. Przykłady realizacji programów edukacji i konfrontacji z zasobami dziedzictwa w ramach tak rozumianej społecznie organizowanej turystyki można znaleźć w opracowaniach dotyczących turystyki dziedzictwa i historii lub w analizach aktywności turystycznej muzeów i społecznych środowisk wspierających ich działalność.

2) Przedsięwzięcia podejmowane i realizowane przez lokalne organizacje, a także nieformalne środowiska lub nawet spontanicznie (w tym celu) zawiązujące się grupy, wreszcie całe społeczności mieszkańców (głównie terenów wiejskich). Z punktu widzenia przedmiotu niniejszego opracowania szczególnie interesujące są te spośród nich, które ukierunkowane są na podtrzymanie i popularyzację własnego dziedzictwa, w tym jego cennych zasobów (przyrodniczych, kulturowych, materialnych lub niematerialnych). Do turystyki społecznej można zaliczać je także wówczas, kiedy zawierają komponenty (odpłatnych) usług turystycznych czy nawet przyjmują formę rozwiniętych produktów wprowadzanych na rynek turystyczny, jednak ewentualne zyski z ich dystrybucji (po pokryciu kosztów uczestników i świadczenia usług) są przeznaczane na cele statutowe organizacji społecznej, na wspieranie danego wymiaru aktywności społecznej, utrzymanie zasobów dziedzictwa czy inne cele wspólnie uznane za pożyteczne.

3) Przedsięwzięcia podejmowane w obszarze recepcji i przez jego mieszkańców społecznie (a tym samym nieodpłatnie, bo realizowane najczęściej na zasadzie świadczenia pracy społecznej, świadczeń rzeczowych na rzecz wspólnego przedsięwzięcia, wolontariatu przy obsłudze turystów i kreacji doświadczeń turystycznych itd.), jeśli służą organizowaniu na tym obszarze oferty dla społecznie słabszych lub dyskryminowanych konsumentów (w tym przypadku: beneficjentów turystyki socjalnej), a udział i konsumpcja tych produktów jest im proponowana bezpłatnie, w znaczącej części dotowana lub przynajmniej świadczona „po kosztach”, czyli bez zysku pochodzącego od konsumentów.

4) Podejmowane przez samorządy na obszarach recepcji turystycznej programy (pro) turystyczne lub przynajmniej zawierające wyodrębniony albo intensywnie występujący komponent turystyczny, które zakładają udział samych beneficjentów (jednocześnie mieszkańców) jako partnerów. W tym wypadku beneficjenci programów stają się gestorami poszczególnych usług turystycznych: usług recepcji, rekreacji, animatorów doświadczeń tematycznych i innych, lub są



zarządcami zwiedzanych atrakcji albo udostępniają inne wykorzystywane zasoby. Dzięki tej strukturze uczestnictwa i uspołecznienia cechę turystyki społecznej programy te zachowują także wówczas, kiedy nie zakłada się dotacji wspomagającej realizację finalnego produktu ani na rzecz jego konsumentów (tu: turystów), szczególnie jeśli w ramach samego programu organizacja i sprzedaż oferty turystycznej jest jednym z wymiarów realizacji celów z dziedziny polityk społecznych, na przykład aktywizacji społecznej albo integracji poszczególnych grup mieszkańców. Tę grupę działań można uznać za przedsięwzięcia podejmowane społecznie na rzecz „regularnej” turystyki (to jest tworzenie i dystrybucji produktów dystrybuowanych po rynkowych cenach), a ich społeczny charakter ma właśnie ów nie wynagradzany wkład pracy. Same przedsięwzięcia mogą być przy tym podejmowane z rozmaitych pobudek, np. służyć rehabilitacji, rekreacji, mieć w odniesieniu do ich uczestników (konsumentów) charakter edukacyjny czy nawet terapeutyczny.

5) Aktywności podejmowane i realizowane w formie oferty turystycznej przez tzw. podmioty ekonomii społecznej. Są one zaliczane do sfery przedsiębiorczości społecznej w turystyce i często określa się je mianem *turystyki społecznie zaangażowanej* [Nowak 2021, s. 125]. Warto zauważyć, że przedsiębiorczość społeczna w turystyce dotyczy najczęściej właśnie obszaru recepcji ruchu turystycznego, a głównymi beneficjentami podejmowanych działań są właśnie jego mieszkańcy: turystyka, sport, rekreacja i hobby są także w Polsce najpopularniejszą formą aktywności prowadzących działalność gospodarczą pożytku publicznego organizacji non profit. Przedsiębiorstwo społeczne to podmiot działający wprawdzie w realiach rynkowych, ale powołany głównie dla realizacji ważnych celów społecznych [Stasiak, 2011 s. 378]. Niektóre z takich podmiotów, jak spółdzielnie socjalne świadczą m.in. usługi hotelarskie i gastronomiczne, zatrudniając do tego osoby zagrożone wykluczeniem społecznym lub znajdujące się w trudnym położeniu sytuacji na rynku pracy [Nowak 2021]. Celem przedsiębiorczości społecznej, realizowanymi w formule produktów turystycznych może być przełamywanie społecznego wykluczenia niektórych grup czy ograniczanie skali bezrobocia w danej społeczności, ale bywa nim także zachowanie lokalnego dziedzictwa i ożywienie jego praktyk [Mikos v. Rohrscheidt 2020a, s. 280-282].

6) Przyjazdowa turystyka społecznie zaangażowana, na której - skądinąd także urozmaicone - spektrum składają się działania uznane za służące ważnym, wartościowym celom społecznym oraz podejmowane z udziałem nieodpłatnym (i tym

samym „społecznym”), ale także oferty przyjmujące postać zwykłych, komercyjnych produktów, nabywane i konsumowane z myślą o wsparciu społeczności przyjmujących jako gospodarzy (w tym bezpośrednich, bo oferujących konkretne usługi), wspieraniu poprzez opłaty zrównoważonego rozwoju obszarów recepcji, a nawet wolontariackiego zaangażowania na ich rzecz podczas spędzania wakacji [Geise 2011, Włodarczyk 2010]. Przy braku zaangażowania konsumentów w pracę na rzecz społeczności ta odmiana turystyki lokuje się na granicy przyjętego przez autora kryterium uspołecznienia, jednak jako argument za jej zaliczeniem do niniejszego zestawienia przemawia nie tyle formuła zaangażowania, co cel tworzenia samego programu i przeznaczenie pozyskanych środków.

7) Liczna, choć ze względu na brak dokumentacji trudna do uchwycenia w analizach, grupa spontanicznie podejmowanych i niesformalizowanych przedsięwzięć osób lub grup prywatnych o charakterze turystycznym, ukierunkowanych na pożytek grup socjalnie słabszych lub posiadających przejściowo nie zaspokojone potrzeby rekreacyjne (jak imigranci - uchodźcy) oraz podejmowane przez instytucje (np. oświatowe) programy edukacyjne na rzecz takich grup beneficjentów.

8) Turystyczne programy i konkretne przedsięwzięcia o charakterze turystycznym podejmowane przez liderów i uczestników ruchów ekologicznych, ruchów i stowarzyszeń działających na rzecz turystyki zrównoważonej, równościowej i emancypacyjnej, integracji imigrantów czy upodmiotowienia grup defaworyzowanych, które wspólnie można by określić „turystyką na rzecz upodmiotowienia” [zob. Mikos v. Rohrscheidt 20230a, s. 479-486]. Tę grupę przedsięwzięć zaliczyć tu można na podstawie deklarowanych celów danej organizacji i analizy programów pod kątem zgodności z nimi, jako dodatkowe kryterium przyjmując weryfikację, że dane przedsięwzięcie jest realizowane z inicjatywy takiej organizacji lub przynajmniej przy jej formalnym i wyraźnie stwierdzonym współdziałaniu, a nie stanowi wyłącznie komercyjnej oferty turoperatora lub gospodarza pakietu pobytowego, zaledwie dostosowanej do potrzeb i preferencji danej grupy konsumentów.

Jak widać z powyższego, w odniesieniu do wielu z opisanych obszarów aktywności współtworzących fenomen turystyki społecznie zaangażowanej, inicjatorami i głównymi organizatorami oraz zarządcami programów są niekomercyjne, pozarządowe podmioty społeczne (tzw. organizacje „trzeciego

sektora”). Próbując opisać to środowisko w skali naszego kraju należy wskazać na kilka jego zasadniczych cech: 1) dużą liczebność aktywnych podmiotów, 2) znaczącą różnorodność ich misji społecznych i formuł działania, a w konsekwencji także obszarów zaangażowania w turystykę, 3) wielką różnorodność profiliową organizowanych programów turystycznych, 4) znaczne różnice w standardach usług składowych (w zasadzie uniemożliwiające opisanie programów jako jednolitej kategorii ofertowej) oraz 5) stosunkowo niewielką skalę działania poszczególnych organizacji (poza nielicznymi wyjątkami, np. PTTK). Ta ostatnia cecha wyznacza największą bodaj różnicę w stosunku do tych krajów Unii Europejskiej, w których programy turystyki społecznej na wielokrotnie większą skalę realizują społeczne organizacje (m.in. stowarzyszenia pożytku publicznego, ruchy ekologiczne czy spółdzielnie konsumenckie). Same będąc znacznie liczniejszymi, silniejszymi, okrzeple i posiadające znaczne doświadczenie organizacyjne, a także w znacznie większym stopniu wspierane przez władze publiczne (bez zbędnych biurokratycznych barier czy uznaniowości urzędniczych decydentów) zadaniują one do tego wewnętrzne wyspecjalizowane komórki lub tworzą wyodrębnione agencje celowe [Wojciechowska-Solis 2011, s. 12; Mikos v. Rohrscheidt 2021b, s. 28-32].

Z kolei wśród bogatego spektrum ofert i programów *turystyki kulturowej* występuje (i to w znacząco wyższym odsetku niż w większości innych form turystyki, poza oczywiście socjalną) zjawisko niekomercyjnego udostępniania zasobów odwiedzającym oraz organizacji lokalnych propozycji turystycznych. Mowa o m.in. bezpłatnym udostępnianiu obiektów dziedzictwa i centrów interpretacji (w tym samych walorów i infrastruktury interpretacyjnej) dla realizacji programów edukacyjnych z udziałem określonych grup uczestników (uczniów, osób angażujących się w programy lokalnych ośrodków kultury, seniorów, słuchaczy tzw. otwartych instytucji edukacyjnych: społecznych, samorządowych i innych realizujących programy edukacji nieformalnej), dotowane pobyty edukacyjne i integracyjne dla takich grup beneficjentów (w tym dopłaty do noclegów, transferu, posiłków) albo podróże edukacyjne finansowane przez władzę publiczną (samorządową, centralną) za pośrednictwem uczelni i szkół. Niezależnie od tego niekoniernie z myślą o organizacji turystyki na zasadach rynkowych (z komponentem zysku) opracowuje się, przygotowuje i realizuje liczne lokalne propozycje (moduły) doświadczenia dziedzictwa lub konfrontacji z przejawami kultury włączane do programów pobytu

turystów, a nawet całe częściowo zagospodarowujące ich czas pakiety złożone z kilku działań (interpretacyjnych, animujących doświadczenia) i usług [Mikos v. Rohrscheidt 2020a, s. 67].

Dla konsumentów te moduły programu lub pakiety są wówczas bezpłatne lub obejmują płatne elementy dodatkowe, które jednak nie pokrywają całkowitych kosztów ich opracowania, wytworzenia albo realizacji. Uzasadnieniem przyjęcia takiej formuły organizacji produktów (czy raczej programów<sup>3</sup>) jest zwykle fakt, że ich główny cel (przykładowo: popularyzacja lokalnego czy regionalnego dziedzictwa albo działań służących jego ochronie, animacja życia kulturalnego, zwiększenie frekwencji na imprezach kulturalnych) nie posiada charakteru komercyjnego, a ich gestorzy (organizacje, agendy samorządowe, instytucje kultury, stowarzyszenia ochrony i popularyzacji dziedzictwa zarządcy obiektów dziedzictwa) lub gospodarze (właściciele lub zarządcy zasobów i organizowanych doświadczeń) w ramach wypełniania swojej misji realizują je z własnych funduszy lub/i ze środków publicznych lub pozyskiwanych w ramach wsparcia polityk społecznych albo lokalnych programów kulturalnych.

Rozpatrując tytułowy społeczny wymiar turystyki kulturowej jako całości, w ramach tego zróżnicowanego fenomenu należy w grupie jej aktywnych interesariuszy zauważyć znaczący udział organizacji *non profit* funkcjonujących jako zarządcy zasobów dziedzictwa, gestorzy przestrzeni i doświadczeń dziedzictwa oraz żywych doświadczeń współczesnej kultury, pracujących społecznie przewodników i innych interpretatorów [szerzej: Mikos v. Rohrscheidt 2020a, s. 117 -137].

Przykładowo, również w Polsce niektórymi (a w nietkniętych przymusową nacjonalizacją epoki socjalizmu Europie Zachodniej i Ameryce Północnej – daleko liczniejszymi) zabytkami zarządzają stowarzyszenia, fundacje i inne organizacje, których działania koncentrują się m.in. na ochronie i popularyzacji dziedzictwa, integracji lokalnej społeczności czy konkretnych grup społecznych albo animacji aktywności kulturalnej. Podobnie aktywnymi interesariuszami niematerialnego dziedzictwa, zaangażowanymi także w jego tematyczne doświadczenia dla turystów (których liczba rośnie powoli także w Polsce) są instytucje kultury (jak muzea i centra interpretacji dziedzictwa) i lokalne stowarzyszenia, bazujące na nieodpłatnej pracy swoich członków lub/i wolontariuszy, względnie realizujące takie doświadczenia

---

<sup>3</sup> Szerzej na temat wewnętrznego zróżnicowania oferty turystyki kulturowej na produkty i (niemające charakteru rynkowego) programy oraz różnic między nimi zob. Mikos v. Rohrscheidt 2020a, s. 66-70.

nieodpłatnie dla mieszkańców i zainteresowanych nimi turystów albo społecznie zarządzane ekomuzea, które ewentualny zysk przeznaczają na realizację elementów własnej misji społecznej. W tak zarządzanych obiektach i w związku z realizacją takich programów pierwszeństwo przyznaje się funkcjom i działaniom realizującym misję i cele organizacji zarządczej, m.in. ożywienie kulturalne miejscowej społeczności, programy integracji młodzieży, czy formacji własnych członków. Korzystają na tym także turyści. Zwykle ich wizyty, obsługa ich potrzeb i doświadczeń, a także postulaty organizatorów przedsięwzięć turystyki kulturowej są podporządkowane wiodącym celom takich instytucji i organizacji. Jednak współpraca z organizatorami i wykonawcami przedsięwzięć turystyki kulturowej może być traktowana jako jeden z priorytetów w działalności podmiotu społecznego (jak stowarzyszenie, fundacja), dla którego zarządzana przezeń atrakcja jest przestrzenią kluczowych aktywności obejmujących ożywienie niematerialnych praktyk dziedzictwa kulturowego (np. regularny performance kulturalny, kreatywne warsztaty, cykliczne pokazy) lub produkcji i dystrybucji jego materialnych artefaktów, albo jego popularyzacji poprzez samą interpretację obiektu i jego historii, regularne działania edukacyjne realizowane *in situ* czy cykliczne eventy tematyczne skokowo zwiększające zainteresowanie obiektem (i reprezentowanym wymiarem dziedzictwa) i frekwencję publiczności. Wówczas gestorzy produktów turystyki kulturowej i organizatorzy jej społecznych programów mogą oczekiwać otwartości na potrzeby turystów (w tym w sferze doświadczeń), a nawet inicjatywy gospodarza w zakresie tworzenia programów zwiedzania i szerzej zakrojonych działań służących interpretacji dziedzictwa w takim obiekcie [Mikos v. Rohrscheidt 2020a, s. 121].

