

Armin Mikos von Rohrscheidt

"Komerccjalizm turystyki kulturowej",
pod red. Mieczysława K. Leniartka,
Wrocław 2008 : [recenzja]

Turystyka Kulturowa nr 6, 28-31

2009

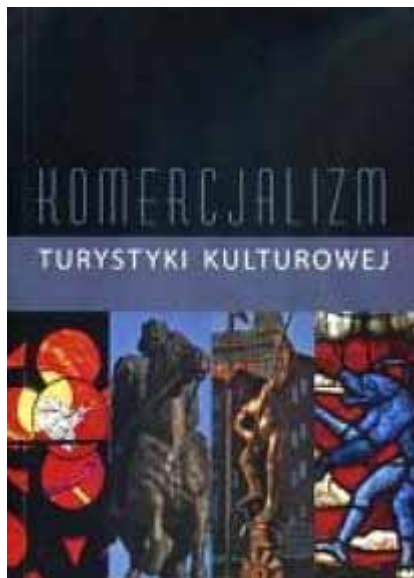
Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Recenzja

Armin Mikos v. Rohrscheidt

Komercjalizm turystyki kulturowej



Komercjalizm turystyki kulturowej
Praca zbiorowa pod red. Mieczysława K. Leniartka
Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania we Wrocławiu
Wrocław 2008,
Stron 466, Oprawa miękka

Szereg książek o turystyce kulturowej, wydanych w naszym kraju w przełomowym dla naukowej refleksji nad tym rodzajem turystyki roku 2008 zamyka omawiana wrocławska publikacja. Jej tytuł, którego kluczowym terminem jest słowo "komercjalizm" wydaje się sugerować, że wspólnym mianownikiem poszczególnych elementów tej zbiorowej publikacji jest „postawa, działalność oparta wyłącznie na chęci zysku, stawiająca na pierwszym miejscu opłacalność, rentowność i dochód”¹. Czytelnicy sięgający po omawianą pozycję w poszukiwaniu obszernego omówienia tej problematyki będą jednak zawiedzeni. Jest ona bowiem zbiorem artykułów, których niewielka tylko część i to w większości tylko fragmentarycznie odnosi się do deklarowanego w tytule tematu.

Publikacja, na którą prócz obszernego wprowadzenia składa się 38 artykułów o różnej objętości (od 5 (sic!) do 29 stron) została przez jej redaktora podzielona na trzy części, noszące następujące tytuły: „Marketing krajobrazu” (s. 25-148), „Historia jako produkt” (s. 151-285) oraz „Kontekst społeczny” (s. 289-466).

Prace zamieszczone w części pierwszej z jednej strony mają w założeniu redakcyjnym dotyczyć problematyki „odkrywania i kreowania przestrzeni turystycznej” (z wprowadzenia, s. 8). Niektóre z nich faktycznie zawierają analizę działań marketingowych w stosunku do istniejących zasobów obszarowych czy linearnych (jak praca J. Środulskiej-Wielgus, poświęcona szlakom kulturowym). Natomiast inne artykuły rozszadają zakreślone tytułem ramy tej części publikacji (vide ciekawy skądinąd artykuł A. Gołębniaka, poświęcony w istocie metodom dokumentacji badań archeologicznych), z drugiej nie zawsze odnoszą się do zasugerowanego w tytule „marketingu” (jak to ma miejsce np. w pracy J. Potyrały na temat śląskich fortów kleszczowych czy artykuły A. Mitkowskiej i K. Hodora, poświęconym krajobrazowi kulturowemu miejscowości Pilica w kontekście „Szlaku Orlich Gniazd”). Niejednokrotnie ich treść nie jest zgodna nawet z nadanym im przez samych autorów tytułem (jak to jest w przypadku artykułu A. Zajadacz i M. Gniazdowskiej, zamieszczonego na stronach 41-49, mającego w założeniu rozważać m.in. szanse rozwoju turystyki kulturowo-poznawczej konkretnego regionu, będącego zaś jedynie opisem istniejących tam

¹ Taka jest bowiem definicja słowa „komercjalizm” w naukowym leksykonie współczesnej polszczyzny. Por. hasło: „Komercjalizm” w: Zgólkowa H., (red. naukowa), 1998, *Słownik poprawnej polszczyzny*, tom 17., Wyd. Kurpisz, Poznań, s. 22. Może jednak redaktorom monografii chodziło raczej o komercjalizację, czyli „podporządkowanie działalności prawom rynku, zasadom handlowym, dbanie o to, aby działalność danego przedsiębiorstwa, instytucji przynosiła zysk”, tamże s. 22?

potencjalnych zasobów i zawierającego wzmianki o kilku inicjatywach odnoszących się do wytyczenia tras tematycznych).

