

Bartosz Małolepszy, Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT, Poznań
bartosz.malolepszy@trakt.poznan.pl

Produkty turystyczne Bramy Poznania. Teoria interpretacji dziedzictwa w praktyce

Słowa kluczowe: interpretacja dziedzictwa, produkty turystyczne

Streszczenie

W artykule odwołano się do teorii interpretacji dziedzictwa i wskazano konkretne przykłady jej zastosowania przy opracowaniu oferty turystycznej Bramy Poznania. Opisano działania wykorzystane podczas prac nad poszczególnymi produktami: współpracę z przewodnikami, stosowanie spójności narracji języka uniwersalnego, kreowanie opowieści z perspektywy ludzi, biograficzne podejście do prezentacji obiektów, wykorzystanie narzędzi interpretacji, odwołanie do doświadczenia odbiorców i tworzenie produktów na bazie autentyczności miejsca i obiektów.

W maju 2014 r. została otwarta dla turystów Brama Poznania (Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego) – pierwsze w Polsce na tak wielką skalę centrum interpretacji dziedzictwa (heritage interpretation center). Nowa atrakcja turystyczna położona jest nad brzegami rzeki Cybiny, na zapleczu najstarszej części Poznania – Ostrowa Tumskiego. Miejsce to silnie związane jest z początkami miasta i państwa polskiego.

Niezwykłe bogactwo dziedzictwa kulturowego wyspy katedralnej, ale także jego „niemy, milczący charakter” niezrozumiały w przekazie dla turystów stały się inspiracją do działań podjętych w 2008 r.¹ na rzecz utworzenia centrum interpretacji. I. Tugas i in. [2005] definiują je jako miejsce, które „zapewnia gościom wgląd w krajobraz kulturowy danego obszaru (możliwość jego bezpośredniego doświadczenia), a jednocześnie pomoc w odpowiedzi na pojawiające się wówczas pytania: co sprawia, że obszar ten jest wyjątkowy i wart uwagi? [...] Centra interpretacji powstają, by pomagać i ułatwiać zwiedzającym zrozumienie danego obszaru, by podnosić świadomość jego wartości kulturowych” [Tugas i in. 2005, s. 31].

Brama Poznania jako centrum interpretacji dziedzictwa przygotowuje turystów do świadomego zwiedzania Ostrowa Tumskiego i zachęca do wizyty w jego historycznej przestrzeni. Służy temu przede wszystkim ekspozycja stała, ale także pozostałe formy działalności o charakterze turystycznym i edukacyjnym.

Niniejszy artykuł przedstawia metody, jakie zostały wykorzystane przy opracowaniu oferty turystycznej Bramy Poznania. Przez ofertę turystyczną rozumie się zestaw produktów realizowanych bezpośrednio w historycznej przestrzeni Ostrowa Tumskiego, opartych na animacji szeroko pojętych zasobów dziedzictwa kulturowego. Ich przygotowanie wymagało przede wszystkim bardzo dobrej znajomości historii wyspy katedralnej oraz jej wartości materialnych i niematerialnych. Na „warstwę” wiedzy o miejscu należało w kolejnym kroku nałożyć „warstwę” metod stosowanych w teorii interpretacji dziedzictwa. To pozwoliło na wyselekcjonowanie najciekawszych postaci, obiektów, miejsc, wydarzeń, które mogą najlepiej posłużyć realizacji zasad teorii. W ten sposób powstały niestandardowe produkty turystyczne, które stanowią nie tylko ofertę spędzenia wolnego czasu, ale atrakcję z wartością dodaną, starannie przemyślaną, prowokującą do aktywności intelektualnej, wywołującą emocje i niosącą odbiorcom konkretne przesłanie.

¹ Pomysł budowy centrum interpretacji powstał w Urzędzie Miasta (Wydział Rozwoju) w Biurze Programu „Trakt Królewsko-Cesarski w Poznaniu”, które w 2009 r. przekształciło się w miejską instytucję kultury Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT – obecnego operatora marek turystycznych: Brama Poznania oraz Trakt Królewsko-Cesarski.

Komentarza wymaga stosowanie w niniejszym artykule pojęcia „turysta” (odbiorca produktów turystycznych Bramy Poznania). Aby je zdefiniować, należy odwołać się najpierw do samej istoty turystyki kulturowej, którą K. Buczkowska [2014] określa jako „uczenie się, doświadczanie, poznawanie i poznanie, zdobywanie nowych informacji, zagłębianie się w czymś, koncentrowanie się na czymś, bycie aktywnym, dociekanie, uczestniczenie, osobiste wzbogacenie, »dotykanie«, chłonięcie wszystkimi zmysłami, zauważanie, docenianie, wchodzenie w interakcje, konfrontowanie itp.” [Buczkowska 2014, s. 84]. W tym względzie turystą jest każdy, kto angażuje się w wymienione aktywności. M. Kaźmierczak [2012] wspomina o celach i wartościach turystyki, zwracając uwagę na doświadczenia z nią związane, które dotyczą „odczuć, wrażeń i emocji, jakie się rodzą z kontaktu z naturą, innymi ludźmi, w odnalezionym dystansie do dnia codziennego, jak i cech otoczenia” [Kaźmierczak 2012, s. 12]. W kontekście przytoczonych cytatów, odwołujących się do istoty, celów i wartości turystyki, turystą staje się każda osoba, która angażuje się w wymienione aktywności, wzbogacając się tym samym o nowe doświadczenia.

Bogate zasoby dziedzictwa kulturowego Ostrowa Tumskiego oraz ich interpretacja dają nieograniczone możliwości w zakresie kreowania kolejnych, nowych odsłon oblicza wyspy katedralnej. Każde z nich może być zaskakujące, odkrywcze tak samo dla obcokrajowca, Polaka, Wielkopolanina, jak i poznaniaka, który wizytował Ostrów Tumski już kilka razy wcześniej. Wszyscy oni są „w podróży” i zmierzają na wyspę katedralną po to, by zmienić otoczenie, oderwać się od obowiązków dnia codziennego i doświadczyć czegoś nowego. Pod pojęciem „turysta” należy rozumieć także i mieszkańca Poznania, który poprzez uczestnictwo w projektach turystycznych na Ostrowie Tumskim wyraża chęć poznawania dziedzictwa kulturowego własnego miejsca zamieszkania.

O interpretacji dziedzictwa

Teoria interpretacji dziedzictwa, opracowana przez Freemana Tildena już w latach 50. XX wieku, w Polsce nadal nie jest powszechnie znana i stosowana. W opinii twórców idei Bramy Poznania jest ona najlepszym narzędziem umożliwiającym doświadczenie, zrozumienie, emocjonalne podejście i osobiste potraktowanie miejsca, jakim jest Ostrów Tumski.

Teoria interpretacji dziedzictwa jest szerokim i złożonym zagadnieniem, które samo w sobie nie stanowi przedmiotu szczegółowej analizy w niniejszym artykule. Ze względów praktycznych wymaga jednak kilku słów komentarza i prezentacji sześciu podstawowych składających się na nią zasad. Interpretacji dziedzictwa w polskiej literaturze wiele artykułów poświęcił Marek Nowacki. W praktyce w swej działalności teorię tę wykorzystuje Małopolski Instytut Kultury, który dzieli się swoimi doświadczeniami na specjalnej stronie www.muzeoblog.org.

F. Tilden [1957] określał interpretację dziedzictwa jako aktywność edukacyjną. W słowach tych jasno określona jest postawa odbiorców zaangażowanych w interpretację dziedzictwa oraz jej charakter. To innymi słowami czynne włączenie się w poznawanie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, a za ich pomocą pewnych zjawisk, procesów, które mają miejsce we współczesnym otaczającym nas świecie.

Interpretację należy rozumieć także jako sposób zarządzania treściami oraz ich umiejętną prezentację odbiorcom. „Po co? Dla kogo? W jakim kontekście? Jak to się ma do dzisiejszego świata? Dlaczego to ma zainteresować naszego odbiorcę? Jak (jeśli w ogóle) ma wpłynąć na jego postrzeganie samego siebie i świata, w którym żyje?” [Hajduk i in. 2013, s. 12].

Zasady teorii interpretacji zostały szczegółowo omówione w dziele F. Tildena *Interpreting our heritage*. Autor opracował sześć reguł opatrzonych szerokim komentarzem [Hajduk i in. 2013, s. 11, za: Tilden 1957]:

1. Interpretacja (to, co prezentowane, opisywane, wyjaśniane, opowiadane) powinna odnosić się do tego, co już znane odbiorcom, np. do osobistych doświadczeń zwiedzającego.
2. Interpretacja nie jest tylko informacją; interpretacja opiera się na informacjach, lecz jest skonstruowana w taki sposób, by zwiedzający mogli samodzielnie odkrywać fakty lub związki między zjawiskami.
3. Interpretowanie może czerpać z wielu dyscyplin naukowych oraz artystycznych.
4. Celem interpretacji jest „prowokowanie” – inspirowanie do samodzielnego myślenia – w przeciwieństwie do „instruowania” – edukowania jako przekazywania informacji.
5. Interpretacja stara się odnosić do życia człowieka jako całości, szuka takich ujęć tematu, dzięki którym można zrozumieć czy odkryć złożone, szerokie zjawiska związane z życiem człowieka, a nie tylko poznać rzeczy i ich właściwości.
6. Interpretacja skierowana do dzieci (osoby do ok. 12. roku życia) prowadzona jest w inny sposób niż interpretacja dla osób dorosłych.

Metoda: współpraca z przewodnikami

Przy opracowaniu oferty wycieczek niezwykle ważne jest odpowiednio wczesne zaangażowanie przewodników, którzy będą ją realizowali. Celem takiego działania jest włączenie ich do współpracy już na etapie tworzenia produktu. Wynika z tego wiele korzyści zarówno dla przewodników, jak i dla organizatora wycieczek. Przewodnicy uczestniczą w procesie opracowania scenariusza wycieczki: zapoznają się z jej ideą, stosowanymi metodami przewodnickimi, zasadami wyboru omawianych obiektów i zakresem prezentowanych treści. Wiedza i doświadczenie każdego z przewodników są w tym wypadku bardzo cenne. Każdy z nich może wnieść uwagi do budowanego scenariusza. W ten sposób przewodnicy mogą się identyfikować ze wspólnym dziełem i realizować go z pełnym przekonaniem. Wpływa to na odbiór wycieczki przez grupę, podnosi wiarygodność i autorytet przewodnika, co w konsekwencji przenosi się na stopień satysfakcji z usługi.

