

Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej

Pytanie 57

Czy obiekty usługowe i punkty obsługi turystów powinny wchodzić w skład szlaków turystyczno-kulturowych?

Szymon Czajkowski, Poznań

W podstawowych publikacjach dotyczących turystyki kulturowej uznaje się, iż w skład szlaków turystyczno-kulturowych winny wchodzić:

- A. oryginalne atrakcje (walory),
- B. atrakcje stworzone dla celów turystycznych,
- C. miejsca usług dla turystów (obiekty noclegowe, restauracje, sklepy z pamiątkami, wypożyczalnie samochodów i rowerów, amfiteatry itd.),
- D. instytucje, organizacje i stowarzyszenia, powołane dla celów obsługi szlaku lub wykonujące tę działalność obok innych swoich czynności.

Chciałbym zwrócić uwagę na dwa ostatnie z wymienionych zakresów, ponieważ podczas dotychczasowej pracy badawczej zauważyłem, iż w przypadku polskich szlaków turystyczno-kulturowych dosyć rzadko w ich przestrzeni wpisywane są obiekty, które można zakwalifikować do grup C lub D.

W związku z tym chciałbym zapytać: Czy zgadzają się z Państwo z stwierdzeniem, iż obiekty z dwóch ostatnich grup powinny formalnie wchodzić w skład szlaków turystyczno-kulturowych? Jeśli tak, to w jakim stopniu – jaka powinna być prawidłowa czy też jaka jest oczekiwana proporcja i dlaczego taka? Pragnę również spytać, dlaczego dotąd przeważnie pomijano obiekty będące tematem niniejszego pytania przy wytyczaniu tras turystycznych w ramach szlaków turystyczno-kulturowych?

Odpowiedzi:

dr hab. Armin Mikos v. Rohrscheidt, prof. GSW, Poznań/Gniezno

Zajmując się od szeregu lat badaniami szlaków kulturowych i będąc jednym z autorów owych „podstawowych publikacji” dotyczących turystyki kulturowej, w tym paru książek o samych szlakach właśnie, czuję się wywołany do tablicy. Samo pytanie przyjmuję po pierwsze jako propozycję uściślenia, co rozumiem pod pojęciem „obiekt szlaku”, a w dalszej kolejności (po drugie) jako żądanie zajęcia stanowiska co do uwzględniania lub nieuwzględniania w trasach proponowanych turystom podmiotów i obiektów o charakterze zarządczym, społecznościowym, obsługowym i infrastrukturalnym, a zatem nie stanowiących wprost atrakcji tematycznych z punktu widzenia tychże turystów.

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

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

W książce „*Regionalne szlaki tematyczne. Idea, potencjał, organizacja...*” (2010) pisałem o atrakcjach pierwotnych, wtórnych i wykreowanych (s. 60). Tam także (s. 141-143) proponowałem „zdrową” proporcję między nimi, zachowanie której powinno zapewnić szlakowi zgodność tematyczną i autentyczność kulturową, przynajmniej w niektórych jej uznawanych znaczeniach. W mojej opinii obiektów pierwotnych (jak miejsca historyczne, zabytki, dzieła sztuki – zależnie od tematyki szlaku) nie powinno być mniej niż 50%, a obiektów wykreowanych (jak m.in. centra interpretacyjne) nie więcej niż 25% wśród obiektów formalnych szlaku, czyli tych, które jednoznacznie zaliczają się do jego atrakcji (walorów) i tym samym stanowią o jego tematyzacji. Odsyłając zainteresowanych do szerszych wywodów w wymienionej publikacji zwrócę tu tylko uwagę na fakt, że wszystkie te trzy podgrupy (pierwotne, wtórne i wykreowane) tworzą atrakcje szlaku o charakterze tematycznym. One to z jednej strony generują przeżycia i doświadczenia, stanowiące rdzeń szlaku jako produktu turystycznego, a jednocześnie jako materialne walory szlaku są zaliczane także do jego warstwy „produktu rzeczywistego”. Są to te same typy obiektów, które Szymon Czajkowski – zapewne idąc za moim wywodem ze wspomnianej książki - we wstępie do pytania zalicza do grup A i B. W mojej opinii tworząc grupę walorów (atrakcji) systemu, w sensie ścisłym **tylko one** zasługują na nazwę formalnych obiektów szlaku. Dlatego badając kolejne szlaki kulturowe, już na etapie identyfikacji danego systemu rozpoczynam właśnie od ustalenia pełnej listy tych formalnych obiektów, która w procedurze badawczej jest punktem wyjścia do wyznaczenia jego przestrzeni, będącej pojęciem znacznie szerszym (*Regionalne szlaki tematyczne...*, s. 94nn) i potrzebnym z punktu widzenia ustalania jego potencjału turystycznego. Na liście obiektów formalnych umieszczam też wyłącznie tego rodzaju obiekty, niezależnie od ich dalszego podziału na atrakcje pierwotne, wtórne i wykreowane dla potrzeb turystyki (jednak wciąż są to atrakcje, a nie np. nie mające charakteru atrakcji tematycznych elementy obsługi potrzeb turystów czy podmioty zarządcze i inne).

