

**Spółeczno-kulturowy kontekst
rozwoju turystyki i rekreacji
w metropoliach**

Studia Periegetica No. 2(22)/2018

The Socio-cultural Context of the Development of Tourism and Recreation in Metropolises

volume editors

Bernadeta Hołderna-Mielcarek
Maria Zamelska



The WSB University in Poznań Press

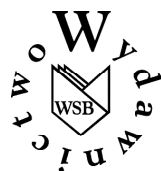
Poznań 2018

Spółeczno-kulturowy kontekst rozwoju turystyki i rekreacji w metropoliach

redaktorzy naukowii

Bernadeta Hołderna-Mielcarek

Maria Zamelska



Wydawnictwo
Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu

Poznań 2018

Komitet wydawniczy / Editorial Board

Przewodniczący / Chair: *prof. dr hab. Józef Orczyk*

Członkowie / Members: *dr hab. Władysław Balicki, dr hab. Arnold Bernaciak, dr Piotr Dawidziak, dr hab. Marek Dylewski, dr hab. Sławomir Jankiewicz, Grażyna Krasowska-Walczak* (dyrektor Wydawnictwa WSB w Poznaniu / Director of the WSB University in Poznan Press), *dr Alicja Kaiser, dr hab. inż. Tadeusz Leczykiewicz, dr hab. Magdalena Majchrzak, Andrzej Malecki* (sekretarz / Secretary), *dr hab. Ilona Romiszewska, dr Łukasz Wawrowski, prof. dr hab. Stanisław Wykrętowicz, dr Maria Zamelska*

Rada naukowa / Scientific Advisory Board

Assoc. Prof. Alexander Adamovsky (Ukraina), *dr hab. Ryszard Asienkiewicz* (Polska), *prof. dr hab. Wanda M. Gaczek* (Polska), *prof. Brian King* (Hong Kong, Chiny), *dr hab. Zygmunt Kruczek* (Polska), *Assoc. Prof. Tatjana Põlajeva* (Estonia), *Assoc. Prof. Miroslava Pridalova, PhD* (Czechy), *dr hab. Ewa Szczepanowska* (Polska), *prof. Lars Ryden* (Uppsala University, Szwecja)

Czasopismo umieszczone na liście „B” MNSW, w bazach: Index Copernicus, BazEkon, PBN i POL-Index.

Czasopismo recenzowane według standardów Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Lista recenzentów na stronie www.wydawnictwo.wsb.poznan.pl oraz w ostatnim numerze czasopisma z danego roku.

Journal included in List B of the Ministry of Science and Higher Education as well as in Index Copernicus, BazEkon, PBN and POL-Index databases.

Journal reviewed in compliance with the standards set forth by the Ministry of Science and Higher Education.

A list of referees is available at www.wydawnictwo.wsb.poznan.pl and published in the last issue of the Journal each year.

Procedura recenzowania / Review procedure

www.wydawnictwo.wsb.pl/informacje-dla-recenzentow

Redaktor naczelny czasopisma / Editor-in-chief

dr hab. Arnold Bernaciak

Zastępca redaktora naczelnego / Assistant Editor-in-Chief

dr Maria Zamelska

Sekretarz redakcji / Secretary

dr Alicja Kaiser

Redaktorzy naukowcy (tematyczni) / Scientific (Theme) editors

dr Bernadeta Holderna-Mielcarek, dr Maria Zamelska

Redaktor statystyczny / Statistical editor

dr hab. Maria Chromińska

Weryfikacja abstraktów w języku angielskim / Abstracts in English revised by

Grzegorz Grygiel

Redaktor prowadzący / Text editor

Elżbieta Turzyńska

Redakcja, skład i łamanie / Copyedited and typeset by

Adriana Staniszevska

Projekt okładki / Cover design by

Martyna Dawidziak

Publikacja finansowana przez Wyższą Szkołę Bankową w Poznaniu

Publication financed by the WSB University in Poznań

Wersja pierwotna – publikacja drukowana / Source version – print publication

Nakład: 150 egz. / Circulation: 150 copies

© Copyright by Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, 2018

ISSN 1897-9262

Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu

ul. Powstańców Wielkopolskich 5, 61-895 Poznań, tel. 61 655 33 99, 61 655 32 48

e-mail: wydawnictwo@wsb.poznan.pl, dzialhandlowy@wsb.poznan.pl, www.wydawnictwo.wsb.poznan.pl

Druk i oprawa / Printed and bound by Zakład Poligraficzny Moś i Łuczak, Poznań

Spis treści

Wprowadzenie (<i>Bernadeta Holderna-Mielcarek, Maria Zamelska</i>)	9
Józef Komorowski	
Współczesne problemy ekonomiczno-społeczne turystyki masowej w miastach	13
Krzysztof Kasprzak	
Turystyka w regionalnych dokumentach strategicznych województwa wielkopolskiego	33
Jarosław Słowiak	
Zagospodarowanie turystyczne i rekreacyjne lasów miejskich w Szczecinie	49
Magdalena Olejniczak	
Możliwości rowerowej rekreacji i turystyki kulturowej w Szczecińskim Obszarze Metropolitalnym	65
Michał Faryś, Jolanta Kijowska	
Projekt kulturowego szlaku turystycznego śladami Witolda Gombrowicza w Buenos Aires	85
Magdalena Jakubowska	
Współpraca polskich miast z blogerami w zakresie promocji turystycznej	103
Ewa Malchrowicz-Moško, Joanna Poczta	
Wpływ eventów sportowych na rozwój turystyki oraz wizerunek miasta na przykładzie międzynarodowych zawodów jeździeckich Cavaliada w Poznaniu w opinii ich uczestników	119
Maciej Łuczak	
Pioneers of Tourism and Sightseeing from Konin	133
Wymogi edytorskie Wydawnictwa WSB w Poznaniu dla autorów	145

