



Karolina CHOJKA

ALMAMER WYŻSZA SZKOŁA EKONOMICZNA
W WARSZAWIE

TURYSTYKA I DZIEDZICTWO KULTUROWE JAKO WYRÓŻNIK REGIONU W WARUNKACH INTEGRACJI EUROPEJSKIEJ

Abstrakt

W pracy wyjaśniono różne pojęcie odnoszące się do kultury i dziedzictwa kulturowego. Omówiono trendy występujące wśród współczesnych turystów, zaprezentowano formy spędzania czasu podczas krajowych podróży turystycznych oraz przedstawiono znaczenie tworzenia szlaków kulturowych w Unii Europejskiej ponadto wymieniono przykładowe szlaki kulturowe i ich znaczenie.

Dziedzictwo narodów odgrywa kluczową rolę w polityce Unii Europejskiej. Ochrona obiektów kultury mających znaczenie dla całej Europy staje się wyzwaniem. Stworzenie szlaków kulturowych bazujących na dziedzictwie państw członkowskich Unii jest często drogą do integracji europejskiej, promocji oraz poprawy świadomości społeczeństw.

1. Wyjaśnienie pojęć kultura oraz dziedzictwo kulturowe

Turystyka jest zjawiskiem społecznym, ekonomicznym, psychologicznym, przestrzennym oraz kulturowym. Każdy turysta posiada indywidualne preferencje i upodobania, jednak potrzeba wypoczynku, podróży turystycznej jest wartością istotną dla każdego człowieka.¹ Podstawowym aspektem turystyki jest ruch, przemieszczanie się zarówno ludzi jak i wartości kulturowych. Turystyka pobudza zainteresowanie kulturą, wychowuje oraz wpływa na wrażliwość emocjonalną.

Turystyka umożliwia każdemu obywatelowi doświadczanie bogactwa i różnorodności kultur, tradycji, oraz unikatowego folkloru i codziennych zwyczajów lokalnych społeczności. Podróżowanie umożliwia obcowanie z odmiennością, a

¹ K. Przeclawski. Społeczne, kulturowe i wychowawcze funkcje turystyki (w:) Andrzej Gordon (pod red.). Turystyka – szansą rozwoju kraju. Materiały pokongresowe. Kongres Turystyki Polskiej. Warszawa 1996. s. 137-138.

poprzez poznawanie nowego pozwala wyzbyć się uprzedzeń, czy stereotypów, wpływając na światopogląd, wzbogacając nasze życie w doświadczenia, czy doznania estetyczne, duchowe i emocjonalne.²

Decydując się na wyjazd turystyczny różnimy się potrzebami, jakie nami kierują oraz oczekiwaniami względem oferty, czy miejscowości docelowej. Turysta znajdując się w kraju, regionie, który odwiedza ma styczność z miejscowymi społecznościami oraz ich codziennością. Poznaje ich kulturę, obyczaje oraz obowiązki. Regionalne tradycje i obyczajowość mają swoje odzwierciedlenie w dziedzictwie kulturowym stanowiącym spuściznę wielu pokoleń. Przekazują one kolejnym potomkom cenne, a zarazem unikatowe wartości dziedzictwa regionu.

Pojęcie kultury definiować można na szereg sposobów. Na kulturę składa się dorobek ludzkości wytworzony na przestrzeni lat; to dorobek społeczny, który został przekazany za pomocą treści pisanych, mówionych, w formie dzieł – rzeźb, obrazów, budowli. Kulturę można postrzegać jako całość, bądź rozpatrywać pod względem elementów, które się na nią składają i jest tożsama z tradycją. Dzięki unikatowym wartościom tradycji możemy wytypować obszary stanowiące regiony kulturowe.³

„Kultura to dziedzictwo narodowe, wytwory i czynności danego narodu, należące do kategorii kultury symbolicznej, mające wyjątkową powszechną wartość, szczególnie dla narodu poprzez dawanie poczucia identyfikacji, więzi.”⁴ Mogą to być dobra ruchome i nieruchome, stanowiska archeologiczne, zespoły budowlane, dzieła sztuki, rękopisy, książki itp. Zabytkami ruchomymi będą np.: dzieła rzemiosła artystycznego, wytwory sztuki ludowej i rękodzieła. Zabytkami nieruchomymi są zaś m.in. elementy krajobrazu kulturowego, dzieła architektury i budownictwa, parki, ogrody, cmentarze, miejsca martyrologii.⁵

Kultura regionu to tradycyjne pieśni, tańce, rękodzieło, styl zabudowy, stroje, gwara, produkty i potrawy kulinarne, jak również obrzędy, obyczaje, czy lokalne uroczystości. Wszystkie te przejawy unikalności stanowić mogą dla turysty nie tylko źródło wiedzy, ale także doświadczeń emocjonalnych.

² K. Orzechowska-Kowalska. Zasady tworzenia europejskich szlaków kulturowych. (w:) Turyzm. Zeszyt 2. 2003. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. s. 69.

³ J. Wojciechowska. Dziedzictwo kulturowe regionów jako element produktu turystycznego. (w:) Burzyński T., Łabaj M. (red. nauk.). Turystyka rekreacyjna oraz turystyka specjalistyczna. Warszawa 2003. s. 152-153.