Wszystkie inne elementy istnienia szlaku (to jest te, które Sz. Czajkowski za Laszlo Puczko i Tamarą Ratz (2007) we wstępie do swojego pytania zbiera w grupach „C” i „D”) oczywiście uznaję także za „istotne komponenty szlaku”, niezbędne do jego funkcjonowania jako materialnego (rozwinętego) produktu turystycznego (por. *Regionalne szlaki tematyczne...*, s. 60 i odnośny schemat). Jednak ich istnienie w tej czy innej liczbie, lokalizacji, rozlicznych gatunkach czy segmentach świadczonych usług nie stanowi już ani o właściwej tematyzacji szlaku (w tym jego kulturowej autentyczności), ani o jego zasięgu i znaczeniu kulturowym. Mają one natomiast wpływ na jakość i różnorodność usług, sprawność funkcjonowania systemu, atrakcyjność szlaku i poszczególnych miejsc w jego przestrzeni z punktu widzenia spełniania różnych typów potrzeb turystów. Elementy z tej grupy mają oczywiście także wielkie znaczenie z punktu widzenia siły przyciągania szlaku jako destynacji turystycznej, skuteczności promocji systemu i jego zdolności do przyjęcia i obsłużenia określonej ilości i poszczególnych grup turystów. Jednak właśnie z racji braku przynależności do grupy atrakcji (walorów) tematycznych, nie zdecydowałbym się na ich formalne zaliczenie do obiektów szlaku tematycznego, ponieważ z punktu widzenia zarządzania szlakiem pociąga to za sobą określone konsekwencje. Należą do nich: znaczne ograniczenie swobody zarządcy (koordynatora) szlaku w układaniu kontaktów z ich zarządcami lub gestorami (idące aż do monopolu na pewne usługi na rzecz szlaku), zobowiązanie do takiego a nie innego układania przestrzeni szlaku i tras zwiedzania w jego ramach, żeby te obiekty lub usługi były zawsze uwzględniane, a w wielu przypadkach –

w zależności od przyjętego modelu zarządzania szlakiem – także konieczność dopuszczenia gestorów tych obiektów i podmiotów do współdecydowania o wielu działaniach dotyczących funkcjonowania i rozwoju szlaku, niekoniecznie z korzyścią dla niego jako systemu udostępniania dóbr kultury. Do tego dochodzi wtórnie przymus tworzenia i publikowania nieprzejrzyistych tras i map szlaku, upstrzonych dziesiątkami miejsc i elementów niekoniecznie potrzebnych turyście i wspomniane wyżej kłopoty z umieszczeniem jednych, a nie umieszczeniem innych podmiotów, ciągłe zmiany przy przystępowaniu do szlaku nowych partnerów („obsługowych”) i domaganie się korzystnych dla kogoś aktualizacji.

