

## Spółecznie organizowana turystyka kulturowa: programy i poziom zaangażowania organizatorów

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

**Abstrakt:** Celem podjętego badania i będącego jego rezultatem opracowania jest rozpoznanie i próba klasyfikacji podejmowanych społecznie przedsięwzięć współtworzących ofertę turystyki kulturowej. Przeprowadzona analiza ma wymiar przedmiotowy: składa się na nią systematyczny opis i klasyfikacja typowych programów i przedsięwzięć tworzących na tę formę turystyki, komponentów decydujących o jej kulturowym profilu oraz poziomu zaangażowania organizatorów. Jest ona komplementarna do podjętej w innym opracowaniu autora analizy wymiaru formalnego tej formy turystyki (identyfikacji jego istotnych i wyróżniających cech i jego wydzielenia spośród innych, częściowo pokrywających się obszarów aktywności) oraz analizy podmiotowej (dotyczącej organizacji społecznie tworzących ofertę turystyki kulturowej). Zastosowane metody analizy to studium literaturowe i studium przypadku. Na opracowanie składają się trzy zasadnicze części: rozdział metodologiczny i precyzujący kryteria analizy, część zawierająca opisy pięciu poziomów klasyfikacji programów wraz z przypisanymi jej studiami przypadków oraz część opisująca formy organizacyjnego zaangażowania podmiotów zarządczych w kreację i realizację programów turystycznych na poszczególnych poziomach.

**Słowa kluczowe:** turystyka społeczna, turystyka kulturowa, produkt turystyczny, produkt turystyki kulturowej, aktywność społeczna, turystyka socjalna, doświadczenia turystyczne

### Wstęp: kontekst i cele opracowania

Niniejszy tekst jest próbą uzupełnienia teoretycznej refleksji na temat zjawiska zorganizowanej turystyki społecznej o profilu kulturowym analizą faktograficzną. Została ona przeprowadzona na podstawie badania grupy ofert wytworzonych i zrealizowanych przez społecznych gestorów.

Na udział produktów społecznie organizowanych w całym spektrum turystyki społecznej (ze szczególnym uwzględnieniem jej socjalnego wymiaru) wskazywali w swoich analizach Bogdan Włodarczyk [2010] oraz Andrzej Stasiak i B. Włodarczyk [2012]; wiele miejsca poświęcali mu także autorzy zbiorowego dzieła pod redakcją Anyi Diekmann i Scotta McCabe [2020]. O turystyce społecznie zaangażowanej pisał Piotr Geise [2011], z kolei o ofercie turystycznej tworzonej przez małe lokalne społeczności - Cevat Tosun [1999 i 2006], a w Polsce Waclaw Idziak [2011]. Andrzej Kowalczyk [2022] podjął się analizy turystyki zrównoważonej organizowanej w formule 4H, której pierwotnym kontekstem jest eksploatacja regionów zróżnicowanego dziedzictwa regionów, a która bazuje głównie na doświadczeniach,

usługach i produktach generowanych społecznie i – co ważniejsze - reprezentujących lokalne społeczności i ich tradycyjne sposoby życia. Turystyce socjalnej (w tym i społecznie organizowanej oraz edukacyjnej) w jej regionalnym wymiarze poświęcone jest najobszerniejsze dotąd w polskiej literaturze fachowej dzieło zbiorowe pod redakcją Andrzeja Stasiaka [2010]. Klasyczne opracowanie o istocie i działalności ekomuzeów, w tym o turystyce organizowanej przez ich partnerów głównie w społecznej formule to monografia pod redakcją Petera Davisa [2011]. Inna obszerna monografia pod redakcją Pere Izquierdo Tugasa i innych [2005] dotyczy ośrodków interpretacji dziedzictwa, koncentrujących swoje aktywności w dużej mierze na kreowaniu doświadczeń dla turystów. Podobnie w dziele o turystycznych programach interpretacji dziedzictwa Australii, Shar Jones i inni [2007] wiele miejsca poświęcają ich organizowaniu w formule społecznej współpracy. Wielokrotnie i kompleksowo problematyką turystyki organizowanej dla seniorów (niekoniecznie socjalnej, ale jakże często społecznej, także w wykonaniu ich samych) pisał Piotr Kociszewski [2016, 2017, 2021]. W opublikowanej spójnej polskiej monografii turystyki społecznej, będącej pokłosiem jej pierwszego naukowego kongresu, turystyce organizowanej w oparciu o przedsiębiorczość społeczną poświęciła swą analizę Agnieszka Nowak [2021], a jej ekonomicznemu wymiarowi - Sylwia Osojca-Kozłowska [2021]. Również o przedsiębiorczości społecznej w kreowaniu oferty turystycznej w kontekście odbudowy więzi socjalnych oraz ekonomiki lokalnych wspólnot po długoletnim konflikcie pisali Luz González-Cortés i Soraya Husain-Talero [2020], z kolei w kontekście zrównoważonego rozwoju lokalnych społeczności ich zaangażowanie w organizację turystyki analizowali m.in. Luis Jolin i Luce Proulx [2005], Chris Stone [2012] oraz Jose-David Cisneros-Martínez, Scott McCabe i Antonio Fernández-Morales [2018].

Z perspektywy turystyki kulturowej problematykę doświadczeń i programów też tworzonych w formule społecznej organizacji względnie siłami lokalnych wspólnot (z ewentualnym zewnętrznym wsparciem) podejmował kilkakrotnie Armin Mikos v. Rohrscheidt. Przez szereg lat, w ramach szerszej zakrojonych badań, koncentrował się on kolejno na: niekomercyjnych aktywnościach lokalnych interpretatorów dziedzictwa, w tym przewodników [Mikos v. Rohrscheidt 2014, 2021d], edukacyjnym wymiarze proponowanych turystom społecznie organizowanych doświadczeń historii i dziedzictwa [2018], społecznym środowisku kreatorów oferty turystyczno-kulturowej [2020a], podmiotowym wymiarze

zarządzania obiektami, ekomuzeami, szlakami, cyklicznymi eventami i lokalnymi trasami turystycznymi jako miejscami i przestrzeniami doświadczeń, na celowych lokalnych sieciach partnerów turoperatorów [2020b] wreszcie na udziale podmiotów działających społecznie w całym spektrum oferty turystyki socjalnej [2021b]. Z kolei badania literaturowe, szczegółowo zrelacjonowane w innym opracowaniu tegoż autora, w treści komplementarnym wobec niniejszego artykułu [Mikos v. Rohrscheidt 2023] objęły analizy i publikacje poświęcone w całości lub w odnośnych fragmentach turystyce socjalnej i społecznie organizowanej.

Jednak w krajowej literaturze naukowej nie ukazała się dotąd analiza kulturowego wymiaru doświadczeń i produktów powstających w wyniku społecznego zaangażowania. Tę lukę autor pragnie domknąć przez poprzedzającą publikację analizującą problematykę od strony formalnej (skutkującą wyodrębnieniem zjawiska i opisem jego kluczowych cech) i od strony podmiotowej (odnoszącej się do środowiska jego inicjatorów, ich społecznych partnerów i pozostałych uczestników działań organizacyjnych) oraz przez niniejsze opracowanie, które koncentruje się na wymiarze przedmiotowym – odniesionym do samych doświadczeń i programów.

Głównym celem niniejszej analizy jest uchwycenie i zdefiniowanie najczęściej występujących form aktywności organizacyjnej oraz wymiaru i skali zaangażowania w nią ze strony społecznych organizatorów i zarządców produktów i programów turystyki kulturowej. Celem drugorzędnym jest zaprezentowanie bogatego spektrum tych ofert, a tym samym udokumentowanie aktualności tezy o różnorodności społecznie organizowanej oferty turystycznej: od jednomodułowych doświadczeń po wielodniowe programy wyjazdu lub pobytu turystycznego. Prezentacja wyników badania w postaci studiów przypadków i systematyzujących opisów skupia się przy tym na elementach programowych, strukturze ofert, formach „kulturowo” profilowanych doświadczeń uczestników tworzących poszczególne moduły programu i na działaniach organizacyjnych oraz partnerskiej współpracy w procesach ich wytworzenia, dystrybucji i realizacji. Pozwala to przynajmniej w istotnej części, bez czasochłonnego i kosztownego badania uczestników wypraw i pobytów, osiągnąć główny cel badania.

Organizacyjny wymiar turystyki społecznej ukazany zostanie w układzie klasyfikującym. Podjęta szczegółowa analiza zjawisk związanych z realizacją turystyki społecznej miała postać ich logicznej klasyfikacji, to jest wielostopniowego podziału. Klasyfikacja, uznawana za szczególny (skrajny) przypadek typologii, dokonuje

podziału logicznego ze względu na konkretną cechę lub cechy elementów zbioru [Jonkisz 2017, s. 95; 106-108]. Obok samej typologizacji i modelowania klasyfikowanie jest uważane za uprawnioną drogę naukowego wyjaśniania, przydatną także w odniesieniu do zjawisk składających się na turystykę [Alejziak 2013, s. 14-17; 2019, s. 4]. Może być za taką uznane, ponieważ m.in. za pomocą identyfikacji i opisu faktów widzianych jako szczególne przypadki i ich grupowania na podstawie esencjalnych podobieństw pozwala wskazać ogólne regularności, uwarunkowania zachodzenia lub oddziaływania rozmaitych czynników. Dzięki temu możliwe jest dokonanie charakterystyki zjawisk i ich wieloaspektowej oceny (między innymi w wymiarze organizacyjnym), a w konsekwencji wyciągnięcie wniosków, które mogą przełożyć się na lepsze rozpoznanie spektrum przedsięwzięć i na rekomendacje odnoszące się do praktyki zarządczej. W tym wypadku chodzi o praktykę społecznego organizowania doświadczeń i przedsięwzięć turystycznych wpisujących się w turystykę kulturową. Zgodnie z tym założeniem, przedstawiona niżej propozycja klasyfikacji dotyczy (a użyte przykłady prezentują) przedsięwzięcia, dla których udokumentowano zgodność z założeniami turystyki społecznej (jej kryteriami) oraz potwierdzono zaangażowanie podmiotów społecznych w ich tworzenie i realizację.

## 1. Metodyka analizy

**Założenia wstępne.** Do osiągnięcia celów analizy klasyfikacyjnej nie jest niezbędna jej zupełność (czyli w tym wypadku: objęcie nią wszystkich przedsięwzięć składających się na turystykę społeczną), ani nawet socjologicznie rozumiana reprezentatywność. Wystarczy wskazanie na istnienie licznej grupy ofert, które – mieszcząc się w spektrum turystyki kulturowej – jednocześnie bazują na społecznym zaangażowaniu inicjatorów, gestorów oraz ich partnerów. Dlatego, powołując się na bogatą literaturę badań turystyki społecznej (zob. niżej), na potrzeby tego opracowania nie przeprowadzono badań ilościowych, a w samym tekście nie sporządzono statystyk. Takie działanie wykraczałoby poza przyjęte ramy artykułu, mającego formułę wstępnego rozpoznania zjawiska i klasyfikacji poziomów zaangażowania czynnika społecznego. Może ono jednak być podjęte w ramach późniejszych badań systematycznych prowadzonych na znacznie szerszą skalę i z użyciem metod zapewniających reprezentatywność wyników.

**Zakres badań i dobór materiału.** Ze względu na cel opracowania zarówno przedstawiony podział, jak i działania opisane dla jego uzasadnienia i wyjaśnienia ograniczają się do praktyk podejmowanych bezpośrednio w procesach organizacji aktywności turystycznych. Inne czynniki uspołeczniające przedsięwzięcia turystyczne, takie jak ich kreowanie w ramach realizacji polityk społecznych czy kwestie zewnętrznego wsparcia (czyniące je automatycznie programami turystyki socjalnej) zostały wprawdzie uwzględnione w opisach przypadków, ale nie odgrywały roli kryterium w ich selekcji ani zaszeregowania. Badanie obejmuje więc tylko organizacje działające niekomercyjnie lub społecznie podejmowane inicjatywy o charakterze turystycznym, a jednocześnie za czynnik warunkujący dobór lub dystynkcję programów nie uznaje ewentualnego wsparcia zewnętrznego, decydującego o zaliczaniu danego przedsięwzięcia do spektrum turystyki socjalnej. Aktywności zawierające ten komponent stanowią z pewnością znaczący odsetek przedsięwzięć turystyki społecznie organizowanej, ale to nie do tej ich cechy odnosi się referowane badanie oraz niniejszy artykuł. Jednak nawet prosta lektura fachowej literatury poświadcza, że i w tej grupie: programów *socjalnej turystyki kulturowej* [zob. Mikos v. Rohrscheidt 2023] da się zidentyfikować zarówno proste jednomodułowe propozycje, jak i rozbudowane wielodniowe programy podróży i pobytu.

**Kryteria podziału klasyfikacyjnego.** Są nimi: struktura programów (w porządku wzrastającej liczby komponentów doświadczeń i liczby usług dostarczanych konsumentom) oraz czas trwania pojedynczych przedsięwzięć opisanych jednostkowym programem (ofertą): od jednomodułowych i krótkotrwałych po wielodniowe. W rezultacie przyjętych kryteriów można zilustrować rozrost struktury produktów (programów) i towarzyszący mu zakres zaangażowania społecznych gestorów. Jednocześnie jednak, przy przyjęciu tych a nie innych kryteriów, w ramach każdego poziomu może występować (i występuje) różnorodność podmiotów organizujących, zaangażowanych partnerów społecznych i z sektora rynkowego, różnorodność eksploatowanych zasobów i rodzajów programów oraz różnorodność ich komponentów: zarówno składowych usług, jak modułów doświadczeń propozycji turystycznych, wreszcie społeczne rozwarstwienie konsumentów (względnie beneficjentów). Wybrane przypadki (po jednym dla każdego poziomu), uznano za najlepiej ilustrujące proponowaną klasyfikację.

**Metody badania.** Dla potrzeb doboru materiału posłużyła metoda studium literaturowego (desk research), którego wyniki zrelacjonowano w przedłożonym

paralelnie opracowaniu [Mikos v. Rohrscheidt 2023]. Natomiast główną metodą analizy zebranego materiału dla potrzeb niniejszego opracowania jest *studium przypadku*, odnoszące się do programów turystycznych kreowanych w oparciu o doświadczenia oparte na zasobach antropogenicznych i organizowane oraz realizowane z wyraźnym zaangażowaniem społecznym. Umożliwia to wyróżnienie w zbiorze przedsięwzięć społecznych ukierunkowanych na tworzenie oferty turystyczno-kulturowej poszczególnych typów aktywności, wskazanie ich miejsca i znaczenia dla kreacji doświadczeń turystycznych, systematyczne ich uporządkowanie wraz z próbą klasyfikacji i wskazanie przynajmniej niektórych charakterystycznych, powtarzalnych i istotnych działań jako nadających kulturowy charakter przedsięwzięciom tak rozumianej turystyki społecznej.

