

Wacław IDZIAK

Uniwersytet Szczeciński

TURYSTA JAKO WSPÓŁTWÓRCA OFERTY TURYSTYKI KULTUROWEJ

1. Wprowadzenie

Kultura jest ważnym elementem oferty turystycznej. Tak ważnym, że wyodrębniono osobną kategorię turystyki – turystykę kulturową i jej odmianę, turystykę kreatywną. Na gruncie turystyki kulturowej turysta jest w głównej mierze konsumentem kultury. Jednak coraz częściej zwraca się uwagę na potrzebę partycypacji turystów w tworzeniu kultury, na potrzebę przejścia od biernego do czynnego uczestnictwa w kulturze. Wydaje się, że jest to zgodne z ogólnym trendem do uspołeczniania uczestnictwa w kulturze i w obiegu informacji.

Do rozwoju tej tendencji przyczyniła się w znacznym stopniu rewolucja internetowa, a szczególnie przejście od paradygmatu Web 1.0 do paradygmatu Web 2.0 (SZPUNAR 2010). Użytkownik Internetu z biernego odbiorcy treści oferowanych na portalach ma szansę stać się aktywnym współtwórcą zasobów sieci. Ma możliwość tworzenia własnych treści i komentowania treści innych autorów (współautorów). Otwiera się w ten sposób przestrzeń wolności tworzenia, a jednocześnie rodzi zagrożenie, że Internet zniszczy kulturę (KENN 2007).

Pojęcie Web 2.0 wychodzi poza obręb Internetu i znajduje zastosowanie do nazywania ścieżek prowadzących od biernego do czynnego uczestnic-

twą, np. muzeum 2.0, to muzeum, które zaprasza odwiedzających do współtworzenia wystaw¹, ekoturystyka 2.0, to zamiana turysty z pasywnego obserwatora w aktywnego uczestnika projektów ochrony przyrody².

Rewolucji Web 2.0 towarzyszą inne trendy wpływające na zjawisko uczestnictwa w kulturze, a tym samym na turystykę kulturową. Najważniejszy z nich dotyczy upowszechniania się gospodarki wiedzy, doznań i twórczości. Głównym paliwem tych gospodarek są innowacje. Rośnie w związku z tym zapotrzebowanie na ludzi kreatywnych. Powstają i rozwijane są, z różnym skutkiem, koncepcje regionów i miast kreatywnych. Na tym tle pojawia się także turystyka kreatywna.

W artykule, na przykładzie wiosek tematycznych, pokazano, jak turysta może być współtwórcą oferty, z której korzysta. Inaczej mówiąc, jak turysta jest jednocześnie konsumentem i współtwórcą kultury. Dotyczy to jednak wąskiej grupy turystów nazywanych tu, przez analogię do użytkowników Internetu typu alfa, turystami typu alfa.

Podstawą empiryczną artykułu są dane zebrane w trakcie obserwacji uczestniczącej i wywiadów swobodnych prowadzonych podczas prac i zajęć związanych z tworzeniem oraz obsługą ofert wiosek tematycznych w okolicy Koszalina oraz w Karwnie (woj. pomorskie). Dane te analizowane są z perspektywy teorii konstruktywizmu.

2. Kontekst teoretyczny – metodyczny

Odniesieniem teoretycznym dla analizy zjawiska współuczestniczenia turystów w tworzeniu kultury jest teoria społecznego tworzenia rzeczywistości, określana też mianem konstruktywizmu. Na gruncie tej teorii zakłada się, że rzeczywistość nie jest obiektywna. Jest ona raczej społecznie uzgadniana. Tworzymy ją wspólnie przez opowiadanie o niej, przez uzgadnianie sensów, przez kolejne interpretacje i reinterpretacje (BERGER, LUCKMANN 1983). Z perspektywy tej teorii podróż jest wyprawą po nowe opowieści, po nowe sposoby interpretacji świata, jest pozyskiwaniem i wymianą znaczeń. O jej wartości decyduje jakość opowieści, które z tej podróży przywozimy. Jednocześnie jakość opowieści zależy od przygotowania turysty, podróżnika, od jego otwartości na spotykaną rzeczywistość oraz od umiejętności jej przetwarzania w nowe opowieści. Opowieści te wyrażone mogą być na

¹ Por. <http://muzeoblog.org/2009/03/25/%E2%80%9Emy%E2%80%9D-w-muzeum-czyli-promocja-muzeum-i-partycypacja-spoeczna/>.

