

JAN PAWEŁ PIOTROWSKI

ALMAMER Szkoła Wyższa w Warszawie

ABY DZIEŁA TE POŻYTEK DAŁY. KOLBERGOWSKIE INSPIRACJE DLA AGROTURYSTYKI POLONIJNEJ

Abstract: For the Works to Benefis Kolberg Inspirations for Polish Agritourism. The objective of the research paper is to present the evolution of programmes and offers of rural tourism regarding their connections with showing attractiveness of Polish folk culture. The analysis covers scientific, informative and popular literature aimed at promoting cultural tourism. The research has been backed up knowledge gained during talks with agritourist tour operators, culture activists, representatives of agritourist associations. Polish – abroad associations and museum curators. Participants of tourist movements showed their interest in folklore in the end of the 19th century. However, at that time it did not bear much support. A particular role was then played by social organizations. Especially the role of the Polish Tourist Association and regional subsidiaries in the partitions era is worth mentioning. After regaining independence folk culture used to appear in academic publications rather rarely. Besides relaxation in rural areas did not bear an organized character. At the time a particular role was played by Common Regional University in Sandomierz. The period of People’s Republic of Poland saw a focus on the meaning of “self-arranged holiday”. The kind of holiday became quite popular, but the offer itself did not expand. The reason for maybe that despite a considerable demand, the supply remained relatively small. The transformations in the years of 1989 and 1990 witnessed a diversification in tourist expectations. Such a variety, of interests combined with a dynamic owners of guesthouses. An advantage as such maybe reaching for the wealth of folk culture. The author concludes the study with remark for agritourism organizers to make us of the works by Oscar Kolberg. Enriching tourist offer by folk culture may appear particularly attractive for the Polish living abroad. On the one hand, it stands a chance for tourist development, on the other hand, for maintaining local cultural differences.

Keywords: Agritourism, folk culture, Polonia.

Wstęp

Celem pracy jest przedstawienie ewolucji programowych ofert turystyki wiejskiej, w tym szczególnie agroturystyki w odniesieniu do ich powiązań z prezentacją atrakcyjności polskiej kultury ludowej. Zadaniem autora jest przedstawienie zmian, jakie następowały w dziedzinie współpracy organizatorów turystyki wiejskiej (w tym agroturystyki) z szeroko rozumianą sferą kultury, a także możliwości wzbogacania oferty turystycznej z wykorzystaniem dziedzictwa kultury ludowej. Analizą została objęta przede wszystkim literatura naukowa, popularno-naukowa a także informacyjna, służąca promocji turystyki kulturowej, Badania zostały poparte wiedzą pozyskaną w trakcie wieloletnich obserwacji i rozmów z organizatorami tej formy turystyki, działaczami kultury, przedstawicielami stowarzyszeń agroturystycznych, organizacji polonijnych, kustoszami muzeów (zwłaszcza typu skansenowskiego). Autor, związany od blisko 50 lat z turystyką i jej promocją w środowisku szkolnym, harcerskim, studenckim, później działający także w sferze kultury (m.in. komisje Opieki nad Zabytkami, Ochrony Przyrody i Służba Kultury Szlaku Zarządu Głównego PTTK, Mazowieckie Towarzystwo Kultury); badacz historii i praktyk turystyki; m.in. współtwórca polskiego systemu informacji turystycznej; organizator imprez; doradca programowy biur podróży, regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych, wykładowca akademicki, a także publicysta branżowy; w minionych latach miał możliwość – spotykając na swojej drodze liczne autorytety – spoglądać (a niekiedy też wspierać) na wzajemne powiązania turystyki i kultury z różnych punktów widzenia.

Zasadniczą część pracy poprzedza omówienie dyskusji nad sformułowaniem zakresu znaczeniowego pojęcia *folklor*. Następnie autor podkreśla wybitną rolę Oskara Kolberga w dziedzinie udokumentowania folkloru; zauważając, że dorobek ten powinien być obficie wykorzystywany także przez kreatorów innowacyjnego produktu turystycznego, który to produkt może zapewnić naszemu krajowi ważną pozycję na światowym rynku turystycznym. Wynikiem pracy jest analiza historycznych powiązań między sferami turystyki, krajoznawstwa i kultury ludowej. Dawne doświadczenia w wielu sytuacjach mogą być inspiracją dla dzisiejszych twórców oferty turystycznej, oczywiście po uwzględnieniu wyzwań dzisiejszych czasów.

Potencjał turystyki wiejskiej (w tym szczególnie agroturystyki), w powiązaniu z promowaniem kultury ludowej ilustrują liczne pozytywne przykłady przedstawione w kolejnych rozdziałach pracy. Jeden z rozdziałów w sposób bardziej szczegółowy ilustruje ewolucję parków etnograficznych (skansenów), których gospodarze z upływem lat coraz aktywniej rozwijają współpracę z organizatorami turystyki. W pracy przedstawiono również efekty pożytecznej współpracy reprezentantów nauki i praktyki, która to współpraca może i powinna przyczyniać się do rozwoju turystyki, ale także do zapewnienia ochrony materialnej i niematerialnej kultury polskiej wsi. Na podstawie wieloletnich rozmów i obserwacji autor proponuje realne koncepcje uatrakcyjnienia i promocji oferty turystyki wiejskiej, m.in. z wykorzystaniem dorobku Oskara Kolberga.

1. Wprowadzenie do tematu

Tereny obecnego województwa świętokrzyskiego, a zwłaszcza Kielce i Sandomierz, nie bez powodu nazywane są kolebką polskiego krajoznawstwa i regionalizmu. Ten fakt w sposób szczególnie uzasadnia podjęcie decyzji o wyborze Kielc jako miejsca targów i dyskusji o turystyce. Jedną z jej form, mającą znaczne perspektywy rozwoju, także w tym regionie, jest agroturystyka wzbogacona treściami poznawczymi. Debata o turystyce polonijnej, właśnie w stolicy tego gospodarnego województwa, ze społecznością pielęgnującą tradycję i śmiało patrzącą w przyszłość, ma szczególnie wydźwięk. To przecież właśnie z tego regionu pochodzi znaczna część Polonii, a oferta agroturystyczna może stawać się okazją do zacieśniania kontaktów z Macierzą.

Dokonania Polaków są szeroko znane w świecie. Do polskiego dziedzictwa narodowego wnieśli również istotny wkład wywodzący swoje korzenie z innych krajów. Taką osobą był niewątpliwie Oskar Kolberg (1814-1890), człowiek niezwykle pracowity i wnikliwy, wielce zasłużony dla kultury ludowej; jej badania, dokumentowania i upowszechniania. Urodził się w niewielkim mieście Przysucha (kulturowo powiązanym z Kielecczyną), jako syn Juliusza Kolberga, kartografa z Meklemburgii (północne Niemcy) i Karoliny Mercoeur, urodzonej pod Warszawą w rodzinie francuskich emigrantów. Zakorzenił i zakochał się w Polsce. Działania Kolberga, jego niezwykła pracowitość, zaowocowały wiekopomnymi dziełami dokumentującymi obraz polskiej kultury ludowej. Ich wnikliwa lektura może być z pewnością inspiracją dla twórców oferty turystycznej, zwłaszcza agroturystycznej, przyczyniając się do pozyskiwania przez tę ofertę rynkowych przewag konkurencyjnych. Z pewnością pobyty turystyczne w gospodarstwach wiejskich, połączone z poznawaniem kultury ludowej, mogą być szczególnie ciekawe dla turystów polonijnych.

Dyskusja nad perspektywami turystyki polonijnej w trakcie konferencji z okazji targów „Agro-Travel” w Kielcach, była kontynuacją debaty zapoczątkowanej przez doktora Witolda Rubczyńskiego, ambasadora *ad personam*, prezesa Stowarzyszenia Wspierania Rozwoju Turystyki, w trakcie dwóch konferencji naukowych organizowanych przy udziale Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz ALMAMER Szkoły Wyższej w Warszawie [Rybczyński 2010, 2014].

2. Czym jest folklor

Zakres znaczeniowy pojęcia *folklor* wzbudza dyskusję. Są tutaj w zasadzie trzy stanowiska. Pierwsze – oznacza jego szeroki zasięg, obejmujący – obok kultury duchowej, tę materialną, a więc np. układy zabudowy wiejskiej, budownictwo, narzędzia i sprzęty. Drugie ujęcie – zawęża folklor do literatury przekazów ustnych (bajki, opowiadania, legendy, pieśni, przysłowia). Trzecie – najczęściej dziś spotykane podejście oznacza włączanie w zakres folkloru: zwyczajów, obrzędów i wierzeń wraz z kulturą

artystyczną wsi obejmującą literaturę, muzykę i taniec [Krzyżanowski 1965; Burszta 1987]. Tę ostatnią, rozszerzoną definicję przyjmuje się w następnych rozważaniach. Należy zauważyć również istnienie folkloru miejskiego, zróżnicowanego zwłaszcza w obrębie większych miast. [Wieczorkiewicz 1969; Piotrowski, Traczyk 1999, 2004]. Czym jest „inspiracja”, a raczej czym być może? Kopaliński [2007] pisze, że jest to: natchnienie, pomysł, wpływ; podawanie, podsuwanie myśli, pomysłu, sugestia; a „inspirator” to sprawca moralny, „ojciec” (przywódca) duchowy; ten, kto zachęca, podszeptuje, ale w żadnym przypadku nie nakazuje.

Jednak folklor jest bytem, bardziej lub mniej odkrytym i opisanym; istniejącym, choć zagrożonym. Natomiast inspiracja bywa jedynie próbą, a o skuteczności działań inspiratora decyduje bardzo dużo czynników: choćby ocena jego wiarygodności, a więc intencji i zdolności przekonywania „drugiej strony” lub osiągania kompromisu. Czy nie jest jednak coraz częściej tak, że inspirujący bywa inspirowanym, a inspirowany staje się inspiratorem? z folklorem. Kto, kogo, dlaczego, do czego i jak pragnie (powinien pragnąć?) inspirować jednym z największych niekwestionowanych bogactw Polski, jakim jest folklor? Czy to tylko pragnienie, a może też i obowiązek? Czy spełnianie tego obowiązku zawsze wynika z realizacji pragnienia? Wbrew pozorom, udzielenie odpowiedzi nie będzie łatwe, gdyż nie będą one jednoznaczne, a niekiedy wskażą być może na znaczną rozbieżność poglądów. Wydaje się jednak, że kolejność stawianych pytań należałoby nieco zmienić, rozpoczynając od akcentowania wartości samego folkloru. Rangi postrzegania tych wartości będą z pewnością uzależnione choćby od zmieniających się czasów, osobowości odbiorcy wykształcanej od dziecka i później osiąganych specjalizacji wartościującego. Ale będą one zależne przecież nie tylko od wiedzy potwierdzonej dyplomami, ale też od doświadczeń, zamiłowań, powinności wynikających z pełnionych funkcji.

Senator, poseł, radny – ma (może, powinien mieć) wpływ nie tylko na tworzenie warunków sprzyjających rozwojowi kultury i turystyki, ale również na jakość tych dziedzin i efektywność tak potrzebnych powiązań instytucji i osób. Te same wartości powinien dostrzegać (i wspierać) pracownik instytucji kultury oraz administracji rządowej i samorządowej, twórczo (podkreślenia autora) realizujący decyzje organów ustawodawczych i uchwałodawczych. Kolejnym partnerem jest pracownik instytucji edukacji, m.in. pedagog (np. nauczyciel historii, wychowania plastycznego czy techniki) propagujący wśród młodzieży nie tylko szkół artystycznych znajomość sztuki rękodzieła, nawiązujący choćby do systemu szwedzkiego slojdu¹ inspirowanego wzorami lokalnymi [Przanowski 1936], czy też nauczyciel wychowania muzycznego uwrażliwiający na piękno i odrębność lokalnego folkloru muzycznego. Będzie nim z pewnością zwłaszcza krajoznawca – nauczyciel geografii, który potrafi zwrócić uwagę na wartości szeroko rozumianego krajobrazu kulturowego, potrzebę jego znajomości i ochrony. Działacz turystyki rekrutujący się spośród członków np. orga-

¹ Slojd (ze szwedzkiego „zręczność”, „wprawa”, „roboty ręczne”. System nauczania prac ręcznych w szkołach. Zob. [www.portalwiedzy.onet.pl/34543, dostęp lipiec 2004].

nizacji harcerskich, Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego (PTTK), Polskiego Towarzystwa Schronisk Młodzieżowych (PTSM), klubów turystycznych zrzeszonych w Federacji „Ludowe Zespoły Sportowe” (i innych młodszych i mniej liczebnych stowarzyszeń); działacz samorządu gospodarczego turystyki, regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych, lokalnych grup działania – spojrzysz na relacje turystyka – kultura z punktu widzenia konsumenta, kreatora i propagatora turystyki. Często jednak te same organizacje i te same osoby są jednocześnie kreatorami, propagatorami konsumentami produktu turystycznego, a więc rzecznikami interesów obu tych grup.

