

## **Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej**

### *Pytanie 56*

### **Turystyka biograficzna w Polsce i na świecie**

**dr Izabela Wyszowska, AWF Poznań**

Corocznie Sejm RP ogłasza kolejny rok, w którym wyróżnia zasłużoną jedną lub więcej postaci w związku z przypadającą okrągłą rocznicą jej urodzin czy śmierci. Mieliśmy w ostatnich latach, m.in. Rok J. I. Kraszewskiego, ks. P. Skargi, H. Cegielskiego, bł. E. Bojanowskiego, O. Kolberga, J. Karskiego i innych (obecny rok 2015 poświęcono Janowi Długoszowi i Janowi Pawłowi II). W braku "twardych" wyników badań trudno określić, czy realizowane w minionych latach inicjatywy zmierzające do upamiętnienia wymienionych znaczących Polaków były wystarczające i na ile wyróżnione postacie stają się bardziej obecne w świadomości społecznej.

**Pytanie: czy wymienione lub inne inicjatywy polityczne albo społeczne wpłynęły w jakikolwiek sposób na ożywienie turystyki biograficznej z nimi związanej? Czy współcześnie - w dobie braku lub erozji autorytetów - turystyka biograficzna eksponująca określone wybitne jednostki i stawiając je jako wzory do naśladowania ma do spełnienia istotną misję? Jaka jest Państwa zdaniem kondycja turystyki biograficznej w Polsce lub/i w poszczególnych regionach? Jak to wygląda w innych krajach europejskich? Czy są szanse szerszego rozwoju w przyszłości na polskim gruncie tej formy turystyki kulturowej? Jakie działania temu służące byłyby wskazane lub pożądane?**

### **Odpowiedzi:**

**dr hab. Armin Mikos v. Rohrscheidt, prof. GSW Milenium**

Na wstępie postaram się krótko odpowiedzieć na tę część pytania, która dotyczy aktualnego stanu turystyki biograficznej w naszym kraju. Uważam, że – poza nielicznymi wyjątkami, związanymi na dziś głównie z osobą i biografią Jana Pawła II - można stwierdzić, że nie funkcjonuje ona jako odrębny typ wypraw kulturowych. Istniejące szlaki biograficzne mają niemal wyłącznie wirtualny charakter (zatem nie przejawiają cech organizacji rozwiniętego produktu turystycznego, w tym nie są w żaden sposób na bieżąco koordynowane). Nie daje się niemal w ogóle zauważyć wychodząca poza wymiar lokalny (a więc skierowana do tych, którzy „już do nas przybyli”) promocja odnosząca się do tej formy turystyki. Nie funkcjonują też klastry tematyczne, a śladowo tylko obecne są pakiety lokalne profilowane na zwiedzanie biograficzne. W konsekwencji takiego stanu zagospodarowania potencjalnych atrakcji i poziomu organizacji oferty, ani nie korzystają z nich organizatorzy zbiorowej turystyki ani nie wybierają ich w większej grupie indywidualni turyści.

Próbując – to szersze zagadnienie – teraz określić potencjał krajowej turystyki biograficznej, należy zadać sobie cztery podstawowe pytania:

1. Czy mamy w Polsce tak dobrze rozpoznawalne i „wyraziste” postaci, które mogłyby przyciągnąć turystów z zagranicy? Czy nasi bohaterowie potencjalnie konstytuujący cele turystyki biograficznej są wystarczająco interesujący dla młodszego pokolenia Polaków, a nie dzieje się z nimi przypadkiem tak jak z lekturami szkolnymi, które grupa ekspertów od edukacji według dawno już przez ogół nie rozumianych i nie akceptowanych kryteriów usiłuje narzucić, a których większość konsumentów programów edukacyjnych usilnie stara się nie czytać?

2. Czy nasze atrakcje biograficzne są naprawdę atrakcyjne? Gdyby odnieść tę kwestię do rzeczywistych czy – jeszcze bardziej – potencjalnych uczestników turystyki biograficznej, to należy bardziej konkretnie zapytać, czy na przykład „stacja” zwiedzania pod przymocowaną obok wejścia do mało estetycznej kamienicy tablicą pamiątkową spełnia warunek ciekawego i przyciągającego turystów miejsca? A czy szereg takich tablic to już interesująca trasa biograficzna po mieście? Czy wreszcie muzeum biograficzne, nadal funkcjonujące według standardów ekspozycyjnych lat 70-tych minionego stulecia (gabloty, kopie dokumentów, zakurzone i zaledwie opisane rekwizyty, i w ogóle bodźce wyłącznie wizualne) powinno i w ogóle może być uważane za główny magnes dla turystów w ramach biograficznej propozycji? Bo że dawno już nim nie jest, to raczej oczywiste.
3. Nawiązując do jednego z wątków rozwiniętego pytania dr Izabeli Wyszowskiej – czy w ogóle ekspozowane przez ofertę krajowej turystyki biograficznej postacie przedstawiane jako współtwórcy szeroko rozumianej kultury, osobowe wzory do naśladowania czy nawet jako prowokacje światopoglądowe lub - szerzej - intelektualne, istotnie mają szansę spełnić jakąś istotną misję, zainteresować dzisiejszych Polaków, skłonić ich najpierw do podróży ich śladami, zapoznania się z ich życiem i dziedzictwem, a także przemyślenia niektórych idei, postaw czy zamierzeń?
4. Czy (biorąc pod uwagę odpowiedzi na trzy poprzednie pytania oraz wyżej zarysowany stan krajowych ofert i produktów o takim profilu) oferty polskiej turystyki biograficznej w ogóle mogą mieć realne szanse na sukces jako odrębna forma, a od strony części uczestników nawet jako „sposób” uprawiania turystyki, mający trwałe i liczne grono własnych zwolenników? Mniejsza już o to, czy ów sukces mógłby być oceniany w kategoriach komercyjnych (jako generowania zysku bez jakichkolwiek publicznych subwencji), czy też jako tak czy inaczej wspierane i finansowane przedsięwzięcia w ramach upowszechniania dziedzictwa, publicznej edukacji i podobne.

W odniesieniu do **pierwszej** kwestii - trudno naszym bohaterom konkurować z ikonami światowej czy europejskiej historii i kultury, jak Napoleon (ma swoje szlaki i oczywiście biograficzne muzea czy znaczące miejsca nie tylko we Francji) czy Mozart (dla zwolenników wielkiej muzyki - postać nieśmiertelna). Moim zdaniem, z tego powodu (niestety) z nielicznymi wyjątkami nie możemy w najbliższych latach liczyć na poważniejszą grupę turystów z innych krajów zainteresowanych głównie wyjątkowymi postaciami i ich biografiami. Chopin ma tych autentycznych miejsc w Polsce niewiele i na skalę pozakrajową mogłyby być eksploatowane może raz na pięć lat, z okazji Konkursu Chopinowskiego (proszę nie protestować, przytaczając miejsca, gdzie kompozytor był raz w życiu i dał ongi koncert – takie miejsca nie są uważane za biograficzne!). O Koperniku wspomnę poniżej. Nie oznacza to jednak jeszcze, że turystyka biograficzna nie miałaby szans powodzenia – jej oferta mogłaby przecież kierować się głównie do Polaków.