Druga część publikacji, zatytułowana „Historia jako produkt” ma zgodnie z wprowadzeniem zawierać „materiał dotyczący rynkowego znaczenia tradycji i jej roli w marketingu miejsc”. Istotnie niektóre zawarte w niej prace usprawiedliwiają swoją treścią umieszczenie ich w takim kontekście. Należy do nich tekst Z. Kruczka, będący w istocie rozbudowanym za pomocą studium przypadku komunikatem na temat działań związanych z realizacją w całej Polsce projektu „Turystyka Wspólna Sprawa” a także artykuły D. Nałęckiej i A. Kasprzyka o uwzględnieniu wątków kultury ludowej w ofercie gospodarstw agroturystycznych południowego Podlasia oraz M. Woźniczko i D. Orłowskiego na temat wykorzystania tradycji związanych z wytwarzaniem i konsumpcją chleba we współczesnej turystyce regionalnej. Z kolei praca L. Biały, poświęcona funkcjonującemu w tradycji niemieckiej, polskiej i czeskiej mitowi sudeckiego Ducha Gór ukazuje historyczny proces jego komercjalizacji, mogący stanowić pewien wzorzec dla współczesnych prób wykorzystania regionalnych i lokalnych legend i podań ludowych. Jednak i w tej części znajdują się materiały nie do końca zbieżne z deklarowaną tematyką, jak choćby opis historycznych fortyfikacji Wrocławia autorstwa J. Potyrały i L. Pardeli, jedynie w podsumowaniu zawierający lakoniczne odniesienia do możliwości ich wykorzystania w turystyce (i to bynajmniej nie kulturowej, a raczej rekreacyjnej).

Artykuły zebrane w ostatniej części: „Kontekst społeczny” zgodnie z intencją redaktora mają dotyczyć „integracyjnej i edukacyjnej roli dziedzictwa kulturowego” (Wprowadzenie, s. 8). I znów jedynie ich część faktycznie spełnia to kryterium. Dzieje się tak w przypadku artykułu K. Orzechowskiej-Kowalskiej na temat Europejskiego Szlaku Pielgrzymkowego Rady Europy. W przypadku artykułu K. Dziubackiej „Turystyka wiejska jako czynnik aktywizacji wsi” obecne są w sposób naturalny dane i analizy związane z tematem turystyki na wsi, jednak na próżno szukać tam obiecanych Czytelnikowi od redakcyjnie wątków dotyczących „roli dziedzictwa kulturowego”. Z kolei w krótkiej pracy noszącej wielce obiecujący tytuł „Uczestnictwo w kulturze a rozwój turystyki kulturowej” (s. 347-353) J. Gołębiwska ogranicza się jedynie do podania i krótkiej analizy wybranych definicji kultury i turystyki kulturowej, po czym natychmiast przechodzi do lakonicznego opisu i przedstawienia wyników badania uczestników jednego gdańskiego festiwalu muzycznego („Anima Musica”). Tym samym udowadnia po raz kolejny Czytelnikom omawianej publikacji, że w wyborze tytułu artykułu naukowego niekoniecznie trzeba kierować się treścią zamieszczonego w nim materiału.

Jeśli szukać mocnych stron omawianej publikacji, znajdziemy je raczej w poszczególnych tekstach niż w koncepcji całości. Książka zawiera bowiem szereg ciekawych i cennych artykułów, poruszających problematykę dotąd słabo zauważaną w krajowej refleksji naukowej poświęconej turystyce, w tym kulturowej, w większości jednak są to teksty stosunkowo krótkie i fragmentaryczne w sferze faktograficznej, mogące zatem stanowić zaledwie punkt wyjścia do pogłębionych badań. Spośród nich warto wymienić wspomniany już tekst Z. Kruczka (s.151-159), faktycznie pokazujący przedsięwzięcia służące komercjalizacji turystyki kulturowej. Nowy materiał dla refleksji na temat współczesnej turystyki wydaje się wnosić także artykuł M.K. Leniartka, „Kurort versus Spa – konflikt pomiędzy tradycją a nowoczesnością”, będący ciekawym przyczynkiem do zasługującej na uwagę tematyki przemian w uzdrowiskach i rozwoju współczesnych ośrodków „spa” i zawierający studium przypadku, mogące być wzorcem dla podobnych realizacji w Polsce, służących coraz ważniejszemu segmentowi turystyki. J. Potyrała i Ł. Pardela w swoim tekście na temat twierdzy Wrocław (s. 195-200) przywracają zbiorowej świadomości krótkie dzieje nowożytnej twierdzy w tym mieście.

Lucyna Biały w swym artykule „Ruebezahl a turystyka. Problemy komercjalizacji mitu” daje rzetelną historyczną analizę narastania prastarej sudeckiej legendy, którą - jak się wydaje - dotychczas nie interesowali się polscy badacze.

Poważnym minusem recenzowanej pozycji jest znaczna liczba artykułów, nie związanych bezpośrednio z deklarowaną tematyką badawczą, na co już powyżej zwrócono uwagę Czytelnika, podając przykłady. Przy tym autorzy niektórych z zamieszczonych artykułów w ich tytułach sugerują inny stan rzeczy, nie usprawiedliwia tego jednak treść ich prac. Klasycznym przykładem takiego zabiegu jest artykuł J. Potyrały J. „Śląskie forty z XVIII wieku – ich podobieństwa i stan zachowania oraz możliwości zaadaptowania dla potrzeb turystyki”, zamieszczony na s. 71-82 – do tego ostatniego członu tytułu odnosi się tylko parę zdawkowych zdań we wstępie na s. 72.