Jakkolwiek zatem te elementy są integralną częścią szlaku jako systemu dystrybucji kultury oraz produktu turystycznego (a nawet mogą być jego partnerami na podstawie zawieranych umów, jak o tym szerzej piszę w książce „Szlak Piastowski w przebudowie...”, 2013), to jednak nie powinny być one włączane do formalnej listy obiektów systemu. Od takiej listy oczekuje się bowiem nie tylko reprezentatywności z punktu widzenia określonego tematu czy „warstwy” dziedzictwa kulturowego, ale także jakiegoś poziomu stabilności, polegającego na nie wprowadzaniu ustawicznych zmian. Myślę, że w tym właśnie, co powyżej napisałem, zawiera się odpowiedź na drugą część pytania, mianowicie dlaczego w publikacjach dotyczących szlaków kulturowych, a imiennie w tych mojego autorstwa ani w spisie obiektów szlaków, ani w podstawowych wizualizacjach przestrzennych badanych szlaków (jak z pewnymi wyjątkami schematy ich struktury lub mapy przebiegu) nie są umieszczane obiekty i punkty pełniące funkcje zarządcze oraz obsługowe. W mojej opinii takie elementy mogą być oczywiście umieszczane zarówno w opisach tras (w mało inwazyjnej postaci piktogramów) w publikacjach przekazywanym turystom, jak przewodniki czy foldery, a także zbiorczo na kolejnych mapkach znajdujących się na dalszych stronach. Można i należy także umieszczać je na podstronach portalu internetowego dla turysty. Jednak na wizualizacjach trasy głównej szlaku kulturowego powinny znaleźć się atrakcje szlaku i zalecane łączące je trasy odpowiednio dla turysty zmotoryzowanego, pieszego, rowerowego, wodnego i tak dalej. Dla takiej trasy powinna być zawsze tworzona pierwsza i główna mapa czy przejrzysty schemat, którą nazwałbym „mapą rekomendacji”, skierowanych dla turysty. Są na niej zaznaczone obiekty formalne szlaku i podstawowe informacje na temat dotarcia do nich (zalecana trasa, odległość, ewentualny najbliższy przystanek) a także ich tematyczne symbole oznaczające na przykład rodzaj obiektu. Ta główna mapa jest wizualnym odwzorowaniem tematycznej „treści” szlaku – zestawia i wizualizuje przestrzennie listę walorów tematycznych, proponowanych turyście. Musi być więc jednoznaczna w swojej rekomendacji, prosta w odczytaniu (więc nie zawierać wielości symboli podmiotów i obiektów niekoniecznie potrzebnych temu konkretnemu turyście), nie powinna też dawać podstaw do podejrzeń i oskarżeń o promowanie jednych usług na niekorzyść konkurencji, wynikającą z ignorancji lub może nawet zamierzoną niekompletność i tak dalej. Mogę sobie co najwyżej wyobrazić, że przy symbolu lub nazwie każdego obiektu na takiej mapie są zaznaczone piktogramy poszczególnych usług, dostępnych w jego najbliższym otoczeniu, wyjaśnione poniżej w legendzie lub już we wstępie do przewodnika po szlaku.

Ta „tematyczna” mapa szlaku nie musi być jednak wcale jedyną, choć tak bywa w wielu przypadkach polskich systemów. Wszystkie inne mapy „użytkowe”, zarówno te tworzone dla całego szlaku, jak i dla jego poszczególnych części mogą już zawierać dowolne informacje, także grupowane według rodzajów usług lub potrzeb turysty. Na kolejnych stronach przewodnika (1), na odwrocie mapy głównej, jeśli jest ona publikowana jako samodzielna informacja o szlaku w postaci papierowej (2), a na stronach internetowych (3) lub aplikacjach mobilnych (4) pod hiperlinkiem powiązany z ikoną lub nazwą każdego obiektu szlaku - mogą już znaleźć się wtórne mapki lokalne. Te mogą zawierać symbole, a ich legendy - opisy obiektów usługowych w konkretnej miejscowości lub nawet w bezpośrednim otoczeniu jednego obiektu. Za pomocą piktogramów mogą być na nich