**Kryteria doboru materiału.** Jako takie przyjęto z jednej strony turystyczny charakter danego przedsięwzięcia (programu, produktu) związany z odbywaniem przez jego uczestników (konsumentów, beneficjentów) podróży w czasie wolnym, a z drugiej społeczne (to jest kolektywne i przynajmniej w części nieodpłatne, a w całości nie ukierunkowane na zysk) zaangażowanie podmiotów i osób w kreację doświadczeń, konstrukcję programu i/lub realizację wyprawy albo pobytu turystycznego. Trzecim kryterium doboru był – ze względu na zakres tematyczny artykułu – kulturowy profil danego przedsięwzięcia, to jest jego koncentracja na zasoby i walory antropogeniczne względnie na doświadczenia dziedzictwa i/lub przejawy praktyk kulturowych, na edukację albo na uczestnictwo w kulturze. Takie bowiem treści decydują o zaliczeniu aktywności (czy ofert) do turystyki kulturowej [Mikos v. Rohrscheidt 2016, s. 47]. Zgodnie z powyższym, materiały dla potrzeb badania zgromadzono poprzez systematyczną analizą źródeł prac badawczych publikowanych w Polsce w latach 2011-2022, poświęconych społecznie organizowanej turystyce oraz niekomercyjnym programom turystyki kulturowej (w tym turystyki dziedzictwa). Zgromadzony materiał wyselekcjonowano na podstawie kryteriów definiujących (i wyodrębniających) przedsięwzięcia społecznie organizowanej turystyki kulturowej.

**Kryteria klasyfikacji przedsięwzięć.** Bogate spektrum społecznie konstruowanych i realizowanych programów i produktów turystycznych sięga od rozlicznych propozycji jednomodułowych (zawierających jedno doświadczenie lub tematyzowaną usługę, np. zwiedzanie, prelekcję, lekcję, pokaz, warsztat, krótki performance czy stacjonarną, terenową lub eksploracyjną formę autonomicznej

eksploracji: grę turystyczną albo quest), poprzez kilkumodułowe programy jednodniowego pobytu lub eksploracji (np. zwiedzanie wielostacyjnej trasy turystycznej, eksplorację tematycznej ścieżki geocachingu, całodniową stację wyprawy tematycznej lub wycieczki po szlaku, inne) programy wielomodułowe i wielodniowe (jak lokalne i obszarowe pakiety turystyczne, gotowe pakiety szlaków kulturowych, tematyczne wycieczki, pobyty przeżyciowe i kreatywne, a także udział w eventach z rozbudowanym programem czy tematycznych rajdach i zlotach), aż po programy powtarzalne i nierzadko realizowane w skali wielu miesięcy lub nawet lat (jak programy tematycznego zwiedzania, systemy odznak turystycznych, tematyzowane lub obszarowe projekty lojalnościowe oraz całoroczne i wieloletnie programy kolekcjonerskie i hobbystyczne). Z punktu widzenia społecznych zarządców oraz ich partnerów właśnie stopień rozwinięcia danego programu (mierzony zwykle liczbą modułów doświadczeń i nakładem pracy potrzebnej do ich przeprowadzenia) oraz czas jego trwania (przekładający się na liczbę względnie długość niezbędnych usług recepcji oraz na koszt ich zapewnienia lub cenę zakupu) decyduje o poziomie włożonego wysiłku organizacyjnego i zaangażowania pracy oraz środków, często też liczby społecznie zaangażowanych członków lub partnerów, a nawet o wielości wspierających podmiotów i skali pomocy z ich strony<sup>1</sup>. Dlatego w poniższej klasyfikacji jako kryteria rozwinięcia programów / produktów przyjęto właśnie liczbę modułów oraz czas ich trwania.

Przyjmując takie kryteria można wyróżnić **pięć poziomów zaangażowania** społecznych podmiotów, które zostaną opisane poniżej i zilustrowane każdorazowo za pomocą studium przypadku. Są to (we wzrastającej kolejności zaangażowania organizacyjnego):

1. stacjonarne i obszarowe propozycje jednomodułowych doświadczeń (zob. niżej) profilowanych na konfrontację z walorami kultury lub dziedzictwa,

---

<sup>1</sup> W pozytywnej korelacji do zaangażowania organizacyjnego pozostaje zwykle także poziom zaangażowania ze strony turystów (mierzony zarówno długością trwania wyjazdu, liczbą konsumowanych usług recepcji oraz wielością doświadczeń tematycznych, w których uczestniczą) jednak już niekoniecznie wyższy poziom ich indywidualnej partycypacji. To ostatnie zależy raczej od typu wybranego programu, rodzajów składowych doświadczeń turystycznych (i poziomu ich partycypacyjności), wreszcie – od osobistych preferencji turysty, stopnia ich zbieżności z proponowanym mu programem i umiejętności motywowania turysty do intensywnego i aktywnego udziału w doświadczeniach, o której decyduje zarówno ich atrakcyjna treść, struktura, jak i kompetencje i zaangażowanie wykonawców. Kwestia ta zasługuje na odrębną analizę w ramach innego badania.

2. krótkie programy zorganizowanych wypraw/wyjazdów posiadające w komponencie doświadczeń przewagę takich modułów,
3. stacjonarne lub obszarowe wielomodułowe doświadczenia tematyczne i kreatywne przekładające się na całodniowe zagospodarowanie czasu przyjeżdżających,
4. logicznie konstruowane programy wielodniowych wypraw ukierunkowane na treści antropogeniczne lub o charakterze edukacyjnym,
5. integralne programy wielodniowych imprez lub pobytów tematycznych, podporządkowane celom doświadczenia dziedzictwa oraz poznawczym<sup>2</sup>.

Na analizę każdego z przedstawionych poziomów organizacji programu turystycznego. składają się trzy człony. Pierwszy to opis najczęściej podejmowanych działań, których rezultatem jest takie przedsięwzięcie oraz jego typowej struktury, drugi to szczegółowe studium przypadku, osadzone w kontekście, identyfikujące aktorów i szczegółowo prezentujące komponenty programu, zaś ostatni człon (umieszczony w odrębnej części opracowania) identyfikuje i skrótowo opisuje rodzaje organizacji społecznych, najczęściej występujących jako gestorzy danej grupy programów.

Przed przystąpieniem do opisu poszczególnych poziomów zaangażowania organizacyjnego należy jeszcze zaznaczyć, że sam fakt organizacji nawet rozbudowanego programu nie decyduje jeszcze o silnym zaangażowaniu danej organizacji w kreację oferty turystycznej – takie przedsięwzięcie może być bowiem jednorazowe i wynikać np. z oryginalnej formy realizacji jednego z zadań (np. kursu nieformalnej edukacji obejmującego wycieczkę albo wielodniowe zwiedzanie szlaku kulturowego w celu konfrontacji z miejscami dziedzictwa) czy z jednorazowej organizacji wielodniowego eventu dla uczczenia jubileuszu organizacji albo rocznicy związanej z istotnym dla niej (nawet „misyjnym”) wymiarem dziedzictwa, np. jubileuszu urodzin patrona czy wydarzenia fundacyjnego. Dlatego należy podkreślić, że poniższa klasyfikacja odnosi się do *przedsięwzięć* (programów i produktów). Natomiast ewentualna ocena turystycznego zaangażowania danej organizacji społecznej powinna (jako kryterium współdecydujące) uwzględniać albo liczbę

---

<sup>2</sup> Do opracowania poniższych opisów klasyfikacyjnych posłużyły własne badania Autora oraz prace innych badaczy, zreferowane w wykorzystanej literaturze, zob. Izquierdo Tugas i in. 2005, Cross 2012, Davis 2011, Geise 2011, Idziak 2011, Stone 2012; Kociszewski 2016, 2017, 2021, Kowalczyk 2022, Mikos v. Rohrscheidt, 2014, 2016, 2018a, 2018, 2020a, 2020b, 2021a, 2021b, 2021c, 2021d, 2022, Nowak 2021, Tosun 1999, 2006].

projektów (podejmowanych rocznie lub na przestrzeni kilku lat) albo ich ogólną skalę (mierzoną liczbą beneficjentów lub społecznie zrealizowanych, ale odpłatnych jednostkowych usług turystycznych względnie ich pakietów) albo oba te kryteria. Przykładowo PTTK - liczna i długo działająca organizacja społeczna organizuje wielodniowe wycieczki, ale rzadko także pobyty turystyczne, zatem w klasyfikacji samych przedsięwzięć nie znalazłaby się na najwyższym poziomie. Jednocześnie jednak tworzy ona i utrzymuje setki szlaków rekreacyjnych, zarządza rozbudowanym systemem odznak turystycznych (motywujących tysiące ludzi do aktywności, także turystyczno-kulturowej) i realizuje rocznie tysiące zwiedzań w wielu dziesiątkach polskich miejscowości, co zdecydowanie wyżej każe oceniać jej zaangażowanie w analizowaną tu działalność. Takie badanie jest wielce pożądane, jednak wykracza poza ramy zakreślone dla niniejszej analizy.

## **2. Poziomy rozwinięcia programów turystyki społecznej**

**Poziom pierwszy: Stacjonarne i obszarowe propozycje jednomodułowych doświadczeń** profilowanych na konfrontację z walorami kultury lub dziedzictwa. Wspomniana w powyższej propozycji klasyfikacji koncentracja programu na treściach antropogenicznych spełnia kryterium uznania danej aktywności (i produktu) za turystyczno-kulturową [zob. Mikos v. Rohrscheidt 2016, s. 46-52]. W tej grupie znajdują się zatem pojedyncze zwiedzania oferowane przyjeżdżającym przez gospodarzy „uspołecznionych” obiektów, w tym społecznych muzeów i izb pamięci, kolekcji, archiwów albo galerii udostępnianych czy pokazów albo warsztatów realizowanych przez właścicieli (autorów, mistrzów) bezpośrednio lub za pośrednictwem społecznej organizacji, obsługowe i bezobsługowe formy autonomicznej eksploracji [zob. m.in. Mikos v. Rohrscheidt 2020a, s. 449-452], jeśli ich tematyka mieści się w wymaganym profilu doświadczeń, to jest odnosi się do materialnych zasobów lub niematerialnych narracji dziedzictwa, historii i kultury. Można tu zaliczyć także społecznie kreowane i nieodpłatnie realizowane oprowadzania miejskie z perspektywy grup (dawniej) defaworyzowanych, przykładowo spaceru „herstoryczne” w niemieckim Münster i polskim Gdańsku [Mikos v. Rohrscheidt 2020a, s. 482]. Mogą to być też propozycje geocachingu po tzw. tematycznych geościeżkach, questy muzealne, miejskie czy terenowe,

beobsługowe gry turystyczne w obszarach turystycznej recepcji oraz podejmowane bez wynagrodzenia propozycje przewodników miejskich i terenowych.

Spółeczny charakter zaangażowania, w tym i socjalny wymiar konsumpcji takiej jednomodułowej oferty mogą podkreślać nie tylko nieodpłatne przygotowanie i wykonanie danego programu, ale także sposoby jego finansowania przez podmioty organizujące (np. w ramach pracy społecznej członków) i partnerów (np. zebranie środków w crowdfundingu czy ich wydzielenie w ramach jednej z polityk społecznych samorządu). Z kolei o socjalnym charakterze programów może przesądzić struktura ich konsumentów (w tym wypadku: beneficjentów) uczestniczących w nich bez opłat lub po obniżonej cenie.

### Studium Przypadku nr 1

#### Nazwa programu / produktu: **Quest: Wskocz do Skoków**

**I. Podmioty zaangażowane:** Biblioteka Publiczna w Skokach, Miasto i Gmina Skoki, Towarzystwo Miłośników Skoków i Ziemi Skockiej (organizacja społeczna – OS), Wielkopolska Biblioteka Publiczna (pracownia krajoznawcza), Związek Międzygminny Puszcza Zielonka,

**Miejsce realizacji/ obszar recepcji:** miasto Skoki, gm. Skoki, pow. wągrowiecki (przestrzeń otwarta),

**Podmiot prowadzący/ zarządzający:** Opiekun questu (autor) robi to społecznie, dystrybucją na miejscu zarządza Biblioteka Publiczna w Skokach, samorządowa instytucja kultury (nieodpłatnie),

**Status podmiotu zarządzającego i struktura zaangażowanych członków:** Członek OS zajmującej się krajoznawstwem i stowarzyszenia podtrzymującego oraz popularyzującego lokalne dziedzictwo, jednostka samorządowa (nieodpłatnie wsparcie logistyczne), lokalna OS (testowanie programu),

**Pozostałe zaangażowane podmioty i środowiska (w tym wolontariat):** pracownicy Biblioteki (opracowanie i udostępnienie), członkowie lokalnej OS (testowanie questu),

**Ewentualne wsparcie publiczne/instytucjonalne programu:** Urząd Gminy (koszty wydruku), Wojewódzka Biblioteka Publiczna w Poznaniu (marketing zewnętrzny),

#### II. Przedsięwzięcie:

**Dominująca grupa konsumentów programu (beneficjentów):** prywatne grupy turystów, miejscowe grupy szkolne, turyści eksplorujący pobliskie walory (m.in. Puszcę Zielonka, Szlak Cysterski),

**Program merytoryczny: cel wiodący / profil:** zapoznanie się z wiodącymi wymiarami lokalnego dziedzictwa, popularyzacja walorów turystycznych miejscowości,

**Pożytki dla konsumentów/beneficjentów zakładane w wyniku realizacji programu:** wiedza o wydarzeniach i bohaterach lokalnej historii, o materialnym wymiarze lokalnego dziedzictwa i jego narracjach,

**Ramy czasowe realizacji programu:** od opracowania w roku 2017 (XI), po modyfikacji (VII 2020) oferta jest aktualna (propozycja permanentna),

**Czas trwania jednostkowej edycji programu:** około 90 minut (przewidziane na realizację questu)

**Moduły programu (typy):** jeden (terenowa wycieczka w formule sterowanej eksploracji (quest)

**Usługi turystyczne w ramach programu:** brak

**Gestorzy płatnych usług turystycznych:** brak

**Komponenty programu wyznaczające jego kulturowy profil:** samodzielna eksploracja

tematyczna (dominują treści historyczne i dotyczące lokalnego dziedzictwa)

**Metodyka wykorzystywana w kreacji doświadczeń tematycznych:** gra eksploracyjna w systemie questu (wsparta tekstem narracyjno-zadaniującym), formuła grywalna wprowadza motywację i komponent rywalizacji,

### **III. Marketing, usługi i udział sektora turystyki:**

**Standard obsługi turystów w ramach projektu:** gra jest bezobsługowa (realizacja autonomiczna), usługą jest udostępnienie (pobranie) i przyjęcie rozwiązania questu oraz jego potwierdzenie zgodnie z opisanymi zasadami,

**Współpraca z DMO, lokalnymi menedżerami turystyki i samorządem:** Urząd Gminy jako donator kosztów wykonania, dystrybucja jak niżej,

**Współpraca z turoperatorami i operatorami obszarowych produktów turystycznych:** nie stwierdzono,

**Pakiety turystyczne w ramach programu:** brak

**Marketing turystyczny:** Podmioty lokalnego samorządu (Urząd Gminy i Biblioteka), Związek Międzygminny Puszczy Zielonka oraz Wojewódzka Biblioteka Publiczna (pracownia krajoznawcza) są pośrednikami promocji i dystrybutorami gry. Informację i promocję oferty prowadzi głównie Biblioteka lokalna na swojej witrynie www z aktualnymi informacjami nt. dostępności i formy obsługi. Marketing zewnętrzny powierzony jest bibliotece regionalnej (WBP).

**IV. Źródła:** Skoki Quest 2023 www; konsultacja z autorem Andrzejem Surdykiem w dn. 22.02.2023, prezes Towarzystwa MSiZS: 19.02.2023, i 22.02.2023.