Jeszcze przed otwarciem Bramy Poznania rozpoczęła się seria spotkań dla przewodników, którzy mieli realizować wycieczki po przestrzeni Ostrowa Tumskiego. Szkolenie zorganizowane w okresie od stycznia do kwietnia (siedem spotkań) 2014 r. miało charakter teoretyczny i praktyczny. Cykl zajęć rozpoczął się od prezentacji raportu wyjściowego obejmującego ocenę potencjału turystycznego Ostrowa Tumskiego. Podczas kolejnych spotkań wskazano centrum interpretacji dziedzictwa jako miejsce przygotowujące do świadomego zwiedzania wyspy katedralnej, wypełniające lukę w ofercie turystycznej miasta. Wyjaśniono ideę funkcjonowania tego typu instytucji, zaprezentowano zasady interpretacji dziedzictwa zgodnie z regułami określonymi przez Freemana Tildena. Wskazano i scharakteryzowano docelowe grupy odbiorców Bramy Poznania oraz zaprezentowano planowaną ofertę programową instytucji. Omówiono wymagania współczesnego turysty w kontekście takich pojęć jak beletryzacja, *storytelling*. Zwrócono uwagę na znaczenie doświadczenia i poczucia autentyczności w odbiorze produktów turystycznych przez konsumentów.

Druga część szkolenia miała charakter praktyczny. Przewodnicy pracowali nad przykładowymi wycieczkami tematycznymi po Ostrowie Tumskim. Różnorodność prezentowanych zagadnień potwierdziła niezwykle duży potencjał dziedzictwa wyspy. W ramach warsztatów przygotowano także wycieczki dla różnych grup odbiorców, uwzględniając ich

zainteresowania, doświadczenia i oczekiwania, a także wykonano ćwiczenie na wywołanie szerokich skojarzeń z wybranymi obiektami wyspy katedralnej, które miało na celu wyjście poza ich standardowe postrzeganie, dostrzeżenie w nich ukrytego potencjału i głębszego znaczenia.

Przewodnicy otrzymali odpowiednio wcześniej materiały merytoryczne, niezbędne do opracowania scenariuszów wycieczek. Ich zadaniem była lektura artykułów dotyczących wybranych historycznych postaci i zabytków z Ostrowa Tumskiego. Celem nadrzędnym analizy tekstów była próba odpowiedzi na pytania: czy opisywane postaci odniosły w życiu sukces, a jeśli tak, to jaką metodą oraz czy zabytki wyspy katedralnej i ich dzieje mają uniwersalny charakter. Pytania stały się przyczynkiem do dyskusji, której efektem było opracowanie głównego zarysu scenariusza wycieczki.

Program szkolenia uwzględniał także spotkanie z trenerem omawiającym trudne sytuacje w zawodzie przewodnika. Na koniec dokonano analizy opracowanych scenariuszy dla dwóch ofert: „Przepis na sukces. Wycieczka słodko-gorzka” i „Jesteśmy w kontakcie. Wycieczka pod wysokim napięciem” oraz przeprowadzono wycieczki testowe.

Inną metodę współpracy z przewodnikami wykorzystano podczas organizacji tzw. Wielkiego Otwarcia Bramy Poznania². Wówczas ograniczono się tylko do jednego spotkania, objaśniającego ideę i zasady przedsięwzięcia, do którego zaproszono przewodników. Każdy z nich otrzymał zadanie, polegające na opracowaniu indywidualnych opowieści o dwóch obiektach z dziesięciu wskazanych na Ostrowie Tumskim. Zlecenie to miało określone ramy, w których przewodnik musiał ująć swoją narrację: konkretnie zadany temat, czas trwania wypowiedzi (do 7 minut) oraz ujęcie prezentacji z perspektywy człowieka, ludzi związanych z danymi obiektami. Przygotowane przez przewodników konspekty były w kolejnym etapie pracy konsultowane. Każdy z nich wskazał jednocześnie historyczną ikonografię, którą chciałby się posiłkować podczas narracji. Efektem współpracy była akcja pod hasłem „Bliskie spotkania”. Nie przyjęła ona formy standardowej wycieczki: spaceru przewodnika z grupą. Zorganizowano tzw. przewodnictwo stacjonarne. W dziesięciu wybranych punktach Ostrowa Tumskiego pojawili się przewodnicy animujący, prezentujący wybrany obiekt. To turysta decydował o wyborze trasy zwiedzania, obiektach i opowieściach, którymi jest zainteresowany.

Fot. 1 i 2. Akcja „Bliskie spotkania” i tzw. przewodnicy stacjonarni



Źródło: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT, fot. Ł. Gdak.

„Bliskie spotkania” umożliwiły kontakt nie tylko z obiektami Ostrowa Tumskiego, ale także z samym przewodnikiem. Była to zamierzona forma działania, która miała

² Impreza została zorganizowana w dniach 30 kwietnia – 4 maja 2014 r. W tym czasie Bramę Poznania i Ostrów Tumski odwiedziło ok. 10 000 osób.

doprowadzić do wytworzenia szczególnych relacji na płaszczyźnie przewodnik – turysta oraz turysta – obiekt zabytkowy. Każde ze spotkań jest przecież nacechowane różnego rodzaju emocjami. Akcja dała możliwość interakcji z odbiorcami, rozmów, wspomnień i ciekawych spostrzeżeń, które wzbogaciły doświadczenie dwóch kontaktujących się ze sobą stron: przewodników i turystów. To skuteczny sposób na budowanie pozytywnych relacji, zmniejszanie dystansu pomiędzy turystami a zabytkowymi obiektami. Nieocenioną rolę w tym względzie odgrywa przewodnik, jego osobowość, zaangażowanie, metody animacji i sposób opowieści. Dlatego właśnie w interpretacji dziedzictwa tak ważna jest współpraca z tą grupą zawodową.

Metoda: spójność narracji

Standardowa wycieczka po Ostrowie Tumskim zwyczajowo ogranicza się do prezentacji faktów, czasami ciekawostek i anegdot związanych z najważniejszymi atrakcjami miejsca: reliktyami palatium i kościołem NMP, katedrą z jej podziemiami (relikty archeologiczne) oraz Złotą Kaplicą. Przekazywane informacje nie mają nadrzędnego tematu i przesłania, lecz są zbiorem luźno połączonych myśli odwołujących się do tego, co w danej chwili prezentowane jest turystom.

Produkty turystyczne Bramy Poznania realizowane są wg ściśle opracowanego scenariusza. Każdy z nich ma określony temat i myśl przewodnią, dookoła której budowana jest cała zawartość merytoryczna produktu. Takie działanie pozwala na wprowadzenie dyscypliny myśli i słowa oraz spójność prezentowanych treści. Następuje selekcja informacji i wybór tylko tych, które wpisują się w omawiane podczas wycieczki zagadnienie. Daje to odbiorcom poczucie pewnego rodzaju bezpieczeństwa i sprawia, że potrafią się łatwiej odnaleźć, zrozumieć i przekonać do prezentowanego tematu.

Decyzja o selekcji informacji nie jest łatwym zadaniem, ponieważ z perspektywy twórcy, jak i realizatora produktu, mających świadomość wartości miejsca, które jest prezentowane, wszystko zawsze wydaje się ważne i istotne (!).

Spójność narracji buduje się nie tylko poprzez koncentrację na wybranym temacie, ale także wokół ściśle określonego przesłania. To właśnie ono – jak wykazały badania [Beck, Cable 1998] – zapada ludziom w pamięć, a nie fakty. Podczas wycieczki „Przepis na sukces” prezentowane postaci historyczne niosą przesłanie współcześnie żyjącym, udowadniając, że warto podjąć wyzwanie i walczyć o swoje, a sukces można osiągnąć różnymi metodami. W trakcie drugiej wycieczki „Jesteśmy w kontakcie” można się przekonać, że mamy wiele wspólnego z tym, co wydarzyło się w przeszłości oraz że mimo upływu czasu świat rządzi się stałymi prawami, a ludzie się nie zmienili.

O spójność narracji należy dbać nie tylko w obrębie jednego produktu. Każdy z nich, realizowany w oparciu o zasoby dziedzictwa kulturowego danego obszaru, powinien na swój sposób podkreślać jego wyjątkowe i charakterystyczne cechy. Poprzez efekt synergii wzmacnia się siłę przekazu w odniesieniu do prezentowanego miejsca.

Punktem wyjścia do opracowania kolejnych produktów turystycznych oferowanych przez Bramę Poznania była narracja ekspozycji głównej. W nawiązaniu do prezentowanych w niej treści produkty bazują na wątku działających na Ostrowie Tumskim ludzi, wyzwań, przed którymi stali, przeciwności losu, z którymi musieli się zmierzyć, wspólnego działania i sukcesu. Echo tych historii odnaleźć można nie tylko na wycieczce „Przepis na sukces”, ale także na tzw. kole ratunkowym³ prezentującym Ostrów Tumski oraz w grze miejskiej „Szachownica Tumska”.

³ „Koło ratunkowe” to podświetlany panel informacyjny realizowany zgodnie z Systemem Informacji Miejskiej w turystycznie atrakcyjnych obszarach Poznania. Zawiera treści w języku polskim, angielskim, niemieckim, a także zdjęcia i plan prezentowanego obszaru.

Fot. 3. Fragment okładki karty startowej do gry miejskiej „Szachownica Tumska”

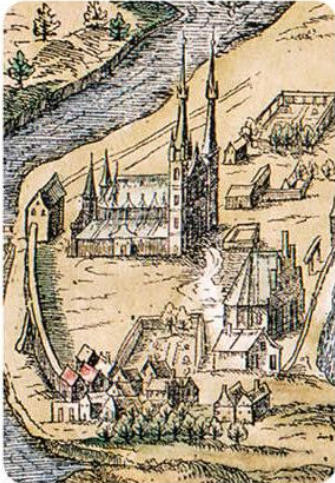
Źródło: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT.

Fot. 4. Fragment tekstu z tzw. koła ratunkowego na Ostrowie Tumskim



OSTRÓW TUMSKI

Na Ostrowie Tumskim przez kolejne wieki pojawiała się wiele charyzmatycznych postaci. Swoim działaniem zjednywali sobie zwolenników, potrafili motywować ich do współpracy i podejmowania kolejnych wyzwań. Skutecznie pokonywali swoich przeciwników, zyskując ich posłuch i szacunek. Być może źródłem ich siły i inspiracji był Ostrów Tumski? Może w tym właśnie miejscu dojrzewały ich najważniejsze myśli?