⁴ (cyt.) Narodowy Program Kultury „Ochrona Zabytków i Dziedzictwa Kulturowego” na lata 2004-2013. Warszawa 2004. s. 6.

⁵ Tamże. s. 6-7.

Największe znaczenie mają elementy kultury ludowej dla ludzi wykształconych, niestety nie budzą one takiego entuzjazmu i zainteresowania wśród społeczności wiejskich. Kopiowanie obcych wzorców, poczucie zacofania spowodowały niedoceniać bogactwa regionu i jego obumieranie.

Można śmiało stwierdzić, iż nie zrozumie się w pełni kultury nie podróżując turystycznie. Turystyka to spotkania różnych kultur, wymiana wartości pomiędzy turystami odwiedzającymi a lokalnymi społecznościami.⁶

Różnorodność i odmienność charakteryzująca kulturę stanowi bogactwo i atut społeczności lokalnych. Zachowanie, czy ocalenie odrębności pomiędzy regionami ma dziś istotne znaczenie dla sektora turystycznego. Niejednorodność kulturowa w skali kraju przyczynić się powinna do pobudzenia zainteresowania turystów podróżami w poszczególne obszary.⁷

Na dziedzictwo kulturowe, składa się „całokształt materialnego i duchowego dorobku ludzkości, narodu i epoki”.⁸ Obszary posiadające unikatową tożsamość kulturową często nazywa się „małymi ojczyznami”. Są one trwałe, a rozwój technologiczno-kulturowy, nie wpływa negatywnie na zatracenie zachowanych wartości kulturowych regionu.⁹

Dziedzictwo kulturowe obszaru stanowi podstawowy składnik produktu turystycznego. Jest to element, który w znaczący sposób przyczynia się do atrakcyjności oferty wzbogacając ją w unikatowe dla turysty wartości. Doświadczenia turystyczne nie dostarczą odwiedzającemu pełnej satysfakcji, jeżeli w oferowanym pakiecie nie znajdzie się element lokalny, czy regionalny nawiązujący do tradycji, obyczajowości i historii obszaru. Ważna staje się taka kreacja zintegrowanego produktu turystycznego, który stworzy wizerunek obszaru, wyróżniając go na arenie międzynarodowej.

⁶ J. Merski, J. Kościelnik. *Kultura i tradycja ludowa jako produkt turystyczny* (w:) Chojka J. (red. nauk.). *Międzynarodowe Forum Kultury i Ekonomii. Jak odnieść sukces rynkowy w działalności kulturalnej*. Stalowa Wola 2006. s. 22.

⁷ K. Chojka. *Dziedzictwo kulinarne Podkarpacia jako wartość turystyczna* (w:) *Zeszyty Naukowe*. Nr 1/2007 – 1/2008. Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Stalowej Woli. Stalowa Wola 2008.

⁸ (cyt.) J. P. Piotrowski, W. Idziak. *Kultura bogactwem turystyki wiejskiej*. Fundacja Wspomagania Wsi. s. 18.

⁹ *Tereny, ludzie, produkty. Kultura i rozwój. Produkt i usługa wysokiej jakości czynnik rozwoju lokalnego*. Białystok – Paryż 2001. s. 31.

Ludzi charakteryzuje naturalna skłonność do postrzegania dziedzictwa w odniesieniu do wydarzeń, które wywołują w nich dumę oraz pozytywne emocje.¹⁰ Zachowane dziedzictwo jest jednym z czynników determinującym przyjazd turysty do danego regionu, czy kraju, niestety zbyt małą wagę przykłada się do działań promocyjnych. Najcenniejsze zasoby oraz obiekty wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Przyrodniczego UNESCO powinny odgrywać kluczową rolę w promocji kraju. Informacja o regionalnych, czy lokalnych imprezach również może być znakomitym „wabikiem” na turystów. Niestety w Polsce promocja tego typu przedsięwzięć, tj. festiwal, festynów, lokalnych targów itp. nie jest wystarczająca i efektywna.¹¹

Chcąc zaoferować turystyce wartość w postaci dziedzictwa kulturowego, niebagatelna staje się autentyczność prezentowanego dorobku kultury. Umiejętne przekazywanie wiedzy i historii o danym obiekcie, miejscu, wydarzeniu jest bardzo istotne. Turystyka powinna edukować społeczeństwo o bogactwie obyczajów, gwar, strojów, folkloru i rodzimej kuchni, jednocześnie umożliwiając poznanie dziedzictwa poprzez zabawę, np. udział w lokalnych festynach, obrzędach, czy świętach.

2. Trendy występujące wśród współczesnych turystów

Obecnie zauważalny jest rozwój turystyki kulturowej. Turystyka kulturowa jest nośnikiem korzyści zarówno materialnych, jak i co ważniejsze wartości moralnych. Dzięki temu stwarza szeroki wachlarz możliwości promowania wartości zachowanego dziedzictwa narodowego.¹²

Wśród osób w starszym wieku dostrzegalna staje się potrzeba doznawania „autentycznych przeżyć”, związanych z ocaloną, zachowaną spuścizną obszaru, jaki odwiedzają. Wzrost liczby osób starszych będących obywatelami Unii Europejskiej, będzie miał swoje przełożenie na wzrost liczby podróży, w których celem dominującym będzie element poznawczy. Dziedzictwo kulturowe, można, zatem stwierdzić będzie budziło coraz większe zainteresowanie wśród turystów.