### **1.3. Wspierana aktywność i oferta turystyczna z komponentami kulturowych doświadczeń czyli: czy istnieje kulturowa turystyka socjalna?**

Założenia i kryteria turystyki społecznej w jej socjalnym wydaniu opisano wyżej. W kontekście aktualnych priorytetów polityki państw demokratycznych z rozwiniętymi gospodarkami, w tym członków Unii Europejskiej oraz jej centralnych organów należy się spodziewać, że udział takich aktywności i programów w ogólnym wolumenie wypraw i pobytów turystycznych będzie stopniowo rósł [Mikos v. Rohrscheidt 2020a, s. 444].

Aktualnie do najliczniejszych grup beneficjentów turystyki socjalnej należą ludzie o skromnych dochodach (zatrudnieni i niepracujący), rodziny słabe ekonomicznie, samotni rodzice i członkowie rodzin opiekujący się dziećmi, rodziny zastępcze, dzieci i młodzież żyjące w środowiskach niekorzystnych dla ich osobowego rozwoju, seniorzy, zwykle także mający niższe niż przeciętne dochody oraz pogarszający się stan zdrowia, czasem izolowani od dotychczasowych środowisk i aktywności społecznych, osoby trwale niepełnosprawne lub będące w trakcie powypadkowej rehabilitacji, opiekunowie osób trwale niepełnosprawnych, obłożnie chorych lub zależnych od pomocy, młodzież jako cała grupa społeczna, imigranci, szczególnie z krajów niezamożnych i oddalonych kulturowo od kraju przyjmującego albo uchodźcy oraz różne grupy defaworyzowane lub dyskryminowane w danym społeczeństwie [Wojciechowska-Solis 2011, s. 10; Stasiak 2010, 40-41; Mikos v. Rohrscheidt 2021a, s. 18].

Przedsięwzięcia turystyki socjalnej o profilu kulturowym (ukierunkowane na poznawanie dziedzictwa i kultury współczesnej, integrację w wymiarze kulturalnym, intensyfikację uczestnictwa ich uczestników-beneficjentów w kulturze lub przynajmniej z wiodącym lub wyraźnie występującym komponentem poznawczym (albo wprost edukacyjnym) nie służą tylko dostarczeniu ich uczestnikom okazji do podróżowania w czasie wolnym. Powinny one także, o ile nie w pierwszym rzędzie, wspierać procesy wyrównywania ich deficytów wiedzy i doświadczeń kulturalnych, współtworzyć ich kulturowy i społeczny kapitał względnie (pośrednio lub bezpośrednio) inspirować ich i motywować do zaangażowania się w społeczeństwie w formule dla nich atrakcyjnej oraz dostępnej lub do kontynuowania swojej społecznej aktywności [zob. Mikos v. Rohrscheidt 2018a, s. 57-61].

W ramach opisanej wyżej, licznej i zróżnicowanej grupy beneficjentów współczesnej turystyki socjalnej, programy i propozycje realizowane aktualnie w krajach rozwiniętych i zawierające kluczowe lub wyraźne komponenty poznawcze, edukacyjne i eksploatujące wątki dziedzictwa albo doświadczenia i aktywności o profilu kulturalnym ilościowo przeważające lub choćby liczne, adresowane są głównie do pięciu grup beneficjentów. Są to: 1) młodzież ucząca się i niesamodzielną ekonomicznie z powodu braku pracy (*youth tourism*), 2) ubogie rodziny (*family tourism*), 3) osoby niepełnosprawne i przewlekle chore, w tym dzieci (*accessible tourism*), 4) seniorzy, głównie z grup ekonomicznie słabszych, choć niektórzy zaliczają ich do tej grupy również z powodu wynikających z wieku ograniczeń

aktywności (*senior tourism*) oraz 5) imigranci, szczególnie w sytuacji ich masowego napływu [Mikos v. Rohrscheidt 2020a, s. 446; 2021b, s. 27; 2022a, s. 231-232]. W przypadku pierwszej z wymienionych grup pierwszorzędym celem tworzenia i realizacji wspieranych programów turystycznych jest poszerzenie wiedzy beneficjentów przez doświadczenia podróży, umożliwienie im uczestnictwa w kulturze oraz wymianie kulturowej, praktyczne zachęcenie ich do integracji przekraczającej grupy społeczne i etniczne (w tym europejskiej) oraz wsparcie w budowaniu przez nich indywidualnego kapitału kulturowego. W grupie drugiej głównym celem organizowania aktywności turystycznych jest zapewnienie wakacji poza miejscem zamieszkania, nieosiągalnych przy wymaganiu samodzielnego opłacenia i wzmacnianie relacji rodzinnych jako podstawy kapitału społecznego. W grupie czwartej celem wiodącym jest umożliwienie podróży i rekreacji (jako indywidualnego prawa) z niezbędną, nieraz kosztowną opieką i w warunkach zapewniających poprawę fizycznej kondycji, a przynajmniej nie zagrażających jej pogorszeniem. W odniesieniu do niepełnosprawnych chodzi głównie o umożliwienie im aktywności turystycznej przez zapewnienie dotacji i warunków niwelujących ich fizyczne ograniczenia [Tamże, s. 444-445]. Z kolei w ostatniej grupie (imigranckiej) potrzeby integracyjne i poznawcze (wyraźnie ukierunkowane na społeczeństwo przyjmujące: jego dziedzictwo, kulturowe standardy oraz wzorce zachowań społecznych – tzw. kulturę codzienną) wydają się być przynajmniej równoprawne w stosunku do prymarnego wyzwania wynikającego z traumy nagłej emigracji (szczególnie wymuszonej przez działania wojenne lub drastycznie przebiegające kryzysy ekonomiczne) i domagającego się kompensowania przez stworzenie stabilnego otoczenia, także z udziałem przemysłowej i dobrze zaprojektowanej rekreacji w czasie wolnym.

Jak widać z powyższego, komponent kulturowy jest wyraźnie pożądanym i obecnym w turystyce socjalnej seniorów i młodzieży, a także imigrantów. Dotyczy to zarówno poziomu celów i misji podmiotów organizujących lub wspierających ją, jak i poziomu samej oferty, co uwyraźnia struktura programów organizowanych, względnie dotowanych wypraw i pobytów. Z kolei w turystyce socjalnej osób niepełnosprawnych i rodzin niezamożnych oraz wielodzietnych „kulturowy” i w ogóle poznawczy czy edukacyjny komponent nie posiada wprawdzie priorytetu, jako że ich zasadniczym celem pozostaje możliwie aktywna rekreacja. Jednak nie ma przeszkód, by również w ofercie dla tych grup beneficjentów znalazły się wycieczki objazdowe

o profilu tematycznym i edukacyjnym, pakiety pobytowe o charakterze kreatywnym eksploatujące treści dziedzictwa lub rozliczne wymiary współczesnej kultury, o ile zostaną one dostosowane do demograficznego profilu uczestników i ich fizycznych możliwości. Mogą one tworzyć odrębne kategorie w propozycji organizatorów produktów turystyki socjalnej, a w ramy pozostałych programów (głównie rekreacyjnych) mogą być włączane pojedyncze moduły zawierające treści edukacyjne i aktywności o charakterze poznawczym lub kreatywnym, ukierunkowane na realizację celów poszczególnych polityk społecznych (np. integracji społecznej i przeciwdziałania wykluczeniu).

Rozpatrując kwestię pożytków z uprawiania turystyki kulturowej płynących m.in. dla uczestników jej wspieranych zewnętrznie przedsięwzięć (czyli kulturowej turystyki socjalnej), należy szczególnie podkreślić problematykę ich wkładu w budowanie kapitału kulturowego, ale i społecznego oraz wyrównywanie deficytów tych kapitałów. Systematycznej analizy tego zagadnienia dokonał w odrębnym opracowaniu A. Mikos v. Rohrscheidt [2018a]. W tym miejscu warto w największym skrócie streścić tamten wywód. Samo uprawianie turystyki kulturowej jest jedną z form uczestnictwa w kulturze, jako że mieści w sobie doświadczenie jej wytworów oraz konfrontację z praktykami kulturowymi, co przekłada się na poznawanie powszechnych standardów i wzorców, inicjowanie procesów ich interioryzacji i inspirowanie do aktywności twórczej i odtwórczej w tym zakresie [Tamże, s. 53, zob. też Golka 2007, s. 120-122]. Jednak uczestnictwo w kulturze nie wyczerpuje się na (twórczym) formułowaniu, odbieraniu i interpretowaniu treści symbolicznych, ale pobudza osobę zaangażowaną w nie do refleksji i działania oraz tworzy podstawy do zawiązywania relacji między ludźmi w kolejnym wymiarze, ustanawiając między ludźmi przynajmniej chwilowe stosunki i pozwalając im nabyć kolejne doświadczenia, nową wiedzę oraz nowe kompetencje kulturowe [Krajewski 2013, s. 50–51]. Uprawiający turystykę kulturową doświadczają i poznają nie tylko kolejne wymiary własnego kręgu kulturowego, ale również – przez konfrontację z „obcym” dziedzictwem i jego gospodarzami – otwierają się na inne kręgi, pozyskują wiedzę o tworzących je ludziach i społecznościach oraz ich dziedzictwie, poszerzają swoje horyzonty intelektualne i otrzymują silny impuls dla własnej refleksji oraz dla kształtowania postawy tolerancji [Mikos v. Rohrscheidt 2018a, s. 54].

Uczestnictwo w kulturze to także wymiana, przetwarzanie, wykorzystanie treści kulturowych płynących z procesu komunikacji nadawców i odbiorców. Dlatego ta



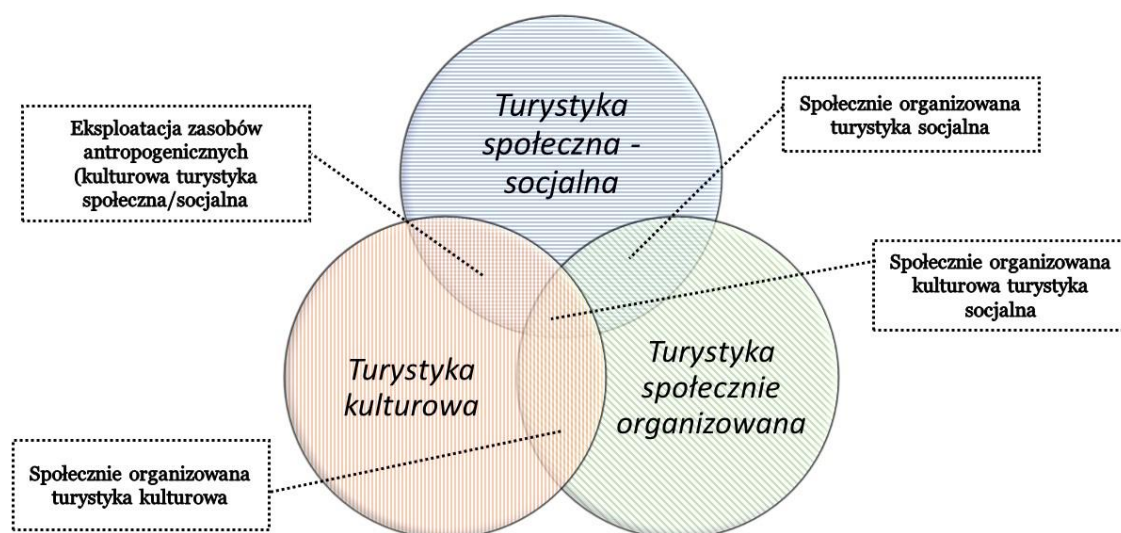
forma podróżowania w czasie wolnym, organizując aktywności swoich uczestników z jednej strony bazuje na ich kompetencjach, umożliwiających wymianę i transformację treści kulturowych, z drugiej zaś przyczynia się do budowania i rozwijania ich kapitału społecznego [Tamże]. Ta aktywność turystów kulturowych poprzez wyjazdy do miejsc o wysokim statusie kulturowym i miejsc prestiżowych aktywności kulturalnych oraz dzięki uczestniczeniu w doświadczeniach dziedzictwa i przejawów żywej kultury wywiera bardziej lub mniej zauważalny wpływ na zwiększanie indywidualnego kapitału kulturowego, zwłaszcza w jego pierwszej (tzw. ucieleśnionej) postaci. Obejmuje ona trwałe dyspozycje jednostki umożliwiające jej funkcjonowanie w wymagającym otoczeniu kulturowym, a konkretyzuje się między innymi jako określony typ i poziom kompetencji (np. poprawnego używania języka, umiejętności zachowania w określonych sytuacjach, świadomego odbioru treści, gustu artystycznego czy smaku estetycznego). Jako że podróże w czasie wolnym są też okazją do nabywania materialnych artefaktów, a wiedza uzyskana w ich trakcie pomaga w jakimś stopniu zdobyć kolejne poziomy formalnego wykształcenia, zwłaszcza w niektórych dziedzinach (jak choćby etnografia czy historia sztuki), mogą one mieć jakiś wpływ także na kształtowanie pozostałych dwóch postaci kapitału kulturowego: tej zinstytucjonalizowanej i zmaterIALIZED. Te kompetencje z kolei umożliwiają jednostce uczestniczenie w społeczeństwie w odpowiadającym jej zakresie i na pożądanym poziomie – a tym samym jej samorealizację [Mikos v. Rohrscheidt 2018a, s. 55-56]. Służą temu głównie organizacja podróży, zapewnianie dostępu do materialnych świadectw dziedzictwa i jego profesjonalnej interpretacji, prezentacji i interpretacji dziedzictwa niematerialnego, zapewnianie kontaktu ze świadkami, badaczami i nosicielami dziedzictwa, rozmaite formuły edukacji na temat dziedzictwa, organizowanie animacji doświadczeń względnie autonomicznej eksploracji dziedzictwa przez turystę, organizowanie doświadczeń codziennych praktyk kulturowych oraz (najlepiej partycypacyjnych) doświadczeń performance`u kultury współczesnej [Tamże, s. 57]. Doświadczenie dziedzictwa i żywej kultury, wymieniane i dyskutowane z innymi (uczestnikami wypraw, bliskimi, znajomymi, nauczycielami i współpracownikami w miejscu zamieszkania itd.), oraz konfrontowane z przekazem i argumentami świadków i dokumentów historii i dziedzictwa, interpretatorów oraz ekspertów podczas kolejnych wypraw, z czasem poszerzają wiedzę turysty i współbudują u turysty kulturowego indywidualne

„doświadczenie świata”, czyli integralne składniki jego „ucieleśnionego” kapitału kulturowego [Tamże, s. 62].

