

SCENARIUSZ ZAJĘĆ

WYPRAWY W (NIE)ZNANE. O ŚWIADOMYM PODRÓŻOWANIU

Turkusowe plaże, bujna przyroda, historyczne miejsca, niezapomniana przygoda. Takimi hasłami kuszą biura podróży, organizacje turystyczne czy influencerzy promujący wymarzone wakacyjne kierunki. Jednak czy wszystko, co widzimy w katalogach, reklamach i filmach promocyjnych, ukazuje prawdziwe oblicze odwiedzanych miejsc? Jak wygląda codzienne życie lokalnych mieszkańców i jaki wpływ ma na nie rosnący ruch turystyczny? W czasie zajęć osoby w nich uczestniczące są zaproszone do odkrywania turystyki nie tylko jako przyjemności i przygody, lecz także jako zjawiska społecznego i globalnego. Osoby uczestniczące poznają podstawowe pojęcia związane z podróżowaniem i turystyką, zastanowią się, jak relacje między turystami a mieszkańcami oddziałują na życie w odwiedzanych miejscach, a ponadto spojrzą krytycznie na materiały promocyjne, które często pokazują wyidealizowany obraz rzeczywistości. Spotkanie będzie również okazją do zastanowienia się nad własnymi sposobami podróżowania.



Cele:

Celem zajęć jest budowanie świadomej postawy osoby podróżującej, która potrafi dostrzec, że każda podróż niesie ze sobą odpowiedzialność – wobec środowiska, kultury i lokalnych społeczności.

Cele szczegółowe:

- ➔ poszerzenie wiedzy o podróżowaniu i turystyce, w tym jako zjawiskach społecznych i globalnych;
- ➔ refleksja nad własnymi sposobami podróżowania;
- ➔ wrócenie uwagi na wpływ turystyki na społeczności lokalne, dziedzictwo kulturowe i środowisko naturalne;
- ➔ nauka krytycznego czytania turystycznych materiałów promocyjnych i innych przekazów turystycznych;
- ➔ zwiększenie wiedzy o etnografii jako metodzie prowadzenia badań i etnologii/ antropologii jako dyscyplinie naukowej poszerzającej wiedzę pozwalającą na głębsze zrozumienie poszczególnych regionów świata i zjawisk społecznych.



Przebieg zajęć:

ZADANIE PIERWSZE

NASZE PODRÓŻE

Ćwiczenie ma na celu wprowadzenie do tematu podróżowania – zarówno na przykładzie wypraw dalekich, jak i bliskich. Jednocześnie chcemy zachęcić osoby uczestniczące do refleksji nad sposobami podróżowania, własnymi motywacjami do podróży, a także innymi powodami, które wpływają na podróżowanie młodych ludzi.

Rozłóż fotografie związane z podróżami (**załącznik nr 1**) i poproś



15-20 minut



praca
indywidualna,
dyskusja



prezentacja
(slajdy nr 2-4)



**załącznik nr 1:
Nasze podróże –
zdjęcia**

osoby uczestniczące, by każda z nich wybrała jedną fotografię – tę, która najlepiej oddaje jej wymarzony kierunek turystyczny lub sposób podróżowania. Następnie poproś chętne osoby, by na forum grupy opowiedziały o swoim wyborze.

W dyskusji możesz użyć następujących pytań pomocniczych:

- Dlaczego jest to Twój **wymarzony/idealny kierunek** turystyczny?
- Czy byłaś_eś w tym miejscu? Co dała Ci/mogłaby Ci dać podróż do tego miejsca?
- Dlaczego jest to Twój ulubiony **sposób podróżowania**? Dlaczego go lubisz?
- Co zainspirowało Cię do takiej podróży (własny wybór, rola mediów, opinia, kolegów/koleżanek itd.)?
- Czy szukasz czegoś, podróżując? Czego?
- Co daje Ci podróżowanie (jakie emocje, umiejętności, doświadczenie, poznanie siebie itd.)?
- Czy są sposoby podróżowania, które lubisz bardziej, i takie, które lubisz mniej?

Zadanie możesz podsumować, wypisując na tablicy odpowiedzi osób uczestniczących na pytanie: Dlaczego podróżujemy? Co daje nam podróżowanie, czego nie mamy/ nie doświadczamy w domu?

Komentarz dla osoby prowadzącej:

Zachęcamy również, aby w ramach tego zadania omówić szerzej temat podróżowania i jego różnych kontekstów. Zarówno styl podróżowania, odległość, jaką pokonujemy, długość pobytu, jak i powód podróży dają bardzo szerokie rozumienie tego terminu.