¹⁰ R. Riley. Typologia i podaż dziedzictwa kulturowego dla turystyki. (w:) Turyzm. Zeszyt (17) ½. 2007. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. s. 104.

¹¹ A. Janusiewicz. Dziedzictwo kulturowe w turystyce polskiej (w:) Problemy Turystyki. 2002. nr 1-2, s.113.

¹² K. Orzechowska-Kowalska. Zasady tworzenia europejskich szlaków kulturowych. (w:) Turyzm. Zeszyt 2. 2003. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. s. 69.

Wśród trendów globalnych w turystyce wystąpi konieczność ukierunkowania oferty turystycznej na atrakcje oparte na lokalnym dziedzictwie. Wzrost zainteresowania turystyką kulturową, poznawczą spowoduje zmiany w sposobie spędzania czasu wolnego przez turystów, którzy koncentrować będą się na kultywowaniu hobby i samokształceniu. Dostrzegalny będzie również wzrost zainteresowania turystyką we własnym kraju, a co za tym idzie narodowe atrybuty staną się przewodnim motywem podróży do danego regionu.¹³

Ph. Kotler wymieniając trendy w gospodarce używa pojęcia „strącanie świętości z piedestału”, co oznacza powrót konsumentów do zainteresowania lokalnymi firmami i wyrobami. Wysnuć tu można wniosek, iż to właśnie turystyka w najwyższym stopniu umożliwi turyście zrealizowanie swoich potrzeb związanych z doświadczaniem narodowej spuścizny.¹⁴ Wybór miejsca wypoczynku przez turystę jest determinowany nie tylko dostępnością i jakością bazy noclegowej, gastronomicznej, czy stanu szlaków komunikacyjnych, ale atrakcyjnością turystyczną miejsca docelowego, dostępnością do owych atrakcji, możliwością ciekawego, niecodziennego spędzenia czasu. Wiedza o lokalnych wyróżnikach, a więc m.in. o zachowanych, unikatowych wartościach będących elementem charakterystycznym dla danego obszaru powinna mieć swoje odzwierciedlenie w ofercie, dostarczając turyście satysfakcji i zadowolenia z pobytu w regionie bogatym w niepowtarzalne walory.¹⁵

Zmiany w potrzebach, oczekiwaniach, preferencjach wśród konsumentów determinują nowe sposoby funkcjonowania organizatorów turystyki, a zatem na nowo konstruowane są oferty kierowane do poszczególnych segmentów. Turystykę, którą niegdyś określano mianem 3S (Sun, Sea, Sand – słońce, morze, piasek), zdominuje turystyka 3E (Entertainment, Excitement, Education – rozrywka, emocje, edukacja).¹⁶ P. Palich wymienia najważniejsze trendy w popycie i podaży turystycznej (tab. 1).

Turyści mając styczność z kulturą regionu, muszą mieć możliwość zapoznania się z jego historią w sposób łatwy i zrozumiały, zatem odpowiednia interpretacja i kolejno przekazanie informacji o spuściznie obszaru jest bardzo ważnym zadaniem. Każde miejsce posiada własną historię wartą przekazania tak więc bardzo ważna jest forma

¹³ J. Kowalski. Trendy w turystyce. Płońsk, 9 stycznia 2006.

¹⁴ Ph. Kotler. Marketing. Rebis. Warszawa 2005. s. 160.

¹⁵ J. Debis. Produkt turystyczny oraz kreacja marki regionów turystycznych (w:) M. Migdal (pod red.). Jak rozwijać lokalną turystykę? Forum Turystyki Pomorza Zachodniego. Szczecin 2004. s. 81.

¹⁶ P. Palich (w:) Problemy Turystyki i Hotelarstwa. Zeszyt nr 2. Gdynia 2003. s. 10.

przekazu. Aby turysta zrozumiał tradycje danej społeczności należy skutecznie i wiarygodnie przedstawić przeszłość, dzieje regionu. Prezentacja, powinna bazować na potrzebach odbiorcy – turysty, pobudzać jego wyobraźnię, wpływać na emocje. Przekazywana treść nie powinna przypominać lekcji historii (powinna być jednak usystematyzowana), a wzbudzać zainteresowanie i intrygować. Należy pamiętać, iż korzystniejszy dla turysty będzie czynny, a nie bierny udział w prezentacji. Umożliwienie turyście doświadczenia pewnych zdarzeń, na pewno dostarczy mu dużo więcej satysfakcji niż pasywne przyglądanie się i słuchanie.¹⁷

Tabela 1. Trendy w popycie i podaży turystycznej

Zmiany w strukturze motywacji i kierunków wyjazdów	Zmiany w oczekiwaniach turystów w odniesieniu do produktów
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wzrost popytu na wyjazdy zawierające m.in. element kultury, edukacji; ➤ Wzrost zainteresowania wyjazdami typu wypoczynek + udział w lokalnych wydarzeniach; ➤ Ważna stanie się jakość, autentyczność oraz różnorodność stanowiąca determinantę wyboru kierunku podróży; ➤ Wzrost zainteresowania mniejszymi krajami. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Turyści oczekiwać będą większego zainteresowania ich potrzebami (indywidualizacja oferty turystycznej); ➤ Większe znaczenie elastyczności programów wyjazdów; ➤ Największym popytem będą się cieszyć małe restauracje i zajazdy charakteryzujące się dobrą jakością.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: P. Palich (w:) *Problemy Turystyki i Hotelarstwa. Zeszyt nr 2. Gdynia 2003. s. 11.*

