

**Armin Mikos von Rohrscheid,  
Zygmunt Kruczek, Klaudiusz  
Święcicki, Andrzej Kowalczyk,  
Paweł Różycki**

---

**Masowość czy elitarność - dokąd  
zmierza turystyka kulturowa?**

---

Turystyka Kulturowa nr 8, 50-56

---

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

## Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej

### Dokąd zmierza turystyka kulturowa?

#### Pytanie 2:

*Dokąd zmierza turystyka kulturowa - ku masowości czy elitarności? Dokąd zmierzać powinna? Jakie są lub mogą być plusy i minusy każdego z procesów?*

**dr Armin Mikos v. Rohrscheidt, GHWSM Milenium/Kultur.pl**

Pytanie ma charakter fundamentalny dla rozwoju całej turystyki. Żeby jednak podjąć próbę odpowiedzi na nie, trzeba najpierw „dopytać”: o czym dokładnie mówimy? Definicje turystyki kulturowej sięgają bowiem od ściśle elitarnych (dziedzictwo kultury wysokiej, wielkiej architektury, znaczące wydarzenia artystyczne jako cele) po takie, które zawierają w swoim zakresie praktycznie całą turystykę, co dowodnie pokazał Hughes, a na polskim gruncie zaprezentował w swoim zeszłorocznym opracowaniu Prof. A. Kowalczyk. Jeśli jednak mamy wyróżniać turystykę kulturową spośród innych rodzajów podróżowania typu turystycznego (a warto wyróżniać, bo jest to potrzebne klientom dla orientacji a rynkowi usług dla ich prawidłowej segmentacji), to trzymałbym się zaproponowanej przez siebie („*Turystyka Kulturowa ...*”, 2008, s. 31.) tzw. definicji funkcjonalnej, która jako kryterium rozróżnienia wskazuje zestawienie celów i aktywności, zawartych w programie konkretnej wyprawy (dla zorganizowanych wycieczek grupowych) i osobistą motywację lub też zrealizowaną na jej podstawie listę celów i aktywności (dla turystów indywidualnych i grup „prywatnych”). Przy takim rozumieniu zakresu turystyki kulturowej można ją dość sprawnie wydzielić z ogromnego spektrum pozostałych podróży i odpowiednio do tego opisywać, konstruować programy oraz tworzyć oferty. W zestawieniu istniejących form turystyki kulturowej – stosując jako kryterium podstawowe właśnie ową definicję – starałem się już pokazać istniejące bez wątplenia także aktualnie „rozwarstwienie”, oddzielając (choć granice tu są często płynne), wymieniając i opisując formy typowe dla turystyki kultury wysokiej, turystyki edukacyjnej (więc ściśle poznawczej) i wreszcie dla bardzo szerokiego spektrum pozostałych form, ukierunkowanych na dziedzictwo materialnej i duchowej kultury, nie roszące sobie pretensji do miana tej pierwszej, nazwanych przeze mnie przejawami turystyki kulturowej powszechnej lub popularnej.

Zatem: dokąd zmierza współczesna turystyka kulturowa? Wydaje się, że zarówno ku elitarności, jak i masowości, czyli ku dalszemu rozwarstwieniu, i to przynajmniej w dwóch aspektach:

Najpierw zatem uwyraźni się podział na turystykę **kultury wysokiej** i (w jej ramach) **awangardowej** (już teraz częściowo w swym postmodernistycznym kształcie coraz bardziej niezrozumiałej, czyli nieatrakcyjnej dla ogółu przeciętnych konsumentów zarówno samej kultury, jak i turystyki) oraz turystykę **kultury powszechnej** i (w jej ramach) **popkultury**. Klienci (pewnie nieliczni) pierwszego typu ofert będą jeździli i latali na awangardowe wystawy i festiwale muzyczne, oglądali muzea sztuki współczesnej i modne wydarzenia z gatunku performance. Jednak obok tej grupy utrzyma się w tym samym (a może jednak już różnym) segmencie liczniejsza, czyli jakby mainstreamowa grupa koneserów „klasycznego” dziedzictwa kulturowego: wybitnych obiektów architektury różnych epok, muzyki klasycznej, w tym operowej i symfonicznej, dziedzictwa dawnych cywilizacji i kulturowej substancji, przechowywanej w instytucjach większych i mniejszych miast, wątków biograficznych i innych – czasem niszowych – tematów związanych z historią i kulturą. Zwolennicy powszechnej turystyki kulturowej (których liczba w średnim okresie zapewne wzrośnie wraz z poziomem wykształcenia i poprawą warunków materialnych w licznych krajach) będą kontynuowali swoje wykupione u touroperatorów lub prywatne wycieczki, oparte o regionalne i lokalne pakiety turystyczne, mające – jak i dziś - charakter mieszany. Celami ich