Zapytaj osoby uczestniczące, jakie według nich muszą być spełnione warunki, aby nazwać nasze doświadczenie podróżowaniem. Czy podróż musi być daleka, czy może być bliska? Jak daleka lub jak bliska i dlaczego? Czy podróżowaniem nazwiemy wirtualne zwiedzanie Muzeum Fridy Kahlo (<https://www.museofridakahlo.org.mx/virtual/?lang=en>)? Czy podróżowaniem będzie odwiedzenie sąsiedniej miejscowości? Czy zwiedzanie najbliższej okolicy jest podróżowaniem?

Dopytaj również, jakie – poza zwiedzaniem – są powody podróży (np. praca, nauka, spotkania rodzinne, specjalne wydarzenia i święta, szukanie azylu itd.). Migracje, zmiana miejsca zamieszkania to również przykłady podróży. Mogą być motywowane różnymi czynnikami, w tym ekonomicznymi, społecznymi, politycznymi, a nawet ekologicznymi. Mogą być też dobrowolne lub wymuszone.

Innym przykładem podróży są wyjazdy etnografów i etnografek prowadzących badania terenowe. Etnografia to zarówno metoda badawcza, jak i nauka opisująca kultury oraz grupy społeczne. Do najważniejszych sposobów poznawania tych kultur należą wywiad etnograficzny (przypominający rozmowę) oraz bezpośrednie uczestnictwo w życiu danej społeczności, czyli tzw. obserwacja uczestnicząca. Badacze i badaczki czasem wyjeżdżają w odległe miejsca, ale podróż do badanej kultury może też oznaczać wyjazd do innego regionu Polski lub nawet innej dzielnicy własnego miasta. Aby poznać kulturę „od środka”, obserwują oni codzienne życie ludzi, poznają ważne miejsca, zwyczaje, święta, rozmawiają z osobami żyjącymi w danym miejscu i starają się zrozumieć ich świat z ich punktu widzenia.

Zachęcamy do wykorzystania materiałów tekstowych i wizualnych ze strony Podróże z antropologią (<https://podroze.etnograficzna.pl/>), gdzie znajdziesz artykuły, filmy

i fotografie prezentujące różne kultury i zwyczaje stworzone są właśnie na bazie badań etnograficznych.

Możesz również zaprezentować osobom uczestniczącym jeden z krótkich filmów opowiadających, czym jest etnografia:

Etnografia, antropologia, etnologia według prof. dra hab. Jerzego S. Wasilewskiego

 https://www.youtube.com/watch?v=8FNFXygK064&list=PLVi6w9hRT7L4nD6fAiK4nVrsa_c322jRE

Etnografia według etnografek

 https://www.youtube.com/watch?v=uzBVYeJDGrM&list=PLVi6w9hRT7L4nD6fAiK4nVrsa_c322jRE&index=2

Nasze miejsce - animacja dla dzieci, młodzieży i nauczycieli

 <https://www.youtube.com/watch?v=XMy2hCgKLa4&list=PLVi6w9hRT7L7tCxV4Z7HVb0xjDCWrxczx&index=2>

■ ZADANIE DRUGIE

QUIZ WIEDZY O PODRÓŻOWANIU

Wyświetlaj na tablicy kolejne slajdy z pytaniami. Do każdego pytania są trzy odpowiedzi – a, b i c. Możesz podzielić osoby uczestniczące na grupy lub przeprowadzić quiz na forum klasy. Dopytuj, jeśli jakaś odpowiedź bardziej zacieka grupę albo okaże się trudna.



10–20 minut



quiz na forum klasy



prezentacja
(slajdy nr 5–19)

■ 01. Czym jest turystyka?

- A.** To podróżowanie do innych miejsc w celach wypoczynkowych, poznawczych lub zdrowotnych
- B.** To oglądanie filmów o innych krajach bez wychodzenia z domu
- C.** To praca w hotelu albo w samolocie

➔ Prawidłowa odpowiedź: **A**

Komentarz:

Turystyka to zjawisko polegające na czasowym przemieszczaniu się ludzi poza miejsce stałego zamieszkania w celach innych niż zarobkowe – najczęściej wypoczynkowych, poznawczych, zdrowotnych, religijnych lub kulturowych. Może przyjmować różne formy: od zorganizowanych wycieczek zagranicznych przez podróże indywidualne po wypoczynek weekendowy w kraju. Stanowi ważne zjawisko społeczne i kulturowe – wpływa zarówno na społeczności odwiedzane, jak i na samych turystów, może wspierać rozwój lokalny, ale też powodować negatywne skutki dla miejsc popularnych turystycznie.

■ 02. Za początek masowej turystyki uważa się niedzielę 5 lipca 1841 roku. Co się wtedy wydarzyło?