² Por. http://www.culturedtraveler.net/Archives/AUG2004/Open_Air.htm.

wiele sposobów, podane przez różne media, pokazane z użyciem odmiennych form wyrazu artystycznego.

Zaproszenie turystów do współtworzenia oferty wsi odnosi się wprost do koncepcji rozwoju neoendogennego. Na gruncie tej koncepcji zakłada się, że kluczowym czynnikiem sukcesu jest wykorzystanie zasobów lokalnych (endogennych) przy wsparciu zewnętrznym (pomoc ekspertów, wsparcie finansowe) i długotrwała współpraca pomiędzy różnorodnymi podmiotami projektów rozwojowych (ADAMSKI, GORLACH 2007).

Analizowany tu materiał badawczy zebrany został przy wykorzystaniu metody współuczestniczących badań w działaniu (*participatory action research*). Główne założenia takich badań to (STRINGER 1996):

- pragmatyczne podejście do badań;
- społeczność lokalna uczestniczy aktywnie w procesie badawczym;
- rezultaty badań związane są w praktyczny sposób z życiem ich uczestników.

3. Turystyka kulturowa i turystyka kreatywna

Turystyka kulturowa jest pojęciem pojemnym i rozmytym. Pojawiające się kolejno definicje turystyki kulturowej ujmują różne aspekty tego zjawiska. Przegląd różnych definicji tego pojęcia zawiera praca autorstwa A. MIKOSA V. ROHRSCHEIDTA (2008) *Turystyka Kulturowa – wokół definicji*. Na ich tle autor przedstawił własną definicję turystyki kulturowej:

Nazwą turystyki kulturowej możemy określić te wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej albo powiększenie ich wiedzy o organizowanym przez człowieka świecie otaczającym jest zasadniczą częścią programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o jej podjęciu lub wzięciu w niej udziału (MIKOS VON ROHRSCHEIDT 2008).

W kontekście turystyki kulturowej pojawia się coraz częściej pojęcie „turystyka kreatywna”. Jest to podróż w celu przeżywania autentycznych doznań wynikających z czynnego uczestnictwa w zajęciach związanych ze sztuką i dziedzictwem kulturowym albo wynikających ze specjalnego charakteru miejsca. Zajęcia i spotkania odbywają się przy udziale tych, którzy te miejsca zamieszkują i tworzą ich żywą kulturę. Turystyka kreatywna to turystyka uwzględniająca zrównoważony rozwój społeczności lokalnej. Turysta zdobywa doświadczenie i wiedzę uczestnicząc w realnym życiu

społeczności, którą odwiedza. Turysta nie jest pasywnym obserwatorem, lecz aktywnym uczestnikiem zajęć (UNESCO... 2006).

Turystykę kreatywną traktuje się albo jako uzupełnienie turystyki kulturowej, albo jako reakcję na wyczerpywanie się jej możliwości i nowe panaceum na problemy ekonomiczne miast i regionów w kryzysie. Zauważa się przy tym, że turystyka kreatywna jest kolejnym przykładem nadużywania słowa „kreatywność”. Pojęcie to sytuuje się wśród takich haseł, jak klasa kreatywna, przemysły kreatywne, gospodarka kreatywna, kreatywne miasta, kreatywne firmy, kreatywne zarządzanie (JELINČIĆ, ŽUVELA 2012).

Zdaniem A. MIKOSA V. ROHRSCHEIDTA (2008):

aktywność czasu wolnego, nazywana turystyką kreatywną, jest raczej sposobem uprawiania turystyki [...] specyficzną cechą niektórych wypraw turystyki kulturowej.