**Poziom drugi: krótkie wyprawy turystyczne organizowane społecznie lub podejmowane spontanicznie.** Warunkiem uznania takich działań za przedsięwzięcia turystyki kulturowej jest dominacja lub przewaga w ich programach modułów doświadczeń bazujących na eksploatacji zasobów antropogenicznych i treści odnoszących się do dziedzictwa lub przejawów współczesnej kultury. Jeśli przedsięwzięcie nie jest realizowane według formalnie przyjętego czy choćby udokumentowanego programu (jak to bywa w przypadku jednorazowych wyjazdów podejmowanych przez osoby lub grupy prywatne, samych beneficjentów sponsorowanych przez takie osoby lub grupy lub przez tworzone spontanicznie grupy wsparcia), można taki profil potwierdzić na podstawie podsumowania wyprawy. Przewaga w postaci prostego przeliczenia modułów i udziału tych „kulturowych” w porównaniu z pozostałymi formami zagospodarowania czasu przesądza o potwierdzeniu „kulturowego” profilu całej wyprawy. Można to porównać z analizą zachowań tzw. turystów kulturowych „post factum” opisywanych i klasyfikowanych w kontekście całego spektrum turystyki kulturowej [Mikos v. Rohrscheidt 2016, s. 51-52]. Z kolei o zaliczeniu programu do tego poziomu decyduje czas przeznaczony na wyprawę (zwykle jeden pełny dzień), który determinuje jej strukturę zarówno w wymiarze ekonomicznym, przez ograniczony popyt na usługi turystyczne (mniejsza liczba posiłków, brak zapotrzebowania na nocleg), jak pod względem zaangażowania organizatorów (mniejsza liczba modułów doświadczeń, kontraktów zawieranych z usługodawcami, wysiłków zmierzających do uzyskania środków przy pokrywaniu

niższych kosztów), a w Polsce również pod względem prawnym (jednodniowa wycieczka nie wymaga wpisu wykonawcy do rejestru organizatorów turystyki). Natomiast kwestią wtórną dla oceny poziomu jest odległość do obszaru docelowego, która przy dobrze rozwiniętej sieci dróg i kolei może być znaczna (nawet kilkaset kilometrów) oraz fakt ewentualnego transgranicznego charakteru takiego przedsięwzięcia.

Programy takich wypraw bywają skoncentrowane wokół tematyki lokalnego dziedzictwa (wówczas z akcentem na jego wielowymiarowość), jego konkretnego wymiaru czy grupy świadectw (wtedy często wykorzystywane są gotowe propozycje szlaków kulturowych i do nich dostosowywana jest struktura programu) lub uczestnictwa w kulturze; zwykle w postaci udziału w jednodniowym evencie lub części jego programu realizowanej przez jeden dzień albo przyjęcia gotowej propozycji jednodniowego pobytu tematycznego o charakterze np. kulturalno-rozrywkowym, edukacyjnym czy kreatywnym. Warto zauważyć, że w takich przypadkach zaangażowaniu organizatora wycieczki na poziomie drugim odpowiada wyższy (zwykle trzeci, zob. niżej) poziom zaangażowania zarządczego (marketingowego) organizacji-gospodarza czy twórcy gotowej i tylko akceptowanej/ nabywanej oferty w obszarze docelowym, którym może, ale nie musi być inna organizacja społeczna. Najczęściej wykorzystywane moduły doświadczeń mają profil edukacyjny (oprowadzanie po zasobach, zbiorach i otwartej przestrzeni, prelekcja, lekcja tematyczna, warsztat partycypacyjny, stacjonarna gra edukacyjna), performance`u (pokaz, inscenizacja, element teatralnej dramatyzacji) lub kreatywny - głównie odtwórczy - w postaci warsztatu rzemieślniczego, kulinarnego lub nauczania konkretnej praktyki kulturowej czy tradycyjnej umiejętności jak taniec, produkcja prostych artefaktów użytkowych itd.

Wśród społecznych organizatorów przedsięwzięć przypisanych do tego poziomu znajdują się lokalne oddziały organizacji skoncentrowanych na popularyzacji krajoznawstwa, organizacje realizujące całoroczne i dłuższe programy nieformalnej edukacji (w tym ich aktywne komórki czy koła krajoznawcze), stowarzyszenia przyjaciół muzeów, liczne szkolne grupy rodzicielskie i koła krajoznawcze szkół z wydatnym udziałem nauczycieli jako ich opiekunów oraz (zwykle jednorazowo i spontanicznie) nieformalne, a nawet prywatne grupy wsparcia podejmujące taką aktywność na rzecz swoich podopiecznych. Na tym poziomie operują także stowarzyszenia skoncentrowane na realizacji polityk społecznych oraz

te podmioty przedsiębiorczości społecznej, które decydują się na programy wyjazdowe. Wówczas najczęściej jednodniowe programy grupowych wyjazdów o charakterze socjalnym (dotowanych) z udziałem ich beneficjentów, np. młodzieży z trudnych rodzin lub imigrantów zawierają takie moduły jak wizyty studyjne, warsztaty, gry edukacyjne, towarzyskie i quizy wiedzy służące nabyciu i rozwinięciu kompetencji interpersonalnych i aktywizacji społecznej oraz gry eksploracyjne, których głównym celem jest jednak wewnętrzna integracja grup oraz przyswojenie narzędzi i zachowań służących integracji społecznej członków takiej grupy.

Za realizację takiego programu odpowiedzialny jest zwykle pilot wycieczki, kierownik grupy wycieczkowej z ramienia samej organizacji lub prywatny (często działający spontanicznie) inicjator i/lub sponsor. Problemy z identyfikacją i analizą bez wątplenia licznych przedsięwzięć realizowanych prywatnie lub przez szkolne grupy rodzicielskie związane są z faktem, że wielu z nich, jeśli nie większości nie bada się w ramach analiz turystów jako osobnej grupy konsumentów oferty lokalnej w miejscach recepcji (zwiedzanych) ani w ramach analizy popytu na oferty organizatorów turystyki. Z kolei sami inicjatorzy takich wyjazdów, nie mając obowiązków sprawozdawczych i rozliczeniowych, rzadko dokumentują je formalnie.

### Studium Przypadku nr 2

#### Nazwa programu / produktu:

Wycieczka do Żelazowej Woli i Warszawy dla małoletnich imigrantów z Ukrainy -

#### I. Podmioty zaangażowane:

**Miejsce realizacji/ obszar recepcji:** Jednodniowa wyprawa turystyczna z Poznania do Warszawy i Żelazowej Woli,

**Podmiot prowadzący/ zarządzający:** Polskie Towarzystwo Ewangelickie; Parafia Ewangelicko-Augsburska w Poznaniu, inicjator i wykonawca: działający w strukturach ww. klub dla dzieci i młodzieży "Zielony domek"

(istnieje od 20 marca 2022),

**Status podmiotu zarządzającego i struktura zaangażowanych członków:** stowarzyszenie, kościelna osoba prawna,

**Pozostałe zaangażowane podmioty i środowiska (w tym wolontariat):** Biuro Konsystorza Kościoła Ewangelicko-Augsburskiego w Warszawie,

**Ewentualne wsparcie publiczne/instytucjonalne programu:** brak,

#### II. Przedsięwzięcie:

**Dominująca grupa konsumentów programu (beneficjentów):** Członkowie- beneficjenci Klubu - dzieci i młodzież z Ukrainy (20 osób), osoby towarzyszące – prawni opiekunowie (matki, babcie),

**Program merytoryczny: cel wiodący / profil:** poszerzenie wiedzy o dziejach Polski w kontekście europejskim, zapoznanie z polską kulturą muzyczną,

**Pożytki dla konsumentów/beneficjentów zakładane w wyniku realizacji programu:** Wzmocnienie procesów integracji grupowej, praktyczne ćwiczenie języka polskiego przez percepcję słuchową i w warunkach intensywnej interakcji,

**Ramy czasowe realizacji programu:** 8 sierpnia 2022,  
**Czas trwania jednostkowej edycji programu:** jeden dzień,  
**Moduły programu (typy):** zwiedzanie z opiekunem, zwiedzanie z obiektywnym przewodnikiem wystaw w kościele św. Trójcy w Warszawie, koncert muzyki klasycznej w Żelazowej Woli z wprowadzeniem (prelekcja), grupowe lekcje języka polskiego,  
**Usługi turystyczne w ramach programu:** obiad (stołówka), transfer grupy autokarem,  
**Gestorzy płatnych usług turystycznych:** po cenie rynkowej: przewoźnik, po cenie rabatowanej: Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego (stołówka), Konsystorz Kościoła Ewangelicko-Augsburskiego  
**Komponenty programu wyznaczające jego kulturowy profil:** eksplanacje w formule pilotażu, zwiedzania/oprowadzania, koncert, prelekcja, lekcja języka,  
**Metodyka wykorzystywana w kreacji doświadczeń tematycznych:** podawcza (oprowadzania, koncert, prelekcja), interaktywna (lekcje),  
**III. Marketing, usługi i udział sektora turystyki:**  
**Standard obsługi turystów w ramach projektu:** prosty, spełniający obowiązujące normy (przewóz, stołówka),  
**Współpraca z DMO, lokalnymi menedżerami turystyki i samorządem:** brak.  
**Współpraca z turoperatorami i operatorami obszarowych produktów turystycznych:** wynajem autokaru przedsiębiorstwa przewozowego.  
**Pakiety turystyczne w ramach programu:** Brak (usługi i doświadczenia opracowano i zrealizowano we własnym zakresie lub zakupiono jednostkowo),  
**Marketing turystyczny:** nabór wewnętrzny: oferta dla dzieci już objętych pracą klubu Zielony Domek,  
**IV. Źródła:** informacja i opis w mediach społecznościowych (profil organizacji w serwisie Facebook), wywiad z uczestnikiem, konsultacja z inicjatorem/organizatorem M. Grzywacz (telefoniczna 9.02.2023 i przy wypełnianiu kwestionariusza 13.02.2023).

**Poziom trzeci: stacjonarne lub obszarowe wielomodułowe doświadczenia** tematyczne, edukacyjne lub kreatywne, realizowane w miejscach lub obszarach recepcji. Stanowiącą o „kulturowym” profilu takich propozycji przewagę doświadczeń skoncentrowanych na dziedzictwie, jego artefaktach lub przejawach współczesnej kultury albo o charakterze edukacyjnym można stwierdzić z pomocą prostego policzenia ich w stosunku do kompletu modułów doświadczeń przewidzianych w programie, zgodnie z przytoczoną definicją turystyki kulturowej [Mikos v. Rohrscheidt 2016, s. 50-51]. Takie programy mają zwykle strukturę oferty całodniowej. Mogą to być pobyty w obiektach dziedzictwa zarządzanych przez organizację społeczną łączące zwiedzanie zasobów (świadectw, ekspozycji, kolekcji) i wykorzystanie infrastruktury z modułami edukacyjnymi lub kreatywnymi (filmy, warsztaty, gry) albo całodniowe pobyty dla gości, których celem jest zapoznanie uczestników z dziedzictwem jakiejś miejscowości lub niewielkiego obszaru w wymiarze poznawczym (głównie w miejscach historycznych) lub dla nabycia jakiejś tradycyjnej umiejętności. Do takich propozycji należą przykładowo pobyty edukacyjne w miejscach narodowej pamięci, pobyty edukacyjno-rozrywkowe czy krótkie kursy albo warsztaty kreatywne, w tym rzemieślnicze, artystyczne lub kulinarne.

Stacjonarne programy punktowe skoncentrowane na zasobach udostępnianych na miejscu są jako całość odniesione do danego obiektu, tematu lub wymiaru dziedzictwa, którego świadectwo on stanowi. Najczęściej opracowuje się je dla większych obiektów, rozbudowanych kolekcji muzealnych i dla stacjonarnych eventów tematycznych eksploatujących wymiary dziedzictwa silnie związane z danym miejscem (obiektem), takich jak tradycyjny nurt twórczości kulturalnej, dzieło i dziedzictwo jednego autora czy określony rodzaj działalności wytwórczej. Z uwagi na to kreatorami takiej oferty turystyki społecznie organizowanej są organizacje bezpośrednio zarządzające większym obiektem dziedzictwa.

Z kolei w formule rozproszonej realizuje się często propozycje ośrodków interpretacji rozproszonego dziedzictwa, ekomuzeów lub społecznie zarządzanych parków kulturowych, które łączą pobyt i doświadczenie w głównym obiekcie z terenowym zwiedzaniem świadectw, spójną serią uporządkowanych doświadczeń w poszczególnych mniejszych obiektach miejscach lub z autonomiczną eksploracją. Podobną strukturę posiadają także tzw. stacje społecznie zarządzanych szlaków kulturowych w poszczególnych miejscowościach obejmujące kilka obiektów i zwiedzanie otwartej przestrzeni, organizowane przez społecznych zarządców lokalnej oferty wielomodułowe stacyjne moduły dla wycieczek (o charakterze punktowym lub lokalnym, z wyjściem poza obiekt czy kompleks), rozbudowane miejskie i terenowe trasy turystyczne, rozwinięte tematyczne ścieżki geocachingu (tzw. geościeżki), całodniowe edukacyjne pakiety obiektowe czy wielogodzinna oferta pobytu i doświadczeń większych centrów interpretacji. Należy je przypisać do tego poziomu ze względu na skalę zagospodarowania czasu przyjeżdżających, nakład pracy i potrzebę włączenia przynajmniej jednej usługi recepcji (posiłek) oraz (to kryterium merytoryczne) na zakładany rezultat w postaci wielowymiarowego doświadczenia dziedzictwa. Przykładami takich przedsięwzięć turystyczno-kulturowych są programy pobytowe proponowane różnym grupom odwiedzających muzea funkcjonujące w miejscach dziedzictwa, całodniowe programy ośrodków interpretacji dziedzictwa obsługujących turystów na własnym terenie, m.in. w dawnych kompleksach militarnych albo cykliczne eventy żywej historii z rozbudowaną sferą działań interaktywnych (pokazów, warsztatów) towarzyszących inscenizacji lub performance`owi kulturalnemu jako głównemu modułowi. Również liczne podmioty przedsiębiorczości społecznej, skoncentrowane w swojej działalności na tworzeniu propozycji turystycznych tworzą krótkie programy pobytowe, których komponentami

są m.in. stacjonarne i terenowe gry edukacyjne oraz eksploracyjne służące doświadczeniu jakiegoś wymiaru dziedzictwa, a także odtwórcze warsztaty kreatywne, których celem jest przyswojenie praktycznej umiejętności, najczęściej mającej związek z typem produkcji albo usług, w których dany podmiot jest wyspecjalizowany. Ze względu na strukturę propozycji rozproszonych najczęściej ich tworzenia podejmują się te społeczne organizacje, które jako swoich członków zrzeszają osoby i będące właścicielami lub bezpośrednio zarządzają obiektami i innymi fizycznymi świadectwami albo doświadczeniami dziedzictwa. Wreszcie w tej samej grupie mieszczą się jednorazowe lub cykliczne całodniowe imprezy tematyczne o profilu kulturowym (eventy), które ze względu na tematykę i formułę programową przyciągają indywidualnych uczestników z dalej położonych miejscowości lub - dzięki współpracy zarządców z organizatorami wycieczek - stają się rdzeniem i atrakcją specjalnie wykreowanej propozycji wycieczki eventowej. Najczęstszymi zarządcami takich propozycji są organizacje społeczne zrzeszające kluczowych performerów kluczowych doświadczeń składających się na ich program (rzemieślników, artystów itd.).