często krótkich weekendowych wypadów staną się pewnie najbardziej znane destynacje miejskie (które „trzeba” lub „wypada” zaliczyć), jak np. Rzym, Paryż, Wenecja i inne; w Polsce zaś Kraków, Gdańsk, Warszawa, Poznań, Wrocław, Toruń, pewnie też Łódź i Lublin, a także kilka mniejszych w zależności od mody (jak np. aktualnie Sandomierz). Będą oni jednak te cele odwiedzali raczej rzadziej w ramach grup zorganizowanych, korzystając prywatnie z coraz doskonalszej oferty pakietów lokalnych, zawierającej wszelkie możliwe opcje do wyboru. I w ramach tych opcji – zgodnie ze swoimi preferencjami - sami będą mieszać formy turystyki kulturowej i pozostałych jej rodzajów. W ramach klasycznej już formy wypraw objazdowych atrakcyjność zachowują destynacje krajowe lub regionalne (Włochy, Grecja, Egipt, pewnie Chiny i Indie, w mniejszej skali: Burgundia, Toskania, Prowansja, Kastylija i inne) i także zgodnie z aktualną modą inne. Turyści będą też coraz częściej wybierali dla swych urlopowych eskapad szlaki tematyczne, które w najbliższych latach podniosą poziom swojej oferty, tworząc pełne pakiety i staną się atrakcyjną „linearną” konkurencją dla celów miejskich i wycieczek regionalnych. W tej grupie pojawi się także warunkowany osobistymi zainteresowaniami i hobby wzrost popytu te formy turystyki tematycznej, które już popularne w zamożniejszych krajach, nadal mają charakter niszowy w krajach na dorobku, jak zwiedzanie obiektów militarnych, szlaki i wycieczki literackie, filmowe, hobbystyczne oraz inne.

Z dalszym spadkiem jakości masowej oferty kulinarnej i umasowieniem gotowych potraw, przyrządzanych w naszych domach ma szansę (jeśli będzie dobrze promowana) turystyka kulinarna, oferująca przeciętnemu turyście choćby raz w roku jedzenie i picie jako przeżycie i atrakcję. Szlaki kulinarne i magiczne miejsca znanych kuchni regionalnych mogą zatem dopiero przeżyć swoją złotą epokę. Część turystów z grupy konsumentów kulturowej turystyki powszechnej na stałe zasmakuje w uczestnictwie w kilkudniowych imprezach o raczej popularnym charakterze (m.in. inscenizacjach historycznych, festiwalach konkretnych kierunków muzyki), odwiedzając eventy tego rodzaju wielokrotnie w roku i regularnie z roku na rok. Tym samym wzrośnie popyt na mnożenie takich imprez w każdym możliwym miejscu. Być może z czasem turyści eventowi zaczną jednak selekcjonować swoje cele i przyczynią się do eliminacji najsłabszych imprez lub ich zupełnej marginalizacji poza turystykę (jako wydarzeń dla samych mieszkańców). W Polsce ten proces wydaje się już rozpoczynać: niektóre eventy lokalne, pierwotnie ukierunkowane na turystów, jednak tworzone bez polotu i jakiegokolwiek idei wiodącej już pewnie pogodziły się ze swoim nieturystycznym charakterem. Być może zwiększy się liczba propozycji „interaktywnych eventów”, czyli np. weekendów przeżyciowych lub tygodni wakacyjnych spędzanych m.in. w historycznym starożytnym mieście rzymskim, w wiosce Wikingów, w XIX-wiecznym pruskim forcie czy w wykupionym przez wielkie biuro podróży średniowiecznym włoskim mini-miasteczku. Rozwinie się w ten sposób istniejąca dziś raczej załączkowo forma, którą w przeciwieństwie do „turystyki ożywionej historii” (termin zobiektywizowany) nazwałbym raczej „turystyką (osobistego) przeżywania historii” (termin o odniesieniu subiektywnym).

