Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej

Pytanie 116: W jakim zakresie sztuczna inteligencja wkracza do turystyki kulturowej?

Dr Marcin Gorączko
Politechnika Bydgoska im. Jana i Jędrzeja Śniadeckich
Wydział Budownictwa, Architektury i Inżynierii Środowiska
https://orcid.org/0000-0002-8866-6645

Sztuczna inteligencja, która do niedawna rozpatrywana była w kategoriach *science-fiction* niespodziewanie eksplodowała nad naszymi głowami i błyskawicznie dotarła „pod strzechy". Co prawda na razie przeciętnemu użytkownikowi komputera służy bardziej do zabawy, ale przecież bierze ona już dziś aktywny udział w realizacji naprawdę poważnych zadań. Z tych, o których istnieniu zdajemy sobie powszechnie sprawę, to wspomaganie a pewnie często i zastępowanie planowania i działania procesów produkcyjnych, zarządzanie działami korporacji, inwigilowanie społeczeństwa, przetwarzanie i syntetyzowanie ogromnych ilości informacji na dowolny temat, wyprowadzanie ze strefy komfortu szeregu wyspecjalizowanych grup zawodowych (na czele z programistami, którzy – jak się okazało – mają skłonności do autodestrukcji), kompensacja deficytu zdolności literackich, artystycznych, analitycznych i innych, optymalizacja metod zabijania na polu bitwy, irytowanie redaktorów czasopism naukowych i specjalistów od ewaluacji naukowej itd. Pozostaje, miejmy nadzieję, kwestią otwartą, czy jako ludzkość przekroczyliśmy właśnie próg gigantycznego postępu cywilizacyjnego, czy globalnej katastrofy gatunku.

Pomimo mocnego osadzenia w przeszłości trudno przypuszczać, że turystyka kulturowa oprze się tej technologicznej i kulturowej rewolucji. Jestem przekonany, że macie Państwo już swoje własne zdanie, najpewniej nawet przedyskutowane w swoim środowisku pracy, a może nawet bazujące na konkretnym doświadczeniu czy obserwacji, na temat tego, **w jakim zakresie sztuczna inteligencja wkracza do turystyki kulturowej?** Jakich możemy spodziewać się skutków jej wdrożenia a następnie samoistnej ekspansji?

Moje pytanie zostało przygotowane bez posiłkowania się narzędziami generatywnej sztucznej inteligencji, aczkolwiek dyskusje maszyn obliczeniowych samych ze sobą to przecież już rzeczywistość. Kolejna wizja Wielkiego Stanisława Lema (1921–2006) zmaterializowała się na naszych oczach.

Dr hab. Łukasz Gaweł, prof. UJ
Uniwersytet Jagielloński
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Instytut Kultury
Zakład Zarządzania Kulturą
lukasz.gawel@uj.edu.pl
https://orcid.org/0000-0002-0504-3750

Już w 1938 roku Sándor Márai (1900-1989) pisał: „Dawny podróżnik obserwował, słuchał, widział i zapamiętywał. My już tylko jeździmy. […] Dla nas wszystko jest takie, jakbyśmy już to widzieli – może w jakimś prospekcie? – a błyskawiczne wojaże odbywali właściwie tylko dla sprawdzenia" [Márai 2011, s. 90]. Ta pesymistyczna wizja współczesnych turystów pochodzi niemal sprzed stu laty, zanim przeżyliśmy okres masowego druku na niespotykaną wcześniej skalę, rozwoju marketingu, rozwoju tanich środków podróżowania i – przede wszystkim – zanim wybuchła rewolucja cyfrowa. Już Internet, dający możliwość szybkiej komunikacji, sprawdzenia niemal na bieżąco pogody, rezerwowania noclegów w dowolnym miejscu świata był szokiem dla tych, którzy pamiętali czasy podróży z papierowym przewodnikiem i wydrukowanym biletem w kieszeni. Możliwości, jakie przyniosła ze sobą sztuczna inteligencja, przebiły najśmielsze wyobrażenia w sferze podróżowania, czy raczej kompulsywnego kolekcjonowania wrażeń.

Ruszyliśmy więc w kolejne „podróże życia" jedynie ze smartfonem w kieszeni. Aplikacje wykorzystujące AI stały się dla nas przewodnikiem, doradcą, źródłem informacji. Co więcej, zanim wyruszymy w podróż poznajemy miejsca, do których się wybieramy podrasowane przez sztuczną inteligencję. Wyszczuplone ciała tiktokerek czy też umięśnione odpowiednią nakładką torsy youtuberów dumnie prezentują się na tle najbardziej pożądanych – jak teraz się mówi – destynacji i atrakcji. A żeby nie mieli konkurencji, nawet w południe na Piazza San Marco w Wenecji, stoją samotnie, wcześniej anihilując tłum innych turystów odpowiednim narzędziem w edytorze zdjęć. Dołączają do tego setki słów „autentycznej opowieści" wygenerowanej przez AI, podkreślającej egzotykę, autentyzm, niepodrabialność wrażeń. Bełkotliwy przekaz niewiele ma wspólnego z poznawaniem prezentowanych miejsc, ale… staje się źródłem kolejnych treści. W świecie AI nie ma redakcji merytorycznej, nie ma korekty językowej. Pytając o daty, fakty, kontekst miejsca, często ulegamy złudzeniu, że naszym partnerem jest wrażliwy erudyta, tymczasem jest nim maszyna wypluwająca z siebie koktajl informacji o najróżniejszej jakości. Jeśli pytający ma podstawowy zasób wiedzy,

pozwalający krytycznie weryfikować podawane wiadomości, narzędzie wspierane sztuczną inteligencją może okazać się pomocne. Ilu jednak turystów dysponuje tą wiedzą? Większość z nich uda się do Katowic, leżących „w północnym centrum Polski", marząc o doświadczeniu „tradycyjnej chlebowości", a być może nawet zrozumieniu „głębokiego zakorzenienia w historii sufferingu".

Prof. dr hab. Beata Raszka
Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu
Wydział Gospodarki Przestrzennej i Architektury Krajobrazu
Instytut Gospodarki Przestrzennej
https://orcid.org/0000-0002-1757-2625

Dr hab. Krzysztof Kasprzak
Professor emeritus Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu
https://orcid.org/0000-0003-3469-2802

„...boski porządek zastąpiono cyfrowym [...] To nie oświecenie, lecz mrok"
[Snyder 2025, s. 133]

Od treści samego pytania nie mniej interesujące i ważne jest jego uzasadnienie, w tym przypadku zwłaszcza odwołanie się do twórczości Stanisława Lema, słusznie przez autora pytania nazwanego „Wielkim", oraz uwaga o autodestrukcji nie tylko określonych grup zawodowych (np. programistów), ale całego naszego gatunku w wyniku postępu technologicznego.

AI wyłącznie w oparciu o dostępne dane zajmuje się tworzeniem modeli i programów, które – jak się uważa – częściowo mają symulować zachowania inteligencji. Ale inteligencja jest cechą umysłu, będącego całością aktywności naszego mózgu, stanowiącego określoną strukturę biologiczną, a nie model matematyczny. AI jako narzędzie matematyczne, a nie struktura biologiczna, nie jest bytem. Nie może więc być „inteligencją" w biologicznym znaczeniu, a tylko taka związana jest z naszym gatunkiem i nas interesuje. Wyraźnie żądzą nią emocje, będące także wytworem mózgu. AI nie ma i mieć nie może żadnych emocji.

Literatura i film od lat przedstawiają fantastyczny futurystyczno-kosmiczny świat. Jednak nie zawsze jest to płytka rozrywka, bowiem w wielu przypadkach za zasłoną różnych przedstawianych obrazów ukryte są sytuacje poważne i niepokojące, a niekiedy wręcz jakby prorocze. Szczególnym przykładem tego rodzaju historii są, po raz pierwszy wydane na początku lat 60. XX wieku *Bajki robotów* – 1964, *Cyberiada* – 1965, baśniowe opowiadania Stanisława Lema, w których bohaterami i narratorem

są roboty. Te krótkie historie, powstałe w niebywałej wyobraźni ich autora, niosą ze sobą określone przestrogi, pokazując w sposób absurdalny i przewrotny cechy ludzkiego charakteru, głupotę, pychę, chciwość. Ukryte dno w każdym z opowiadań, chociaż zachęca do refleksji, to jednak z naszego ludzkiego punktu widzenia nie wygląda zbyt optymistycznie. Dotyczy bowiem cywilizacji maszyn, dla których Antropos Homos z krainy bladawców to – jak Salamid i Thaladan mędrcy homologowie-wielowiedowie opowiadali królowi Boludarowi – prawdziwa maszkara, istota dwunoga potężna i złośliwa jak żadna inna, jadowita niesłychanie, o przyrodzonej chytrości i niszczenie przedkładająca nad wszelką inną uciechę [Lem 2012, bajka: *Jak Erg Samowzbudnik bladawca pokonał*].