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

Przemysław Buryan, koordynator Szlaku Piastowskiego, Gniezno

W moim przekonaniu wypowiedź prof. Armina Mikos v. Rohrscheidt możemy uznać za obszerny i wystarczający wstęp teoretyczny do naszej dyskusji, który jednocześnie w sposób klarowny odpowiada na zadane pytanie. Żeby jednak na tym nie kończyć, spróbuję z nieco innej strony przedstawić wynikające z jego wywodów wnioski. Otóż, mam wrażenie, że w zadanym pytaniu kluczowe znaczenie ma słowo „skład” szlaku. Najczęściej, kiedy mówimy o składzie jakiejś materii, mamy na myśli wyraźne i widoczne elementy (jak części ciała na przykład) oraz te niewidoczne, działające w ukryciu (np. komórki). W przypadku szlaku możemy również jego skład interpretować na dwa sposoby. Pozwolę sobie użyć metafory z dziedziny bardzo popularnej, bo ze sportu, a imiennie – piłki nożnej. Skład szlaku da się porównać do grającej na boisku piłkarskim „jedenastki”. Pierwszym więc będzie **podstawowy skład szlaku**, czyli grający piłkarze o funkcjach obrońców, stoperów i napastników, tak samo jak w szlaku mamy listę obiektów o różnym charakterze: świeckie, sakralne, wtórne, pierwotne itp. To ten podstawowy skład decyduje w 75% o wygranej, a więc o powodzeniu funkcjonowania - w naszym przypadku - produktu turystycznego. Pozostałe 25% drużyny to te osoby, które dbają o dietę, kondycję fizyczną i mentalną graczy, a więc lekarze, dietetycy, trenerzy personalni itp. W odniesieniu do szlaku turystycznego tym zapleczem będzie koordynator, usługodawcy gastronomiczni, hotelarze itd. Będą oni wraz ze składem podstawowym stanowić **rozszerzony skład szlaku**. Tym przykładem chcę nawiązać do faktu, że ani same obiekty szlaku, ani usługodawcy na szlaku nie mogą w pełni czerpać z jego potencjału bez wzajemnego wsparcia. Reasumując, zarówno obiekty formalne (pierwotne, wtórne czy wykreowane zgodnie z kryterium tematyki szlaku), jak i gastronomia,

hotele, koordynatorzy i inni zaangażowani wchodzi tym sposobem w skład szlaku turystycznego. Skład, który jest jednak przedstawiany odbiorcom musi być ograniczony i skupiać się na głównej tematyce szlaku, bo to ona przyciąga turystów. Trudno wyobrazić sobie - o czym również wspomniał prof. Mikos v. Rohrscheidt - że główny materiał promocyjny szlaku, np. mapa szlaku, prezentuje wszystkie obiekty i podmioty komercyjne. Powstałby zapewne duży chaos niezrozumiały albo przynajmniej nieczytelny dla turysty.

Jednocześnie trzeba mieć świadomość, że w żadnym przypadku nie można lekceważyć obecności tych 25% czy może znacznie więcej podmiotów niezwiązanych bezpośrednio z tematem szlaku. Eksploatacyjny ze swojej istoty i definicji system szlaku nie będzie funkcjonował, jeśli turysta nie będzie miał realnych możliwości eksploatacji przy zaspokojeniu swoich ludzkich potrzeb, w tym: przenocowania, posilenia, przemieszczenia się czy zdobycia dodatkowych materiałów informacyjnych. Co więcej, celem każdego szlaku powinno być zachęcenie turysty do jak najdłuższego pobytu w jego obszarze, a bez wymienionych usług byłoby to oczywiście niewykonalne albo ograniczałoby odbiorców oferty tylko do przedstawicieli niszowej grupy trampów i do jednodniowych odwiedzających.