Natomiast u młodszych turystów, którzy jeszcze uczestniczą w formalnej edukacji (uczniów i studentów), pozyskane podczas wypraw turystycznych doświadczenia i wzory mogą wyzwalać inspiracje dla własnych życiowych wyborów (np. określenia kierunku studiów, wykonywania kreatywnego zawodu czy założenia biznesu), podjęcia określonej działalności społecznej lub zaangażowania w ramach ruchu albo środowiska, wreszcie określenia kierunku osobistego rozwoju, w tym kariery. W takim kontekście autorzy programów, zarządcy produktów i organizatorzy turystyki kulturowej, którzy w kreowaniu i realizacji swojej oferty aktywnie i intensywnie wykorzystują zasoby i doświadczenia dziedzictwa, teksty i treści kultury oraz performance kulturalny należą do grupy najważniejszych popularyzatorów kultury i dziedzictwa [Tamże, s.63].

Powiązania zachodzące między turystyką kulturową, socjalną i społecznie organizowaną oraz wspólne pola ich (wzajemnie na siebie zachodzących) aktywności odnoszących się tak do eksploatacji zasobów, jak i do kreacji doświadczeń turystycznych i całych programów wyznaczają zarówno zakres kulturowej turystyki socjalnej, jak i społecznie organizowanej turystyki kulturowej. Ilustruje je Schemat (**Ryc. 1**) w którym wspólne pole wszystkich trzech zbiorów (turystyki kulturowej, socjalnej i społecznie organizowanej) stanowią przedsięwzięcia (programy) turystyczne jednocześnie społecznie organizowane, wspierane zewnątrz (zatem należące do turystyki socjalnej) i posiadające komponenty doświadczeń przesądzające o och kulturowym profilu. Tę szczególną grupę przypadków można wyróżnić dodatkowo jako społecznie organizowaną kulturową turystykę socjalną.

Ryc. 1. Wzajemne powiązania turystyki socjalnej, społecznie organizowanej i kulturowej (w odniesieniu do eksploatacji zasobów i kreacji doświadczeń)



Źródło: opracowanie własne

## 2. Podmioty zaangażowane w kreację oferty

### 2.1. Społeczni gospodarze zasobów i walorów turystyki kulturowej

Niniejsza część opracowania jest skoncentrowana wokół kluczowej grupy podmiotów zaangażowanych w tworzenie i realizację oferty społecznie organizowanej turystyki kulturowej. Jednak przed dokonaniem tego warto przeprowadzić choćby krótki, lecz systematyczny przegląd gestorów podstawowych doświadczeń kreowanych dla uczestników turystyki kulturowej jako takiej, który następnie posłuży jako punkt wyjścia właściwej analizy, jej kontekst i odniesienie do ewentualnych porównań.

Wobec wielkiej różnorodności miejsc uznawanych za atrakcje turystyki kulturowej trudno opisać je wszystkie. Dlatego poniższe zestawienie ogranicza się do 1) zarządców obiektów najczęściej występujących jako atrakcje, a przy tym będących celami samodzielnych wypraw lub przynajmniej miejscami, gdzie realizowane są kluczowe moduły poszczególnych programów lub produktów turystyki kulturowej oraz 2) podmiotów zaangażowanych w kreację doświadczeń turystycznych decydujących o „kulturowym” profilu produktów i programów.

Skalę zaangażowania podmiotów tworzących ofertę kulturalną i udostępniających ją na zasadach niekomercyjnych oraz organizacji społecznych w tworzenie i realizację programów turystyki kulturowej mogą zobrazować poniższe zestawienia (zob. Tab. 1

i 2), przy czym pierwsza z nich ilustruje stosunki własnościowe, funkcje zarządcze względnie aktywność eksploatacyjną rozmaitych podmiotów w odniesieniu do najważniejszych eksploatowanych zasobów.

Tabela 1. Zarządcy rozmaitych typów zasobów eksploatowanych w turystyce kulturowej

<b>Sektor publiczny</b> (władze publiczne / agendy rządowe / samorządy terytorialne)	<b>Sektor rynkowy</b> (biznes, klastry produkcyjne, spółki samorządowe)	<b>Sektor niekomercyjny:</b> (organizacje non-profit, instytucje kulturalne, wspólnoty religijne i kulturowania tradycji, nieformalne grupy sąsiedzkie, inne)	<b>Gestorzy prywatni</b> (indywidualni właściciele zasobów udostępnianych do eksploatacji turystycznej)
eksploatowane zasoby:	eksploatowane zasoby:	eksploatowane zasoby:	eksploatowane zasoby:
obiekty światowego dziedzictwa i pomniki narodowej historii,	usługi recepcji w otoczeniu obiektów dziedzictwa,	wielkie obiekty kultu religijnego, kolekcje etniczne,	prywatne kolekcje,
monumenty w przestrzeni publicznej,	ośrodki rekreacji,	miejsca i kompleksy historyczne z limitowanym dostępem,	miejsca biograficzne,
główne zabytki i kompleksy zabytkowe, dzielnice historyczne,	historyczne hotele i restauracje w zabytkach,	mniejsze kompleksy zabytkowe, inne obiekty zabytkowe, w tym pomilitarne i postindustrialne,	zabytki funkcjonujące jako rezydencje,
duże, reprezentatywne kolekcje artystyczne o przekrojowym profilu,	aukcje sztuki historycznej i współczesnej,	aukcje sztuki tradycyjnej i ludowego rzemiosła,	prywatne kolekcje wybitnej sztuki,
parki narodowe i kulturowe, rezerwy przyrody, miejskie przestrzenie historyczne,	parki tematyczne i parki rozrywki,	małe zabytkowe kompleksy i obiekty pomilitarne i (po)industrialne,	zabytkowe obiekty małej architektury rezydencjonalnej,
ogrody botaniczne, zoologiczne, parki publiczne,	prywatne ogrody botaniczne, zoologiczne,	kolekcje i wystawy przyrodnicze przy obszarach chronionych i kompleksach zabytkowych,	ogrody, parki i oranżerie przy rezydencjach,
duże cykliczne festiwale i inne eventy kultury współczesnej,	komercyjne eventy hobbystyczne i kolekcjonerskie,	cykliczne eventy tradycji, obchody świąt religijnych, rekonstrukcje historyczne,	mikroeventy tematyczne związane z miejscami i biografiami,
regulacja produkcji i dystrybucji wyrobów certyfikowanych,	masowa produkcja tradycyjnych wytworów,	manufaktury tradycyjnego wytwórstwa,	zakłady tradycyjnego rzemiosła,
drogi o walorach krajobrazowych,	historyczne i zabytkowe hotele,	historyczne i zabytkowe schroniska i pensjonaty,	rzeczywiste oferty współdzielenia usług,
systematyczne kolekcje regionalnych pamiątek,	miejsca sprzedaży regionalnych pamiątek,	historyczne technologie produkcji użytkowej (pokazy), kolekcje lokalnych pamiątek,	tradycyjne umiejętności i historyczne profesje (przestrzenie, pokazy),
współczesne teatry i miejsca koncertów,	kina i miejsca projekcji filmowej,	historyczne teatry i oferty tradycyjnego performance'u, kameralne projekcje filmowe,	prywatny performance w zabytkach na zamówienie,
duże kolekcje i wystawy systematyczne; centra interpretacji dziedzictwa,	rekonstrukcje obiektów zabytkowych,	tematyczne kolekcje i ekspozycje zasobów lokalnego dziedzictwa,	mniejsze kolekcje tematyczne,
przekrojowe kolekcje	komercyjne wystawy	lokalne kolekcje artystyczne,	galerie artystyczne,

artystyczne,	sztuki współczesnej,		
historyczne budynki publiczne i użytkowe,	współczesne budowle i kompleksy użytkowe,	<i>historyczne kompleksy i budynki użytkowe,</i>	historyczne / zabytkowe budynki mieszkalne,
zabytkowe i turystyczne linie transportu turystów,	usługi transportu w obszarach koncentracji zasobów,	<i>realizacja stałych usług przewozu zabytkowymi środkami transportu,</i>	przewóz zabytkowymi pojazdami i zwierzętami jucznymi (zamówienie),
fizycznie wyznaczone trasy rekreacyjne z udziałem zabytków,	morskie rejsy turystyczne i śródlądowe rejsy białej floty,	<i>rejsy historycznymi statkami białej floty,</i>	przewozy na zamówienie po akwenach stanowiących krajobrazy kulturowe.

**Źródła:** opracowanie własne na podstawie: Swarbrooke 2002, s. 345-370; Timothy i Boyd 2003, s. 135-142; Kruczek 2011, s. 19-28; Gunn i Var 2020, s. 42-45, Mikos v. Rohrscheidt 2018a, s. 198-209; 2020a, s. 117-126

Z kolei tabela 2 prezentuje udział podmiotów oraz przedsięwzięć o charakterze niekomercyjnym, w tym społecznym na tle całego spektrum twórców, organizatorów i gospodarzy doświadczeń tematycznych stanowiących rdzeń oferty turystyki kulturowej.

Tabela 2. Gestorzy modularnych doświadczeń, produktów i programów turystyki kulturowej i główne obszary ich zaangażowania

<b>Sektor publiczny</b>	<b>Sektor rynkowy</b>	<b>Sektor niekomercyjny</b>	<b>Sektor prywatny</b>
typowe podmioty: władze publiczne; w tym samorządy i związki samorządowe, agendy rządowe i samorządowe	typowe podmioty: gestorzy usług i produktów turystycznych, związki i spółdzielnie wytwórców	<i>typowe podmioty: instytucje kulturalne i edukacyjne, organizacje społeczne, wspólnoty religijne</i>	typowe podmioty: prywatni właściciele obiektów, zasobów i kolekcji dziedzictwa, dokumentaliści,
usługi, produkty i programy:	usługi i produkty:	<i>usługi, produkty i programy:</i>	usługi i produkty:
elektroniczne przewodniki, obszarowe aplikacje turystyczne.	książkowe przewodniki turystyczne, płatne aplikacje turystyczne.	<i>interpretacja bezpośrednia w obiektach („face to face”), tematyczne aplikacje turystyczne.</i>	opisy interpretacyjne zasobów własnych.
tematyczne trasy turystyczne,	trasy turystyczne wyznaczone po funkcjonujących obiektach przemysłowych,	<i>infrastruktura interpretacyjna w obiektach dziedzictwa; terenowe trasy zwiedzania małych obszarów o dużej koncentracji walorów,</i>	obiektywne trasy zwiedzania (i sterowania ruchem zwiedzających),
audioprzewodniki (pobierane bez opłat).	interpretacja bezpośrednia w terenie (w tym usługi przewodnickie).	<i>wolontariackie przewodnictwo, spotkania ze świadkami dziedzictwa i historii,</i>	audioprzewodniki (wypożyczone za opłatą),
bezobsługowe terenowe gry turystyczne,	obsługowe turystyczne gry miejskie,	<i>terenowe ścieżki dydaktyczne; terenowe gry interpretacyjne,</i>	tematyczne ścieżki eksploracyjne,
pakiety w ramach wymiany partnerskiej samorządów,	tematyczne pakiety pobytowe, pakiety okazjonalne (eventowe),	<i>tematyczne pobyty formacyjne dla członków, pobyty integracyjne, pobyty kreatywne,</i>	pobyty rekreacyjne z doświadczeniami kulturalnymi,
infrastruktura	grupowe wyprawy	<i>doświadczenia dla</i>	doświadczenia dla

interpretacyjna w parkach narodowych i kulturowych, rezerwach przyrody,	(wycieczki) tematyczne,	<i>zwiedzających kolekcje historyczne i biograficzne,</i>	zwiedzających miejsca biograficzne,
infrastruktura interpretacyjna w publicznie zarządzanych zabytkach, ekspozycje okazjonalne (np. rocznicowe), archiwa,	doświadczenia interpretacyjne podczas przejazdów zabytkowymi liniami, płatne ekspozycje (okazjonalnie),	<i>przekrojowe (systematyczne) i tematyczne (mniejsze) ekspozycje stałe i czasowe,</i>	opracowane kolekcje biograficzne i inne tematyczne,
eventy memoratywne w parkach kulturowych i miejscach historycznych,	zorganizowane (katalogowe) wyprawy grupowe na eventy kulturalne,	<i>lekcje, pokazy i warsztaty tematyczne związane z miejscami, obiektami i kolekcjami dziedzictwa,</i>	tradycyjne warsztaty rzemieślnicze,
eventy kulturalne w amfiteatrach i parkach,	pakiety okazjonalne w ramach eventów kulturalnych,	<i>szkolenia i warsztaty przyrodnicze, ekologiczne, ochrony środowiska,</i>	oprowadzanie po ogrodach i parkach przy rezydencjach,
materialne szlaki dziedzictwa jako gotowe systemy eksploatacji	grupowe wyprawy po szlakach dziedzictwa	<i>wirtualne szlaki dziedzictwa (propozycje programów grupowego zwiedzania),</i>	udział w szlakach dziedzictwa jako formalne obiekty,
festiwale lokalnego dziedzictwa; promocja dystrybucji jego artefaktów,	pakiety tematyczne eksploatujące zasoby dziedzictwa; odpłatna dystrybucja artefaktów,	<i>festiwale i inne eventy tradycyjnego rzemiosła wraz z odpłatną dystrybucją artefaktów,</i>	moduły doświadczeń lokalnego dziedzictwa w zabytkowych wnętrzach,
eventy muzyki ludowej i tradycyjnej (za pośrednictwem agencji),	tematyczne aplikacje turystyczne,	<i>festiwale i inne imprezy z różnymi formami performance`u niematerialnego dziedzictwa,</i>	gospodarze imprez z programem performance`u kulturalnego i eventów muzycznych,
festiwale sztuki filmowej (reprezentatywne), eventy sztuki ludowej (regionalne, przeglądy),	projekty lojalnościowe opracowywane i realizowane na zlecenie samorządów,	<i>inicjatorzy festiwali „autorskich”, organizatorzy lokalnych eventów sztuki ludowej,</i>	gospodarze performance`u i partnerzy organizacji lokalnych eventów,
infrastruktura interpretacji w obiektach zabytkowych linii komunikacyjnej,	przejazdy zabytkowymi liniami komunikacji z pakietami usług towarzyszących,	<i>przejazdy tradycyjnymi środkami lokomocji w ramach cyklicznych wydarzeń,</i>	oferta wynajęcia tradycyjnych środków poruszania się,
festyny kulinarne jako stałe punkty kalendarza lokalnych imprez,	tradycyjna lub regionalna oferta gastronomiczna,	<i>festiwale kulinarne jako realizacja elementu misji organizacji,</i>	doświadczenia kulinarne w ramach posiłków,
kurtuazyjne wizyty grup z samorządów partnerskich,	pobyty przygodowe w miejscach i obszarach koncentracji zasobów dziedzictwa, (m.in. gry typu LARP jako odpłatne pakiety),	<i>pobyty formacyjne członków organizacji, cykliczne programy eksploracji lokalnego dziedzictwa (złoty, rajdy) dla pasjonatów i zainteresowanych środowisk,</i>	płatne udostępnienie obiektu dla uczestników zjazdów pasjonatów i kolekcjonerów, konferencji, gier.