Na innym poziomie rozwoju, w kierunku którego kiedyś może ewoluować AI, i który – jak się wydaje – marzy się obecnie niektórym współczesnym programistom-eugenikom, jest wizja kosmity podróżującego na Ziemię w bezcielesnej postaci jako czysta matematyczno-logiczna inteligencja. Osiąga on cel misji, lądując bez przeszkód w Barcelonie, gdzie trafia w niezrozumiałe realia ludzkiej codzienności, świat nieodgadnionych rytuałów i zachowań. Nie sposób je było zrozumieć, tym bardziej, że starając się nawiązać pierwszy kontakt z formami życia rzeczywistego i potencjalnego występującymi w okolicy miejsca lądowania miał pecha, bowiem pierwszym przedstawicielem autochtonicznej fauny był osobnik, którego funkcją biologiczną było bycie profesorem uniwersytetu. Porozumiewał się on za pomocą języka o bardzo prostej strukturze, ale skomplikowanym sposobie udźwiękowienia i wykazywał się prawie żadną możliwością wyrażania myśli, a także niskim współczynnikiem dobrej woli [Mendoza 2010].

Na tle tych dwóch literackich wizji obecny poziom rozwoju AI to jeszcze wręcz zabawa, chociaż coraz bardziej groźna, ale już niekiedy użyteczna dla wielu naszych działań, związanych z różnymi dziedzinami badań naukowych, polityki, gospodarki i zarządzania, w tym także różnych aspektów turystyki. AI może je wspomagać, ale nie zastępować. Przykładowo może to być analiza tekstów i autentyczności dokumentów, praca z bazami wiedzy, wyszukiwanie i synteza informacji, automatyzacja pracy archiwalnej, fotogrametria, tworzenie powtarzalnych procesów analitycznych, kontrola i wartościowanie wyników, wspomaganie projektowania renowacji obiektów zabytkowych. Wszystko oparte o przetworzone bazy danych. Często nie są jednak wiarygodne generowane przez AI fotografie, obrazy, architektura, zagospodarowanie przestrzeni i wiele aspektów kultury materialnej człowieka. Wymagana jest dlatego

dokładna ocena i kontrola poprawności i wiarygodności wyników przedstawianych przez AI. Szczególnie atrakcyjne dla wielu odbiorców jest szeroko pojęte generowanie tekstów, obrazów, muzyki, czy filmów. Wiele treści wizualnych, czy literackich (np. opowiadania z zakresu literatury faktu) jest nieprawdziwych, pokazywane obiekty nigdzie nie istnieją, a opisywane sytuacje nigdy nie miały miejsca. Prawdy od fałszu prawie nie można już odróżnić. AI działa tak sugestywnie jak propaganda kreująca świat fikcyjny i fałszywy, w którym ma istnieć inna architektura, prawa, zabytki, muzyka, obiekty techniki. Ludzie oraz otaczające ich krajobrazy i wnętrza są piękniejsi, a kwiaty ładniej kwitną. Na coraz bardziej uwodzicielskie treści wielu daje się nabrać.

Wykorzystanie technologii AI dostarcza także zwykłej rozrywki, np. projekt Pavolira Vintage prezentujący muzykę inspirowaną stylem *vintage*, sztucznie stworzoną dla wygenerowanych obrazów przy wsparciu AI jako części procesu twórczego. Inspiracją dla generowanych obrazów są m.in. przetworzone krajobrazy Prowansji, wybrzeży morskich, włoskich zabytkowych miasteczek, bulwarów i ulic Paryża, Wenecji, czy Rzymu, dawne stroje, przedmioty codziennego użytku, wnętrza kawiarni, oglądamy także nieistniejące nigdy dzieła techniki i architektury.

Wszystkie te technologie dają złudzenie, że nauczanie jest zbędne. Wielu użytkowników nie widzi różnicy między np. publikacją uniwersytecką, a tekstami wygenerowanymi przez algorytmy. Są one niszczące nie tyle dla samej wiedzy, co dla sposobów jej zdobywania. W dążeniu do zrównania tłumu i powstania wszechogarniającego chaosu kształtuje się błogi stan niewiedzy. Nic od nas nie będzie zależało, bo nic nie będzie prawdziwe. Już obecnie wiedza przestaje być rękojmią powodzenia, a uzyskane wykształcenie nie gwarantuje sukcesu społecznego i finansowego [Bauman 2011].

Na coraz większe zastosowanie zestawu razem współdziałających ze sobą technologii AI w gospodarce turystycznej wskazuje dokument strategiczny G7/OECD dotyczący AI i turystyki [OECD 2024]. Zwrócono w nim uwagę na potencjał wykorzystania AI jako narzędzia do promowania innowacji i zrównoważonego rozwoju turystyki. Określono potrzebę wprowadzenia solidnych danych i środków ochrony konsumentów w związku z wykorzystywaniem AI do tworzenia spersonalizowanych doświadczeń turystycznych, monitorowania wpływu na miejsca pracy w turystyce oraz ochronę i przygotowanie pracowników do stosowania nowych technologii oraz wspierania firm turystycznych w nadążaniu za szybkim rozwojem AI i dostosowaniu

się do zmieniających się sytuacji ram prawnych i regulacyjnych. Zgodnie z raportem OECD podstawowe zastosowania AI w turystyce to obecnie:

- personalizacja potrzeb turysty, np. generowanie planów podróży z uwzględnieniem turystyki kulturowej lub ekoturystyki;
- zarządzanie ruchem turystycznym, np. sugerowanie alternatywnie mniej zatłoczonych miejsc, co ma znaczenie dla rozpraszania ruchu turystycznego;
- całodobowa obsługa klienta;
- optymalizacje operacyjne, np. analizy prognozy pogody, obłożenia hoteli, dostosowanie ogrzewania i klimatyzacji do aktualnego obłożenia.

Widocznymi barierami w zastosowaniu AI są brak kompetencji pracowników, jakość i dostępność danych oraz koszty wdrażania i utrzymania. AI działa tylko tak, jakimi danymi dysponuje, a zwrot ponoszonych kosztów nie jest natychmiastowy. Raport wskazał, że w porównaniu z hotelami i restauracjami obecnie szybciej wdrażają technologie AI biura podróży i touroperatorzy, natomiast bardziej przygotowane są do tego firmy pośredniczące. Wdrażanie AI to także określone ryzyko związane z:

- rynkiem pracy (w turystyce najbardziej narażeni na utratę pracy są pracownicy działań rutynowych, np. obsługa recepcji, podstawowa obsługa klienta, logistyka bagażu);
- algorytmiczną koncentracją (promowanie przez systemy rekomendacyjne AI tylko najpopularniejszych celów podróży i największych firm pogłębi a nie powstrzyma zjawisko overtourismu);
- prywatnością personalizacji (im więcej potrzeba danych tym więcej pytań o ich bezpieczeństwo i zgody na zastosowanie;
- zwiększaniem śladu ekologicznego, będącego wskaźnikiem umożliwiającym oszacowanie zużycie zasobów przyrodniczych w stosunku do możliwości ich odtworzenia przez Ziemię środowiskowy, w wyniku coraz większego zapotrzebowania na energię elektryczną przez centra danych obsługujące AI.

Dokładna znajomość tego ostatniego ryzyka umożliwia jednak obliczanie wymaganej kompensacji przyrodniczej. Ogromne zapotrzebowanie na energię elektryczną i wodę oraz powstawanie coraz większej ilości e-odpadów, w tym niebezpiecznych, mogą niwelować potencjalne korzyści wynikające ze stosowania AI w turystyce, zarządzaniu, rolnictwie, opiece zdrowotnej, czy logistyce transportu. Świat nie stanie się bardziej zrównoważony, wręcz odwrotnie. AI chociaż może wspierać zrównoważony rozwój to jednak poprzez wywoływane zagrożenia środowiskowe coraz bardziej go eliminuje.

Każde wyglądające na magiczną sztuczkę kliknięcie na klawiaturze komputera spala obecnie zarówno trochę przeszłości, jak i trochę przyszłości [Snyder 2025, s. 234-235].

AI zmienia oblicze branży turystycznej, usprawniając planowanie podróży rezerwacje i komunikacje z klientem, czy wprowadzając narzędzia porównywania cen. Przykładowe zastosowania wykorzystania AI to: planowanie podróży, podsumowanie recenzji hoteli, integracja z bazami danych firm turystycznych, asystenci podróży – kompleksowa pomoc na każdym etapie planowania i realizacji wyjazdu (np. odpowiedzi na złożone i niejasne pytania, dostarczanie planów podróży, porady dotyczące lotów, hoteli, transportu, wycieczek), optymalizacja treści marketingowych, asystenci głosowi w językach lokalnych umożliwiający przełamywanie barier językowych i zwiększający dostępności usług turystycznych w regionach zróżnicowanych kulturowo, porównanie ofert turystycznych, wsparcie w komunikacji z klientem [Rojewska 2024]. Technologie AI winny przejmować to, co jest powtarzalne, natomiast ludzie mają koncentrować się na tym co wyjątkowe.