4. Kategorie turystów kulturowych

Odwołując się do analogii z Web 2.0 można powiedzieć, że podobnie jak istnieją różni użytkownicy zasobów sieci, tak istnieją różni odbiorcy ofert turystyki kulturowej. Odróżnia ich m.in. poziom zaangażowania na kontinuum od biernego odbioru do czynnego współtworzenia oferty. W środowisku internautów używa się określenia użytkownik „alfa” dla wyróżnienia osób opiniotwórczych i aktywnych w sieci. Osoby takie współtworzą treści krążące w Internecie, są aktywnymi blogerami i komentatorami innych blogów, z ich opiniami liczą się inni. Przez analogię można zaproponować następujący podział uczestników turystyki kulturowej:

- turysta gamma: chwilowy klient, uczestnik wydarzeń;
- turysta beta: przyjaciel miejsca, promotor, „ambasador”, wraca co roku, zaprasza innych; ktoś więcej niż zadowolony odbiorca, bo wraz z podobnymi sobie tworzy jakąś społeczność, środowisko wokół oferty turystyki kulturowej;
- turysta alfa: współtwórca oferty i pośrednio współtwórca kultury.

5. Turystyka kulturowa i kreatywna w wioskach tematycznych

Badania dotyczące prezentowanych tu treści prowadzone były w wioskach tematycznych tworzonych w okolicy Koszalina, czyli w Sierakowie Sławińskim (wioska hobbitów), Iwęcinnie (wioska końca świata), Dąbrowie

(wioska zdrowego życia), Podgórkach (wioska bajki i rowerów), Paprotach (wioska labiryntów) oraz w Karwnie w województwie pomorskim (wioska fantazji). Każda z tych wiosek zasiedlona została po II wojnie światowej przez ludność pochodzenia polskiego oraz w części pochodzenia ukraińskiego. W wioskach tych przerwana została transmisja kulturowa, a elementy kultury przeniesione z miejsc pochodzenia osadników poddane zostały unifikacji pod wpływem kultury ogólnej. Wsie te nie mają też znaczących zabytków kultury materialnej i niematerialnej. W każdej z tych wsi przygotowano produkty turystyczne obsługiwane i zarządzane przez mieszkańców wsi. Z pewnym uproszczeniem produkty te można zakwalifikować do turystyki kulturowej i kreatywnej. Wobec słabości własnych zasobów kultury podstawą do tworzenia tych produktów były zasoby kultury światowej i pojęcia ogólne: proza J.R.R. Tolkiena, bajki i baśnie, labirynty, problematyka końca świata, historia zakonu cystersów, fantazja (IDZIAK 2008). Produkty wymienionych wiosek są w różnym stopniu rozwinięte, najlepiej funkcjonują produkty Sierakowa Sławieńskiego i Paprot. Z usług wymienionych wiosek korzysta rocznie około 20 tys. osób. W wioskach można skorzystać z gier terenowych, warsztatów rękodzieła artystycznego, warsztatów bębniarskich i tanecznych oraz żywych lekcji historii i botaniki. Zajęcia prowadzone w wioskach są zachętą do rozwijania talentów i wyobraźni³.

6. Turyści gamma, beta i alfa w wioskach tematycznych

Turystów typu gamma jest oczywiście w wioskach tematycznych najwięcej. Stanowią oni około 99% odwiedzających wioski. Są to głównie turyści jednodniowi, w przewadze młodzież szkolna. Turyści typu beta to około 1%. Są wśród nich uczestnicy wyjazdów studyjnych oraz uczestnicy wypraw w gronie rodzinnym i towarzyskim do wiosek tematycznych. Turyści typu alfa, to kilka promili ogółu turystów. Ich liczbę można szacować na około 50 osób w skali roku. Są wśród nich uczestnicy „Letnich akademii artystów społecznych” i „Akademii liderów wiejskich” organizowanych corocznie w Sierakowie Sławieńskim oraz uczestnicy plenerów artystycznych w Paprotach⁴, a także pojedyncze osoby odwiedzające wioski i współtworzące ich oferty. Turystów alfa trzeba odróżnić od ekspertów, którzy w ramach różnych projektów pracowali przy tworzeniu wiosek tematycznych. Turyści-

³ Oferty wymienionych wiosek znaleźć można na stronie www.wioskitematyczne.org.pl.

⁴ Por. <http://www.paproty.wioskitematyczne.org.pl/>.

ci alfa pracują na rzecz wsi społecznie i płacą za swój pobyt (pośrednio lub bezpośrednio). Niekiedy następuje wymiana w barterze, np. przygotowanie gry za pobyt w wiosce.