Jednak tu (odpowiadając na **drugą** kwestię) na przeszkodzie staje najpierw jakość tworzonych atrakcji, a następnie nasza aktualna praktyka organizacji (czy może dezorganizacji) turystyki. Po pierwsze bowiem większość wystaw biograficznych jest niestety nieatrakcyjna ze względu na swój wspomniany wyżej standard (choć to się powoli, - zbyt powoli! - zmienia), a lokalne, np. miejskie trasy biograficzne opierają się na „atrakcjach” niezagospodarowanych lub źle zagospodarowanych (tabliczka na domu jednak nie wystarczy dzisiejszemu turyście!). Po drugie (to kwestia organizacji), kiedy już mamy postać naprawdę dużego formatu i globalnie rozpoznawalną, jak Jan Paweł II, to natychmiast robimy wszystko, żeby rozwodnić potencjalną związaną z nią ofertę turystyczną. Tworzy się oto dziesiątki „szlaków” upamiętniających jednorazowy pobyt czy wędrówkę (a gdzie w Polsce papież nie

przebywał?) oznaczonych tylko na mapach lub co najwyżej na słupkach, bez żadnych śladów trwałego nimi zarządzania (jak aktualizacja informacji czy najprostsze choćby powiązane usługi turystyczne). Pojawia się niezmiernie morze kiczowatych pomników (to nie wina ludzi turystyki), które bez żadnej refleksji czy selekcji automatycznie są zaliczane do takich szlaków (a to już ich wina!). A przecież wystarczyłoby wcześniej zapytać, jakież odczucia ma mieć średnio choćby zainteresowany postacią turysta przy jej szóstym kolejnym pomniku i – co ważniejsze – czego nowego będzie mógł przy nim doświadczyć czy się dowiedzieć? Powstają izby pamięci czy „muzea” (dlaczego pozwala im się nosić tę nazwę, urągającą Ustawie o muzeach?) które gromadzą pamiątki takie jak jednorazowo założony ornat czy zapomniana rękawiczka narciarska itd. Ostatnio zaś dziesiątki kościołów pozyskują „relikwie”, wszystkie z jednej ampułki „zamachowej” krwi, a posiadając je oczywiście natychmiast pretendują do miejsca godnego odwiedzin.

Na **trzecie** pytanie, dotyczące siły przyciągania (do miejsc) i faktycznego wpływu postaci mających ogniskować aktywności turystyki biograficznej, da się rzetelnie odpowiedzieć tylko po choćby powierzchownych badaniach. Podobne są już regularnie i dość licznie prowadzone i dotyczą osobowych wzorców młodych ludzi. Warto więc może choćby namówić ich autorów tu i ówdzie na dołączenie pytania o chęć czy gotowość respondentów do osobistego spotkania się z dziedzictwem danej postaci w miejscach z nią związanych i ewentualnymi warunkami, pod jakimi na taką podróż by się zdecydowała. Można też zrealizować podobne badanie w ramach szerszej zakrojonych, dotyczących preferencji aktualnych i potencjalnych turystów kulturowych, szczególnie tych młodszych.

W mojej ocenie (na dziś dzień nie podbudowanej żadnymi dowodami, co zaznaczam), bohaterami i magnesami odrębnych wyjazdów biograficznych nadal mogą być najwybitniejsi i najszerzej rozpoznawalni Polacy (i tylko najwybitniejsi), czyli kilka osób, których nazwiska podam niżej w kontekście miejsc). W równej i rosnącej mierze mogą się nimi stawać (na krótko lub nieco dłużej) aktualnie pojawiający się bohaterowie zbiorowej wyobraźni. Tu i ówdzie warto także ich eksploatować dla turystyki, jednak tylko wtedy, gdy „rokuja” na dłużej, o czym także poniżej. Jeśli bowiem są to typowe muchy jednodniówki, to szkoda energii i środków na tworzenie związanych z nimi ofert, a wystarczy konsumować chwilowe zainteresowanie sprzedając noclegi i usługi gastronomii. Miejscowy przewodnik ze swoją swadą zrobi resztę, i tak kilku ludzi zarobi przez jakiś czas bez żadnych inwestycji. Trzecia na dziś dzień atrakcyjna grupa to postaci życia religijnego i związane z nimi miejsca. Jednak ich znaczenie będzie raczej malało, wraz z redukcją roli religii w subiektywnych doświadczeniach kolejnego pokolenia Polaków i – wolniej i stopniowo, lecz konsekwentnie - także w polskim życiu publicznym. Myślę tu o niektórych postaciach aktualnie otaczanych kultem jak Faustyna Kowalska czy Jerzy Popiełuszko, w znacznie już mniejszym stopniu Maksymilian Kolbe, którego czas w roli magnesu turystyki, nawet tej pielgrzymkowej, chyba właśnie się kończy. Przy czym do postaci stricte religijnych nie zaliczam Karola Wojtyły, który zdecydowanie wykracza poza te ramy będąc (czy się to komuś podoba w całości, czy tylko w części) jednym z najwybitniejszych i najbardziej znanych Polaków naszych czasów z ogromnym wpływem na losy społeczeństwa i kraju.

Odpowiedź na **czwartą** ze zdefiniowanych powyżej kwestii zależy zarówno od stanu rzeczy stwierdzonego w odniesieniu do poprzednich trzech, jak i od poziomu organizacji gotowych produktów. Chodzi tu o 1) materialne szlaki biograficzne o randze regionalnej i ponadregionalnej, z gotowymi propozycjami dla grup i pakietami indywidualnymi umożliwiającymi wielodniowe wyprawy, 2) o bardziej złożone tematyzowane oferty obszarowe (jak tematyczne trasy lokalne rozbudowane wokół miejsc biograficznych i dobre, ciekawe ekspozycje) wreszcie o 3) profesjonalne zarządzanie cyklicznymi eventami o profilu biograficznym, zagospodarowywanymi przez tworzenie wokół nich na danym miejscu na kilka dni w roku atrakcyjnych programów pobytu i pakietów usług dla turystów.