3. Nieprzemijające wartości folkloru

Spójrzmy na wartości folkloru postrzegane przez osoby powiązane bezpośrednio lub pośrednio z turystyką. Ta grupa jest zróżnicowana wewnątrz. Należą do niej przecież choćby reprezentujący: biura podróży – będące twórcami – touroperatorami, albo tylko (a może „aż”) profesjonalnymi dystrybutorami już gotowego produktu. Trzeba podkreślić „profesjonalnymi”, gdyż na współczesnym konkurencyjnym rynku wygrywa nie tylko konkurencja cenowa, ale i pozacenowa, gdyż potencjalnego klienta zachęca często bardziej nie cena, ale wyjątkowość oferty. Jednym z takich wyróżników może być folklor, już to choćby ze względu na swoją niepowtarzalność.

Poszanowanie narodowego dziedzictwa jest dowodem kultury narodów, w tym społeczności lokalnych, ale w dzisiejszym coraz bardziej skomercjalizowanym i szybkim społeczeństwie, ten argument nie zawsze należy do przekonujących. Jeśli dodamy, że poszanowanie przejawów tradycyjnej kultury coraz częściej wpływa na pozytywny wizerunek odwiedzanych krajów (regionów), a także na osiąganie wpływów z turystyki, to argument wydaje się bardziej skuteczny. Jednak w dzisiejszych realiach najbardziej przemawiające są chyba konkretne przypadki wskazujące na możliwość osiągnięcia w miarę szybkich zysków w sytuacji, gdy dziedzictwo narodowe otoczone jest właściwą troską. Bywa ono coraz częściej rdzeniem innowacyjnego produktu turystycznego, dodajmy „rdzeniem” danym z góry. To bogactwo otrzymywane jest wprawdzie bezpłatnie, ale potrzebne są siły i środki na jego uchowanie, by nie powiedzieć – niezbędny jest emocjonalny stosunek poparty czynami. Skuteczność tych czynów zależy od siły przywódców, którzy potrafią skupić wokół siebie i poprowadzić do celu jak największą liczbę sojuszników. Jak wynika z powyższych rozważań docenienie wartości folkloru jest (powinno być) powszechne, choć argumenty „za” mogą być, i są, z pewnością bardzo różne. Świadomość wartości i duma z ich posiadania, budzi potrzebę ochrony, zwłaszcza gdy istnieje zagrożenie dla tych wartości.

Z postępowaniem cywilizacyjnym zmieniają się i nikną różnice w trybie życia, zwyczajach i obyczajach, które naród od narodu oddzielały. Był lepszy i oświata, przemysł

i handel, ułatwienia środków komunikacji, zaprowadza między narodami pewna jedynostajność i tworzy z nich wielkie społeczeństwo [Dawne obyczaje... 1860]. Gdyby nie nieco archaiczny język, dzisiejszy czytelnik nie rozpoznałby, że słowa te, pochodzące sprzed ok. 150 lat, oznaczały już wówczas troskę o zachowanie różnorodności. Jakże ta troska jest bliska dzisiejszym autorom, alarmistycznych nawet niekiedy, wypowiedzi na temat zgubnego wpływu procesów globalizacyjnych na zachowanie odrębności kulturowych. Fakt, że rozwój społeczno-gospodarczy XX i XI w. jest znacznie szybszy od odnotowywanego w połowie XIX stulecia, z pewnością utwierdza nas (powinien utwierdzać) w potrzebie troski o narodową kulturę. Jednak zamiast alarmistycznych wezwań (a może wraz z nimi) należy podejmować konkretne działania zmierzające do zachowania tych wartości.

Obserwacja dziejów wskazuje, że kultura ludowa ma swoją siłę, jednak nie obroni się sama i potrzebuje wsparcia. To wsparcie może, i z pewnością będzie, nadchodzić ze strony turystyki [Piotrowski 2010, s. 497-508], zarówno od osób reprezentujących polskie małe ojczyzny, jak też (a może szczególnie) ze strony Polaków żyjących w diasporach na różnych kontynentach, szczególnie wrażliwych na zachowanie polskości. W zamieniających się uwarunkowaniach politycznych i społecznych, postrzeganie kultury ludowej (a później jej powiązań z turystyką) było bardzo odmienne. W czasach wojen i zaborów była ona czynnikiem sprzyjającym jedności polskiego narodu. Zwłaszcza w latach 20. i 30. XX w., ale i wcześniej, o nawiązywaniu do folkloru decydowała, panująca zresztą w całej Europie, moda na „chłopomanię”² (w pozytywnym znaczeniu tego słowa) kształtowana przez świątłych działaczy kultury, oświaty, krajoznawstwa i turystyki. W pierwszych latach po drugiej wojnie światowej (zwłaszcza w okresie do 1956 r.) kulturze ludowej usiłowano, szczęśliwie z niezbyt udanym skutkiem, nadawać wydźwięk propagandowy na rzecz „nowego” ustroju, co wówczas mogło nie przysparzać jej wielu nowych zwolenników.

4. Chrońmy dorobek Oskara Kolberga

Wielkie rocznice będące okazją do przypominania faktów i postaci z dawnych epok, nie zawsze stają się sposobnością nie tylko do jednorazowego sięgnięcia po dawny dorobek, ale choćby i po to, aby z niektórych myśli skorzystać (dostosowując się oczywiście do wyzwania współczesności), a też i dlatego, by nie dochodzić prawd

² *Chłopomania* (ludomania) – zjawisko artystyczne, które pojawiło się wśród inteligencji już w drugiej połowie XIX w. charakteryzowało się fascynacją folklorem i codziennym życiem chłopów. Mężczyźni z inteligencji często brali sobie za żony chłopki. Powodem tego zachwyty była wiara, że stagnacja, jaka opanowała środowisko inteligencji oraz postępujący kryzys kulturowy spowodowane są życiem w mieście. Dlatego też postulowano powrót do natury, najlepiej na wieś, która miała być źródłem odnowy sił witalnych i artystycznych, nadwątlonych w wyniku dostosowania się do współczesnego trybu życia. Jednak pojęciu chłopomanii nadawano także zupełnie niesłusznie negatywny odcień znaczeniowy.

już odkrytych i nie powtarzać błędów. Taką też okazję dał, obchodzony w 2014 r. Rok Oskara Kolberga, w związku z jego dwusetną rocznicą urodzin. Z okazji jubileuszy oddajemy hołdy zacnym postaciom, i – przyznać to należy – czynimy to nie tylko z pobudek patriotycznych, ale i merkantylnych³. Prowadzenie działalności gospodarczej nie jest dziś przecież zachowaniem „wstydlwym” choć jeszcze w latach 50. i 60. XX w. np. turystykę postrzegano przede wszystkim (a często jedynie) w aspekcie polityki społecznej i w zasadzie tylko zagraniczną turystykę przyjazdową rozpatrywano jako komercyjną [Reczek 1976, s. 12]. Tym bardziej w odniesieniu do turystyki kulturowej, a osobiwie do tej inspirowanej kulturą ludową, przez jeszcze dłuższy okres nie stosowano kryterium komercji. Ceny biletów wstępu do muzeów (w tym do parków etnograficznych) były bardzo niskie, nie świadczone tam dodatkowych usług, rzadko oprowadzano w językach obcych, a w nielicznych dniach „ożywiania” tych obiektów, gdy odbywały się imprezy folklorystyczne w plenerze, na ogół nie pobierano opłat za wstęp. Kultura ludowa, już choćby ze względu na swoją nazwę, miała być dostępna dla ludu, dlatego organizatorzy festynów i pokazów plenerowych nie przewidywali wpływów za bilety. Nie istniały formalnie muzea i kolekcje prywatne, a twórcy ludowi również nie pobierali opłat za zwiedzanie ich pracowni, zadowolając się niewielkimi zyskami z tytułu sprzedaży swoich dzieł⁴.

Składaniu hołdów osobom zasłużonym powinna towarzyszyć twórcza refleksja nad ich dorobkiem i możliwością jego wykorzystania, pewnie także i dlatego, że większość tych wybitnych postaci nie tyle hołdów, lecz takich pożytecznych refleksji spodziewała się przede wszystkim.

Tak było w przypadku Oskara Kolberga, którego cechowały pospół: pasja, profesjonalizm, pracowitość, konsekwencja. Przyznać trzeba, że łączenie tych cech, w powiązaniu z głęboką wiedzą, nie jest zjawiskiem częstym. Myśl księdza Jana Twardowskiego „*Spieszmy się kochać ludzi, tak szybko odchodzą*” [Twardowski 1993, s. 99] można uzupełnić przesłaniem „*Spieszmy się poznawać dorobek naszych przodków, gdyż pośpiech ten skróci drogę ku lepszej przyszłości*”. Wysiłek Kolberga był ogromny. Instytut jego imienia w Poznaniu podaje: *Do 2016 roku opublikowano 86 tomów źródłowych jego Dzieł wszystkich o łącznej objętości ponad 50 000 stron druku. Niektóre wznowiono. Oprócz tego publikowane są inne prace...* [Instytut im. Oskara Kolberga 2016]. Tak bogaty dorobek i życiorys tego wybitnego człowieka był, i z pewnością będzie, przedmiotem wielu studiów i to nie tylko podejmowanych przez etnografów.

³ Przypomnijmy silnie przeżywany Rok Chopinowski, ale też i odważne dyskusje wokół tego, ile można (można by było) z tej okazji osiągnąć doraźnych wpływów, jak obchody wpłyną na promocję wizerunkową Polski, a w efekcie na kolejne wpływy z turystyki w następnych latach.

⁴ W latach 50-70 ww. były to wyroby sprzedawane znacznie taniej niż w sieci „Cepelii”, jednak ta centrala płaciła twórcom znacznie mniej, stosując później duże narzuty własne. Informacja własna autora z rozmów z twórcami.

5. Potencjał turystyki w powiązaniu z promowaniem kultury ludowej

Bogactwem każdego kraju jest jego różnorodność. Mimo zawirowań historii i przemieszczeń ludności w obrębie terytorium Polski przetrwał podział na regiony. Są to długo utrzymujące swoistą kulturę (również gwary) następujące dzielnice kraju: 1) Wielkopolska, 2) Śląsk, 3) Małopolska, 4) Mazowsze, 5) Pomorze [Burszta 1987]. Dzieje tych regionów były zróżnicowane. Opóźnione w rozwoju gospodarczym Mazowsze zachowało jeszcze w XIX w. dużo cech odrębnych kulturowo. Na Pomorzu włączono w organizm państwa grupy ludności zachodniosłowiańskiej, których język znacznie się różnił od ogólnopolskiego (Kaszubi). Na północy wyodrębniła się Warmia w granicach posiadłości biskupów warmińskich i Mazury na południowych terenach dawnych Prus Książęcych. Tworzyły się też grupy kulturowe dookoła miast stanowiących w różnych okresach ośrodki administracyjne, gospodarcze i kulturowe (np. Opole na Górnym Śląsku, Lublinianie wokół Lublina, Rzeszowianie wokół Rzeszowa). Różnice, potęgowane przez granice zaborów, po 1918, a zwłaszcza po 1945 r. znacznie się zacierały. Przesunięcie granic państwa na zachód, masowe procesy migracyjne, doprowadziły do coraz szybszego zaniku różnic kulturowych. Proces integracyjny szczególnie silnie zaznaczył się na ziemiach zachodnich i północnych, zasiedlonych w znacznej mierze przez ludność pochodzącą z różnych dzielnic Polski i ziem położonych na wschód od Bugu.

W literaturze naukowej można spotkać bardzo zróżnicowane próby definiowania i wyodrębniania regionów etnograficznych. Regionalizacja dla celów turystycznych, oparta na wynikach badań etnografów, zawiera propozycje następujących regionów: Pomorze Gdańskie, Warmia i Mazury, Kujawy, Region Sieradzko-Łęczycki, Łowickie, Mazowsze (w tym Kurpie), Podlasie, Lubelskie, Opoczyńskie, Radomskie, Region Kielecko-Włoszczowski, Rzeszowskie, Śląsk. Odrębnie sklasyfikowano regiony i podregiony górskie w Karpatach. [Bucewicz-Zakrzewska 1965, s. 8-9].