Zawsze jednak, w każdym społeczeństwie i w każdej epoce będą się masowo trafiali ludzie o bardzo ograniczonych horyzontach. Nie trzeba tego chyba szczególnie argumentować, choć akurat bardzo ciekawych empirycznych dowodów dostarczają nam doświadczenia pilotów wycieczek. Oto jeden z nich na branżowym forum zacytował klienta (oczywiście naszego rodaka), który wybrał wycieczkę o takim a nie innym programie, a następnie odmówił udziału w zwiedzaniu antycznej greckiej świątyni, bo (cytuje za pilotem): "Panie, teraz to mam w d... świątynię. Jak będę chciał, to se u siebie pójdę do świątyni. Teraz to my poszukamy knajpki". Komuś potrzebny komentarz? Jestem przekonany, że ta właśnie grupa ludzi porzuci (może nawet świadomie i choć raz z namysłem) turystykę kulturową w naszym jej rozumieniu. Czy powstanie dla nich oferta „turystyki semikulturowej” czy „popkulturowej” – nie wiem, ale trudno to wykluczyć. Jeśli tak, to już widzę kandydatów na wiodące destynacje takiej turystyki: przeróżne Parki Jurajskie, parki tematyczne i quasi-

muzea z wszystkim, co się da pokazać i dotknąć, tyle że nieprawdziwym, sztuczne Zamki Draculi (jest ich ponoć w sumie już kilkanaście) i całe miasteczka horroru, zresztą w najlepsze od dawna już funkcjonujące nie tylko w Stanach Zjednoczonych. I oczywiście nie mam zamiaru tego wyśmiewać: stwierdzam tylko fakt, że te atrakcje i destynacje będą nadal zdobywały coraz liczniejszą klientelę w odpowiednim segmencie potencjalnych turystów, stopniowo rosnącym za sprawą wzrostu zamożności i ilości czasu wolnego.

Drugi aspekt rozwarstwienia turystyki kulturowej to stopniowa specjalizacja w konstrukcji **oferty droższej i coraz droższej** (a przez to elitarniej) **oraz oferty tańszej i coraz tańszej** (a przez to bardziej masowej). Ta pierwsza (w znacznej części, ale przecież niekoniecznie do końca tożsama z turystyką kultury wysokiej - w końcu i bogaci chcą widzieć wieżę Eiffla i posłuchać Madonny), będzie korzystała z 4-ro i 5-cio gwiazdkowych hoteli, zwiedzała zamknięte dla tłumów obiekty i podziwiała oryginalne arcydzieła z bliska w najkorzystniejszych godzinach, rezerwowała zawsze pierwsze rzędy na imprezach za grubymi plastikowymi barierami, wykorzystywała własne ścieżki i otwierane dla jej potrzeb sklepy dla wykwintnego shoppingu, do których konsumenci tej drugiej nawet nie zabłądzą. Oferta ekonomiczna z kolei będzie (jak to już czyni) ograniczała, a nie zwiększała liczbę możliwości w ramach wycieczki lub pakietu, wybierała cele najbardziej znane, lecz w ograniczonym zakresie (np. trasy „B” po muzeach i zamkach, do tego w godzinach rannych lub popołudniowych), tanie hotele poza centrami miast i para-muzea z kopiami najcenniejszych dzieł a nawet miejsc kulturowego dziedzictwa (Jaskinia „B” w Lascaux już przecież funkcjonuje!).