Oceniając w tym kontekście, można stwierdzić, że w Polsce jest na pewno przynajmniej kilkanaście miejsc i obszarów, w których przy obecnym potencjale (biograficznym, szerszym: kulturowo-turystycznym i wystarczającym poziomie infrastruktury turystycznej) da się to wykonać i w których odpowiedzialni za kulturę i turystykę mogliby przystąpić do organizacji takich produktów. Bez dłuższych namysłów i wątpliwości można wskazać jako takie miejsca Warszawę i okolice (tu na przykład Chopin, Sobieski, i inni), Kraków i okolice (Jan Paweł II, ale i np. Wisława Szymborska i kilka innych postaci), Gdańsk (Lech Wałęsa z możliwym spotkaniem na żywo i pierwsza „Solidarność”, której on właśnie dla bardzo wielu jest i pozostanie symbolem). Tam jednak z powodu wielkomiejskiego charakteru i zróżnicowanej struktury atrakcji turystyka biograficzna ma potężną konkurencję w postaci ofert typowych dla innych form turystyki kulturowej. Ale poważne szanse mają też obszar od Torunia po Frombork jako ojczysta ziemia Kopernika, Szlak Piastowski z Gniezmem, Poznaniem i Ostrowem Lednickim na czele jako przestrzeń życia i działania wybitnych indywidualności założycieli naszego państwa, albo niedoceniany Białystok jako miejsce życia i inspiracja dla Ludwika Zamenhofs – znanego w wąskich kręgach, ale także poza Polską twórcy języka esperanto. No i warto być uważnym na to, co staje się tematem i wzorem dla młodszych pokoleń. Badający ich co bardziej trwale pasje i wzorce osobowe mogą już niedługo odkryć, że może chętniej odwiedziliby miejsca i spotkali ludzi związanych z biografiami wybitnych współczesnych twórców i interpretatorów kultury (jak kompozytorzy, reżyserzy, malarze, może naprawdę ważni aktorzy), a może jeszcze bardziej wynalazców ważnych urządzeń czy twórców kultowych marek albo nawet ludzi, którzy odnieśli sukces tworząc znaną firmę i dając ludziom Nowoczesne miejsce pracy wraz z możliwością samorealizacji. Kto wie, może już niedługo wzorem i osobą wartą poznania okaże się jakiś polski Steve Jobs (o skali podobnej lub znacznie mniejszej, ale wystarczającej dla zainspirowania tysięcy młodych ludzi). I pewnie wielu będzie chętnych, żeby zobaczyć ten jego legendarny garaż (czy inne miejsce narodzin legendy techniki albo technologii), ale także mieszkanie, szkołę, ulubiony klub i park oraz porozmawiać z ludźmi, którzy znają go/ją od dzieciństwa, uczyli się z nim lub z nim może... bijali. Wtedy trzeba im to dać, zbierając i organizując pamiątki i relacje, udostępniając miejsca, tworząc usługi i konstruując produkt. I oczywiście nie zapomnieć o mądrej promocji, przede wszystkim umiejacej najpierw ustalić swój właściwy target, a wraz z nim kanały i środki za pomocą których może on być osiągnięty.

Dlaczego to miałyby nie wyjść, skoro oto w dzisiejszej Gazecie Wyborczej (21 stycznia 2015) czytam, że setki (bardzo) młodych ludzi gotowe są naciągnąć swoich rodziców na 1500 złotych za możliwość spędzenia sześciu dni w bardzo małej miejscowości z gwarancją spotkania i paru rozmów czy warsztatów w udziale swoich idoli, niejakiego Dawida Kwiatkowskiego i występującej pod pseudonimem młodzieżowej vlogerki. Jeśli jednak nie udałoby się wykreowanie i wypromowanie określonych produktów i miejsc turystyki biograficznej, to (nie licząc pojedynczych i jednorazowych udanych „akcji” jubileuszowych) zwiedzanie muzeów i miejsc biograficznych czy krótkie lokalne spacerki o tematyce biograficznej mogą funkcjonować tylko w ramach „mocnych” form turystyki kulturowej, takich jak turystyka miejska, turystyka dziedzictwa kulturowego czy turystyka religijna (i ta pielgrzymkowa, i ta raczej tylko poznawcza).

Co do postawionego pytania o inicjatywy polityczne i pochodzące z profesjonalnych środowisk kultury typu „rok biograficzny” odpowiem: w mojej opinii faktycznie wpływały one na turystykę (w ograniczonym stopniu) w minionej epoce PRL-u. Wtedy jednak były wsparte całą państwową machiną propagandową, kreującą je na wydarzenia i regularnie trąbiącą o nich ze wszystkich stron. W sytuacji dwóch kanałów telewizji i trzech programów radia poświęcone im programy telewizyjne i audycje nie posiadały konkurencji, a państwowo sterowani zarządcy regionalnej czy nawet lokalnej polityki kulturalnej bywali z nich rozliczani. Z kolei turystyka krajowa (wtedy przecież dla większości jedyna dostępna)

w bardzo dużym stopniu była wtedy organizowana przez szkoły różnych poziomów czy nawet zakłady pracy. Przy tym te pierwsze realizowały ją nierzadko według klucza tematycznego, wspomagane w obszarach docelowych przez „rajdy” czy „złoty” (dziś powiedzielibyśmy: rodzaj gotowych produktów turystycznych o charakterze jednorazowym). To wszystko potrafiło jakoś oddziaływać także na indywidualnych turystów. Jako przykład przytoczę Rok Kopernika (1973) – pierwszą „inicjatywę”, którą jakoś świadomie odebrałem, a to dlatego, że mój ojciec (bynajmniej nie będący zwolennikiem ówczesnego systemu), zapewne zmotywowany falą płynących zewsząd przekazów, „zapakował” żonę i dzieci do samochodu i zawiózł do Torunia, Lidzbarka Warmińskiego i Fromborka. Dziś oddziaływanie tego typu inicjatyw jest niemal niezauważalne, a to z kilku powodów. Po pierwsze, nie przebijają się one przez gęstą zasłonę dymną dziesiątek stacji i podmiotów medialnych. Po drugie, nie posiadają niemal żadnego przełożenia na organizatorów turystyki dla grup edukacyjnych. Wreszcie po trzecie – mają ogromną konkurencję za granicami kraju, przy czym także oferta biograficzna jest tam lepiej zorganizowana i promowana.