Podobny, nieco bardziej szczegółowy, podział regionalny zastosowano na mapie „Ważniejsze terytoria i grupy etnograficzne” [Kutrzeba-Pojnarowa 1999] opracowanej w Zakładzie Etnografii Instytutu Historii Kultury Materialnej Polskiej Akademii Nauk i Uniwersytetu Warszawskiego. Autorka, przewidując zapewne dyskusje na temat tej klasyfikacji podkreśla, że „na mapie odstąpiono od wykreślenia linearnych granic regionów, gdyż ulegają one zmianom, a w wielu przypadkach nachodzą na siebie”. Nie wyróżniano natomiast grup etnograficznych na terenie tzw. Ziemi Odzyskanych. Jednak wraz z upływem lat, w wyniku konsolidacji tamtejszych społeczności, wykształcają się tam lokalne odrębności kulturowe, będące splotem tradycji miejscowych i przodków przybyłych na te ziemie z różnych zakątków dawnych i dzisiejszych ziem Polski⁵.

⁵ Obok migracji dobrowolnych były też przesiedlenia pod przymusem, m.in. Łemków, Bojków i Ukraińców (w ramach akcji „Wisła”) m.in. na tereny północne Polski.

Klasyfikacja regionów historyczno-geograficznych [Bogdanowski 1998, s. 40 i nast.] obejmuje następujące jednostki: Pomorze Zachodnie, Pomorze Wschodnie, Warmia i Mazury, Ziemia Chełmińska, Kujawy i Ziemia Dobrzyńska, Wielkopolska, Mazowsze, Podlasie, Ziemia Łęczycko-Sieradzka, Dolny Śląsk, Górny Śląsk, Ziemia Krakowska, Ziemia Sandomierska, Ziemia Lubelska, Ziemia Przemyska.

Jak potwierdzają to jednak badacze z Instytutu im. O. Kolberga, ten wybitny etnograf *niezależnie od mniej lub bardziej rygorystycznych podziałów geograficznych czy administracyjnych, był on świadomy faktu, że wytyczenie granic regionu pełni jedynie funkcję porządkującą pozyskany materiał, a wpisanie zjawisk kulturowych w sztywny podział terytorialny nie jest możliwe* [Instytut im. Oskara Kolberga 2016, s. IX].

Także w XX i XXI w. zmiany granic jednostek administracyjnych Polski nie zawsze okazywały się korzystne, już to przez swoją zasadność, ale i samą częstość. Powstawały liczne problemy, a przecież każda reforma podziału kraju przypomina operację na żywym organizmie, a ta potrzebuje uzasadnienia, przygotowania, a jednocześnie wiadomo, że nie zadowoli wszystkich. Cementowanie się społeczności lokalnych jest procesem długim i złożonym. Niekiedy też mimo reform administracyjnych, dawne więzi okazują się trwalsze⁶. Pozytywnym przykładem działalności organizacji turystycznych jednoczących obszary ponad podziałami administracyjnymi są inicjatywy np. Związku Kurpiów (woj. mazowieckie i podlaskie) czy Związku Gmin Jurajskich (woj. małopolskie i śląskie).

6. Pierwsi propagatorzy idei ochrony kultury ludowej oraz jej powiązań z krajoznawstwem i turystyką

Potrzebę ochrony kulturowego dziedzictwa polskiej wsi dostrzegali już w początkach XIX w. Hugo Kołłątaj, który pisał m.in. *Trzeba poznać obyczaje gospódstwa we wszystkich prowincjach... osobliwie zaś różnice w mowie, ubiorze mieszkańców, sposobach budowania, gatunkach sprzętu...* [Kołłątaj 1953, s. 211]. W czasach, gdy Polski nie było na mapach świata, liczyły się bardzo wysiłki organizacji społecznych. Statut założonego w 1906 r. Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego (PTK) [Gordon 1999, s. 161-181] szczegółowo ujmował m.in. zadania organizacji związane z prowadzeniem badań naukowych dotyczących: geografii, fizjografii, antropologii, etnografii, statystyki, ekonomii, archeologii, historii sztuki. Wśród celów Towarzystwa wymieniano m.in.: 1) zbieranie wiadomości krajoznawczych i ich szerzenie; 2) gromadzenie zbiorów naukowych, 3) organizację wycieczek po kraju, 4) tworzenie oddziałów terenowych, 5) opiekę nad pamiątkami historycznymi i osobliwościami przyrody.

Według Kulczyckiego [1976, s. 86] w pracach organizacyjnych PTK można było

⁶ Na przykład mimo podziału Mazowsza, Wielkopolski i innych obszarów w latach 1975-1998 na małe województwa nadal trwała świadomość regionalna i ożywiały się oddolne inicjatywy wspierające tę integrację.

wyróżnić dwa podstawowe nurty: krajoznawczy – reprezentowany przez Aleksandra Janowskiego i turystyczny – kierowany przez Mieczysława Orłowicza. W pracach PTK od chwili powstania tej organizacji, badania naukowe odgrywały istotną rolę, dlatego działalność ta w dużym stopniu łagodziła brak polskich uczelni w zaborach rosyjskim i pruskim, co podkreśla również Wroczyński [1997]. Dokumentacja dotycząca polskiego folkloru, gromadzona bezinteresownie przez specjalistów – członków PTK odegrała znaczną rolę, zwłaszcza że wyniki badań były popularyzowane, m.in. w trakcie wycieczek odczytów. Potrzebę; prac inwentaryzacyjnych zgłosił już w 1876 Zygmunt Gloger: *Wszystko, co ziemia zrodziła, winno być zbadane, opisane i utrwalone. W pracach powinno wziąć udział całe społeczeństwo* [Rycerski 1990, s. 233-242]. Podkreśla on również, że *na drodze każdego podróżnika przede wszystkim leży jego kraj rodzinny. Turysta, który wyjeżdża za granicę nie znając domowych kątów i skarbów, jest w każdym innym społeczeństwie lekceważonym* [Gloger 1876]⁷. W szeregach PTK rozwijała się też działalność kolekcjonerska ze znacznym udziałem zbiorów folklorystycznych, która dała początek wielu muzeom regionalnym [Grys 2010, s. 378-400].

Odnaka organizacyjna PTK, z herbami Warszawy, Krakowa i Poznania, była symbolem jedności Polaków ze wszystkich trzech zaborów. Jednak tę narodową jedność rozumiano jednocześnie jako poszanowanie odrębności kulturowej poszczególnych obszarów.

Metodyka wycieczek krajoznawczych, opracowana pod kierunkiem Aleksandra Janowskiego [*Metodyka wycieczek krajoznawczych* 1909], współtwórcy polskiego ruchu turystyczno-krajoznawczego, ujmuje organizowanie wycieczek połączonych m.in. z poznawaniem kultury ludowej, wraz z wykonywaniem rysunków i zdjęć. Ułatwieniem miały być specjalne ankiety-szablony, ujmujące m.in. takie zagadnienia, jak: wiersze, pieśni, ubiór, pożywienie itd. Janowski, zapewne spodziewając się już wówczas (!) nadmiernie szybkiego tempa odbywania wycieczek, podkreślał, że: *na nawiązanie bliższych i serdeczniejszych stosunków z ludem potrzeba dość długiego czasu* [Czarnowski 2010]. Na walory kultury ludowej mogące stanowić treść wycieczek zwracał uwagę wybitny geograf i kartograf, Eugeniusz Romer [1929], który też był krajoznawcą. Propagatorem turystyki krajoznawczej był również Orłowicz [1911, s. 307-309]. Sojusznikami tych idei stawały się również periodyki kierowane do różnych sfer społeczeństwa. Już w 1912 r. miesięcznik „Dom i Dwór”, zawierający dodatek „Sport i hodowla”, nawoływał do wstępowania w szeregi PTK, zachęcając czytelników zarówno do uprawiania turystyki, jak też przygotowania wsi i małych miast do przyjmowania gości [*W sprawie turystyki* 1912]. Jak już wspomniano działacze ruchu turystyczno-krajoznawczego, a wśród nich reprezentanci nauki, mieli istotny wpływ: po pierwsze, na zbadanie i dokumentowanie narodowego dziedzic-

⁷ Poglądy te daleko wyprzedziły epokę: „nasi rodacy muszą dać pierwszeństwo polskim źródłom nad obcymi badaniami i kurortami”.

stwa; po drugie – na jego ochronę [Znamierowska-Prufferowa 1932]⁸. Popularyzując tę dziedzinę przez długie lata jednak nie dostrzegano możliwości tworzenia komercyjnej oferty turystycznej. Działania służące zbliżeniu turystyki i kultury – możliwe dzięki współpracy wielu osób i instytucji należy oceniać bardzo wysoko. Miały w tym udział organizacje turystyczne, PTK i powstałe w 1950 r. PTTK. Między innymi w ramach przygotowań do III Kongresu Krajoznawczego (Płock 1980) zorganizowano w 1978 r. w Toruniu sejmik krajoznawczy [*Kultura ludowa w krajoznawstwie polskim 1978*], na którym omawiano m.in. szanse propagowania kultury ludowej w czasie imprez turystycznych (rajdy, zloty, złazy, wycieczki) [Święch 1978, s. 5-11], jednocześnie podkreślając, że rozwój ambitnych form turystyki kulturowej może przyczyniać się do zintensyfikowania działań mających na celu ochronę kultury ludowej [Bujak 1971]⁹. Do prekursorów turystyki kulturowej należeli działacze studenccy¹⁰.

7. Skanseny żywymi pomnikami kultury ludowej i atrakcją turystyki

Pierwsze ekspozycje etnograficzne na ziemiach polskich pojawiły się już w początkach XIX w. z okazji wystaw rolniczych, m.in. w Warszawie, a muzea etnograficzne powstawały kolejno w Warszawie (1888), Krakowie (1904), Wilnie (1925), Łodzi (1930) [Zawistowicz-Adamska 1976]. Profil ludoznawczy miało w części Muzeum Tatrzańskie w Zakopanem założone w 1888 r. [Midura 1979, s. 31]. W okresach zaborów instytucje te powstawały głównie z inicjatywy i przy znacznym udziale finansowym organizacji społecznych [Bystron 1947], m.in. Towarzystwa Szkoły Ludowej, Towarzystwa Przyjaciół Nauk [Bucewicz-Zakrzewska 1975, s. 3], a szczególnie Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego (PTK), które w latach 1906-1922 utworzyło 22 muzea regionalne, często z dominującym profilem etnograficznym. Pierwsze muzea na wolnym powietrzu, zwane parkami etnograficznymi, muzami ludowymi, a najczęściej – niezbyt poprawnie skansenami¹¹. Były to obiekty: we Wdzydzach Kiszewskich na

⁸ Inicjatywy te wspierała szkoła, m.in. koła krajoznawcze młodzieży szkolnej (KKMS) kierowane przez Leopolda Węgrzynowicza oraz ośrodki akademickie, z udziałem wybitnych uczonych, m.in. Marii Znamierowskiej-Prufferowej. Autorką instrukcji badania kultury ludowej przez młodzież była późniejsza profesor Uniwersytetu im. Mikołaja Kopernika w Toruniu i współtwórczyni Muzeum Etnograficznego typu skansenowskiego w tym mieście.

⁹ Autor postulował dalsze ożywianie parków etnograficznych przez organizowanie festynów, kiermaszów, koncertów; trwale uruchomienie niektórych zabytkowych urzędów; organizowanie pokazów rękodzieła ludowego, a także łączenie tych wydarzeń ze zlotami turystycznymi.

¹⁰ Informacja własna autora, uczestnika i współorganizatora wielu imprez m.in. w ramach Uniwersyteckiego Klubu Turystycznego „Unikat” w Warszawie, w latach 1970-1974.

¹¹ Termin ten pochodzi od miejsca pierwszej ekspozycji plenerowej utworzonej w 1891 r. przez Nordiska Musset w Sztokholmie. Ekspozycja ta powstała na szwedzkiej wyspie Djugarden w miejscu dawnego szańca (po szwedzku – skansen). Jej twórcą był Artur Immanuel Hazelius (1833-1901) [Midura 1979].

Kaszubach (założony w 1906 r. przez Izydora i Teodorę Gulgowskich)¹² i w Nowogrodzie Łomżyńskim (otwarty w 1927 r. z inicjatywy Adama Chętnika) [Bucewicz-Zakrzewska 1975, s. 5–6]. Ich twórcy reprezentowali zarówno postawy romantyczne, jak i pozytywistyczne. Silnym motywem tworzenia tych placówek, niekiedy wbrew niesprzyjającym okolicznościom [Chętnikowa 1969, s. 20]¹³ był emocjonalny stosunek do regionów i swojszczyzny [Piotrowski 2010, s. 50]. Skansen w Nowogrodzie już od samego początku był pomyślany jako ośrodek wiedzy i atrakcja turystyczna, mająca propagować Kupie jako cel wycieczek i wczasów¹⁴. Już w końcu lat 60. XX w. placówka ta korzystała z mało wówczas znanej instytucji sponsorów¹⁵.

Kolejne skanseny powstawały w latach: 1967 – Zubrzyca Górna na Orawie, 1958 – Sanok, 1959 – Kluki, 1961 – Opole-Bierkowice [Midura 1979, s. 37]. Jednak początkowo były to na ogół statyczne ekspozycje, bez próbowania ich ożywiania [Piotrowski, Idziak 2001].