*Źródła: opracowanie własne na podstawie: Timothy i Boyd 2003, s. 135-142; Mikos v. Rohrscheidt 2018a, s. 198-209; 2020a, s. 117-126; 2021c, s. 359-370, 547-557, 571-572, 628-633, 654-659, 677-684, 710-715, 720-721; 729-731*

Jak widać z powyższego przeglądu, udział sektora niekomercyjnego (w znaczącej mierze pokrywającego się z grupą podmiotów działających społecznie) jest znaczący

w odniesieniu do turystyki kulturowej jako całości, w szczególności zaś turystyki dziedzictwa. To pozwala przyjąć, że także kreacja i realizacja programów opartych na zaangażowaniu społecznym w całości lub w znacznej (i decydującej) części jest możliwa i tym samym warta systematycznej analizy.

Można przyjąć, że duża część (o ile nie większość) takich produktów i programów będzie zawierała komponent realizowany w formule rynkowej (odpłatnie i z elementem zysku jego gestora), który zapewni m.in. niezbędne dla realizacji całości usługi recepcji. Z kolei na społeczny (i jednocześnie niekomercyjny) wymiar programu złożą się komponenty programu (składowe produktu) tworzone w formule aktywności społecznej (przykładowo: prace koncepcyjne, kreacja doświadczeń tematycznych) oraz/lub włączone do niego świadczenia bazujące na nieodpłatnym zaangażowaniu ich wykonawców (jak wykonanie modułów interpretacji dziedzictwa, działań edukacyjnych, elementu kulturalnego performance`u).

Dlatego rdzeniem analizy społecznie zaangażowanego środowiska twórców, wykonawców, usługodawców i innych aktywnych interesariuszy programów turystyki społecznej uczyniono sferę doświadczeń i usług cząstkowych skoncentrowanych na bezpośredniej obsłudze turystów. Jest to tym lepiej uzasadnione, że turystykę kulturową pośród innych form podróżowania w czasie wolnym, przy podobnych w swej formule i standardzie usługach recepcji i transferu wyróżnia (i tym samym definiuje, a nawet „tworzy” ją jako odrębną formę) właśnie komponent doświadczeń jej uczestników, skoncentrowany wokół aktywności kulturalnej, praktyk kulturowych i treści dziedzictwa. Dlatego warto przyjrzeć się udziałowi podmiotów i grup działających społecznie w tym właśnie obszarze, jako że decyduje on o kulturowym profilu poszczególnych produktów, programów i aktywności, a jednocześnie zaświadcza o jej społecznym charakterze. Przegląd ten zostanie dokonany w podziale na społeczną kreację doświadczeń kultury i dziedzictwa przez instytucje i organizacje posiadające status formalny oraz społecznie zaangażowane podmioty i osoby.

## **2.2. Organizacje społeczne jako kreatorzy doświadczeń kultury i dziedzictwa, gestorzy i partnerzy produktów turystyki kulturowej**

Poniżej opisano profile najliczniej występujących organizacji społecznych zaangażowanych w kreację produktów i programów turystyki kulturowej, ich najczęściej obserwowany wkład w te przedsięwzięcia oraz ich relacje z pozostałymi

interesariuszami turystyki. Odniesienia literaturowe i analityczne do opisów aktywności tej grupy podmiotów podano pod **Tabela 3** (jako źródła, które posłużyły do jej zestawienia).

*Spółeczni gospodarze obiektów, kompleksów i kolekcji dziedzictwa.* Do takich zaliczają się m.in. stowarzyszenia skoncentrowane na ochronie, podtrzymywaniu, ożywianiu i popularyzacji lokalnego dziedzictwa, przykładowo militarnego. Zarządzane przez siebie obiekty i ich zasoby (np. dawne forty, manufaktury, świątynie, bazy rybackie) oraz realizowane tam działania interpretacyjne wprowadzają oni jako atrakcje i miejsca doświadczeń tematycznych do lokalnej lub tzw. stacyjnej (moduł wizyty w ramach wycieczek i podczas zwiedzania szlaków kulturowych) oferty turystycznej. Jeśli te miejsca są formalnymi obiektami szlaku kulturowego, to taka oferta stanowi część składową programu zwiedzania szlaku, ma w niej swoje stałe miejsce (a nawet proponowaną kolejność) i jest komponentem jego logicznie uporządkowanej serii doświadczeń tematycznych lub nawet jakiejś konkretnej narracji. Bardziej aktywne organizacje dysponujące większym potencjałem (w tym większą przestrzenią i możliwością świadczenia usług recepcji) podejmują się też funkcji zarządcy pełnych (z noclegiem) pakietów dla wycieczek organizowanych przez touroperatorów oraz własnych pakietów pobytowych: tematycznych, kreatywnych, przeżyciowych, konferencyjnych i innych. Skala ich działania jest głównie lokalna (punktowa lub obszarowa). Do typowych doświadczeń realizowanych przez takie podmioty należą: oprowadzanie po własnych obiektach i zasobach, zwiedzanie zwartych tematycznych kolekcji i wystaw, podawcze i partycypacyjne formy edukacji (prelekcje, lekcje, wykłady, warsztaty, treningi, itd.), moduły kreatywne (wytwórstwo, warsztaty artystyczne, pokazy i ćwiczenia śpiewu, tańca). Naturalnymi partnerami takich podmiotów w kreacji turystycznej oferty są autorzy programów i systemów terenowej interpretacji, profesjonalni autorzy ekspozycji i programów prezentacji, autorzy fachowych opracowań tematycznych, zaś w jej realizacji z udziałem turystów: lokalni przewodnicy i wolontariusze, a w dystrybucji: touroperatorzy turystyki kulturowej, organizacje zrzeszające miłośników danego wymiaru dziedzictwa (np. militarnego, folkloru, przemysłowego i innych) oraz podmioty zajmujące się marketingiem lokalnej oferty turystycznej.



*Stowarzyszenia społeczne jako partnerzy publicznych instytucji.* W takim układzie partnerskim instytucje (jak muzea, ośrodki interpretacji dziedzictwa, autonomiczne centra kulturalne) są najczęściej gospodarzami obiektów (w tym zabytkowych) i ich infrastruktury, stałych kolekcji i ekspozycji oraz innych materialnych zasobów dziedzictwa. Odwiedzające je zorganizowane grupy wycieczkowe (realizujące programy m.in. turystyki regionalnej, miejskiej, dziedzictwa, tematycznej i muzealnej), korzystają z regularnego programu doświadczeń (jak zwiedzanie ekspozycji, zapoznanie z dostępnym filmem lub multimedialną prezentacją itd.), jednak dodatkowo istnieje możliwość skorzystania na miejscu z modułu wzbogacającego doświadczenie, którego wykonawcami są członkowie stowarzyszenia. Może to być pokaz, inscenizacja, odtwórczy lub kreatywny warsztat partycypacyjny (np. kulinarny, artystyczny czy rzemieślniczy), realizowany „po kosztach” lub na zasadzie rynkowej odpłatności. Odbywa się on w regularnych dniach i godzinach (wówczas operatorzy wycieczek dostosowują do tego swój program wizyty) albo jest zamawiany dla grupy za pośrednictwem gospodarza. Skala takiej współpracy jest lokalna, a nierzadko tylko punktowa (siedziba instytucji lub inny zarządzany przez nią obiekt). Niezależnie od tego modułu doświadczeń tematycznych w obiekcie, współpraca ze strony członków stowarzyszenia może obejmować tworzenie lub gromadzenie artefaktów i dokumentów i wprowadzanie ich do tematycznej kolekcji instytucji, co jest naturalne przy zbieżności obszaru zaangażowania tej organizacji w dziedzictwo i zainteresowania jego przedmiotowym wymiarem przez instytucję. W sytuacji silniejszego zaangażowania instytucji w tworzenie oferty turystycznej (np. „muzealnego” pakietu dla wycieczek czy „muzealnej” trasy tematycznej po mieście) zdarza się wprowadzanie wspomnianego gotowego komponentu doświadczeń interpretacyjnych w zarządzane przez nią lokalne pakiety turystyczne, które niekoniecznie zawierają komponent noclegu, ale częściej mają formułę stacyjnego pakietu lokalnego dla wielodniowych wycieczek. Podobnie stowarzyszenie może być wykonawcą takich modułów w pakietach edukacyjnych instytucji dla grup szkolnych, w kreatywnych i tematycznych programach pobytowych instytucji. Członkowie stowarzyszenia mogą też na zasadzie stałego porozumienia podejmować funkcje interpretatorów poza siedzibą instytucji (w terenie), lub obsługiwać terenowe propozycje eksploracyjne (jak miejskie gry turystyczne, questing, tematyczne geoscieżki itp.). Performance oraz animacja modułów grupowych doświadczeń mają też miejsce podczas zarządzanych przez instytucję większych (kilkudniowych)

cyklicznych eventów przyciągających turystów. Zarząd i personel obiektu-gospodarza zasobów oraz liderzy stowarzyszenia są oczywiście w takiej formie współpracy wzajemnie dla siebie głównymi partnerami. Ponadto w działania angażowani są metodycy interpretacji dziedzictwa, profesjonalni autorzy ekspozycji i gospodarze innych obiektów odwiedzanych przez grupy turystyczne w ramach turystycznego programu instytucji. Zewnętrznym partnerem takiego przedsięwzięcia jest turoperator wykupujący pakiet turystyczny instytucji lub wyżej opisane rozszerzone zwiedzanie, pośredniczący w dystrybucji zarządca lokalnych pakietów turystycznych, a także instytucje (jak szkoły), inne organizacje i indywidualne osoby rezerwujące grupowe programy pobytowe lub konsumujące je indywidualnie.

*Zarządzane społecznie centra i ośrodki interpretacji dziedzictwa.* W tej grupie można umieścić także podmioty zarządzane z istotnym udziałem społecznych partnerów (to jest w formule zarządzania partycypacyjnego). Do oferty turystyki kulturowej wnoszą one głównie stacjonarne doświadczenia jako gotowe moduły dla wycieczek przyjazdowych realizujących programy turystyki dziedzictwa i regionalnej oraz jako komponenty lokalnych pakietów turystycznych dla grup prywatnych. Niektóre, szczególnie działające na większym obszarze, organizują także jako gospodarze pobyty tematyczne i kreatywne, rzadziej natomiast są zarządcami cyklicznych eventów przyciągających turystów. Na terenach pozamiejskich takie ośrodki często świadczą też usługi lokalnej informacji kulturalnej i turystycznej, dokonują rezerwacji innych usług turystycznych, w tym usług recepcji, a nawet prowadzą punkty gastronomiczne i sklepy z literaturą i pamiątkami turystycznymi. Skala ich działania jest lokalna (w zależności od struktury fizycznej podmiotu - punktowa lub obszarowa). Typowymi doświadczeniami, które oferują, są systematyczne kolekcje materialne dziedzictwa wraz z jego pełną (często rozbudowaną, multimedialną i interaktywną) interpretacją, opracowane jako spójne wątki i kompletne narracje niematerialnego dziedzictwa, tematyczne scenariusze stacjonarnych doświadczeń (głównie partycypacyjnych). Głównymi partnerami tej grupy podmiotów są samorządy terenowe jako partnerzy strategiczni (i główni donatorzy), profesjonalni autorzy ekspozycji, scenariuszy doświadczeń i grywalnych oraz terenowych form eksploracji dziedzictwa, obiektowi interpretatorzy i edukatorzy, wolontariusze jako społeczni opiekunowie rozproszonych zasobów, nauczyciele (jako

współpracujący opiekunowie grup), lokalni przewodnicy i inni interpretatorzy, touroperatorzy i instytucje edukacyjne jako klienci.

*Organizacje zarządzające szlakami kulturowymi w formule sieci społecznej.* Są to zwykle sieciowe organizacje celowe, zrzeszające aktywnych interesariuszy danego systemu. Do mającej charakter wielowymiarowy (mozaiki) oferty turystycznej zarządzanej przez (zwykle regionalną) organizację marketingu turystycznego (DMO) wprowadzają one profilowany produkt turystyki tematycznej, obejmujący logicznie uporządkowany ciąg stacjonarnych propozycji dla indywidualnych turystów oraz lokalne trasy tematyczne, a w szlakach materialnych (czyli produktach rozwiniętych) serię lokalnych pakietów z doświadczeniami powiązаныmi tematyką szlaku oraz powtarzalne programy wycieczek, które stanowią gotowe programy do zakupienia przez wyspecjalizowanych touroperatorów turystyki kulturowej. Ich skala działania jest subregionalna lub regionalna; ze względu na ograniczenia poziomu aktywności oraz horyzontów interesariuszy silnie odniesionej do lokalnych relacji i pożytków znacznie rzadziej jest to skala krajowa, transgraniczna, natomiast w wymiarze międzynarodowym przyjmuje ona tylko formę grupy szlaków (o wspólnym profilu) tworzonej w celach marketingowych. W sferze doświadczeń podmioty te oferują zwiedzanie formalnych obiektów szlaków, mikroeventy tematyczne w samych obiektach (np. pokazy, projekcje filmów, gry stacjonarne, lekcje i warsztaty tematyczne), grupowe pobyty tematyczne i kreatywne (często wielodniowe), zwiedzanie lokalnych tras tematycznych, gotowe programy zjazdów pasjonatów i hobbystów, pełne tematyczne programy grupowych wycieczek po szlaku, oferty związane z programami edukacji szkolnej, prywatne pakiety pobytowe w miejscowościach szlaku. Ich głównymi partnerami są zarządcy obiektów szlaku (publiczni i prywatni), samodzielni interpretatorzy (w tym przewodnicy); lokalne grupy animacji doświadczeń, w tym grupy odtwórstwa historycznego, wolontariusze (szczególnie przy organizacji cyklicznych eventów na szlaku), twórcy aplikacji turystycznych i form grywalnych (jako zleceniobiorcy), wyspecjalizowani touroperatorzy TK, instytucje edukacji formalnej oraz nieformalnej i organizacje kultywujące dziedzictwo (jako klienci i multiplikatorzy oferty), zarządcy eventów tematycznych w przestrzeni szlaku, platformy współpracy organizacji zarządzających dziedzictwem i jego popularyzacją, a także podmioty marketingu turystycznego, w pierwszym rzędzie regionalna organizacja turystyczna.