Ostrów Tumski w XVII wieku (1)

Myśl o państwie

Książę Mieszko I i król Bolesław Chrobry podjęli trud budowania państwa i angażowali w to przedsięwzięcie swoich poddanych. Wspólnie z nimi działali na rzecz bezpieczeństwa kraju i jego pomyślnego rozwoju. Właśnie dlatego w X wieku na Ostrowie Tumskim wzniesiono potężny gród, który bronił młodego państwa. Przełomowym momentem w jego organizacji była decyzja o przyjęciu przez Mieszka I chrześcijaństwa w 966 r. Wówczas Polska stała się równoprawnym członkiem łacińskiej Europy. W poznańskim grodzie powstało pierwsze na ziemiach polskich biskupstwo i katedra.

Myśl o potędze

W XIII wieku król Przemysław II wspólnie z możnowładcami i rycerstwem rozpoczął jednoczenie rozbitej na dzielnice Polski. Państwo weszło na nową drogę rozwoju i z czasem stało się jednym z najpotężniejszych królestw Europy. Kiedy przyszło mierzyć się z jego przeciwnikami, niezwykle pomocni okazali się poznańscy biskupi. Wielu z nich, jako wysłannicy króla, brało udział w misjach dyplomatycznych. O polskie interesy walczyli m.in. Andrzej z Bnina – z krzyżakami i Adam Konarski – z Habsburgami. Te niezwykle zasłużone dla kraju postaci, spoczywają w murach katedry.

Źródło: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT.

Metoda: opowieść językiem uniwersalnym

W procesie interpretacji dziedzictwa niezwykle ważna jest budowa przekazu z wykorzystaniem języka uniwersalnego. Komunikaty wyrażone za jego pomocą są powszechnie zrozumiałe przez różne grupy odbiorców i mają szeroki zasięg oddziaływania.

Operowanie językiem uniwersalnym w opowieści o dziedzictwie kulturowym nie jest łatwym zadaniem. Aby dokonać tego umiejętnie, należy najpierw przeprowadzić szczegółową analizę, która umożliwi dogłębne poznanie zasobów dziedzictwa. Dopiero wówczas dysponuje się wiedzą, która pozwala na wykonanie kolejnego, trudniejszego kroku, czyli syntezy. Na tym etapie prac trwa poszukiwanie odpowiedzi na pytanie: co w badanych zasobach dziedzictwa jest charakterystycznego, czy ich historię można skonstruować, ująć jednym hasłowym zdaniem.

Zdanie to powinno mieć charakter ponadczasowy. Oznacza to, że zawarta w nim treść mimo upływu czasu zachowuje swoją aktualność. Wartości, mechanizmy, zasady, prawdy: wiele z nich nie zmieniło się od wieków. Prezentacja historii w takiej perspektywie sprawia, że nawet to, co najbardziej odległe czasowo, staje się dla odbiorcy bliższe i zrozumiałe.

Hasło powinno być także ponadlokalne. Nie może być zabarwione regionalnym kontekstem, rozumiałym tylko dla wąskiej grupy odbiorców. Powinno być komunikatywne w przekazie dla odbiorców pochodzących z innych kultur lub stron świata. Lokalne dziedzictwo należy wykorzystać do omawiania globalnych trendów.

Zasada operowania językiem uniwersalnym została wprowadzona do dwóch wycieczek: „Jesteśmy w kontakcie” i „Przepis na sukces”. Przykładem jej zastosowania są opowieści o wybitnych dziełach sztuki z poznańskiej katedry – płytach Vischerowskich, które przewodnik prezentuje pod hasłem *Cenne obiekty są zawsze przedmiotem pożądania*, czy historia morderstwa ks. Masłowskiego, prezentowana pod hasłem *Zbrodnie wywołują zawsze społeczne poruszenie*. Uniwersalny wymiar mają też przepisy na sukces historycznych postaci, np. bpa Lubrańskiego (aby osiągnąć sukces, trzeba poszerzać horyzonty, poznać inne światopoglądy, kształcić się, być otwartym na świat) czy księżnej Dąbrowskiej (aby osiągnąć sukces, trzeba działać odważnie i czasami pójść na kompromis).

Metoda: opowieść z perspektywy ludzi

Prezentacja dziedzictwa kulturowego standardowo dotyczy wartości materialnych takich jak zabytki ruchome lub nieruchome. Koncentruje się w pierwszej kolejności na objaśnieniu turystom tego, co można zaobserwować dookoła. Wspomina się także o wartościach niematerialnych: legendach, zwyczajach czy historycznych wydarzeniach. Zazwyczaj jednak ginie w tej opowieści twórca i kreator dziedzictwa, czyli człowiek. To poprzednim pokoleniom zawdzięczamy fakt, że możemy spacerować dziś w wyjątkowych historycznych przestrzeniach z bogatymi tradycjami. To oni kształtowali to miejsce, którego dziedzicami jesteśmy my – współcześnie żyjące pokolenia.

Mówiąc o dziedzictwie, trzeba przywołać w pamięci turystów tych, którzy są jego autorami. Tych, których śladów nie można odnaleźć w materialnej, historycznej przestrzeni, którzy nie mają możliwości zabrania głosu, ale tworzą jej *genius loci* i są wciąż w niej obecni duchem. Trzeba dać im możliwość przemówić, tym bardziej, że jak uczy doświadczenie, nas samych interesują przecież najbardziej inni ludzie – ich doświadczenia i przeżycia. Ich głos, subiektywna, relatywna opowieść o przeszłości zaprezentowana z ich perspektywy, wywołuje większe zainteresowanie i emocje, zmniejsza dystans odbiorcy nawet do najbardziej odległych w czasie wydarzeń.

Taki sposób prezentacji dziedzictwa kulturowego zastosowano w audiowycieczkach⁴ po Ostrowie Tumskim. Powstały one na podstawie scenariusza, który zakładał, że „jedną z dróg ułatwiających pojęcie dziedzictwa (sensu largo) Ostrowa ma być przybliżenie losów postaci z miejscem tym związanych. Losów »wielkich postaci« oraz »zwykłych ludzi«. [...] Poznanie historii różnych osób i wykonywanych przez nie zawodów czy pełnionych funkcji z jednej strony da możliwość szerokiego oglądu postaw ludzkich czasem pozornie nieprzystających do naszego przekonania czy wiedzy na temat Ostrowa (wynikających m.in. z wrażenia, jakie miejsce to wywołuje współcześnie). Z drugiej zaś – da możliwość znalezienia cech wspólnych między nami, współczesnymi, a naszymi »przodkami« – ludźmi, którzy żyli w przeszłości i których losy oraz dokonania tak naprawdę wpłynęły na kształtowanie się naszej rzeczywistości, tego, co »tu i teraz«; ludzi, którzy pozostawili materialne lub/i niematerialne »świadectwo« swojego życia [...]. Turysta, jak już wspomniano, spacerując po Ostrowie Tumskim spotyka w konkretnych przestrzeniach historyczne, jak i fikcyjne postaci. Tworzą one wspólnie galerię bohaterów miejsca – niewidocznych, lecz nadal obecnych duchem w przestrzeni [...]. W przypadku Ostrowa Tumskiego – każda z postaci swoim życiem dołożyła swoją »cegielkę« do dziedzictwa, jakie współcześnie możemy tu odkrywać i z którego możemy korzystać” [Małolepszy, Młyńczak 2013, s. 6].

Podczas akcji Wielkiego Otwarcia Bramy Poznania w przestrzeni Ostrowa Tumskiego została zorganizowana wspomniana już akcja „Bliskie spotkania”. W rezultacie współpracy z przewodnikami opracowane zostały konspekty animacji wybranych obiektów. Każdy z nich ukazany został z perspektywy ludzi z nim związanych. W ten sposób powstały pewnego rodzaju opowiadania: żołnierzy pruskich strzegących bezpieczeństwa Twierdzy Poznań w Śluzie Katedralnej, znakomicie zorganizowanych kanoników zamieszkujących kanonie i zarządzających diecezją, postępowo myślących, otwartych na świat studentów Akademii Lubrańskiego, tworzących elitę państwową dworzan z palatium Mieszka I, rezydujących w psalterii chórzystów pielęgnujących tradycje muzyczne Ostrowa Tumskiego, budowniczych katedry, która była wyrazem ich dumy i ambicji, a także budowniczych powojennych dźwigających wielkim wysiłkiem kościół z ruiny, Mieszka I i Bolesława Chrobrego ze Złotej Kaplicy, tworzących zręby polskiej państwowości, Przemysła I oraz Przemysła II z Kaplicy Królewskiej, budujących potęgę Poznania oraz Królestwa Polskiego, a także biskupów poznańskich rezydujących w pałacu i podejmujących na przestrzeni wieków ważne decyzje polityczne wpływające na losy kraju. Zabytkowe obiekty nie stanowiły więc w tym wypadku głównego przedmiotu zainteresowania. Były tylko kanwą opowieści o ludziach z nimi związanych.

Na prezentacji osób koncentruje się także „Przepis na sukces. Wycieczka słodko-gorzka”. Podczas spaceru z przewodnikiem po Ostrowie Tumskim, turyści „spotykają” kolejnych bohaterów z różnych epok i stanów społecznych. Wśród nich jest archeolog Józef Kostrzewski (XX wiek), biskup Jan Lubrański (XV/ XVI wiek), księżna Dąbrówka (X wiek), książę Mieszko I (X wiek), magnat Łukasz Górka (XV/XVI wiek), biskup Teofil Wolicki (XIX wiek), król Przemysł II (XIII wiek) oraz arcybiskup Leon Przyłuski (XIX wiek).

Wycieczka jest opowieścią o ich działalności w kontekście wyzwań, przed którymi stanęli, krokami, które podjęli, aby osiągnąć sukces.

⁴ Audiowycieczka to forma słuchowiska prezentowanego za pomocą audioprzewodników, które prowadzą turystów po przestrzeni Ostrowa Tumskiego i katedry.

Fot. 5 i 6. Plansze z prezentacją postaci związanych z zabytkowymi obiektami Ostrowa Tumskiego. Akcja „Bliskie spotkania”



BLISKIE SPOTKANIA WIARIATY I KANONIE



**To my zarządzamy katedralną wyspą i diecezją.
Musimy być dobrze zorganizowani.**

Wyspa katedralna – samodzielne miasto biskupie i diecezja – olbrzymi obszar wymagają sprawnego zarządzania.