Od stycznia tego roku mam przyjemność wykonywać obowiązki koordynatora Szlaku Piastowskiego. Staram się od początku nie lekceważyć warstwy gastronomicznej i hotelowej. Proponuję współpracę lojalnościową przedstawicielom obu tych branż. Przykładem może być powstanie idei "Gastronomicznego Szlaku Piastowskiego", którego logo prezentuję poniżej w załączniku i którego celem ma być właśnie promocja usług dodatkowych w obrębie szlaku. Przy współpracy szlaku turystycznego z podmiotami prywatnymi trzeba pamiętać, że prywatnym zarządcom w sposób ograniczony można narzucić pewne idee. Jeżeli więc podmiot koordynujący szlak turystyczny ma brać odpowiedzialność za świadczone na nim wszelkie usługi, musi poddawać je ocenie, aby sprawdzać czy założone cele są realizowane. Celem zarządcy czy koordynatora szlaku musi być oficjalne i jasne określenie, które podmioty są rekomendowane przez szlak i stanowią go w sposób kontrolowany i przemyślany. Dopiero później można prezentować turystom rozszerzony skład szlaku, a więc polecać punkty komercyjne w różnego rodzaju materiałach promocyjnych i na oficjalnej stronie internetowej szlaku.

Projekt logo "Gastronomicznego szlaku piastowskiego",



źródło: własne

dr hab. Zygmunt Kruczek, prof. UEK, Katowice / AWF Kraków

Zgadzam się z tonem dyskusji na temat elementów tworzących szlak turystycznych, ich proporcji i roli jaką odgrywają w jego funkcjonowaniu. Zwłaszcza wypowiedzi Armina Mikosa v. Rohrscheidt (poparte cytatami z jego fundamentalnych dzieł o szlakach) i Przemysława Buryana porządkują i objaśniają kwestie zawarte w pytaniu Szymona Czajkowskiego.

Do tej dyskusji chciałem dodać refleksje na temat roli jaką odgrywają szlaki kulturowe w regionie i w jakim stopniu realizują funkcje edukacyjne i ekonomiczne. W znacznym stopniu zależy to od odpowiednio skomponowanej struktury szlaku opartej na wspomnianych w pytaniu czterech grup składowych. Ma to znaczenie dla dalszego rozwoju szlaków. Pisałem niegdyś o lawinowym procesie tworzenia tematycznych szlaków turystycznych (tzw. „szlakomania”), jaki miał miejsce w latach 2007 – 2012, inspirowany dopływem środków z budżetu UE. Powstało wtedy wiele szlaków wirtualnych, których żywot kończył się po rozliczeniu dotacji.

Odnoszę wrażenie, że szlaki mają większe znaczenie edukacyjne i promocyjne niż ekonomiczne. Jest to w dużym stopniu związane z procesem ich tworzenia jak i strukturą, o którą pyta Szymon Czajkowski.

Szlak jest produktem skierowanym do określonej grupy odbiorców i nie może generować tak dużego ruchu turystycznego jak np. dynamicznie rozwijające się w ostatnich latach parki rozrywki. Nadany szlakowi temat zawęża jego ofertę do turystów zainteresowanych danym zagadnieniem. Samorządy, które najczęściej są inicjatorami powstania szlaków, upatrują w tego typu produkcie turystycznym szansy na znaczne zwiększenie ruchu turystycznego w swoim regionie oczekują, że ten wzrost nastąpi w nieproporcjonalnie krótkim czasie. Stworzenie oferty turystycznej i jej komercjalizacja, a także dotarcie do konkretnej grupy odbiorców, jest jednak zadaniem długofalowym. Bariery rozwoju produktów turystycznych opartych na szlakach kulturowych są czynniki zewnętrzne związane z błędnymi założeniami strukturalnymi dotyczącymi informacji, promocji i finansowania oraz czynniki wewnętrzne polegające na błędnych założeniach zarządzania szlakiem przez jego administratora. Pomysłodawcy szlaku powinni wokół swojego projektu zgromadzić wszystkich potencjalnych interesariuszy, tworząc koalicje podmiotów zarówno publicznych, jak i prywatnych lub pozarządowych posiadających zasoby lub kompetencje przydatne w funkcjonowaniu szlaku. Takie działania wzbogacą ofertę szlaku o nowe obiekty.