Turyści typu alfa towarzyszyli od początku tworzeniu wiosek tematycznych. Od 2000 r. w Podgórkach, Sierakowie Sławieńskim, Paprotach i innych wioskach organizowane były kilkudniowe spotkania (warsztaty, plenery) dla osób reprezentujących różne kierunki studiów i dyscypliny artystyczne, ale także dla laików, którzy w trakcie pobytu w wioskach odkrywali swoje talenty tworząc spektakle teatralne i dając koncerty muzyczne. Podczas tych spotkań, w atmosferze zabawy i twórczej improwizacji, tworzone były i testowane produkty turystyczne poszczególnych wiosek. Tak powstawały np. gry terenowe, pomysły na zajęcia rękodzielnicze i lekcje historii oraz „Czasowe muzeum czasu i entropii” w Iwęcinnie, a także „Muzeum smoków” i smocze warsztaty w Sierakowie⁵. Dzięki turystom alfa przygotowano również pomysły na zajęcia labiryntowe i galerię żywych rzeźb z wierzby oraz rzeźby z drewna i innych materiałów w Paprotach oraz w innych wioskach. W Karwnie odbyły się m.in. warsztaty bębniarskie grupy L’ombelico del Mondo z Sochaczewa, których uczestnicy pracowali z miejscową młodzieżą oraz uczyli się tańców i rękodzieła od mieszkańców Karwna. W tej samej wiosce młodzież z Goleniowa przebywająca tu na obozie przygotowała teksty „questów” i wystrój zagrody fantazji (BIELSKI 2011).

Do tworzenia „Muzeum smoków” zaproszono turystów rowerowych przejeżdżających przez Sierakowo. W piątek 3 sierpnia pomagali oni w urządzaniu muzeum i zatrzymali się w Sierakowie na noc, choć zamierzali jechać dalej, żeby w sobotę 4 sierpnia wziąć udział w uroczystym otwarciu muzeum, które towarzyszyło „Jarmarkowi hobbitów”. Tegoroczna edycja jarmarku odbyła się pod hasłem „Inwazja smoków”.

7. Turyści alfa i mieszkańcy wiosek tematycznych

Pobyt turystów typu alfa w wioskach tematycznych ma także znaczenie dla mieszkańców tych wsi. Turyści ci pomagają rozwijać ofertę wioski, ale także wzbogacają jej kapitał kreatywny. Wielu mieszkańców wiosek tematycznych zaczęło pod wpływem spotkań i wspólnej pracy z turystami typu alfa grać na instrumentach muzycznych, śpiewać, tańczyć, rzeźbić i zajmować się rzemiosłami artystycznymi. Dziewczyny z Sierakowa pracujące przy ob-

⁵ Por. <http://podlipami.blogspot.com/2012/08/w-krainie-hobbitow-i-trolli-nie-bez.html>.

sludze gry terenowej postanowiły przygotować nową wersję gry, i zrobiły to. Wystrój nowych stanowisk dla tej gry zaprojektował inny mieszkaniec wsi. Pan Kazik z Karwna, w którego gospodarstwie prowadzone były zajęcia dla młodzieży z Goleniowa i Sochaczewa, obudził w sobie ducha artysty i zaczął rzeźbić oraz konstruować różnego typu urządzenia do gier i zabaw. Poczuł się także poetą i ułożył wierszowane instrukcje do kolejnej gry terenowej. Młodzież z Karwna nauczyła się żonglerki, gry na bębnach i kilku tańców. Po każdym pobycie artystów w Paprotach pozostają nowe rzeźby oraz nowe pomysły i umiejętności przyswojone przez mieszkańców wsi.

Spotkania z ludźmi z różnych środowisk, wspólna z nimi praca i zabawa, to także swoisty trening umiejętności społecznych. Razem ze wzbogaceniem kapitału kreatywnego wpływa to na podnoszenie poziomu jakości obsługi turystów przybywających do wioski. Można postawić tezę, że pośrednio wpływa to także na podnoszenie poziomu kreatywności wśród turystów typu beta i gamma przybywających do wiosek tematycznych. Teza ta znajduje częściowe potwierdzenie w wypowiedziach turystów: „Już dawno się tak nie bawiłem”, „Poczułem się jak dziecko”, „Nie wyobrażałam sobie, że potrafię zatańczyć polkę”, „Jaka jestem zdolna”. Dzieci, które zrobiły swoje witrażyki, gliniane figurki, filcowe kulki czy plecionki z wikliny bardzo pilnowały żeby zabrać swoje dzieła do domu, by pochwalić się rodzicom.