Kanonicy i wikariusze to grupa przyboczna biskupa, która wspiera go w administrowaniu podległym obszarem.



BLISKIE SPOTKANIA NAWA GŁÓWNA KATEDRY



**To my po wojnie podnosimy z ruin katedrę.
Wymagało to od nas wiele poświęcenia.**

Po II wojnie światowej Polska i Poznań są w wielkiej ruinie. Rozpoczyna się akcja odbudowy zabytków i narodowej tożsamości.
W odbudowie katedry poznańskiej – symbolu początków państwa – uczestniczy społeczeństwo.

Źródło: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT.

Metoda: biografia rzeczy, zwrot do rzeczy

Oferta turystyczna Bramy Poznania bazuje w dużym stopniu na animacji zabytkowych przedmiotów zgromadzonych w przestrzeni Ostrowa Tumskiego. Prezentacji i interpretacji poddawane są nie tylko spektakularne i znane obiekty, lecz także te niepozorne, pomijane podczas pobieżnego zwiedzania, czasami nawet te trudno zauważalne. Każdy z nich ma ciekawą przeszłość. Ich obecność na Ostrowie Tumskim nie jest przypadkowa.

W opowieści o zabytkowych obiektach zastosowano jednak podmiotowe, a nie przedmiotowe podejście, co wpisuje się w humanistyczny trend nazwany „biografią rzeczy” [Kobiąłka 2008]. W tym znaczeniu „rzeczy mają walor socjalizujący; cementują relacje międzyludzkie; przykuwają ludzi do konkretnego miejsca. Rzeczy mają także zdolności performatywne i integracyjne; współtworzą społeczność. Rzeczy nie są biernymi przedmiotami użytkowymi, lecz aktywnymi aktorami życia; rzeczy nie tylko są, lecz także działają [...] Pracując nad biografią jakiejś rzeczy, można stawiać pytania podobne do tych, jakie stawiamy, pytając o ludzi” [Domańska 2008, s. 40], np. o etapy życia i wydarzenia, które je ukształtowały.

Biorąc pod uwagę podmiotowe podejście do rzeczy, powstał scenariusz „Dzieło pod lupą. Wycieczka detaliczna”. Prezentowane podczas niej zabytkowe obiekty mają walor integracyjny: skupiają w sobie pracę dziesiątek, setek ludzkich rąk i myśli, łączących się w akcie twórczym. Przykładem jest opowieść o obrazie *Wjazd św. Marcina do Amiens*. To dzieło pracy wielu osób, począwszy od drwała, który ściał drzewo na deski, osób, które utkały płótno, malarza, który stworzył obraz, aż po współczesnych konserwatorów, którzy uratowali go przed zniszczeniem.

Jak wynika z obserwacji, szczególne zainteresowanie odbiorców budzi proces tworzenia dzieła. Podczas wycieczki prezentowana jest zatem „technologia” jego powstawania. Na tym jednak historia dzieła się nie kończy. Dalsze etapy jego „życia” bywają nie mniej ciekawe, jak w przypadku nagrobka biskupa Benedykta Izdbieńskiego, który został rozebrany, przeniesiony w inne miejsce, źle złożony, czego efekty można obserwować współcześnie.

Fot. 7 i 8. Prezentacja obrazu *Wjazd św. Marcina do Amiens* oraz nagrobka bpa Benedykta Izdbieńskiego. „Dzieło pod lupą. Wycieczka detaliczna”



Źródło: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT, fot. B. Małolepszy.

Podmiotowe podejście do zabytkowych obiektów zmienia do nich stosunek uczestników wycieczki. Przedmiot „wyjęty” z natłoku otaczających zabytków, „wzięty pod lupę”, [przecinek] przedstawiony jest detalicznie. Skupia uwagę odbiorcy wyłącznie na sobie, traktowany jest jako świadek przeszłości ze swoją indywidualną ciekawą historią, podziwiany jest jako efekt trudnych prac wielu utalentowanych ludzi. Zamyśl takiej formy prezentacji zmierza do jednego celu zgodnego z teorią interpretacji: ma wzbudzić u odbiorcy świadomość wartości i poszanowanie wobec dziedzictwa.

Metoda: wykorzystanie narzędzi interpretacji

Realizowane projekty turystyczne bazowały nie tylko na szczegółowym scenariuszu, ale także na narzędziach wspomagających interpretację. Dzięki nim łatwiej wytłumaczyć poruszaną problematykę. Ułatwiają odbiorcom zrozumienie, wpływają na ich wyobraźnię oraz, co bardzo ważne, na atrakcyjność przekazu.

Głównym narzędziem wspomagającym interpretację w przypadku wycieczki „Jesteśmy w kontakcie” są białe bawełniane rękawiczki. Rozdawane na początku spotkania przez przewodnika wszystkim uczestnikom, stanowią jednocześnie formę turystycznego upominku. Dzięki rękawiczkom turyści mogą poczuć się jak muzealnik lub archiwista, który bierze w dłonie cenne obiekty. Grupa rusza na spacer, w którego trakcie dotyka w rękawiczkach oryginalnych zabytków lub ich kopii w różnych punktach Ostrowa Tumskiego i katedry. Turyści podczas wycieczki mają okazję m.in. otwierać i zamykać zabytkowe wrota Śluzu Katedralnej, przeglądać przedruki starych gazet, dotykać dołków pokutnych w ścianie kościoła NMP, śladów palców budowniczych w średniowiecznych ceglach, brązowej płyty nagrobnej Łukasza Górki czy marmurowej bpa Jana Lubrańskiego. Ostrów Tumski podczas wycieczki ukazany jest jako otwarte muzeum, w którym wybrane zabytki są na wyciągnięcie ręki. Interpretacja realizowana jest więc nie tylko słowem, ale także zmysłem dotyku, co wpływa na percepcję odbiorcy.

Białe rękawiczki są przemyślanym narzędziem interpretacji i realizują podczas wycieczki dwa kluczowe cele. Pierwszym z nich jest aktywizacja uczestników. Z obserwacji wynika, że grupa z upływem czasu coraz chętniej angażuje się w akcję dotykania poszczególnych obiektów i robi to z dużą satysfakcją. Drugim celem jest wywołanie emocji powstających w rezultacie bezpośredniego obcowania z zabytkami. Zgodnie z opinią turystów, wyrażoną w przeprowadzonych ankietach⁵, rękawiczki dały im poczucie, że dotykają czegoś cennego i pozwoliły im „poczuć” historię.

Fot. 9 i 10. Aktywizacja uczestników wycieczki z wykorzystaniem białych rękawiczek



Źródło: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT, fot. Ł. Gdak.

Kolejnym narzędziem interpretacji są tzw. karty postaci wykorzystywane podczas wycieczki „Przepis na sukces”. Widnieją na nich wizerunki bohaterów prezentowanych w poszczególnych punktach Ostrowa Tumskiego i katedry. Uczestnicy na początku wycieczki otrzymują karty z postaciami. Każda z nich jest dwustronna. Oprócz wizerunku bohatera prezentuje w skrócie wybraną historię z jego życia, pewnego rodzaju dylemat, z którym musiał się zmierzyć. Właściciel karty odczytuje zapisane na niej treści na głos, w tym także

⁵ Ankiety zostały przeprowadzone podczas tzw. wycieczek testowych, realizowanych w maju 2014 r., po otwarciu Bramy Poznania. Badaniom i ocenie poddane zostały dwie wycieczki: „Przepis na sukces. Wycieczka słodko-gorzka” oraz „Jesteśmy w kontakcie. Wycieczka pod wysokim napięciem”. Kwestionariusz ankiety stanowi załącznik do niniejszego artykułu.

podane trzy możliwe odpowiedzi, będące propozycją rozwiązania problemu. Podejście takie pozwala turystom wczuć się w rolę bohatera i prowokuje do myślenia, wywołuje interakcję i dyskusję wśród pozostałych uczestników wycieczki (jak ja zachowałbym się na jego miejscu?). Prezentowany dylemat jest przedmiotem narracji przewodnika. Z niej wynika konkluzja zaprezentowana na drugiej stronie karty, która jest istotą całej opowieści. To „przepis na sukces” – krótkie, konkretne zdanie tłumaczące, w jaki sposób dany bohater rozwiązał swój dylemat i osiągnął zamierzony cel. Przepisy poszczególnych postaci i metody przez nich stosowane mają uniwersalny, ponadczasowy charakter, stanowiąc jednocześnie wskazówkę dla współczesnego odbiorcy, jak radzić sobie w różnych sytuacjach życiowych.

Fot. 11 i 12. Aktywizacja uczestników wycieczki przy pomocy tzw. kart postaci



Źródło: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT, fot. Ł. Gdak.

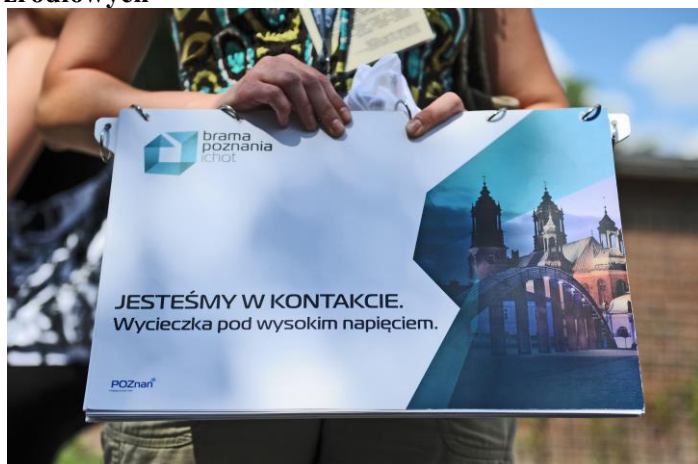
Częstym narzędziem wykorzystywanym w projektach turystycznych są tzw. albumy, na które składają się opracowane graficznie plansze o różnych treściach, prezentowane podczas wycieczki uczestnikom. Wśród nich znajdują się np. wizerunki omawianych postaci, wizualizacje nieistniejących obiektów, zestawienia porównawcze panoram podkreślające zmiany w krajobrazie, przedruki z gazet, obrazy upamiętniające określone wydarzenia, stare zdjęcia, cytaty z tekstów źródłowych.