Elementy dawnego folkloru, pieśni, tańce, muzyka i zwyczaje ludowe wprowadza się do kultury masowej poprzez radio, telewizję, festiwale folklorystyczne, teatr i kino. Nie słabnie ożywianie motywów ludowych w literaturze i teatrze. To zdania ze wstępu do bardzo cennego, prekursorskiego atlasu sztuki ludowej i folkloru [Pokropek 1978], opracowanego przez wybitnego znawcę, twórcę muzeum ludowego w Otrębusach koło Warszawy, Mariana Pokropka. Już w 1978 r. kierowano ten atlas do turystów¹⁶, choć autor nie zaproponował wówczas konkretnych programów turystycznych lub szla-

¹² Założyciele skansenu zachęcali miejscową ludność bardzo biednej wsi do kultywowania twórczości ludowej. Dzieła te później były prezentowane w latach 30. XX w. m.in. w Gdyni, na targach w Poznaniu, a nawet w Paryżu. Miejscowość ożywiła się dzięki przygotowaniu kwater dla turystów. Informacja własna autora.

¹³ Założyciel muzeum, rodowity Kurp, Adam Chętnik, wraz z żoną zakupił z własnych środków grunt na wysokim brzegu Narwi, przy ujściu Pisy, ponieważ ówczesna rada miejska odmówiła przekazania terenu pod budujące się plenerowe muzeum. Chętnik – działacz PTK – był później wybitnym etnografem, wydawcą wielu publikacji, organizatorem konferencji. Uczynił dużo dla rozwoju miasta, także przez turystykę. Mimo to w latach 20. XX w. spotykał się z kolejnymi przykrościami ze strony lokalnych władz. Dopiero interwencja ówczesnego wojewody białostockiego spowodowała anulowanie żądania wysokich podatków przez muzeum. Informacja autora – rozmowy z adiunkt Jadwigą Chętnikową, dyrektor muzeum (lata 70. XX w.).

¹⁴ Gospodarze parku etnograficznego nie mieli jedynie na celu przekazywanie encyklopedycznej wiedzy o kulturze Kurpi, gdyż zdawali sobie sprawę, że może ona dla wielu osób okazać się w pierwszym etapie trudna lub nawet mało interesująca. Starali się kierować ku emocjom, wskazując urodę krajobrazu i kultury. Dopiero po rozbudzeniu tych emocji można było spodziewać się powstawania swoistego „apetytu na wiedzę”. Dlatego też ważną rolę już w latach 60. XX w. w nowogrodzkim skansenie odgrywały wydarzenia folklorystyczne. Dbano zarówno o treść, jak i sposób przekazywania wiedzy przez przewodników, którzy bodaj jako pierwsi pozwalali nie tylko dotykać, ale także posługiwać się sprzętami. Informacja własna autora z rozmów z pracownikami muzeum i obserwacji tej placówki (studenckie obozy naukowe, lata 70. XX w.). Zapis opowieści skansenowskiego przewodnika – samouka, rodowitego Kurpia, Juliana Świdorskiego został uwieczniony w publikacji [Nasiadko 1979].

¹⁵ Tymi sponsorami byli m.in. Towarzystwo Przyjaciół Ziemi Łomżyńskiej, PZU, katolicka firma Inco produkująca m.in. środki do impregnacji zabytków drewnianych. [Chętnikowa 1969]. Mimo niesprzyjających uwarunkowań politycznych czasów PRL bardzo dobrze układała się współpraca z parafiami, co pomogło m.in. w organizowaniu wydarzeń folklorystycznych, m.in. konkursów palm wielkonożnych i prezentacji potraw kurpiowskich [Informacja własna autora].

¹⁶ „Atlas ten jest przeznaczony również dla turystów, którzy pragną zapoznać się z wciąż jeszcze żywą, barwną tradycją oraz współczesną kulturą artystyczną różnych regionów kraju” [Pokropek 1978, s. 18].

ków. Z punktu widzenia turystyki – zdaniem tego badacza – najbardziej interesujące były: budownictwo wiejskie, głównie drewniane¹⁷, w tym obiekty: mieszkalne, gospodarskie, przemysłowe, sakralne, tradycyjne rzemiosło, malarstwo, grafika, ceramika rzeźba, zabawkarstwo, tkactwo, bursztyniarstwo, wycinankarstwo, tkactwo, plastyka obrzędowa. Przy czym liczyli się zarówno twórcy, dzieła, jak i warsztaty pracy. Duże znaczenie miały: sztuka, folklor słowno-muzyczny, ale przede wszystkim muzea o profilu etnograficznym [Pokropek 1978, s. 9]¹⁸.

Współtwórca i wieloletni dyrektor Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku, Czajkowski już w 1970 r. zwracał uwagę, że celowe jest ożywianie skansenów jako formy ekspozycji przez m.in.: uprawę roli, hodowlę zwierząt, uruchamianie warsztatów tradycyjnych rzemiosł, organizowanie imprez nawiązujących do tradycji roku obrzędowego [Czajkowski 1979, s. 60-79]. Niestety, wtedy prawie nikt nie odnosił tych inicjatyw do turystyki. Jednak już w 1979 r. Salwa jednoznacznie przypisywał skansenom funkcję turystyczną, choć znajdowała się ona w jego hierarchii na dalekim miejscu. Do zadań skansenów zaliczał: prowadzenie studiów i badań, doradztwo, kreowanie ośrodków propagujących ochronę środowiska kulturowego i wreszcie tworzenie warunków umożliwiających wypoczynek niedzielny dla mieszkańców, organizowanie imprez (jarmarki, aukcje sztuki ludowej, koncerty, zabawy ludowe) [Salwa 1979, s. 49-59]. Trzeba zauważyć, że ofertę tych obiektów kierowano wówczas przede wszystkim do społeczności lokalnej, ewentualnie wycieczek szkolnych¹⁹.

Dzieje muzeów etnograficznych wykazują etapy ich powiązań z turystyką. W przypadku Polski twórcy zwłaszcza pierwszych kolekcji wykazywali powiązania z turystyką i krajoznawstwem (np. Aniela Chmielińska w Łowiczu, Adam Chętnik w Nowogrodzie) Jednak „turystyczna orientacja” zarządców skansenów i muzeów nastąpiła w przeważającej większości obiektów relatywnie późno. Dopiero w 1975 r. opublikowano pierwszy ogólnopolski informator o skansenach i zbiorach etnograficznych, przeznaczony jednak przede wszystkim dla pracowników informacji turystycznej i organizatorów turystyki [Bucewicz-Zakrzewska 1975].

Wieloletnia konsekwentna działalność Midury²⁰ doprowadziła do wskazania trwałych, jednocześnie niewymuszonych powiązań skansenów z turystyką, otwierając niejako etap tworzenia wokół nich innowacyjnych produktów turystycznych. Autor prezentowanego opracowania współpracując od 1976 r. z Midurą w ramach działalno-

¹⁷ Z upływem lat znaczenia tego nabrało także nie znajdujące się niekiedy pod ochroną konserwatorską budownictwo wiejskie murowane oraz np. dawne budownictwo przedmieść systematycznie eliminowane z krajobrazu [Spostrzeżenia autora].

¹⁸ Nie przywołanym w tej publikacji, nie zawsze docenianym, choć zagrożonym, był folklor przedmiejski [Spostrzeżenie autora]. Temat ten jest relatywnie rzadko przedmiotem badań [Wieczorkiewicz 1968]. O folklorze przedmieść dawnej Warszawy pisali m.in. Stanisław Grzesiuk, Stefan Wiechecki „Wiech”, Olgierd Budrewicz.

¹⁹ Po latach trudno stwierdzić, czy było to efektem realizacji centralnych wytycznych, czy też braku wiary, że oferta ta może zainteresować turystów przybywających z dalszych odległości, a nawet turystów zagranicznych.

²⁰ Próbę udokumentowania dotychczasowych etapów naukowych i organizatorskich przedsięwzięć naukowych Midury zawiera monografia [*Labor monit vincit...* 2010].

ści społecznej w PTTK (komisja opieki nad zabytkami) oraz naukowej i dydaktycznej na wielu uczelniach, może potwierdzić jego ogromny wpływ na zbliżenie sfery turystyki i kultury. Przyczynił się on do powstania, rozwoju i systematycznego ożywiania skansenów i muzeów w kierunku zwiększania ich atrakcyjności turystycznej²¹. Midura już w 1971 r. pisał o skansenach i muzeach etnograficznych *zachowanie tych wartości w kulturze współczesnej mogłoby przeciwdziałać wyeliminowaniu wartości estetycznych z życia wiejskiego, w którym do niedawna każdy na swój sposób kształtował środowisko i miał zawsze decydujący wpływ na formę zabudowy i charakter swojego otoczenia* [Midura 1971].

W drugiej połowie lat 80. XX w., a zwłaszcza na przełomie XX i XXI w. czynelniejszy stał się dialog między turystyką i kulturą, któremu dobrze służy działalność organizacji pozarządowych, w tym PTTK [Piotrowski 1997], organizację konsekwentnie rozwijającej idee krajoznawstwa, ochrony zabytków²² i przyrody. Można postawić tezę, że to właśnie zainteresowanie kulturą ludową ze strony turystów stało się jednym z motywów powstawania nowych parków etnograficznych i rozwoju już istniejących²³. Dowodzą tego liczne skanseny prywatne, zupełnie nowatorskie inicjatywy w formie rekonstrukcji miasteczek galicyjskich w skansenach Sanoku i Nowym Sączu czy też plenerowa ekspozycja podmiejskiej architektury drewnianej na terenie Centralnego Muzeum Włókiennictwa w Łodzi. Ta ostatnia z wymienionych inicjatyw zasługuje na szczególne wyróżnienie, gdyż właśnie specyficzna kultura dawnych przedmieść wielkich miast oraz terenów wiejskich anektowanych przez te miasta wydaje się najbardziej zagrożoną²⁴.

W obecnych czasach zmienia się rola kultury ludowej wobec turystyki, w tym znaczenie muzeów na wolnym powietrzu jako bodaj najlepszych (ale przecież nie jedynych) ambasadorów tej kultury wobec turystów krajowych i zagranicznych. Powstają małe skanseny prywatne, często jako placówki komercyjne; w większości jednak powiązane z realizacją ambitnych programów także przez zabawę (np. Sromów, Wach,

²¹ Te działania dotyczyły m.in. skansenów w: Sierpcu, Ciechanowcu, Dobczycach, Tokarni, Klukach, Olsztynku, Sanoku, Suchej k. Węgrowa. [Merski, Piotrowski 2010]. Swoiste uspołecznienie parków etnograficznych, ich przybliżenie do idei głoszonych przez PTTK oraz stowarzyszenia regionalne, niewątpliwie przyczyniły się do ich ożywienia, ale też – szerszej popularyzacji wśród turystów.

²² Niezmiernie cenna jest rola społecznych opiekunów zabytków PTTK, którzy przyczynili się do ochrony wielu obiektów, a także tworzyli kolekcje i muzea regionalne. Niektóre skanseny powstały z inicjatywy społecznej, np. w Ciechanowcu, Dobczycach, Iwanowicach, Zubrzyce, Kolbuszowej.

²³ Wyjątkowe znaczenie dla ochrony dziedzictwa kulturowego miały parki etnograficzne w Sanoku i Klukach. Ten pierwszy chroni zagrożone dziedzictwo kulturowe m.in. Bojków i Łemków, w znacznym stopniu przesiedlonych po II wojnie światowej na tzw. Ziemię Odzyskaną; drugi – dokumentuje dziedzictwo nieistniejącej dziś grupy Słowińców. Są też skanseny mniejszości narodowych, m.in.: litewski w Puńsku, białoruski – w Białowieży, lemkowski – w Zydranowej, taboru cygańskiego – w Tarnowie, ołederski – w Wielkiej Nieszawie k. Torunia, łużycki w Kudowie Zdroju – Pstrążnej.

²⁴ Przykładem jest zanik obecnie przypominanego stroju ludowego i haftu w Wilanowie, niegdyś odrębnej wsi, dziś silnie zurbanizowanej dzielnicy Warszawy. Te tradycje propaguje m.in. Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna i parafia Warszawa-Powsin, m.in. podczas dorocznych dożynek. To dzięki zabiegom konserwatorów i urbanistów uratowano wiejską enklawę dynamicznie rozbudowującego się Krakowa, znaną z „Wesela” Stanisława Wyspiańskiego. Dzięki wsparciu parafii i lokalnych stowarzyszeń trwa nadal folklor na przedmieściach wielkich górnośląskich miast (np. w Giszowcu, Nikiszowcu, Rozbarku).