Wyeksponowanie atrakcji (grupa A i B) związanych ze szlakiem w działaniach promocyjnych wiąże się z jego rolą edukacyjną. To atrakcje są eksponowane w przewodnikach, informatorach, mapach, itp. Są czynnikiem przyciągającym turystów (bez względu czy zmotywowanych szlakiem i jego tematyka, czy przypadkowo przebywających na szlaku). Atrakcje mają decydujące znaczenie dla profilu szlaku i jego roli edukacyjnej. W ich cieniu powinny występować obiekty z grupy D, chociaż ich rola dla szlaku jest ogromna. Obiekty z grupy C z kolei mają kapitalne znaczenie dla funkcji gospodarczych, a ich eksponowanie zależy od stopnia komercjalizacji szlaku.

Szymon Czajkowski, Poznań

Odwołując się do wypowiedzi moich poprzedników, w pierwszej kolejności chciałbym podkreślić kluczową rolę tematyki szlaku, o której wspomniał A. Mikos v. Rohrscheidt, do której odwoływali się także inni eksperci. Muszę przyznać, że w przypadku obiektów usługowych, które zaliczyć można przede wszystkim do kategorii C, pierwotnie nie widziałem większych przeciwwskazań przed wpisywaniem ich w przestrzeń szlaku, jeśli spełniają wspomniane kryterium. Przecież miejscowy rzemieślnik wytwarzający dobra według tradycyjnych metod czy obiekt gastronomiczny serwujący kuchnię regionalną, którzy w swoich działaniach nawiązują do tematu szlaku, powinni być wpisani w przestrzeń takiego systemu, a wykonywana przez nich usługa może pozytywnie wpłynąć na różnorodność oferty i jej atrakcyjność. Niemniej doświadczenie wynikające z badań nad polskimi linearnymi systemami penetracji turystycznej, wzbudziło we mnie przekonanie (które - mam nadzieję - uda mi się podeprzeć w przyszłości badaniami), iż obiekty szlaku turystyczno-kulturowego powinny móc zostać sklasyfikowane do kategorii A i/lub B (A. Mikos v. Rohrscheidt).

Ponadto podzielam stanowisko, iż procedura identyfikacji systemu jest kluczowym działaniem przed rozpoczęciem badań nad obiektami trasy. Niemniej wciąż zastanawiam się co w przypadku, kiedy punkty stanowiące główny temat naszych rozważań są zarówno przez koordynatora jak i opiekuna obiektu uznane, wpisane na listę i promowane jako „pełnoprawny” obiekt trasy? Wydaje mi się, iż w takiej sytuacji takowy obiekt powinien zostać przeanalizowany w ten sam sposób, co inne punkty na mapie szlaku. Niemniej wspomniana sytuacja w mojej opinii może mieć miejsce tylko w przypadku nowych systemów, często powstałych w okresie tzw. szlakomanii (Z. Kruczek). Przeważnie nowo wyznaczone trasy w ogóle nie zaistniały w polskiej praktyce turystycznej albo działają/działały zbyt krótko aby potwierdzić zagrożenia wynikające z wpisywania analizowanego typu obiektów w przestrzeń trasy. Posłużę się prostym przykładem: co w przypadku kiedy restauracja zmieni menu, a rzemieślnik zaprzestanie swojej działalności albo przekształci jej charakter? Obiekt zaliczany do grupy A i/lub B, nawet w przypadku zmiany właściciela czy sposobu zarządzania albo udostępniania, nadal (prawdopodobnie) będzie spełniał kryterium tematykacji. Z kolei w przypadku obiektów z grupy C działania przeobrażające charakter miejsca mogą wystąpić praktycznie w każdej chwili. Czy w przypadku zaistnienia takich okoliczności koordynator decydowałby się za każdym razem na przekształcenie trasy, a co za tym idzie – na zmianę oznaczenia i materiałów promocyjnych? Rodziłoby to niepotrzebne zawirowania i problemy związane z zarządzaniem.