Konsekwencją globalnego rozwoju stała się masowa produkcja, masowa komunikacja oraz masowa konsumpcja. Wszystko to przyczyniło się do zatarcia granic, pomiędzy kulturą obcą a kulturą tradycyjną, własną, tworzoną przez szereg pokoleń. Przeobrażenia w sferze kultury stały się, więc zjawiskiem niemal nieuchronnym. Kultura masowa wypiera, czy wręcz „wchłania” produkty stanowiące dorobek historii, tj. oryginalne produkty regionalne, lokalne oparte na niepowtarzalnych cechach obszaru. Powoduje to ujednoczenie, czy wręcz komercjalizację wyrobów, poprzez co w poszczególnych częściach świata znaleźć możemy produkty jednakowej jakości. Efektem jest tu zanik unikatowości kultury,

¹⁷ W. Alejski, J. Biliński. Dziedzictwo kulturowe a nowe trendy w popycie i podaży turystycznej. (w:) *Problemy Turystyki i Hotelarstwa. Zeszyt nr 2. Gdynia 2003. s. 15.*

która z regionalnej kultury miejsca staje się kulturą globalną, kulturą czasu kreowaną przez modę.

Niektóre z lokalnych produktów, czy obyczajów zasłynęły na całym świecie, jednak konsekwencją stała się ich standaryzacja oraz zanik oryginalności. Niezbędne jest docenienie, zatem różnorodności własnej kultury, jak również umiejętność symbiozy tradycji z nowoczesnością. Silne poczucie tożsamości narodowej, a więc i świadomość dziedzictwa kulturowego spowoduje uodpornienie się na wchłanianie wyjątkowego dorobku historii przez globalną kulturę masową.

Wytypować można, zatem dwa zjawiska stanowiące konsekwencję globalizacji dla kultury. Pierwszą jest wspomniana unifikacja i ujednolicanie, drugą jest walka o zachowanie różnorodności, wartości kulturowych. Istotnym zadaniem zdaje się być umiejętność symbiozy kultury nowoczesnej z kulturą tradycyjną.¹⁸

Tabela 2. Sposób spędzania czasu podczas krajowych wyjazdów turystycznych

Wyszczególnienie	Długookresowe			Krótkookresowe		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Odwiedzanie miejsc kultu religijnego	6	5	3	8	8	8
Odwiedzanie parków narodowych lub krajobrazowych	15	10	12	8	6	5
Udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych	3	2	2	2	3	2
Zdobywanie wiedzy i umiejętności	3	4	3	5	7	5
Zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków	15	15	15	9	8	9
Życie towarzyskie i rozrywki	43	35	40	47	39	43

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Charakterystyka podróży krajowych. Badania Instytutu Turystyki; oszacowanie liczby odwiedzin w zaokrągleniu.

W roku 2004 podczas krajowych podróży długookresowych turyści najchętniej spędzali czas prowadząc życie towarzyskie i oddając się rozrywce (tab. 2). Kolejno duże zainteresowanie budziło zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków oraz odwiedzanie parków narodowych i krajobrazowych. W podróżach krótkookresowych w 2004 roku preferencje turystów były podobne. Rok 2006 pokazuje podobne trendy, jednak parki turyści odwiedzali rzadziej. Podczas podróży krótkookresowych Polacy w znacznie mniejszym stopniu poświęcali swój wolny czas na cele edukacyjne i

¹⁸ J. Wojciechowska. Dziedzictwo kulturowe regionów jako element produktu turystycznego. (w:) Burzyński T., Łabaj M. (red. nauk.). Turystyka rekreacyjna oraz turystyka specjalistyczna. Warszawa 2003. s. 153.

związane z kulturą, a w przeciągu lat 2004-2006 nastąpiły bardzo niewielkie zmiany, co do sposobu wypoczynku, a turyści wybierali kolejno te same sposoby spędzania czasu.

Aby móc konkurować i przyciągać turystów, spełniając ich oczekiwania i potrzeby należy wiedzieć, jakie unikatowe wartości charakteryzują region. Ważne, zatem staje się poszukanie odpowiedzi na pytania:

- Co wyróżnia region spośród innych?
- Z czego słynie region?
- Jakie atrakcje mogą budzić zainteresowanie turystów?
- Jakie tradycje, historie, obyczaje charakteryzują region?
- Jakie formy turystyczne dominują w regionie?
- Jakie występują bariery, zagrożenia rozwoju turystyki w regionie?
- Jak postrzegany jest region?
- Z jakich specjalów kulinarnych słynie region? ¹⁹

Należy pamiętać, iż turystyka może wykazywać również negatywne oddziaływanie na dziedzictwo kulturowe. Ludowość, folklor, regionalne kuchnie stać się mogą kulturą na sprzedaż, poprzez co zatracają swój autentyzm. Produkt taki staje się wytworem komercji. Również społeczności lokalne nie doceniając wartości bogactwa własnej ziemi dostosowują swój produkt do oczekiwań turystów. Wszystkie te zjawiska prowadzą w konsekwencji do zaniku unikalnej wartości dziedzictwa historycznego, niedocenianiu go oraz do zmiany obyczajów, zasad moralnych itp.