*Organizacje społeczne zarządzające eventami.* W odróżnieniu od komercyjnych zarządców wielkich eventów artystycznych czy sportowych działają one zwykle w formule sieciowej organizacji celowej (dedykowanej samemu eventowi i bazującej na zaangażowaniu jego lokalnych interesariuszy). Niezależnie od tego, że kreują stały punkt lokalnego kalendarza kulturalnego, do lokalnej oferty turystycznej wprowadzają też imprezę przyciągającą zainteresowanych i umożliwiającą tworzenie propozycji grupowych wycieczek. Sam cykliczny event jest bowiem traktowany przez turoperatorów wyspecjalizowanych w turystyce eventowej, regionalnej i dziedzictwa jako atraktor i wprowadzany do odnośnej kategorii propozycji własnych wycieczek. Z kolei w ofercie tematycznego szlaku kulturowego, jeśli jego program jest zbieżny z profilem danego systemu, event może być modułem w sezonowej propozycji (pozwalającym na skokowe zwiększenie podaży pakietów szlaku i wycieczek po nim), a nawet może pełnić funkcję dorocznego tzw. święta szlaku, to jest jego głównego atraktora. Skala realizacji przedsięwzięć tej grupy podmiotów jest zwykle lokalna, a nawet punktowa (miejsce realizacji eventu i jego bezpośrednie otoczenie), jednak w imprezach rozproszonych lub zarządzanych przez szlaki staje się już regionalna. Do sfery doświadczeń podmiot zarządzający eventem wprowadza najczęściej: oryginalne cykliczne obchody tradycji lub memorację ważnych wydarzeń, inscenizacje żywej historii, performance artystyczny lub rzemiosła, pokazy, degustacje, moduły partycypacyjne (w tym kreatywne). Jego najważniejszymi partnerami są: terenowa władza publiczna jako główny donator, instytucje kultury jako fizyczni gospodarze eventu, performerzy dziedzictwa i/lub współczesnej kultury oraz grupy pielęgnujące niematerialne praktyki dziedzictwa (w tym rekonstruktorzy historii) jako współtwórcy i wykonawcy programu imprezy, wytwórcy artefaktów, kolekcjonerzy i dokumentaliści jako dostawcy substancji dla okolicznościowych wystaw oraz targów (aukcji), lokalni wolontariusze jako wykonawcy części usług dla turystów i animatorzy doświadczeń (statyści), wreszcie organizatorzy wycieczek i sprzedawcy pakietów lokalnych jako klienci lub pośrednicy oferty.

*Ekomuzea.* W omawiany wymiar kreowania oferty turystyki największy wkład wnoszą ekomuzea klasyczne, czyli funkcjonujące na bazie aktywności społecznej organizacje terytorialne zrzeszające mieszkańców i skoncentrowane na ochronie oraz udostępnianiu zasobów i praktyk dziedzictwa tzw. małych ojczyzn. Wprowadzają one gotowe produkty do zarządzanych przez DMO programów turystyki regionalnej, a do

wycieczek touroperatorów i oferty szkolnej turystyki edukacyjnej – gotowe, stacyjne moduły doświadczeń lub nawet pełne, kilkudniowe programy zagospodarowujące pobyt grup na obszarze ekomuzeum. Dla grup prywatnych (w tym rodzinnych) aktywne ekomuzea tworzą i proponują własne pakiety pobytowe, w tym tematyczne i kreatywne. Jeśli są zarządcami cyklicznych eventów dziedzictwa lub obchodów miejscowych tradycji, ekomuzea tworzą i dystrybuują pobytowe pakiety okazjonalne (tematyczne: skoncentrowane na profilu eventu). Ponadto zajmują się dystrybucją wytworów rzemiosła. Ich skala działalności jest lokalna lub mikroregionalna: ograniczona do obszaru, gdzie zlokalizowani są ich członkowie. Typowe doświadczenia składające się na programy turystyczne w ekomuzeach to: oprowadzanie po zasobach materialnych, udostępnianie, interpretacja zwartych kolekcji i wystaw lokalnej twórczości, pokazy i degustacje wytworów rzemiosła miejscowego; publiczny performance lokalnych tradycji lub pokazy ich bardziej widowiskowych elementów, partycypacyjne formy doświadczeń (w tym warsztaty kreatywne, np. kulinarne, rzemiosła lub tańca). Partnerami ekomuzeów w kreacji oferty dla turystów są głównie prywatni gospodarze zasobów i kolekcji, wytwórcy artefaktów i tradycyjnych usług (niemal zawsze będący ich członkami), samodzielni i społeczni interpretatorzy, lokalne grupy kultywowania rozmaitych wymiarów dziedzictwa; wolontariusze (zaangażowani głównie w performance i organizację eventów, czasem także w fizyczną konserwację substancji zabytkowej), terenowe samorządy jako główni partnerzy strategiczni, regionalne DMO jako pośrednicy turystycznego marketingu, jako multiplikatorzy oferty instytucje edukacji formalnej (szkoły) i nieformalnej, a jako klienci: operatorzy wycieczek (głównie turystyki edukacyjnej, regionalnej i dziedzictwa i OTA (wirtualni zarządcy pakietów).

*Lokalne organizacje społeczne zarządzające produktami turystyki przyjazdowej.* Zwykle funkcjonują one w formule lokalnych stowarzyszeń lub sieci celowych, jednak w tej grupie można znaleźć także liczne podmioty ekonomii społecznej, w tym przedsiębiorstwa społeczne i lokalne spółdzielnie socjalne. Jest tak najczęściej wtedy, kiedy ich działalność zarobkowa jest skoncentrowana na usługach recepcji turystycznej lub gastronomicznych. Do zewnętrznych produktów (wycieczek eksploatujących fizyczne otoczenie organizacji oraz lokalnych pakietów), obok noclegów, posiłków czy wypożyczania i naprawy sprzętu (jak rowery), wprowadzają komponenty usług (w formule pełnej obsługi „stacji” wycieczki lub modułu pakietu).

Ponadto, tworzą i dystrybuują własne lokalne pakiety tematyczne. W sferze doświadczeń proponują głównie lokalne oprowadzanie grup wycieczkowych, stacjonarne moduły doświadczeń tematycznych w zabytkach, miejscach dziedzictwa i tradycyjnej aktywności wytwórczej, we własnym zakresie tworzą gotowe pakiety dla małych grup z doświadczeniami i usługami recepcji. W oparciu o miejscowe atrakcyjne zasoby dziedzictwa realizują pakiety tematyczne (w tym eksploracyjne i grywalne). Ich partnerami są głównie zarządcy zwiedzanych obiektów, lokalni interpretatorzy i animatorzy doświadczeń jako wolontariusze, zarządcy pakietów turystycznych, szlaki kulturowe i touroperatorzy jako klienci, a w przypadku spółdzielni socjalnych – instytucje i fundusze publiczne wspierające aktywność zawodową i przeciwdziałające wykluczeniu społecznemu.

*Organizacje społeczne skoncentrowane na aktywności turystyczno-krajoznawczej.* Do produktów turystycznych zarządzanych przez inne podmioty (głównie touroperatorów i zarządców pakietów) wprowadzają zwykle ofertę lokalnych zwiedzań oraz moduły stacyjne programów wycieczkowych (pełna obsługa w danej miejscowości). Dla własnych członków tworzą ofertę wycieczek (także wielodniowych) o profilu tematycznym lub regionalnym, a także rozbudowane programy edukacji krajoznawczej i turystycznej (w tym szkolenia przewodników i innych interpretatorów, opiekunów grup turystycznych opiekunów cennych zasobów). Skala ich działalności sięga od lokalnej (na zlecenie także dla konkretnych obiektów) przez mikroregionalną, regionalną, po krajową, rzadziej (ze względu na założenia krajoznawstwa) obejmuje ona przygraniczne tereny kilku krajów lub wyprawy zagraniczne. Oddziały terenowe oferują jako doświadczenia zwiedzanie miejscowości i zabytków (w tym udostępnianie na bazie społecznej aktywności zabytków bez własnego personelu i proste działania interpretacji tamże), lokalne i regionalne wyprawy turystyczne (wycieczki), kreację regionalnych i krajowych programów lojalnościowych (jak system odznak turystycznych), ponadto niektóre z tych podmiotów (jak polskie PTTK) społecznie tworzą i zarządzają lokalnymi trasami i grywalnymi formami eksploracji turystycznej. Ich głównymi partnerami są regionalne i lokalne organizacje zarządzające ofertą turystyczną i jej marketingiem (DMO); lokalni publiczni, korporacyjni i prywatni zarządcy zasobów dziedzictwa; zarządcy lokalnych pakietów turystycznych oraz organizatorzy turystyki z rynków emisji turystycznej.

*Lokalne wspólnoty religijne i organizacje religijne o profilu formacyjnym.* Ich aktywność we współpracy z sektorem turystyki jest ograniczona tak ze względów koncentracji na religijnym wymiarze aktywności swoich członków, jak (często) z uwagi na ograniczenia statutowe lub stawiane przez liderów religijnych albo zarządców obiektów sakralnych. Niemniej członkowie tych organizacji są aktywni w sferze opieki nad przestrzenią sakralną i jej udostępniania dla turystów w formule modułów wycieczek oraz lokalnych pakietów, a w odniesieniu do własnych członków (także zamieszkałych w innych miejscowościach i przyjeżdżających na spotkania/pobyty formacyjne) tworzą one i realizują własne programy pobytowe. Skala działalności tej grupy podmiotów jest lokalna w odniesieniu do sektora turystyki, natomiast regionalna lub nawet ponadregionalna dla członków własnej wspólnoty religijnej. Typowymi doświadczeniami realizowanymi z udziałem turystów są: oprowadzanie po obiektach i kompleksach sakralnych, umożliwianie obserwacji obrzędów kultycznych oraz moduły edukacyjne (zwykle w formule podawczej, jak prelekcje, lekcje czy wykłady), natomiast dla grup formacyjnych własnej wspólnoty (także spełniających definicję turystów!) są to dodatkowo elementy kultu i edukacji religijnej. Głównymi partnerami tych podmiotów pozostają liderzy lub ciała zarządcze własnej wspólnoty religijnej, liderzy innych lokalnych wspólnot i grup własnego wyznania (często jako multiplikatorzy ich oferty oraz pośrednicy marketingu turystycznego) oraz wierni jako donatorzy, względnie (miejscowi) jako wolontariusze włączający się w jej działania w miarę potrzeby. Natomiast w bezpośrednim odniesieniu do odwiedzin turystycznych są wśród nich organizatorzy turystyki religijnej (w tym turoperatorzy konfesyjni i niezależni), zaś w kwestii udostępniania obiektów lokalni gestorzy oferty turystycznej i zarządcy szlaków tematycznych.

*Organizacje i grupy animujące życie kulturalne.* Takimi podmiotami (niekoniecznie formalnymi organizacjami, ponieważ działają często w formule stałych grup lub zespołów okazjonalnie aktywizujących się w kontekście zadań / imprez) są przykładowo lokalne chóry, zespoły wykonujące performance artystyczny oraz inne grupy animujące poszczególne formy kulturowego performance`u, jak konkretne elementy obchodów miejscowych tradycji. Ich wkładem w ofertę turystyki kulturowej (głównie: turystyki dziedzictwa i regionalnej) są doświadczenia tematyczne wprowadzane jako moduły do programów wycieczek, cyklicznych eventów czy do tematycznych pakietów lokalnych. Skala ich działalności jest lokalna. Aktywność

zwykle przybiera postać performance`u dziedzictwa lub kultury współczesnej, m.in. (regularnych lub realizowanych na zamówienie) koncertów, pokazów, odgrywania scen historycznych lub dramatycznych, degustacji, prowadzenia kreatywnych warsztatów w formule partycypacyjnej. Ich najważniejszymi partnerami są: lokalny samorząd (jako główny donator), lokalne instytucje kultury (domy kultury, muzea) jako gospodarze zapewniający pomieszczenia i infrastrukturę dla regularnych spotkań i przygotowywania performance`u, a także (jako klienci składający zamówienia/zlecenia) touroperatorzy lub podmioty zarządzające lokalnymi pakietami turystycznymi.

*Organizacje społeczne skoncentrowane na ochronie i ożywianiu dziedzictwa.* Obszary działań takich podmiotów, bazując na aktywności ich członków wiążą się najczęściej z zabieganiem o podtrzymanie tradycyjnego rzemiosła, sztuki ludowej lub obchodów tradycji, wraz z ochroną standardów wytwarzania artefaktów lub realizacji performance`u oraz z popularyzacją tego wymiaru dziedzictwa. Organizują one często lokalne eventy dziedzictwa i imprezy kulturalne odbijające w treści i scenariuszach typ performance`u lub kreatywności zgodny z ich specyfiką (profilem), ponadto regularnie lub na zamówienie organizatorów turystyki realizują pokazy artefaktów i procesów produkcji oraz degustacje, zajmują się odpłatną dystrybucją artefaktów lub pamiątek, wreszcie dokumentują niematerialne świadectwa dziedzictwa i udostępniają takie zbiory. Skala ich działalności jest lokalna, znacznie rzadziej regionalna. W odniesieniu do kreacji bezpośrednich doświadczeń z udziałem turystów podmioty te są aktywne w udostępnianiu mniejszych zabytków (którymi ich członkowie zarządzają lub opiekują się) oraz przeprowadzaniu tamże modularnych doświadczeń (np. oprowadzań, pokazów), udostępniają tworzone przez siebie zwarte kolekcje i wystawy związane ze sferą ich działalności w odniesieniu do dziedzictwa, opracowują i przekazują spójne narracje tego wymiaru lokalnego dziedzictwa, a także regularnie (okazjonalnie) wykonują publicznie jego performance w postaci pokazów, degustacji, koncertów lub rozbudowanych obchodów tradycji. Na co dzień ich członkowie wykonują odpłatnie tradycyjne usługi związane z miejscowym dziedzictwem lub reprezentujące je. Ich głównymi partnerami jest terenowa władza publiczna – samorząd (zwykle jako najważniejszy donator), zarządcy lokalnych i tematycznych regionalnych eventów kulturalnych (jako zlecniodawcy), wyspecjalizowani touroperatorzy i inni organizatorzy turystyki kulturowej jako



klienci, wolontariusze z kręgów miejscowych społeczności, włączający się w przygotowanie i realizację większych imprez tematycznych, a coraz częściej również indywidualni rozproszeni sponsorzy projektów (na przykład w formule crowdfundingu).