Jednocześnie chciałbym podkreślić, iż rozróżnienie podmiotów przestrzeni szlaku wg kryterium zaproponowanego przez L. Puczko i T. Ratz, w żaden sposób nie powinno być odczytywane jako kontestacja wagi obiektów, które zostałyby uznane za punkty wpisujące się w kategorię C i/lub D. Oczywiście, znacząco wpływają one na atrakcyjność produktów turystycznych jakim są szlaki, co w swoich działaniach i w opinii podkreśla P. Buryan. W przypadku badań nad linearnymi systemami penetracji turystycznej, takie obiekty powinny być objęte dyskursem naukowym, inaczej badania nad organizacją turystyki ograniczą się do sfery obejmującej zakres innych dyscyplin naukowych jak historia czy historia sztuki. A. Mikos v. Rohrscheidt w zaproponowanych przez siebie metodach badawczych, prócz badania przykładowych kościołów i zamków postuluje także pochylenie się nad infrastrukturą turystyczną, co wydaje się uzasadnionym sposobem działania.

Jeśli chodzi o praktykę konstruowania nowych szlaków czy reorganizację już istniejących systemów oczekiwany rozwiązaniem wydaje się być wspomniane przez przedmówców partnerstwo w ramach szlaku, oparte na ww. odpowiednio skonstruowanych umowach. Porozumienie z obiektami z podgrup C i/lub D w mojej opinii wpłynie na zwiększenie atrakcyjności szlaku. Ponadto, co należy wyraźnie podkreślić, dopiero tak skonstruowany system daje szansę stworzenia pakietów turystycznych opartych o różnorodne moduły (nocleg- zwiedzanie- posiłek - event itp.). Niemniej uważam, że podstawą takiej współpracy powinna być wspomniana wielokrotnie tematykacja (P. Buryan). Przecież nie chcemy w ofercie szlaków polskiego dziedzictwa kulturowego nawet wyobrażać sobie amerykańskich barów szybkiej obsługi? Koordynatorzy powinni więc zadbać o jasne kryteria, umożliwiające zainteresowanym podmiotom nawiązywanie takiego partnerstwa. Wówczas unikną oskarżeń o promowanie wybranych obiektów. Ponadto będą mieli realny wpływ na to aby „mapa rekomendacji” ich szlaku (A. Mikos v. Rohrscheidt) nie stała się po prostu listą punktów gastronomicznych czy noclegowych okolicy. Stąd pewnie troska nowo powołanego koordynatora Szlaku Piastowskiego o możliwość oceny partnerów trasy. Wówczas oferta systemu będzie lepiej dopasowana do potrzeb docelowej grupy odbiorców (Z. Kruczek).

dr hab. Łukasz Gawęł, UJ, Kraków

Pytanie postawione przez p. Szymona Czajkowskiego zdaje się mieć o wiele większy zakres, niż wynika to z jego pierwszej lektury. Wg mnie jest to bowiem pytanie o samą istotę tego typu tras, ich immanentny charakter.