Guciów, Kuligów). Właściciele kwater agroturystycznych, promując swoją ofertę, bardzo często zachęcają do odwiedzenia pobliskich kolekcji etnograficznych. Tak czynią także administratorzy wielu internetowych stron i informatorów drukowanych – stowarzyszenia agroturystyczne i ośrodki doradztwa rolniczego. Jednocześnie niewielkie ekspozycje dawnych obiektów i sprzętów towarzyszą także niektórym gospodarstwom agroturystycznym.

Liczne, modne dziś rekonstrukcje – są bardziej lub mniej udanymi próbami przedstawiania dawnej kultury materialnej i niematerialnej, nawiązując do miejscowych tradycji i wydarzeń roku obrzędowego. To parki miniatur oraz takie wydarzenia, jak np. miodobranie kurpiowskie, konkursy palm wielkanocnych, procesje w ludowych strojach, powrót do tradycji jarmarków odpustowych²⁵, imprezy folklorystyczne w skansenach. Są one bardzo silnym magnesem przyciągającym turystów – także zagranicznych i okazją do propagowania wypoczynku na wsi. Trzeba zauważyć, że niektóre obiekty muzealne, powiązane bezpośrednio lub pośrednio z PTTK i innymi organizacjami społecznymi, propagujące w swoich założeniach historię miejsca i kulturę ludową, znacznie wcześniej stały się placówkami ożywionymi [Piotrowski 2010, s. 497-508]. Dotyczy to m.in. Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu, Muzeum Wsi Kieleckiej w Tokarni, Muzeum Rolnictwa im. Ks. Krzysztofa Kluka w Ciechanowcu, ale też skansenu przy zamku w Dobczycach, skansenowskiej ekspozycji w Iwanowicach czy Muzeum Młodej Polski w Krakowie-Bronowicach²⁶.

8. Inne inicjatywy służące zbliżeniu turystyki i kultury ludowej

Cenną w swoich założeniach akcją propagandową, rozpoczętą w 1969 r., był tzw. Turkus, zespół przedsięwzięć służących integrowaniu inicjatyw z zakresu turystyki, kultury i sportu. Szeroki zakres inicjatyw obejmował: organizację i koordynację imprez masowych, kampanię na rzecz zagospodarowania obiektów zabytkowych i dostosowania ofert sportowych i kulturalnych do potrzeb turystyki [Piotrowski 2012]²⁷. W latach 60-70 XX w. Ogólnokrajowa Spółdzielnia Turystyczna „Gromada”, działająca w środowisku wiejskim już od 1937 r., prowadziła akcję „Wczasy pod gruszą”,

²⁵ Jeszcze w latach 60-80. XX w. jarmarki odpustowe były okazją do zapoznawania się z lokalnymi dziełami miejscowych twórców [Kolorowe jarmarki 1967]. Później zapełniły je wszechobecne „dzieła” często pochodzenia chińskiego, identyczne w całym kraju. Dziś, dzięki zabiegom wielu instytucji, w tym także parafii, przywraca się niekiedy tym wydarzeniom dawny charakter.

²⁶ W każdym z nich, a także innych, nie wymienionych tutaj muzeach, zaznaczyła się kluczowa rola wieloletnich kierowników, jednocześnie społecznych działaczy turystyki i kultury. Byli nimi m.in. nieodżałowani: Władysław Kowalski (Dobczyce), Antoni Walaszczyk (Iwanowice), Zygmunt Kwiatkowski (Golub-Dobrzyń), Kazimierz Uszyński (Ciechanowiec) [Społeczna Opieka nad Zabytkami 1992, 1997-2001].

²⁷ Akcja, która nigdy nie została zamknięta, miała z pewnością duży wpływ na zmiany mentalności lokalnych społeczności. Integracja instytucji i organizacji reprezentujących różne sektory miała charakter pionierski. Niestety działania te ograniczały się często do inicjatyw fasadowych [Sojusz kultury, sportu i rekreacji 1971].

połączoną z konkursem na najlepsze kwatery wiejskie. Jednak w ówczesnych katalogach walory kulturowe wsi bywały przedstawiane bardzo ogólnikowo (wizyty u twórców, imprezy folklorystyczne). Natomiast skądinąd bardzo cenne prezentacje folkloru w trakcie dorocznych jarmarków „Cepieliady” w Warszawie nie miały odniesień do turystyki. Propagowaniem kultury ludowej z różnym natężeniem zajmowały się i nadal zajmują dość liczne: ośrodki kultury i lokalne biblioteki, wiejskie szkoły, terenowe władze samorządowe, towarzystwa regionalne, towarzystwa przyjaciół lub miłośników regionów, a także organizacje wiejskie (kółka rolnicze, koła gospodyń wiejskich, rady sołeckie, domy ludowe, ochotnicze straże pożarne. Wielkie zasługi w tej dziedzinie mieli założyciele zespołów pieśni tańca, zwłaszcza „Mazowsze” i „Śląsk”²⁸.

9. Z dziejów powiązań kultury ludowej i turystyki

Bajka Aleksandra Fredry o zupie na gwoździu²⁹ może być jedną z najlepszych ilustracji procesu powstawania produktu turystycznego, który jest zawsze efektem kompilacji wielu, często bardzo drobnych (i nie docenianych) składników. Rdzeniem tego produktu jest (może być) np. osoba, miejsce, miejscowość, region; dzięki którym lub w których jest kultywowana tradycyjna kultura ludowa. To wszelkie imprezy, zarówno w miejscu występowania przejawów folkloru, ale również poza nim. To także imprezy turystyczne, ale również wydarzenia sportowe, biznesowe, których folklor może być uatrakcyjnieniem, służąc promocji wizerunku kraju lub regionu.

Przedsięwzięcia związane z promocją kultury ludowej przez turystykę zależne są od uzyskiwanego wsparcia ze strony samorządów fundacji, a także Unii Europejskiej. Ewentualne wsparcie finansowe przez sponsorów komercyjnych zależne jest od spodziewanej oglądalności (frekwencji), na którą niestety często nie ma wpływu wysoki poziom, ale moda³⁰.

²⁸ Zespoły te były wspierane przez władze, ale też, zwłaszcza do 1956 r. próbowano ingerować w ich repertuar, ponieważ władze obawiały się propagowania kultury chrześcijańskiej i kultury „kułackiej”. Kułakami nazywano wówczas pogardliwie bogatych chłopów, którzy nie zgadzali się na włączenie ich gospodarstw do spółdzielni produkcyjnych. Takie oceny oznaczały wtedy zagrożenie dla zespołów, jednak międzynarodowa sława i osobowość Miry Zimińskiej-Sygietyńskiej („Mazowsze”) i Stanisława Hadyny („Śląsk”) powodowała konieczność tolerowania proponowanego repertuaru przez władze.

²⁹ „Mówią ludzie, że przed laty/ cygan wszedł do wiejskiej chaty/ skłonił się babie u progę/ i powitawszy ją w Bogu/ prosił, by tak dobrą była/ i przy ogniu pozwoliła/ z gwoździa zgotować wieszczkę!/ I gwoździ długi w rękę bierze/. Z gwoździa zgotować wieszczkę?! To potrawa całkiem nowa!/ Baba trochę wstrząsa głową? Ale baba jest ciekawa/ co to będzie za potrawa?/. Garnek zatem wody wlewa/ i do ognia kładzie drzewa/. Cygan włożył gwoździ powoli/ i garsteczkę prosi soli/. Hej mamuniu – do niej rzecz/ łyżka masła by się zdała/ niecierpliwość babę bierze/ łyżkę masła w garnek wkłada/. Potem Cygan jej powiada/ hej mamuniu, czy tam w chacie krup garsteczki wy nie macie?/ A baba już niecierpliwa/ końca, końca, tylko chciwa/. Garścią krupy w garnek wkłada/. Cygan wtenczas czas swój zgadł/. Gwoździ wydobyl, kaszę zjadł...” [Fredro, *Cygan i baba*].

³⁰ Aktualny jest tekst piosenki. *To się nie sprzeda, pani Geppert* [sł. J. Cygan, muz. W. Korcz]: „Chciałam zaśpiewać o miłości/ Której czas nigdy nie ostudzi/ Lecz powiedzieli. Nie to nie pójdzie/ Pani Geppert, to nie dla ludzi (...)/ I nauczyli, że ich zdaniem/ To znaczy zdaniem pewnych osób/ Sprzedają rzeczy się o niczym/ Napisane w przystępny sposób...”

Moda na folklor, na wykorzystywanie motywów ludowych w nowoczesnej architekturze, wzornictwie, wystroju lokali gastronomicznych i hotelarskich, folklorystyczne inspiracje twórców piosenek, jest zjawiskiem bardzo pozytywnym, choć inspiracje te nie powinny zastępować troski o zachowanie przejawów kultury ludowej w jej dawnych formach³¹. To także możliwość wykorzystywania tradycyjnych sportów ludowych [Lipoński 2008], znanych niekiedy tylko w niektórych regionach.

Jedną z pierwszych prób przedstawienia walorów kultury ludowej w kontekście ich znaczenia dla turystyki w realiach XXI w. podjął już wspomniany Midura. Do walorów turystycznych narodowego dziedzictwa zaliczył: zabytki budownictwa i architektury, układy ruralistyczne, zabytki etnograficzne, wiejskie parki i ogrody, zabytki, archeologiczne, dzieła sztuk plastycznych, obiekty techniki, pamiątki historyczne (miejsca bitew i innych ważnych wydarzeń) [Midura 2002, s. 37-56]. Warto zwrócić uwagę, że w jego ujęciu, przejawy kultury ludowej atrakcyjne dla turystyki nie mieszczą się jedynie w kategorii „zabytki etnograficzne”, gdyż z punktu widzenia turysty w wielu przypadkach liczy się przede wszystkim wyjątkowość waloru, a niekoniecznie formalny status, np. zabytku.

Kultura ludowa w publikacjach naukowych i popularnych dotyczących turystyki, a nawet wyspecjalizowanych w turystyce wiejskiej, pojawiała się najpierw sporadycznie. Zwracano uwagę na atrakcyjność budownictwa, skansenów, imprez; ale długo nie sugerowano np. tworzenia specjalnych pakietów (np. pobytowych, wycieczkowych) przez tworzenie wyspecjalizowanych ofert w tym zakresie. Na uwagę zasługiwały działania edukacyjne regionalnych towarzystw kultury, które już na przełomie lat 80 i 90. XX w. dostrzegały znaczenie kultury ludowej dla turystyki [Drzewiecki 1996, s. 43-47]. Zagadnienia wzajemnych powiązań obu interesujących nas dziedzin były bardzo długo marginalizowane w podręcznikach turystyki, a niekiedy całkowicie pomijane w pracach dotyczących etnografii i krajobrazu kulturowego. Można zaobserwować prawie całkowity brak odniesień do tych zagadnień np. w podręczniku turystyki [Davidson 1996], czy nawet w dwutomowym podręczniku [Małachowicz 1998], w którym wśród motywów ochrony materialnego dziedzictwa polskiej wsi nie dostrzeżono szansy rozwoju turystyki.

Obserwowane było zatem niedostrzeżenie znaczenia tychże atutów przez branżę turystyczną i jej edukatorów, ale także – niedostatek, a raczej brak współpracy środowisk kultury i turystyki. W prekursorskim podręczniku geografii turystyki Polski [Lijewski, Mikułowski 1992] zwrócono jedynie uwagę na istnienie muzeów, skansenów i ośrodków twórczości ludowej, ich turystyczne znaczenie ograniczając do zwiedzania i uczestnictwa w imprezach. W innym cenionym podręczniku geografii turystyki [Kowalczyk 1992] spostrzeżenia dotyczące roli kultury ludowej zajmują jedynie kilka wierszy i dotyczą głównie skansenów i budownictwa ludowego. Również w bardzo wartościowym podręczniku Kruczka, wybitnego badacza i praktyka

³¹ Przykładem jest kampania promocyjna „Moda na Mazowsze” zainicjowana przez Mazowiecką Regionalną Organizację Turystyczną w 2014 r. [Moda na Mazowsze 2016].

turystyki zagadnienia te ujęte są bardzo ogólnikowo. [Kruczek 2005]. Jednocześnie w wielu podręcznikach nadal powtarzany jest bezkrytycznie, dziś już zdaniem autora, nieaktualny, podział walorów turystycznych na: poznawcze, wypoczynkowe i specjalistyczne [Warszyńska, Jackowski 1979]³². Zbyteczne wydzielenie kategorii walorów specjalistycznych nie sprzyja wyartykułowaniu walorów turystyki wiejskiej i zmaganiu się z trwającymi stereotypami³³.