### Studium Przypadku nr 1

#### Spółdzielnia Socjalna Gród: wielomodułowy program tematyczny

##### **I. Podmioty zaangażowane:**

**Miejsce realizacji/ obszar recepcji:** Byczyna, konstrukcja naśladująca strukturę warowni,

**Podmiot prowadzący/ zarządzający:** Spółdzielnia socjalna Gród, Adres: Gród Rycerski, Biskupice 58, 46-220 Byczyna, pow. kluczborski,

**Status podmiotu zarządzającego i struktura zaangażowanych członków:** Spółdzielnia, zarejestrowana w 2009r., KRS 0000344835,

**Pozostałe zaangażowane podmioty i środowiska (w tym wolontariat):** członkowie spółdzielni odpłatnie, w ramach tworzenia i utrzymania miejsc pracy (liczba: 8), dodatkowo jako wolontariusze (ok. 20) spoza grupy pracowników. Zwykle 8 pracowników i 6 osób zewnętrznych (w tym wolontariusze) jest zaangażowanych przy przeciętnym programie całodziennym, z kolei około 30 osób przy imprezie dwu / wielodniowej. W skali roku zaangażowanych w programy jest około ok. 120 osób (bez członków grup inscenizacyjnych), ponadto około 20 animatorów pokazów, do 20 prelegentów, a podczas dwóch cyklicznych eventów do 200 członków grup odtwórczych. Na bazie stałych porozumień współpracują: Opolskie Bractwo Rycerskie, Die Reichsfreiherrn Des HRR (program cyklicznego eventy), a regularnie: bractwa rycerskie z całej Polski, po kilka z Czech, Słowacji, Węgier, Niemiec, Austrii, Łotwy, Litwy i Białorusi.

**Ewentualne wsparcie publiczne/instytucjonalne programu:** Dotacje z samorządu województwa, w ramach ogłoszonych konkursów, + NIW oraz z Fundacji im. R. Dmowskiego

##### **II. Przedsięwzięcie:**

**Dominująca grupa konsumentów programu (beneficjentów):** Grupy szkolne, grupy dorosłych (rekreacyjne z przedsiębiorstw), turyści z Polski i innych krajów, bez względu na wiek i płeć,

**Program merytoryczny: cel wiodący / profil:** zapoznanie z dziedzictwem historycznym i kulturowym naszego kraju, propagowanie zanikających zawodów i rzemiosła,

Doświadczenie życia codziennego w wiekach średnich, doświadczenie militarnego wymiaru lokalnego

dziedzictwa, edukacja przez zabawę tematyczną,

**Pożytki dla konsumentów/beneficjentów zakładane w wyniku realizacji programu:**

Wiedza o rzemiosłach okresu średniowiecza, umiejętności życia codziennego, sprawność rzemieślnicza, rekreacja tematyczna,

**Ramy czasowe realizacji programu:** od 2009 do: aktualnie, przez cały rok

**Czas trwania jednostkowej edycji programu:** W zależności od zamówienia i ostatecznych ustaleń: od części dnia przez cały dzień (najczęściej) po udział w kilkudniowym evencie tematycznym (kilka w roku, m.in. cykliczny Turniej Rycerski), średniowieczna impreza w grodzie rycerskim (na zamówienie), inscenizacje bitew i zdarzeń.

**Moduły programu (typy):**

**Moduły edukacyjne:** lekcje żywej historii, o matematyce w średniowieczu, o dawnym uzbrojeniu, o przesądach i demonologii ludowej, teatralizacja: sceny średniowiecznego życia, zabawy tematyczne dla dzieci, pokazy filmów i prezentacje multimedialne, pokaz zagrody zwierząt, formy interaktywne: konkursy wiedzy o średniowieczu, Komnata zagadek (tematyczny escape room); projekcje filmów kręconych w czasie pokazów.

**Mini warsztaty rzemieślnicze:** szewskie, mincerskie, płatnerskie, kowalskie, wyrobu papieru czerpanego, użycie czcionek Gutenberga, skórnictwo (w tym wytwarzanie sakiewek), nauka pisania gęsim piórem, malowanie herbów;

**warsztaty dawnego życia codziennego:** ceramiczne (podstawy garncarstwa), krawieckie, haftu, wikliniarskie, wyplatanie sznurów ozdobnych, tkanie różnymi sposobami, filcowanie na mokro, wyrób świec, wypiek podplomyków, pokazy sokolnicze, wyrób ozdób,

**Warsztaty techniki militarnej i umiejętności wojennych:** zajęcia w zbrojowni: (m.in.) technika wyplatania kolczug, wytwarzania strzał, proc, fechtunku, miotania toporem, włócznią i nożem, tradycyjnego łucznictwa, obsługi machin oblężniczych, pokaz artyleryjski, pokazy walk rycerskich, partycypacyjne inscenizacje obozu rycerskiego w namiotach, uczyt rycerskiej,

**Rozrywka historyczna:** warsztaty tańca dawnego, średniowieczne gry i zabawy plebejskie (kręgle średniowieczne, rzut do jaja, bieg rycerski), tematyczne spektakle dla dzieci, zabawa tematyczna/edukacyjna dla dzieci w „archeologię eksperymentalną”,

**Usługi turystyczne w ramach programu:** obiad w karczmie, nocleg w pomieszczeniach stylizowanych na komnaty), wypożyczenie sprzętu (rowerów wodnych, kajaków), przejażdżka konna i bryczką, kulig, rozrywka wieczorna (pełny sprzęt i animacja do zabaw), kąpiel w baliach szwedzkich, pokazy ognia, inne formy rozrywki i rekreacji: quady, paintball,

**Gestorzy płatnych usług turystycznych:** własne usługi noclegu, karczma, sklepik, bar z przekąskami,

**Komponenty programu wyznaczające jego kulturowy profil:** lekcja tematyczna, prelekcja, warsztat odtwórczy, mini-szkolenie pokaz, film, dramatyzacja, performance, inscenizacja, hands-on (uczenie przez działanie z instruktażem),

**Metodyka wykorzystywana w kreacji doświadczeń tematycznych:** standardowa dla typu doświadczeń lekcja, prelekcja, pokaz, gawęda, warsztat itd. - preferowane są podejścia i techniki dobrze sprawdzone w pracy z określonym typem grupy,

**III. Marketing, usługi i udział sektora turystyki:**

**Standard obsługi turystów w ramach projektu:** porównywalny z hostelem, restauracja, bar,

**Współpraca z DMO, lokalnymi menedżerami turystyki i samorządem:** samorząd lokalny (miasto i gmina): promocja kompleksu i jego oferty, ewentualne dotacje wynikające z wygranych konkursów,

**Współpraca z turoperatorami i operatorami obszarowych produktów turystycznych:** jako klienci: wspólne ustalanie scenariuszy pobytu, nabór uczestników, rezerwacja gotowych programów pobytowych i eventowych dla klientów TO, współpraca z biurami turystyki z całej Polski,

**Pakiety turystyczne w ramach programu:** Organizacja samodzielnie i w oparciu o własne zasoby tworzy pakiety turystyczne dla grup, składające się na gotowy (wspólnie uzgodniony) dzienny program pobytu wraz z posiłkami i wieczorną rozrywką tematyczną, program rozszerzony (overnight) z noclegiem, pakiety eventowe wraz z wieczornym ogniskiem),

**Marketing turystyczny:** Informacje o programie i usługach spółdzielnia tworzy sama, chętnych

pozyskują współpracujące biura podróży, ważną rolę odgrywa marketing szeptany. Gestor promuje ofertę także na serwisie społecznościowym Facebook. Informacja o ofercie i jej programie oraz kontakt ws. zamówień dla grup odbywa się głównie za pośrednictwem witryny www organizacji. Dystrybucja materiałów informacyjnych o programie również za pośrednictwem gminy. Negocjacje i ustalenia z klientami dotyczą kompozycji programu (wybieranej z proponowanego spektrum doświadczeń i uzupełnianego usługami. W tym procesie gestor (zwykle prezes spółdzielni jako gospodarz) pełni rolę kluczowego konsultanta. Pozyskiwaniem wsparcia zewnętrznego oraz pisaniem projektów w ramach ogłaszanych konkursów, zajmuje się prezes spółdzielni,

**IV. Źródła:** Buczyna Gród www; Osojca-Kozłowska 2021, ROPS Opole Raport 2021; konsultacje z prezesem spółdzielni Andrzejem Kościukiem (dn. 24.02.2023), kwestionariusz badawczy (wypełniony 25.02.2023).

**Poziom czwarty. Programy wielodniowych wypraw lub pobytów ukierunkowane na doświadczenia walorów o charakterze antropogenicznym, o intensywnym i spójnie skonstruowanym programie z określoną wiodącą metodyką.** Są one zwykle profilowane na tematykę edukacyjną, doświadczenie wybranego wymiaru dziedzictwa lub konfrontację z fenomenami żywej kultury codziennej. Cechuje je logiczna konstrukcja (np. przemyślane programy „tematyczne” na wyjazdy). Spośród organizacji społecznych organizują je głównie te skoncentrowane na realizacji misji edukacyjnej, ale także podmioty zrzeszające seniorów, bardziej aktywne stowarzyszenia i nieformalne grupy przyjaciół muzeów, organizacje ukierunkowane w swojej działalności na popularyzację krajoznawstwa i wprost turystyki kulturowej, wreszcie podmioty społeczne organizujące wyprawy w ramach szerszych programów integracyjnych i edukacyjnych dla grup defaworyzowanych, pozostających w procesach emancypacji, imigrantów itd. Do tego rodzaju przedsięwzięć można także włączyć wyjazdy połączone z pracą wolontariacką na rzecz społeczności gospodarzy w krajach rozwijających się. W przypadku regularnego tworzenia serii wyjazdów turystycznych o takim charakterze, składających się na roczny program działania organizacji można mówić już o piątym poziomie jej zaangażowania w kreację społecznej turystyki kulturowej.

Kiedy organizacja społeczna tworząca regularną ofertę wyjazdową staje się organizatorem (lub zleceniodawcą) wycieczek, to jest to zawsze zaawansowana postać zaangażowania w kreowanie turystyki kulturowej. Rdzeniem doświadczenia uczestników wyjazdu jest konfrontacja z dziedzictwem lub żywą kulturą obszaru recepcji (zwykle miasta lub regionu) albo doświadczenie na miejscu wybranego wymiaru dziedzictwa w postaci konfrontacji z jego kolejnymi świadectwami lub perspektywami jego interpretacji. Częstymi twórcami własnych programów

wycieczkowych lub ich całych serii są organizacje społeczne realizujące edukację nieformalną (w Polsce m.in. Uniwersytety Trzeciego Wieku). Programy wycieczek są w pełni dostosowane do całorocznych programów danej organizacji, uzgodnione z poszczególnymi ofertami jej kursów/studiów i realizowane w postaci serii wyjazdów do różnych miejsc. Zwykle w przedsięwzięciach interpretacji wraz ze swoimi uczniami, słuchaczami czy studentami uczestniczą nauczyciele odpowiedzialni za realizację danego curriculum. Z jednej strony wymusza to pełną realizację (a nawet ewaluację) treści opisanych programem, z drugiej otwiera także możliwość wspierającego, a nawet aktywnego zaangażowania pedagoga. Jako osobną odmianę turystyki kulturowej - *turystykę muzealną* od ponad 20 lat wyodrębnia się tematyczne wyprawy, których celem są ekspozycje i doświadczenia muzeów [zob. Mikos v. Rohrscheidt 2016, s. 86-91]. Wśród ich organizatorów, obok samych muzeów, rośnie udział społecznych stowarzyszeń ich przyjaciół czy miłośników [Mikos v. Rohrscheidt 2021d, s. 247-251]. Zwykle ich organizatorem nie jest wyłącznie sama organizacja społeczna (w Polsce dodatkowo utrudniają to ustawowe regulacje działalności organizatorów turystyki). Często współpracuje ona przy tym z wyspecjalizowanym turoperatorem jako stałym partnerem - wykonawcą. Podmiot społeczny przekazuje mu opracowane ramy programu oraz jego kompletny program merytoryczny, przeprowadza nabór uczestników oraz zajmuje się kwestiami finansowania wyjazdu (ewentualnie także pozyskaniem zewnętrznych środków). Uczestnicy wycieczki są albo członkami sformalizowanego kręgu przyjaciół muzeum, regularnymi uczestnikami jego przedsięwzięć edukacyjnych i kulturalnych albo pochodzą z kręgu osób silniej zainteresowanych jego działalnością. Najczęściej organizacja-zleceniodawca deleguje pracownika jako merytorycznego kierownika wyprawy zapewniającego m.in. realizację celów wynikających z misji organizacyjnej, jak uczestnictwo publiczności w kulturze czy edukacja dorosłych. Z kolei wykonawca-turoperator zestawia usługi recepcji, kalkuluje koszty, zapewnia transport, ubezpieczenie, realizację usług na miejscu i opiekę profesjonalnego pilota. Rdzeniem tematycznym takiego produktu są własne zasoby odwiedzanego muzeum lub kilku muzeów. Turystom oferuje się też posiadane na miejscu elementy obsługi, w tym catering gastronomiczny, a jeśli muzeum-gospodarz ma takie możliwości – także ofertę noclegową.

Spółecznie zarządzane szlaki tworzą z kolei tematyczne programy o strukturze linearnej wykorzystywane jako gotowe programy wycieczek tematycznych. Są one

skoncentrowane na jednym wymiarze dziedzictwa lub typie zasobów i zwykle (gdy są profesjonalnie tworzone i realizowane) zakładają spójność działań interpretacyjnych. Doświadczenia realizowane w ich ramach odbywają się w obiektach, miejscach i przestrzeniach zlokalizowanych zgodnie z linearną strukturą porządkującą obiekty szlaku np. wzdłuż rzeczywistego ciągu komunikacyjnego (historyczne trasy wymiany handlowej, szlaki pielgrzymie), zgodnie z liniowym przebiegiem procesów historycznych (np. przemieszczenia oddziałów militarnych lub stacji życia bohatera szlaku biograficznego) albo kulturotwórczych (jak rozprzestrzenianie się idei lub umiejętności), czego odbiciem jest lokalizacja jego świadectw wzdłuż (dawnych) dróg lub w kolejnych miejscowościach. Często takie programy są zespolone ze strukturą produktu turystycznego szlaku i zawierają przygotowaną do dystrybucji i objętą profesjonalnym marketingiem sieć usług recepcji oferowanych przez członków zarządzającej nim organizacji społecznej. W mniejszej skali ten sam sposób organizacji reprezentują turystyczne trasy tematyczne, które są lokalną odmianą szlaków. W ich przypadku ofertę wycieczek zastępują propozycje lokalnych przewodników obejmujące linearnie uporządkowane zwiedzanie obiektów trasy. Oprócz oznaczonych fizycznie szlaków i tras, samodzielnie działający przewodnicy mają w ofercie niemałą grupę spacerów tematycznych.

#### Studium Przypadku nr 1

##### Nazwa programu / produktu:

Wycieczka krajoznawcza „Beskid Niski - Góry i historia”

##### I. Podmioty zaangażowane:

**Miejsce realizacji/ obszar recepcji:** Beskid Niski - zwiedzanie regionu,

**Podmiot prowadzący/ zarządzający:** Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, Oddział „PODBESKIDZIE” w Bielsku – Białej,

**Status podmiotu zarządzającego i struktura zaangażowanych członków:** stowarzyszenie,

**Pozostałe zaangażowane podmioty i środowiska (w tym wolontariat):** nie stwierdzono,

**Ewentualne wsparcie publiczne/instytucjonalne programu:** Urząd Miasta Bielska-Biała (w ramach regularnej dotacji działalności stowarzyszenia). Podczas konsultacji stwierdzono, że w 2022r. Urząd mocno zredukował dotacje do takich programów, tłumacząc to obciążeniem rosnącymi kosztami utrzymania infrastruktury i potrzebą organizacji dodatkowych usług dla uchodźców, którzy zamieszkali na terytorium miasta, w tym także edukacyjnych (kursy języka) i socjalnych.