- A.** Anglik Thomas Cook zorganizował pierwszą wycieczkę pociągiem dla grupy osób
- B.** Ludzie po raz pierwszy polecili na wycieczkę samolotem
- C.** Zorganizowano pierwszą na świecie zieloną szkołę

➔ Prawidłowa odpowiedź: **A**

Komentarz:

Masowa turystyka to forma podróżowania charakterystyczna dla dużych grup ludzi, często zorganizowana, skoncentrowana wokół popularnych kierunków i atrakcji turystycznych. Rozwinęła się intensywnie po II wojnie światowej wraz z upowszechnieniem transportu lotniczego, wzrostem dobrobytu oraz rozwojem infrastruktury turystycznej. Za symboliczną datę narodzin masowej turystyki uznaje się rok 1841, kiedy Thomas Cook zorganizował pierwszą grupową wycieczkę koleją z Leicester do Loughborough w Anglii dla 500 osób, dając początek zjawisku turystyki zorganizowanej. Thomas Cook (1808–1892) był brytyjskim przedsiębiorcą i pionierem nowoczesnej turystyki zorganizowanej. Uznawany jest za twórcę pierwszego biura podróży na świecie. Dzięki niemu podróże stały się dostępne dla klasy średniej, a nie tylko elit.

Choć masowa turystyka przyczynia się do rozwoju gospodarczego wielu regionów, niesie też ze sobą szereg wyzwań. Może prowadzić do przeciążenia środowiska naturalnego, zaników lokalnych tradycji czy *overtourismu* – nadmiernej liczby turystów w danym miejscu, co obniża jakość życia społeczności lokalnych i doświadczenia turystyczne samych osób odwiedzających.

03. Skąd wzięła się nazwa „zielona szkoła”?

- A.** Od zielonego koloru ubrań, które noszą dzieci w czasie wyjazdu
- B.** Od nazwy miejscowości Zielonka, w której odbyła się pierwsza w Polsce zielona szkoła
- C.** Od przebywania w zieleni, w przyrodzie

➔ Prawidłowa odpowiedź: **C**

Komentarz:

W Polsce tradycja zielonych szkół sięga okresu PRL-u, kiedy zaczęto je promować jako element zdrowotny i wychowawczy – dzieci z miast mogły odpocząć od zanieczyszczeń i hałasu, a także podreperować zdrowie.

04. Dokąd wybierze się osoba, która chce zobaczyć Fontannę Neptuna, największy zamek krzyżacki i kopalnię soli?

- A.** Do Gdańska, Grunwaldu, Wieliczki
- B.** Do Gdańska, Malborka, Bochni
- C.** Do Gdyni, Malborka, Kłodawy

➔ Prawidłowa odpowiedź: **B**

Komentarz:

Fontanna przedstawia Neptuna, boga mórz, trzymającego trójząb. To jedna z najbardziej rozpoznawalnych atrakcji Gdańska. Znajduje się na Długim Targu, głównym placu, i jest symbolem morskiego charakteru miasta oraz jego związku z wodą i żegluga.

Zamek w Malborku to największy gotycki zamek na świecie. Został zbudowany przez zakon krzyżacki w XIII wieku jako warownia i siedziba wielkich mistrzów zakonu. Obecnie jest wpisany na listę światowego dziedzictwa UNESCO.

Kopalnia soli w Bochni to jedna z najstarszych działających kopalni soli kamiennej na świecie, założona w XIII wieku. Pełni także funkcję atrakcji turystycznej – turyści mogą zwiedzać podziemne chodniki, kaplice, a nawet jeziora. Kopalnia jest przykładem dziedzictwa technicznego i historycznego, pokazującym, jak ważne było wydobycie soli dla gospodarki regionu. Ze względu na specyficzny mikroklimat jest także wykorzystywana jako miejsce leczenia schorzeń układu oddechowego. Wszystkie powyższe miejsca są zabytkami – obiektami materialnymi o wartości historycznej, artystycznej lub naukowej, które są chronione prawem ze względu na swoje znaczenie dla dziedzictwa kulturowego. Pojęciem szerszym jest atrakcja turystyczna, czyli miejsce, obiekt lub wydarzenie przyciągające turystów ze względu na swoje walory kulturowe, przyrodnicze, rekreacyjne lub rozrywkowe. Mogą to być zarówno zabytki, parki narodowe, festiwale, jak i nowoczesne parki rozrywki.