Nowym standardem w branży turystycznej jest umożliwienie dostępu do tras, cen i różnych opcji transportowych w czasie rzeczywistym [Drzewakowska 2026]. Warunkiem jest jednak przygotowanie przez firmę turystyczną bardzo precyzyjnego i zrozumiałego dla systemów AI opisu produktu. Systemy AI wybierają bowiem oferty, które potrafią jednoznacznie dopasować do pytań turystów. Produkty z opisami ogólnikowymi wypadają z systemu, w rekomendacjach AI są niewidoczne i znikają z procesu decyzyjnego. System staje się obecnie nie tylko prostym algorytmem wyszukiwarki, ale swoistym agentem turystycznych podróży. Jednak jest to tylko system odtwórczy. Powoduje on także powstawanie wyraźnych zagrożeń i kosztów społecznych. Już obecnie występuje wysokie ryzyko destabilizacji rynku pracy, także w branży turystycznej, np. szybsze eliminowanie części pracy umysłowej, likwidacja niektórych zawodów. Powszechnie już na całym świecie stosowany program ChatGPT, który generuje teksty i prowadzi proste rozmowy w sposób spójny i zrozumiały, często jednak udziela odpowiedzi tylko pozornie prawidłowych (halucynacje), co może narazić odbiorcę, którym jest np. turysta, na różnego rodzaju konsekwencje organizacyjne, prawne lub finansowe. Dla wielu osób ChatGPT to obecnie jednak wyrocznia i wręcz „drogowskaz życia".

Automatyczne rezerwacje są oczywiście ogromnym ułatwieniem, pod warunkiem, że działają poprawnie. W przypadku awarii, niezamierzonej lub celowej, przy braku alternatywnych rozwiązań może powstać sytuacja nie do opanowania. Przydatne są

także roboty towarzyszące z różnymi funkcjami pozwalającymi na zachowanie bezpieczeństwa (np. osób zwiedzających wystawy, muzea, gości hotelowych) oraz funkcjami edukacyjnymi, związanymi także z szeroko pojętą informacją turystyczną. W tym ostatnim przypadku w zależności od przygotowanych danych istnieją możliwości prowadzenia określonej propagandy i indoktrynacji. Stosowane algorytmy „wiedzą", co szczególnie przyciąga uwagę turysty. „Poznają" go dokładnie po to, aby „poznać" jego zainteresowania, znaleźć słaby punkt i do tego dostosować ofertę sprzedaży. Bo to o sprzedaż tak naprawdę tutaj chodzi. To „poznanie" osoby użyte przeciwko jej podmiotowości. Nasza uwaga jest odwracana obietnicami zaawansowanej technologicznie przyszłości, a jednocześnie wszyscy są manipulowani. Manipuluje się oprogramowania, które zaprojektowano do manipulowania użytkownikami [Snyder 2025, s. 114]. Także abyśmy nie wiedzieli, jak to wszystko działa, bowiem jak będziemy wiedzieć, to możemy uniknąć bycia przewidywalnymi i sklasyfikowanymi [Snyder 2025, s. 114, 219].

Bezrefleksyjne wykorzystanie AI nie identyfikuje problemów, turystyki, turystów i mieszkańców terenów atrakcyjnych pod względem turystycznym. Nie są oni żadną „marką", czy „indianami", ale realnym społeczeństwem żyjącym w realnym świecie. Często opracowania przygotowane przy różnym udziale AI wykazują brak kompetencji osób je prowadzących, ich niewielką merytoryczną wiedzę i najczęściej prowadzą do zaśmiecania języka polskiego obcą terminologią (nowomowa). AI to nie narrator i do tego czuły, ale narzędzie, którym posługiwanie się wymaga od prowadzącego ogromnej znajomości opracowywanego tematu. Turystyka, zwłaszcza związana z dziedzictwem kulturowo-przyrodniczym, podobnie jak literatura i jej czytanie, mogą być narzędziem oporu przeciwko bezmyślności w operowaniu fałszywymi, nie weryfikowanymi danymi. Świat otwiera się dzięki umiejętności czytania, a książki przyciągają do ludzi. Niezależnie od tego jak zaawansowane stają się narzędzia, odpowiedzialność za efekt ich wykorzystania zawsze należy do człowieka. To on weryfikuje źródła i odpowiada za rzetelność swojej pracy. Nie istnieją algorytmy rozstrzygające konflikt wartości.

Już na obecnym poziomie technologicznym AI jest także niezwykle skuteczny w niszczeniu takich tworów kultury, jakimi są np. drukowane na papierze książki. Firmy rozwijające technologię AI i na niej zarabiające, starając się zwiększyć jej możliwości poprzez trening, masowo skupują książki, skanują je, a następnie niszczą, co jest określane jako kulturowe barbarzyństwo (*cultural barbarism*). Skupowana jest głównie literatura naukowa i popularnonaukowa. Boty, naśladując ludzi, zamawiają

każdą istniejącą książkę na świecie, kupując ją nie według tematyki tylko identyfikatora ISBN, co pozwala określić czego jeszcze brakuje i co nie zostało jeszcze zeskanowane. Jak na razie nie są skupowane i niszczone pozycje antykwaryczne i zabytkowe, przynajmniej oficjalnie w Europie. Niszczenie książek nie jest do zaakceptowania, chociaż przy masowych nakładach niektórych tytułów nie ma to większego znaczenia. Znacznie ważniejsze jest natomiast naruszania praw autorskich. Jednak z rynku znikają również bardzo niszowe pozycje, które ukazały się w niewielkich nakładach, co powoduje zubożenie dostępnych treści. Proces niszczenie książek odbiera przyszłym pokoleniom autentyczny dostęp do wiedzy w nich zapisanej, eliminując czytelnictwo jako element kultury człowieka. Książki potrzebne są tak samo jak wydawnictwa, redakcje, uniwersytety, biblioteki i archiwa. To m.in. dzięki nim poznajemy bogactwo naszego dziedzictwa przyrodniczo-kulturowego, zarówno dawne, jak i to co jeszcze ocalało.

Maksymalizacja zysków przez firmy AI wyklucza, wbrew wcześniejszym założeniom, kulturowy rozwój ludzkich populacji. Już obecnie za rozwojem AI nie nadążają regulacje prawne. Rozwój technologiczny znacznie wyprzedza wszystkie dotychczasowe procedury administracyjno-prawne, także obowiązujące na poziomie różnych branżowych stowarzyszeń i centralnej administracji państwowej. Także przygotowywane przez AI akty prawne już obecnie wymykają się spod kontroli. Błędnie tworzone raporty mające służyć decyzjom politycznym, czy przywoływane przepisy i nieodpowiednie definicje powodować mogą różne nieprzewidywalne skutki prawne bez ponoszenia jakiejkolwiek odpowiedzialności, np. finansowej. Dotykają one w sposób bezpośredni lub pośredni także możliwości ochrony dziedzictwa przyrodniczo-kulturowego i samą turystykę kulturową. Stwierdzenie w tym miejscu o konieczności etycznego postepowania stało się już tylko pustą, nic nie znaczącą frazą. Reguły etyczne będą tylko wtedy, gdy w zbiorach danych umieszczą je ludzie. Maszyny nie kierują się żadnymi wartościami i etyką. Proces skanowania książek na potrzeby AI już dawno przekroczył swój punkt kulminacyjny. Wkrótce się on zapewne skończy i AI będzie już miała wszystko, także treści wielokrotnie już powielone. Jednak modele karmiące się własnymi tekstami stają się nieefektywne, a ich jakość znacząco spada. Ale to także metoda eliminacji modeli AI poprzez celowe infekowanie wprowadzanych danych [Miączyński 2026; Reichwein 2026].

Książek papierowych nie należy lekceważyć. Treści zapisane elektronicznie nie są bowiem trwałe i kiedy nie będzie energii elektrycznej (np. w wyniku awarii, sabotaży,

wojen, braku wydajnych technologii), wówczas wszystkie one przepadną. Zapisana elektronicznie wiedza zniknie bezpowrotnie, „Turystyka Kulturowa" także. Wygrani będą ci, którzy wydrukowali sobie teksty na papierze. Nie wiadomo jednak, czy w świecie dominacji AI jeszcze się im do czegoś przydadzą. Zanikanie książek, a więc i ich autorów, będzie mieć zapewne wpływ na turystykę literacką. Zostaną być może tylko zbiory niektórych starodruków i jakieś archiwa literackie. Jednak z punktu widzenia turysty biblioteki i zbiory różnych dokumentów mają poważną wadę. Dostęp do bezcennych oryginalnych eksponatów (np. rękopisów) jest z reguły bardzo utrudniony, a niekiedy wręcz wykluczony [Stasiak 2009, s. 244]. Ekspozycja *Biblii Gutenberga*, jednego z najcenniejszych zabytków piśmiennictwa w Polsce, w Muzeum Diecezjalnym im. bpa Stanisława Wojciecha Okoniewskiego w Pelplinie jest raczej wyjątkiem (Biblię można oglądać także on-line i jako model 3D).

Technologia AI jest już obecnie skutecznym narzędziem w działalności przestępczej o nieograniczonym wręcz zakresie, także dotyczącej gospodarki turystycznej. Związane to jest m.in. z masowym już występowaniem wyłudzaniem pieniędzy w hotelach, restauracjach i biurach podróży w oparciu o wygenerowane fałszywe fotografie mające dokumentować nieodpowiednią jakość określonej usługi, generowanie fałszywych rezerwacji, zakupów biletów, faktur, a także dokumentacji (np. medycznych) w celu wyłudzenie pieniędzy od ubezpieczycieli i stosowaniem phishingu (wysyłanie e-maili podszywających się pod instytucje). W polityce poprzez fałszowanie danych może wyraźnie wpływać na wyniki wyborów oraz na podejmowane decyzje, związane także z terenami atrakcyjnymi turystycznie, np. obszarami górskimi, czy nadmorskimi. Politycy zdobywają już władzę i urzędy dzięki algorytmom [Snyder 2025, s. 143].