Ponadto relatywnie często aktywne w sferze kreacji doświadczeń i produktów turystów są m.in. *organizatorzy gier turystycznych* oraz *twórcy i zarządcy turystycznych programów lojalnościowych i kolekcjonerskich* działający samodzielnie lub jako grupy pasjonatów (co na masową skalę można obserwować m.in. w odniesieniu do geocachingu. Otwartą kwestią pozostaje społeczny (tu: nie ukierunkowany na komercyjną sprzedaż usług) charakter ich zaangażowania, to jednak należy rozstrzygać odrębnie dla każdego przypadku.

Powyżej opisane aktywności i relacje poszczególnych podmiotów zaangażowanych w kreację doświadczeń i programów kulturowej turystyki społecznej w miejscach jej recepcji, dla ich łatwiejszego porównania zestawiono w **Tabeli 3.**

Tab. 3. Aktywność organizacji społecznych w obszarze kreacji doświadczeń turystyki kulturowej

Typ organizacji	Najczęściej spotykany udział w produktach i programach turystycznych	Typowa skala działania	Najczęściej tworzone doświadczenia	Główni partnerzy w tworzeniu i dystrybucji doświadczeń i usług
Działający w formule stowarzyszeń partnerzy publicznych instytucji – gospodarzy obiektów i zasobów dziedzictwa,	gotowe moduły doświadczeń dla wycieczek i lokalnych pakietów, kreacja modularnych doświadczeń w obiekcie, w ramach jego pakietów i oferty pobytovej, moduły performance`u w ramach eventów,	lokalna (często punktowa),	oprowadzanie, pokazy, inscenizacje, warsztaty partycypacyjne i kreatywne, obsługa gier terenowych, gromadzenie artefaktów i dokumentacji dla kolekcji	zarząd i personel obiektu, metodycy interpretacji dziedzictwa; autorzy ekspozycji, zarządcy obiektów odwiedzanych; touroperatorzy i zewnętrzne instytucje (organizacje) jako klienci.
Społeczni gospodarze obiektów, kompleksów i kolekcji dziedzictwa	Zasoby i działania interpretacji włączane jako atrakcje i przestrzenie doświadczeń do oferty lokalnej i szlaków dziedzictwa (jako ich obiekty), gotowe moduły do programów wycieczek, własne pakiety (w tym pobyty) tematyczne i	lokalna (punktowa lub obszarowa),	oprowadzanie po własnych zasobach, tematyczne kolekcje i wystawy, podawcze i partycypacyjne formy doświadczeń (w tym kreatywnych), serie modułów tematycznych doświadczeń w ramach oferty pobytovej,	autorzy programów i systemów terenowej interpretacji, autorzy opracowań, autorzy ekspozycji i programów prezentacji; przewodnicy, wolontariusze, touroperatorzy, podmioty edukacyjne oraz organizacje i

	kreatywne, przeżyciowe,			grupy pasjonatów dziedzictwa jako klienci i multiplikatorzy oferty).
Zarządzany społecznie ośrodek interpretacji dziedzictwa,	stacjonarne doświadczenia jako moduły wycieczek i pakietów lokalnych, pobyty tematyczne i kreatywne (jako gospodarze), informacja turystyczna, sprzedaż pamiątek,	lokalna (punktowa lub obszarowa),	systematyczne materialne kolekcje dziedzictwa, wątki (i narracje) niematerialnego dziedzictwa jako gotowe scenariusze, tematyczne moduły doświadczeń,	samorząd jako partner strategiczny, autorzy ekspozycji, scenariuszy doświadczeń i programów eksploracji, obiektowi interpretatorzy i edukatorzy wolontariusze, przewodnicy, turoperatorzy i instytucje edukacyjne.
Organizacja zarządzająca szlakami kulturowymi w formule sieci społecznej,	lokalny lub regionalny profilowany produkt turystyczny, seria lokalnych pakietów tematycznych, powtarzalne programy wycieczek dla touroperatorów TK, gotowe pakiety pobytowe,	subregionalna i regionalna; rzadziej krajowa i transgraniczna,	zwiedzanie obiektów szlaku, mikroeventy tematyczne w obiektach, pełne programy pobytów tematycznych i kreatywnych, lokalne trasy tematyczne, zjazdy hobbystów, wycieczki po szlaku, gotowe moduły dla programów edukacji szkolnej,	zarządcy obiektów szlaku, samodzielni interpretatorzy, grupy animacji doświadczeń, twórcy aplikacji i form grywalnych, turoperatorzy TK, instytucje edukacji, Organizacje ożywiania dziedzictwa; zarządcy eventów, podmioty marketingu turystycznego.
Organizacja społeczna zarządzająca eventem,	event wprowadzany jako atraktor do oferty wycieczek touroperatorów i jako moduł do oferty szlaków kulturowych,	lokalna (w eventach rozproszonych lub zarządzanych przez szlaki - regionalna),	obchody tradycji lub ważnych wydarzeń; inscenizacje żywej historii, performance artystyczny i rzemiosła, pokazy, degustacje, doświadczenia partycypacyjne (w tym kreatywne),	samorząd jako główny donator, instytucje kultury jako gospodarze przestrzeni, performerzy dziedzictwa i /lub współczesnej kultury wytwórcy artefaktów; grupy ożywiania dziedzictwa, wolontariusze touroperatorzy.
Ekomuzeum (klasyczne),	programy turystyki regionalnej (DMO), moduły doświadczeń w programach wycieczek, dystrybucja wytworów rzemiosła; cykliczne obchody tradycji, własne pakiety pobytowe i	lokalna lub mikroregion,	oprowadzanie po zasobach, kolekcje i wystawy lokalnej twórczości, pokazy i degustacje wytworów rzemiosła; partycypacyjne formy doświadczeń, performance lokalnych tradycji,	gospodarze zasobów i kolekcji, wytwórcy artefaktów i usług tradycyjnych; interpretatorzy, lokalne grupy ożywiania dziedzictwa; samorząd jako partner strategiczny, wolontariusze,

	okazjonalne,			turoperatorzy, OTA i instytucje edukacyjne.
Lokalna organizacja społeczna zarządzająca produktami turystyki przyjazdowej,	wprowadza komponenty usług do lokalnych pakietów wycieczkowych (stacje) i wypraw eksploatujących otoczenie organizacji, dystrybuje własne pakiety tematyczne,	lokalna,	oprowadzanie wycieczek, stacjonarne moduły doświadczeń tematycznych, gotowe pakiety tematyczne i stacje wycieczek z usługami recepcji,	zarządcy zwiedzanych obiektów, lokalni interpretatorzy i animatorzy doświadczeń jako wolontariusze, zarządcy pakietów turystycznych, szlaki kulturowe i touroperatorzy jako klienci.
Organizacja społeczna skoncentrowana na aktywności turystycznej,	organizowanie lokalnych zwiedzań, programy edukacji turystycznej dla członków, obsługa stacyjnych modułów zwiedzania wycieczek i pakietów lokalnych, zarządzanie lokalnymi i regionalnymi szlakami rekreacyjnymi,	lokalna, mikroregionalna, regionalna, krajowa, kilka krajów (na zlecenie także dla obiektów);	zwiedzanie miejscowości i zabytków, udostępnianie obiektów bez własnego personelu, wyprawy turystyczne (wycieczki) dla członków, kreacja programów lojalnościowych, zarządzanie trasami i grywalnymi formami eksploracji,	regionalne i lokalne DMO; lokalni zarządcy zasobów dziedzictwa; zarządcy lokalnych pakietów turystycznych, touroperatorzy.
Lokalna wspólnota religijna lub organizacja religijna o profilu formacyjnym,	udostępnia przestrzeń sakralną dla uczestników wycieczek i pakietów, zarządza własnym programem pobytowym dla członków,	lokalna (większa dla członków wspólnoty religijnej),	dla turystów: oprowadzanie po obiektach, obserwacja obrzędów i moduły edukacyjne, dla grup formacyjnych: elementy kultu i edukacji religijnej,	zarząd własnej wspólnoty religijnej, liderzy grup i innych wspólnot własnego wyznania, wierni jako donatorzy i wolontariusze, organizatorzy turystyki religijnej, gestorzy lokalnej oferty i zarządcy szlaków tematycznych.
Organizacja społeczna lub grupa animująca życie kulturalne,	komponenty doświadczeń tematycznych (jako moduły w programach wycieczek, eventów i lokalnych pakietów,	lokalna,	performance dziedzictwa / kultury współczesnej: pokazy, degustacje, koncerty, warsztaty kreatywne,	samorząd, lokalne instytucje kultury, touroperatorzy i zarządcy pakietów turystycznych.
Organizacja społeczna skoncentrowana na ochronie i ożywianiu dziedzictwa,	eventy dziedzictwa i kulturalne (moduł performance`u lub kreatywny); pokazy artefaktów i procesów produkcji, degustacje, odpłatna sprzedaż artefaktów,	lokalna (rządziej regionalna),	udostępnianie zabytków, kreacja doświadczeń in situ, udostępnianie kolekcji i wystaw, narracje lokalnego dziedzictwa, performance niematerialnego	terenowa władza publiczna, zarządcy eventów, wolontariusze, touroperatorzy, indywidualni sponsorzy projektów.

	dokumentacja i udostępnianie niematerialnych świadectw dziedzictwa,		wymiaru dziedzictwa (pokazy, degustacje, koncerty), tradycyjne usługi,	
--	---	--	--	--

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Timothy i Boyd 2003; Tonus 1999, s. 119-132; 2006, s. 494-498; Izquierdo Tugas i in 2005; Jones 2007; Go i in. 2008, s. 366-378; Davis 2011, Cross 2012; Mikos v. Rohrscheidt 2014, s. 353-361; 2018b, s. 198-204; 2020a, s. 119-129; 2020b, s. 210-232; 311-514; 414-417; 2021c, s. 310-317; 352-370; 482-489; 716-718

### **2.3. Społecznie działający interpretatorzy dziedzictwa i animatorzy doświadczeń**

Obok przewodników turystycznych i pilotów wycieczek, zwykle – jednak nie zawsze – świadczących swoje usługi odpłatnie [Mikos v. Rohrscheidt 2014, s. 353-360; 2021c, s. 697-710], do grupy twórców i wykonawców usług interpretacji należą też kreatorzy lokalnych ofert eksploracji tematycznej: m.in. autorzy i organizatorzy questingu i miejskich czy terenowych gier turystycznych. Pośrednio – przez dostarczanie źródeł, tematycznych inspiracji oraz gotowych narracji – programy te współtworzą krajoznawcy (publikując książkowe przewodniki, prowadząc blogi lub witryny internetowe zawierające uporządkowane opisy lub opracowane wątki interpretacji wydarzeń albo zasobów i tzw. regionaliści (profesjonalni albo amatorscy literaci i dziennikarze) wyszukując, gromadząc i opracowując wątki i tematyczne zbiory dotyczące lokalnego dziedzictwa, w tym literackie wersje podań i legend czy kolekcje współczesnych anegdot [zob. Mikos v. Rohrscheidt 2014, s. 173], lokalni dokumentaliści (jak profesjonalni lub amatorscy fotografowie czy archiwiści) są twórcami nierzadko wartościowych zasobów i (w sytuacji osobistego udostępniania) ich interpretatorami dla zainteresowanych turystów. Grupę gestorów doświadczeń uzupełniają prywatni pasjonaci-kolekcjonerzy, którzy gromadzą materialne zbiory i także udostępniają je w ramach lokalnej oferty turystycznej. Przykładowo, w procesach organizowania ekomuzeów powodowani chęcią udostępniania swoich zbiorów inspirowają oni tworzenie trwałych wystaw i tematycznie wyposażonych pomieszczeń albo przestrzeni (jak warsztaty rzemieślnicze itd.). Pasjonaci – eksploratorzy z kolei bywają twórcami i zarządcami niewielkich w skali obszarowych programów eksploatacji turystycznej (jak ścieżki geocachingu, trasy tematyczne albo dydaktyczne albo całe eksploracyjne warstwy szlaków kulturowych), które z kolei tworzą gotowe propozycje dla zorganizowanych grup i indywidualnych turystów

zainteresowanych samodzielną eksploracją w ramach tzw. autonomicznej turystyki kulturowej [Mikos v. Rohrscheidt 2020a, s. 448-454].

Dostarczycielami wykorzystywanych w programach turystyki kulturowej doświadczeń o profilu antropogenicznym (głównie dotyczących dziedzictwa i performance`u współczesnej kultury) są wreszcie twórcy i właściciele kolekcji i wystaw, grupy rekonstrukcji historycznej albo grupy kreatywne lub artystyczne działające przy ośrodkach kultury lub w stowarzyszeniach. W bezpośrednim kontakcie z turystami (i często w formule społecznej, to jest nieodpłatnej) współtworzą oni prezentację i interpretację lokalnego dziedzictwa m.in. jako wykonawcy elementów programów cyklicznych eventów żywej historii i dziedzictwa (m.in. batalistycznych albo tzw. scen z życia codziennego). W obiektach dziedzictwa, w przestrzeni szlaków kulturowych lub we własnych siedzibach realizują oni propozycje mikroeventów (jak pokazy, prezentacje, inscenizacje i warsztaty tematyczne). Niektórzy z nich podejmują się przewodnictwa po obiektach historycznych i obszarach zabytkowych, które dzięki wykorzystaniu rekwizytów przybiera formę zwiedzania stylizowanego, a przy zastosowaniu zabiegu dramatyzacji i zaangażowaniu się całej grupy odtwórczej – fabularyzowanego. Przedstawiciele wymienionych grup są także często organizatorami rozwiniętych (obsługowych) form gier eksploracyjnych [zob. Mikos v. Rohrscheidt 2020a, s. 131-134].