Albumy wykorzystywane są podczas wycieczek „Jesteśmy w kontakcie” oraz „Przepis na sukces”. W użyciu były także podczas akcji „Bliskie spotkania” w czasie Wielkiego Otwarcia Bramy Poznania.

Szerzej o warsztacie pracy przewodnika oraz narzędziach, które warto wykorzystać w procesie interpretacji dziedzictwa, wspomina w swej ostatniej publikacji Armin Mikos von Rohrscheidt [2014].

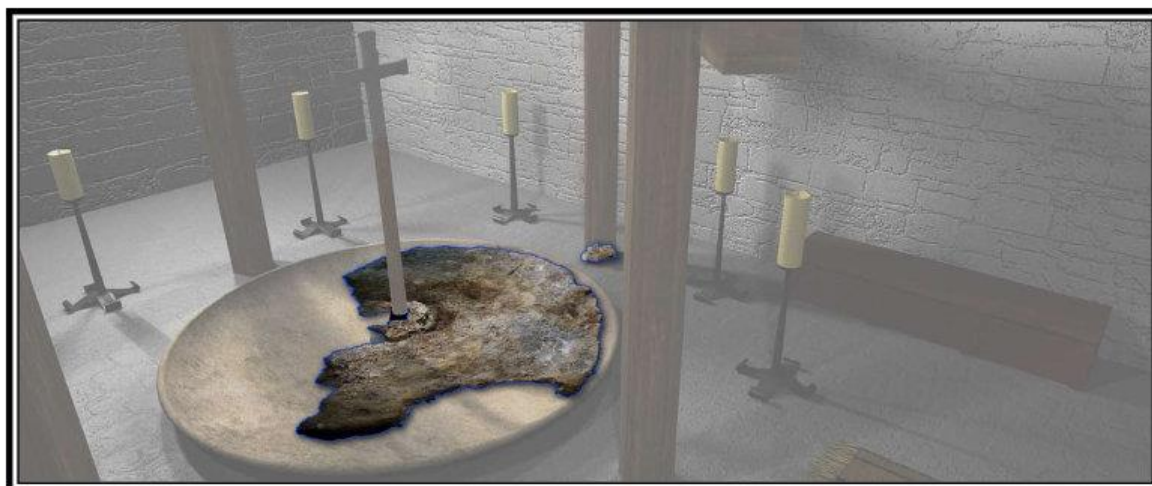
Narzędzia interpretacji pojawiają się także w przestrzeni Ostrowa Tumskiego w postaci zamontowanych na stałe tablic poświęconych różnym obiektom i tematom. Każdorazowo ich rozmieszczenie konsultowane jest z Miejskim Konserwatorem Zabytków w trosce o ochronę zabytkowej substancji i walorów krajobrazu kulturowego oraz ze specjalistami z dziedziny historii i archeologii. Tablice pojawiają się w strategicznych miejscach, w których turyści w szczególności potrzebują wsparcia interpretacyjnego. W katedrze to podziemia z tablicami objaśniającymi relikty archeologiczne, a także kruchta i wieża północna z tablicami wizualizującymi poznański gród oraz prezentującymi katedralne znaleziska archeologiczne. Przy kościele NMP zlokalizowano tablicę z wizualizacją palatium, a przy wejściu na Ostrów Tumski tzw. koło ratunkowe – panel informacyjny z mapą atrakcji. Na współczesną siatkę ulic naniesiono zasięg grodu i podgrodzi z X wieku, aby uzmysławić turystom rozmiary ówczesnego Poznania.

Fot. 13 i 14. Wykorzystanie podczas wycieczki albumów z ikonografią i cytatami z tekstów źródłowych



Źródło: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT, fot. Ł. Gdak.

Fot. 15 Tablica objaśniająca relikty archeologiczne w podziemiach katedry



BAPTISTERIUM

Wklęsła misa z zaprawy wapiennej z otworem pośrodku, znajdowała się pierwotnie w budynku zwanym baptysterium. Był to basen chrzcielny przystosowany do uroczystego obrzędu chrztu osób dorosłych. Pośrodku stawiano krzyż lub zapaloną świecę. Obnażony katechumen wchodził do basenu, a biskup lub kapłan trzykrotnie polewał mu głowę i barki, wypowiadając formułę chrztu. Taki obrzęd, powszechny w początkach chrześcijaństwa, praktykowano jeszcze w późniejszych wiekach na terenach misyjnych.

THE BAPTISTERY

This concave lime mortar basin with a central opening was originally placed in a building called the baptistery. It served as a christening basin designed for an official baptismal ceremony for adults. A cross or a lit candle were placed in the center. A bared neophyte (novice) would enter the pool upon which a bishop or a priest would pour water three times over his head and shoulders while uttering the baptismal chant. Common in early Christianity, this ceremony was continued over subsequent centuries in mission territories.

DAS BAPTISTERIUM

Die gewölbte Schale aus Kalkmörtel mit einer Öffnung in der Mitte befand sich ursprünglich in dem Gebäude, das als Baptisterium (Taufkapelle) bezeichnet wird. Es bestand aus einem Taufbecken, das zur feierlichen Taufe von Erwachsenen diente. In der Mitte wurde ein Kreuz aufgestellt oder eine Kerze entzündet. Der Täufling entkleidete sich und begab sich in das Becken, und der Bischof oder Priester begoß ihm dreimal Kopf und Schultern und sprach die Taufformel. Dieser Ritus war in den Anfängen des Christentums allgemein gebräuchlich und wurde später in zu missionierenden Gegenden gefeiert.

Wizualizacja: Piotr Walichnowski

Źródło: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT, opr. Time Machine.

Fot. 16 Tablica z wizualizacją palatium książęcego przy kościele NMP



Źródło: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT, opr. Time Machine.

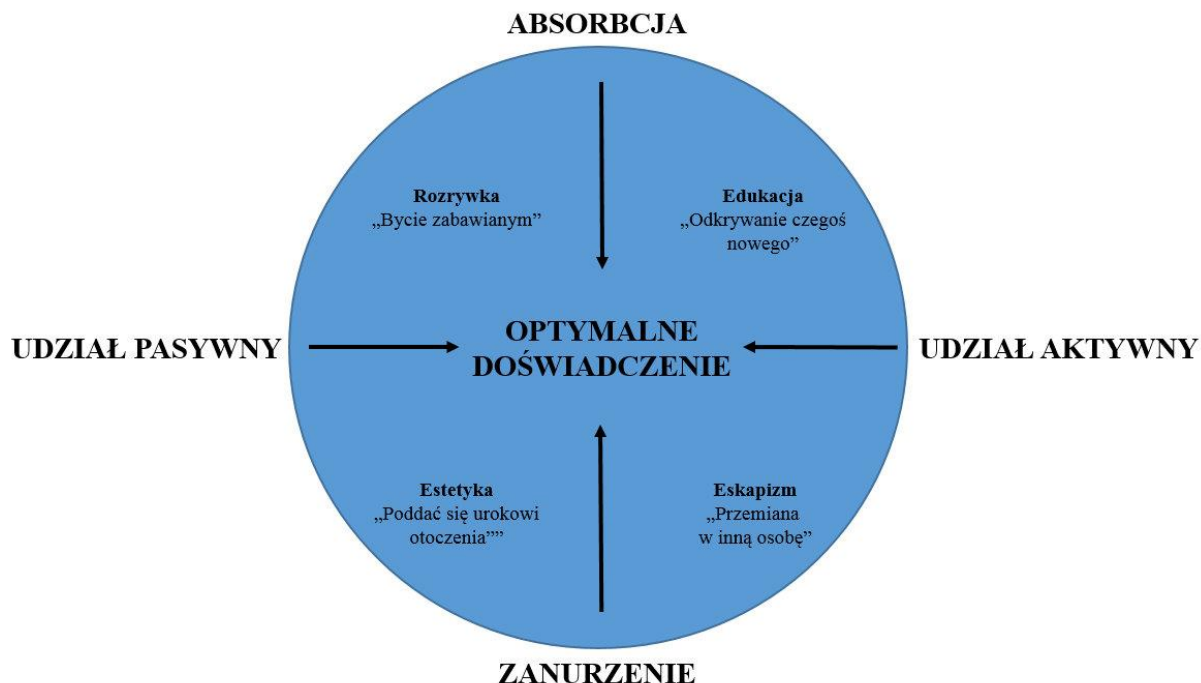
Metoda: odwołanie do doświadczeń

Pierwsza zasada Freemana Tildena mówi o tym, że interpretacja dziedzictwa (to, co prezentowane, opisywane, opowiadane) powinna odnosić się do tego, co już znane odbiorcom, np. do ich doświadczeń. Mowa tu o doświadczeniach bardzo osobistych, związanych z wewnętrznymi przeżyciami, uczuciami, emocjami, jak i doświadczeniach o charakterze powszechnym, powszednim, związanych z codziennym trybem życia. Jak się okazuje, postaci z przeszłości doświadczały podobnie jak i my dziś różnych sytuacji, przeżywając je w podobny sposób. Opowieść o ludziach i wydarzeniach w takim ujęciu pozwala turystom spojrzeć na nie z własnej perspektywy. Dzięki temu można łatwiej dotrzeć do świadomości turystów. Wg teorii uczenia się Neissera [1976] „wewnętrzne schematy myślowe, wykształcone w efekcie różnorodnych doświadczeń, decydują o przyjmowanych informacjach, a także są w ich efekcie modyfikowane” [Nowacki 2005, s. 69].

W tym względzie interpretacja dziedzictwa jest trudną sztuką umiejętnego zestawienia, porównania świata przeszłego i współczesnego poprzez szukanie analogii w sytuacjach życiowych, relacjach międzyludzkich, zjawiskach czy wydarzeniach. Przykładem jest bezpośrednie odniesienie sytuacji mieszkańców XIX-wiecznego Poznania, którzy musieli opanować zasady korzystania z wprowadzonej do miasta nowoczesnej komunikacji tramwajowej, z dzisiejszymi podobnymi wyzwaniami, jakie stawiają nam kolejne osiągnięcia techniki. Tak jak ponad sto lat temu, tak i dziś determinują one i wpływają na nasze życie.

Podobny zabieg porównania doświadczeń stosowany jest podczas opowieści o archeologu Józefie Kostrzewskim. To przykład osoby, której marzenia, dążenia i próby przekonania otoczenia o własnej racji długo nie mogły znaleźć zrozumienia. Takie przypadki zdarzają się także i współcześnie żyjącym.

