

PRZEWODNIKI TURYSTYCZNE – DAWNIEJ I DZIŚ

Celem pracy jest ukazanie współczesnych tendencji polskiego piśmiennictwa turystyczno-krajoznawczego, które są wynikiem jego już wielowiekowej ewolucji. Wykorzystano, prowadzoną od wielu lat przez autora analizę publikacji turystyczno-krajoznawczych¹, a także dorobek seminariów i sympozjów, w tym odbywającego się co dwa lata Forum Literatury Turystyczno-Krajoznawczej i przeglądów tej literatury, dokonywanych z okazji targów Tour Salon.

Związki turystyki i informacji (także tej zawartej w przewodnikach) są rozległe i wieloaspektowe. Turystyka nie może rozwijać się bez informacji. Jednym z motywów jej uprawiania jest potrzeba zaspokojenia zapotrzebowania na wiedzę, czy też – co może bardziej prawdopodobne – zwykłej ludzkiej ciekawości świata. Jednocześnie – bez posiadania informacji nie można zorganizować jakichkolwiek przedsięwzięć turystycznych². Różnorodne potrzeby informacyjne turysty i sposoby ich zaspokajania przez literaturę obrazowo przedstawił Radosław Cybulski: „Jan wybiera się na zagraniczną wycieczkę samochodem, kupuje mapę samochodową danego kraju i informator dla turysty samochodowego. Piotr nie poprzestaje na zakupach, jakie poczynił Jan, poszukuje przewodnika turystycznego po tym kraju. Michał zdobył wszystkie nabyte przez poprzedników pomoce, ale to go nie satysfakcjonuje, pragnie poznać historię kraju, aby go lepiej zrozumieć. Antoni przygotowuje się metodycznie przez cały rok, czyta książki z dziedziny geografii, historii i kultury, nie zapominając o książkach pomocniczych dla turysty, jak mapy i przewodniki”³.

Motywacje uprawiania turystyki są bardzo różnorodne. Wśród celów podróży Olaf Rogalewski wyodrębnia: „wypoczynek i regenerację sił fizycznych i psychicznych; zaspokajanie intelektualnych i emocjonalnych potrzeb poznawczych; uprawianie niektórych zamiłowań (hobby), wymagających zazwyczaj specjalnych umiejętności i odpowiedniego sprzętu (np. myślistwo,

J. P. Piotrowski (2004), *Nowoczesny przewodnik turystyczno-krajoznawczy, Szkoły Turystyki i Hotelarstwa*, Warszawa, ss. 9–38.

² J. P. Piotrowski, M. Traczyk (1999), *Informacja i promocja turystyczna*, Kraków, Instytut Turystyki, ss. 107–146.

³ R. Cybulski (1986), *Książka współczesna*, Warszawa, PWN, s. 50.

wędkarstwo, alpinizm, żeglarstwo; zaspokojenie potrzeb wędrowania po świecie”⁴.

Dorobek polskiego piśmiennictwa turystyczno-krajoznawczego w odniesieniu do zaspokajania poszczególnych grup wymienionych wyżej celów jest odmienny. W przypadku pierwszego (a także trzeciego) z wymienionych celów, osiągnięcia te nie są zbyt duże, jeśli nie liczyć przewodników po obszarach górskich. Dopiero ostatnie lata przyniosły liczne publikacje kierowane do miłośników różnych dyscyplin turystyki kwalifikowanej, uprawianej poza obszarami górskimi, np. pieszej nizinnej, kolarskiej, jeździeckiej, wodnej, a nawet podwodnej. Największy dorobek obejmuje z pewnością drugi i czwarty spośród wymienionych celów. Już pierwsze polskie przewodniki służyły przede wszystkim zaspokajaniu intelektualnych i emocjonalnych potrzeb poznawczych, w mniejszym zaś stopniu wypoczynkowi i regeneracji sił.