##### II. Przedsięwzięcie:

**Dominująca grupa konsumentów programu (beneficjentów):** członkowie PTTK w różnym wieku, mieszkańcy Bielska, głównie osoby w średnim wieku,

**Program merytoryczny: cel wiodący / profil:** poszerzenie wiedzy o dziejach Polski, o regionie małopolskim i podkarpackim, zwłaszcza w odniesieniu do regionalnej etnografii, w tym budownictwa sakralnego,

**Pożytki dla konsumentów/beneficjentów zakładane w wyniku realizacji programu:** wiedza na temat grup etnograficznych: Łemków, Bojków, Pogórze, Żydów, Słowaków, Ukraińców. Wiedza na temat procesów średniowiecznego osadnictwa, technik świeckiego i sakralnego budownictwa na przestrzeni wieków. Zapoznanie się z obiektami światowego dziedzictwa UNESCO (obiekty sakralne) i historycznymi praktykami kultu religijnego (prawosławnego i katolickiego). Dzieje odkrycia i wydobywania ropy naftowej,

**Ramy czasowe realizacji programu:** 15-19.06.2022

**Czas trwania jednostkowej edycji programu:** 4 dni

**Moduły programu (typy):** zwiedzanie z przewodnikiem (Góra Jawor, sanktuarium Opieki Matki Bożej, miasto Biecz z kolegiatą Bożego Ciała, kościół w Binarowej, skansen archeologiczny „Karpacka Troja“, kościół w Sękowej, cerkiew w Kwiatoniu, pustelnia św. Jana z Dukli, Muzeum Przemysłu Naftowego i Gazowniczego w Bóbrce, kasztel dworu obronnego w Szymbarku, synagoga w Bobowej, muzeum pszczelarstwa w Stróżach - zwiedzanie i degustacja.

**Usługi turystyczne w ramach programu:** przewodnicy (zakontraktowani), posiłki w ośrodku wczasowym, noclegi w obiekcie campingowym, transfer (przewoźnik).

**Gestorzy płatnych usług turystycznych:** Ośrodek wczasowy (posiłki) obiekt noclegowy (camping), transport autokarowy (przewoźnik komercyjny wynajęty przez organizatora).

**Komponenty programu wyznaczające jego kulturowy profil:** lekcja muzealna z pokazami filmów (skansen „Karpacka Troja“, Muzeum w Bóbrce - oprowadzanie po ekspozycjach, zwiedzanie świątyń z przewodnikiem, degustacja z wprowadzeniem.

**Metodyka wykorzystywana w kreacji doświadczeń tematycznych:** zwiedzanie (przestrzeń, obiekty), oprowadzanie (ekspozycje), lekcja, prelekcja, pokaz filmowy, degustacja.

### **III. Marketing, usługi i udział sektora turystyki:**

**Standard obsługi turystów w ramach projektu:** domki campingowe z infrastrukturą sanitarną, rozrywka wieczorna (grill, ognisko), posiłki: stołówka.

**Współpraca z DMO, lokalnymi menedżerami turystyki i samorządem:** lokalni przewodnicy za pośrednictwem miejscowego koordynatora usług.

**Współpraca z turoperatorami i operatorami obszarowych produktów turystycznych:** program wycieczki i rezerwacje opracował i zrealizował bezpośrednio pracownik organizatora.

**Pakiety turystyczne w ramach programu:** pakiet noclegu z wyżywieniem oferowany na tzw. długi weekend.

**Marketing turystyczny:** informacja o programie zamieszczona na stronie internetowej organizatora, w mediach społecznościowych (Facebook) i w gablocie dla członków. Marketing wewnętrzny wśród członków PTTK. Negocjacje i ustalenia z dostawcami usług: przeprowadza autor programu wycieczki i jej kierownik (pilot) – członek stowarzyszenia. Zgłoszenia i listy uczestników, zebranie wpłat i rezerwacje wykonuje pracownik organizatora. Pozyskiwanie wsparcia zewnętrznego przez zarząd oddziału w ramach programów konkursowych na dofinansowanie aktywności (zgłaszane programy: „Razem z PTTK” i „Aktywni Seniorzy”).

**IV. Źródła:** konsultacje z organizatorem i wykonawcą (22. i 23.02. 2023), program wycieczki udostępniony przez Oddział, kwestionariusz wypełniony przez autora programu i wykonawcę, Mirosława Ostrowskiego (24.02.2023), Raport z realizacji programów związanych z wykorzystaniem środków Donatora (do wglądu).

**Poziom piąty. Integralne programy wielodniowych imprez lub pobytów tematycznych, podporządkowane celom doświadczenia dziedzictwa oraz poznawczym.** Mogą one mieć charakter zarówno stacjonarny, obszarowy, linearny, jak i być realizowane w postaci serii wzajemnie niezależnych i rozproszonych czasowo aktywności. Często takie przedsięwzięcia częściowo realizują szerzej zakrojone programy pozaformalnej edukacji (w tym dorosłych), budowania lub wyrównywania deficytu kapitału kulturowego (lub zaangażowania społecznego), przezwyciężenia

wykluczenia społecznego lub integracji grupy docelowej w nowym społeczeństwie). Tę grupę przedsięwzięć można podzielić dodatkowo na:

a) przedsięwzięcia wykorzystujące istniejące turystyczne programy obszarowe/obiektywne: np. pobytowe, kreatywne w centrach interpretacji dziedzictwa czy ekomuzeach, tematyczne szlaki kulturowe, eventy tematyczne, konferencje popularyzujące, zjazdy pasjonatów, społecznie organizowane i zarządzane programy turystyki autonomicznej (eksploracyjnej),

b) aktywności zakładające tworzenie specjalnego programu dla realizacji konkretnego jednostkowego celu, jak jubileuszowe eventy tematyczne, pobyty formacyjne czy edukacyjne organizowane przez stowarzyszenia miłośników lokalnego dziedzictwa albo grupy religijnej odnowy. Obszarowe programy tematycznych pobytów realizują często także społecznie zarządzane ośrodki interpretacji, kiedy znaczna część eksploatowanych zasobów pozostaje poza ich siedzibą (w tzw. terenie) i jest zarządzana prywatnie przez właścicieli. Wówczas w siedzibie ośrodka tworzy się najczęściej centralną ekspozycję lub program multimedialny z przypisanymi do niej modułami doświadczeń interpretacyjnych (jak warsztaty kreatywne, prelekcje, lekcje tematyczne i stacjonarne gry). Uzupełnia je sieć tras lub ścieżek tematycznych, na które składają się uporządkowane ciągi rozproszonych obiektów / zasobów lub kolejne stacje narracji niematerialnego dziedzictwa, a także gotowe programy tematycznego oprowadzania zawarte w elektronicznych przewodnikach lub wykonywane przez przewodników (którzy mogą, lecz nie muszą pracować w formule wolontariatu). Z kolei w programach społecznie zarządzanych ekomuzeów centralne miejsce doświadczeń dziedzictwa może mieć mniejsze znaczenie (pełni tylko funkcję głównej stałej kolekcji) lub w ogóle nie występuje. Wówczas realizacja stacjonarnych modułów doświadczeń partycypacyjnych dokonuje się w formule sieci miejsc posiadających poszczególne zasoby pozostawione *in situ*, takich jak warsztaty rzemieślnicze i inne miejsca tradycyjnej produkcji, obiekty z działającymi urządzeniami, prywatne kolekcje itd. To w takiej sieci w największym stopniu ujawnia się społeczny charakter oferty, ponieważ zarządcy zasobów i wykonawcy doświadczeń są członkami społecznej organizacji ekomuzeum i robią to w ramach zobowiązań przyjętych przy przystąpieniu do niej. Z kolei obszarowe programy eksploatujące różnorodność lokalnego dziedzictwa w krajach rozwiniętych tworzy większość ekomuzeów działających w tzw. silnych regionach etnograficznych (z licznymi i żywymi tradycjami odrębności kulturowej), a w mniejszej skali (ale za to z wyraźnym

zaangażowaniem społecznych organizacji) w parkach kulturowych. Natomiast w krajach rozwijających się są one kreowane (przy wsparciu ekspertów) na wielu zwartych obszarach zamieszkałych przez rdzennych mieszkańców i finansowane w ramach polityk społecznych. I tu komponenty kreacji doświadczeń są rozproszone i odbywają się w miejscach posiadających materialne świadectwa dziedzictwa (np. przy zabytkach) lub oferujących modularne mikroeventy. Dla takich programów doroczną kulminacją funkcjonowania bywa cykliczny event dedykowany obszarowi i jego dziedzictwu, przy okazji w dużej skali przyciągający turystów.

Niektóre organizacje społeczne zarządzające programami pobytowymi tworzą wielodniowe programy pobytowe stanowiące część curriculum edukacyjnych, a nawet wyspecjalizowały się w ich organizacji. Takie propozycje są w dostosowane do treści programów edukacyjnych na różnych poziomach (od podstawowego do akademickiego), a głównym kryterium doboru lub przygotowania doświadczeń tematycznych jest spełnianie ich wymagań w zakresie treści, metod, a często też formalnych kwalifikacji wykonawców. Ich poszczególne moduły opracowują same instytucje edukacyjne (uczelnie albo szkoły lub ich pracownicy) albo – w intensywnej współpracy z nimi – gospodarze wyjazdów i pobytów, m.in. osoby odpowiedzialne za turystykę lub/i edukację w stowarzyszeniach, podmiotach zarządzających parkami kulturowymi, ośrodkami interpretacji dziedzictwa czy ekomuzeach albo przez komórki koordynujące pracę społecznie zarządzanych szlaków kulturowych.

### **Studium Przypadku nr 5 Oferta turystyczna Ekomuzeum Alzacji**

**I. Podmioty zaangażowane:** Ecomusee d`Alsace

**Miejsce realizacji/ obszar recepcji:** Ekomuzeum prowadzone w formule kompleksu budynków (skansenu) obejmującego centralną część dawnej wsi Ungersheim (Place des Artisans), dom fryzjera, kuźnię, warsztat garncarski, warsztat kołodzieja, wyroby rymarskie, dom rybaka, dom winiarza wraz z obiektami zewnętrznymi (w sumie około 70) m.in. wieżą obronną - pod zarządem organizacji lub we własności jej członków.

**Podmiot prowadzący/ zarządzający:** Ecomusee d'Alsace, Chemin du Grosswald, F-68190 Ungersheim,

**Status podmiotu zarządzającego i struktura zaangażowanych członków:** Lokalne stowarzyszenie (ponad 300 członków) założone w 1973 r. w celu utrzymania materialnego i niematerialnego dziedzictwa, otwarcie ekomuzeum: 1984r. Od tego momentu stały rozwój zasobów i propozycji programowych, w tym turystycznych.

**Pozostałe zaangażowane podmioty i środowiska (w tym wolontariat):** członkowie Stowarzyszenia: właściciel tradycyjnego hotelu (3\*), winiarni, piekarni i kilku restauracji zapewniają usługi recepcji względnie catering, inni członkowie jako wolontariusze pracują podczas eventów (performance kulturowy i tradycji rzemieślniczych). Odpłatnie pracuje mistrz zawodu tradycyjnego budownictwa i piwowar prowadzący kursy.

**Wsparcie publiczne/instytucjonalne programu:** Prefektura departamentu Haut Rhin (Górna Alzacja),

## **II. Przedsięwzięcie:**

**Dominująca grupa konsumentów programu (beneficjentów):** grupy szkolne (szkoły podstawowe i ponadpodstawowe), grupy i indywidualni pasjonaci tradycji regionalnych i rzemieślniczych,

**Program merytoryczny: cel wiodący / profil:** zapoznanie z materialnym i niematerialnym wymiarem dziedzictwa regionu, nabycie umiejętności tradycyjnych (w tym użytkowych), uczestnictwo kulturze (regionalne tradycje: obchody i performance),

**Pożytki dla konsumentów/beneficjentów zakładane w wyniku realizacji programu:** świadomość własnego dziedzictwa i znajomość jego praktyk oraz typowych artefaktów, umiejętności związane z praktykami kulturowymi regionu, zrozumienie dla potrzeby zrównoważonego stylu życia i spędzania czasu wolnego,

**Ramy czasowe realizacji programu:** od jednomodułowych wizyt, przez kilkudniowe programy pobytowe i programy udziału w eventach tematycznych, po wielodniowe kursy umiejętności budowlanych,

**Czas trwania jednostkowej edycji programu:** od 2 godzin do 7 dni,

**Moduły programu (typy):** zwiedzanie zabytkowych budynków mieszkalnych i użytkowych z oryginalnymi kolekcjami (w sumie ponad 200 tys. eksponatów i artefaktów), krótkie moduły edukacyjne (głównie partycypacyjne), moduły i dłuższe programy uczenia umiejętności oprowadzanie po wystawach tematycznych, program dla dzieci gry scenariuszowe w Lesie Zabaw (od 2021),

Cykliczne eventy: w sumie około 15 rocznie, w tym 5 dwu- i wielodniowych: Wielkanoc w Ekomuzeum (2 dni), Dni Różnorodności Ekologicznej (2 dni), Festiwal Muzyki Ludowej (2 dni), Święto Wsi (7 dni – część modułów programu powtarzany codziennie, część wymieniana co dnia), impreza Bajki i Legendy Jesieni (8 dni, codziennie powtarzalny program),

**Usługi turystyczne w ramach programu:** posiłki w restauracji ekomuzeum, podczas tematycznych eventów noclegi dla grup zorganizowanych (w ramach pakietów eventowych) oraz pakiety dla grup turystycznych łączące noclegi i posiłki z wybranym programem pobytu,

**Gestorzy płatnych usług turystycznych:** Stowarzyszenie zarządzające ekomuzeum, członkowie organizacji jako gestorzy usług recepcji składowych pakietów ekomuzeum,

**Komponenty programu wyznaczające jego kulturowy profil:** oprowadzanie tematyczne (zbiory i wystawy plenerowe, m.in. zwierząt hodowlanych), samodzielne zwiedzanie trasy terenowej (budynki), powtarzalne w godzinach otwarcia lub o regularnych godzinach pokazy („animacje”) tradycyjnych umiejętności w cyklu życia codziennego, programy uczenia tradycyjnych umiejętności (w tym przygotowywanie posiłków i napojów, wypieki, kowalstwo i wyrób sprzętów użytkowych oraz techniki budowlane), kulturowy performance,

**Metodyka wykorzystywana w kreacji doświadczeń tematycznych:** Metody edukacyjne-podawcze (oprowadzanie po zbiorach, lekcje, prelekcje, wykłady eksperckie), pokazy (nazywane animacjami) i partycypacyjne warsztaty edukacyjne (odtwórcze dla konkretnych umiejętności), warsztaty rzemieślnicze (budowlane dla uczestników regularnych i certyfikowanych kursów, piwowarskie dla zainteresowanych), praktyczne warsztaty kreatywne (kulinarne, poszczególnych umiejętności wytwórczych), inscenizacja tradycyjnych praktyk kulturowych (podczas eventów), tematyczne formy grywalne w otwartym terenie („Las gier i zabaw”) - dla dzieci.

## **III. Marketing, usługi i udział sektora turystyki:**

**Standard obsługi turystów w ramach projektu:** od schroniska do hotelu 3\*, od samoobsługi w barze przez catering żywieniowy (produkty ekologiczne) do tradycyjnej regionalnej restauracji i winiarni,

**Współpraca z DMO, lokalnymi menedżerami turystyki i samorządem:** Regionalna DMO Alzacji,

**Współpraca z turoperatorami i operatorami obszarowych produktów turystycznych:** organizatorzy wycieczek szkolnych i przyjeżdżających na eventy ekomuzeum jako multiplikatorzy i nabywcy oferty pakietowej i eventowej.