8. Turyści alfa jako prekursorzy turystyki 2.0

Turyści typu alfa bawią się i uczą tworząc coś, co przydaje się innym, razem z tym rośnie ich zadowolenie i poczucie szczęścia⁶. Pod warunkiem, że zadania, z jakimi mają się zmierzyć dopasowane są do poziomu ich umiejętności.

Turystów typu alfa można uważać za prekursorów turystyki 2.0, czyli turystyki kreacji. W takiej turystyce zacierają się granice pomiędzy dostawcami i odbiorcami usług, pomiędzy turystami i mieszkańcami destynacji turystycznych. Z perspektywy filozofii turystyki taka turystyka ma szansę stać się bardziej etyczną i bardziej ekologiczną.

⁶ Odczucia wiążące się z dobrze wykonaną pracą z działaniem na rzecz innych, z pokonywaniem wyzwań, z twórczością artystyczną określane są mianem optymalnego doświadczenia. Mówiąc potocznie, jest to odczucie szczęścia (CSIKSZENTMIHALYI 2005).

Potencjalni turyści typu alfa i jednocześnie uczestnicy turystyki 2.0 to bywalcy różnego typu szkoleń motywacyjnych i „teamów buildingowych” oraz firmowych spotkań integracyjnych. Można sobie także wyobrazić w tej roli uczniów i studentów oraz słuchaczy uniwersytetów trzeciego wieku, a także klientów opieki społecznej.

9. Inspiracje i przestrzenie turystyki 2.0

Obok współtworzenia ofert wiosek tematycznych turystyka 2.0 może także oferować zajęcia związane z tworzeniem ofert gospodarstw edukacyjnych, terapeutycznych, przygodowych i artystycznych. Ciekawym obszarem do nowego turystycznego zagospodarowania są ogrody przekształcane, podobnie jak wymienione już gospodarstwa, w ogrody terapeutyczne, edukacyjne, artystyczne i doznaniowe. Turystami 2.0 można też nazwać osoby zajmujące się „stawianiem” skrzynek do „geocachingu”, które są jednocześnie aktywnymi uczestnikami tej formy turystyki. Osobną wielce obiecującą dziedziną do wspólnego zagospodarowania jest spacerowanie. Przykładem możliwości w tym zakresie są „dźwiękospacery”, które można potraktować jako prototypy nowego typu produktów turystycznych⁷. Kopalnią inspiracji w tej dziedzinie może być książka *Sztuka chodzenia* (THOREAU 2001).

Dziedziną, która zaczyna budzić zainteresowanie twórców produktów turystycznych jest tzw. antyturystyka praktykowana przez sytuacjonistów i psychogeografów⁸. Wiele wskazuje na to, że pomysły z tej dziedziny mogą także zaistnieć na gruncie turystyki 2.0.

Wielkie pole do popisu dla turystów typu alfa i kolejny obszar turystyki 2.0 to tworzenie i eksploatacja nowego typu muzeów. Nie chodzi tu tylko o muzea typu 2.0⁹. Interesujące w tym względzie są dziwne muzea czekające jeszcze na swoją nazwę, których przykładem może być „Muzeum smoków” stworzone w Sierakowie.

Turyści typu alfa mogą także uczestniczyć w podnoszeniu poziomu estetyki gospodarstw agroturystycznych. Akcję taką podejmują np. artyści zrzeszeni w grupie artystycznej „Papier”, którzy zamiast zwyczajowego

⁷ „Spacer dźwiękowy, czy spacer ze słuchaniem to forma grupowej przechadzki z intencją słuchania dźwięków otoczenia. Idziemy, najlepiej w grupie, ale gęsiego, utrzymując takie odstępstwa między sobą, aby nie słyszeć kroków osoby idącej przed nami. To chyba jedyne zasady, a z uwagi na to, że człowiek słucha bez przerwy – reszta wydarza się sama”, K. JANKOWSKA i M. KARALUS, *Dźwiękospacery*, <http://kulturawpieciuzmyslach.wordpress.com/>.