W tym kontekście warto się także zastanowić nad dalszym rozwojem technik multimedialnych, i to nie jako dopełnieniem, lecz ... konkurencją dla turystyki kulturowej. Nie jestem futurystą i wolę się trzymać z daleka od prorokowania, ale jak najbardziej potrafię sobie wyobrazić np. wirtualną wycieczkę po Luwrze czy po obozie Auschwitz już nie tylko w jakimś nowojorskim (para) muzeum, ale i we własnym mieszkaniu przy Internecie, ze słuchawkami na uszach, klapkami na oczach i nawet klipsami na palcach oraz jakąś klamerką na nosie... co zapewniłoby pełne multisensoryczne wrażenia z pobytu. Puryści odrzucą na pewno w imię swoich definicji nazywanie takich wirtualnych wypraw turystyką, ale dziesiątki milionów ludzi mogą ją „kupić” (przelewem internetowym, rozumie się) jako dziesięciokrotnie tańszą niż realny wyjazd – i obejmującą całe spektrum przeżyć w najdogodniejszych godzinach.

W jakim kierunku rozwój turystyki kulturowej pójść powinien? Nie nasza to pewnie rzecz ustalać: turystyka jest przecież - jak każda inna gałąź gospodarki - odpowiedzią na istniejący popyt. Zatem ostatecznie o kształcie turystyki jutra zdecydują turyści jutra. Rolą jednak twórców ofert (i tych, którzy ich przygotowują, więc także i naszą) jest ciągle na nowo przeglądać nasze możliwości tworzenia oferty dla współczesnego człowieka atrakcyjnej i robić to tak, żeby promować, „opakowywać” i „sprzedawać” w jej ramach właśnie obiekty i dzieła wartościowe, miejsca historyczne, treści i eventy wzbogacające osobowość ludzką, wspierające zrozumienie własnego i cudzego dziedzictwa, wrażliwość na przejawy talentu i geniuszu, ciekawość świata minionego i współczesnego - oraz wzajemną tolerancję. I na pewno da się to sprzedać, ponieważ takie pragnienia nieobce są znacznej części ludzi w każdej epoce – tyle tylko, że każda epoka musi wypracować swoje skuteczne metody dotarcia do nich. Dziś i jutro jest to nasze turystyczno-kulturowe „3E” (*education, entertainment, excitement*), a co będzie pojutrze?

**Dr Zygmunt Kruczek, AWF Kraków**

W bogatej już literaturze fachowej wyróżniono kilkadziesiąt różnych form turystyki. Wśród nich jest kulturowa, czasem opacznie nazywana kulturalną. W rzeczywistości jednak podziały te nie są tak ostre, a poszczególne formy wzajemnie się przenikają. Tak też jest z turystyką kulturową. Skoro współczesną turystykę determinuje reguła 3 x E, to można się spodziewać, że oprócz wyjazdów motywowanych głównie chęcią poznania czegoś nowego, własną edukacją, chęcią przeżycia intelektualnej przygody, uczestnictwem w kulturze, elementy typowe dla turystyki kulturowej przenikać będą coraz bardziej do turystyki wypoczynkowej, biznesowej i innych form. Tradycyjny wyjazd za słońcem w wakacje łączony jest z poznawaniem bliższej i dalszej okolicy miejsca wypoczynku. Organizatorzy turystyczni rozwinęli sektor wycieczek lokalnych i imprez kulturalnych i rozrywkowych. Zarabiają na nich czasem więcej niż na świadczeniu usług hotelowych i gastronomii. Oczywiście, mamy do czynienia także z zatwardziałymi plażowiczami, którzy nie opuszczają hotelowego getta w Maroku czy Egipcie, bo takie mają upodobania, albo - jeżeli wykupili wyjazd w formie *all inclusive* - „że im przypadną świadczenia w hotelu, a za wycieczkę muszą jeszcze dodatkowo płacić”. Jednakże moda, chęć pochwalenia się po powrocie z wakacji, że było się pod piramidami, oglądało cesarskie miasta w Maroku, czy poznało dolinę Nilu w czasie rejsu powoduje, że coraz więcej turystów korzysta z wycieczek lokalnych. Zatem możemy przypuszczać, że turystyka kulturowa, oprócz rozwoju jej jednorodnych form, przenikać będzie do najbardziej masowych wyjazdów – czyli „słonecznych wakacji”. Plusem tego procesu jest na pewno podniesienie wartości turystyki masowej, nasycenie jej treściami edukacyjnymi, krajoznawczymi.