Andrzej Gordon twierdzi, że: „literatura turystyczno-krajoznawcza jest to całość wydawnictw służących krajoznawczemu wędrowaniu. Będą wśród nich przede wszystkim: przewodniki, mapy, czasopisma specjalistyczne (krajoznawczo-turystyczne) i albumy, a także niektóre foldery, informatory i widokówki...”⁵ Zapewne spodziewając się krytyki takiego, dość szerokiego zakresu tej grupy literatury – dodaje: „Przyjąłem wyodrębnienie funkcjonalne, ponieważ założeniem wydawnictw krajoznawczo-turystycznych jest posłanie do innych, zwracanie społecznej uwagi na bogactwo szlaków, niespotykane odkrycia i pomoc w samodzielnym wędrowaniu...”⁵. Dla potrzeb niniejszej pracy przyjmijmy, że literaturą turystyczno-krajoznawczą jest grupa publikacji przedstawiających informacje niezbędne do podejmowania przedsięwzięć o charakterze turystycznym.

Publikacje tej grupy zawierają najczęściej następujące grupy informacji: 1) o położeniu i środowisku geograficznym opisywanego terenu; 2) o historii i współczesności, w tym o wybitnych postaciach związanych z terenem; 3) o dostępności komunikacyjnej; 4) o walorach turystyczno-przyrodniczych i antropogenicznych; 5) o bazie materialnej turystyki.

Zakres powyższych informacji jest bardzo różnorodny i wynika przede wszystkim z charakteru publikacji i jej przeznaczenia. W publikacjach określanych jako „turystyczne” przeważają informacje użytkowe (adresy, telefony, ceny). W niektórych publikacjach określanych jako „krajoznawcze” (monografie) informacje użytkowe zredukowane są do minimum, lub nawet nie występują. Pojawiające się dwa pojęcia „literatury turystyczno-krajoznawczej”

⁴ O. Rogalewski (1996), Zarys typologii migracji i walorów turystycznych, *Rocznik Dydaktyczny WSTH, t. 1*, Warszawa, ss. 11-16.

⁵ A. Gordon (1983), Rola wydawnictw krajoznawczo-turystycznych w krajoznawczym programie turystyki. W: *Forum Publicystów Krajoznawczych Poznań-Chodzież. Materiały*, Poznań, s. 4.

i „literatury krajoznawczo-turystycznej” nie są najczęściej efektem ich przypadkowej konstrukcji lecz wynikają z zasadniczej funkcji publikacji, co też wpływa na jej proporcje treściowe. W publikacjach „turystyczno-krajoznawczych” zasadnicze znaczenie mają informacje umożliwiające uprawianie różnych dyscyplin turystyki (niekiedy kosztem ograniczenia wiedzy o walorach krajoznawczych); proporcje odwrotne odnotowujemy w drugim przypadku.

Próbę historycznego przeglądu kształtowania się pojęcia „przewodnik” podjął (w odniesieniu do XIX i początków XX w.) przedstawił Dariusz Opaliński analizując różne źródła, przede wszystkim encyklopedie i słowniki, który stwierdził, że we wspomnianym okresie za przewodnik uważano książkę niewielkiego formatu, o przystępnej cenie, zawierającą „Propozycje wycieczek połączone z wyczerpującym opisem wszystkiego, co godne jest zwiedzenia na trasie”⁶.

Według Bogdana Zgodzińskiego przewodniki turystyczne są to publikacje których celem jest: „zaznajomienie z walorami turystycznymi, cechami geograficznymi, przeszłością i perspektywami rozwoju danego regionu lub miasta; pomoc turyście w wyborze trasy zwiedzania lub szlaku turystycznego; zwrócenie uwagi na interesujące szczegóły krajobrazu, zabytki, osobliwości (...); ułatwienie orientacji w nieznanym terenie”⁷.

Szerzej wypowiada się na ten temat Jacek Kolbuszewski: „W sensie teoretyczno-literackim przewodnik jest jednym z gatunków literatury stosowanej, której zmienną cechą jest wyraźna dominacja funkcji praktycznej nad teoretyczną (...). Jest partyturą zachowań i struktur czynnościowych sugerowanych odbiorcy w konkretnych sytuacjach wykorzystywania tekstu (...)”⁸. Definicja J. Kolbuszewskiego lapidarnie określa formę edytorską i funkcję przewodnika, jednocześnie precyzując warunki niezbędne do spełnienia, aby publikacja mogła zostać włączona do grupy przewodników. „Przewodnik jest tekstem (w sensie bibliologicznym jest to zazwyczaj druk zwarty – książka lub broszura) o charakterze informacyjnym, instruktywnym; zastępczo, ale i suwerennie wypełniającym rolę żywego przewodnika. (...) Czynnikiem wskazującym na to, czy dany tekst jest przewodnikiem, czy też nie, jest fakt zachowania w nim partytury struktur czynnościowych (przemieszczanie się, pokonywanie etapu trasy)”⁹.