Odpowiedzi na pytania: czy technologia AI zagraża człowiekowi jako gatunkowi *Homo sapiens* oraz czy i kiedy rozpoczęła się katastrofa tego gatunku, szukać należy m.in. w historii jego ewolucji. *Homo sapiens* jest agresywny nie tylko w stosunku do innych gatunków, które eliminuje w każdy dostępny sposób. Często także zabija inne osobniki swojego gatunku pojedynczo, seryjnie lub masowo. Nie jest także wolny od autoagresji i samodestrukcji. Przyszłość tego gatunku od lat jest przedmiotem różnych prognoz, rozważań i spekulacji naukowych i artystycznych (literatura, film) dotyczących dalszego rozwoju biologicznego i kulturowego człowieka oraz jego istnienia w biosferze. Kulturę, tak jak ją współcześnie rozumiemy, tworzyły różne gatunki człowieka, głównie jednak człowiek współczesny *Homo sapiens*. Znaczenie

przekazu kulturowego w naszej ewolucji uzależnione było i jest głównie od wpływu środowiska życia. W środowiskach stabilnych podstawowe znaczenie ma przekaz genetyczny, natomiast w środowiskach zmiennych zdecydowanie ważniejszy jest przekaz kulturowy. Życie w bardzo różnych środowiskach, zmiennych przestrzennie i czasowo wyraźnie sprzyja uprzywilejowaniu przekazu kulturowego. Od czasu tworzenia przez człowieka kultury znaczenie ewolucji biologicznej zaczyna stopniowo zanikać. W miarę upływu czasu coraz ważniejsze dla rozwoju gatunku stają się adaptacje kulturowe. Przewyższają one coraz bardziej przekształcenia biologiczne, czemu sprzyjają różnice w czasie obu procesów. Selekcja biologiczna na ogół działa powoli, a jej efekty widoczne są dopiero po dłuższym czasie. Natomiast ewolucja kulturowa jest procesem działającym bardzo szybko, wypierając przekształcenia biologiczne [Kunicki-Goldfinger 1993, s. 252-258]. Nie oznacza to oczywiście, że w jakimś sensie zanika proces ewolucji, w którym działa dobór naturalny. Jednak jest to proces bezrozumny i automatyczny, stanowiący wyjaśnienie zarówno istnienia, jak i pozornej celowości wszystkich form życia. Działa bez żadnego zamysłu, nie ma umysłu, wyobraźni. Nie ma żadnej wizji i nic nie planuje na przyszłość, zwłaszcza konsekwencji. Niekiedy obrazowo porównywany jest do zegarmistrza, ale jest to zegarmistrz ślepy [Dawkins 1994, s. 47]. Cały dotychczasowy imponujący sukces gatunku *Homo sapiens* wynika oczywiście z jego cech biologicznych, ale w dużej mierze także z uniezależniającego się od ewolucji biologicznej przekazowi kulturowemu, który nie jest związany z genetyką. I chociaż do tworzenia kultury wykorzystane zostały cechy biologiczne człowieka, to właśnie od tego czasu waga ewolucji biologicznej dla gatunku *Homo sapiens* zaczęła zanikać. Nasze szanse na przetrwanie jako gatunku obecnie coraz bardziej się zmniejszają.

Istnieją różne prognozy dotyczące czasu trwania życia na Ziemi, w tym istnienia człowieka jako gatunku, który wcale nie jest zwieńczeniem stworzenia życia na Ziemi, jego występowania lub braku w biosferze, a także trwałości jego kultury. Jak dotąd mają one wyłącznie charakter hipotez, które przy obecnym stanie wiedzy w sposób wiarygodny nie są do udowodnienia. Także z zastosowaniem AI, powielającej informacje już wcześniej powielone. Istotne zatem staje się w takiej sytuacji pytanie, co po nas zostanie? Trudno przewidzieć, być może tylko plastikowe odpady. W popularno-naukowej literackiej wizji przyszłości świata zapewne wiek XL będzie epoką mało znaną i niesympatyczną, a jego charakterystyka wypadnie niezbyt korzystnie: „Był to okres regresu w niemal wszystkich dziedzinach kultury duchowej, mało twórczy i oryginalny

przy straszliwej hałaśliwości. Okres ciasnego praktycyzmu i barbarzyńskich dziwactw, a zarazem rabunkowego niszczenia bogactw globu środkami prymitywnej techniki i samobójczego zatruwania oraz zaśmiecania powietrza, wody, gleby. Panowały psychozy zbiorowe i szalały bratobójcze wojny" [Krawczuk 1987, s. 153-156].

W historii biosfery w geologicznej skali czasu występowało co najmniej 18 naturalnych wydarzeń, które określa się jako wielkie wymieranie. Związane były one wyłącznie z działalnością globalnych czynników środowiskowych (regresje morskie, zmiany klimatyczne, wzmożone wybuchy wulkanów, katastrofy kosmiczne). Spośród nich pięć (w okresie 438-66 mln lat temu) uważanych jest za największe wydarzenia o cechach wielkich wymierań gatunków. Żadne z nich nie dotyczyło bezpośrednio człowieka. Dopiero tzw. „szósta katastrofa" związana jest z działalnością człowieka i rozwojem jego cywilizacji [Lewin, Leakey 1999]. Tempo wymierania gatunków współcześnie jest oceniane na sto razy szybsze niż naturalne. Uważa się, że swoim zasięgiem i szybkością postępowania podobne jest do katastrof dawnych epok geologicznych. Zmniejszanie się bioróżnorodności biosfery jest swoistą samodestrukcją naszego gatunku. Warunkiem przetrwania naszej cywilizacji jest możliwie duża różnorodność flory i fauny, bowiem to one w znacznym stopniu warunkują istnienie naszego gatunku. Człowiek jest jednym z gatunków dominujących liczebnie i wywierających na biosferę wpływ nieproporcjonalnie duży, nawet w stosunku do swojej liczebności. Jednocześnie jest gatunkiem wykształconym w naturalnym dla niego środowisku, którego jednym ze składników pozostaje na ogół wiele gatunków. Ich zachowanie dla człowieka ma znaczenie kulturowe (estetyczne, etyczne, praktyczne). Tylko dla niego różnorodność biologiczna jest określoną wartością, natomiast dla ekosystemów biosfery jest ona zupełnie obojętna. Istotą jest tylko przebieg podstawowych procesów ekologicznych, które mogą zachodzić przy bardzo różnym udziale gatunków.

AI jest przydatny, ale wymaga jawnej kontroli, a to już staje się niemożliwe. Wprowadzenie rozwiązań prawnych związanych ze stosowaniem AI, których nadal praktycznie nie ma, nie powstrzyma już zagrożeń. Nawet jeżeli zostaną przygotowane i zaczną formalnie obowiązywać, to ich wpływ na ograniczenie technologii AI będzie niewielki, praktycznie żaden. Wizja prześcignięcia przez AI inteligencję wszystkich ludzi na Ziemi, co ma zapewnić dobrobyt dla wszystkich oparta jest na błędnych założeniach – to dystopia, będąca ostrzeżeniem dla współczesnych. Zapowiada ona zły opresyjny świat, ciągłą inwigilację, brak wolności, zniszczenie środowiska. Kłamstwa

środowiskowe funkcjonują w połączeniu z polityczną fikcją. W algorytmy AI nie wpaja się właściwych wartości, bowiem nie są one jednoznacznie określone i w różnych kulturach różne, wręcz skrajnie sprzeczne. Ograniczenie, a właściwie eliminacja dążenia do dominacji AI nad ludźmi jest pozornie proste. Wystarczy wyjąć wtyczkę z kontaktu. Ale to także utopia, bowiem żądza zysku i chęć politycznej dominacji przysłania wszystko. Stopniowa zagłada gatunku *Homo sapiens* poprzez niekontrolowaną adaptację kulturową staje się być może coraz bardziej realna. I obyśmy nie znaleźli się w sytuacji konstruktorów Trurla i Klapaucjusza, którzy (chociaż roboty, ale o niemal boskich zdolnościach mogące skonstruować wszystko czego zapragną) musieli uciekać przed „Ośmiopiętrową Maszyną Rozumną", mającą rozwiązywać bardzo skomplikowane zadania matematyczne. Okazała się ona jednak „Najgłupszą Maszyną Rozumną na Całym Świecie"; w praktyce nie umiała nawet pomnożyć dwa przez trzy. Jak ocenił Klapaucjusz „nie tylko głupia jest bowiem, ale i uparta jak kloc, czyli ma charakter, zresztą właściwy idiotom, bo oni zwykle są szalenie uparci […] jest nie tylko wrażliwa i tępa, i uparta, ale także obraźliwa, a z taką ilością cech można już dopiąć niejednego" [Lem 2012, bajka: *Maszyna Trurla*]. I to stanowisko Klapaucjusza powinniśmy potraktować jako przestrogę. Bowiem możemy nawet nie zauważyć, kiedy oficjalną obowiązującą wykładnią maszyn, które zdominują świat i nas, będzie stwierdzenie, że dwa razy dwa jest siedem.