W kreację gotowych modułów doświadczeń, a nawet trwałych materialnych atrakcji turystyki kulturowej oraz w realizację jej lokalnych niekomercyjnych programów w wielu miejscach włączają się lokalne środowiska. Są to zarówno organizacje: stowarzyszenia koncentrujące swoją aktywność na pielęgnowaniu i popularyzacji dziedzictwa, fundacje, oddziały organizacji krajoznawczych, sekcje ośrodków kultury, wspólnoty religijne, jak również grupy nieformalne (np. grupy przyjaciół muzeów, działające przy szkołach grupy nauczycieli i uczniów i koła krajoznawcze albo turystyczne. Jeśli profil ich codziennej aktywności lub misji organizacyjnej nie jest wprost turystyczny, to ich najczęstszym wkładem jest opracowanie i wykonanie jednorazowych wydarzeń (zwiedzania, gry terenowej, kreatywnego warsztatu, performance`u niematerialnego dziedzictwa czy nawet całej wycieczki) jako atrakcji i modułów doświadczeń dla uczestników wypraw lub liczniej przyciągających turystów eventów. Pośrednio wnoszą oni swój wkład w powstawanie programów społecznej turystyki (kulturowej) poprzez gromadzenie i zabezpieczanie materialnych świadectw lokalnej historii i dziedzictwa, tworzenie z nich tematycznych

kolekcji i ekspozycji, nawiązywanie kontaktów ze świadkami historii i utrwalanie ich przekazów, organizowanie i dokumentowanie spotkań z nimi, dokumentację bieżących wydarzeń (jak przykładowo kolejne edycje eventów kultury i dziedzictwa), a także interpretację własnych zbiorów z udziałem turystów i oprowadzanie ich w swoim fizycznym otoczeniu.

Zestawienie wyżej opisanych form wkładu samodzielnie działających podmiotów w poszczególne typy programów społecznie organizowanej turystyki kulturowej wraz z ukazaniem najczęściej obserwowanych relacji między nimi a gestorami tych ofert prezentuje **Tabela 4**. Czytelnika nie powinno przy tym dziwić powtarzanie się niektórych działań w stosunku do wyżej opisanych propozycji samych organizacji społecznych jako gestorów doświadczeń (zob. Tab. 2) i produktów względnie niekomercyjnych programów turystycznych (zob. Tab. 3). Jest tak, ponieważ wspomniane organizacje konstruując i realizując swą stacjonarną i lokalną (a także eventową) ofertę turystyczną niejednokrotnie bazują właśnie na społecznym (nieodpłatnym) zaangażowaniu samodzielnych kreatorów doświadczeń lub prywatnych gospodarzy obiektów i miejsc, do których zapraszają turystów.

Tab. 4. Działający społecznie samodzielni twórcy doświadczeń tematycznych jako składowych części programów turystyki kulturowej

Typ kreatora doświadczeń	Typ doświadczenia	Doświadczenie wprowadzane do:	Miejsce realizacji doświadczenia	Najczęstszy gestor produktu lub programu
Przewodnik turystyczny działający non profit,	oprowadzanie systematyczne, spacer tematyczne, koordynacja gry, questu,	program zwiedzania LPT, zwiedzania OD, zwiedzania EM,	obiekty D., rozproszone materialne zasoby D.; kolekcje i wystawy;	OS zarządzająca OD; OS zarządzająca LPT. Zarządca EM.
Twórca stacjonarnych form grywalnych,	scenariusz gry, prowadzenie rozgrywki,	program zwiedzania OD, program wizyty w ośrodku ID, LIK,	OD, ośrodek ID, siedziba LIK,	OS zarządzająca OD; społeczny ośrodek ID.
Twórca turystycznych programów eksploracyjnych,	geościeżka, quest, terenowa gra turystyczna,	program TPP, program LTPE, zjazdu lub zlotu turystycznego, stała oferta EM,	eksplorowany teren (zwykle skala lokalna lub seria lokalnych propozycji),	OS zarządzająca LPT; społecznościowy serwis turystyczny, celowe stowarzyszenie interesariuszy LPT, zarządca EM.
Twórca turystycznego programu kolekcjonerskiego, popularyzacji D.,	gotowy tematyzowany lub obszarowy program,	eksploracyjnej oferty OS; eksploracyjnej warstwy szlaku kulturowego,	rozproszone OD i świadectwa D. (skala regionu lub kraju),	OS zarządzająca szlakiem kulturowym, OS skoncentrowana na popularyzacji

				krajoznawstwa lub TS.
Animator modułu edukacyjnego,	wykład, prelekcja, lekcja, warsztat partycypacyjny,	program zwiedzania zabytku lub OD,	obiekt D, siedziba gestora LPT (punktowo),	LIK, społeczny ośrodek ID; OS zarządzająca LPT.
Animator performance`u kulturalnego lub dziedzictwa,	występ publiczny, występ dla grupy (jako moduł TPP)	program eventu, program TPP,	miejsce realizacji eventu, miejsce realizacji TPP	OS zarządzająca cyklicznym eventem; OS zarządzająca TPP
Animator doświadczenia kreatywnego	warsztat partycypacyjny,	program TPP; zwiedzanie zabytku lub OD, stała oferta EM,	OD, miejsce realizacji TPP, obiekt zarządzany przez EM,	OS zarządzająca TPP zarządca EM,
Indywidualny animator performance`u,	występ publiczny, występ dla grupy (jako moduł TPP),	program eventu, program TPP, oferta EM,	miejsce realizacji eventu; miejsce realizacji TPP,	OS zarządzająca cyklicznym eventem, zarządca EM.
Grupa animacji lub rekonstrukcji,	występ publiczny, moduł pokazu dla grupy,	program eventu, program TPP;	miejsce realizacji eventu; miejsce realizacji TPP,	OS zarządzająca cyklicznym eventem; OS zarządzająca TPP.
Spółeczny dokumentalista, archiwista amator,	kolekcje dokumentów, zbiory fotograficzne,	programy zwiedzania OD, EM, wizyt w ośrodkach ID,	OD, LIK, siedziba OS, ośrodek ID, siedziba ekomuzeum,	OS zarządzająca OD, LIK, społeczny ośrodek ID, zarządca EM.
Prywatny kolekcjoner,	kolekcje artefaktów, zbiory dokumentów,	program zwiedzania OD, EM, wizyty w ośrodku ID, LIK, wizyta w siedzibie podmiotu,	własna siedziba, OD, ośrodek ID, siedziba LIK, siedziba EM,	OS zarządzająca OD, LIK, społeczny ośrodek ID, zarządca EM.
Autor przewodnika, blogu tematycznego, literat-regionalista,	książki, wpisy tematyczne, przewodniki turystyczne,	program: zwiedzania LPT, zwiedzania szlaku kulturowego, program TPP,	biblioteka, obiekt D., siedziba LIK, Internet, punkt IT,	OS zarządzająca LPT, szlakiem kulturowym, lub skoncentrowana na popularyzacji krajoznawstwa.
Gospodarz udostępnianego zabytku lub kolekcji,	osobista eksplanacja obiektu, zasobów, kolekcji	program zwiedzania OD, EM, moduł programu LPT,	udostępniany OD, lokalizacja kolekcji (np. siedziba EM),	OS zarządzająca własnym LPT; OS zarządzająca szlakiem kulturowym, EM.
Świadek historii lub dziedzictwa,	osobista relacja (nagranie); udział w spotkaniu, występ publiczny,	program popularyzacji D., program TPP, LPT, program eventu,	OD, miejsce wydarzeń lub eventu, ośrodek ID, siedziba LIK, siedziba OS,	społeczny ośrodek ID OS zarządzająca TPP, LPT, eventem lub szlakiem kulturowym.
Ekspert D. lub metodyk ID	wykład, prelekcja, warsztat	programy szkoleń, zjazdy tematyczne,	siedziba ośrodka ID, siedziba OS,	społeczny ośrodek ID

pracujący społecznie,	edukacyjny,	TPP, konferencje popularyzacyjne;	siedziba ekomuzeum,	OS zarządzająca LPT, TPP, ekomuzeum lub szlakiem kulturowym.
-----------------------	-------------	-----------------------------------	---------------------	--

Wyjaśnienie skrótów: LPT produkt lub program turystyczny o lokalnej skali, TPP – tematyczna propozycja pobytu; LTPE - Lokalna tematyzowana propozycja eksploracji, OS – organizacja społeczna, D – dziedzictwo, OD – obiekt dziedzictwa, TS – turystyka społeczna, ID – interpretacja dziedzictwa, LIK – lokalna instytucja kultury; EM – ekomuzeum, IT- Informacja turystyczna.

Źródła: opracowanie własne na podstawie: Mikos v. Rohrscheidt 2014, s. 203-232; 353-361; 2018a, s. 52-53; 2018b, s. 50-60; 209-218; 2020a, s. 129-137; 437-444; 448-454; 2020b, s. 261-263; 398-417, 521-530; 2021c, s. 370-375; 409-410; 482-490; 547-580, 695-709, 728-723

### 3. Wnioski i kwestie dyskusyjne

Zebrany materiał i jego analiza wydają się uprawniać do sformułowania następujących wniosków:

- 1) Zjawisko turystyki społecznie organizowanej (i to zarówno w wymiarze aktywności jej uczestników, jak i w wymiarze ofertowym) posiada masową skalę i nie pokrywa się z wąskim rozumieniem turystyki społecznej jako socjalnej, czyli wspieranej zewnętrznie w celu realizacji praw ludzkich, zaspokojenia potrzeb określonych grup konsumentów (w tym prawa do rekreacji, edukacji lub czasu wolnego) albo ze względu na ważne interesy społeczne.
- 2) Innym obok socjalnego wymiarem uspołecznienia turystyki jest organizacja jej propozycji (produktów, ofert i programów) z udziałem i nawet z inicjatywy organizacji społecznych (niekomercyjnych i pozarządowych), przy zaangażowaniu działających społecznie nieformalnych grup, z wykorzystaniem pracy wolontariuszy albo jako realizacji misji organizacji społecznych ukierunkowanych na turystykę lub krajoznawstwo.
- 3) Jednocześnie można zidentyfikować z jednej strony wiele form aktywności organizacyjnej, a z drugiej: konsumpcji propozycji turystycznych, w których cel socjalny jest realizowany przez organizacje społeczne albo przy ich na tyle znaczącym udziale, że to zaangażowanie decyduje o ich zaistnieniu - tę grupę przedsięwzięć można określić jako turystykę społecznie organizowaną.
- 4) Niektóre z programów i produktów tak rozumianej turystyki społecznej posiadają zdeklarowane cele odpowiadające założeniom turystyki kulturowej (jak poznawcze, edukacyjne, ukierunkowane na uczestnictwo w kulturze) lub/i mają w swojej



strukturze na tyle wyraźny udział profilowanych komponentów doświadczeń o takim profilu, że można i należy zaliczyć je także do turystyki kulturowej – tę grupę można z kolei określić jako społecznie organizowaną turystykę kulturową.

5) W zróżnicowanym środowisku gestorów tej grupy propozycji (społecznie organizowanej turystyki kulturowej) można zidentyfikować organizacje społecznie zarządzające zasobami (w tym obiektami i świadectwami dziedzictwa), podmioty skoncentrowane na uprawianiu turystyki i krajoznawstwa, podmioty wsparcia społecznego, społecznych opiekunów zasobów poddawanych eksploatacji i interpretacji, pozarządowe organizacje edukacyjne, nieformalne grupy opiekunów dziedzictwa, grupy sąsiedzkie, grupy pasjonatów dziedzictwa lub krajoznawstwa, interpretatorów dziedzictwa, animatorów doświadczeń oraz wolontariuszy i wielu innych.

6) Wkład każdej z wymienionych grup do ogólnego potencjału społecznie organizowanej turystyki kulturowej oraz (bezpośrednio lub pośrednio) do procesów tworzenia jej oferty odpowiada specyfice danej grupy, preferowanym typom jej aktywności oraz możliwościom. Sięga on od udostępnienia zasobów, poprzez osobiste zaangażowanie w obsługę i usługi, kreację tematycznych doświadczeń aż po organizację wielodniowych programów wycieczkowych, eventowych i pobytowych.

7) Skala działania podmiotów społecznych organizujących turystykę w dużym stopniu zależy od wsparcia publicznego, zarządzanego głównie przez samorządy jako decydentów o przydziale tych środków i partycypacji w publicznych programach oraz jako strategicznych partnerów tych organizacji. Dlatego w wielu miejscach kwestią decydującą o rozwoju tej formy turystyki jest czy samorządowi władarze są świadomi, że społecznie organizowana turystyka (w tym i te jej programy, które są ukierunkowane na doświadczenia dziedzictwa i uczestnictwo w kulturze) może być prawowitym oraz efektywnym instrumentem realizacji rozmaitych polityk społecznych.

8) W organizacji doświadczeń, programów i produktów turystyki kulturowej wymienione wyżej podmioty współpracują ze sobą (np. w strukturach społecznie zarządzanych szlaków kulturowych lub ekomuzeów), z instytucjami publicznymi (np. jako gospodarze doświadczeń tematycznych) i z podmiotami rynkowymi (jako gestorzy nabywanych usług lub odwrotnie: klienci nabywający usługi). Ten ostatni przypadek występuje najczęściej, co (z powodu braku produktów „czysto” społecznych) powoduje m.in. trudności w zdefiniowaniu turystyki społecznej (w tym

jej kulturowej odmiany) jako odrębnej formy oferty czasu wolnego i w powszechnym uznaniu jej jako działalności społecznej.

9) Niezależnie jednak od tego - i obok pożytków turystów jako konsumentów programów i doświadczeń - samo społeczne zaangażowanie w tworzenie doświadczeń i programów turystycznych przynosi gestorom oferty turystyki społecznej i jej komponentów, ich partnerom oraz społecznościom mieszkającym na terenach jej recepcji wymierne korzyści w zakresie: kapitału społecznego budowanego w związku z realizacją wspólnych przedsięwzięć, poprawy sytuacji i wzmocnienia pozycji społecznej oraz poczucia sprawczości grup słabszych ekonomicznie, a także ochrony, podtrzymywania i popularyzacji dziedzictwa i ożywienia życia kulturalnego oraz poziomu uczestnictwa w kulturze mieszkańców terenów recepcji.

10) Wnioskiem płynącym z badań przeprowadzonych na użytek napisania niniejszego artykułu jest także wskazanie na pilną potrzebę systemowego wsparcia ze strony organizacji turystycznych: obszarowych (LOT i inne DMO) czy celowych/tematycznych (jak podmioty zarządzające szlakami kulturowymi) dla nieformalnych grup pasjonatów i ludzi wspierających osoby w trudnym położeniu w procesach tworzenia doświadczeń turystycznych i realizacji wycieczek. Wsparcie to może przybierać formę merytorycznej opieki nad procesami tworzenia kolekcji oraz scenariuszy doświadczeń, wprowadzania tychże (i programów eksploracyjnych) do obszarowych lub tematycznych ofert turystyki przyjazdowej, rabatowania cen usług przy obsłudze uczestników organizowanych przez nich wycieczek (i ich samych!) oraz objęcia wolontariuszy programami szkoleń interpretatorów dziedzictwa, dokumentalistów krajoznawstwa lub animatorów doświadczeń kulturalnych. To powinno przełożyć się na wzrost skali zaangażowania społecznie aktywnych jednostek i grup w tworzenie oferty turystyki (zarazem społecznej i kulturowej), na upowszechnienie zrozumienia jej znaczenia w zachowaniu dziedzictwa, powiększaniu wiedzy o nim i jego wartościach dla społeczeństwa, ale także docenienie turystyki jako angażującej i społecznie integrującej formy spędzania czasu (nie tylko dla uprawiających ją, ale i dla uczestniczących w tworzeniu jej zasobów i programów).