Istnieją różne definicje przewodnika turystycznego. Ich autorzy są przeważnie zgodni, że ma on formę edytorską książki, a także jego rolą jest – poza

⁶ D. Opaliński (2002), Polskie dziewiętnastowieczne przewodniki turystyczne. Próba definicji. W: *Z przeszłości Europy środkowo-wschodniej*, Rzeszów, ss. 115–120.

⁷ B. Zgodziński (1983), *Forum Publicystów Krajoznawczych, Poznań-Chodzież. Materiały*, Poznań, s. 5.

⁸ J. Kolbuszewski (1983), Forma i treść przewodników krajoznawczych. W: *Forum Publicystów Krajoznawczych Poznań-Chodzież. Materiały*, ss. 12–13.

⁹ J. Kolbuszewski (1983), Forma i treść przewodników..., op. cit., ss. 20–22.

przekazywaniem informacji turystyczno-krajoznawczych – wskazywanie sposobów poznawania określonego terytorium. Wśród innych publikacji przewodnik wyróżnia to, że znaczną (a nawet przeważającą) część jego objętości wypełniają opisy tras. Są to zarówno znakowane szlaki piesze (pojawiające się także coraz częściej jako „miejskie trasy turystyczne”), jak też trasy turystyki kwalifikowanej, m.in. narciarskiej, kajakowej, jeździeckiej. Opisy dotyczą także tras turystyki motorowej, w tym: tras tranzytowych, umożliwiających najszybszy przejazd przez dane terytorium, jak też prezentacje tras wariantowych (zwanych niekiedy bocznkami). Trasy te umożliwiają turystom, wprawdzie wymagające więcej czasu, lecz bezpieczniejsze dotarcie do celu podróży, a jednocześnie umożliwiają skorzystanie z mniej znanych, lecz bardzo atrakcyjnych, walorów turystycznych. Przewodniki turystyczne zawierają także opisy tematycznych tras motorowych pochodzące od lokalnych organizacji turystycznych, czy też autorów przewodników.

Przewodnik turystyczny, w odróżnieniu od informatora, który jest uporządkowanym zestawem informacji o walorach i bazie turystycznej, zawiera więc liczne praktyczne porady. Dotyczą one nie tylko propozycji tras, ale np. sposobów zwiedzania, pór roku (w których trasa jest najpiękniejsza), miejscowych obyczajów (których znajomość ułatwi wędrowkę) itp. itd.

Etapy historyczne

Wiek XIX i XX charakteryzowała częsta zmian stosunków geopolitycznych w Europie, zmiany postaw, tendencji, które nie ominęły turystyki i towarzyszącego jej piśmiennictwa. Literatura turystyczno-krajoznawcza, w tym przewodniki, były zawsze, są – i z pewnością pozostaną odzwierciedleniem czasów, w których powstawały, głoszonych idei, postaw społecznych, stanowiąc swoistą wypadkową wzajemnych oczekiwań: autorów, wydawców, nakładców, a często także sponsorów.

„Wydawaniem książek i map krajoznawczo-turystycznych (...) zajmują się w poważniejszym stopniu 4 oficyny: Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Wydawnictwo „Sport i Turystyka”, Krajowa Agencja Wydawnicza i Państwowe Przedsiębiorstwo Wydawnictw Kartograficznych oraz kilka innych, dla których tego rodzaju pozycje stanowią margines działalności (m.in. Wydawnictwo Poznańskie, Wydawnictwo Morskie, Pojezierze, Ossolineum). Szereg tego typu publikacji ukazuje się też nakładem Centralnego Ośrodka Informacji Turystycznej i jego agend terenowych oraz oddziałów PTTK i niektórych towarzystw regionalnych. (...) Z braku pełnych materiałów źródłowych nie można przeprowadzić globalnej analizy ilościowej¹⁰.

¹⁰ W. Łęcki (1988), *Ogólnopolski sejmik krajoznawczy. Książka turystyczno-krajoznawcza*, Piła-Tuczno, ss. 2–3.