Przywołany w uzasadnieniu pytania Stanisław Lem, najwybitniejszy przedstawiciel polskiej fantastyki i jednego z najpoczytniejszych pisarzy *science-fiction* na świecie, którego książki weszły do kanonu literatury światowej, nadal swoją twórczością inspiruje. Szczególna jej wartość wynika głównie z łączenia gatunku *science-fiction* z refleksją filozoficzną, oraz podejmowania aktualnej i nacechowanej politycznie tematyki aktualnej także dla współczesnego społeczeństwa. Lem przestrzegał przed negatywnymi skutkami rozwoju cywilizacji, a jego prace teoretyczne i prognozy futurologiczne mają znaczący wpływ na definiowanie miejsca ludzkości we wszechświecie i prognozowanie jej losu. Sejm RP, doceniając poczesne miejsce pisarstwa Stanisława Lema w literaturze XX wieku i jego znaczenie dla rozwoju kultury polskiej i światowej, ustanowił rok 2021 Rokiem Stanisława Lema [Uchwała 2020].

Dla potrzeb turystyki literackiej możliwe jest tworzenie nowych produktów, które znajdą uznanie wśród turystów zainteresowanych tą niszową turystyką. Andrzej Stasiak, prezentując fenomen turystyki literacko-filmowej i potencjał tego rodzaju turystyki w Polsce, wśród kilku swoich propozycji wymienia także Stanisława Lema

[Stasiak 2009, s. 262]. Będąc w Krakowie, warto odwiedzić miejsca związane ze autorem *Summy technologiae* tworzące wyraźny szlak tematyczny: Samotnia (Domek Ogrodnika) niedaleko Lasku Wolskiego w Przegorzałach (Zwierzyniec), Pałac Potockich (Rynek Główny 20), ul. Bonerowska 5 (tablica pamiątkowa), ul. Narvik, Dzielnica Uniwersytecka, Ogród Doświadczeń im. Stanisława Lema będący oddziałem Muzeum Inżynierii i Techniki (Aleja Pokoju 68), Cmentarz Salwatorski na Zwierzyńcu]. Zwiedzanie Ogrodu Doświadczeń, Instytucji Kultury Miasta Krakowa, polega na doświadczaniu sensorycznym. Zwiedzający mogą dotykać instalacji stanowiących eksponaty oraz mają okazję różnymi zmysłami doświadczać na sobie zjawisk fizycznych i przyrodniczych. W ogrodzie rozmieszczone są: urządzenia demonstrujące zjawiska fizyki, ekspozycja geologiczna „Geo-gródek", ekspozycja sensoryczna „Zapachowo" oraz zielony labirynt z cytatami Stanisława Lema („Lem-birynt"). Wyobraźmy sobie, wykorzystując pod kontrolą AI, że edukatorami w Ogrodzie Doświadczeń są Trurl i Klapaucjusz.

Dr Natalia Ożegalska-Łukasik
Uniwersytet Jagielloński
Wydział Studiów Międzynarodowych i Politycznych
Instytut Studiów Międzykulturowych
Zakład Badań nad Społeczeństwami Wielokulturowymi
natalia.ozegalska@uj.edu.pl
https://orcid.org/0000-0002-4239-4429

Piszę ten tekst z pewną nieśmiałością. Nie jestem badaczką turystyki i nie chcę wchodzić w rolę kogoś, kto z zewnątrz próbuje objaśniać ten obszar, mający własną, bogatą tradycję teoretyczną, wzbogacony jedynie o nowy element, jakim jest sztuczna inteligencja. Jestem natomiast socjolożką starającą się zrozumieć, jak sztuczna inteligencja zmienia społeczną rzeczywistość. Mam na myśli zarówno sposoby zdobywania wiedzy, jak i podejmowania decyzji, interpretowania kultury czy wreszcie najogólniej – rozumienia świata. Z tej właśnie perspektywy turystyka wydaje mi się niezwykle interesującym laboratorium zmiany, dokonującej się obecnie przy użyciu sztucznej inteligencji.

Podróżowanie nigdy nie oznaczało wyłącznie przemieszczania się w przestrzeni. Zanim dotrzemy do Paryża, Kioto czy Krakowa, zazwyczaj już „wiemy", czego możemy się spodziewać w tych miejscach. Wyobrażenia te produkują przewodniki, fotografie, kino, reklama, media społecznościowe czy doświadczenia innych podróżnych. Klasyczna koncepcja *tourist gaze* Johna Urry'ego, rozwijana później m.in. wspólnie

z Jonasem Larsenem, zwracała uwagę właśnie na ten zapośredniczony, nasycony obrazami charakter doświadczenia turystycznego. Larsen i Urry pisali wręcz o tym, że turysta rzadko patrzy na miejsce „po prostu". Patrzy na nie przez pryzmat już istniejących reprezentacji kulturowych.

Generatywna sztuczna inteligencja wpisuje się w tę długą historię pośrednictwa, ale jednocześnie wprowadza do niej coś jakościowo nowego. Pierwsza teza, którą stawiam, brzmi: AI nie jest wyłącznie kolejnym źródłem informacji o miejscu – staje się interaktywnym współtwórcą turystycznego spojrzenia.

Przewodnik przedstawiał pewien zestaw miejsc. Wyszukiwarka pomagała znaleźć informacje. Model językowy robi natomiast coś więcej: prowadzi dialog. Możemy napisać mu, że podróżujemy z dziećmi, nie lubimy tłumów, interesuje nas architektura modernistyczna, mamy cztery godziny i chcemy poruszać się pieszo. W odpowiedzi otrzymujemy nie tyle informacje, ile pewną wersję miasta przygotowaną zgodnie ze wskazanymi potrzebami. AI dokonuje selekcji, ustala hierarchię miejsc i układa je w sensowną narrację – sensownie brzmiącą, rzecz jasna, dla laika. Ta personalizacja jest niewątpliwie ogromnym atutem. Badania nad rekomendacjami tworzonymi przez modele generatywne wskazują zresztą, że odpowiedzi spersonalizowane mogą zwiększać zarówno satysfakcję z rekomendacji, jak i deklarowaną chęć odwiedzenia proponowanego miejsca. Bynajmniej nie oznacza to jednak, że spersonalizowana odpowiedź jest „neutralna". Model musi zdecydować, które elementy dostępnej wiedzy odpowiadają naszym kryteriom i które z nich warto pokazać. Właśnie ten trop prowadzi do drugiej tezy: personalizacja nie musi oznaczać różnorodności.

Model językowy nie zna miasta tak jak jego mieszkaniec ani jak profesjonalny przewodnik. Rekonstruuje je na podstawie dostępnych reprezentacji: tekstów, rankingów, opisów, recenzji i innych cyfrowych śladów. Miejsca dobrze opisane, często wymieniane i silnie obecne w globalnym obiegu informacyjnym mają z tego powodu przewagę strukturalną nad tymi, które pozostają mniej widoczne.

Powstaje zatem interesujący paradoks. Możemy otrzymać odpowiedź, która brzmi niezwykle indywidualnie, a jednocześnie (czego sobie niekoniecznie uświadamiamy) została zbudowana z wysoce konwencjonalnego materiału. Personalizacja może więc tworzyć bardzo osobistą wersję tej samej mapy symbolicznej, którą wcześniej tworzyły przewodniki, portale turystyczne czy media społecznościowe. Należy przy tym zachować ostrożność przed prostym utożsamieniem personalizacji z zamknięciem użytkownika w informacyjnej bańce. Badania nad algorytmicznym

filtrowaniem informacji turystycznej pokazują bardziej złożony obraz i nie zawsze potwierdzają występowanie klasycznego *filter bubble effect*. Bardziej interesujące wydaje mi się zatem inne pytanie: jakie miejsca mają największą szansę na to, by stać się dla modelu „oczywistą" odpowiedzią na nasze pytanie?

Problem ten staje się jeszcze ciekawszy, gdy użytkownik nie pyta po prostu o atrakcje, lecz prosi o miejsca „autentyczne", „lokalne" albo „nieturystyczne". Tutaj formułuję trzecią tezę: AI nie tyle odnajduje autentyczność, ile musi ją zoperacjonalizować.

Pojęcie autentyczności ma w badaniach turystycznych długą i skomplikowaną historię. Erik Cohen już pod koniec lat 80. proponował traktować autentyczność jako pojęcie negocjowane, a nie jako oczywistą, obiektywną właściwość miejsca. Późniejsze dyskusje jeszcze mocniej pokazały wieloznaczność tej kategorii, rozróżniając między innymi autentyczność obiektu i doświadczenia czy tzw. autentyczność egzystencjalną.

Model językowy musi tymczasem przekształcić tę wieloznaczność w konkretną rekomendację. Gdy prosimy o „autentyczną restaurację", system musi – jawnie lub nie – przyjąć jakieś wskaźniki autentyczności. Czy oznacza ona lokalizację poza centrum? Tradycyjne menu? Długą historię? Małą liczbę turystów? Obecność mieszkańców? A może określoną estetykę miejsca, która nauczyła nas kojarzyć pewien typ wnętrza z „lokalnością"? W tym sensie AI nie rozwiązuje klasycznego problemu autentyczności w turystyce. Przeciwnie: przenosi go na poziom klasyfikacji algorytmicznej. Podobny mechanizm działa, gdy model staje się interpretatorem kultury. I tu widzę miejsce na czwartą, być może najważniejszą tezę: społeczne znaczenie generatywnej AI wynika nie tylko z tego, czy podaje prawdziwe informacje, lecz także z tego, którą wersję rzeczywistości przedstawia jako domyślną.