Współczesne trendy w turystyce to „chęć wspólnego przeżywania, uczestnictwa, doświadczenia, nie tylko oglądania rzeczywistości” [Kozak 2009, s. 107]. W odpowiedzi na tę potrzebę produkt turystyczny powinien kreować takie doświadczenia, które głęboko zapadają w pamięć. Ma to ścisły związek z teorią ekonomii doświadczeń [Pine, Gilmore 1999].

Ryc. 1. Cztery sfery doświadczenia zgodnie z teorią ekonomii doświadczeń

Źródło: Pine B., Gilmore J. (1999): *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*, Harvard Business School Press.

Sfery doświadczenia ukazane są w dwóch wymiarach. „Pierwszy wymiar określa poziom aktywności podczas zwiedzania, który może przybrać wartości od całkowicie pasywnego do bardzo aktywnego” [Nowacki 2011].

Z postawą pasywną, bierną związane są pojęcia „estetyki”, czyli czerpania przyjemności z przebywania w niezwykłym, harmonijnym otoczeniu oraz „rozrywki”, czyli obserwacji tego, co się dzieje dookoła.

Taką formę doświadczenia proponują audiowycieczki. Prowadzą one turystów po historycznej przestrzeni Ostrowa Tumskiego i katedry, wskazując najciekawsze miejsca, największe atrakcje, czyniąc jednocześnie słuchacza uczestnikiem spektaklu – słuchowiska. „Aktorami” są tu zabytki katedralnej wyspy, ale także postaci historyczne i fikcyjne. Nagrania w audiowycieczkach są animowane dźwiękami i różnymi głosami lektorskimi, zwiększając atrakcyjność odbioru.

Postawa aktywna odbiorcy związana jest z eskapizmem, czyli próbą ucieczki od codziennej rzeczywistości. Taką możliwość daje w pewnej mierze wycieczka „Przepis na sukces”, w czasie której turyści wcielają się w role historycznych postaci. Muszą postawić się na miejscu omawianego bohatera, utożsamić się z nim, zastanawiając się nad podjęciem właściwego kroku w określonej sytuacji. Podczas wycieczki „Jesteśmy w kontakcie” turyści wcielają się w rolę odkrywcy, badacza, samodzielnie i namacalnie doświadczając historii poprzez kontakt z zabytkiem.

Inną formą aktywności turystycznej jest edukacja. W przypadku interpretacji dziedzictwa rozumiana jest ona nie jako przekaz informacji, ale kształtowanie tzw. kompetencji kluczowych. To „połączenie wiedzy, umiejętności i postaw odpowiednich do sytuacji. Kompetencje kluczowe to te, których wszystkie osoby potrzebują do samorealizacji i rozwoju osobistego” [Europejskie Ramy Odniesienia 2007, s. 7]. Do kompetencji tych należy świadomość kulturalna, czyli „docenianie znaczenia twórczego wyrażania idei, doświadczeń i uczuć za pośrednictwem szeregu środków wyrazu, w tym muzyki, sztuk teatralnych, literatury i sztuk wizualnych. Wiedza kulturalna obejmuje świadomość lokalnego, narodowego i europejskiego dziedzictwa kulturalnego oraz jego

miejsca w świecie. Obejmuje ona podstawową znajomość najważniejszych dzieł kultury, w tym współczesnej kultury popularnej. Niezbędne jest rozumienie kulturowej i językowej różnorodności w Europie i w innych regionach świata oraz konieczności jej zachowania, a także zrozumienie znaczenia czynników estetycznych w życiu codziennym” [Europejskie Ramy Odniesienia 2007, s. 16].

Drugi wymiar określa rodzaj relacji łączącej turystę z miejscami i wydarzeniami [Nowacki 2011]. Może być to absorpcja, czyli pochłonięcie, przykuwanie uwagi (z którą związane są rozrywka i edukacja) lub immersja, czyli całkowite zanurzenie się, poczucie jedności z tym, co dzieje się dookoła (estetyka, eskapizm).

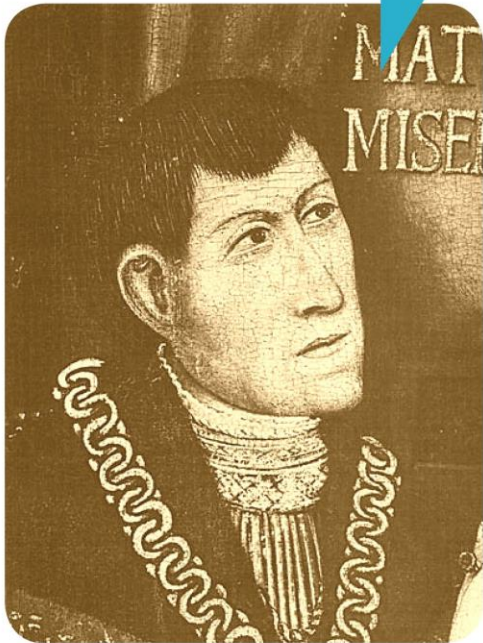
Fot. 17 i 18. Karty umożliwiające turystom wcielanie się w role historycznych postaci



ŁUKASZ II GÓRKA

I JEGO DYLEMAT

Osiągnąłem już najwyższe stanowiska w administracji króla Zygmunta Starego. Pracowałem jako jego dyplomata, biorąc udział w poselstwach zagranicznych. Tu w Wielkopolsce i w Poznaniu sprawowałem władzę w imieniu króla. Kiedy dzieci podrosły i zostałem wdowcem, zastanawiałem się nad dalszym sposobem na życie:



A. Czy przeprowadzić się do Krakowa? Tam mogę spokojnie żyć na dworze królewskim na Wawelu.
 B. Czy zostać biskupem? Tej godności jeszcze nie piastowałem!
 C. Czy zażądać od króla nowej godności stanowiska? To spełni moje ambicje.



JAN LUBRAŃSKI

I JEGO DYLEMAT

Poglądy na świat i życie, które wyniosłem z Akademii Krakowskiej, tu w Italii uważa się już za przestarzałe! Tutejsi humaniści twierdzą, że w życiu ważniejsze jest to, co ludzkie, a nie to, co Boskie. Dla nich liczy się przede wszystkim człowiek, jego szczęście, godność i rozwój. Zainterесowało mnie to nowe spojrzenie na świat, dlatego:



A. Pozostanę na dłużej w Italii, bo w Polsce te poglądy są jeszcze zbyt kontrowersyjne.
 B. Wróć do kraju. Tam czeka mnie kariera w kancelarii króla. Będę próbował zainteresować dwór poglądami humanistów.
 C. Próbuję przekonać władze uniwersytetu w Krakowie, aby jak najszybciej zmieniły program nauczania. Teraz na czasie jest humanizm!

Źródło: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT

Konkluzją dla rozważań o znaczeniu doświadczenia jest stwierdzenie, że „osiągnięcie najlepszych efektów, przez co należy rozumieć zadowolenie turysty, zależy od formy i poziomu jego zaangażowania w ofertę produktową (wydarzenie)” [Kozak 2009, s. 109].

Metoda: bazowanie na autentyczności

W kontrze do świata wirtualnego oraz procesu disneylandyzacji pojawia się trend potrzeby obcowania z tym, co oryginalne i autentyczne. To wartość sama w sobie, która może stać się źródłem dodatkowych przeżyć. „Autentyczność może mieć co najmniej trzy istotne dla turystyki znaczenia, na których można budować ofertę i programy rozwojowe” [Kozak 2009, s. 106]:

- **Autentyczność obiektywna** (weryfikowalna autentyczność oryginału).

To autentyczność określona naukowymi metodami badawczymi przez profesjonalistów. W przypadku Ostrowa Tumskiego mówimy przede wszystkim o autentyczności obszaru jako całości historycznej przestrzeni. To miejsce o ponad tysiącletniej tradycji, będące areną ważnych wydarzeń oraz działań znanych postaci. Tu nakładają się na siebie warstwy kulturowe następujących po sobie epok, będących świadkiem pracy kolejnych pokoleń. Ostrów Tumski ze swym bogatym dziedzictwem nie stał się rezerwatem, lecz żywą przestrzenią, którą współtworzy współczesne pokolenie. Jest to przestrzeń otwarta, żywa, z dopuszczoną swobodną penetracją turystyczną. Turyści mogą się w tej autentyczności zanurzyć, doświadczając jej, i być jej częścią.

Ostrów Tumski bogaty jest w autentyczne obiekty świadczące o wyjątkowej historii. Zlokalizowane in situ, nie są wyrwane z kontekstu i umieszczone w przestrzeni muzealnej, lecz osadzone w swoim naturalnym otoczeniu. To świadkowie przeszłości, będący wyrazem idei, myśli, trendów minionych epok.

Do tej autentyczności odwołuje się idea Bramy Poznania. Jako centrum interpretacji dziedzictwa, poprzez ekspozycję zachęca do kontynuowania zwiedzania historycznej przestrzeni. Realizowane w niej przedsięwzięcia turystyczne, bazują na autentycznych obiektach, które stają się przedmiotem interpretacji.

- **Autentyczność konstruktywna** (nadawana miejscom i przedmiotom, sugerowana, symboliczna).

„Poczucie autentyczności zależy od samego turysty i jego rozumienia autentyczności, jego doświadczenia i interpretacji artefaktów” [Nowacki 2010, s. 11]. Jeżeli turysta uzna coś za autentyczne, to w jego opinii pozostanie nim bez względu na opinie ekspertów i ich argumentację. Autentyczność niektórych obiektów na Ostrowie Tumskim jest ciągłym tematem dyskusji. W tym wypadku bardzo ważny jest sposób ich interpretacji. Najważniejsza jest zawsze rzetelna informacja, która tłumaczy wątpliwości związane z autentycznością, przedstawienie argumentów za i przeciw. Klasycznym przykładem może być katedra poznańska. Mimo że stoi w tym samym miejscu od ponad tysiąca lat, nie można nazwać jej autentycznym obiektem z okresu początków państwa polskiego czy nawet z epoki średniowiecza. Przez kolejne wieki zmieniała wygląd, całkowicie ulegając przebudowie po 1945 r., stając się w pewnym sensie wytworem współczesnej kultury. Pozostaje jednak autentycznym świadkiem powojennej akcji odbudowy zabytków, przeprowadzonej w kraju na wielką skalę. Jest efektem prac ówczesnych pokoleń, które z determinacją i zapałem podjęły się trudu dźwignięcia z ruin wyjątkowego obiektu, związanego bezpośrednio z dziejami miasta i państwa. W tym ujęciu katedra była prezentowana podczas akcji „Bliskie spotkania”.