Te informacje zebrane w 1988 roku przez wybitnego krajoznawcę Włodzimierza Łęckiego nie są dziś aktualne. Po roku 1989 w całym kraju powstały liczne oficyny wydawnicze, coraz częściej podejmujące się realizacji przewodników turystycznych.

Polski dorobek wydawniczy w dziedzinie literatury turystyczno-krajoznawczej, zwłaszcza po roku 1990, jest imponujący. W porównaniu z sytuacją z roku 1988 nie istnieją już: cenzura, przydziały papieru, ograniczone moce drukarni, ale też nie „każda książka turystyczna sprzedaje się w roku wydania”¹¹. Zjawisko to może wynikać z różnych przyczyn: małej atrakcyjności publikacji, ceny, konkurencji innych tytułów, niewłaściwego sposobu sprzedaży. Niedosyt przewodników kierowanych do konkretnych grup odbiorców o różnych poziomach wiedzy, wieku, oczekiwaniach, możliwościach finansowych w ostatnich latach przestaje być tak dotkliwym, choć przedsięwzięcia edytorskie obejmują przede wszystkim tereny o dużej frekwencji turystycznej. Nadal pozostaje niespełniony postulat wielokrotnie ponawiany po 1918 roku przez Polskie Towarzystwo Krajoznawcze, które uważało za niezbędne szybkie objęcia całego kraju jednolitą serią dokładnych przewodników.

Droga do nowoczesności

W ostatnich latach, w dobie powszechnej informatyzacji, pojawiały się poglądy, że elektroniczne bazy danych przyczynią się do wyparcia: książki, a także „żywego człowieka”, osoby „pierwszego kontaktu” z turystą, np. pracownika biura podróży, czy informacji turystycznej. Pogląd ten jednak został szybko zrewidowany¹², „Aby książka istniała, potrzebny jest nie tylko autor i wydawca, ale cały szereg pośredników, aby jeden i drugi mogli się spotkać” – słusznie stwierdził Krzysztof Migoń¹³. Trafnie, acz surowo ocenił współczesne piśmiennictwo badacz historii turystyki, Antoni Mączak. „Ogólnie – przewodnik turystyczny cierpi na chorobę wieku: nadmiar informacji, których nie sposób wchłonąć”¹⁴. Nowoczesności przewodnika należy doszukiwać się w umiejętności wyboru informacji i ich komunikatywnej prezentacji. Konkurencja eliminuje z rynku publikacje mało atrakcyjne, a więc w przypadku przewodnika m.in. takie, które nie mogą być użytecznymi ponieważ nie umożliwiają czytelnikowi szybkiego uzyskania informacji najbardziej mu potrzebnej.

Jeśli jednak nowoczesnym nazwiemy jedynie przewodnik kierowany do konkretnej grupy odbiorców i odpowiadający na potrzeby zgłaszane przez tę

¹¹ W. Łęcki (1988), op. cit., s. 10.

¹² J. Idzikowski, J. P. Piotrowski (2003), Informacja turystyczna. W: *Turystyka w gminie i w powiecie*, Warszawa, POT, ss. 9–11.

¹³ K. Migoń (1984), *Nauka o książce. Zarys problematyki*, Wrocław, Ossolineum, ss. 216–218.

¹⁴ A. Mączak. *Peregrynacje, wojaże, turystyka*, op. cit., s. 251.

grupę, to zlekceważymy istotną rolę, jaką powinna odegrać ta publikacja, poza udzielaniem odpowiedzi na stawiane pytania. Zlekceważymy mianowicie udział literatury turystyczno – krajoznawczej w kształtowaniu i rewidowaniu poglądów, w tym poglądów na turystykę. Nie wszyscy bowiem jednakowo pojmują nowoczesność samej turystyki głosząc jak ci młodzi turyści np. „Nie chcemy zwiedzać zabytków, chcemy się bawić, pójść do dyskoteki, kąpać się w ciepłym morzu”¹⁵. Pozostaje otwartym problem, czy pozostawić tę grupę, kierując do niej oczekiwane informacje w specjalnie przygotowanym przewodniku, czy też usiłować wpłynąć na zrewidowanie jej poglądów, czemu mogłaby służyć m.in. jeszcze inna grupa publikacji.