**Pakiety turystyczne w ramach programu:** pakiety eventowe zgodnie z kalendarzem imprez,

pakiety całodienne i dwudniowe dla grup szkolnych, pakiety pobytowe dla uczestników kursów tradycyjnych i ekologicznych umiejętności budowlanych, pakiety eventowe, pakiety rodzinne na dwu- i trzydniowe pobyty,

**Marketing turystyczny:** za informację i promocję oferty, komunikację z partnerami i obsługę zwiedzających odpowiada komórka ds. dystrybucji i rezerwacji. Ekomuzeum prowadzi witrynę www z aktualnymi informacjami nt. dostępności, oferty, obsługi, usług, pakietów i cyklicznych imprez. Marketing zewnętrzny (udział w targach, dystrybucja materiałów) organizacja realizuje samodzielnie, uczestniczy też w regionalnym zrzeszeniu turystycznym (DMO). Frekwencja turystyczna jest badana regularnie, z uwzględnieniem obszarów pochodzenia zwiedzających i ich profilu demograficznego,

**IV. Źródła:** Ecomusee d` Alsace 2023 www; konsultacja telefoniczna z kierownikiem obsługi programów (w dn. 21.02.2023) i pozyskanie kwestionariusza w dn. 24.02.2023.

## **Poziomy społeczny zaangażowania w kreację oferty obserwowane w Polsce**

Z opisanych wyżej poziomów zaangażowania w tworzenie oferty turystycznej o profilu kulturowym **piąty** (najwyższy) w Polsce występuje w działalności – nielicznych jeszcze – ośrodków interpretacji dziedzictwa i w zaledwie kilku aktywnie zarządzanych ekomuzeach, organizujących m.in. lokalne eventy oraz zarządzających własnymi kilkudniowymi pakietami pobytowymi, wreszcie w obiektach formacyjnych prowadzonych przez organizacje i ruchy religijne. **Czwarty** poziom zaangażowania można dla naszego kraju potwierdzić właściwie tylko w działalności dużych organizacji społecznych skoncentrowanych na realizacji programów krajoznawstwa i turystyki (takich jak PTTK, zob. studium przypadku nr 4). Brak jego występowania w aktywności innych podmiotów społecznych wynika prawdopodobnie z drastycznie niskiego wolumenu zewnętrznego wsparcia materialnego dla ich działań, z ograniczonej skali i niewielkiego zróżnicowania realizowanych lokalnie polityk społecznych, ze słabości tej grupy organizacji społecznych (w wymiarze strukturalnym (i co do liczebności członków), wreszcie z utrzymującego się braku zrozumienia dla wartości tej formy ich zaangażowania, co przekłada się na niską pozycję przedsięwzięć turystycznych w ich dokumentach misyjnych i strategiach organizacyjnych. **Poziom trzeci** można stwierdzić w aktywności kilkudziesięciu lokalnych stowarzyszeń, które na podstawie porozumienia o strategicznym partnerstwie subwencjonujący je publiczni partnerzy (zwykle samorządy) zobowiązali do podjęcia działalności jako lokalni animatorzy dziedzictwa lub charakterystycznego wymiaru kultury i do obsługi ruchu turystów zainteresowanych tymi doświadczeniami, a także do współpracy z lokalnymi (zarządcy pakietów) i zewnętrznymi (touroperatorzy) podmiotami organizującymi ten ruch (zob. studium przypadku nr 3). Można też zidentyfikować go

w kilkudziesięciu obiektach zarządzanych przez aktywne organizacje społeczne opiekujące się dziedzictwem (m in. większymi kompleksami lub obiektami pofortecznymi) i w kilku parkach kulturowych konsekwentnie wspieranych przez samorządy lokalne. Na **poziomie drugim** mieści się przykładowo aktywność turystyczna większych społecznych organizacji edukacyjnych, takich jak Uniwersytety Trzeciego Wieku (m.in. w Bydgoszczy czy Gliwicach, wspieranych przez tamtejsze uczelnie), a także większe lokalne stowarzyszenia seniorów. Tę formę zaangażowania można atestować dla bardzo licznych rad rodziców w polskich szkołach (a zatem ciał społecznych afiliowanych przy instytucjach edukacyjnych), takie przedsięwzięcia realizują też ochotnicze i spontaniczne grupy pomocowe takie jak te wspierające ukraińskich uchodźców (zob. studium przypadku nr 2). Natomiast **poziom pierwszy** występuje masowo w małych obiektach dziedzictwa (np. mniejszych zabytkach techniki i obiektach pomilitarnych) oraz w muzeach społecznych; szczególnie wtedy, gdy zarządzające nimi podmioty traktują swe kolekcje, wystawy i zorganizowane doświadczenia tematyczne jako jedno ze źródeł dochodu przeznaczanego na cele realizacji misji organizacyjnej. Ten sam (jednomodułowy) poziom można przypisać do aktywności lokalnych grup pasjonatów tworzących eksplorerskie programy tematyczne, jak geościeżki i questy (zob. studium przypadku nr 1).

### **3. Specyfika zaangażowania organizacji społecznie realizujących programy turystyczne**

Poniżej, na podstawie analizy fachowej literatury<sup>3</sup>, własnych poprzedzających badań<sup>4</sup> oraz danych badanych organizacji sformułowano kilka wniosków o naturze ogólnej, odnoszących się do poszczególnych typów podmiotów zaangażowanych w tworzenie społeczne tworzenie i realizację oferty turystycznej.

*Spółeczni zarządcy atrakcji i stacjonarnych modułów doświadczeń.* Personel opiekujący się obiektami i udostępniający je turystom pracuje w formule wolontariatu (nieodpłatnie), co przekłada się zwykle na organizowanie systemu dyżurów (zapewniających stałe/dłuższe otwarcie i dostępność) lub tzw. otwarcie na telefon,

<sup>3</sup> Zob. Izquierdo Tugas i in. 2005; Davis 2011; Idziak 2011; Jaremen2012; Kociszewski 2016; 2021; McCabe 2017; Diekmann i McCabe 2020; Osojca-Kozłowska 2021; Nowak 2021.

<sup>4</sup> Zob. Mikos v. Rohrscheidt 2014, 2018b, 2020a, 2020b, 2021b; 2021c; 2021d.

kiedy opiekun przychodzi na ustaloną godzinę dla zorganizowanej grupy lub reaguje na telefoniczne zgłoszenie turystów znajdujących się przy obiekcie. Infrastruktura interpretacyjna obiektów zarządzanych społecznie jest ograniczona z braku większych inwestycji. Oprócz opisów artefaktów, eksponatów i kolekcji obejmuje ona zwykle oznaczoną trasę turystyczną i papierowy lub elektroniczny (mini)przewodnik dla odwiedzających, ewentualnie zainstalowany film lub prezentację multimedialną włączaną dla zwiedzających. Mogą temu towarzyszyć tematyczne prelekcje, lekcje, warsztaty i pokazy prowadzone w formule uprzedniego zamówienia przez wykonujący je niekomercyjnie społeczny personel opiekujący się obiektem lub przez innych członków organizacji posiadających merytoryczne kompetencje (np. nauczyciela, przewodnika, mistrza zawodu). Często w obiekcie są dostępne materiały interpretacyjne (jak książkowe przewodniki) i drobne pamiątki (jak kopie ciekawszych artefaktów), których dystrybucja przynosi dodatkowe dochody organizacji. W obiektach zarządzanych przez podmioty mogące liczyć na większe i liczniejsze zaangażowanie swoich członków jako wolontariuszy lub współpracujące z lokalnymi grupami animacji niematerialnego dziedzictwa lub performance`u kultury urozmaiceniem propozycji dla turystów (i osobnym modulem doświadczeń) jest jeden lub parę mikroeventów o charakterze animacyjnym i interaktywnym (inscenizacja, warsztaty partycypacyjne, gra stacjonarna lub terenowa, zwiedzanie fabularyzowane). Te moduły doświadczeń ze względu na konieczność zebrania grupy wykonawców są rezerwowane z wyprzedzeniem.

Zarządcy tej grupy obiektów i doświadczeń włączają się w zewnętrzne produkty turystyczne, chętniej przy spełnieniu jednego lub paru z poniższych warunków: a) kiedy ich propozycja jest modulem pakietu lokalnego lub tematyczną „stacją” wycieczki, dzięki czemu zyskują dla niej zewnętrzny marketing silniejszego partnera, a sami nie odpowiadają za inne świadczenia (tak jest we współpracy z lokalnymi DMO), b) mogą liczyć na usługi uzupełniające dla własnego produktu (np. posiłek, nocleg), które przy okazji sami polecają, c) kiedy zostaną zachęteni zewnętrzną inwestycją w obiektową infrastrukturę interpretacji (tak dzieje się przy podejmowaniu współpracy ze szlakami kulturowymi, d) lokalna władza publiczna dotuje ich tematyczne doświadczenia, warunkując to włączeniem w takie oferty e) zewnętrzny partner (np. instytucja edukacyjna) wykupuje znaczącą liczbę takich modularnych doświadczeń (jednorazowo lub regularnie w skali roku) jednocześnie wymagając ich dostosowania do własnego curriculum. W innych przypadkach

podmioty społecznie zarządzające obiektami i doświadczeniami stacjonarnymi ograniczają się do roli biernego partnera produktu, umożliwiającego eksploatację turystyczną i konsumpcję doświadczeń nie wymagających większego zaangażowania własnego personelu (np. zwiedzanie czy obejrzenie filmu).

*Podmioty przedsiębiorczości społecznej jako gestorzy doświadczeń i lokalnych produktów.* Zarządcy turystycznej oferty społecznej o profilu kulturowym wykazują zainteresowanie funkcjonowaniem turystyki w ich otoczeniu i zrozumienie dla przynajmniej niektórych potrzeb turystów. W przypadku podmiotu przedsiębiorczości społecznej skoncentrowanego na usługach i doświadczeniach turystycznych, realizacji przyjętego celu w postaci tworzenia miejsc pracy (lub dodatkowych przychodów) z odwiedzin turystów towarzyszy często wysoka motywacja do organizowania własnej możliwie rozwiniętej oferty oraz do integracji własnych usług w zewnętrzne, w tym lokalne/obszarowe produkty i programy turystyczne. Jednak takie podmioty nadal są skoncentrowane na realizacji własnej misji i na nią najbardziej intensywnie poświęcane są czas i energia ich liderów, społecznych partnerów oraz członków. W Polsce wynika to często także z niewielkich możliwości lokalnych partnerów publicznych w zakresie finansowego wspierania programów (i w ogóle realizacji rozwiniętych polityk społecznych). Z kolei brak silnego lokalnego partnera z sektora turystyki zainteresowanego wspólnym tworzeniem produktu turystycznego opartego na współpracy z podmiotem społecznym utrudnia doprowadzenie go do pełnej funkcjonalnej struktury przez zapewnienie usług zewnętrznych (jak dodanie komponentu transferu grup, noclegu) oraz turystycznego marketingu, w tym dystrybucji oferty, co jest istotną barierą szczególnie na obszarach pozamiejskich i posiadających niewielką atrakcyjność ogólną (małe zróżnicowanie walorów) gdzie występuje brak rozpoznawalnych atrakcji antropogenicznych.

*Organizacje społeczne zarządzające szlakami kulturowymi i lokalnymi produktami turystyki kulturowej.* Spośród aktywnych podmiotów należą do nich najczęściej ekomuzea albo celowe organizacje społeczne powołane do zarządzania szlakami dziedzictwa (lub realizujące tę funkcję zarządczą jako jeden z wymiarów swojej misji). To właśnie realizacja misji organizacji jest głównym motywem ponadprzeciętnego zaangażowania w organizację turystyki, czemu jednak może towarzyszyć dążenie do

uzyskania dochodu pokrywającego koszty utrzymania zabytków, infrastruktury i innych cennych zasobów lub częściowego finansowania innych głównych wymiarów własnej działalności. Liderzy organizacji rozwijają własną ofertę turystyczną skoncentrowaną na konsumpcji atrakcji i doświadczeń dostępnych i kreowanych w obiektach zarządzanych przez ich członków lub na niewielkich obszarach, gdzie takie doświadczenia mogą być przez nich tworzone i oferowane bez większych inwestycji materialnych środków lub w formule nieodpłatnego zaangażowania (np. gry terenowe, inne formy tematycznej eksploracji). Jeśli we własnym zakresie mogą świadczyć usługi recepcji (np. prowadząc obiekt noclegowy lub posiadając większą liczbę miejsc noclegu, dysponując własnym cateringiem posiłków), te podmioty koncentrują świadczenie większości tych usług we własnych obiektach. Wtedy te stają się bazą wypadową dla tematycznej eksploracji zewnętrznych walorów (w formule lokalnej trasy turystycznej, gry miejskiej, geocachingu, innej) lub miejscem realizacji pobytów stacjonarnych jako własnego produktu organizacji. Włączane są do niego zewnętrzne usługi: recepcji (lokalny transfer, catering) oraz/lub tematycznych doświadczeń modułowych (pokazy i warsztaty mistrzów, prelekcje ekspertów, inne), które partnerzy wykonują na miejscu. Takie produkty mają charakter lokalny: wszystkie moduły programu realizowane są stacjonarnie lub w formule turystycznej eksploatacji walorów w bliskim otoczeniu, a usługi recepcji dla uczestników w głównym obiekcie (zwykle siedzibie organizacji) lub w jego bliskim otoczeniu.

W dłuższej perspektywie takie organizacje, jeśli ich liderzy i członkowie przekonają się o opłacalności tej formuły działania, dążą do stworzenia lokalnych pakietów tematycznych jako stałych produktów. Za pośrednictwem DMO wprowadzają je do lokalnej oferty turystycznej i/lub znajdują dla nich zewnętrznych partnerów dystrybucji, m.in. wyspecjalizowanych touroperatorów TK, instytucje edukacyjne, wirtualnych operatorów pakietów (OTA). Jeśli we własnym zakresie świadczą już usługi recepcji, mogą zdecydować się na stworzenie autonomicznych (to jest niezależnych od komercyjnych usług zewnętrznych) pakietów obiektowych lub sieciowych, obejmujących usługi świadczone przez własnych członków. Ta formuła upraszcza proces tworzenia oferty i przynosi organizacji oraz jej członkom największy dochód. Przy zaangażowaniu członków organizacji i jej stałych partnerów jako gestorów usług (noclegu, gastronomii) powstaje – niekoniecznie sformalizowana - lokalna sieć produktowa, której liderem staje się organizacja społeczna. Wtedy to ona inicjuje i koordynuje materialne trasy tematyczne, turystyczne gry eksploracyjne,

kilkudniowe pobyty edukacyjne z rozbudowanym programem uwzględniającym eksplorację otoczenia czy eventy tematyczne jak wydarzenia żywej historii, zjazdy pasjonatów i hobbystów, konferencje popularyzacyjne i inne. Podmioty utrzymujące ten poziom oferty turystycznej zatrudniają własnych członków jako interpretatorów dziedzictwa i animatorów doświadczeń partycypacyjnych, w tym terenowych - eksplorerskich, a ci ostatni realizują usługi i doświadczenia poza miejscami zarządzanymi przez organizację, na terenie miasta czy koncentracji materialnych walorów, a także w obiektach bez własnego personelu obsługi.