Zagadnienia produktu turystycznego wykorzystującego walory kultury ludowej zostały szerzej ujęte w nowoczesnym podręczniku [Karczmarek *et al.* 2002]³⁴. W publikacji tej niestety powtórzono obiegową klasyfikację walorów turystycznych, zbytecznie wyodrębniając kategorię walorów specjalistycznych, do których zaliczono m.in.: jeziora, rzeki, lasy; podczas gdy należy je rozpatrywać zarówno w kontekście wypoczynku (czynnego i biernego), jak też ich znaczenia dla krajoznawców. Istotne z punktu widzenia turystyki kulturowej, słusznie wydzielane walory miejsc i walory wydarzeń należałoby rozpatrywać zarówno w aspekcie poznawczym (co na ogół czyni się przede wszystkim), ale również wypoczynkowym (np. szlaki piesze, konne, rowerowe prowadzące do tych miejsc).

Podobnie, na słuszne – zdaniem autora – oprostowanie zasługuje wydzielanie tzw. kultury wysokiej i jej odrębne rozpatrywanie w kontekście produktu turystycznego polskiej wsi, co może być pochytywane jako deprecjonowanie kultury ludowej i sprzyjać kontynuacji niekończących się dyskusji o granicach dzielących te „dwie kultury”.

Opracowania dotyczące turystyki kulturowej w odniesieniu do turystyki wiejskiej, są rozproszone, niekiedy bardzo powierzchowne, gdyż często nie opierają się na wnikliwych analizach, a jedynie reprezentują opinie praktyków [Cynarski, Słupecki 2011]. To stwierdzenie wydaje się słuszne, choć trudno sobie wyobrazić prowadzenie prac badawczych bez stosownego dialogu z praktyką. Wdrażanie innowacyjnych sieciowych produktów turystycznych propagujących tradycyjną kulturę ludową wymaga nie tylko profesjonalizmu twórców i partnerów produktu, ale racjonalnego, konsekwentnego zarządzania, w tym precyzyjnego podziału zadań [Piotrowski, Idziak 2001]. To właśnie brak konsekwencji i precyzyjnych ustaleń

³² Wspomniana odrębna kategoria „walorów specjalistycznych” obecnie nie ma uzasadnienia, gdyż: 1) Walory te w wielu przypadkach przestały mieć takie cechy. Dziś uprawianie jazdy konnej, kajakarstwa, czy nawet amatorskiej wspinaczki jest coraz bardziej powszechne. 2) Walory nazywane specjalistycznymi mają *de facto* cechy walorów poznawczych i wypoczynkowych, pojęcie *wypoczynek* od dawna nie jest utożsamiane jedynie z biernym trybem wypełniania wolnego czasu.

³³ Zgodnie z tymi stereotypami pobyt na wsi miał oznaczać wypoczynek (często pojmowany jako bierny), a pobyt w mieście – poznawanie. Przy czym pobyt turystyczny w mieście kojarzono przede wszystkim ze zwiedzaniem zabytków i udziałem w imprezach, bardzo rzadko wskazując na wartości np. miejskiego folkloru [Piotrowski 2000; Piotrowski, Idziak 2001].

³⁴ Na duże uznanie zasługuje podejmowanie przez tych autorów bardzo trudnego i ryzykownego wartościowania niektórych walorów kultury ludowej. Tutaj zdaniem autora prezentowanego opracowania najwazniejsze są przejawy wyjątkowości, niepowtarzalności przejawów folkloru. Trudno zgodzić się z zaproponowaną liczbową oceną parków etnograficznych. Uwzględnianie takich kryteriów, jak: liczba reprezentowanych regionów, liczba eksponatów, może prowadzić do przypadkowych wniosków. Turyści nie zawsze kierują się danymi statystycznymi, lecz przyciąga ich wyjątkowość ekspozycji i jej oddziaływanie na wszystkie zmysły, nie tylko na wzrok.

powoduje, że skądinąd cenne inicjatywy nie spotykają się niekiedy z należyтым zainteresowaniem [Gaweł 2011], a np. oznakowane szlaki nie są monitorowane i nie prowadzone są niezbędne korekty ich przebiegu. Dość liczne opracowania mają charakter regionalny³⁵, co zasługuje na uznanie, jednak różnorodność stosowanych metod, a jednocześnie – w pełni zrozumiałe indywidualne, emocjonalne podejście autorów, utrudniają syntezę. Tak np. rozpoznawanie uwarunkowań rozwoju turystyki kulturowej w Bieszczadach potwierdza znaczny potencjał nie tylko dziewiczej przyrody, ale także jakże złożonej historii [Bajda 2012]. Atrakcją jest odkrywanie folkloru Bojków i Łemków – danych mieszkańców (w większości wysiedlonych w ramach akcji „Wisła”. Silnymi motywami sprzyjającymi tworzeniu atrakcyjnych ofert turystycznych dysponuje Podlasie, znane jako kraina czysta ekologicznie, wielokulturowa, tolerancyjna i gościnna. Szanse rozwoju turystyki kulturowej otwierają się przed wieloma regionami.

10. W nowych uwarunkowaniach ustrojowych

U progu systemowych zmian w Polsce do promocji turystyki kulturowej włączyły się organizacje pozarządowe. Na przykład Mazowieckie Towarzystwo Kultury, m.in. dzięki inicjatywom Zenona Rekosza i Kazimierza Błaszczaka, intensywnie promowało dorobek Oskara Kolberga [Błaszczak 1999] i to nie tylko z okazji 110 rocznicy jego śmierci (1999), ale w stałych działaniach, w formie imprez kulturalnych, odczytów, podróży studyjnych z udziałem przedstawicieli środowisk kultury i turystyki³⁶.

Dziś parki etnograficzne nie są jak dawniej jedynie obiektami zwiedzania i w coraz mniejszym stopniu przypominają (skądinąd także zmieniające się) muzea tradycyjne. Odwiedzający mają możliwość posługiwania się sprzętami, obserwacji powstawania dzieł sztuki i rzemiosła, odbywania konferencji (np. Sierpc, Ciechanowiec, Radom, Nagawki, Przeworsk), odpoczynku, zabawy, degustacji potraw lokalnych, a nawet organizowania imprez rodzinnych, z prawdziwymi ślubami i weselami włącznie. Stosowane są nowoczesne urządzenia multimedialne i audiowizualne. Pojawiają się coraz częściej liczne atrakcje dodatkowe, jak: wycieczki bryczkami, zabawy nawiązujące do dawnych tradycji, ożywają obiekty dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych, przystosowane do obsługi turystów zagranicznych, dysponujące bogatą ofertą publikacji i pamiątek. Prowadzi się działalność edukacyjną na różnych poziomach, z edukacją przez zabawę dla dzieci włącznie.

³⁵ Na szczególne uznanie zasługuje inicjatywa środowiska poznańskiego i gnieźnieńskiego środowiska naukowego, przejawiająca się wydawaniem elektronicznego czasopisma naukowego [Turystyka kulturowa].

³⁶ Mazowieckie Towarzystwo Kultury przyznawało twórcom ludowym nagrody „Oskary Kolberga”, propagowało jego dorobek, wskazując godne odwiedzenia miejsca. Utworzenie kolbergowskiego szlaku turystycznego byłoby jednak trudne, ponieważ Kolberg odwiedził i opisywał wszystkie regiony kraju.

W ostatnich latach współdziałanie sfery kultury (w tym kultury ludowej i turystyki wiejskiej) staje się zasługą samorządów oraz lokalnych organizacji pozarządowych, m.in. lokalnych grup działania (LGD), wspieranych środkami Unii Europejskiej. Jednak z nielicznymi wyjątkami są to inicjatywy o zasięgu przede wszystkim lokalnym, a więc nie mające jeszcze większego wpływu na rozmiar turystyki przyjazdowej. Do udowodnienia lub odrzucenia pozostaje hipoteza autora, że propagandowy (lub odczytywany w latach PRL – jako propagandowy) wydzźwięk prezentacji folkloru np. w trakcie uroczystości państwowych lub ich okresowe przesycenie, odwracało uwagę od tego zagadnienia części potencjalnie zainteresowanych. Dlatego też może w powszechnym obiegu znalazły się wówczas nieco lekceważące w swoich intencjach „wędrowniki z Kolbergiem po kraju”, czy też komentarze „wieś tańczy i śpiewa” mające wyrazić rzekome znużenie tą tematyką, a faktycznie wynikające chyba tylko z oceny niektórych form prezentacji folkloru. Trzeba jednoznacznie stwierdzić, że głoszenie takich haseł potwierdzało jedynie niewiedzę i brak kultury i niewiedzę ich autorów. Potwierdzeniem doceniania ojczystego folkloru była wzrastająca frekwencja na krajowych i zagranicznych koncertach, zwłaszcza wspomnianych już zespołów „Mazowsze” i „Śląsk” [Ambrożewicz 1993, s. 50-72]³⁷. Nadal dużym zainteresowaniem cieszą np. festiwale folkloru ziem górskich, konkursy palm wielkanocnych w kurpiowskiej wsi Łyse, Miodobranie Kurpiowskie, liczne imprezy organizowane przez tak zasłużone organizacje, jak np. Związek Podhalan, Zrzeszenie Kaszubsko-Pomorskie, które nawet w trudnych latach PRL zawsze zachowywały swoją tożsamość. Trzeba docenić wysiłki kościołów różnych wyznań, dzięki zabiegom których utrzymano np. tradycyjne procesje Bożego Ciała w strojach ludowych w Łowiczu, morskie pielgrzymki rybackie (Hel-Puck-Swarzewo), procesje konne na Opolszczyźnie, a także zgromadzono cenne eksponaty etnograficzne w wielu miejscowościach³⁸.

Atrakcyjne oferty związane z propagowaniem kultury ludowej przygotowują niektóre biura podróży, choć jest to jednak nadal oferta niewielka i ograniczająca się do propagowania najbardziej znanych regionów (Kaszuby, Podhale, Łowickie) i wielkich wydarzeń roku obrzędowego. Oferty te ze zrozumiałych względów cieszą się zainteresowaniem także turystów zagranicznych, w tym polonijnych³⁹. Pojawiają się też częściej oferty przygotowywane na zlecenie, np. udział w zainscenizowanym weselu. Elementy folkloru bywają włączane do programów turystyki motywacyjnej i biznesowej, a także do ofert hoteli. W wielu regionach kraju powstają szlaki folklorystyczne, których twórcy coraz częściej nie ograniczają się już do promocji archi-

³⁷ Szczególną popularność zyskiwały występy tych zespołów w środowiskach polonijnych.

³⁸ Na przykład na Spiszu, Orawie, Podhalu, w Opoczyńskim, Rawskim, Łowickim, Sieradzkim; w rejonie Zbąszynia, Szamotuł i Krobi (Wielkopolska) księża zachęcali i zachęcają do noszenia strojów ludowych i kultywowania tradycji roku obrzędowego, rzemiosł artystycznych; także w przeświadczeniu, że spowoduje to wzrost zainteresowania ze strony turystów.

³⁹ Forum Turystyki Przyjazdowej działające przy Polskiej Organizacji Turystycznej [www.pot.gov.pl] jest platformą wymiany doświadczeń i współpracy w zakresie kształtowania oferty turystycznej. Większość biur podróży współpracujących w ramach Forum deklaruje propagowanie kultury ludowej w przeświadczeniu, że taka oferta przyczyni się do uzyskiwania przewagi konkurencyjnej dla polskiej branży turystycznej.

tektury drewnianej i twórców⁴⁰, ale także tradycyjnych potraw, często w powiązaniu z obyczajowością, wystrojem lokali gastronomicznych. Jak pokazuje doświadczenie, powyższe walory coraz częściej nie są jedynie jednym z motywów wizyt turystycznych, ale motywem podstawowym.

Propagowaniem kultury ludowej przez kreowanie produktów turystycznych zajmuje się od 2001 r. Polska Organizacja Turystyczna (POT) i współpracujące z nią regionalne (ROT) i lokalne organizacje turystyczne (LOT), a także wspomniane już lokalne grupy działania (LGD) funkcjonujące na wsi i w małych miastach [*Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich* 2014], prezentujące efekty swojej pracy m.in. podczas targów turystycznych. Ważną rolę odgrywa certyfikacja produktów turystycznych, prowadzona przez POT [*Certyfikowane produkty turystyczne* 2016]. Wśród takich produktów związanych z ofertą polskiej wsi wymienić można m.in.: „Małopolską wieś dla dzieci”, „Małopolską wieś pachniała ziołami”, Spalski jarmark artystów i rękodzieła ludowego; Skansen rzeki Pilicy w Tomaszowie Mazowieckim, Śląskie smaki, szlaki architektury drewnianej w południowych województwach Polski, Szlak żelaza i kowalskich tradycji w okolicy Wojciechowa i Nałęczowa, Dni rybaka w Kątach Rybackich, Suwalski jarmark folkloru, szlak garncarski w okolicy Suwałk. Inicjatywy te są wspierane finansowo przez Unię Europejską.