AI może być w podróży znakomitym „tłumaczem" kulturowym. Wyjaśni nazwę chińskiej potrawy, zasady zachowania w hinduskiej świątyni, znaczenie danego gestu na Bliskim Wschodzie lub kontekst lokalnego święta na południu Europy. Zmniejsza tym samym dystans poznawczy między przybyszem a odwiedzanym miejscem. Jednocześnie „kultura japońska", „polska gościnność" czy „balijska duchowość" nie są spójnymi zestawami reguł. Istnieją różnice regionalne, klasowe, pokoleniowe i historyczne. Istnieją także spory o pamięć, dziedzictwo i znaczenie określonych praktyk. Tymczasem model językowy ma za zadanie dostarczyć jasną i użyteczną odpowiedź. Powstaje więc ryzyko, że zamiast fałszu w prostym sensie otrzymujemy coś subtelniejszego: jedną z możliwych interpretacji przedstawioną jako naturalny opis

rzeczywistości. Dlatego pytanie, które jako socjolożkę interesuje mnie najbardziej, nie brzmi jedynie: „czy AI podała prawidłowe informacje?". Brzmi raczej: czyja wiedza stała się w tej odpowiedzi wiedzą domyślną, podaną jako najlepszy opis skomplikowanej i złożonej rzeczywistości? Oczywiście, gdzieś w tle pozostaje również inny problem – wiarygodności. Modele mogą halucynować nazwy miejsc, godziny otwarcia, ceny czy połączenia transportowe. W turystyce ma to szczególne znaczenie, ponieważ jedna odpowiedź może zawierać dziesiątki drobnych faktów, których przeciętny użytkownik nie jest w stanie od razu zweryfikować. Paradoksalnie płynność językowa generatywnej AI może problem nawet pogłębiać: im bardziej kompetentnie brzmi odpowiedź, tym trudniej dostrzec granicę pomiędzy wiedzą, a prawdopodobnie brzmiącą konfabulacją.

Generatywna sztuczna inteligencja wpływa również na wcześniejsze ogniwa ekosystemu wiedzy. Może produkować recenzje, zdjęcia, opisy hoteli i teksty podróżnicze, które później stają się elementem cyfrowej reprezentacji miejsca. W ten sposób zaciera się granica nie tylko między prawdziwą i fałszywą informacją, lecz także między doświadczeniem, a jego syntetycznym przedstawieniem. Turysta może zacząć porównywać rzeczywiste miejsce nie z jego wyidealizowaną fotografią, ale nawet z obrazem miejsca, które nigdy nie istniało.

Podsumowując, chcę podkreślić, że powyższe rozważania wcale nie prowadzą mnie do wniosku, że sztuczna inteligencja jest dla turystyki „przede wszystkim" zagrożeniem. Wręcz przeciwnie. Jej potencjał jest ogromny: może zmniejszać bariery językowe, wspierać osoby ze szczególnymi potrzebami, konstruować trasy uwzględniające bardzo indywidualne ograniczenia i zainteresowania, a także pomagać w rozumieniu nieznanych kontekstów kulturowych.

Być może zatem najbardziej właściwe jest myślenie o sztucznej inteligencji nie jako o cyfrowym przewodniku, który „wie, gdzie warto pojechać", lecz jako o nowym społecznym pośredniku. Pośredniku niezwykle użytecznym, ale zarazem selekcjonującym, interpretującym i porządkującym rzeczywistość – z wszystkimi możliwymi konsekwencjami. I tutaj wracam do pytania, które wydaje mi się najważniejsze: kiedy pytamy chatbota „co powinienem zobaczyć?", kto właściwie odpowiada? Formalnie – model językowy. W praktyce przemawia przez niego cały ekosystem wcześniejszych reprezentacji: przewodniki, media społecznościowe, marketing turystyczny, recenzje, rankingi, mapy i nierówna cyfrowa widzialność różnych miejsc i grup. Generatywna sztuczna inteligencja nie usuwa tych pośredników.

Scala ich głosy i podaje je w formie, której wcześniejsze media nie potrafiły zaoferować: płynnej, dialogowej i sprawiającej wrażenie, jakby była przygotowana specjalnie dla nas.

Turystyczne spojrzenie nigdy nie było wolne od pośrednictwa. Nowość polega jednak na tym, że po raz pierwszy pośrednik sprawia wrażenie niemal wszechwiedzącego, a przy tym pozostaje zawsze pod ręką i jest skrojony niemal na każdą kieszeń. Być może właśnie dlatego warto pytać nie tylko o to, jak sztuczna inteligencja pomaga nam podróżować, lecz przede wszystkim o to, jak przeobraża miejsca w naszej wyobraźni – zanim jeszcze zdążymy zobaczyć je na własne oczy.

Patryk Gawor
Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie
Centrum Doskonałości Dydaktycznej
pgawor@kozminski.edu.pl

Chcę odpowiedzieć na to pytanie przede wszystkim z perspektywy edukacji, technologii oraz projektowania doświadczeń. Ta perspektywa pozwoli potraktować turystykę kulturową nie tylko jako formę przemieszczania się, uczestnictwa w kulturze czy odbioru danych treści, ale również jako rodzaj uczenia się nieformalnego. Samo spotkanie z miejscem, zabytkiem, ekspozycją czy dziełem może uruchamiać procesy poznawcze bardzo podobne do tych, które występują w innych sytuacjach uczenia się.

Z tego punktu widzenia wyjątkowo istotne są więc dwa elementy: ciekawość i cel. Ciekawość uruchamia naszą uwagę i tworzy w nas potrzebę poznania odpowiedzi na pewne pytania. Cel zaś nadaje temu procesowi poznawczemu kierunek i pozwala selekcjonować te informacje, które w danym momencie uznajemy za istotne. Nie są to wyłącznie przypadkowe mechanizmy. Badania nad uczeniem się jednoznacznie wskazują, że stan ciekawości jest bardzo mocno związany z lepszym zapamiętywaniem informacji, które stanowią dla nas przedmiot zainteresowania, a sama możliwość uzyskania odpowiedzi na pytania, które ciekawość w nas wzbudziła, może nabrać dla człowieka charakteru nagrody [Kang i in. 2009]. Ciekawość nie jest więc jedynie dodatkowym elementem czy wyłącznie emocją towarzyszącą poznawaniu. Pełni ona funkcję mechanizmu organizującego naszą uwagę i dzięki niej zwiększa się nasza gotowość do dalszego poszukiwania informacji.

W turystyce kulturowej ma to również ogromne znaczenie, bo sama dostępność informacji nie przesądza jeszcze o wartości doświadczenia edukacyjnego. Można przejść przez muzeum, przeczytać wiele opisów i wrócić do domu z niewielką liczbą

trwałych wspomnień. Z drugiej zaś strony może wystąpić doświadczenie całkowicie przeciwne. Pojedynczy obiekt czy jakiś niewielki detal może uruchomić potrzebę dalszego poznawania i prowadzić do całego ciągu kolejnych pytań. Z perspektywy procesu uczenia się istotne jest więc nie tylko to, jakie informacje zostaną przekazane odbiorcy, lecz również to, czy doświadczenie stworzy warunki do powstania rzeczywistej potrzeby ich poznania.

I właśnie w tym miejscu bardzo interesująca staje się rola generatywnej sztucznej inteligencji. Obecnie jej najbardziej oczywiste zastosowania dotyczą pewnego rodzaju wsparcia funkcjonalnego: planowania podróży, wyszukiwania atrakcji, budowania tras, tłumaczenia treści czy syntezowania informacji, np. rekomendacji pochodzących z różnych źródeł. Są to zastosowania oczywiście bardzo ważne, jednak z punktu widzenia edukacji i projektowania doświadczeń niekoniecznie najbardziej przełomowe. Znacznie poważniejsza zmiana pojawia się w momencie, gdy sztuczna inteligencja zaczyna pełnić funkcję pośrednika pomiędzy odbiorcą a poznawanym przez niego miejscem, wydarzeniem czy obiektem.

Tradycyjne narzędzia opisu czy interpretacji kultury, takie jak m.in. katalog, drukowany przewodnik, audioprzewodnik czy tablica informacyjna, opierają się przede wszystkim na komunikacji jednokierunkowej. Autor lub instytucja decydują, które informacje są istotne, w jakiej kolejności powinny zostać przedstawione, jaki poziom szczegółowości będzie właściwy oraz jaką narrację czy historię należy zaproponować odbiorcy. Oczywiście turysta może samodzielnie poszukiwać dodatkowych informacji, jednak to podstawowe doświadczenie pozostaje już w dużej mierze wcześniej zaprojektowane.