Kiedy już o tym mowa - dr Wyszowska pyta o ofertę i skalę turystyki biograficznej w innych krajach europejskich. Odpowiadając nieco arbitralnie wybiorę więc szereg krajów Unii Europejskiej oraz kraje z nami graniczące. Stan ofert i aktywności ludzi w kontekście turystyki biograficznej wygląda tam nader różnie, czasem nie lepiej, a w niektórych krajach nawet gorzej niż u nas, co jednak nie powinno być powodem do pocieszania się. Niektórzy w Europie mają szczęście posiadania olbrzymiego potencjału w postaci a) szeroko rozpoznawalnych osób i/lub b) dobrze zachowanych autentycznych miejsc biograficznych. W grupie o największym potencjale osób lokowałbym Włochów (postaci głównie z dziedzin architektury i sztuki, muzyki i religii) Niemców (głównie: technika i nauka, także muzyka, mniej literatura i polityka oraz wojskowość) a za nimi Francuzów (polityka, sztuka, mniej muzyka i nauka) i Brytyjczyków (nauka, technika, mniej literatura i sztuka), może trochę mniej Hiszpanów (najbardziej pewnie religia i literatura). W drugiej grupie z największym potencjałem autentycznych miejsc z kolei przodują raczej Włosi, Hiszpanie i Brytyjczycy, natomiast mniej Niemcy i Francuzi: u tych pierwszych II wojna światowa, a u drugich wielka rewolucja 1789 i jej następstwa przyczyniły się do zniszczenia znacznej ilości autentycznych obiektów i kolekcji powiązanych z ważnymi postaciami. Dziwi mnie trochę postawa Greków, którzy (może ze względu na duże walory przyrodnicze i materialnego dziedzictwa) nie chcą albo nie potrafią organizować i promować olbrzymiego biograficznego potencjału, jaki posiadają - z oczywistym naciskiem na starożytność (filozofia i nauka, sztuka, architektura, literatura, polityka). Bardzo dobrze swój nieźle zachowany potencjał wykorzystują natomiast Austriacy (muzyka, sztuka), oferując muzea biograficzne, szlaki a nawet gotowe podróże, w tym muzyczne, że wspomnę tylko ofertę Salzburga ogniskującą się na Mozarcie i w większej mierze z niego żyjącą. Posiadając podobny potencjał, znacznie słabiej radzą sobie Szwedzi (nauka, polityka). Tytułem przykładu: grób Celsiusa ukryty jest w wiejskim kościółku w Starej Uppsali pod... dywanem, a żeby dowiedzieć się na pewno, gdzie w uppsalskiej katedrze - także w posadzce - pochowany jest wielki Linneusz - trzeba dopytać personelu, bo napisy są mocno zatarte. Czesi i Węgrzy, podobnie jak na przykład Belgowie i Finowie mają problem podobny do naszego: naprawdę bardzo niewiele postaci światowego formatu, które byłyby w stanie przyciągnąć wycieczki spoza granic. Może ten fakt – zresztą również podobnie jak u nas – wpływa demotywująco na potencjalnych organizatorów ofert (wyjazdów i szlaków więcej niż lokalnych), którzy w tej akurat dziedzinie wypraw tematycznych nie są zbyt aktywni. Z kolei Litwini, Słowacy czy Białorusini praktycznie większego potencjału w tej akurat dziedzinie nie mają, nie należy się więc dziwić, że i ofert tam jak na lekarstwo. Ukraina ma aktualnie zgoła inne problemy niż turystyka, gdyby jednak nawet tak nie było, to na podstawie stanu „sprzed” wojny można stwierdzić że propozycje zorganizowanej odrębnej turystyki biograficznej praktycznie tam nie istnieją. Nie miejsce tu, by szeroko rozwodzić się nad realnymi ofertami funkcjonującymi za naszymi granicami.

Warto jednak wskazać choć parę udanych przykładów: poza wspomnianym Salzburgiem i jego wszechobecnym (nawet w sklepach cukierniczych!) Mozartem, dobrze zagospodarowano Szekspira w Anglii (szlak Shakespeare`s Way z miejscami biograficznymi ze Stratford-upon-Avon (z jego tematycznie zarządzanym krajobrazem, pięcioma domami poety i jego rodziny, ulubionym podobno parkiem i miejscem pochówku) przez m.in. Oxford do Londynu - a tam teatr The Globe z bogatą ofertą spektakli, miejsca w mieście, literatura i pokazy), Napoleona we Francji (szereg szlaków i tras lokalnych, odrębny „Szlak Stu Dni” z południa kraju ku Paryżowi, monumentalne i zadbane miejsce pochówku oraz szereg „imperialnych” miejsc w stolicy, z Łukiem Triumfalnym na czele. Wśród produktów biograficznych w Niemczech na pierwszym miejscu postawiłbym bardzo zróżnicowany całoroczny program „Wege zu Luther”, w skład którego wchodzi obiekty związane z życiem reformatora, szlak łączący „jego” siedem miast, a w każdym z nich trasy lokalne, interaktywne i multimedialne kolekcje i ekspozycje, cykliczne eventy, bogata oferta warsztatów i dyskusji. Artystycznym pięknem i silnymi związkami biograficznymi, ale już nie swoją organizacją wyróżnia się we Włoszech Camino di Assisi, czyli w istocie biograficzny szlak świętego Franciszka.

Czy turystyka biograficzna w Polsce ma szanse rozwoju w najbliższej przyszłości? Moim zdaniem takie szanse istnieją, jeśli przynajmniej w wymienionych powyżej miejscach (i w tych, w których pojawi się nowy potencjał związany z kolejnymi znanymi lub promowanymi postaciami) ktoś profesjonalnie zajmie się zarządzaniem ofertą tematycznych wyjazdów (przyjazdów, pobytów), o profilu powiązanim z biografiami znanych ludzi. Konieczna będzie przy tym także współpraca wychodząca ponad lokalny zarząd. Powinna to być 1) kooperacja między miejscowościami w ramach wspólnych szlaków biograficznych poświęconych tej samej postaci ze zróżnicowanymi atrakcjami, eksploatującymi różne wątki z biografii zamiast w nieskończoność powtarzanych tematów, a nawet... ekspozycji. Bardzo pomocne byłyby 2) konsultacje i porozumienia między regionalnymi podmiotami organizującymi turystykę (np. ROT-ami) polegające między innymi na pewnym podziale wątków i produktów, żeby nie konkurować wzajemnie ze sobą na tych samych nie aż tak znów wielkich poletkach. Istotą konsultacji byłaby wspólna ocena, a porozumienia - wzajemne uznanie atutów (walorów, atrakcji, dotychczasowego wkładu w organizację produktu np. szlaku) i nie tworzenie przez posiadającego słabsze zasoby konkurencyjnego produktu całorocznego czy sezonowego, jakim jest szlak biograficzny, dotyczący tej samej postaci. Ustępujący otrzymywałby w zamian możliwość np. organizacji cyklicznego eventu w danym temacie opartego o jego walor (ważne wydarzenie w biografii) lub zarezerwowania sobie przezeń innej „wspólnej” postaci dla budowy szlaku teraz lub w przyszłości bez obawy konkurencji. Jeśli bowiem te zgola nie gigantyczne i mocno rozproszone zasoby zaczniemy wykorzystywać bez przemyślenia i konsultacji, a nawet w bezpośredniej konkurencji, to rozmienimy je na przysłowiowe „drobne” i – przykładowo) 15 szlaków Jana Pawła II podzielią między sobą choćby asymetrycznie potencjalnych turystów, przez co żaden nie zwróci włożonych w niego środków. Inny warunek to 3) mądra promocja turystyczna zarówno postaci (i ich dokonań), jak i związanych z nimi miejsc oraz produktów, która oprze się na badaniu grup potencjalnych docelowych znajdzie swój właściwy target i zacznie działać różnymi kanałami, skutecznymi w odniesieniu do niego. Warunkiem niezbędnym jest także oczywiście 4) dobre (dokonywane od czasu do czasu) zespołowe przemyślenie i umiejętność wskazania potencjalnie atrakcyjnych bohaterów, nierzadko nowych, którzy mają coś do powiedzenia dzisiejszemu Polakowi czy nawet Europejczykowi. Jak ich szukać i selekcjonować, jak „odtworzyć” ich przekaz i jak organizować ich dziedzictwo dla potrzeb ludzi chcących się z nim zapoznać w formie wyprawy biograficznej - to już temat na odrębne pytanie, dotyczące mniej idei i szans tej formy turystyki kulturowej, co zarządzania nią.