Niewątpliwą zachętą do promocji szerszego udziału kultury ludowej w budowaniu polskiej oferty turystycznej stanowią szkolenia, konferencje, targi turystyczne, platformy internetowe. Idea zbliżenia turystyki i kultury bliska jest Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” i zrzeszonym w niej stowarzyszeniom agroturystycznym. Inicjatywy konsolidacyjne, zmierzające do szerszej integracji z turystyką, wywodzą się także z kręgów zarządzających muzeami, w tym zlokalizowanymi na wolnym powietrzu. Mają w tym duże zasługi powstałe w 1998 r. Stowarzyszenie Muzeów na Wolnym Powietrzu w Polsce [*Historia Stowarzyszenia Muzeów...* 2014], ale również krajowe i lokalne porozumienia muzeów, czego dowodem jest ich coraz bogatsza oferta prezentowana w trakcie targów turystycznych.

Efektom są: nowe gospodarstwa agroturystyczne, z bogatszą ofertą dla gości; cenne inicjatywy środowiska twórców kultury ludowej, zacieśnienie współpracy instytucji, organizacji i osób, a przede wszystkim relatywnie tania i wartościowa oferta i dodatkowe źródła dochodów dla społeczności wiejskich z zapewnieniem ochrony zagrożonego dziedzictwa kultury.

Na wsi powinniśmy przede wszystkim odpoczywać, a miasto – zwiedzać. Nic bardziej błędnego, wszak można zwiedzać wieś i wypoczywać (często czynnie), ale najlepiej w innym mieście. Poza tym w mieście można nie tylko poznawać zabytki, ale np. folklor. Pożyteczny dla mieszkańca wsi może być wypoczynek w innej wsi. Liczy się zmiana otoczenia, a także możliwość samodzielnego wyboru sposobu wypeł-

⁴⁰ Do Podlaskiego Szlaku Rękodzieła włączono w 2013 r. jeden z najstarszych szlaków tematycznych, czyli Szlak Twórców Ludowych Puszczy Knyszyńskiej, który powstał w latach 90. XX w., dzięki innowacyjnej współpracy etnografów, muzealników, historyków, przyrodników, specjalistów marketingu terytorialnego i turystyki.

niania wolnego czasu. W tym wolnym czasie cenna jest zawsze spokojna i wyważona refleksja, która pozwoli na takie zmiany myślenia i postępowania – po powrocie do pourlopowych realiów.

Wypoczynek wakacyjny, urlopowy, weekendowy, jest szansą do polemiki z wieloma stereotypami. Oto mieszkańcom miast wmawiano, że powinni wyłącznie wypocząć na wsi, a niektórzy nawet uważają, że mieszkańcy wsi w ogóle nie powinni nigdzie wyjeżdżać, gdyż żyją w zdrowym środowisku. Z kolei inni twierdzą, że pracownicy turystyki nie powinni korzystać z urlopów, gdyż turystykę uprawiają przez cały rok (!).

Dlatego też – co należy powtarzać stale – tak ważne jest pokonywanie tych i innych stereotypów, przez kształtowanie świadomości wobec wartości turystyki, zarówno postrzeganych od strony sfery popytu, jak i podaży.

Kogo warto (należy) przekonywać do nakreślonych idei? Pełnej listy odbiorców nie uda się nigdy zestawić. Tym większa szansa w przekonywaniu, im język i argumenty są bardziej dostosowane do odbiorcy. Do czego mamy przekonywać? Do dostrzegania piękna ludowego dziedzictwa, do dumy z jego posiadania, do potrzeby jego ochrony i popularyzacji, by nie powiedzieć wreszcie – do pozyskiwania korzyści finansowych z tytułu organizacji i obsługi, ale i do uprawiania turystyki. Uprzystępnienie kultury ludowej to jej „racjonalne dawkowanie”, zwłaszcza wobec osób nie doceniających jej potencjału, podatnych na negatywne wpływy złych opinii, wierne stereotypom. Festiwale (nie tylko wyspecjalizowane w folklorze), targi turystyczne, kampanie promocyjne kraju, regionów i miast i nie powinny jednak tworzyć albo utrzymywać wizerunku naszego kraju, kojarzonego zwłaszcza za oceanem do niedawna niekiedy jedynie z folklorem.

Pragniemy, aby Polska nazywała się krajem innowacyjnym? Niech jedną z tych innowacji będzie poszanowanie tradycji nie kłócące się przecież z wyborem przyszłości. Jeśli będą ją nadal oznaczać np. kontrasty kulturowe to należy te fakty postrzegać jako bogactwo, też szansę na pozyskiwanie turystów, którzy zawsze poszukują odmienności [Piotrowski 2000]. Niech jednak przenikanie kultur nie oznacza zastępowania jednych – słabszych, innymi – silniejszymi. Jeśli kraj pragnie nadal nazywać się tolerancyjnym, powinien wykorzystywać szansę, jaka daje turystyka, sprzyjająca zawsze łagodzeniu nastrojów społecznych. Bezpośrednie relacje Polska – Polonia, miasto – wieś, nie obudowane opiniami „pośredników” zbliża te środowiska, a ich przedstawiciele rzadziej będą się sobie wzajemnie dziwić, a częściej – wzajemnie podziwiać [Piotrowski, Idziak 2001]. Być może rzadziej pojawiać się będą po stronie miasta i wsi wspomniane już hasła z odcieniem złośliwości „Wędrówek z Kolbergiem po kraju”, „Czy wieś tańczy i śpiewa”. Idei zbliżenia społeczności miasta i wsi niewątpliwie posłuży powstałe w 2015 r. Muzeum Słodka w Warszawie⁴¹.

⁴¹ Słowo *słodka* pojawiło się w najnowszych słownikach w zupełnie innym znaczeniu. Twórcą wspomnianego muzeum (w siedzibie Muzeum Techniki w Warszawie), jest redaktor Marek Traczyk. Autor artykułu, wpierający tę ideę zadaje m.in. następujące pytanie: „Czy nazywanie słodkami osób o wiejskich korzeniach, dziś mieszkających w miastach i powracających po każdym weekendzie na wsi do miejskich pieszych, obdarzonych słodkami, miałoby te osoby obrazić, a jeśli tak, to właściwie dlaczego?”

Wnioski

Obszerne tomy dzieł Oskara Kolberga wymagają popularyzacji, publikacji cytatów, a także inspirujących wskazań metodycznych. Autor opracowania, będący zwolennikiem uważnego studiowania historii (i wysnuwania z niej wniosków), ma świadomość zmieniających się uwarunkowań rzutuujących na kształtowanie się relacji między sferą turystyki i kultury. Wydaje się, że relacjom turystyki i kultury potrzebna jest pewna stabilizacja. Motywami sprzyjającymi pielęgnowaniu i propagowaniu szeroko rozumianego folkloru jest teraz: świadomość jego zagrożenia w wyniku globalizacji i przyspieszonego tempa życia, ale też argument ekonomiczny – szansa pozyskiwania wpływów z tytułu obsługi ruchu turystycznego, wpływów osiąganych przez przedstawicieli różnych zawodów. Cenne są prowadzone w wielu ośrodkach akademickich analizy ofert turystyki wiejskiej i preferencji korzystających z tych ofert. Wydaje się jednak, że kreatorom i propagatorom tego produktu nie powinno braknąć wiedzy i zapału do poszukiwania nowych koncepcji. Nie powinno to – zdaniem autora – przyczyniać się jedynie do każdorazowego schlebienia gustom mieszkańców miast, m.in. przez usilne dążenie do upodabniania ofert gospodarstw wiejskich do propozycji hoteli czy ośrodków wczasowych.

Koncepcji jeszcze większego wykorzystania potencjału kultury ludowej dla turystyki polonijnej może być bardzo dużo, a szansa ich powodzenia w dużym stopniu zależy od różnorodności propozycji. Celowe jest utworzenie kluczowego ośrodka ogniskującego potencjał polskiej kultury ludowej. Powinna to być działalność sprzyjająca koordynacji pewnych działań, lecz w każdym przypadku współpraca nie wymuszona i nie zagrażająca największemu walorowi folkloru, jakim jest jego autentyczność, a więc różnorodność⁴². Utworzenie centralnej bazy informacyjnej o ofertach turystyki kulturowej z możliwością wyszukiwania ofert według różnych kryteriów.

Do innych ważnych zadań należą:

- Zapewnienie sprawnego przepływu aktualnych informacji o osobach, miejscach, wydarzeniach propagującego folklor.
- Kompleksowa oferta parków etnograficznych i muzeów powiązana z edukacją, rozrywką, wypoczynkiem, organizowaniem imprez biznesowych, rodzinnych – skierowana do Polonii. Warto rozważyć spotkania polskich i polonijnych zespołów folklorystycznych w skansenach.
- Włączanie do programów imprez folklorystycznych prezentacji oferty turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki.
- Promowanie kultury ludowej na targach (nie tylko turystycznych).
- Promowanie kultury ludowej w środowiskach polonijnych, zarówno wyjazdy twórców do ośrodków polonijnych, jak i wykorzystywanie pobytów przedstawicieli Polonii w kraju do ukazania im atrakcji kultury ludowej.

⁴² Trzeba pamiętać, że pojęcie *koordynacji* źle zakorzeniło się w pamięci wielu Polaków, gdyż kojarzone było z odgórnymi wpływami. W sferze turystyki i kultury szczególnie liczy się wolność, samodzielne decydowanie o sposobie wypełniania wolnego czasu, czy ewentualnie o podjęciu nietrywialnych zadań, związanych z obsługą ruchu turystycznego.

- Opracowanie, wdrożenie i wypromowanie tras tematycznych prowadzących do ośrodków kultury ludowej wraz z ożywianiem tych szlaków. Niezbędna współpraca wielu partnerów i sponsorów.
- Literatura turystyczno-krajoznawcza przybliżająca kulturę ludową (przewodniki, informatory, mapy – także w wersji elektronicznej).
- Promocja obiektów i atrakcji kultury ludowej w miejscowościach i na trasach tranzytowych (oznakowanie turystyczne, kolportaż materiałów promocyjnych w obiektach na trasie).
- Imprezy tematyczne – zgodne z kalendarzem imprez i organizowane na zlecenie.
- Programy turystyki edukacyjnej dla młodzieży polonijnej, uwzględniające aktywne poznawanie kultury ludowej wraz z nauką śpiewu, tradycyjnych rzemiosł itd.
- Organizacja pobytów dla odkrywców (różnych pokoleń) połączonych z bezpośrednim poznawaniem folkloru (nagrania, wywiady z twórcami, filmowanie, plenery malarskie i fotograficzne).
- Propozycje wycieczek szlakiem wybitnych znawców i popularyzatorów kultury ludowej: Zygmunta Glogera, Oskara Kolberga, Tadeusza Sygietyńskiego, Miry Zimińskiej-Sygietyńskiej, Stanisława Hadyny.
- Konkursy tradycyjnych gier terenowych popularyzujące kulturę ludową.
- Wykorzystywanie tradycyjnych sportów i gier ludowych w ożywianiu programów pobytu.
- Certyfikacja pamiątek propagujących folklor (dzieła artystów ludowych, inspiracje współczesne).
- Różne inicjatywy, uzależnione od specyfiki miejsc, pór roku, wreszcie – a może niekiedy przede wszystkim – od kreatywności i talentów organizatorskich.

Literatura

- Ambrożewicz T., 1993, *Doroczne obrzędy na Mazowszu*. „Edukacja kulturalna młodzieży”. Zeszyty Regionalne Mazowieckiego Towarzystwa Kultury, Warszawa.
- Błaszczak K., 1999, *Mazowiecka pamięć o Kolbergu w 110 rocznicę śmierci*. „Edukacyjne funkcje turystyki kulturowej”, Mazowieckie Towarzystwo Kultury, Warszawa.
- Bogdanowski J., 1998, *O lice ziemi, czyli krajobrazu kulturowego dziś i jutro*. [w:] „Ziemia”, ZG PTTK, Warszawa.
- Bucewicz-Zakrzewska K., 1975, *Skanseny, muzea i zbiory etnograficzne w Polsce*. Centralny Ośrodek Informacji i Reklamy Turystycznej, Warszawa.
- Bujak J., 1971, *Znaczenie regionalizmu krajoznawczego dla rozwoju muzeów i zbiorów etnograficznych*. Zeszyty Naukowe UJ, Seria Prace Etnograficzne, 5, Kraków.
- Burszta J., 1987, *Folklor*. Słownik etnologiczny. Terminy ogólne, PWN, Warszawa-Poznań.
- Bystroń J., 1947, *Etnografia Polski*. Czytelnik, Warszawa.
- Bystroń J., 1947a, *Kultura ludowa*. Trzaska, Evert i Michalski, Warszawa.
- Chętnikowa J., 1969, *Kurpiowskie muzeum na wolnym powietrzu w Nowogrodzie Łomżyńskim*. Prezydium Powiatowej Rady Narodowej, Łomża.