Poziom całości zbioru jest bardzo nierówny, co znacznie obniża jego walor naukowy. Obok obszernych i opartych na rzetelnych badaniach prac, takich jak poświęcony turystyce religijnej i pielgrzymkowej do polskich sanktuariów artykuł I. Chodorowicz i F. Mroza na s. 299-328, zamieszczone są w zbiorze artykuły, zawierające wiedzę ogólną, dostępną w publikacjach pozanaukowych, a nawet w lokalnych folderach informacyjnych. Przykładem takiej pracy jest wspomniany już artykuł A. Zajadacz i M. Gniazdowskiej (s.41-49) zestawiający wynik ankiety przeprowadzonej dla innych celów wśród odwiedzających Leszno turystów z kilkoma opisami obiektów, porównywalnymi z takimi, które znajdziemy w przeciętnym przewodniku. Tymczasem w redakcyjnym wprowadzeniu o artykule mówi się, że przedstawia on „jak genius loci miejsca z jego elementami (...) może wzbogacić dydaktyczny program szlaków turystycznych o elementy kształtujące poczucie tożsamości”. W niektórych artykułach łatwo dostrzegalne są znaczące błędy merytoryczne. Przykładem znacznego ich nagromadzenia jest artykuł M. Bytysa „Sanktuaria pielgrzymkowe jako dziedzictwo kulturowe Południowego Podlasia”, zamieszczony na s. 83-91. Ma w nim miejsce mieszanie podstawowych dla tematyki religijnej pojęć „religia” i „wyznanie” (np. w zwrocie „te dwie religie”, użytym na określenie katolicyzmu i prawosławia, s. 84), nieuprawnione utożsamianie Kościoła Rzymskokatolickiego z całym katolicyzmem (s. 85), zupełnie kuriozalne nazwanie papieża „apostołem rzymskim” (s. 85), czy twierdzenie o 13-dniowym przesunięciu terminu obchodzenia wszystkich świąt prawosławnych w stosunku do katolickich (choć dotyczy to tylko świąt ze stałymi datami). Takie sformułowania w tekście, aspirującym do naukowego są skutkiem nieograniczonego i bezkrytycznego korzystania (i powoływania się) z anonimowych źródeł internetowych, które jak widać są daleko niewystarczające dla ustalenia poprawnego stanu rzeczy. Poza bardzo powierzchowną i pełną podobnych błędów „charakterystyką” prawosławia w zestawieniu z doktryną i tradycjami katolicyzmu omawiany artykuł ogranicza się zresztą do opisu pięciu katolickich i prawosławnych sanktuariów Podlasia, nie wybiegającego treścią poza te zamieszczone w popularnych przewodnikach po Polsce lub regionie.

W świetle powyższych zastrzeżeń uprawnionym wydaje się stwierdzenie, że znaczna część tekstów zawartych w publikacji obroniłaby się zapewne jako zbiór cennych przyczynków do badań, gdyby zamieścić je pod innym wspólnym tytułem, na przykład „Zasoby potencjalnych atrakcji turystyki kulturowej w wybranych obszarach Polski”, z kolei zaledwie kilka spośród pozostałych mogłoby znaleźć się w zbiorze odnoszącym się do analizy działań podejmowanych w zakresie marketingu turystyki kulturowej.

Omawiana monografia zawiera szereg ciekawych opisów i zestawień zasobów materialnych, interesujących z punktu widzenia turystyki kulturowej w obszarach oraz potencjalnie możliwych do eksploatacji w jej ramach tradycji lub wydarzeń. Jednak zróżnicowanie poziomu zawartych w monografii artykułów, w tym obecność takich, które zdecydowanie nie zasługują na miano publikacji naukowych, a także ich rozpiętość tematyczna, wykraczająca daleko poza zadeklarowaną w tytule monografii problematykę znacznie obniżają jej walory.

Między innymi w kontekście lektury tej publikacji nasuwają się mało budujące wnioski ogólniejszej natury. Istniejący w środowisku pracowników naukowych popyt na gromadzenie tzw. „punktów” za publikacje i związany z tym wysyp zbiorowych publikacji, służących przede wszystkim uzyskaniu owych „punktów”, przy jednoczesnej rezygnacji z dbałości o zgodność z deklarowanym zakresem tematycznym i dyscypliną naukową powoduje z roku na rok obniżenie jakości monografii naukowych w naszym kraju, w tym także tych poświęconych turystyce. Konieczne przeciwdziałanie temu niekorzystnemu procesowi w obronie jakości badań naukowych powinno rozpocząć się od samych redaktorów naukowych i odpowiedzialnych za organizowanie konferencji oraz wydawanie zbiorowych monografii. Oni to powinni po pierwsze zacząć na nowo wymagać stosowania się przez prelegentów i autorów do określonego im zakresu badawczego w ramach faktycznej problematyki konferencji czy publikacji, po drugie zaś otrzymywane dla celów publikacji prace poddawać rzeczywistej selekcji, eliminując te, których wartość naukowa jest znikoma, lub które nie wnoszą nic nowego do podejmowanej problematyki.