05. Jakie pamiątki przywiozłaby osoba podróżująca świadomie?

- A.** Wykonane przez lokalnych artystów i rzemieślników
- B.** Najtańsze, niezależnie od ich pochodzenia
- C.** Sprzedawane w każdym kraju i wyglądające tak samo

→ Prawidłowa odpowiedź: **A**

Komentarz:

Przywożenie pamiątek jest niekiedy jednym z najważniejszych elementów podróży. Podobnie jak pakowanie, robienie zdjęć czy próbowanie nietypowych potraw należy do kanonu zachowań turystycznych. Bycie świadomym turystą oznacza wybieranie pamiątek, które naprawdę mają dla nas znaczenie – łączą się z naszymi przeżyciami i wartościami, a nie są jedynie impulsywnym zakupem czy przejawem konsumpcjonizmu. Pamiątka to nie tylko rzecz materialna, ale i nośnik pamięci i emocji, który wzmacnia więzi z odwiedzanym miejscem i spotkanymi ludźmi. Ważne jest także, by wybierać autentyczne przedmioty – takie, które oddają charakter i kulturę danego miejsca, a najlepiej powstają w sposób etyczny i z poszanowaniem lokalnych tradycji.

06. Dokąd wybierze się turysta, który chce zobaczyć Słowiński Park Narodowy, karnawał w Rio i Disneyland?

- A.** Do Polski, Włoch, USA
- B.** Na Słowację, do Argentyny, Niemiec
- C.** Do Polski, Brazylii, Francji

→ Prawidłowa odpowiedź: **C**

Komentarz:

Słowiński Park Narodowy jest położony nad Morzem Bałtyckim i znany z unikalnych ruchomych wydmy, które są rzadkim zjawiskiem przyrodniczym w Europie.

Karnawał w Rio de Janeiro w Brazylii to największy karnawał na świecie. Słynie z kolorowych parad samby, bogatych kostiumów i muzyki, które wyrażają brazylijską kulturę i radość życia.

Disneyland w Paryżu to jeden z największych parków rozrywki w Europie. Disneyland oferuje atrakcje tematyczne inspirowane filmami Disneya, łącząc rozrywkę z technologią i kreatywnością.

07. Wyobraźcie sobie, że jesteście na wycieczce w górach. Która sytuacja pokazuje, że wydawane przez Was pieniądze „uciekają” za granicę, zamiast zostać u ludzi mieszkających w odwiedzanej przez was miejscowości?

- A.** Kupujecie oscypka w bacówce przy górskim szlaku
- B.** Jecie obiad w restauracji, która jest częścią zagranicznej sieci fast food
- C.** Wypożyczacie sprzęt wspinaczkowy z wypożyczalni, która jest prowadzona przez miejscową rodzinę

➔ Prawidłowa odpowiedź: **B**

Komentarz:

Zjawisko opisane w pytaniu to *leakage*, czyli zjawisko wypływu dochodów generowanych przez turystykę z lokalnej gospodarki do innych regionów lub krajów. Oznacza to, że część pieniędzy wydanych przez turystów nie pozostaje w miejscu ich pobytu, lecz trafia np. do zagranicznych firm obsługujących turystykę (np. międzynarodowych sieci hotelowych, biur podróży czy firm transportowych). *Leakage* ogranicza pozytywny wpływ turystyki na rozwój lokalnej społeczności.

ZADANIE TRZECIE

WELCOME TO BYRON BAY. O TURYSTYCE, LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI I ŚRODOWISKU NATURALNYM

Celem zadania jest zwrócenie uwagi na relacje pomiędzy osobami podróżującymi a społecznościami popularnych miejsc na przykładzie australijskiego miasteczka Byron Bay oraz refleksja nad wzajemnym wpływem turystyki na lokalną społeczność i środowisko.

Na początku zapytaj uczestników o skojarzenia z Australią (slajd nr 20). Następnie opowiedz grupie o Byron Bay – miasteczku leżącym na jej wschodnim wybrzeżu (slajd nr 21). Nie jest konieczne przekazanie wszystkich informacji zawartych w komentarzu dla osoby prowadzącej (poniżej) – wybierz te z nich, które będą najlepiej dostosowane do wieku osób biorących udział w zajęciach. Możesz



15-20 minut



praca w grupach
liczących od 2 do
4 osób, dyskusja
na forum



prezentacja (slajdy
nr 20-22)

linki do
materiałów
audiowizualnych



załącznik
nr 2. Welcome
to Byron Bay... –
Karta pracy

pokazać też fragment filmu promującego miejscowość:  <https://www.youtube.com/watch?v=1UBa5M1aG68> (od 31 s.)