**dr Izabela Wyszowska, AWF Poznań**

Słusznym z pewnością jest twierdzenie dra hab. Armina Mikosa von Rohrscheidt, iż turystyka biograficzna w Polsce nie jest jeszcze w pełni obecna jako odrębny typ wypraw kulturowych. Jednakże znacząca w naszym kraju tradycja biografistyczna (fundamentalna dla turystyki biograficznej) jest istotnym dowodem na społeczne zainteresowanie wybitnymi jednostkami, ich życiem i dokonaniem, które nie maleje. Zmieniają się obiekty zainteresowań odbiorców. Młodzież współczesna chętniej czyta o dzisiejszych celebrytach, niż o dawnych bohaterach narodowych. Ale nie wyklucza to tworzenia atrakcyjnych ofert turystyki biograficznej i jej przyszłego rozwoju. Można wszak podążać śladami aktualnie żyjących sławnych czy zasłużonych jednostek np. ze świata kultury, nauki, polityki. Można szlak uwieńczyć spotkaniem z ulubioną postacią, co nie byłoby możliwe w odniesieniu do bohaterów minionych epok.

Współcześnie rynek księgarski jest wręcz zalewany przez różnego rodzaju biografie, autobiografie o różnym poziomie i charakterze, co dowodzi niegasnącego zapotrzebowania na tego rodzaju publikacje. To w moim przekonaniu, sygnał dla touroperatorów, organizatorów imprez turystycznych, by zwrócili uwagę na ten kierunek potrzeb społecznych i wyszli jemu naprzeciw z ciekawymi ofertami z zakresu turystyki biograficznej. A znane już szlaki, jak chociażby Mickiewiczowski w Wielkopolsce, zostały „odświeżone” i zmodernizowane pod względem zagospodarowania turystycznego oraz odpowiednio wypromowane.

Przywołując znane hasło księżnej Izabeli Czartoryskiej zamieszczone na świątyni Sybili w Puławach - „Przeszłość przyszłości” warto przypomnieć, iż biografistyka jest trwałym elementem historiografii, szerzej mówiąc kultury. Przyczyn jej trwałości i znaczenia można doszukiwać się w odwiecznym zainteresowaniu człowieka losami drugiego, porównywaniu swojego życia do innych, snucia refleksji nad sensem ziemskiej egzystencji. Biografie zaspokajały potrzebę rozrywki (romanse biograficzne, w których życie pokazane jest w różowych barwach), potrzebę dydaktyki, wzorców osobowych oraz potrzebę nauki, przejawiającą się w badaniu ludzkiej psychiki (m.in. psychologia twórczości, władzy itd.).

Długa tradycja ukształtowała podstawowe zasady biografii, większość z nich wypracowane zostały już w starożytnej Grecji. Mimo późniejszej ewolucji obecne są w większości dzieł biograficznych (dążenie do pełni ujęcia życia jednostki, indywidualizacja jednostki, akcentowanie jej wyjątkowości; refleksja charakterologiczna, poszukiwanie motywów postępowania, wreszcie refleksja dążąca do uzasadnienia egzystencji postaci, sensu jej życia). Plutarch wprowadził jeszcze – moralizatorstwo, które przez wiele stuleci stało się jedną z najistotniejszych zasad w powstających biografiami.

W średniowieczu nacisk kładziono na zgodność z prawdami wiary i wyobrażenie na ich podstawie sposobu i celu ludzkiego życia. Pisarstwu służyły stereotypy, wzory „dobrego życia”, na ich bazie powstawały utwory hagiograficzne. W dobie Odrodzenia decydującą rolę odgrywała zasada indywidualizacji. Renesans zakończył w dziejach pewien etap, w którym żywoty podporządkowane były celom estetycznym, pragmatycznym. W kolejnych epokach dominować zaczęło dążenie do poszukiwania prawdy na podstawie rzetelnie analizowanych źródeł. W wieku XVIII obserwuje się krystalizowanie biografistyki historycznej, odchodzenie od konwencji moralizatorskiej i pragmatyzmu. Proces ten ugruntował się ostatecznie w XIX wieku. Wprowadzono do biografistyki osiągnięcia i metody z dziedziny psychologii ale istniała też i druga tendencja zakładająca skupianie uwagi na koncepcjach heroistycznych. Reakcją na biografistykę naukową w końcu XIX wieku była popularność biografii-romansu.

W XIX w. obserwuje się w Wielkopolsce rozwój publikacji typu wspomnieniowo-hagiograficznych, którym przyświecała idea utrwalenia życia wybitnych Wielkopolan. Celem było tworzenie wzorców osobowych do naśladowania w ciężkich czasach zaborów. Można więc stwierdzić, że warunki historyczne ukształtowały podejście do biografii, w którym rzetelny warsztat naukowy ustępował miejsca szczególnemu sposobowi prezentacji jednostki. Rzadko korzystano ze źródeł czy decydowano się na obiektywizm. Takie biografie

hagiograficzne nie są pozbawione wartości, pokazują jakie wzorce osobowe propagowano w określonych kręgach społecznych.

Duży rozkwit biografistyki naukowej mógł rozpocząć się dopiero po odzyskaniu niepodległości w dwudziestolecie międzywojennym. W Poznaniu wraz z powstaniem Uniwersytetu, środowisko naukowe wydało szereg publikacji monograficznych poświęconych zasłużonym Wielkopolanom. Wielkopolska jak żaden inny region Polski, może poszczycić się znacznym dorobkiem w zakresie biografistyki regionalnej, choć w przeważającej liczbie są to publikacje o charakterze popularnonaukowym.

Region wielkopolski dysponuje szerokim potencjałem biograficznym. Znaczące ślady pozostawiło na jego terenie wielu wybitnych ludzi – Polaków i cudzoziemców wszystkich kolejnych epok historycznych. Jedni byli związani z tą ziemią od urodzenia, inni „przelotnie” się na niej znaleźli zostawiając tutaj swą spuściznę materialną bądź duchową zasługującą na pamięć potomnych. Niektóre z tych śladów były mocno zakorzenione w świadomości społecznej, inne wymagają odkrycia i wyeksponowania. Wszyscy oni budowali nasze rodzime dziedzictwo, które winniśmy pielęgnować i przekazać przyszłym pokoleniom poprzez rozwój turystyki biograficznej, która daje możliwość połączenia elementu edukacyjnego z rekreacyjnym zabierając odbiorcę w podróż w czasie - do przeszłości (życia i działalności zasłużonych jednostek) z jednoczesnym przemieszczaniem się w przestrzeni turystycznej, umożliwiającej poznanie z autopsji tego co bohaterowie minionych epok po sobie pozostawili.