Różnorodność oczekiwań czytelnika – użytkownika wynika przecież z samej istoty turystyki, która będąc jednym z najbardziej pożytecznych sposobów wypełniania wolnego czasu, zakłada prawie całkowitą dowolność (ograniczoną jedynie prawem i obyczajami) jego wykorzystania, tak w formie, jak w treści. Dlatego też zabiegi zmierzające do sprecyzowania modelu nowoczesnego przewodnika musiałyby rozpocząć się od zdefiniowania pojęcia nowoczesnego turysty. Dlatego też uzasadnionym wydaje się określenie listy kryteriów nowoczesności. Dopiero spełnienie większości z nich mogłoby decydować o zakwalifikowaniu do grupy przewodników nowoczesnych.

Kryteria nowoczesności przewodników

W odniesieniu do całokształtu polskiego piśmiennictwa turystyczno-krajoznawczego o jego nowoczesności najlepiej świadczy ewolucja funkcji, treści i formy, która była uzasadniona i najczęściej dostosowana do zmieniających się czasów. Oznaką nowoczesności jest i winno być w przyszłości również twórcze kontynuowanie dobrych tradycji tego piśmiennictwa, do których należało – obok poszanowania dorobku poprzedników, unikanie powiązań ideologicznych, na ogół trafne reagowanie na zachodzące przemiany: nowości techniki, mody itd. Pozytywne tendencje tego procesu należy zachować, akcentując nadto potrzebę powrotu do (silniejszego dawniej niż dziś) wpływania literatury przewodnikowej na kształtowanie postaw. Polskie przewodniki odegrały istotną rolę nie tylko w czasach, w których powstawały, szerząc wiedzę o kraju, patriotyzm, propagując różne formy turystyki. Tę tendencję, jako prowadzącą ku nowoczesności, należy zachować. Wiedza zawarta w przewodnikach jest niezastąpionym i niekiedy jedynym podręcznym źródłem informacji o historii, obyczajach, a także pojmowaniu samej turystyki w różnych okresach. Także i ta tendencja, w odniesieniu do przewodników powstających współcześnie, godna jest podtrzymywania.

¹⁵ Z wypowiedzi młodych turystów zagranicznych. „Dlaczego coś jest in albo aut”, *Aktualności Turystyczne*, 2004, nr 6, s. 18.

Niezbędne jest zachowanie wysokiego prestiżu przewodników turystyczno-krajoznawczych, wynikającego z wiekowych tendencji przekazywania rzetelnych i aktualnych wiadomości o kraju przez wybitnych autorów i współautorów, dysponujących ugruntowaną wiedzą o kraju (zdobytą przede wszystkim drogą autopsji) i umiejętnościami jej przekazywania – dzięki znajomości predyspozycji czytelników – turystów. Utrzymywanie tego prestiżu, wskutek braku konsekwencji ze strony wydawców, pojawiania się edytorów nieprofesjonalnych, a także ogólnego pośpiechu, może być zagrożone. Realizacji profesjonalnych przewodników winno służyć wykorzystywanie nowoczesnych metod poszukiwania, gromadzenia, opracowywania i udostępniania informacji; w tym nowoczesnych technik celem utrzymania na wysokim poziomie kultury książki, która obejmuje: jej poziom ideowy, styl, ukształtowanie artystyczne i poligraficzne, kulturę rozpowszechniania, badania i użytkowania.

Oznaką nowoczesności winna stać się wyrazista i konsekwentna polityka wydawców podejmujących i realizujących także realizowane przez wiele lat publikacje seryjne. Przewodniki takie powinny obejmować cały obszar objęty serią (kraj, województwo, powiat) przekazując jednocześnie turyście wiadomości przygotowane zgodnie z bardzo precyzyjnie określonymi standardami. Różnorodność przewodników jest i będzie faktem. Obok publikacji reprezentujących styl baedekerowski – encyklopedyczny pojawiają się przewodniki autorskie (z własnym wyborem informacji i komentarzem), a także zunifikowane przewodniki seryjne, które – jak wskazuje lektura – również mogą mieć charakter autorskich. Miarą nowoczesności jest więc możliwość dokonania wyboru między: oryginalną publikacją autorską a jednym z tomów popularnej serii (o ustalonej renomie, to znaczy stale aktualizowanej, a przede wszystkim konsekwentnie realizowanej

Po roku 1990 za podstawowe kryterium nowoczesności – z punktu widzenia organizatora turystyki – można uważać jego zdolność do czynnego udziału w promowaniu turystyki, z punktu widzenia wydawcy – możliwość szybkiej sprzedaży, z punktu widzenia czytelnika – sprostanie jego oczekiwaniom.