Podziel grupę na zespoły liczące od 2 do 4 osób. Każdej z grup rozdaj wydrukowaną kartę pracy (**załącznik nr 2**). Na karcie pracy znajdują się wypowiedzi dzieci i młodzieży z Byron Bay dotyczące turystów odwiedzających okolicę, opracowane na podstawie badań terenowych i zebrane w artykule *Growing up in a tourist destination: developing an environmental sensitivity* autorstwa Antonii Canosy, Anne Graham i Erica Wilsona z Southern Cross University. Daj dzieciom 10 minut na zapoznanie się z cytatami i dyskusję w grupach nad zadanymi pytaniami (slajd nr 22). Możesz użyć także poniższych pytań dodatkowych (nieujętych na slajdzie):

- Jak sądzicie, dlaczego turyści się tak zachowują?
- Jakie działania podejmują mieszkańcy w odpowiedzi na to, co robią turyści?

Po upływie 10 minut poproś chętne grupy, aby zaprezentowały na forum swoje odpowiedzi. Podsumuj zadanie, zbierając najważniejsze wypowiedzi dzieci i młodzieży. Możesz dodać, że problemy związane z zanieczyszczeniem środowiska są tylko jedną z wielu płaszczyzn, na którą wzajemnie oddziałują osoby podróżujące i mieszkańcy. Świadome podróżowanie sprawia, że zastanawiamy się, jak nasze zachowania wpływają na odwiedzane miejsca i ludzi tam żyjących. Możesz wspólnie z osobami uczestniczącymi zastanowić się nad innymi miejscami ze świata czy z Polski, na przykładzie których widać, jakie zachodzą relacje pomiędzy osobami podróżującymi a lokalnymi.

Komentarz dla osoby prowadzącej:

Obszar Byron Shire leży w północnej części stanu Nowa Południowa Walia w Australii, w pobliżu Przylądka Byrona – najbardziej wysuniętego na wschód punktu kraju. W 1770 roku dotarł tu podróżnik James Cook, który nazwał przylądek na cześć komandora Johna Byrona, dziadka pisarza lorda Byrona. Osada została założona w 1860 roku i początkowo rozwijała się jako port drzewny.

Główną atrakcją turystyczną okolicy jest Byron Bay – jedno z nielicznych miejsc na wschodnim wybrzeżu Australii, gdzie plaże są zwrócone na północ. Zapewnia to bezpieczne warunki do kąpieli i znakomite warunki do surfowania. Piękna przyroda, malownicze wybrzeże i możliwości uprawiania sportów wodnych przyciągają ludzi z całego świata, w tym tzw. backpackersów, czyli osoby podróżujące z plecakiem.

W 2017 roku Byron Bay odwiedziło 1,8 miliona turystów. Równolegle rosła też społeczność lokalna – coraz więcej osób przenosiło się na wybrzeże z głębi kontynentu. W 2011 roku miasto liczyło 4959 osób, a w 2021 roku już około 11 tysięcy.

Okolica słynie z pięknej przyrody, to ważne miejsce do obserwacji wielorybów. W pobliżu znajdują się również subtropikalne lasy deszczowe i parki narodowe, takie jak Nightcap National Park z wodospadami Minyon Falls – wszystkie łatwo dostępne z Byron Bay.

Byron Bay cieszy się też popularnością wśród australijskiej młodzieży kończącej szkołę średnią, która świętuje tu w czasie *schoolies week* – przypadającego na przełom listopada i grudnia tygodnia zabawy.

Duża popularność Byron Bay wywiera presję na infrastrukturę (w tym system kanalizacyjny i wodociągowy) i usługi miejskie oraz środowisko naturalne.

Rynek turystyczny Byron Shire jest zróżnicowany i dynamicznie się rozwija. Lokalne władze starają się przeciwdziałać zjawisku nadmiernej turystyki (ang. *overtourism*) poprzez różne kampanie promujące zrównoważone podejście. Jedną z nich była kam-

pania *Byron don't spoil us, we'll spoil you* („Byron, nie rozpieszczaj nas, to my rozpieszcimy ciebie”), mająca na celu przyciągnięcie większej liczby osób zainteresowanych poznaniem lokalnej kultury i dziedzictwa w miejsce jednodniowych imprezowiczów.

W regionie działa wiele aktywnych grup lokalnych, którym zależy na ochronie środowiska naturalnego. Rozwój turystyki stanowi główny temat miejscowych debat społecznych. Silna świadomość ekologiczna i zaangażowanie społeczności mogą wpływać na to, jak dzieci i młodzież postrzegają przyrodę i wyrażają troskę o środowisko.

Cytaty zaprezentowane na karcie pracy (załącznik nr 2) pochodzą z badań terenowych prowadzonych przez 12 miesięcy w latach 2014–2015 przez zespół badaczy z australijskiego Southern Cross University. Badania objęły m.in. 20 wywiadów indywidualnych i grupowych, w których wzięło udział łącznie 74 młodych ludzi w wieku od 10 do 24 lat. Aby chronić prywatność osób badanych, użyto pseudonimów.