Jak się jednak okazuje wśród znaczących Wielkopolan, szerzej rozpoznawalnych w innych regionach Polski – w zdecydowanej czołówce, według wstępnego rozpoznania, jest Hipolit Cegielski dystansujący inne wybitne jednostki, które kojarzone i upamiętniane są głównie w regionie. Warto więc zaprezentować szerszym odbiorcom postać Cegielskiego (ale nie tylko!!!) poprzez stworzenie odpowiedniej oferty turystycznej, która wyjdzie poza ramy Wielkopolski. Działania upamiętniające tę postać (jak i innych np. M. Mottego, E. Szczaniecką) realizowane są w szerszym zakresie, jak na razie, głównie przez lokalne organizacje, którym patronują, a także przez przewodników turystycznych czy nauczycieli organizujących wycieczki tematyczne (szczególnie podczas Roku Cegielskiego w 2013) itd. Hipolit Cegielski może nadal być atrakcyjną postacią dla współczesnych młodych ludzi jako symbol sukcesu, wypracowanego wytrwałą pracą.

Odnosząc się do wypowiedzi dra hab. Mikosa von Rohrscheidt (pkt 2.) chcę podkreślić, że turystyka biograficzna niekoniecznie musi przybrać charakter masowy. Generalnie jest i pewnie będzie formą turystyki uprawianą w dużej mierze przez pasjonatów, miłośników określonych postaci (zwłaszcza twórców literatury), grupy młodzieży szkolnej, grupy polonijne, seniorów (Uniwersytet Trzeciego Wieku), przewodników turystycznych itd. którzy nie oczekują „efektów specjalnych”, interaktywnych ekspozycji itd. chcą niejednokrotnie po prostu być w miejscach gdzie przebywała znacząca dla nich postać i chłonąć panującą tam atmosferę przywołując w wyobraźni realia minionych epok. Oczywiście to nie wyklucza potrzeby czy nawet konieczności modernizacji poszczególnych „stacji” na ewentualnym szlaku czy trasie biograficznej.

Skoro wywołany został przez dra hab. Mikosa von Rohrscheidt Napoleon Bonaparte – pragnę przypomnieć, iż poznański epizod napoleoński tudzież chopinowski są atutem godnym szerszego wykorzystania i wyeksponowania dla potrzeb turystyki biograficznej.

Zgadzam się ze stwierdzeniem, iż stosunkowo niewielki wydzźwięk mają ogłaszane inicjatywy polityczne typu „rok biograficzny”. Niewiele zapytanych przeze mnie osób ze środowiska akademickiego potrafiło cokolwiek powiedzieć chociażby o minionym roku Kolbergowskim. Inna sprawa, że Poznań, który słynie jako ośrodek badań nad twórczością Oskara Kolberga nie zrealizował żadnej ekspozycji muzealnej jemu poświęconej, która uświetniłaby obchody rocznicowe. Ponadto obserwuję, iż wiele inicjatyw, które pojawia się z różnych okazji związanych z zasłużonymi postaciami, nie jest należycie nagłaśnianych,



co powoduje, że świadomość społeczna wydarzeń im poświęconych jest stosunkowo niska. O wielu wykładach, spotkaniach, wycieczkach tematycznych sporo potencjalnych odbiorców dowiaduje się po fakcie.

Generalnie trzeba powiedzieć, że turystyka biograficzna ma szanse rozwoju pod warunkiem właściwej współpracy między władzami lokalnymi, instytucjami kultury, touroperatorami. Istotną byłaby konstruktywna dyskusja zmierzająca do wypracowania wspólnej strategii. Warunkiem niezbędnym byłoby także odpowiednie wypromowanie atrakcyjnych ofert turystycznych, przygotowanie publikacji promocyjnych, zadbanie o poprawę kondycji już istniejących szlaków, miejsc, tablic, pomników, wystaw muzealnych itd. Dla młodzieży szkolnej przydałby się cykl filmów edukacyjnych poświęconych wybitnym postaciom, ciekawe eventy, prezentacje, koncerty itd. WOT w wydanych publikacjach (*Wielkopolska wybitnych Polaków*, WOT, Poznań 2012; *Wielkopolska wybitnych Europejczyków*, WOT, Poznań 2012). zaproponował odbiorcom listę postaci godnych uwagi jako potencjalnych bohaterów szlaków turystycznych w Wielkopolsce. Która z tych postaci i jej ewentualny (póki co wirtualny) szlak okaże się najbardziej atrakcyjny i uczęszczany oraz na trwale zagości wśród ofert turystycznych, czas pokaże... W moim przekonaniu obowiązkiem nas jako dydaktyków, wykładowców czy przewodników jest eksponowanie dziedzictwa wybitnych ludzi i przekazywanie wiedzy o nim kolejnym pokoleniom chociażby właśnie przez rozwijanie i propagowanie turystyki biograficznej.

#### **Piotr Kociszewski, Uniwersytet Warszawski**

W odpowiedzi na powyższe pytanie posłużyłem się przede wszystkim doświadczeniem wynikającym ze współpracy z grupami turystów seniorów i przygotowaniem dedykowanej im oferty turystycznej[1], złożonej głównie z wycieczek jedno i kilkudniowych, przede wszystkim o zasięgu krajowym. Jednocześnie warto zaznaczyć, w kontekście turystyki osób starszych, że informacje te zostały przedstawione z perspektywy rynku warszawskiego turystyki seniorów i są one raczej studium przypadku, nie należy ich generalizować. Fundament z kolei do rozważań merytorycznych stanowią m.in. wypowiedzi przedmówców, a także treści dotyczące m.in. teorii turystyki biograficznej i jej poszczególnych form zaprezentowane dotychczas przez I. Wyszowską (2008).

Na wstępie należy podkreślić, że w ofertę turystyczną – konkretne programy wycieczek dla osób starszych włączane są różne odsłony – formy turystyki biograficznej. Warto w sposób bardziej szczegółowy przyjrzeć się kilku z nich, ilustrując je konkretnymi przykładami.