Sztuczna inteligencja może pozwolić zmienić tę narrację, ponieważ umożliwia przejście od odbioru gotowej narracji do dialogu. Osoba chcąca zapoznać się z danym obiektem może nie tylko poznać datę jego powstania, historię czy nazwisko autora, ale również zadawać pytania wynikające bezpośrednio z własnych obserwacji. Może poprosić o zwrócenie uwagi na szczególnie istotny detal, o wyjaśnienie znaczenia określonego symbolu, o porównanie danego obiektu z innym albo o przedstawienie szerszego kontekstu historycznego w obszarze, który będzie dla tej osoby szczególnie interesujący. Odpowiedź nie musi kończyć kontaktu z tą informacją, ponieważ może stać się punktem wyjścia do kolejnego pytania.

Konsekwencją tego będzie zmiana nie tylko sposobu dostępu do wiedzy, ale również samego modelu uczestnictwa w tym doświadczeniu. Odbiorca przestanie być

wyłącznie adresatem wcześniej przygotowanego komunikatu, a w większym stopniu będzie współdecydował o kierunku narracji, o jej szczegółowości oraz o tym, które wątki zostaną rozwinięte. W związku z tym granica między przewodnikiem, wyszukiwarką informacji a partnerem w dialogu stanie się coraz mniej wyraźna.

Jednym z najbardziej podstawowych następstw takiego modelu jest możliwość bardzo daleko idącej personalizacji. Ten sam obiekt, zabytek, ekspozycja czy przestrzeń będzie mogła być przedstawiona w inny sposób dziecku, w inny sposób osobie nieposiadającej wcześniejszej wiedzy, a jeszcze w inny sposób specjaliście, zagranicznemu turyście czy osobie zainteresowanej konkretnym obszarem, np. historią, architekturą czy religią. Personalizacji może podlegać także język, poziom szczegółowości, długość wypowiedzi, typy przykładów, kolejność prezentowanych treści czy nawet sposób formułowania komunikatów.

Z perspektywy dydaktycznej jest to kierunek niezwykle ciekawy. Jednym z podstawowych wyzwań dotyczących projektowania materiałów edukacyjnych jest konieczność tworzenia treści dla pewnego uśrednionego odbiorcy. Sztuczna inteligencja umożliwi więc potencjalnie znacznie bardziej elastyczne reagowanie na potrzeby, cele i wiedzę konkretnej osoby. Może też poprawić dostępność poprzez tłumaczenie, upraszczanie języka, zmianę formy prezentacji czy też dodatkowe wyjaśnienia. W ten sposób odbiorca, który dotychczas mógł napotykać np. bariery językowe czy poznawcze, otrzymuje możliwość dostępu do tej samej przestrzeni na bardziej adekwatnym dla siebie poziomie.

Personalizacja jest ściśle związana ze wspomnianym wcześniej elementem procesu uczenia się, czyli celem. Pozwala on kierunkować uwagę i organizować wysiłek, dzięki czemu odbiorca łatwiej będzie w stanie dokonywać selekcji spośród bardzo dużej liczby dostępnych informacji. W przypadku turysty może być to chęć lepszego zrozumienia historii miasta, poznania określonej epoki, zainteresowanie architekturą czy po prostu chęć zrozumienia, dlaczego dane miejsce uznane jest za ważne w skali lokalnej, regionalnej lub globalnej. Sztuczna inteligencja może taki cel rozpoznać, doprecyzować, a następnie dostosować do niego przebieg doświadczenia.

W tym miejscu pojawia się jednak spore wyzwanie, które wydaje mi się szczególnie istotne z perspektywy edukacji, czyli konicznośćodpowiedzi na pytanie: czy możliwość natychmiastowego uzyskania odpowiedzi na każde pytanie wzmacnia ten proces poznawczy? Ciekawość powstaje m.in. w sytuacji, w której dostrzegamy lukę pomiędzy tym, co wiemy, a tym, co chcielibyśmy wiedzieć, czyli pomiędzy wiedzą

posiadaną a wiedzą pożądaną. To napięcie może uruchamiać poszukiwanie odpowiedzi. Towarzyszą mu obserwowanie, porównywanie, przywoływanie wcześniejszych doświadczeń, formułowanie nowych przekonań i ich weryfikowanie. Jeżeli jednak każda luka poznawcza może zostać w ciągu kilku sekund wypełniona gotową i – przynajmniej na poziomie językowym – przekonującą odpowiedzią, istnieje bardzo duże ryzyko szybkiego zamknięcia całego procesu. Odbiorca zauważa coś, czego nie rozumie, zadaje pytanie, otrzymuje odpowiedź i natychmiast przechodzi do kolejnego elementu. Z punktu widzenia projektowania uczenia się nie zawsze jest to rozwiązanie optymalne. Dobrze zaprojektowane doświadczenie dydaktyczne nie polega wyłącznie na maksymalnym skróceniu czasu pomiędzy pytaniem a odpowiedzią. Często dużo ważniejsze okazuje się pozostawienie przestrzeni na samodzielną obserwację i interpretację. Rola nauczyciela nie polega bowiem zawsze na jak najszybszym udzieleniu odpowiedzi. Często znacznie bardziej wartościowe zdaje się zadanie kolejnego pytania albo zwrócenie uwagi na pewien określony element i zachęcenie uczącego się do sformułowania własnego wyjaśnienia [Radhakrishna i in. 2026].

Podobna logika musiałaby zostać zastosowana w projektowaniu systemów wykorzystujących sztuczną inteligencję w turystyce kulturowej. Cyfrowy asystent nie musi np. od razu odpowiadać użytkownikowi na pytanie, dlaczego jedna część architektoniczna różni się od drugiej, widocznej w danej przestrzeni. Może najpierw skierować jego uwagę na tę różnicę, poprosić o jej nazwanie, a następnie zachęcić do zastanowienia się nad możliwymi przyczynami, a dopiero później przedstawić kontekst historyczny. W takim ujęciu sztuczna inteligencja przestaje być wyłącznie źródłem informacji, a zaczyna pełnić funkcję narzędzia projektującego doświadczenie edukacyjne. To rozróżnienie jest bardzo ważne. Technologiczna możliwość generowania właściwie nieograniczonej liczby odpowiedzi nie oznacza, że największa wartość sztucznej inteligencji wynika właśnie z odpowiadania. W niektórych sytuacjach dużo cenniejsza może okazać się zdolność systemu do pobudzenia ciekawości, kierowania uwagi i stworzenia przestrzeni do samodzielnego odkrywania odpowiedzi na wcześniej pojawiające się pytania. Można zatem powiedzieć, że jednym z najbardziej wartościowych zastosowań sztucznej inteligencji w turystyce kulturowej nie będzie dostarczanie coraz większej liczby informacji, ale projektowanie takich interakcji, które zwiększą u odbiorcy gotowość do ich poszukiwania i samodzielnego rozumienia.

Jednocześnie sama ciekawość ma również charakter selektywny. W wielu źródłach porównuje się ją do reflektora. Wzmacnia ona uwagę skierowaną na określone zagadnienie, ale może jednocześnie ograniczać uwagę poświęcaną informacjom, które znajdują się poza aktualnym polem zainteresowania. Badania wskazują, że ciekawość dotycząca konkretnego problemu nie musi prowadzić do lepszego zapamiętywania wszystkich informacji, które pojawiają się równolegle, a w pewnych warunkach może nawet zmniejszać uwagę poświęconą treściom pobocznym [Keller i in. 2024].

Połączenie tego mechanizmu z zaawansowaną personalizacją tworzy jeden z interesujących paradoksów zastosowania sztucznej inteligencji w turystyce kulturowej. Im lepiej system będzie znał zainteresowania odbiorcy, jego dotychczasową wiedzę i cele, tym skuteczniej będzie w stanie pokazywać mu treści uznane za najbardziej odpowiednie. Osobie zainteresowanej architekturą będzie eksponował wątki architektoniczne, miłośnikowi historii – wydarzenia polityczne. Taki model może bardzo zwiększyć zaangażowanie, ale jednocześnie grozi ograniczeniem jednego z ważnych elementów doświadczenia turystycznego, czyli przypadkowego odkrywania. Podróżowanie ma szczególną wartość również dlatego, że umożliwia spotkanie z czymś, czego wcześniej nie planowaliśmy zobaczyć, o czym nie wiedzieliśmy albo czego nie potrafiliśmy wskazać jako własnego zainteresowania. Daleko posunięta personalizacja może zatem prowadzić również do sytuacji, w której nowe miejsce zaczniemy oglądać przede wszystkim przez filtr tego, co system wie już o wcześniejszych preferencjach odbiorcy. Im skuteczniej więc sztuczna inteligencja zrealizuje wcześniej rozpoznany jego cel odbiorcy, tym większe może być ryzyko ograniczenia przestrzeni dla tego, co niespodziewane. Z perspektywy procesu uczenia się byłaby to niezwykle istotna strata, ponieważ rozwój wiedzy nie polega wyłącznie na pogłębianiu obszarów, które już uznajemy za interesujące. Często rozpoczyna się lub ma swoją kontynuację właśnie w chwili zetknięcia się z czymś, czego wcześniej nie wiedzieliśmy nawet, że nie wiemy.