W ramach badań osoby z uczelni rozmawiały z dziećmi i młodzieżą z Byron Bay i okolic na temat tego, jak turystyka wpływa na ich codzienne życie i miejsce, w którym mieszkają.

Grupa młodzieży biorąca udział w badaniach postanowiła przedstawić swoje doświadczenia w formie animacji poklatkowych, stworzonych we współpracy z lokalnym filmowcem i organizacją młodzieżową typu non-profit. Młodzi ludzie sami napisali scenariusze, przygotowali dekoracje i nagrali sceny, które ukazywały ich obawy dotyczące wpływu turystyki na lokalne środowisko.

Proponujemy pokazać fragmenty poniższych animacji:

👉 https://www.youtube.com/watch?v=d29kconTYII&ab_channel=LotteBoer

👉 https://www.youtube.com/watch?v=0wdsLdrj7ds&ab_channel=LotteBoer

Materiały źródłowe:

Przygotowując się do przeprowadzenia zadania, przeczytaj artykuł *Growing up in a tourist destination: developing an environmental sensitivity*, którego autorkami są Antonia Canosa, Anne Graham i Erica Wilson z Southern Cross University. Znajdziesz go na portalu ResearchGate, pod linkiem: 👉 https://www.researchgate.net/publication/341581080_Growing_up_in_a_tourist_destination_developing_an_environmental_sensitivity

Artykuł pochodzi z publikacji: Canosa, A., Graham, A., & Wilson, E., *Growing up in a tourist destination: developing an environmental sensitivity*. Environmental Education Research, 1-16, 2020.

Lektura pomoże Ci skomentować wyniki pracy osób uczestniczących w zajęciach oraz podsumować dyskusję.

ZADANIE CZWARTE



15–20 minut



praca w grupach
liczących od 2 do
4 osób, dyskusja
na forum



prezentacja
(slajdy nr 23–24)
linki do materiałów
audiowizualnych

POZA KADREM, CZYLI CZEGO NIE WIDZIMY NA MATERIAŁACH PROMOCYJNYCH

Celem zadania jest uwrażliwienie osób uczestniczących na to, że materiały promocyjne, takie jak katalogi biur podróży, reklamy czy filmy promujące miejsca turystyczne, przedstawiają jedynie wycinek rzeczywistości. Osoby uczestniczące uczą się krytycznego patrzenia na obrazy i treści, które zostały stworzone w określonym celu – by zachęcić do odwiedzenia danego miejsca. Oglądając zdjęcia i filmy, patrzymy oczami osoby, która wybrała i zdecydowała, co zostanie pokazane, a co pominięte. Kampanie promocyjne często ukazują to, co chcielibyśmy zobaczyć: piękne plaże, uśmiechniętych ludzi, idealną pogodę – ale nie widzimy na nich tłumów, śmieci, skutków

masowej turystyki czy życia codziennego.

Zaprezentuj na forum poniższe filmy promocyjne pokazujące wybrane kierunki turystyczne (możesz wykorzystać wszystkie trzy lub wybrać dwa z nich). Następnie pokaż slajd nr 24, na którym wyświetlone będą pytania do rozmowy na forum z osobami uczestniczącymi.

- Wenecja: 🖱️ <https://www.instagram.com/p/Cq75G-xIE82/>
- Malediwy: 🖱️ https://www.youtube.com/watch?v=mYKcj_5vECM&ab_channel=VisitMaldives
- Egipt: 🖱️ https://www.youtube.com/watch?v=noSCcFLAJPw&ab_channel=ExperienceEgypt

Poprowadź dyskusję na forum, bazując na poniższych pytaniach:

- Co widzisz na filmach?
- W jaki sposób są zaprezentowane miejsca?
- W jaki sposób są zaprezentowani ludzie (zarówno turyści, jak i miejscowi)?
- Jak myślisz, czy w rzeczywistości te miejsca wyglądają tak samo? Dlaczego tak, dlaczego nie?
- Czy to miejsce wygląda tak zawsze – i dla wszystkich?
- Jakie emocje wywołują w Tobie te filmy?

Komentarz dla osoby prowadzącej:

Współczesna turystyka w dużym stopniu opiera się na obrazach – zdjęciach, filmach, grafikach, które mają wzbudzać emocje i przyciągać uwagę. Materiały promocyjne, takie jak katalogi biur podróży, spoty reklamowe, strony internetowe czy profile w mediach społecznościowych, prezentują miejsca jako idealne przestrzenie do wypoczynku, relaksu i oderwania się od codzienności. Jednak warto podkreślać, że te obrazy są zawsze subiektywnym wyborem – ktoś decyduje, co zostanie pokazane, w jakim świetle, z jakiego kąta. Celem promocji jest wywołanie określonego efektu, a nie pełne i obiektywne przedstawienie rzeczywistości. A to, czego nie widać, jest często równie ważne i równie prawdziwe, np. życie codzienne, problemy środowiskowe, skutki nadmiernego ruchu turystycznego czy nierówny podział zysków z turystyki. To ćwiczenie nie ma na celu zniechęcenia do podróży, lecz zachęcenie do refleksji i kształtowania bardziej świadomej i empatycznej postawy. Zadanie może być punktem wyjścia do rozmowy o tym, jakie zdjęcia z wakacji sami publikujemy i czy używamy filtrów, aby „upiększyć rzeczywistość”. Warto zastanowić się, dlaczego to robimy, i uświado-

mić uczniom, że nie potrzeba sztucznych filtrów ani idealnych kadrów, by zdjęcie było atrakcyjne. Ulice nie muszą być wygładzone, a miejsca mogą mieć swój wyjątkowy charakter nawet wtedy, gdy pogoda nie dopisuje. Ważne jest też pokazywanie zwyczajności i codzienności.

Powstają również materiały promocyjne, które prezentują kierunki turystyczne w nieoczywisty, intrygujący, a często także zaskakujący sposób. Przykładami mogą być kampanie przygotowane przez Islandzką oraz Szwajcarską Organizację Turystyczną. Islandia promuje swoje atuty za pomocą angielsko-islandzkiej piosenki, natomiast Szwajcaria wykorzystuje wizerunki znanych na całym świecie Szwajcarów, aranżując krótką, humorystyczną scenkę. Poniższe dwa filmy ukazują różne sposoby i perspektywy opowiadania o danym miejscu.

- Islandia:  https://www.youtube.com/watch?v=f88UJyCA_M&ab_channel=InspiredbyIceland
- Szwajcaria:  https://www.youtube.com/watch?v=5JK7vjValvo&ab_channel=Switzerland

✱ ZADANIE DODATKOWE DO ZADANIA NR 4

Zadanie pogłębia tematykę poruszaną w pierwszej części ćwiczenia. Wyświetl slajd nr 25, przedstawiający zdjęcia Tadź Mahal w Indiach oraz wyspę Mykonos. Porozmawiaj o tym, jak – my jako turyści – przedstawiamy miejsca, do których podróżujemy, czym dzielimy się w social mediach. Zaprezentuj poniższe filmiki na forum (możesz wybrać jeden lub dwa z nich), dotyczących trendu: „social media vs. reality”.

- Chiny:  <https://www.youtube.com/shorts/51VjSLD2Yrc>
- Paryż:  <https://www.instagram.com/reels/DVGioJOAiIW/>
- Malediwy:  <https://www.youtube.com/shorts/59pgG4AQ51Q>
- Egipt:  https://www.tiktok.com/@commute_the_planet/video/7204920511011278123

Omów, co pokazywane jest na filmikach, i zdecyduj, czy któryś obraz jest „prawdziwszy”? Zwróć uwagę, że zarówno jedno, jak i drugie ukazanie miejsc jest stronnicze i wybiórcze, ponieważ skupia się na doświadczeniu turystów, a nie ich mieszkańców.

Wyświetl slajd nr 27, przedstawiający plażę Kuta na wyspie Bali w Indonezji. Podziel osoby uczestniczące na grupy liczące od 2 do 4 osób. Następnie każdej grupie rozdaj **załącznik nr 3** i poproś, aby osoby uczestniczące zastanowiły się nad tym, jak zrobiłyby zdjęcie na plaży widocznej na fotografii, którym pochwałyby się w social mediach i wystęłyby je do znajomych. Jak ustawiłyby kadr – co byłoby na takim zdjęciu? Jakie filtry by dodały, co by zasłoniły? Czy one byłyby na pierwszym planie, jak byłyby ubrane, czy ktoś inny byłby bohaterem tego ujęcia? Poproś o zapisanie odpowiedzi na karcie pracy, a gdy grupy skończą pracę – o ich przeczytanie przez chętne osoby.

Komentarz dla osoby prowadzącej:

Warto być uważnym i wrażliwym na to, co oglądamy. Obrazy udostępniane na platformach społecznościowych pokazują często rzeczy i sytuacje, którymi chcemy się pochwalić i które są piękne, śmieszne, wzruszające. Wspaniały widok na wieżę Eiffa jest możliwy, ale bardziej prawdopodobne w Paryżu będzie jednak stanie i podziwianie jej w tłumie turystów. Niemniej żaden z tych obrazów nie oddaje różnorodności doświadczeń podróżowania po danym miejscu, a tym bardziej życia w nim na co dzień.