Po pierwsze, jedną z propozycji w ofercie turystycznej dla seniorów są wycieczki w ramach turystyki biograficznej – szlakami biograficznymi (por. Wyszowska 2008). Często są to wycieczki 1-dniowe, a w ich tytule jest już zawarta informacja o głównej postaci, z którą związane są poszczególne odwiedzane miejsca. Są to przede wszystkim literaci, ale także artyści czy inne ciekawe postacie związane z historią Polski. Rdzeniem takiej wycieczki - produktu turystycznego w ujęciu marketingowym (por. Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2010) jest przede wszystkim chęć szerszego poznania danej osoby, a także miejsc z nią związanych i ich realne odwiedzenie w przestrzeni. Wartością dodaną (odpowiednikiem produktu rozszerzonego w ujęciu marketingowym), a więc tym co wyróżnia daną ofertę na tle pozostałych propozycji jest mocne skupienie się na tytułowej postaci, także w narracji pilota-przewodnika prowadzącego daną wycieczkę. Niejednokrotnie jednym z głównych punktów programu takiego wyjazdu jest odwiedzenie muzeum związanego z konkretną postacią – najczęściej biograficznego (dedykowanego tej osobie lub któremuś z etapów jej życia – np. Muzeum Jana Kochanowskiego w Czarnolesie, Muzeum Józefa Ignacego Kraszewskiego w Romanowie, Muzeum im. Anny i Jarosława Iwaszkiewiczów w Stawisku, ale także Dom Urodzenia Fryderyka Chopina w Żelazowej Woli czy Muzeum Lat Szkolnych Stefana

Żeromskiego). Są także przypadki, że danej postaci np. w mieście z nią związanym nie jest dedykowane samodzielne muzeum, ale wystawa stała w ramach muzeum miejskiego lub regionalnego (np. Gabinet Juliana Tuwima w Muzeum Miasta Łodzi w Pałacu Poznańskiego lub stała wystawa obrazów Jacka Malczewskiego w jego rodzinnym Radomiu w Muzeum Okręgowym noszącym jego imię).

Na podstawie doświadczeń wyniesionych z wyjazdów z seniorami do takich placówek można stwierdzić, że w przypadku turysty grupowego jeden z najważniejszych elementów to nie tylko sama ekspozycja (niejednokrotnie jak już wspomniano mająca „swoją wiek”), ale przede wszystkim sposób jej przedstawienia w narracji przewodnika. Odpowiednie zaprezentowanie życia, pracy, szeroko rozumianych osiągnięć danej postaci za pomocą barwnej opowieści, a nie tylko deklamowania kalendarzowych dat może stać się fascynującą przygodą dla słuchaczy, angażującą także ich dotychczasową wiedzę lub spojrzenie.

Warto również nawiązać do jednego z postawionych przez autorkę pytań, dotyczącego rocznic związanych z postaciami i ich celebracji na różnym stopniu. Z perspektywy przygotowania oferty turystycznej dla seniorów można stwierdzić, że niejednokrotnie nagłośnione np. w mediach rocznice były impulsem do stworzenia konkretnej wycieczki tematycznej. W 2013 roku piszący niniejsze słowa wędrował z grupą po północnym skraju województwa lubelskiego szlakiem Józefa Ignacego Kraszewskiego (odwiedzając nie tylko muzeum biograficzne w Romanowie, ale również związaną z pisarzem Białą Podlaską). Z kolei w 2014 roku zainteresowaniem cieszyła się wycieczka szlakiem Oskara Kolberga – do jego muzeum w Przysusze. Niejednokrotnie miejsc związanych z daną postacią nie ma na tyle dużo, aby na ich podstawie stworzyć program całonocnej wycieczki. W takim przypadku odwiedzenie np. danego muzeum biograficznego jest wstępem do w ogóle poznawania regionu (po odwiedzeniu muzeum w Przysusze kolejnymi punktami zwiedzania były dwa kościoły w miejscowościach położonych nieopodal – jak okazało się – również bardzo interesujące).

Ciekawym przypadkiem jest ciesząca się dużym zainteresowaniem seniorów – mieszkańców Warszawy wycieczka po Mazowszu<sup>[2]</sup> szlakiem Józefa Chełmońskiego. Piszący niniejsze słowa realizował ją przez kilka ostatnich lat, ale to dopiero rok 2014 był czasem obchodów setnej rocznicy śmierci malarza, który swoje ostatnia lata życia, po powrocie z Paryża związał z Mazowszem, zakupując majątek w Kuklówce k. Grodziska Mazowieckiego. Wspomniana rocznica nie była jednak celebrowana na szczeblu krajowym, a regionalnym, choć miejsca związane z malarzem położone są na terenie dwóch współczesnych powiatów – grodziskiego i żyrardowskiego. W nawiązaniu do wcześniejszej części wypowiedzi – na omawianym szlaku nie ma formalnie muzeum biograficznego malarza, choć umownie rolę tę pełnią co najmniej dwie, a wręcz trzy placówki.

Po pierwsze w Domu Pracy Twórczej w Radziejowicach, w zabytkowych wnętrzach dawnego pałacu przez cały rok prezentowana była (i wciąż jest) wystawa twórczości malarza zatytułowana „Galerią Józefa Chełmońskiego”. Rocznicą śmierci artysty była dodatkowym impulsem, który przyczynił się do pozyskania (często nawet z prywatnych kolekcji) i prezentacji dodatkowych (rzadko eksponowanych publicznie) dzieł malarza. Ponadto w Domu Kultury w Żabiej Woli i Willi Radogoszcz w Grodzisku Mazowieckim prezentowane były (i również wciąż są) wystawy związane z malarzem. W samym Grodzisku Mazowieckim od kilku lat przy głównym deptaku – miejskiej arterii prowadzącym od stacji kolejowej przybywających wita pomnik artysty oraz Grodziska Galeria Uliczna obrazów Józefa Chełmońskiego. To ciekawy przykład promocji miasta, które de facto nie jest formalnie związane z samym malarzem (nie mieszkał tutaj, ale w sąsiedniej Kuklówce), ale z racji bliskości i wielkości to Grodzisk było dla niego „oknem na świat”. Ponadto, w związku z rocznicą konstruktywne zmiany wprowadzono na cmentarzu w Żelechowie – Ojrzanowie, gdzie spoczywa malarz, a mianowicie wyremontowano pomnik, oznaczono dojście do niego, a także zainstalowano tablice informacyjne. Kamień pamiątkowy został

także ufundowany i umieszczony przed drogą prowadzącą do majątku Chełmońskiego w Kuklówce (obecnie własność spadkobierców malarza – dwór nie jest udostępniony do zwiedzania). Reasumując – przykład ten pokazuje, że pomimo braku centralnych obchodów i upamiętnienia rocznicy na szczeblu państwowym rocznica (m.in. urodzin, śmierci) może stać się dodatkowym impulsem do realizacji działań i projektów związanych np. z zagospodarowaniem turystycznym, przede wszystkim na poziomie lokalnym. Po drugie jest to pokazanie innego oblicza turystyki biograficznej – pomimo braku formalnego muzeum danej postaci, dzięki działalności innych placówek szlak może stać się atrakcyjny i interesujący.