### **Ograniczenia wnioskowania**

Ze względu na cel niniejszego opracowania: rozpoznanie środowiska organizacji zaangażowanych w społecznie tworzone propozycje turystyki kulturowej oraz

gestorów doświadczeń turystycznych i spektrum ich działań, badania ograniczono do praktyk podejmowanych w ramach organizacji turystyki. Inne czynniki uspołeczniające przedsięwzięcia turystyczne, jak ich kreowanie w ramach realizacji polityk społecznych czy związane z otrzymywaniem zewnętrznego wsparcia (które włączają takie przedsięwzięcia w ramy turystyki socjalnej) zostały wprawdzie uwzględnione w charakterystyce poszczególnych grup interesariuszy i wspomniane w opisach form ich zaangażowania, ale nie odgrywały one roli kryterium w ich selekcji dla celów analizy. Badanie objęło zatem organizacje i podmioty działające niekomercyjnie lub społecznie podejmowane inicjatywy o charakterze turystycznym jako takie, natomiast ewentualnie otrzymywane wsparcie zewnętrzne lub wsparcie udzielane turystom jako konsumentom propozycji nie decydowały o objęciu podmiotów i programów niniejszą analizą. Jest oczywiste, że również liczne społeczne (uspołecznione) aktywności skutkujące kreacją lub wzbogaceniem oferty turystycznej zawierają komponent wsparcia, jednak to nie do tej ich cechy odnosi się referowane badanie i niniejsze opracowanie.

Otwartą kwestią wynikającą z wzajemnego zachodzenia na siebie przedsięwzięć turystycznych o charakterze socjalnym i programów oraz produktów społecznie organizowanej turystyki jest możliwość zaliczenia konkretnego programu do form realizacji turystyki socjalnej na podstawie jego treści: jako bezpośrednio realizujących jedno z założeń polityki socjalnej (np. przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu), w sytuacji, kiedy nie istnieje potwierdzenie dla społecznej formuły jego przygotowania, realizacji lub dystrybucji (bo przykładowo realizuje je organizator wycieczek działający na warunkach rynkowych). Z drugiej strony rezultatem społecznie (to jest nieodpłatnie) stworzonego programu może być również darmowa propozycja eksploracji, zwiedzania lub doświadczeń wykorzystywana poza kontrolą autorów przez prywatne grupy turystów.

Pełna ocena zaangażowania organizacji społecznych w kreowanie programów i produktów turystyki kulturowej nie jest możliwa na podstawie przeprowadzenia analizy rodzajów podejmowanych aktywności, komponentów doświadczeń stanowiących o ich kulturowym profilu, ich klasyfikacji czy nawet dobrze

udokumentowanej typologii<sup>4</sup>. Wymagałoby to przeprowadzenia badań ilościowych, odnoszących się do skali podejmowanych działań, ich regularności i ich znaczenia (udziału) dla całości działalności organizacyjnej grupy zaangażowanych podmiotów. Taka analiza, która jednak do swojej realizacji wymaga zastosowania metody sondażowej (najlepiej z użyciem serii ankiet zapewniających reprezentatywność dużej próby), a potem narzędzi statystycznych, może być przedmiotem innego badania.

## **Zakończenie**

Propozycje uprawiania turystyki tworzone w warunkach społecznego zaangażowania mogą spełniać szereg ważnych funkcji w odniesieniu do zagospodarowania czasu wolnego i organizacji odbywanych w nim podróży (aspekt turystyczny), w zakresie eksploatacji walorów antropogenicznych, w doświadczaniu przejawów kultury i praktyk kulturowych, w przyswajaniu treści i przekazów dziedzictwa, a także w zachowaniu i budowaniu tożsamości kulturowej regionów i małych ojczyzn oraz integracji ludzi wokół jej wartości (aspekt kulturowy), wreszcie w dziedzinie budowania potencjału turystycznego i promocji terytoriów, w których są tworzone jako obszarów recepcji ruchu turystycznego oraz w procesach gospodarczego rozwijania tych obszarów i pożytków ich mieszkańców (aspekt ekonomiczny). Z wielu względów brak jednak powszechnego docenienia i uznania społecznego znaczenia takich działań, które byłoby porównywalne z wysoką oceną turystyki socjalnej i miejscem przyznawanym jej w procesach planowania i realizacji rozlicznych polityk społecznych. Z tego powodu, a także wobec atomizacji środowiska gestorów takich doświadczeń i programów turystycznych, pożądana jest ich integracja przynajmniej w skali regionalnej. Biorąc pod uwagę kulturowe i społeczne pożytki z ich działalności mogłaby się ona dokonywać w ramach i ze wsparciem ze strony środowiska interesariuszy turystyki kulturowej. Dzięki niej to środowisko mogłoby nie tylko koordynować swoje programy i upowszechniać dobre praktyki jako standardy, sięgnąć po środki publiczne przekazywane na rzecz szkoleń kadr turystycznych i tworzenia produktów, ale także artykułować swoje oczekiwania w zakresie wparcia ze strony organizacji marketingu turystycznego. Rezultatem mogłoby być zwiększenie popytu na społecznie kreowane doświadczenia turystyczne i rozbudowane produkty,

---

<sup>4</sup> Analizę programów społecznie organizowanej turystyki kulturowej autor przeprowadził równoległe i prezentuje je w odrębnym artykule.

z pozytywnymi skutkami dla poziomu zatrudnienia w lokalnych usługach turystycznych oraz dla wykorzystania oferty turystycznej na terytorium zarządzanym przez liczne lokalne samorzady. Niezależnie od tego zasoby dziedzictwa i żywe praktyki kulturowe, odpowiednio zagospodarowane i kultywowane przez najsilniej (poza właścicielami) zmotywowanych interesariuszy mogą być przedmiotem satysfakcjonujących przeżyć depozytariuszy i turystów, a także zostać naturalnie przekazane kolejnym pokoleniom, aby następnie im służyć i integrować je wokół siebie.

### Literatura:

- Bélangier Ch. E., 2003, *Le Bureau international du tourisme social, "Teoros Teoros – Revue de Recherche en Tourisme"*, nr 22 (3), s. 24–28
- Cross S. (red.), 2012, *Sharing our Stories. Using interpretation to improve the visitors' experience at heritage sites*, Failte Irelad, Dublin
- Davis P., 2011, *Ecomuseums: a sense of place (Wyd. 2)*, Continuum International Publishing Group, London/New York
- Diekmann A., McCabe S. (red.), 2020, *Handbook of Social Tourism*, Edward Elgar Publishing Ltd., Cheltenham
- Geise P., 2011, *Niemieckie doświadczenia i rozumienie turystyki społecznie zaangażowanej* [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH w Łodzi, Łódź, s. 39-49
- Go F. M., Lee R. M., Russo A. P., 2008, *Turystyka kulturowa a rozwój regionalny*, [w:] L. Pender, R. Sharpley (red.) *Zarządzanie turystyką*, PWE Warszawa, s. 364-38
- Golka M., 2007, *Socjologia kultury*, Scholar, Warszawa
- Gunn C., Var T., 2020, *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, Routledge, New York
- Hall C.M., 2000, *Tourism planning: policies, processes and relationships*, Prentice Hall, Harlow
- Idziak W., 2011, *Turystyka społeczna – nowe znaczenia i możliwości*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, WSTH w Łodzi Łódź, s. 51-62
- Izquierdo Tugas P. i in., 2005, *Heritage Interpretation Centres. The Hicira Handbook*, Institut d'Edicions de la Diputació de Barcelona, Barcelona
- Jaremen D., 2012, *Turystyka społeczna – studium przypadku Wielkiej Brytanii*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 259, s. 142–156
- Jones S., 2007, *Sharing our Stories. Guidelines for Heritage Interpretation*, The National Trust of Australia, Canberra-Sydney
- Kociszewski P., 2016, *Oferta turystyczna dla seniorów - jej istota i społeczno-geograficzne uwarunkowania*, dysertacja, Wydział GiSR Uniwersytetu Warszawskiego, Repozytorium UW, <https://depotuw.ceon.pl/handle/item/1503> (2016-04-13)
- Kociszewski P., 2017, *Kształtowanie oferty na rynku turystyki kulturowej przez organizatorów turystyki (na przykładzie turystów seniorów)*, „Turystyka Kulturowa” nr 1, s. 80-105

- Kociszewski P., 2021, *Oferta dla seniorów w kontekście turystyki społecznej – istota i zróżnicowanie* [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w Polsce*, COTG PTTK - Fundacja Symbioza Kraków-Świdnica, s. 135-163
- Kowalczyk A., 2022, *Cztery 4Hs jako czynniki kształtujące region turystyki kulturowej*, "Turystyka Kulturowa", Nr 122 (1), s. 109-152
- Krajewski M., 2013, *W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze*, „Kultura i Społeczeństwo” nr 1, 29–67
- Kruczek Z., 2011, *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*, Proksenia, Kraków
- McCabe S., 2017, *Social tourism and its contribution to sustainable tourism*, “Cuadernos Economicos de ICE”, nr 93, 29–44
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2014, *Współczesne przewodnictwo miejskie . Metodyka i organizacja interpretacji dziedzictwa*, Proksenia – Kultour.pl, Kraków-Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2016, *Turystyka kulturowa – fenomen, potencjał, perspektywy* (Wyd. III), Kultour.pl, Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2018a, *Turystyka kulturowa jako forma wpisywania dziedzictwa w kapitał kulturowy jednostki*, [W:] A. Marciniak. M. Paleta, K. Kajda (red.), *Dziedzictwo we współczesnym świecie*, Universitas, Kraków, s. 49-69
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2018b, *Historia w turystyce kulturowej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa (w ramach serii PWN „Historia w działaniu”)
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2020a, *Zarządzanie w turystyce kulturowej. Tom I: konteksty, koncepcje, strategie*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2020b, *Zarządzanie w turystyce kulturowej, tom II: obszary, relacje, oferta*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2021a, *Turystyka społeczna: geneza i istota* [w:] A. Stasiak (red.) *Turystyka społeczna w Polsce*, Wyd. COTG PTTK - Fundacja Symbioza, Kraków-Świdnica, s. 13-29
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2021b, *Uczestnicy, formy i kierunki rozwoju współczesnej turystyki społecznej*, [w:] A. Stasiak (red.) *Turystyka społeczna w Polsce*, Wyd. COTG PTTK - Fundacja Symbioza Kraków-Świdnica, s. 31-59
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2021c, *Interpretacja dziedzictwa w turystyce kulturowej. Konteksty, podmioty, zarządzanie*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2021d, *Muzea jako pasywni interesariusze, aktywni partnerzy i organizatorzy współczesnej turystyki kulturowej*, "Museion Poloniae Maioris, t. VIII, s. 231-259
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2022a, *Jakie miejsce w turystyce kulturowej zajmują imigranci? Gnieźnieńskie Forum ekspertów Turystyki Kulturowej, Pytanie 101*, „Turystyka Kulturowa” Nr 125 (4/2022), s. 230-249
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2023, *Społecznie organizowana turystyka kulturowa: programy i poziom zaangażowania organizatorów*, „Turystyka Kulturowa Nr 126 (1/2023),
- Minnaert L., Maitland R., Miller G., 2011, *What is social tourism? “Current Issues in Tourism”*, nr. 14 (5), s. 403–415; <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.568051>
- Mokras-Grabowska, J. 2011, *Program „Europe Senior Tourism” – założenia, realizacja, efekty ekonomiczne*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, WSTH w Łodzi, Łódź, s. 71–88
- Nowak A., 2021, *Rola podmiotów ekonomii społecznej jako kreatorów popytu i podaży na rynku turystycznym na wybranych przykładach*, [w:] A. Stasiak (red.) *Turystyka*

- społeczna w Polsce*, Wyd. COTG PTTK - Fundacja Symbioza Kraków-Świdnica, s. 115-133
- Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie turystyki socjalnej w Europie* (2006). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, poz. 2006/C 318/67
- Osojca-Kozłowska S., 2021, *Gospodarczy wymiar turystyki społecznej*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w Polsce*, COTG PTTK - Fundacja Symbioza Kraków-Świdnica, s. 85 - 114
- Stasiak A., 2010, *Cele i zadania turystyki społecznej - kilka uwag o istocie zjawiska* [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, WSTiH Łódź, s. 37-56
- Stasiak A., 2011, *Uwarunkowania i bariery rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, WSTH w Łodzi Łódź, s. 377-396
- Stasiak A. (red.), 2021, *Turystyka społeczna w Polsce*, COTG PTTK - Fundacja Symbioza Kraków-Świdnica
- Stasiak A., Włodarczyk B., 2012, *Turystyka społeczna – istota, determinanty, możliwości i kierunki rozwoju*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, Nr 259, s. 167-177
- Swarbrooke J., 2002, *The development and management of visitor attractions*, Butterworth Heinemann, Oxford
- Timothy D.J., Boyd S.W., 2003, *Heritage Tourism*, Pearson Education, Harlow UK
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, WSTH w Łodzi, Łódź, s. 23-35
- Tosun C., 1999, *Towards a typology of community participation in the tourism development process*, „Anatolia” nr 10 (2), s. 113-134
- Tosun C., 2006, *Expected nature of community participation in tourism development*, „Tourism Management” nr 27 (3), s. 493-504
- Wojciechowska-Solis J., 2011, *Kierunki rozwoju turystyki społecznej* [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, WSTH w Łodzi Łódź, s. 9-22

## **Socially organized cultural tourism. Context and phenomenon, experiences and subjects**

**Abstract:** The aim of the undertaken research and the resulting study is to identify the phenomenon referred to as socially organized cultural tourism as well as to describe the entities active in its organization. Therefore, the conducted analysis has two dimensions: formal (serving to establish the criteria for distinguishing, defining social cultural tourism and embedding this phenomenon in the context of tourism as a whole) and subjective (serving to identify the entities organizing it, the most common ways of their management activities and their social partners). The method of analysis used is literature study. The paper, apart from the introduction, consists of three main parts. The first shows the context of the analyzed phenomenon in the

research dimension, describes its essence and discusses the relationship between it and the closely related forms of tourism. The second contains an analysis of entities involved in the creation of experiences and products of socially organized tourism and shows the spectrum of their activities. The work ends with conclusions and indications for future research.

**Keywords:** social tourism, cultural social tourism, socially organized tourism, socially engaged tourism, cultural tourism, products of social tourism.