Z podobnym problemem spotkać można się przy prezentacji i interpretacji innych obiektów z Ostrowa Tumskiego: domniemanej misy chrzcielnej w kontekście pytania

o jej faktyczną funkcję i miejsce chrztu Mieszka I oraz miecza św. Piotra w kontekście jego pochodzenia i okresu powstania.

Scenariusz interpretacji obiektów w przypadku wątpliwości co do ich autentyczności powinien uwzględniać różne punkty widzenia, a nie narzucać „jednej, słusznej” prawdy. Dzięki temu prowokuje się turystów do myślenia, co jest jedną z fundamentalnych zasad interpretacji. W takich przypadkach kwestia uznania czegoś za autentyczne jest indywidualną decyzją turysty, efektem jego relacji, osobistego podejścia do prezentowanego zagadnienia.

- **Autentyczność egzystencjalna** (pewien styl bycia wyzwolony przez aktywność turystyczną).

Ten rodzaj autentyczności związany jest z doświadczeniami turysty doznawanymi podczas zwiedzania. Doświadczenie optymalne, określane z angielskiego jako *flow*⁶ [Csikszentmihalyi 1996], czyli przepływ, charakteryzuje się niezwykłym ożywieniem, zaangażowaniem, poczuciem głębokiego zadowolenia. Dzięki obserwacjom turystów oraz przeprowadzonym ankietom można stwierdzić, że doświadczenie takie pojawia się podczas wycieczki „Jesteśmy w kontakcie”. Ciekawym przykładem jest postój w kaplicy św. Trójcy, gdzie mowa jest o akcji budowy gotyckiej katedry. Przewodnik zaczyna od opowieści o wielkim zaangażowaniu społecznym przy wznoszeniu świątyni. Następnie proponuje turystom samodzielne poszukiwanie śladów pozostawionych przez budowniczych. Całość kończy się zaskakującym dla wszystkich odkryciem, że śladem tym jest kilkadziesiąt odcisków palców pozostawionych w ceglach. Każdy uczestnik wycieczki może ich dotknąć. W procesie tym mamy do czynienia z ekscytacją, odkryciem, zaskoczeniem, które wyrażają się w opiniach ankietowanych: „Poczułam kontakt z ludźmi z tamtych czasów”, „Miałam w rękę 1000 lat historii swojego kraju”, „Czułam podekscytowanie, że dotykam śladów ludzi pozostawionych w dawnych latach”.

Metoda: docenić, uszanować i ochronić

Jacques Cousteau powiedział, że „ludzie chronią tylko to, co naprawdę kochają”. Sedno i cel interpretacji jest właśnie taki, aby poprzez różne formy działalności stworzyć emocjonalną relację, więź z dziedzictwem, wpłynąć na postawę odbiorców. To, co dotychczas było nieznane i całkowicie im obojętne, może stać się przedmiotem szczególnej troski, zainteresowania i dumy.

Interpretacja dziedzictwa jest procesem, którego początek ma miejsce podczas korzystania z wyżej wymienionych produktów turystycznych. Wszystko, co dzieje się później, jest wypadkową tego, co przeżyło się na miejscu i w jakim stopniu zakorzeniło się w odbiorcach w postaci wszelkiego rodzaju myśli, uczuć i emocji. Co więcej, proces ten raz rozpoczęty nigdy nie powinien się zakończyć. Jego pierwszym etapem jest edukacja odbiorców, która wpływa na ich świadomość wartości dziedzictwa kulturowego. Tylko wówczas mogą zdać sobie sprawę z jego wyjątkowego charakteru. Proces staje się dojrzały, kiedy odbiorca poczuje się spadkobiercą dziedzictwa i ze względu na szacunek do niego podejmie się jego ochrony dla przyszłych pokoleń.

⁶ [...] poczucie, że nasze umiejętności są odpowiednie do stawienia czoła bieżącym wyzwaniom w kierowaniu celami i określonym zasadami systemie, który daje jasne informacje dotyczące jakości naszych działań. Stan koncentracji jest tak intensywny, że nie jesteśmy w stanie myśleć o czymkolwiek innym ani martwić się naszymi problemami. Znika samoświadomość, a poczucie czasu ulega zachwianiu. Czynność, która daje takie doświadczenia, jest tak zadowalająca, że ludzie chcą wykonywać ją dla niej samej, nie zważając na to, co mogą dzięki niej osiągnąć, nawet jeżeli jest trudna lub niebezpieczna” (Nowacki 2013: 23 za Csikszentmihalyi 1996).

Bibliografia:

- Beck L., Cable T., 1998, *Interpretation for 21st century. Fifteen guiding principles for interpreting nature and culture*, Sagamore Publishing, Champaign, IL.
- Buczkowska K., 2014, *Portret współczesnego turysty kulturowego*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań.
- Domańska E., 2008, *Problemy rzeczy we współczesnej archeologii* [w:] *Rzeczy i ludzie. Humanistyka wobec materialności*, red. J. Kowalewski, W. Piasek, M. Śliwa, Instytut Filozofii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego. Olsztyn.
- Hajduk J., Piekarska-Duraj Ł., Idziak P., Wacęga S. 2014, *Lokalne muzeum w globalnym świecie. Poradnik praktyczny*. Małopolski Instytut Kultury, Kraków.
- Kaźmierczak M., 2012, *Podróż kulturowa jako forma życia w świecie ponowoczesnym* [w:] *Jakość życia w kulturowych przestrzeniach podróżowania*, praca zbiorowa pod red. M. Kaźmierczaka. Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań.
- Kobiąłka D., 2008, *Z życia dwóch naszyjników. Problemy biograficznego podejścia do rzeczy*. *Kultura współczesna* nr 3.
- Kozak M., 2009, *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój. Między starym a nowym paradygmatem*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Kompetencje kluczowe w uczeniu się przez całe życie. Europejskie Ramy Odniesienia*, 2007, Urząd Oficjalnych Publikacji Wspólnot Europejskich. Luksemburg.
- Małolepszy B., Młyńczak N., 2013, *Scenariusz wycieczek po Ostrowie Tumskim i katedrze poznańskiej z wykorzystaniem audioprzewodników*, dokument wewnętrzny Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2014, *Współczesne przewodnictwo miejskie. Metodyka i organizacja interpretacji dziedzictwa*, Proksenia i Kul.Tour.pl, Kraków/Poznań.
- Nowacki M., 2005, *Interpretacja dziedzictwa w pracy przewodnika i pilota wycieczek* [w:] *Pilotaż i przewodnictwo – nowe wyzwania. Materiały z II Forum Pilotażu i Przewodnictwa*, Warszawa, 14-15 października 2005, Proksenia, Kraków.
- Nowacki M., 2009, *Możliwość oddziaływania poprzez interpretację dziedzictwa na zmianę postaw i zachowań turystów* [w:] *Wychowawcze wartości turystyki i rekreacji*, red. nauk. A. Dąbrowski, R. Rowiński. Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego. Warszawa.
- Nowacki M., 2010, *Autentyczność atrakcji a autentyczność doświadczeń turystycznych*. *Folia Turistica* nr 23.
- Nowacki M., 2011, *Szlaki dziedzictwa naturalnego i kulturowego drogą ku turystyce kreatywnej* [w:] *Kultura i turystyka. Wspólna droga*. red. nauk. B. Włodarczyk, B. Krakowiak, J. Latosińska, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Łódź.
- Nowacki M., 2013, *Jakość i autentyczność: czy jedno wyklucza drugie?* [w:] *Kultura i turystyka. Miejsca spotkań*, red. B. Krakowiak, A. Stasiak, B. Włodarczyk, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Łódź.
- Pine B.J., Gilmore J.H., 1999, *The experience economy. Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press. Boston.
- Tilden F., 1957, *Interpreting our heritage. Principles and practices for visitor services in parks, museums and historic places*. The University of North Carolina Press. Chapel Hill.
- Tugas, P. i in., 2005, *Heritage Interpretation Centres. The Hicira handbook*. Diputació Barcelona. Barcelona.

Załączniki:

ANKIETA: WYCIECZKA „JESTEŚMY W KONTAKCIE”

ANKIETA: WYCIECZKA „PRZEPIS NA SUKCES”

Tourist products of Porta Posnania. The theory of heritage interpretation in practice

Keywords: interpretation of heritage, tourism products

Abstract: The article refers to the theory of heritage interpretation and shows the examples of its implementation in the tourist offer of Porta Posnania. It describes the various methods of operation: co-operation with the city-guides, the usage of coherent narrative and a universal language, the creation of the stories in human perspective, a biographical approach to the presentation of objects, using the tools of interpretation, reference to the tourists' experience and building the tourist products upon the authenticity of place and objects.

A. PYTANIA DOTYCZĄCE WYCIECZKI**1. Jak ocenia Pan(i) atrakcyjność wycieczki w skali 1 – 5?**

Skala: 1 – niska atrakcyjność / 5 – wysoka atrakcyjność

1 2 3 4 5

2. Czy w Pani / Pana opinii wycieczka trwała:

zbyt krótko optymalnie zbyt długo

3. Czy w Pani / Pana opinii treści prezentowane podczas wycieczki były:

zbyt ogólne optymalne zbyt szczegółowe

4. Czy wg Pani / Pana wycieczka miała przesłanie, myśl przewodnią?

nie tak

Jeśli tak, jak w Pani / Pana opinii ono brzmi?

.....

.....

5. Czy w Pani / Pana opinii wycieczka jest:

standardowa niestandardowa

Jeśli niestandardowa, to dlaczego?

.....

.....

6. Jakim słowem ogólnie mógł(a)by Pani / Pan nazwać wycieczkę oceniając jej stopień atrakcyjności? Proszę uzasadnić odpowiedź.

Np. ciekawa, nudna itp.

.....

.....

.....

7. W jakim stopniu wycieczka zaangażowała Panią / Pana?

Pochłonęła mnie całkowicie. Nie myślałam/em o niczym innym.

Zainteresowała mnie częściowo. Moje myśli krążyły także wokół innych tematów.

Nie zaangażowała mnie wcale. Słuchałam/em, ale nie byłam zainteresowany.