Rozważenia wymaga również kwestia wiarygodności generowanych informacji. Generatywna sztuczna inteligencja charakteryzuje się bardzo wysoką płynnością językową. Jest to cecha stanowiąca z jednej strony jeden z głównych powodów jej atrakcyjności, z drugiej jednak spore zagrożenie, ponieważ sposób przedstawienia odpowiedzi nie gwarantuje jej prawdziwości. Modele językowe mogą tworzyć odpowiedzi spójne, przekonujące i szczegółowe również wtedy, gdy część informacji jest uproszczona lub po prostu błędna. W turystyce kulturowej problem ten nabiera szczególnego znaczenia. Błędna odpowiedź może bowiem dotyczyć nie tylko daty

powstania jakiegoś budynku czy nazwiska autora. Może ona dotyczyć znaczenia symbolu, przebiegu jakiegoś wydarzenia, motywacji jego uczestników, relacji między różnymi grupami czy interpretacji. W tych przypadkach będziemy mieć już do czynienia nie tylko z błędem dotyczącym faktu, ale z potencjalną zmianą sposobu rozumienia danego miejsca czy wydarzenia.

Prowadzi to więc do szerszego pytania o to, kto w przyszłości będzie pełnił funkcję kuratora danego doświadczenia. Dotychczas interpretacja miejsca była w znacznym stopniu wynikiem pracy historyków, przewodników, badaczy, autorów ekspozycji czy lokalnych społeczności. Oczywiście narracje te nigdy nie są całkowicie neutralne i również podlegają określonej interpretacji. Sztuczna inteligencja wprowadza jednak nowego pośrednika, którego rola może być mniej widoczna dla odbiorców.

Jeżeli turysta zapyta asystenta o drogę do muzeum, porada ma przede wszystkim charakter funkcjonalny. Jeśli jednak zapyta: „Dlaczego ten pomnik jest ważny?", „Jak należy rozumieć to wydarzenie?" albo „Co ten obiekt mówi o historii miasta?", asystent przestaje być tylko technicznym wspomagaczem. Zaczyna współtworzyć interpretację kultury i wtedy niezwykle istotne stają się pytania o dobór źródeł, reprezentację różnych perspektyw, branie pod uwagę lokalnych narracji, wiarygodność wiedzy, przejrzystość procesu generowania odpowiedzi oraz właśnie o zakres odpowiedzialności instytucji, które udostępniają takie cyfrowe rozwiązania. Może to prowadzić nie tyle do zaniku znaczenia ekspertów, ile do zmiany charakteru ich pracy, bo w środowisku, w którym informacja staje się łatwo dostępna, wartość eksperta coraz rzadziej będzie wynikać wyłącznie z możliwości jej przekazania. Większego znaczenia nabierają selekcja i weryfikacja źródeł, budowanie kontekstu, zestawianie ze sobą konkurencyjnych interpretacji oraz właśnie to, o czym mówimy od początku, czyli projektowanie doświadczeń i tworzenie sytuacji pobudzających ciekawość i refleksję.

Analogiczną zmianę obserwujemy właśnie w edukacji. Jeśli uczący się może uzyskać w ciągu kilku sekund odpowiedź na bardzo szeroki zakres pytań, rola nauczyciela nie może być oparta wyłącznie na przewadze informacyjnej. Dużo ważniejsze zdaje się więc projektowanie procesu, w którym odbiorca będzie potrafił sformułować dobre pytanie, krytycznie ocenić uzyskaną odpowiedź, sprawdzić wiarygodność źródeł, zestawić ze sobą różne interpretacje i dopiero na tej podstawie skonstruować własne rozumienie zagadnienia. Podobnej ewolucji można spodziewać się w obszarze turystyki kulturowej.

Uważam zatem, że sztuczna inteligencja będzie prawdopodobnie coraz głębiej wkraczać nie tylko w organizacyjną warstwę podróżowania, ale również w sam proces poznawania i interpretowania miejsc, historii czy kultury. Zwiększy zapewne dostępność informacji, będzie indywidualizować doświadczenie i umożliwiać odbiorcy prowadzenie dialogu, który wcześniej wymagał fizycznej obecności eksperta. Może zatem jednoznacznie wspierać ciekawość oraz pomagać w porządkowaniu tego procesu edukacyjnego zgodnie z jego celem. Jeśli więc spojrzymy na turystykę kulturową jako na proces uczenia się, w tym przypadku nieformalnego, skutków rozwoju sztucznej inteligencji nie należy oceniać wyłącznie poprzez liczbę funkcji, które może ona przejąć, ani przez szybkość, z jaką może pomóc uzyskać pewne informacje. Znacznie ważniejsze wydaje się pytanie o jakość doświadczenia edukacyjnego, które dzięki niej tworzymy: czy technologia pobudza tę ciekawość, czy jedynie ją zaspokaja? Czy pomaga odbiorcy nadać kierunek poznawaniu, czy zamyka go już w obrębie rozpoznanych zainteresowań? Czy wspiera interpretację, czy jednak raczej ją zastępuje?

Być może największą wartością sztucznej inteligencji nie będzie sytuacja, w której potrafi ona udzielać odpowiedzi na każde pytanie. Znacznie ciekawsza będzie sytuacja, w której będzie ona potrafiła stworzyć warunki do uważniejszego patrzenia, samodzielnego interpretowania i stawiania pytań, których bez jej udziału odbiorca nigdy by sobie nie zadał.

Bibliografia

Bauman Z., 2011, *Niepewna przyszłość merytokracji*, „Gazeta Wyborcza", 26-27.03, s. 25 (tekst ukazał się 21.03.2011 r. online: www.social-europe-eu)

Dawkins R., 1994, *Ślepy zegarmistrz czyli, jak ewolucja dowodzi, że świat nie został, zaplanowany*, przeł. A Hoffman, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa, Biblioteka Myśli Współczesnej +/- ∞

Kang M. J., Hsu M., Krajbich I. M., Loewenstein G., McClure S. M., Wang J. T.-Y., Camerer C. F., 2009, *The wick in the candle of learning: Epistemic curiosity activates reward circuitry and enhances memory*, „Psychological Science", Vol. 20, No. 8, s. 963-973

Keller N., Salvi C., Leiker E. K., Gruber M. J., Dunsmoor J., 2024, *States of epistemic curiosity interfere with memory for incidental scholastic facts*, „npj Science of Learning", Vol. 9, 22, doi.org/10.1038/s41539-024-00234-w

Krawczuk A., 1987, *Starożytność odległa i bliska*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań

Kunicki-Goldfinger W. J. H., 1993, *Znikąd donikąd*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa, Biblioteka Myśli Współczesnej +/- ∞

Lem S., 2012, *Bajki robotów*, Wydawnictwo Literackie, Kraków

Lewin R., Leakey R., 1999, *Szósta katastrofa. Historia życia a przyszłość ludzkości*, przeł. J. Prószyński, Wydawnictwo Prószyński i S-ka, Warszawa

Márai S., 2011, *W podróży*, przeł. T. Worowska, Wydawnictwo Zeszytów Literackich, Warszawa

Mendoza E., 2010, *Brak wiadomości od Gurba*, przeł. M. Tadel, Wydawnictwo Znak, Kraków
Radhakrishna P., Padakannaya P., 2026, *Mnemonic benefits of state curiosity – A meta-analysis*, „Psychonomic Bulletin & Review", Vol. 33, 97, doi.org/10.3758/s13423-025-02800-8
Snyder T., 2025, *O wolności. Przewodnik po świecie, który można ocalić*, przeł. B. Pietrzyk, Znak Horyzont, Kraków
Stasiak A., 2009, *Turystyka literacka i filmowa*, [w:] K. Buczkowska, A. Mikos von Rohrscheidt (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań, s. 223-265, Seria: Monografie nr 391
Uchwała, 2020, *Uchwała Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 27 listopada 2020 r. w sprawie ustanowienia roku 2021 Rokiem Stanisława Lema*, „Monitor Polski", poz. 1181

Źródła internetowe

Drzewakowska J., 2026, *ChatGPT zaplanuje wycieczkę*, 30.03. [online:] https:// aiwturystyce.pl, 1.09.2026
Miączyński Piotr, 2026, *Odcinają grzbiety, mielą oryginały. Tak wygląda przemysłowa maszyna do karmienia AI*, [online:] https://next.gazeta.pl/next/7,151243,32926985, odcinaja-grzbiety-miela-oryginaly-tak-wyglada-przemyslowa.html, 1.09.2026
OECD, 2024, Organisation for Economic Co-operation and Development, *Artificial intelligence and tourism: G7/OECD policy paper*, OECD Tourism Papers, No. 2, OECD Publishing, Paris, [online:] https://www.oecd.org/en/publications/artificial-intelligence-and tourism_3f9a4d8d-en.html, 1.09.2026
Reichwein M., 2026, *Firmy AI z USA masowo skupują książki w zagranicznych antykwariatach. A potem je niszczą*, [online]: https://www.msn.com/pl-pl/finanse/technologia/firmy-ai-z-usa-masowo-skupuja-książki-w-zagranicznych-antykwariatach-a-potem-je-niszcza/ar-AA28THow, 1.09.2026
Rojewska K., 2024, *8 przykładów zastosowania generatywnej sztucznej inteligencji w turystyce*, 7.08, [w:] qtravel.ai, [online:] https://www.qtravel.ai/pl/blog/8-przykladow-zastosowania-generatywnej-sztucznej-inteligencji-w-turystyce/, 1.09.2026