Podobna sytuacja występuje w czasie coraz bardziej popularnych rejsów statkami wycieczkowymi. Te ogromne statki zabierają po parę tysięcy pasażerów, możemy więc zaliczyć takie rejsy do turystyki masowej. Tygodniowy czy dłuższy rejs wypełniony jest jednak przebogatym programem imprez kulturalnych, rozrywkowych i wycieczek lokalnych. Jest to więc turystyka masowa z elementami kulturowej.

Za kilka dni ruszam na południe do Bułgarii, na rodzinny wypoczynek wakacyjny, różne są jednak preferencje turystyczne już w 6-osobowym zespole uczestników tego wyjazdu. Dojazd do Primorska i powrót stamtąd jest okazją do ułożenia trasy przez Rumunię, Bułgarię, Serbię w taki sposób, aby odwiedzić miejsca, do których się nie zagląda w czasie standardowych objazdówek. W czasie pobytu natomiast kuszą zarówno atrakcje bułgarskiego interioru jak i Istanbulu - na fakultatywny wypad. Ten scenariusz na pewno powieli wielu turystów. To turystyka pewnie masowa ale z „kulturowym wkładem”.

**dr Klaudiusz Święcicki, GWSHM Gniezno**

Od połowy XIX w. w cywilizacji Zachodu, która wypracowała i upowszechniła podstawowe wzorce kultury globalnej, obserwujemy nieustanny proces umasowienia dostępu do dóbr kultury. Powszechność dostępu do różnorodnych dóbr, zarezerwowanych w poprzednim okresie nowożytnym dla elit społecznych, jest jednym z najważniejszych paradygmatów epoki modernizmu. Pod koniec „wielkiego stulecia” w znacznej części krajów Europy, obu Amerykach, Australii oraz w Japonii wykształca się nowoczesne społeczeństwo industrialne. W drodze walki rewolucyjnej czy też parlamentarnej – niekiedy (jak w przypadku Francji) łącząc oba te narzędzia – lub też metodą oktrojowaną, jak to miało miejsce w II cesarstwie niemieckim, członkowie tegoż społeczeństwa otrzymali cały zespół przywilejów socjalnych. Gwarantem bezpieczeństwa jednostki stawało się więc państwo, nie zaś jak to w poprzednich epokach bywało, kiedy to na straży przywilejów stała korona, tradycja czy religia. Z biegiem lat pakiet tych gwarancji ulegał ciągłemu rozszerzaniu. Jednym ze składowych tegoż pakietu było pojawienie się czasu wolnego – weekendu oraz urlopu wypoczynkowego. W przestrzeni cywilizacji modernistycznej ten czas wolny stawał

się rynkiem, który należało zagospodarować. Jedną z form tego zagospodarowania stała się turystyka. Zjawisko zaczyna pojawiać się masowo w dwudziestowiecznym międzywojniu. Sprzyja temu wzrost konsumpcji, zachodzące procesy emancypacyjne, związane z kryzysem i upadkiem uświęconego wiekową tradycją hierarchiczno-patriarchalnego układu społecznego. Wielki kryzys lat trzydziestych oraz II wojna światowa doprowadziły do spowolnienia tych procesów. Po wojnie jednak raz wszczęte wzorce kulturowe odrodziły się w bogatszej formie. Zwłaszcza, że turystyka jako aktywna forma spędzania wolnego czasu doskonale wpisywała się w model, budowanego od lat pięćdziesiątych, społeczeństwa dobrobytu. Wśród politologów i socjologów dominowało wówczas przekonanie, że najbezpieczniej ten dobrobyt osiągnąć w ramach poszerzanego nieustannie systemu socjalnych zabezpieczeń. Zresztą – jak to udowodnił w swej książce Winicjusz Narojek – idea *welfare state* próbuje być wcielana w życie po 1956 r. także i w krajach za żelazną kurtyną. W obu częściach Europy zresztą cel, który stawia sobie władza jest podobny – zachowanie istniejącego ładu społecznego i reżimu politycznego. Po obu stronach Łaby – choć z różną intensywnością i jakością – rozwija się turystyka.