ANKIETA: WYCIECZKA „JESTEŚMY W KONTAKCIE”

8. Czy tytuł wycieczki trafnie oddaje prezentowane podczas niej treści?*nie**tak***9. Jeśli miałaby Pani / miałby Pan wpływ na scenariusz wycieczki, czy coś by Pani / Pan zmienił?***nie**tak*

Jeśli tak, to co?

.....

.....

10. Czy polecił(a)ł by Pani / Pani tą wycieczkę swoim znajomym?*nie**tak***11. Czy byłaby Pani / byłby Pan skłonny zapłacić za udział w wycieczce?***nie**tak*

Jeśli tak, to jaką kwotę?

B. PYTANIA DOTYCZĄCE NARZĘDZI UŻYTYCH PODCZAS WYCIECZKI**12. Jaką rolę odegrały dla Pani / Pana białe rękawiczki wykorzystane podczas wycieczki? Proszę zaznaczyć 3 najważniejsze w Pani / Pana opinii określenia.**

Źle się czułam/em mając je na dłoniach

Pozwoliły mi „poczuć” historię

Ograniczały kontakt z obiektem

Umożliwiły kontakt i lepsze zrozumienie obiektu

Były niepotrzebnym dodatkiem

Dały poczucie, że dotykam czegoś cennego

Były formą zabawy, która nie przystoi w tym miejscu

Były atrakcyjnym dodatkiem

Nie wpłynęły na mój odbiór wycieczki

Umożliwiły mi aktywne uczestnictwo

Inne uwagi

13. Czy w Pani / Pana opinii dotyk miał wpływ na odbiór i postrzeganie obiektów?*nie**tak***14. Czy chętnie Pani / Pan dotykał obiektów podczas wycieczki?**

Tak. Z wielką chęcią. Tak, ale dlatego, że zrobili to inni. Nie. Nie robi to na mnie wrażenia.

C. PYTANIA DOTYCZĄCE OBIEKTÓW

15. Który z obiektów był w Pani / Pana opinii najciekawszy, a która najmniej ciekawy?

Skala: 1 – najciekawszy / 8 – najmniej ciekawy

- Śluza Katedralna i wrota
- Wały obronne i znaleziska archeologiczne
- Krzyż pamięci ks. Masłowskiego i artykuł z Kuriera Poznańskiego
- Kościół NMP oraz kamień do ostrzenia mieczy i dołki pokutne
- Płyta vischerowska Łukasza Górki
- Odciski palców w ceglach katedralnych
- Nagrobek biskupa Jana Lubrańskiego
- Tory tramwajowe i artykuł z Kuriera Poznańskiego

16. Czy w Pani / Pana opinii, któryś z ww. obiektów jest zbyt mało atrakcyjny, aby prezentować go podczas wycieczki? Jeśli tak, to który?

.....

.....

17. Czy ww. obiekty w jakiś szczególny sposób Panią / Pana poruszyły i wywołały emocje?

Np. podziw, dumę, współczucie, zdziwienie itp.

nie tak

Jeśli tak, to który obiekt i jakie uczucia emocje?

.....

.....

.....

D. PYTANIA DOTYCZĄCE PRZEWODNIKA

18. Czy przewodnik posługiwał się podczas opowiadania fotografiami, obrazami?

nie *tak*

19. Czy przewodnik jasno komunikował myśli?

nie *tak*

ANKIETA: WYCIECZKA „JESTEŚMY W KONTAKCIE”

20. Czy przewodnik opowiadał płynnie?

nie

tak

21. Czy przewodnik potrafił zainteresować?

nie

tak

22. Czy przewodnik się uśmiechał?

nie

tak

23. Czy przewodnik opowiadał z emocjami?

nie

tak

E. PYTANIA DOTYCZĄCE OSTROWA TUMSKIEGO

24. Z czym dotychczas kojarzył się Pani / Panu Ostrów Tumski?

.....

.....

25. Czy uczestniczył(a) już kiedyś Pani / Pan w wycieczce po Ostrowie Tumskim?

nie

tak

26. Czy po dzisiejszej wycieczce będzie miał(a) Pani / Pan nowe skojarzenia z Ostrowem Tumskim?

nie

tak

Jeśli tak, to jakie?

.....

.....

27. Czy dzisiejsza wycieczka w wystarczający sposób zaprezentowała Pani / Panu Ostrów Tumski?

nie

tak

Jeśli nie, to dlaczego?

.....

.....

.....

ANKIETA: WYCIECZKA „JESTEŚMY W KONTAKCIE”
Dziękujemy za udział w ankiecie! ☺

Płeć		Wiek	
.....	Kobieta		12 – 18
.....	Mężczyzna		19 – 25
			26 – 35
			36 – 50
			> 50

A. PYTANIA DOTYCZĄCE WYCIECZKI**1. Jak ocenia Pan(i) atrakcyjność wycieczki w skali 1 – 5?**

Skala: 1 – niska atrakcyjność / 5 – wysoka atrakcyjność

1 2 3 4 5

2. Czy w Pani / Pana opinii wycieczka trwała:

zbyt krótko optymalnie zbyt długo

3. Czy w Pani / Pana opinii treści prezentowane podczas wycieczki były:

zbyt ogólne optymalne zbyt szczegółowe

4. Czy wg Pani / Pana wycieczka miała przesłanie, myśl przewodnią?

nie tak

Jeśli tak, jak w Pani / Pana opinii ono brzmi?

.....

.....

5. Czy w Pani / Pana opinii wycieczka jest:

standardowa niestandardowa

Jeśli niestandardowa, to dlaczego?

.....

.....

6. Jakim słowem ogólnie mógł(a)by Pani / Pan nazwać wycieczkę oceniając jej stopień atrakcyjności? Proszę uzasadnić odpowiedź.

Np. ciekawa, nudna itp.

.....

.....

.....

7. W jakim stopniu wycieczka zaangażowała Panią / Pana?

Pochłonęła mnie całkowicie. Nie myślałam/em o niczym innym.

Zainteresowała mnie częściowo. Moje myśli krążyły także wokół innych tematów.

Nie zaangażowała mnie wcale. Słuchałam/em, ale nie byłam zainteresowany.

ANKIETA: WYCIECZKA „PRZEPIS NA SUKCES”

8. Czy tytuł wycieczki trafnie oddaje prezentowane podczas niej treści?*nie**tak***9. Jeśli miałaby Pani / miałby Pan wpływ na scenariusz wycieczki, czy coś by Pani / Pan zmienił?***nie**tak*

Jeśli tak, to co?

.....

.....

10. Czy polecił(a) by Pani / Pani tą wycieczkę swoim znajomym?*nie**tak***11. Czy byłaby Pani / byłby Pan skłonny zapłacić za udział w wycieczce?***nie**tak*

Jeśli tak, to jaką kwotę?

B. PYTANIA DOTYCZĄCE NARZĘDZI UŻYTYCH PODCZAS WYCIECZKI**12. Jaką rolę odegrały dla Pani / Pana tzw. karty postaci wykorzystane podczas wycieczki? Proszę zaznaczyć 3 najważniejsze w Pani / Pana opinii określenia.**

Przeszkadzały w koncentracji

Podziały na moją wyobraźnię

Zakłócały rytm wycieczki

Pozwoliły mi lepiej zrozumieć postać

Były niewygodnym / niepraktycznym dodatkiem

Umożliwiły mi wejście w rolę postaci

Wywołały stres, bo musiała/em je głośno odczytać

Były atrakcyjnym dodatkiem

Nie wpłynęły na mój odbiór wycieczki

Umożliwiły mi aktywne uczestnictwo

Inne uwagi

13. Czy ma Pan(i) zastrzeżenia do formy, grafiki narzędzi użytych podczas wycieczki?*nie**tak*

Jeśli tak, to jakie?

C. PYTANIA DOTYCZĄCE POSTACI

14. Która z postaci była w Pani / Pana opinii najciekawsza, a która najmniej ciekawa?

Skala: 1 – najciekawsza / 8 – najmniej ciekawa

- | | |
|-------|-------------------------------|
| | Józef Kostrzewski – archeolog |
| | Jan Lubrański – biskup |
| | Dąbrówka –księżna |
| | Mieszko I – księżę |
| | Łukasz II Górka – możnowładca |
| | Teofil Wolicki – biskup |
| | Przemysław II – król |
| | Leon Przyłuski – biskup |

15. Czy w Pani / Pana opinii, któraś z ww. postaci jest zbyt mało atrakcyjna, aby prezentować ją podczas wycieczki? Jeśli tak, to która?

.....

16. Czy któraś z ww. postaci wzbudziła szczególnie Pani/Pana sympatię? Jeśli tak, to która?

.....

17. Czy ww. postaci wywołały u Pani / Pana uczucia, emocje, myśli?

Np. wspomnienia, złość, uśmiech, podziw, dumę itp.

nie

tak

Jeśli tak, to która postać i jakie uczucia, myśli, emocje?

.....

.....

.....

D. PYTANIA DOTYCZĄCE PRZEWODNIKA

18. Czy przewodnik posługiwał się podczas opowiadania fotografiami, obrazami?

nie

tak

19. Czy przewodnik jasno komunikował myśli?

nie

tak

ANKIETA: WYCIECZKA „PRZEPIS NA SUKCES”

20. Czy przewodnik opowiadał płynnie?

nie

tak

21. Czy przewodnik potrafił zainteresować?

nie

tak

22. Czy przewodnik się uśmiechał?

nie

tak

23. Czy przewodnik opowiadał z emocjami?

nie

tak

E. PYTANIA DOTYCZĄCE OSTROWA TUMSKIEGO

24. Z czym dotychczas kojarzył się Pani / Panu Ostrów Tumski?

.....

.....

25. Czy uczestniczył(a) już kiedyś Pani / Pan w wycieczce po Ostrowie Tumskim?

nie

tak

26. Czy po dzisiejszej wycieczce będzie miał(a) Pani / Pan nowe skojarzenia z Ostrowem Tumskim?

nie

tak

Jeśli tak, to jakie?

.....

.....

27. Czy dzisiejsza wycieczka w wystarczający sposób zaprezentowała Pani / Panu Ostrów Tumski?

nie

tak

Jeśli nie, to dlaczego?

.....

.....

.....

ANKIETA: WYCIECZKA „PRZEPIS NA SUKCES”
Dziękujemy za udział w ankiecie! 😊

Płeć		Wiek	
.....	Kobieta		12 – 18
.....	Mężczyzna		19 – 25
			26 – 35
			36 – 50
			> 50