⁸ Por. <http://psychogeografia.wordpress.com/about/>.

⁹ Por. <http://museumtwo.blogspot.com/>.

oddawania obrazów w zamian za pobyt na plenerze, zaproponowali artystyczne upiększenie pokoi gościnnych.

Turyści typu alfa mogą się także zająć „oswajaniem” i przywracaniem wartości zaniedbanym obszarom miast. Wielkim wyzwaniem dla nich może być przygotowanie ofert turystyki 2.0 z wykorzystaniem podwórek miast, w których upadł przemysł, np. podwórek w Mysłowicach¹⁰.

10. Wnioski

Turystów typu alfa jest niewielu. Wiodą wśród nich prym artyści zorientowani społecznie, działający razem z animatorami społecznymi. Pod ich wpływem uczestnicy imprez, które można zaliczyć do dziedziny turystyki 2.0, odkrywają swoje talenty i wchodzą w role współtwórców kultury.

Działania turystów typu alfa mogą inspirować mieszkańców destynacji turystycznych do twórczych zachowań i wpływać na podnoszenie poziomu kapitału kreatywnego. Sprzyja to włączaniu społeczności w miejsca, w których działają turyści typu alfa do gospodarki wiedzy, twórczości i emocji.

Działalność turystów typu alfa może wspomagać rozwój obszarów marginalnych. Dzięki nim wsie i miasteczka bez wyraźnych atrakcji turystycznych mogą tworzyć innowacyjne produkty turystyczne i przyczółki nowej gospodarki.

Przysłowiowe miejsca, w których „nic nie ma” mogą być swoistymi poligonami dla turystyki 2.0. Sytuacja pustki i niedoboru jest w tym przypadku zaletą, bo zmusza do uruchomienia wyobraźni i zrobienia „czegoś z niczego”.

Turyści typu alfa są współtwórcami kultury, a jednocześnie inspirują innych do stawania się nimi.

BIBLIOGRAFIA

- ADAMSKI T., GORLACH K., 2007, *Neo-endogenous development and the revalidation of local knowledge*, „Polish Sociological Review”, No. 4 (160), s. 486–487.
- BERGER P. L., LUCKMANN T., 1983, *Společne tworzenie rzeczywistości*, PIW, Warszawa.
- BIELSKI P., 2011, *Karwno – w stronę wsi uczącej się*, „Zrównoważony Rozwój – Zastosowania”, nr 2, s. 38–49, http://sendzimir.org.pl/images/ZR_2/3_PL.pdf.

¹⁰ Por. <http://www.m-ok.pl/sit.com/>.

- CSIKSZENTMIHALYI M., 2005, *Przepływ. Psychologia optymalnego doświadczenia*, Moderator, Taszów.
- IDZIAK W., 2008, *Wymyślić wieś od nowa*, Koszalin.
- JELINČIĆ D.A., ŽUVELA A., brw., *Facing the Challenge?*, „Creative Tourism in Croatia”, s. 78, <http://www.tourismconsumption.org/JTCPVOL4NO2JELINICZUVELA.pdf>.
- KENN A., 2007, *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*, Warszawa.
- MIKOS VON ROHRSCHEIDT A., 2008, *Turystyka kulturowa – wokół definicji*, „Turystyka Kulturowa”, www.turystykakulturowa.org, nr 1.
- STRINGER E., 1996, *Action Research. A Handbook for Practitioners*, Sage Publications, Thousand Oaks–London–New Delhi.
- SZPUNAR M., 2010, *Nowe media a paradygmat kultury uczestnictwa*, [w:] M. Graszewicz, J. Jastrzębski (red.), *Teorie komunikacji i mediów*, 2, Atut, Wrocław s. 251–262.
- THOREAU H.D., 2001, *Sztuka chodzenia, czyli o wolności i dzikości*, Wyd. Miniatura, Kraków.
- UNESCO Creative Cities Network, *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism*, 2006, Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism, Santa Fe, New Mexico, U.S.A. October 25–27. s. 2. http://portal.unesco.org/culture/fr/files/34633/11848588553oct2006_meeting_report.pdf/oct2006_meeting_report.pdf.