10-15 minut


praca w grupach
 liczących od 2 do 4
 osób, dyskusja


prezentacja
 (slajdy 25-27)

linki do materiałów
 audiowizualnych


załącznik
 nr 3. Poza-
 kadrem, czyli... –
 Karta pracy

Plaża Kuta należy do najpopularniejszych plaż na Bali i często uważa się, że jest jedną z najpiękniejszych. Przyciąga szeroką, piaszczystą linią brzegową, dobrymi warunkami do surfowania oraz bogactwem atrakcji w okolicy. W social mediach jawi się niczym tropikalny raj: złocisty piasek, błękitne fale i smukłe palmy. Rzeczywistość bywa jednak inna. W porze deszczowej prądy morskie i rzeki znoszą na brzeg ogromne ilości odpadów. Zdarza się, że zamiast prezentować się jak na pocztówkach, plaża pokryta jest plastikowymi butelkami, foliowymi torbami czy innymi śmieciami.

Dla lokalnych mieszkańców i podróżnych zaśmiecenie plaży to poważny problem. Na szczęście nie brakuje ludzi, którzy starają się temu przeciwdziałać. Organizowane są akcje sprzątania, w których uczestniczą wolontariusze, uczniowie, a nawet sami turyści. Dzięki ich wysiłkowi Kuta może odzyskać choć część swojego uroku, a jednocześnie coraz więcej osób zaczyna rozumieć, że troska o środowisko to wspólna odpowiedzialność.

ZADANIE SZÓSTE

PODSUMOWANIE



ok. 5 minut



pytanie na forum,
szybka rundka



prezentacja
(slajdy nr 28-29)

Poproś uczestników o podsumowanie spotkania. Pytania pomocnicze: *A Wy jakimi jesteście turystami/turystkami? Jakie działania możemy podejmować, żeby być bardziej świadomymi turystami? Który wątek Was najbardziej zaciekał? Jak wpłynął on na Wasze postrzeganie podróżowania?*

MATERIAŁY DODATKOWE DLA PROWADZĄCYCH

Przed realizacją scenariusza zachęcamy do zapoznania się z innymi materiałami dotyczącymi podróżowania i turystyki, gdyż można znaleźć w nich analogiczne lub uzupełniające tematykę zjawiska. Polecamy następujące materiały:

Magdalena Banaszkiewicz, *Pokaż mi pamiątkę z wakacji, a powiem ci, kim jesteś*,



<https://post-turysta.pl/artukul/pokaz-mi-pamiatka-z-wakacji-a-powiem-ci-kim-jestes>

Jennie Dielmans, *Witajcie w raj*, Wołowiec 2011.

Dean MacCannell, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawa 2002.

Post-turysta,



<https://post-turysta.pl/>

Włączamy nowe narracje o świecie, projekt Polskiej Akcji Humanitarnej,



https://www.pah.org.pl/projekt_narracje-2



**Stowarzyszenie
Pracownia
Etnograficzna**



**Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego**



polska pomoc



**FUNDACJA
EDUKACJA
DLA DEMOKRACJI**

Program edukacyjny dla dzieci i młodzieży: Scenariusz zajęć *Wyprawy w (nie)znane. O świadomym podróżowaniu*

Materiał powstał w ramach projektu „Podróże z antropologią” realizowanego przez Stowarzyszenie „Pracownia Etnograficzna” im. Witolda Dynowskiego. Projekt dofinansowany ze środków budżetu państwa, przyznanych przez Ministra Nauki w ramach programu Społeczna odpowiedzialność nauki II.

Materiał uzupełniony w ramach projektu „Podróże z antropologią. Warsztaty o świadomej turystyce”. Projekt finansowany z budżetu państwa w ramach polskiej współpracy rozwojowej Ministerstwa Spraw Zagranicznych Rzeczypospolitej Polskiej. Projekt otrzymał dofinansowanie w ramach konkursu „Edukacja globalna 2026. Regranting dla organizacji pozarządowych” prowadzonego przez Fundację Edukacja dla Demokracji. Publikacja wyraża wyłącznie poglądy autora i nie może być utożsamiana z oficjalnym stanowiskiem Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP.

Polska Pomoc: www.gov.pl/polskapomoc

Scenariusz zajęć *Wyprawy w (nie)znane. O świadomym podróżowaniu* jest dostępny na licencji [Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowe](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Pewne prawa zastrzeżone na rzecz Stowarzyszenia „Pracownia Etnograficzna” im. Witolda Dynowskiego, a także autorów fotografii i artykułów wykorzystanych w scenariuszu. Utwór powstał w wyniku realizacji projektu polskiej współpracy rozwojowej finansowanego przez MSZ RP w roku 2026. Zezwala się na dowolne wykorzystanie utworu, pod warunkiem zachowania ww. informacji, w tym informacji o stosowanej licencji i posiadaczach praw.