3. Dziedzictwo kulturowe oraz szlaki kulturowe w działaniach Unii Europejskiej

Potencjał kulturowy Polski jest naprawdę duży, jednak nadal zbyt mało eksponowany w działaniach promocyjnych. Posiadamy wiele wspaniałych i różnorodnych zabytków, które stać by się mogły podstawowymi składowymi produktu turystycznego oraz działań marketingowych. Są to obiekty mające charakter zarówno wyłącznie lokalny, regionalny, jak również ogólnopolski, czy europejski. Jako przykłady można tu podać skanseny, budowle drewniane, sanktuaria, pałace i dworki, dorobek kulturalny oraz dzieła sztuki będące pochodną wpływów krajów

¹⁹ J. Debis. Produkt turystyczny oraz kreacja marki regionów turystycznych (w:) M. Migdal (pod red.). Jak rozwijać lokalną turystykę? Forum Turystyki Pomorza Zachodniego. Szczecin 2004. s. 84.

ościennych.²⁰ Takie zróżnicowanie, pozwala na tworzenie różnorodnych szlaków, szlaków tematycznych, opartych na unikatowym dziedzictwie.

R. Riley wymienia takie oto typy miejsc dziedzictwa narodowego:

- budynki (zabytki, ratusze, biblioteki, muzea, galerie sztuki, katedry oraz kościoły);
- zbiory muzealne, skanseny;
- muzea aktywne (np. muzea kolei parowej);
- przedstawienia teatralne.²¹

W roku 2002 w Polsce zarejestrowanych było 245 146 zabytków. Woj. podkarpackie posiadało ich największą liczbę 45 866, co stanowiło niemalże 19% ogólnej liczby zabytków w kraju.²² Jest to zatem obszar, gdzie turystyka kulturowa bazująca na dziedzictwie historycznym ma bardzo duże szanse rozkwitu oraz wyróżnienia regionu poprzez jego unikatowe wartości, jakie oferuje turystom.

Największą liczbę zarejestrowanych zabytków archeologicznych stanowią osady (45,8%), grodziska, gródki, osady, dwory obronne, fortyfikacje (23,4%), kolejno cmentarze (17,9%).²³ Woj. podkarpackie posiada dwa zabytki, które zostały wpisane na listę Pomników Historii UNESCO: Klasztor oo. Bernardynów w Leżajsku oraz Zespół zamkowy w Łańcucie. Na Liście Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Przyrodniczego województwo reprezentowane jest przez dwa zabytki kultury materialnej: kościół w Haczowie i zespół kościelno-plebański w Bliźnem (wpisane na listę w 2003 r.) oraz Bieszczadzki Park Narodowy.

Tworząc szlak turystyczny oparty na dziedzictwie kulturowym należy brać pod uwagę określone wartości, które będą stanowiły podstawowy cel turystyczny np. jedność stylu architektonicznego budowli; osobę, czy wierzenia religijne. Można również tworzyć szlaki biorąc pod uwagę jego zasięg przestrzenny i tak mogą powstać

²⁰ A. Janusiewicz. Dziedzictwo kulturowe w turystyce polskiej (w:) Problemy Turystyki. 2002. nr 1-2, s. 114.

²¹ R. Riley. Typologia i podaż dziedzictwa kulturowego dla turystyki. (w:) Turyzm. Zeszyt (17) ½. 2007. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. s. 93.

²² Narodowy Program Kultury „Ochrona Zabytków i Dziedzictwa Kulturowego” na lata 2004-2013. Warszawa 2004. s. 9.

²³ Tamże. s. 12.

szlaki światowe, szlaki europejskie czy krajowe odcinki składające się na szlaki historyczne.²⁴

Jako przykładowe szlaki tematyczne w Polsce można wymienić:

- Zamki Śląskie w województwie dolnośląskim i opolskim,
- Opactwa cysterskie w województwie dolnośląskim i świętokrzyskim,
- Kultura bursztynu w województwie pomorskim,
- Sztuka cerkiewna w województwie lubelskim, podkarpackim oraz podlaskim,
- Kultura ludowa w województwie łódzkim, małopolskim, mazowieckim, pomorskim.²⁵

Konstruując szlaki należy je ujednoczyć tworząc określone kategorie, określić wiodącą ideę np. szlak oparty na jednorodności dziedzictwa (np. szlak architektury drewnianej), szlak oparty na wspólnych ideach (np. wolność), szlaki związane ze sławną, zasłużoną postacią (np. Fryderyk Chopin), szlak związany z wierzeniami, religią; szlaki odnoszące się do rodzaju aktywności, działalności (np. handlowe, edukacyjne). Szlaki można również utworzyć biorąc pod uwagę ich zasięg – szlaki światowe, szlaki kontynentalne, krajowe oraz regionalne.²⁶

UE stara się chronić dziedzictwo kulturowe państw członkowskich, respektując jego różnorodność, wspierając finansowo działania na rzecz kultury, licząc na jej rozkwit. Artykuł 128 Traktatu z Maastricht określa, iż „Wspólnota przyczynia się do rozkwitu kultur państw członkowskich, respektując ich narodową i regionalną różnorodność, jednocześnie uwypuklając wspólne dziedzictwo kulturowe”. Wspólnota podejmuje działania mające na celu zachęcenie do współpracy państwa członkowskie, w takich dziedzinach jak m.in. podnoszenie poziomu wiedzy i szerzenie kultury i historii narodów europejskich; zachowanie i ochrona dziedzictwa kulturowego o znaczeniu europejskim oraz niekomercyjna wymiana kulturalna.²⁷ Unia oraz kraje członkowskie sprzyjają kooperacji pomiędzy państwami trzecimi oraz międzynarodowymi organizacjami szczególnie zaś z Radą Europy.