*Organizacje społeczne zarządzające eventami przyciągającymi turystów.* Ekomuzea, społecznie zarządzane ośrodki interpretacji dziedzictwa i niektóre lokalne stowarzyszenia jego ochrony i popularyzacji same organizują cykliczne eventy profilowane na doświadczenia danego jego wymiaru. Podczas ich trwania taki podmiot intensyfikuje własną stałą ofertę turystyczną lub nawet zaprasza do współpracy zewnętrznych performerów (np. grupy rekonstrukcji historycznej, zespoły artystyczne, uznanych mistrzów rzemiosł) oraz usługodawców (np. wytwórców i sprzedawców wyrobów rzemieślniczych, kulinariów i stylizowanych pamiątek). Jeśli organizowane imprezy są dłuższe niż jednodniowe, to w tym okresie społeczni gospodarze intensyfikują współpracę z gestorami lokalnych usług recepcji (noclegi, posiłki, miejscowy transfer), do których odsyłają swoich gości zainteresowanych ich konsumpcją lub tworzą nawet pakiety okazjonalne (eventowe) dostosowane w swojej strukturze (lokalizacja noclegu, czas lokalnych transferów, pory posiłków) do programu imprezy. Współpraca z touroperatorami TK ogranicza się natomiast do przekazania im programu imprezy, zapewnienia uczestnikom wycieczki „eventowej” udziału w programie imprezy na uzgodnionych warunkach oraz gwarancji realizacji usług ujętych w stacjonarnym pakiecie (rzadziej oferowany jest nocleg lub catering w zarządzanej przestrzeni).

*Lokalne inicjatywy nieformalnych grup interesariuszy.* Do takich należy zaliczyć przynajmniej kilka rodzajów działań. Są wśród nich wspólne przedsięwzięcia podejmowane przez sąsiedzkie (lub dzielnicowe) grupy mieszkańców, a skoncentrowane m.in. na opiece nad ogólnodostępnym zabytkiem lub położonym w otwartej przestrzeni obiektem małej architektury, monumentem, miejscem symbolicznym, miejscem pamięci czy innym cennym zasobem materialnym (np.

dawne urządzenie przemysłowe). Od początku lub na którymś kolejnym etapie tej wspólnej aktywności uzupełniają ją o kreację interpretacji przeznaczonej dla turystów lub doświadczenia turystycznego. Z kolei lokalnie podejmowana współpraca pasjonatów odkrywania i popularyzacji lokalnego dziedzictwa może przełożyć się na tworzenie gier eksploracyjnych (jak questy i tematyczne ścieżki geocachingu), które w niektórych przypadkach są włączane do regionalnych programów autonomicznej turystyki (np. prowadzone przez organizacje i serwisy turystyczne rejestry questów i systemy geocachingu). Z kolei liczne grupy zainteresowań, sekcje i koła tematyczne działające przy ośrodkach kultury lub dokumentacji albo przy szkołach inicjują zbieranie archiwaliów, relacji świadków wydarzeń lub osób praktykujących tradycje, dokumentację fotograficzną i filmową zasobów lub wydarzeń, która następnie staje się podstawowym zasobem zakładanych i prowadzonych społecznie kolekcji pamiątek, izb pamięci lub społecznych muzeów. Takie kolekcje, same stanowiąc już materialny punkt wyjścia dla prostych doświadczeń (interpretacyjnych jak oprowadzania, wyjaśnianie – prelekcja), mogą być następnie wykorzystane do kreacji tematycznych mikroeventów w postaci warsztatów, pokazów czy spotkań ze świadkami dziedzictwa. Nieformalne grupy lokalne często podejmują też aktywność krajoznawczą, organizując we własnym zakresie wyjazdy do atrakcji (zabytki, muzea) lub na wydarzenia (wernisaże, otwarte drzwi muzeów, koncerty, zjazdy odtwórców żywej historii itd.). Formą także najprędzej mogącą być sklasyfikowaną w ramach tej grupy aktywności jest prywatne organizowanie przez nieformalne grupy wspierające krótkich wycieczek dla osób pozostających w trudnym położeniu (w tym niepełnosprawnych, dzieci i młodzież z ubogich rodzin czy uchodźców), co jednocześnie wpisuje się w spektrum turystyki społecznie organizowanej i turystyki socjalnej. Takie zaangażowanie w społeczną kreację doświadczeń lub aktywności turystycznych wynika z osobistych zainteresowań, z odczuwanego zobowiązania solidarności wewnątrz posiadającej intensywne relacje grupy lub społeczności albo/i z osobistej potrzeby realizacji celów społecznie pożytecznych (jak ochrona wartości, wspieranie ludzi), które w nieformalnej grupie zastępują misję organizacyjną (a w zasadzie są jej pierwotną formą). Inicjatywy z tej grupy mają skalę głównie lokalną, rzadziej regionalną, co nie do końca odpowiada kryteriom definiowania turystyki przez UNWTO. Jednak bez wątplenia aktywność odbiorców/uczestników będąca ich rezultatem ma charakter turystyczny, a ponadto obejmuje doświadczenie dziedzictwa lub jakąś formę uczestnictwa w kulturze, zatem przynależy także do

spektrum zjawisk obejmowanych zbiorczym określeniem turystyki kulturowej. Wykonawcy takich programów zwykle nie dążą do ich formalizacji w postaci zakładania stowarzyszeń (co najwyżej są członkami ich lokalnych kół), rzadko też zostają członkami obszarowych organizacji turystycznych, a jedynie obsługują własne propozycje i stają się gospodarzami doświadczeń. To powoduje, że niełatwo zidentyfikować ich aktywność oraz rzeczywisty wkład w zakresie tworzenia walorów i doświadczeń turystycznych, który z tego powodu jest generalnie niedoceniany. To oni bowiem wprowadzają do obszarowej oferty takie komponenty jak lokalne kolekcje, questing czy lokalne ścieżki tematyczne, a dzięki ich pracy niektóre cenne zasoby mogą w ogóle przetrwać i być przedmiotem turystycznej eksploatacji, interpretacji i refleksji. W odniesieniu lokalnym to z tej grupy rekrutują się też kandydaci na terenowych przewodników i społecznych animatorów doświadczeń.

**Tabela 1** prezentuje kolejne poziomy analizowanych przedsięwzięć przyporządkowując im częściej występujących gestorów, typowe komponenty doświadczeń i listę angażowanych partnerów, zwłaszcza tych podejmujących tę działalność społecznie.

**Tab.1. Programy o profilu kulturowym w społecznie organizowanej turystyce**

Typ programu i główni gestorzy	Typowi organizatorzy lub zarządcy	Typowe komponenty doświadczeń w programach	Partnerzy zaangażowani w tworzenie i realizację
Jednomodułowe propozycje doświadczeń kultury i dziedzictwa (stacjonarne lub obszarowe),	OS zarządzające pojedynczymi obiektami, miejscami i kolekcjami D., muzea społeczne, lokalne stowarzyszenia i grupy praktyk niematerialnego D., grupy ożywiania historii, grupy pasjonatów tworzące ofertę tematycznej t. eksploracyjnej,	oprowadzanie (różne odmiany), zwiedzanie wystaw (w tym zadaniowe), lokalne trasy interpretacyjne (i dydaktyczne), pokazy filmów i prezentacje multimedialne, spotkania, animacja (m.in. zespołowe ożywianie historii), stacjonarne i eksploracyjne gry zespołowe (gry miejskie, questy), pokazy, gry role-play,	społeczni kierownicy i opiekunowie grup t., przewodnicy (jeśli pracują społecznie), autorzy scenariuszy i ścieżek eksploracji tworzący nieodpłatnie, animatorzy doświadczeń i opiekunowie tras, ścieżek jako wolontariusze, lokalni sponsorzy społeczni (w tym crowdfunding kosztów produkcji doświadczenia).
Krótkie grupowe wyprawy z tematyzowane na dziedzictwo, jego konkretny wymiar czy grupę świadectw lub na uczestnictwo w kulturze,	lokalne oddziały o. krajoznawczych, OS realizujące programy edukacji nieformalnej, szkolne grupy rodzicielskie, grupy przyjaciół muzeów, i pomocowe, podmioty przedsiębiorczości społecznej,	oprowadzanie (różne odmiany), samodzielne zwiedzanie wystaw (w tym zadaniowe), edukacyjne formy podawcze (lekcja) partycypacyjne (warsztat), stacjonarne i eksploracyjne gry zespołowe (gry miejskie, questy), pokazy, warsztaty kreatywne (odtwórcze),	działający społecznie gospodarze zwiedzanych atrakcji, członkowie stowarzyszenia lub grupy jako opiekunowie grup t., instytucjonalni i prywatni donatorzy środków, odpłatnie: touroperatorzy i gestorzy usług recepcji.

Wielomodułowe i (całodniowe) stacjonarne lub obszarowe programy tematyczne i kreatywne,	OS zarządzające obiektami dziedzictwa, lokalne społeczne grupy celowe organizujące mniejsze eventy, społeczne ośrodki interpretacji rozproszonych zasobów, podmioty przedsiębiorczości społecznej,	formy podawcze (prelekcja, wykład z ekspertem lub mistrzem zawodu), performance (inscenizacja, pokaz, koncert), prezentacje (np. artefaktów i procesów wytwórczych), degustacje, pokazy filmowe, warsztaty kreatywne (gł. odtwórcze), eksploracyjne gry zespołowe, samodzielna eksploracja (m.in. geościeżki),	członkowie OS zarządzającej obiektem jako wolontariusze, interpretatorzy i animatorzy doświadczeń pracujący nieodpłatnie, społeczni sponsorzy, samorząd jako publiczny partner strategiczny, odpłatnie: gestorzy usług zewnętrznych, w tym transferu i recepcji.
Programy wielodniowych wypraw ukierunkowane na treści antropogeniczne lub o charakterze edukacyjnym,	OS o profilu edukacyjnym, towarzystwa przyjaciół muzeów, OS zarządzające szlakami kulturowymi, OS ukierunkowane na popularyzację krajoznawstwa,	oprowadzanie po obiektach, wystawach i otwartej przestrzeni, ich samodzielne zwiedzanie, prezentacje multimedialne, projekcja filmów, projekty hands-on (włączenie w działanie), gry stacjonarne (np. rolowe), praca z tekstami i zbiorami (m.in. zadaniowanie), kreatywna dokumentacja doświadczeń, eksploracja wsparta aplikacjami i technologią prezentacji (VR, AR),	muzea- gospodarze wypraw, opiekunowie grup wycieczkowych jako wolontariusze w udostępnianiu zasobów, samorząd jako główny donator środków wsparcia, odpłatnie: touroperatorzy i gestorzy usług zewnętrznych, w tym transferu i recepcji, profesjonalni performerzy eventów.
Integralne programy wielodniowych imprez lub pobytów tematycznych, podporządkowane celom doświadczenia dziedzictwa oraz poznawczym,	społeczne ośrodki ID zarządzające rozproszonymi świadectwami dziedzictwa, stowarzyszenia interesariuszy cyklicznych eventów, społeczni zarządcy szlaków kulturowych, aktywne ekomuzea; religijne ruchy formacyjne,	zwiedzanie rozproszonych obiektów D, wystaw / kolekcji lub przestrzeni sakralnej, warsztaty kreatywne i tematyczne, pokazy, degustacje, storytelling, eksplorerskie gry terenowe, moduły doświadczeń religijnych, formy podawcze (prelekcja, egzorta, lekcja, wykład), prace z tekstami, warsztaty partycypacyjne: kreatywne twórcze (muzyczne, literackie), i odtwórcze: rzemieślnicze z mistrzami zawodów, kulinarne), performance (inscenizacje, pokazy, koncerty), gry stacjonarne (planszowe),	członkowie OS jako gospodarze rozproszonych zasobów, członkowie OS realizującej event jako performerzy i wolontariusze, świadkowie dziedzictwa, członkowie lokalnych stowarzyszeń pielęgnowania i ożywiania D., nauczyciele jako opiekunowie grup t., nieodpłatnie występujący performerzy, społeczni sponsorzy, samorząd jako partner strategiczny, liderzy OS i wspólnot religijnych z obszaru emisji turystów, członkowie miejscowej wspólnoty oraz ruchu jako wolontariusze.

Wyjaśnienie skrótów: D – dziedzictwo, u- uczestnicy, t. turystyka, o – organizacje, OS – Organizacje społeczne, D- dziedzictwo, ID - interpretacja dziedzictwa.

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie analizy zebranych 42 programów poszczególnych organizacji.

## Wnioski

- 1) Programy społecznie organizowanej turystyki z „kulturowym” profilem doświadczeń funkcjonują powszechnie, choć duża część z nich z różnych powodów nie jest uwzględniana w sektorowych inwentaryzacjach potencjału i aktywności turystycznej ani wyodrębniana w zbiorczych analizach, a poziom ich rozwinięcia sięga od najprostszych, jednomodułowych, po dobrze rozwinięte i wielodniowe.
- 2) Zwykle – poza najniższym poziomem - struktura takich przedsięwzięć nie jest „czysto” społeczna (czyli nie ogranicza się do komponentów wytworzonych wyłącznie w formule niekomercyjnej), lecz zawierają one elementy płatnych usług. Udział tego komponentu rośnie wraz z poziomem rozwinięcia struktury programu. Im więcej usług współtworzy program (gdzie największe koszty generują usługi transportu i recepcji, nieodzowne przy wyjeździe, a jeszcze dłuższym pobycie uczestników w miejscu docelowym), tym większy jest udział komponentu komercyjnego (czyli odpłatnego po cenach rynkowych).
- 3) Przyczyny udziału komponentu rynkowego w społecznie organizowanych propozycjach turystycznych są rozmaite: 1) także działania społeczne generują koszty dla ich uczestników (a rzadko akceptowane jest dopłacanie do własnej społecznie użytecznej aktywności), 2) nawet przy nieodpłatnym zaangażowaniu przy konstrukcji doświadczeń i tworzeniu usług niezbędny jest zakup materiałów lub opłaty za media, 3) część produktów z tego spektrum ma charakter socjalny nie w odniesieniu do konsumentów (którymi są zwykli klienci), ale do gestorów (świadczących usługi, zajmujących się realizacją doświadczeń, czy pracujących dla podmiotu społecznego właśnie w ramach jego misji tworzenia miejsc pracy i wyprowadzania ich z ubóstwa), co łączy się z koniecznością opłacania ich pracy/usług, 4) organizacje społeczne działające na rzecz swoich członków lub beneficjentów (m.in. zajmujące się nieformalną edukacją, popularyzacją krajoznawstwa, zrzeszające seniorów) zlecają część usług (np. transportu, recepcji) gestorom z sektora rynkowego.
- 4) W konsekwencji wyżej powiedzianego: obecność komponentu rynkowego nie usuwa społecznego charakteru produktu, jeśli: dany jest jego niekomercyjny komponent, jest on społecznie przygotowywany (np. dla członków organizacji) czy służy beneficjentom jako jeden z instrumentów w procesach ich uspołecznienia (w znaczeniu przywracania ich społeczeństwu, ich kulturowej integracji albo pobudzaniu społecznej aktywności). W takich przypadkach nawet produkty

o strukturze w większości komercyjnej powinny być jednak zaliczane do turystyki społecznie organizowanej ze względu na inicjatorów, nadal przecież realizujących swoją misję społeczną i na ich efekty.

5) Najczęściej występującymi podmiotami kreującymi tylko komponenty doświadczeń o profilu kulturowym są nieformalne grupy sąsiedzkie, lokalne grupy pasjonatów dziedzictwa i lokalne stowarzyszenia skoncentrowane na jego ochronie i ożywianiu. Z kolei podmiotami najczęściej, a nawet regularnie tworzącymi lub inicjującymi w formule społecznej rozwinięte produkty turystyki kulturowej są organizacje społeczne skoncentrowane na popularyzacji krajoznawstwa i turystyki, społecznie zarządzane szlaki kulturowe i dziedzictwa, społeczni zarządcy eventów o profilu kulturowym i duże ekomuzea.