Rozwój turystyki doskonale wpisuje się w model funkcjonowania tegoż późnomodernistycznego społeczeństwa dobrobytu. Obowiązujący w wolnym świecie system rynkowy powoduje, że wrasta liczba ofert i form aktywnego wypoczynku. Poszerza się tym samym grono klientów, co z kolei generuje potanie kosztów. To ostatnie z kolei powoduje, że liczba osób, których stać na turystyczne eskapady wzrasta. Oczywiście swoją rolę odgrywa również wzrost konkurencji – i tym samym dostępności – środków komunikacji: samochodu, autobusu czy samolotu.

W tym procesie umasowienia aktywnego wypoczynku turystyka kulturowa odgrywa rolę niebagatelną. Sam jej przedmiot zakłada poczucie pewnej elitarności. Chociaż w istocie cóż jest elitarnego w zwiedzaniu np. zabytków Paryża czy Rzymu przez miliony turystów rocznie? Ważna jest jednak kulturowa kreacja przynależności do pewnej grupy wtajemniczonych, która „była i widziała”. Oczywiście masowe zwiedzanie siłą rzeczy wymusza pewną powierzchowność poznawczą. Pojawiające się coraz to nowe subformy turystyki kulturowej dają możliwość (często złudną) specjalizacji. Ta ostatnia kojarzy się natomiast w kręgu cywilizacji Zachodu z profesjonalizmem i pogłębioną wiedzą na określony temat. Ponowoczesny relatywizm poznawczy, który poczynając od schyłku lat sześćdziesiątych ubiegłego wieku staje się dobrem powszechnym naszego kręgu kulturowego, sprzyja rozwojowi poszczególnych destynacji turystyki kulturowej. Upowszechniają się oferty do tej pory zarezerwowane dla elitarnego grona podróżników. Atrakcyjną kulturową odmiennością miejsca położone w odległych rejonach świata stają się dostępne dla turysty z middle class. Przykład wyspy Bali jest tu znaczący. Wypromowana przez teksty wizjonera teatru Antonina Artauda ta indonezyjska wyspa – który *nota bene* na niej nigdy nie był i podziwiał występ zespołu balijskiego na paryskiej wystawie kolonialnej u progu lat trzydziestych ubiegłego stulecia – stała się popularnym miejscem nie tylko wypoczynku, ale także kulturowych peregrynacji. Stopień poznania miejscowej kultury jest wśród zwiedzających oczywiście różny i zależy od wielu czynników, z których wymienić by należało m.in.: zasób wiedzy wyjściowej, zaproponowany przez organizatora rodzaj pakietu, cena oraz - *last, but not least* - oczekiwania i nastawienie uczestników. Nie każdego stać na tak pogłębioną refleksję kulturową, jakiej dokonała na łamach „Dialogu” [1998 nr 3] antropolożka teatru Dagmara Wiergowska w analizie festiwalu Odolanów. W swych podróżach zapuszczała się w głąb balijskiego interioru, nie tylko zresztą geograficznego, ale także i duchowego. Turystyka kulturowa winna jednak wychodzić poza ustalone i przetarte już schematy poznawcze, poszukując form koegzystencji między turystą – nomadem przekraczającym w celach poznawczych cywilizacyjne kręgi – a tubylcem i przestrzenią jego kulturowej egzystencji.

**Prof. dr hab. Andrzej Kowalczyk, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych Uniwersytetu Warszawskiego**

Uważam, że praktycznie każda forma turystyki kulturowej może stać się turystyką masową, jeżeli przyjmiemy, że kryterium "masowości turystyki" jest liczba turystów.

Jako przykłady mogą posłużyć turystyka biograficzna (np. wykorzystywanie osoby J. Joyce'a dla promowania Dublina), militarna (np. rosnąca popularność inscenizacji batalistycznych pod Grunwaldem), kulinarna (np. powszechność poruszania się - celu zakupu taniej wina - w USA i Australii po tzw. wine routes), czy religijna (np. odwiedzanie miejsc związanych z osobą Jana Pawła II). Tak więc stawianie sprawy elitarności versus masowości (egalitarności?) turystyki kulturowej nie jest może zbyt słuszne.