²⁴ J. Merski, J. Kościelnik. *Kultura i tradycja ludowa jako produkt turystyczny* (w:) Chojka J. (red. nauk.). *Międzynarodowe Forum Kultury i Ekonomii. Jak odnieść sukces rynkowy w działalności kulturalnej*. Stalowa Wola 2006. s. 29.

²⁵ A. Janusiewicz. *Dziedzictwo kulturowe w turystyce polskiej* (w:) *Problemy Turystyki*. 2002. nr 1-2, s. 114.

²⁶ K. Orzechowska-Kowalska, R. Kowalski. *Turystyczne szlaki kultury jako przykład integracji regionów Europy*. (w:) *Marketing turystyki*. AVSI Polska. Instytut Turystyki. Oddział w Krakowie. Centrum Edukacji Kadr Turystycznych. Kraków 1999. s. 107.

²⁷ Traktat z Maastricht. Art. 128 ust. 2.

Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy powołało Radę Programową ds. Europejskich Szlaków Kulturowych, której zadaniem stało się m.in. stworzenie fundamentów kulturowej tożsamości europejskiej. Przy Radzie Europy funkcjonuje Rada Współpracy Kulturowej, która ustanowiła cele podstawowe, jakie powinny spełniać szlaki. Jako pierwszy cel można wymienić, konieczność uświadomienia Europejczykom ich tożsamości kulturowej, kolejno: uzmysłowić narodowościom, iż zachowanie i ochrona dziedzictwa kulturowego stanowi podstawę rozwoju środowiska, otoczenia, w którym żyją; oraz przyznanie turystyce kulturowej, poznawczej miejsca pierwszorzędowego w sposobie spędzania czasu wolnego.²⁸

Sformułowano również pojęcie „Europejskiego Szlaku Kulturowego”, który „powinien przebiegać przez więcej niż jeden kraj lub region, być zorganizowany wokół tematu określonego aspektami historycznymi spraw Europy. Może to być również trasa wytyczona na podstawie istniejącego szlaku geograficznego ze względu na wybitne walory środowiska naturalnego”.²⁹ Szlak taki powinien bazować na licznych i różnorodnych atrakcjach, uwzględniając miejsca mające szczególne znaczenie historyczne dla całej kultury europejskiej.

Szlak kulturowy musi spełnić kilka procedur formalnych. Pierwszym warunkiem stworzenia szlaku jest określenie jego tematu (np. reprezentowanie wartości kulturowych Europy), drugi krok dotyczy ustalenia hierarchii zakresów działań tj. stworzenie wielodyscyplinarnych projektów (np. turystyka i wspieranie rozwoju kulturowego). Trzecią zasadą konieczną do spełnienia jest określenie kryterium powstawania sieci (kilku twórców projektu), czyli niezbędne jest stworzenie programu, wraz z jego celami, metodami, współtwórcami, obszarami działalności oraz planem finansowym zatwierdzonymi przez Radę Europy. Krokiem ostatnim jest ustalenie kategorii szlaku w trzech kategoriach, tj.:

1. Kategoria pierwsza – „Wielki Szlak Kulturowy Rady Europy”
2. Kategoria druga – „Szlak Kulturowy Rady Europy”
3. Kategoria trzecia – „w ramach szlaków Kulturowych Rady Europy”

Pierwsza kategoria szlaków musi tworzyć sieć pomiędzy regionami i krajami, które będą dotyczyły paneuropejskiego tematu. Kategoria druga dotyczy szlaków o

²⁸ K. Orzechowska-Kowalska. Zasady tworzenia europejskich szlaków kulturowych. (w:) *Turyzm. Zeszyt 2. 2003.* Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. s. 70.

²⁹ (cyt.) K. Orzechowska-Kowalska. Zasady tworzenia europejskich szlaków kulturowych. (w:) *Turyzm. Zeszyt 2. 2003.* Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. s. 70.

ograniczonym wymiarze europejskim, realizowanych na jednym bądź wielu obszarach. Szlaki chcące przynależeć do kategorii trzeciej powinny tematem odnosić się do jednego obszaru bądź wydarzenia.³⁰

Tematami wiodącymi przy powoływaniu szlaku, mogą być:

1. Ludzie, którzy mieli niebagatelny wkład w rozwój cywilizacji europejskiej.
2. Migracje, tj. umożliwienie zrozumienia przemieszczania się społeczności, określić jego konsekwencje dla regionów oraz ustalić, w jaki sposób powstały tożsamości kulturowe regionów.
3. Rozprzestrzenianie się głównych prądów europejskich w poszczególnych dziedzinach (filozofia, religia, sztuka, nauka, technika, handel). Temat taki powinien wskazywać na procesy mające znaczny wpływ na kształt europejskiej cywilizacji.³¹