Dla mnie osobiście pewnym nieporozumieniem jest mówienie o szlakach turystyczno-kulturowych, powoduje bowiem mieszanie podstawowych pojęć, w tym przypadku charakteru omawianej struktury z jedną z jej funkcji. Lepszym określeniem wydaje mi się „szlak kulturowy” lub jeszcze pełniej: „szlak dziedzictwa kulturowego”. Pozwolę sobie w tym miejscu przytoczyć definicję, jaką zawarłem w książce *Szlaki dziedzictwa kulturowego. Teoria i praktyka zarządzania*:

„Szlak kulturowy to wytyczony i oznakowany szlak materialny, łączący obiekty i miejsca wybrane według ustalonego kryterium tematykacji, będące unikatowym i reprezentatywnym przykładem ilustrującym szeroko pojęty dorobek kulturowy danego regionu, społeczności, grupy etnicznej, mniejszości narodowej czy narodu. Poprzez prezentację dziedzictwa materialnego, szlak powinien umożliwiać poznanie i popularyzować dziedzictwo niematerialne, traktując oba te obszary jako nierozzerwalną całość. Poddany sprawnemu i skutecznemu zarządzaniu, szlak kulturowy może stać się ważnym narzędziem ochrony, kształtowania i popularyzowania dziedzictwa kulturowego, oddziałując w równym stopniu na społeczności lokalne, jak i odwiedzających te miejsca turystów.”

Nieprzypadkowo turyści znaleźli się w tym ujęciu na... końcu. Oczywiście jest, że są oni jedną z ważniejszych grup odniesienia, interesariuszy szlaków dziedzictwa kulturowego, ale nie najważniejszą, bynajmniej. Turyści przychodzą i odchodzą, natomiast obiekty tworzące szlaki kulturowe otaczają grupy (przede wszystkim społeczności lokalne) stale im towarzyszące. To oni są najważniejszym punktem odniesienia, oni nie tylko są wytwórcami prezentowanego dziedzictwa, ale również jego naturalnymi opiekunami (chciało by się rzec „dziedzicami”). Zdaję sobie sprawę, że funkcjonuje wiele szlaków, gdzie ta prosta zależność nie zachodzi (szlaki prezentujące np. dziedzictwo bez dziedzica czy dziedzictwo bez ojczyzny), ale i tak jego „najbliższymi krewnymi” są okoliczni mieszkańcy...

Przechodząc do samego pytania, należy zastanowić się nad podstawowymi kategoriami obiektów, w nim opisanymi, jak również ich znaczeniem dla każdej struktury szlaku kulturowego. Bez względu na to, o jakiej tematykacji szlaku mówimy, zawsze jego podstawą, składnikiem konstytutywnym będą oryginalne atrakcje (walory) (A) - to dla nich szlak jest tworzony, albo inaczej, to one są jedynym powodem jego powstania. Z założenia nie mogą one być traktowane na równi z innymi punktami, z założenia służebnymi wobec pierwotnej idei szlaku. Mam tu na myśli rodzaje obiektów wymienione w punkcie C. Niemniej jednak szlak pojmowany jako system, powinien „dostrzegać” konieczność istnienia infrastruktury, pozwalającej na jego rzeczywiste funkcjonowanie jako produktu turystycznego. O równorzędności nie może być mowy, ale nic nie stoi na przeszkodzie, żeby marka szlaku była jednocześnie swoistym certyfikatem jakości dla obiektów towarzyszących określonemu dziedzictwu (np. restauracji czy obiektów noclegowych).

Nie do końca rozumiem natomiast ideę włączania do struktur szlaków „instytucji, organizacji i stowarzyszeń, powołanych dla celów obsługi szlaku lub wykonujących tę działalność obok innych swoich czynności”. Przecież w tym punkcie mówimy albo o strukturze zarządczej szlaku, albo np. o punktach informacyjnych. Siłą rzeczy przynależą one do szlaków kulturowych, w żaden sposób nie tworząc ich merytorycznego zasobu. Wydaje mi się, że mamy tu do czynienia z pomieszaniem podstawowych pojęć.