6) Produkty i programy powstające w formule społecznej, ale nie mające charakteru socjalnego są w Polsce rzadziej wspierane przez władze samorządowe w ramach realizacji polityk społecznych. Tu ekskurs: przy przeglądzie programów dla opracowania studiów przypadków i konsultacji z kilkunastoma gestorami okazało się, że w ostatnich latach ze wsparcia takich programów wycofują się lokalne samorządy, które dotąd to robiły, podając przy tym różne powody: wzrost cen stałej działalności instytucji samorządowych (prąd, ogrzewanie) i inflacyjna presja ich pracowników na podwyżki płac, większe wydatki socjalne na miejscu z powodu wzrostu inflacji i powolnego wzrostu bezrobocia, a także (w roku 2022) konieczność wyasygnowania dużych środków na wsparcie dużej grupy uchodźców, obywateli Ukrainy.

7) Pomimo to instytucjonalne wspieranie społecznych programów i doświadczeń turystycznych z komponentami kulturalnych doświadczeń opłaca się samorządowi, pozarządowym organizacjom (nie tylko turystycznym) i samym ich twórcom, ponieważ: a) przyczyniają się one do budowania kapitału społecznego (w tym wzajemnego zaufania i dobrych doświadczeń ze współpracy, przydatnych potem przy innych przedsięwzięciach), b) integrują konkretne grupy ludzi i zachęcają je same go wspólnego podejmowania innych działań, c) zwiększają lokalny potencjał turystyczny (o powstałe doświadczenia jako walory i o gotowe programy jako gotowy komponent oferty), a także d) rozbudzają zainteresowanie samych mieszkańców ich własnym dziedzictwem i tradycyjnymi przejawami kultury.

8) Samorządy powinny być świadome, że wspieranie społecznie organizowanych programów turystycznych leży w ich interesie z wielu powodów, z których najważniejsze są: a) zachowanie świadectw własnego dziedzictwa, b) jego

popularyzacja wśród ludności i turystów, c) wzrost aktywności kulturalnej mieszkańców (kreowane doświadczenia nie są przeznaczone tylko dla turystów, lecz są otwarte) i wzbogacenie kalendarzy kulturalnych, d) jej przełożenie na „miękki” marketing terytorialny (atrakcyjne tereny, zasoby dziedzictwa, żywa kultura), e) wzrost aktywności ludności w czasie wolnym, w tym tej generującej doświadczenia, usługowej oraz wyjazdowej – a to ostatnie także poszerza kulturalne horyzonty własnych mieszkańców i motywuje ich do kreatywnych zachowań już na miejscu. Przy rozpatrywaniu samorządowego wsparcia dla takich działań do przemyślenia jest (szczególnie tam, gdzie może to pomóc wykorzystać kulturowo-turystyczny potencjał już zidentyfikowany przez obszarowe analizy) inwestycja środków publicznych w poprawę infrastruktury interpretacyjnej i standardów tematycznych doświadczeń za pomocą dobrze celowanych dotacji).

9) W celu optymalizacji pożytków, ale także silniejszego powiązania z całością potencjału turystycznego, takie przedsięwzięcia warto wspierać szczególnie poprzez a) standaryzowanie doświadczeń tematycznych (i poprawę ich jakości), m.in. oferowanie ich gestorom konsultacji eksperckich oraz szkoleń, b) objęcie ich marketingiem turystycznym: wprowadzenie do oferty przez lokalne i regionalne organizacje zarządzające informacją i promocja oraz produktami turystycznymi, c) rekomendowanie tych usług i doświadczeń turoperatorom i agentom produktów turystycznych (OTA) np. online sprzedającym pakiety, i dzięki temu doprowadzanie do autentycznego spotkania turysty z gospodarzem oraz d) zapraszanie ich gestorów do udziału w organizacjach i środowiskach interesariuszy turystyki oraz jej konkretnych programach. Efektywność takich działań z punktu widzenia turystyki i obszarowego zarządzania nią potwierdzają przykłady profesjonalnie organizowanej turystyki społecznej (a także obszarowego zarządzania w turystyce kulturowej z innych krajów Unii Europejskiej).

## **Zakończenie**

Przedłożone opracowanie opisuje udział społecznie organizowanych doświadczeń i programów turystyki kulturowej w jej ogólnej ofercie w skali kraju oraz dokumentuje znaczenie aktywności zaangażowanych w ich tworzenie podmiotów jako poważnego i częściowego generatora popytu na tę formę podróżowania w czasie wolnym i popularyzacji turystyki. Ich działalność obejmuje zarówno miłośników

turystyki (szczególnie turystyki edukacyjnej i krajoznawczej) jak i grupy społeczne dotąd słabiej nią zainteresowanych, nie mogące sobie pozwolić na taką formę rekreacji albo nie podejmujące jej bez dodatkowej inspiracji lub zachęty. Przedłożona analiza posiada swoje ograniczenia, wynikające z celów badania, z przyjętych założeń dotyczących gromadzenia materiału oraz metody (zastosowano tylko klasyfikację, a nie badanie na reprezentatywnej próbie). Jednak zadanie, którego się podjął (ukazania spektrum i poziomu rozwinięcia programów przedmiotowej odmiany turystyki oraz sposobów zaangażowania ich gestorów) Autor uznaje za zrealizowane.

W celu dokładniejszego rozpoznania zjawiska społecznie organizowanej turystyki kulturowej niezbędne jest podjęcie innych badań (prowadzonych na szeroką skalę oraz z zastosowaniem metod ilościowych) które pozwolą zidentyfikować nie tylko jej całociowy krajowy potencjał, ale także interesy, strategie i oczekiwania poszczególnych grup jej interesariuszy. Należą do nich inne organizacje społeczne, które w wielkiej koalicji mogłyby współpracować z opisanymi tutaj realizując własne cele z uwzględnieniem aktywności turystycznych, zainteresowane współpracą podmioty komercyjnego sektora turystyki, samorządy i publiczne instytucje kultury oraz państwowi decydenci kreujący polityki społeczne i środowiska wywierające na nich wpływ w interesie jej beneficjentów. Bez wątplenia jednak kulturowy komponent społecznie organizowanej turystyki przynosi specyficzne, wprowadzane tylko przez nią pożytki, zbiorczo określane mianem uczestnictwa w kulturze. Najważniejszym z nich bodaj jest w tym wypadku zetknięcie turystów z autorami doświadczeń i ludźmi naprawdę bezinteresownie społecznie organizującymi czas wolny w podróży. Przyczynia się to bowiem do realizacji najpiękniejszej misji turystyki kulturowej: zbliżenia ludzi poprzez zetknięcie z innym niż własny, a przez to fascynującym zespołem doświadczeń i zawsze oryginalnym dziedzictwem, sposobem jego przeżywania i lokalnym światem (mała ojczyzna). Być może dzięki wspieraniu ich programów oraz ich sukcesowi niektórzy ze społecznych gestorów odnajdą w tej działalności także atrakcyjną i efektywną drogę finansowania ich misji organizacyjnej lub nawet sposób regularnego pozyskiwania dodatkowych źródeł utrzymania.

### **Literatura:**

- Alejziak W., 2013, *Typologizacja i modelowanie jako instrumenty naukowego wyjaśniania zjawisk i procesów turystycznych*, [w:] Butowski L. (red.), *Badania naukowe w turystyce – stan i perspektywy*, Instytut Turystyki, Warszawa 2013, s. 9-38
- Alejziak W., 2019, *Wyjaśnianie naukowe i rozumienie a epistemologiczne problemy badań nad turystyką (rozważania na kanwie teorii Kurta Lewina i Johna Tribe'a)*,

- Turyzm, nr 29/2, s. 1-19;  
<https://czasopisma.uni.lodz.pl/tourism/article/view/6305/5975>
- Cisneros-Martínez J.D., McCabe S., Fernández-Morales A. [2018], *The contribution of social tourism to sustainable tourism: A case study of seasonally adjusted programmes in Spain*. "Journal of Sustainable Tourism", t. 26 (1), s. 85–107
- Davis P., 2011, *Ecomuseums: a sense of place (Wyd. 2)*, Continuum International Publishing Group, London/New York
- Diekmann A., McCabe S. (red.), 2020, *Handbook of Social Tourism*, Edward Elgar Publishing Ltd., Cheltenham
- Geise P., 2011, *Niemieckie doświadczenia i rozumienie turystyki społecznie zaangażowanej* [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH w Łodzi, Łódź, s. 39-49
- González-Cortés L. D., Husain-Talero S. [2020], Social entrepreneurship and sustainable tourism in Colombia: A baseline study in post-conflict regions, "International Journal of Sustainability in Economic, Social, and Cultural Context", z. 16 (2), s. 65–85
- Idziak W., 2011, *Turystyka społeczna – nowe znaczenia i możliwości*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, WSTH w Łodzi Łódź, s. 51-62
- Izquierdo Tugas P. i in., 2005, *Heritage Interpretation Centres. The Hicira Handbook*, Institut d'Edicions de la Diputació de Barcelona, Barcelona
- Jolin L., Proulx L., 2005, *The ambition of social tourism: Tourism for all, sustainable and solidarity*, "Revue Interventions Economiques – Papers in Political Economy", t. 32, 87–96
- Jones S., 2007, *Sharing our Stories. Guidelines for Heritage Interpretation*, The National Trust of Australia, Canberra-Sydney
- Jonkisz A., 2017, *Podział podziałów. Ujęcie metodologiczne*, "Ruch filozoficzny", t. LXXII, z. 2., s. 95-109
- Kociszewski P., 2016, *Oferta turystyczna dla seniorów - jej istota i społeczno-geograficzne uwarunkowania*, dysertacja, Wydział GiSR Uniwersytetu Warszawskiego, Repozytorium UW, <https://depotuw.ceon.pl/handle/item/1503> (2016-04-13)
- Kociszewski P., 2017, *Kształtowanie oferty na rynku turystyki kulturowej przez organizatorów turystyki (na przykładzie turystów seniorów)*, „Turystyka Kulturowa” nr 1, s. 80-105
- Kociszewski P., 2021, *Oferta dla seniorów w kontekście turystyki społecznej – istota i zróżnicowanie* [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w Polsce*, COTG PTTK - Fundacja Symbioza Kraków-Świdnica, s. 135- 163
- Kowalczyk A, 2022, *Cztery 4Hs jako czynniki kształtujące region turystyki kulturowej*, "Turystyka Kulturowa", Nr 122 (1), s. 109-152
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2014, *Współczesne przewodnictwo miejskie . Metodyka i organizacja interpretacji dziedzictwa*, Proksenia – Kultour.pl, Kraków-Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2016, *Turystyka kulturowa – fenomen, potencjał, perspektywy* (Wyd. III), Kultour.pl, Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2018, *Historia w turystyce kulturowej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa (w ramach serii PWN „Historia w działaniu”)
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2020a, *Zarządzanie w turystyce kulturowej. Tom I: konteksty, koncepcje, strategie*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2020b, *Zarządzanie w turystyce kulturowej, tom II: obszary, relacje, oferta*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań

- Mikos v. Rohrscheidt A., 2021a, *Turystyka społeczna: geneza i istota* [w:] A. Stasiak (red.) *Turystyka społeczna w Polsce*, Wyd. COTG PTTK - Fundacja Symbioza, Kraków-Świdnica
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2021b, *Uczestnicy, formy i kierunki rozwoju współczesnej turystyki społecznej*, [w:] A. Stasiak (red.) *Turystyka społeczna w Polsce*, Wyd. COTG PTTK - Fundacja Symbioza Kraków-Świdnica
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2021c, *Interpretacja dziedzictwa w turystyce kulturowej. Konteksty, podmioty, zarządzanie*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2021d, *Muzea jako pasywni interesariusze, aktywni partnerzy i organizatorzy współczesnej turystyki kulturowej*, "Museion Poloniae Maioris", t. VIII, s. 231-259
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2022, *Jakie miejsce w turystyce kulturowej zajmują imigranci? Gnieźnieńskie Forum ekspertów Turystyki Kulturowej, Pytanie 101*, „Turystyka Kulturowa” Nr 125 (4/2022), s. 230-249
- Mikos v. Rohrscheidt 2023, *Spółecznie organizowana turystyka kulturowa: kontekst i zjawisko, doświadczenia i podmioty*, „Turystyka Kulturowa” Nr 126 (1)
- Nowak A., 2021, *Rola podmiotów ekonomii społecznej jako kreatorów popytu i podaży na rynku turystycznym na wybranych przykładach*, [w:] A. Stasiak (red.) *Turystyka społeczna w Polsce*, Wyd. COTG PTTK - Fundacja Symbioza Kraków-Świdnica, s. 115-133
- Osojca-Kozłowska S., 2021, *Gospodarczy wymiar turystyki społecznej*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w Polsce*, COTG PTTK - Fundacja Symbioza Kraków-Świdnica, s. 85 - 114
- ROPS Opole 2021, *Spółdzielnia Socjalna Gród w Biskupicach - Opis dobrej praktyki*, Dokument sprawozdawczy Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej w Opolu (pdf),
- Stasiak A. (red.), 2010, *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, WSTiH Łódź
- Stasiak A., 2011, *Uwarunkowania i bariery rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, WSTH w Łodzi Łódź, s. 377-396
- Stasiak A., Włodarczyk B., 2012, *Turystyka społeczna – istota, determinanty, możliwości i kierunki rozwoju*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, Nr 259, s. 167-177
- Stone C., 2012, *Wellbeing, equity, sustainable development and social tourism in twenty-first century Europe*, [w:] J. Leigh, C. Webster, S. Ivanov (red.), *Future Tourism: Political, Social and Economic Challenges*, Routledge, London, s. 52-79
- Tosun C., 1999, *Towards a typology of community participation in the tourism development process*, „Anatolia” nr 10 (2), s. 113-134
- Tosun C., 2006, *Expected nature of community participation in tourism development*, „Tourism Management” nr 27 (3), s. 493-504
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, WSTH w Łodzi, Łódź, s. 23-35

**Netografia:** (adresy dostępu i treści zweryfikowane na dzień 24.02. 2023):

Ecomusee d`Alsace 2023, www - witryna Ekomuzeum Alzacji z aktualną ofertą turystyczną - [www.ecomusee.alsace/fr](http://www.ecomusee.alsace/fr)

Byczyna Gród www – witryna Spółdzielni Socjalnej Gród w Biskupicach k. Byczyny z aktualną tematyczną ofertą pobytową: <https://grod.pl.tl>

Skoki Quest 2023 www (opis questu tematycznego w Mieście i Gminie Skoki - <https://www.gmina-skoki.pl/news/others/104465-skoki-maja-swoj-pierwszy-quest>

## **Socially organized cultural tourism: programs and level of involvement of organizers**

**Abstract:** The aim of the undertaken research and of the resulting study is to recognize and attempt to classify projects that make up socially organized cultural tourism. The conducted analysis has an objective dimension and consists of a systematic description of typical experiences and products that make up this form of tourism and whose profile (program) is determined by cultural experience as well as the level of involvement on the part of their providers. It is complementary to the analysis of the formal dimension of this type of tourism undertaken in another study by the author (identification of its essential and distinguishing features and its separation from other, partially overlapping areas of activity) and subjective analysis (concerning social entities and actors who create the offer of cultural tourism). The analysis methods used are literature study and case study. The study consists of three main parts: 1) a methodological chapter specifying the analysis criteria, 2) a part containing descriptions of five levels of program classification along with assigned case studies, and 3) the part describing the forms of organizational involvement of managing entities in the creation and implementation of tourism programs at individual levels.

**Keywords:** social tourism, cultural tourism, tourist product, cultural tourism product, social activity, social tourism, tourist experiences