Szlak kulturowy można spostrzegać w wymiarze przestrzennym, politycznym, gospodarczym, kulturotwórczym oraz edukacyjnym. Skoncentrujmy się na dwóch ostatnich wymiarach. Należy mieć świadomość, iż dziedzictwo nieustannie jest poddawane kreacji, interpretacji poprzez użytkownika, czy też odbiorcę. Znaczenie ma, zatem zarówno charakter historyczny dziedzictwa jak i jego aspekt estetyczny. „Dziedzictwo to nie suma zachowanych obiektów, ale wspólnie kreowane zjawisko. Każde pokolenie tworzy je od nowa, zgodnie z gustami, postawami w stosunku do przeszłości i sposobami jego użytkowania”.³²

Wymiar edukacyjny szlaków kulturowych, oznacza naukę tolerancji i zrozumienia dla różnorodności, jak również stanowi element przyczyniający się do wymiany naukowej i kulturalnej. Turysta, dzięki szlakom poznaje nieznaną kulturę, historię oraz dorobek materialny przeszłości. Podkreślanie indywidualizmu kraju, czy regionu powinno być nieodłączną cechą charakteryzującą taki szlak, a jego międzynarodowy status powinien mieć znaczenie dla dorobku światowego wzbogacając go w wartości wiedzy, kultury, czy stylu życia.³³

³⁰ K. Orzechowska-Kowalska. Zasady tworzenia europejskich szlaków kulturowych. (w:) *Turyzm. Zeszyt 2. 2003.* Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. s. 72.

³¹ Tamże. s. 74.

³² (cyt.) K. Orzechowska-Kowalska. Zasady tworzenia europejskich szlaków kulturowych. (w:) *Turyzm. Zeszyt 2. 2003.* Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. s. 76.

³³ K. Orzechowska-Kowalska. Zasady tworzenia europejskich szlaków kulturowych. (w:) *Turyzm. Zeszyt 2. 2003.* Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. s. 76.

Powstanie ogólnoeuropejskiej sieci szlaków, które stworzą wielokulturową przestrzeń, powinno umożliwić poznawanie bogactwa Europy bez względu na granice, wierzenia, czy systemy polityczne. Aspekt edukacyjny szlaku, poznawanie odmiennych obyczajów, stylów życia, wyznań oraz co z tego wynika – nauka tolerancji są nieodłącznymi atrybutami szlaków kulturowych bazujących na dziedzictwie historycznym. Stworzenie szlaków kulturowych stanowić może znakomity czynnik integracji transgranicznej.

Znakomitym przykładem szlaku mającym międzynarodowy zasięg mógłby być szlak F. Chopina. Turyści zapoznawaliby się z twórczością artysty, jego historią i dorobkiem. Szlak taki bazując na dziedzictwie narodów, powinien przypominać te wartości, które pod wpływem silnego rozwoju cywilizacji, zjawiska globalizacji, zanikły, bądź zostały zapomniane. Tak udostępnione, prezentowane dziedzictwo, które byłoby efektem współpracy pomiędzy narodami, stanowiłoby znakomity sposób na odrzucenie uprzedzeń, złagodzenie barier powstałych przez lata pomiędzy krajami oraz docenienie dorobku kulturowego państw Europy.

Unia Europejska poprzez swoje działania stara się ułatwiać, umożliwiać wzajemne poznanie, promocję oraz rozwój kultur narodowych. Zatem różnorodność dorobku poszczególnych państw członkowskich staje się elementem wartym wspierania. Zadaniem priorytetowym jest zbliżenie państw europejskich poprzez ich kulturę, co w konsekwencji przełoży się na trwałe przemiany strukturalne poprzez stałe formy współpracy.³⁴

Do programów mających wspierać kulturę zaliczamy Narodowy Program Kultury „Ochrona zabytków i dziedzictwa kulturowego” realizowany w latach 2004-2013, który służy realizacji Narodowej Strategii Rozwoju Kultury (NSRK). Determinantem stworzenia programu stała się świadomość, iż dziedzictwo stanowi podstawę rozwoju oraz upowszechniania kultury, co przedkłada się na wzrost konkurencyjności regionów, co z kolei wpływa na rozwój sektora turystycznego. Celem priorytetowym stała się intensyfikacja ochrony i upowszechniania dziedzictwa kulturowego. Do celów programu zaliczyć można m.in. rewaloryzację zabytków, zwiększenie ich znaczenia dla rozwoju turystyki, promocja polskiego dziedzictwa zarówno w kraju jak i za granicą, tworzenie warunków dla rozwoju oraz ochrony

³⁴ E. Latoszek. Integracja europejska. Mechanizmy i wyzwania. Książka i Wiedza. 2007. s. 485, 487.

dziedzictwa.³⁵ W ramach NSRF od roku 2003 realizowany jest Program „Polskie regiony w europejskiej przestrzeni kulturowej” zainicjowany przez Narodowe Centrum Kultury. Jedną z podstawowych zasad polityki Unii była inspiracją dla jego realizacji: „jedność w różnorodności”. Zadaniem podjętym jest m.in. ochrona polskiego dziedzictwa narodowego.³⁶

Artykuł 151 Traktatu Amsterdamskiego określa, iż kultura wpływa na rozkwit kultur państw członkowskich z poszanowaniem ich różnorodności, jednocześnie promując ją jako dziedzictwo europejskie. UE stara się wspierać działania poszczególnych krajów dotyczących m.in. podnoszenia poziomu wiedzy w zakresie kultury i historii państw członkowskich, oraz ochronę dziedzictwa kulturowego mające znaczenie dla Europy. Instrumentami wspierającymi te działania był Program Kultura 2000 obecnie są nimi fundusze strukturalne, w przypadku, których finansowanie jest możliwe, kiedy dotyczy rozwoju regionalnego bądź lokalnego. Obecnie największe znaczenie dla kultury ma Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego oraz Europejski Fundusz Społeczny.