Sądzę, że istotną rolę odgrywa w tym przypadku odpowiedni marketing, czy też działania promocyjne. Myślę, że można tak "sprzedać" dane miejsce, iż w krótkim czasie znacznie ono być masowo odwiedzane przez turystów, mimo że wcześniej tak nie było. [Takim regionem jest według mnie Tybet, a nie np. Altiplano w Boliwii, który bez kampanii (częściowo z powodów politycznych) medialnej, nie byłby tak pożądanym celem wyjazdów.] Historia turystyki dowodzi, że moda jest ważnym czynnikiem sprawiającym, że "coś" co jest początkowo dla "wybranych", staje się czymś powszechnym, czyli masowym. Przypomnijmy sobie rozwój Zakopanego w okresie międzywojennym.

**dr Paweł Różycki, Zakład Teorii Turystyki i Rekreacji, Instytut Turystyki i Rekreacji, AWF Kraków**

Odpowiedź na postawione pytanie nie może być jednoznaczna. Zależec ona będzie od kontynentu, kraju, regionu, konkretnego miejsca.

Krótko mówiąc od wielu warunkowań natury społecznej, gospodarczej, politycznej. Od poziomu rozwoju cywilizacyjnego danego kraju i odwiedzających go turystów. Dużo zależy od wykształcenia, przygotowania edukacyjnego w sferze kultury i mentalności turystów. Należałoby zatem dokonać wnikliwej analizy, jeśli nie kontynentów, to przynajmniej regionów świata, chociażby według podziału UNWTO. Analiza dotyczyłaby proponowanych "produktów turystycznych". Podróżując po świecie, zauważa się ogromne zróżnicowanie oferty turystycznej, a także segmentacji turystów. Dostrzega się zachodzące interakcje pomiędzy środowiskami emisyjnymi i recepcyjnymi, pojawiają się podobieństwa, ale też i znaczące różnice we wzajemnych relacjach, odbiorze atrakcji turystycznych i motywacjach turystów. Oczywiście dotyczy to zjawiska w skali globalnej.

Myślę, że odpowiedź na postawione pytanie będzie obejmowała zjawisko turystyki kulturowej w skali całego globu, a więc uśrednione. Zatem masowość czy elitarność? Przyglądając się profilowi turystów i klasyfikacjom psychologicznym obserwuje się zjawisko zachowawcze, takie status quo. Rzecz jasna są pewnego rodzaju odstępstwa. Dotyczy to chociażby polskich turystów wyjeżdżających za granicę, szczególnie tam, gdzie jadą po raz pierwszy. Na przykład turysta niemiecki odwiedzający Majorkę po raz trzeci nie będzie tak chętnie zwiedzał obejrzanych wcześniej zabytków, jak zrobią to turyści z Polski, którzy być może przybyli na tę wyspę po raz pierwszy i ostatni. Turysta niemiecki odda się raczej wypoczynkowi i być może innym atrakcjom. Wobec tego jak widać, różne czynniki mogą determinować aktywność w sferze bardzo szeroko pojętej turystyki kulturowej. Być może częściej, zamiast zwiedzania będą chodzić na koncerty, imprezy muzyczne lub uprawiać turystykę aktywną. Sądzę, na podstawie analiz psychologicznych, że raczej turystyka kulturowa pozostanie formą bardziej elitarną niż masową. Z zastrzeżeniem, że w pewnych obszarach szeroko rozumianej turystyki kulturowej masowość występowała zawsze i będzie występować (np. wielkie koncerty muzyczne). Tak jak dotychczas w skali makro, dominować będzie wypoczynek i rozrywka, która oczywiście też ma pewne wspólne obszary z turystyką kulturową.

Turystyka kulturowa powinna zmierzać jednak ku masowości, chociażby z bardzo prostego powodu. Powinna pełnić funkcję edukacyjną i wychowawczą. Dlatego należy wplatać do programów typowo wypoczynkowych, rekreacyjnych, szczególnie dla młodzieży, elementy związane z kulturą. Tak by można dalej używać utrwalonego już powiedzenia "podróż kształca".