Nowoczesność przewodnika oznacza w przekonaniu wielu autorów i wydawców inne (niż przed rokiem 1990) proporcje treści, w tym: opisywanie faktów z historii dawniej przemilczanych, zastępowanie sloganów na temat dynamicznego rozwoju kraju – bardziej rzetelną i konkretną informacją. Dzisiejszy przewodnik nie preferuje zwiedzania jako jedynej formy wypełnienia wolnego czasu, wskazując na możliwości uprawiania różnych form turystyki, w tym kwalifikowanej, biznesowej. Zmienia się też podejście do propozycji zwiedzania miast. Przewodnikami nowej generacji są publikacje Wydawnictwa „Wiedza i Życie” z serii „Wędrówki po Polsce”. Przedstawianie wszystkich zjawisk odbywa się w nich metodą kolejnych przybliżeń, co zbliża te przewodniki do konwencji stron internetowych, a zwłaszcza rzekomo tak konkurencyjnych przewodników multimedialnych wobec przewodnika

– książki. W publikacjach tej serii jednakową rolę odgrywa tekst, rysunki, zdjęcia, mapki, plany i rzuty przestrzenne, w wielu przypadkach znaczenie tekstu wobec ilustracji jest nawet drugorzędne.

Oznakami nowoczesności są także: kompleksowość informacji i przejrzystość układu przewodnika ułatwiająca czytelnikowi szybkie poznanie układu publikacji (i zrozumienie zasadności tego układu). Niezmiernie istotna jest komunikatywność, w tym umiejętne operowanie obrazem i tekstem, przy wzrastającej roli obrazu. Bezsporną cechą nowoczesnego przewodnika jest jego wyposażenie w wycinki map numerycznych najnowszej generacji, na których to mapach pojawiają się elementy związane z treścią przewodnika. Bezsporną oznaką nowoczesności jest umieszczanie w wykazach literatury zalecanej także adresów (sprawdzonych, wiarygodnych) stron internetowych.

Akcentami nowoczesności po 1989 roku są m.in. awangardowe opracowania graficzne, wyraźnie większy – niż dawniej – udział elementów wyposażenia książki (zdjęcia, rysunki, szkice). Przewodnik taki nie koncentruje się na przekazywaniu informacji o obiektach najbardziej znanych i powszechnie uznawanych za piękne. Jego autorzy, podejmując polemikę z rzeczywistością, nie unikają udziału w kształtowaniu nowych wizerunków miejscowości i regionów, zmagając się ze stereotypami.

Zagrożenia dla nowoczesności

Do największych zagrożeń dla nowoczesności literatury turystyczno-krajoznawczej w XXI wieku należą: 1. Brak polityki wydawniczej państwa w odniesieniu do przewodników, która powinna być elementem rządowych i regionalnych strategii rozwoju i promocji turystyki i polskiej zagranicznej polityki informacyjnej. Zjawisko to powoduje brak kompleksowego seryjnego wielotomowego przewodnika po Polsce (nie mówiąc już o takim przewodniku w języku obcym). 2. Niedostatek i rozproszenie kapitałów małych wydawców, często niezdolnych do realizacji ambitnych przedsięwzięć, przy jednoczesnym braku wsparcia cennych komercyjnych inicjatyw wydawniczych przez samorządy terytorialne i gospodarcze. Tendencje do schlebienia przeciętnym gustom (wynikające z zabiegania o szybką sprzedaż publikacji) powodujące obniżanie poziomu publikacji. 3. Wspólną cechą znaczącej grupy przewodników ogólnych było i jest skoncentrowanie na prezentacji walorów punktowych (z lekceważeniem walorów powierzchniowych i liniowych), niedoceniając opisów specyficznych cech krajobrazu na trasie. Autorzy wielu przewodników eksponują jedynie pojedyncze obiekty, zwłaszcza zabytki, co dzieje się niekiedy kosztem przyrody i obiektów kulturowych nie mających statusu zabytków, także kosztem opisu ekspozycji muzealnych. 4. W informacjach o walorach turystycznych pomijane bywają lokalne tradycje, imprezy, współczesne życie kulturalne, w tym żyjący twórcy kultury, imprezy, obiekty