W przypadku ESF realizowane są projekty, które są bezpośrednio lub pośrednio związane z promocją obszaru, jak również z poprawą oferowanych usług związanych z turystyką.³⁷ Innymi przykładami inicjatyw mających na celu finansowanie kultury są inicjatywy wspólnotowe opracowywane i realizowane przez Komisję Europejską.

Unia za pomocą odpowiednich działań stara się tworzyć warunki dla rozwoju m.in. funkcji kulturowych obszarów wiejskich, wspierając działania na rzecz np. modernizacji tradycyjnego budownictwa wiejskiego; wspierając działalność tworzenia rękodzieła, modernizacji i rewitalizacji obiektów o znaczeniu dla kultury narodowej i regionalnej, renowacji kościołów i miejsc martyrologii, czy rewaloryzacji zabytkowych zespołów pałacowo-parkowych.

Należy pamiętać, że dziedzictwo kulturowe stanowi również produkt rynkowy, zatem umiejętne zarządzanie i promowanie obiektów zabytkowych będzie miało znaczący wpływ na jego ocalenie. Silne wpływy kultur obcych, zmiany w otoczeniu powodują konieczność zastanowienia się jak usytuować dorobek historyczny we współczesnym świecie.

³⁵ Narodowy Program Kultury „Ochrona Zabytków i Dziedzictwa Kulturowego” na lata 2004-2013. Warszawa 2004. s. 47.

³⁶ Tamże. s. 53-54.

³⁷ Narodowy Program Kultury „Ochrona Zabytków i Dziedzictwa Kulturowego” na lata 2004-2013. Warszawa 2004. s. 29-31.

Podsumowanie

Ciężko zaistnieć na międzynarodowym rynku, jeśli nie posiada się unikatowych walorów, wartości wartych zaprezentowania. We współczesnym, zglobalizowanym świecie, wyróżnienie się, posiadanie własnej, unikalnej kultury zdaje się być niemalże drogą do sukcesu. Nie poddawanie się presji rynku, gdzie dominuje kultura masowa, podkreślanie własnej odrębności i różnorodności kulturowej regionów, uwidocznienie czy odszukanie własnej tożsamości w zglobalizowanym świecie, stać się może drogą ku wygranej – uzyskania mocnej pozycji na europejskim, czy międzynarodowym rynku turystycznym.

Dziedzictwo kulturowe stanowiące niebagatelny wyróżnik i atut państw europejskich należy zatem chronić, przekazując kolejnym pokoleniom jego historię oraz prezentowane wartości. Docenianie własnej odrębności w świecie przepełnionym masowymi, nijakimi ofertami i uwzględnienie jej w pakiecie turystycznym, wpłynęłoby na poprawę wizerunku wielu regionów, czy państw umacniając ich pozycję oraz reputację na zglobalizowanym rynku.

Bibliografia

1. Burzyński T., Łabaj M. (red. nauk.). *Turystyka rekreacyjna oraz turystyka specjalistyczna*. Warszawa 2003.
2. Chojka J. (red. nauk.). *Międzynarodowe Forum Kultury i Ekonomii. Jak odnieść sukces rynkowy w działalności kulturalnej*. Stalowa Wola 2006.
3. Gordon A. (pod red.). *Turystyka – szansą rozwoju kraju. Materiały pokongresowe. Kongres Turystyki Polskiej*. Warszawa 1996.
4. Kotler P. *Marketing*. Rebis. Warszawa 2005.
5. Kowalski J. *Trendy w turystyce. Przedstawicielstwo Programu Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (UNDP)*. Płońsk, 9 stycznia 2006.
6. Latoszek E. *Integracja europejska. Mechanizmy i wyzwania*. Książka i Wiedza. 2007.
7. *Marketing turystyki*. AVSI Polska. Instytut Turystyki. Oddział w Krakowie. Centrum Edukacji Kadr Turystycznych. Kraków 1999.
8. Migdal M. (pod red.). *Jak rozwijać lokalną turystykę? Forum Turystyki Pomorza Zachodniego*. Szczecin 2004.

9. Narodowy Program Kultury „Ochrona Zabytków i Dziedzictwa Kulturowego” na lata 2004–2013. Warszawa 2004.
10. Tereny, ludzie, produkty. Kultura i rozwój. Produkt i usługa wysokiej jakości czynnik rozwoju lokalnego. Białystok – Paryż 2001.
11. Traktat z Maastricht.
12. Zeszyty Naukowe. Nr 1/2007 – 1/2008. Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Stalowej Woli. Stalowa Wola 2008.

Czasopisma

13. Turyzm. Zeszyt 2. 2003. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
14. Turyzm. Zeszyt (17) ½. 2007. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
15. Problemy Turystyki i Hotelarstwa. Zeszyt nr 2. Gdynia 2003.
16. Problemy Turystyki. Nr 1-2. 2002.