Budowanie oferty turystycznej dla seniorów, w oparciu o formy turystyki biograficznej jest ponadto konstruktywnym sposobem kilkukrotnego, ale za każdym razem innego odkrywania miast. Flagowym przykładem może być tutaj Kraków. Wycieczki – w tym przypadku dwu i trzydniowe do stolicy Małopolski pojawiały się w programie biura podróży – organizatora turystyki seniorów kilka razy w roku. Warto jednak zaznaczyć, że za każdym razem miasto prezentowane było w innej odsłonie, także z perspektywy różnych postaci z nim związanych. W niewielkim odstępnie czasu osoby zainteresowane mogły po pierwsze więc wziąć udział w wycieczce do Krakowa szlakiem Jana Pawła II i odwiedzić miejsca związane z jego życiem kapłańskim, a także posługą biskupią, aż wreszcie pontyfikatem. Kilka miesięcy później z kolei program wycieczki do królewskiego miasta został zbudowany w oparciu o związki z postaciami artystów z okresu m.in. Młodej Polski, a więc był to Kraków Stanisława Wyspiańskiego i Jana Matejki. Turyści odwiedzali więc często nawet te same miejsca (katedra na Wawelu, Kościół Mariacki), ale narracja przewodnika dotyczyła zupełnie innych treści i wątków.

Wreszcie należy dodać, że turystyka biograficzna – w formie punktowej (np. poprzez muzeum danej postaci) może stać się elementem programu wycieczki o charakterze kulturowym, ale determinowanej geograficznie – np. z perspektywy regionu. Tematem wyjazdu jest więc poznawanie w ogóle danego regionu lub miasta, a wizyta w muzeum biograficznym staje się równorzędnym punktem - jednym z elementów. Przykładem może być wyjazd kilkudniowy na Suwalszczyznę, podczas którego pół dnia grupa spędziła w Suwałkach, zwiedzając ciekawe zabytki miasta, a wizyta w Muzeum Marii Konopnickiej (skądinąd bardzo ciekawym) była jednym z punktów programu.

Truizmem na koniec może wydawać się stwierdzenie, że zainteresowanie turystyką biograficzną zależy przede wszystkim od promocji poszczególnych podmiotów z nią związanych i jakości elementów zagospodarowania turystycznego. Jako pozytywną ilustrację, a jednocześnie przykład konstruktywnej współpracy w środowisku lokalnym warto przywołać miasto Turek, położone na skraju województwa wielkopolskiego i łódzkiego. Od kilku lat, dzięki funduszom unijnym miasto to promuje się hasłem „Turek – miasto w klimacie Mehoffera”. Zdaniem piszącego te słowa to nowe oblicze turystyki biograficznej, ponieważ artysta ten nie jest związany z Turkiem bezpośrednio poprzez ważne momenty swojego życia (nie jest to miejsce jego urodzenia, śmierci, zdobywania wykształcenia, założenia rodziny), ale przede wszystkim przez swoje dzieło, a konkretnie przyozdobienie miejscowego kościoła parafialnego polichromiami, freskami i witrażami. Dzięki pozyskanym funduszom zewnętrznym możliwa stała się ich renowacja, a w miejscowym muzeum (obecnie noszącym imię Mehoffera, wcześniej związanym tematycznie m.in. z tkactwem) główne miejsce zajmuje dzisiaj wystawa prezentująca projekty prac zrealizowanych później w kościele. Przewodnicy muzealni (notabene zwiedzanie i obsługa przewodnicka są bezpłatne) nie tylko oprowadzają po swojej placówce, ale również zapraszają grupę do zwiedzania kościoła (posiadając swoje klucze, a więc tym samym rozwiązując częsty problem związany z wizytą w obiektach sakralnych). Dodatkowo turystom dedykowane są interesujące wydawnictwa, a także możliwość wspólnego zdjęcia z malarzem, oczekującym na turystów na miejskiej ławeczce.

W ramach podsumowania warto odnieść się jeszcze do jednego z pytań autorki o przyszłość tej formy turystyki kulturowej. Z perspektywy turystyki seniorów interesujący wydaje się rozwój segmentu wycieczek biograficznych, z jeszcze większym naciskiem na ich wymiar edukacyjny. Jest to ciekawa propozycja dla m.in. coraz silniej i szerzej prosperujących Uniwersytetów Trzeciego Wieku, oferujących swoim słuchaczom liczne wykłady i seminaria. Czemu nie mogą mieć one charakter mobilnych seminariów – określonych roboczo np. edukoplenerami? Piszący niniejsze słowa brał udział w organizacji serii takich wyjazdów dla słuchaczy jednego z warszawskich UTW – śladem ciekawych postaci Mazowsza. W ramach cyklu zaproponowano wycieczki szlakiem Cypriana Kamila Norwida, Anny i Jarosława Iwaskiewiczów, a także Jana Kochanowskiego. Wartością dodaną był mobilny charakter narracji, który w porównaniu z typową formą audytoryjną pozwolił na zilustrowanie konkretnych wątków związanych z życiem danych postaci wizytą w poszczególnych miejscach. Taka forma cieszyła się dużym zainteresowaniem słuchaczy. Proponowany rozwój takiej formy wycieczek jest możliwy nie tylko w formie turystyki komercyjnej, ale także w ramach projektów dotowanych np. w ramach Rządowego Projektu na Rzecz Aktywności Społecznej Osób Starszych (ASOS na lata 2014-2020), którego jednym z priorytetów jest wprowadzanie nowych form edukacji.

[1] Pod pojęciem oferty turystycznej dla seniorów należy zdaniem piszącego niniejsze słowa – rozumieć zmodyfikowane i zaprojektowane specjalnie dla osób starszych produkty turystyczne (w formie pojedynczych usług lub pakietu), wprowadzone i egzystujące na rynku, dostosowane do potrzeb, preferencji i możliwości odbiorców [por. Kociszewski 2013]. Jednocześnie warto zaznaczyć, że nie każdy produkt turystyczny automatycznie staje się ofertą turystyczną. Komentarz ten odnosi się przede wszystkim do tych przykładów produktów, które istnieją jedynie w fazie koncepcji, będąc pewnym zbiorem idei, pomysłów, a nie funkcjonują realnie. Decydujące bowiem kryterium stanowi realne wprowadzenie i obecność w sferze rynku. Wtedy to dopiero produkt, nabywając istotnych cech związanych z wejściem na rynek, powinien być postrzegany jako oferta turystyczna. Wśród wspomnianych cech należy wskazać: określoną cenę, czas – rozumiany jako okres obowiązywania oferty, jakość czyli konkretne wartości użytkowe oraz określone warunki sprzedaży (m.in. płatność, dostawa, gwarancja, możliwość odstąpienia od umowy) [por. Panasiuk 2014].

[2] Mazowsze w tym kontekście odpowiada współczesnemu zasięgowi administracyjnemu województwa (powiat grodziski i żyrardowski).