służące rekreacji fizycznej i odpoczynkowi. Rozdziały dotyczące historii bywają zbyt rozbudowywane lub też autorzy nie dokonują wyboru najważniejszych faktów historycznych wyróżniając je w tekście. Dokładne informacje historyczne obejmują zazwyczaj tylko okres do 1945 roku. 5. Pośpiech ze strony wydawców powoduje powstawanie publikacji na niskim poziomie, nie przemyślanych, zawierających liczne błędy. W nowoczesnym przewodniku nie mogą pojawiać się: błędy rzeczowe i korektorskie, nieczytelne ilustracje, informacje nierzetelne i niesprawdzone w terenie.

Wnioski końcowe

Dziś, gdy prawie jedynym czynnikiem wpływającym na podaż literatury turystyczno-krajoznawczej jest rynek, wypada zastanowić się nad potrzebą pewnego interwencjonizmu państwowego lub samorządowego w tym zakresie. W odniesieniu do przewodników turystycznych zjawisko to nie istniało, nie licząc incydentalnych przypadków finansowania literatury turystyczno-krajoznawczej przez władze państwowe (przed rokiem 1950) i samorządowe (przed rokiem 1950 i po roku 1989).

Oczywistym jest, że literatura turystyczno-krajoznawcza, w tym przewodniki, powinna przede wszystkim odpowiadać na potrzeby zgłaszane przez czytelników – uczestników i organizatorów ruchu turystycznego. Trudno jednak zwolnić autorów i wydawców, a także inne zainteresowane strony – w tym organizacje turystyczne – od podejmowania prób wpływania na kształtowanie postaw społeczeństwa. To między innymi propagowanie mniej odwiedzanych miejscowości, obiektów i tras; nowych dyscyplin i nowych atrakcji turystyki czy też deglomerowania turystyki w czasie. To także tak niezbędna, a jednocześnie trudna i skomplikowana działalność wychowawcza, ukierunkowana na wzajemną tolerancję oraz poszanowanie walorów turystyczno-przyrodniczych i antropogenicznych.

Wysokie koszty uprawiania turystyki powodują rezygnacje z udziału w wyjazdach lub też konieczność znaczących oszczędności. Nie mogąc dotyczyć usług bytowych obejmują przede wszystkim koszty programowe wiążące się m.in. rezygnacją z: zakupu biletów wstępu do obiektów atrakcyjnych turystycznie, angażowania przewodników, a także zakupu literatury turystyczno-krajoznawczej. Przewodniki osiągnęły wysokie ceny, a mały zbyt ograniczając ich nakłady powoduje dalsze podwyżki cen. Znacząca część wydawców nie dysponuje wystarczającymi kapitałami pozwalającymi na dłuższe „zamrażanie” środków, czego wymaga podejmowanie dużych, konsekwentnie realizowanych serii. Konieczność szybkiego przygotowywania publikacji, a także stosowanie niezbyt wysokich honorariów powoduje angażowanie często mało doświadczonych autorów, a wysokość honorariów nie pozwala często na przygotowywanie przewodnika na podstawie autopsji. Znaczącym utrudnie-

niem dla wydawców jest nadal niezbyt właściwy kolportaż (poza nielicznymi księgarniami specjalistycznymi), a także niedostateczny obieg informacji o nowościach wydawniczych.

Literatury turystyczno-krajoznawczej nie można pojmować jedynie w charakterze towaru handlowego, gdyż odgrywa ona znaczącą rolę społeczną. Tymczasem to zagadnienie nie znajduje należnego odzwierciedlenia w rządowych programach rozwoju turystyki i w większości lokalnych strategii jej rozwoju.

Czy w obecnej dobie istnieje potrzeba wywołania dyskusji o ideowo-moralnym przesłaniu literatury turystyczno-krajoznawczej? Z pewnością tak. Czy jednak powinno tu chodzić jedynie o kolejną dyskusję zakończoną się sformułowaniem postulatów, których adresatem nie poczuje się nikt. Popularność turystyki, także wśród młodzieży, daje szansę na odnalezienie takich adresatów.