- Czajkowski J., 1979, *Formy i metody ekspozycji w muzeach skansenowskich*, [w:] *Muzea skansenowskie w Polsce*. Biblioteka Narodowego Muzeum Rolnictwa w Szreniawie, Państwowe Wyd. Rolnicze i Leśne, Szreniawa-Poznań.
- Davidson R., 1996, *Turystyka*. Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa.
- Dawne obyczaje i zwyczaje szlachty i ludu wiejskiego w Polsce i w ościennych krajach, 1880, Wyd. F. S. Dmochowski, Warszawa.
- Drzewiecki M., 1996, *Agroturystyka w Polsce*. Rocznik Dydaktyczny Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa, Warszawa.
- Gloger Z., 1876, *Słówko o wycieczkach za granicę*. „Kłosy”, cyt. za: H. Syska, Zygmunt Gloger, Warszawa.
- Gordon A., 1999, *PTTK przed 50-leciem połączenia PTTT i PTK*. „Ziemia”, ZG PTTK, Warszawa, s. 111-181.
- Grys I., 2010, *Turystyka jako temat ekspozycji muzealnej*, [w:] *Labor omnia vincit. Studia z zakresu muzealnictwa, turystyki, sztuki i ochrony zabytków. Księga jubileuszowa w 70-lecie urodzin Franciszka Midury*. ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk N., 2002, *Produkt turystyczny albo jak zorganizować poznawanie świata*. UŁ, Łódź.
- Kolberg I., 1885, [i nast.], *Lud, jego zwyczaje, sposób życia, mowa, podania, przysłowia, obrzędy, gusła, zabawy, pieśni muzyka i tańce*. *Kolorowe jarmarki*, 1967, Wojewódzki Ośrodek Informacji Turystycznej, Kielce.
- Kołątaj H., 1953, *Wybór pism naukowych*. PWN, Warszawa.
- Kopaliński W., 2007, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*. Rytm, Warszawa.
- Kowalczyk A., 1992, *Geografia turystyki*. PWN, Warszawa.
- Kruczek Z., 2002, *Obsługa ruchu turystycznego*. Proksenia, Kraków.
- Kruczek Z., 2005, *Polska, geografia atrakcji turystycznych*. Proksenia, Kraków.
- Kulczycki Z., 1976, *Zarys historii turystyki w Polsce*. Sport i Turystyka, Warszawa.
- Kultura ludowa w krajoznawstwie polskim*, 1978, Materiały do dyskusji przed Kongresem Krajoznawczym, ZG PTTK, Warszawa.
- Kutrzeba-Pojnarowa A., 1999, *Ważniejsze terytoria i grupy etnograficzne*. Zakład Etnografii Instytutu Historii Kultury Materialnej PAN i UW, Warszawa.
- Krzyżanowski J., 1965, *Słownik folkloru polskiego*. PWN, Warszawa.
- Labor omnia vincit. Studia z zakresu muzealnictwa, turystyki, sztuki i ochrony zabytków. Księga jubileuszowa w 70-lecie Franciszka Midury*, 2010, ALMAMER Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa.
- Lijewski T., Mikułowski Z., 1992, *Geografia turystyki Polski*. PWN, Warszawa.
- Lipoński W., 2008, *Encyklopedia sportów świata*. Oficyna Wyd. Atena, Poznań.
- Małachowicz E., 1998, *Ochrona środowiska kulturowego*, t. I, II, PWN, Warszawa-Poznań.
- Marszałek K. (red.), 2007, *Człowiek i jego dzieło. O Kazimierzu Uszyńskim wspomnienia*. Muzeum Rolnictwa im. Ks. Krzysztofa Kluka, Ciechanowiec.
- Merski J., Piotrowski J. P., 2010, *Drogi ewolucji drukowanych przewodników turystycznych po Polsce*. ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.
- Metodyka wycieczek krajoznawczych*, 1909, Polskie Towarzystwo Krajoznawcze, Warszawa.
- Midura F., 1979, *Muzealnictwo skansenowskie w Polsce*. „Muzea skansenowskie w Polsce”, Biblioteka Narodowego Muzeum Rolnictwa, Państwowe Wyd. Rolnicze i Leśne, Szreniawa-Poznań.

- Midura F., 2002, *Walory dziedzictwa kulturowego polskiej wsi*. Rocznik Dydaktyczny Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Turystyki, Warszawa.
- Midura F., 2010, *Historia i dziedzictwo podstawą atrakcyjności turystycznej na Mazowszu*, [w:] *Węgrów i Ziemia Liwska. Perły kultury i atrakcyjność turystyczna*. ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.
- Nasiadko M., 1979, *Nowogród*. KAW, Białystok.
- Orłowicz M., 1911, *Polskie Towarzystwo Krajoznawcze*. Wędrowiec, nr 15, s. 307-309.
- Patkowski A., 1939, *Istota, idea i program naszego ruchu krajoznawczego*. „Ziemia”, nr 29, Warszawa, s. 2-4.
- Piotrowski J. P., 1992, *Tyle jest ojczyzn najmniejszych*. „Poznaj Swoj Kraj”, nr 10, Warszawa.
- Piotrowski J. P., 1997, *Muzeum jako atrakcja turystyczna, Podstawy promocji informacji turystycznej dla zarządzających małymi muzeami regionalnymi*. „Społeczna Opieka nad Zabytkami”, ZG PTTK, Warszawa.
- Piotrowski J. P., 1997a, *Obiekty kultury jako atrakcja turystyczna*, [w:] *Kulturowe aspekty turystyki i gospodarki turystycznej*. Polskie Stowarzyszenie Turystyki, Warszawa.
- Piotrowski J. P., 2000, *Krajoznawcze rozważania o granicach*. „Ziemia”, ZG PTTK, Warszawa.
- Piotrowski J. P., 2001, *Promocja agroturystyki*. „Doradca Hotelarza”, nr 3, Warszawa.
- Piotrowski J. P., 2004, *Współczesne przewodniki turystyczne po Polsce*. „Rocznik Dydaktyczny Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa”, Warszawa.
- Piotrowski J. P., 2007, *Takich życiorysów warto się uczyć*, [w:] *Człowiek i jego dzieło. O Kazimierzu Uszyńskim wspomnienia*. Muzeum Rolnictwa im. Ks. K. Kluka, Ciechanowiec.
- Piotrowski J. P., 2008, *Przewodniki turystyczne dawniej i dziś*, [w:] *Humanistyczne aspekty sportu i turystyki*. Salezjańska Organizacja Sportowa, AWF, Warszawa.
- Piotrowski J. P., 2010, *Różnorodność bogactwem turystyki, PTTK strażnikiem jej ochrony*. Salezjańska Organizacja Sportowa, AWF, Warszawa.
- Piotrowski J. P., 2012, *Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze w latach 1950-1989*. Ministerstwo Sportu i Turystyki, Wyd. PTTK „Kraj”, Warszawa.
- Piotrowski J. P., 2012a, *Dylematy Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego w latach 1950-1989*, [w:] *Z dziejów turystyki w Polsce i polonijnej kultury fizycznej*. Zamiejscowy Wydział Kultury Fizycznej poznańskiej AWF i Polskie Towarzystwo Naukowe Kultury Fizycznej, Gorzów Wielkopolski.
- Piotrowski J. P., 2013, *Promocja lokalizacji szczegółowej hotelu jako innowacyjne narzędzie w walce konkurencyjnej*, [w:] *Innowacyjne rozwiązania we współczesnym hotelarstwie*. ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.
- Piotrowski J. P., 2013a, *Przewodniki turystyczne XIX i XX w. w Polsce*, [w:] *Studia i materiały z dziejów krajoznawstwa polskiego. Wartość kontynuacji i praktyki w turystyce*, t. VIII, Komisja Historii i Tradycji ZG PTTK, Warszawa.
- Piotrowski J. P., 2014, *Historia magistra vitae, praktyczny wymiar historii turystyki*. Zeszyty Naukowe, ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.
- Piotrowski J. P., Traczyk M., 1999, *Promocja i informacja turystyczna*. Instytut Turystyki, Kraków.
- Piotrowski J. P., Idziak W., 2001, *Kultura bogactwem turystyki wiejskiej*. Fundacja Wspomaganie Wsi, Warszawa.
- Pokropek M., 1978, *Atlas sztuki ludowej i folkloru w Polsce*. Arkady, Warszawa.
- Przanowski W., 1936, *Dydaktyka pracy ręcznej*. Nasza Księgarnia, Warszawa.

- Reczek W., 1976, *Model organizacyjny turystyki w Polsce*. Sport i Turystyka, Warszawa.
- Romer E., Polaczkówna M., 1929, *Pogadanki krajoznawcze*. Książnica Atlas, Lwów- Warszawa.
- Rybczyński W., (red.) 2010, *Turystyka polonijna – zarys problemu*. ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.
- Rybczyński W. (red.), 2014, *Obszary turystyki polonijnej, Stan i potrzeby*. ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.
- Rycerski T., 1990, *Inwentaryzacja krajoznawcza Polski i jej osiągnięcia*. „Ziemia”, ZG PTTK, Warszawa.
- Sadkowski T., Szarejko K., 1978, *Chata za miastem na Kaszubach i Kociewiu*. Zrzeszenie Kaszubsko-Pomorskie, Gdańsk.
- Salwa K., 1979, *Zadania muzealnictwa skansenowskiego w warunkach rozwiniętej cywilizacji przemysłowej*. [w:] *Muzea skansenowskie w Polsce*. Biblioteka Narodowego Muzeum Rolnictwa w Szreniawie, Państwowe Wyd. Rolnicze i Leśne, Szreniawa-Poznań.
- Skowron W., 2009, *Miejsce nauki w procesie budowania ruchu krajoznawczego*. „Wędrownik”, nr 3, Łódź.
- Sojusz kultury, sportu i rekreacji*, 1971. „Światowid”, nr 6.
- Spoleczna Opieka nad Zabytkami* 1992, 1997-2001, ZG PTTK, Warszawa.
- Święch J., 1978, *Ruch krajoznawczy a muzealnictwo etnograficzne*. [w:] *Kultura ludowa w krajoznawstwie polskim. Materiały do dyskusji przed Kongresem Krajoznawczym*. ZG PTTK, Warszawa.
- Twardowski J., ks., 1993, *99 wierszy*. Wyd. S.R., Warszawa.
- Warszyńska J., Jackowski A., 1979, *Podstawy geografii turystyki*. PWN, Warszawa.
- Wieczorkiewicz B., 1969, *Gwara warszawska dawniej i dziś*. PIW, Warszawa.
- Wroczyński D., 1997, *Powszechne dzieje kultury fizycznej*, AWF, Warszawa.
- W sprawie turystyki*, 1912, „Wieś i Dwór”, z. V-VI.
- Zawistowicz-Adamska K., 1976, *Polska sztuka ludowa, stan wiedzy, prace badawcze, opieka i upowszechnianie*. „Cepelia”, PWN, Łódź.
- Znamierowska-Prufferowa M., 1932, *Mały kwestionariusz etnograficzny. Co możemy przywieźć z wakacji*. Wyd. Lewkowicz, Wilno.

Strony Internetowe:

- Bajda L., 2012, *Uwarunkowania rozwoju turystyki kulturowej w Bieszczadach*. „Turystyka kulturowa” [www.turystykakulturowa.org/pfd/2012_06_01].
- Certyfikowane produkty turystyczne*, 2016, Polska Organizacja Turystyczna [www.polska.travel/certyfikaty-pot].
- Cynarski W., Słupecki J., 2011, *Treści turystyki kulturowej w obszarze badań agroturystyki i turystyki wiejskiej*. „Turystyka kulturowa” [www.turystykakulturowa.org/pdf/2011_10-02].
- Czarnowski A., *Słynni krajoznawcy*, 2010, Studia i materiały z dziejów krajoznawstwa polskiego, ZG PTTK, [www.centralnabibliotekpttk.pl/uploads/T4i.pdf].
- Gawel T., 2011, *Zarządzanie szlakami architektury drewnianej w kontekście procesu popularyzacji*. „Turystyka kulturowa”, [www.turystykakulturowa.org/pdf].
- Historia Stowarzyszenia Muzeów na Wolnym Powietrzu we Polsce*, 2014, [www.muzeaskansenowskie.eu].
- Instytut im. Oskara Kolberga*, 2016, Poznań, [www.oskarkolberg.pl].
- Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich*, 2016, [www.ksow.pl].

Małopolski Szlak Architektury Drewnianej, 2014, [www.drewniana.malopolska.pl].

Materiały Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku. Rocznik o charakterze regionalnym poświęcony etnografii Podkarpacia, 2014, [www.skansen.sanok.pl].

Moda na Mazowsze, 2016, Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna, [<http://moda-namazowsze.pl>].

Głosy w dyskusji

Discussion