Contents

Introduction (<i>Bernadeta Holderna-Mielcarek, Maria Zamelska</i>)	9
Józef Komorowski	
Modern Socio-economic Problems of Mass Tourism in Cities	13
Krzysztof Kasprzak	
Tourism in the Light of Regional Strategic Documents of the Province of Wielkopolska	33
Jarosław Słowiak	
Tourist and Recreational Reclamation of the Municipal Forests of Szczecin	49
Magdalena Olejniczak	
Possibilities of Cycling Recreation and Cultural Tourism in the Szczecin Metropolitan Area	65
Michał Faryś, Jolanta Kijowska	
A Concept of a Cultural Tourist Route Following the Footsteps of Witold Gombrowicz in Buenos Aires	85
Magdalena Jakubowska	
Cooperation of Polish Cities with Bloggers in the Area of Tourism Promotion	103
Ewa Malchrowicz-Moško, Joanna Poczta	
The Impact of Sporting Events on the Development of Tourism and the City's Image – the Case of an International Horse-riding Competition Cavaliada in Poznań based on a Survey of Spectators	119
Maciej Łuczak	
Pioneers of Tourism and Sightseeing from Konin	133
The WSB Press Instructions for Authors Submitting Their Contributions	146

Wprowadzenie

Tylko to, co przeżyliśmy, pozwala nam zrozumieć świat. Prawdy nie pozna się na podstawie szeregu dowodów, trzeba jej doświadczyć.

Antoine de Saint-Exupery, *Ziemia, planeta ludzi*

Dynamiczny rozwój turystyki i rekreacji w dużych miastach stanowi wyzwanie, jakim jest zapewnienie turystom oraz osobom podejmującym aktywność rekreacyjną pozytywnych doświadczeń i satysfakcji, z jednoczesnym uwzględnieniem masowości tego zjawiska i jego oddziaływania na jakość życia mieszkańców oraz na środowisko przyrodnicze i kulturowe. Harmonijny rozwój turystyki miejskiej wymaga opracowania strategii i programów rozwoju turystyki i rekreacji w aglomeracjach i metropoliach, których założenia i cele wpisują się w koncepcję zrównoważonego rozwoju. Rozwinięta i dobrze przygotowana infrastruktura turystyczna i rekreacyjna oraz atrakcje turystyczne wpływają na atrakcyjność turystyczną i rekreacyjną miast oraz całych metropolii. Rozpoznawalny wizerunek oraz skuteczna promocja stanowią ważny czynnik konkurencyjności w walce o lepszą pozycję na rynku turystyki miejskiej. Problematyka zeszytu pt. *Społeczno-kulturowy kontekst rozwoju turystyki i rekreacji w metropoliach* koncentruje się na zagadnieniach odnoszących się do współczesnych uwarunkowań rozwoju turystyki miejskiej.

Pierwszy artykuł, autorstwa Józefa Komorowskiego pt. *Współczesne problemy ekonomiczno-społeczne turystyki masowej w miastach*, wprowadza czytelnika w problematykę rozwoju turystyki masowej w przestrzeni miejskiej. Autor analizuje jej uwarunkowania i konsekwencje. Zwraca uwagę na jej dynamiczny rozwój i dysfunkcje z nim związane. Prezentuje też takie pojęcia, jak: turystyfikacja, fobia (anty)turystyczna, gentryfikacja, oraz ukazuje próby rozwiązania najtrudniejszych skutków turystyki masowej w miastach w polityce turystycznej władz miejskich.

Kolejny artykuł, przygotowany przez Krzysztofa Kasprzaka pt. *Turystyka w regionalnych dokumentach strategicznych województwa wielkopolskiego*, obejmuje problematykę rozwoju turystyki w kontekście uwarunkowań regionalnego planowania strategicznego na poziomie województw dostosowanego do wymogów polityki spójności Unii Europejskiej. Autor analizuje dokumenty dotyczące regionalnego rozwoju społeczno-gospodarczego i przestrzennego oraz przedstawia wnioski w postaci oceny realizacji ustaleń sektorowego dokumentu strategicznego województwa wielkopolskiego w turystyce w odniesieniu do jakości życia, ochrony środowiska przyrodniczego, atrakcyjności i konkurencyjności regionu, a także innych dokumentów strategicznych.

Zagospodarowanie turystyczne i rekreacyjne na przykładzie lasów miejskich w Szczecinie stanowi przedmiot rozważań artykułu Jarosława Słowiaka. Autor na podstawie inwentaryzacji zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego, obejmującego takie urządzenia, jak: polany rekreacyjne, punkty widokowe, znakowane szlaki turystyczne, ścieżki dydaktyczne, trasy spacerowe i rowerowe, oraz analizy mocnych i słabych stron zagospodarowania turystycznego proponuje dalsze kierunki potencjalnych zmian.

Wielofunkcyjność miast oraz duża różnorodność zasobów i form aktywności turystycznej dostępnych w metropoliach jest przedmiotem analiz w artykule Magdaleny Olejniczak pt. *Możliwości rowerowej rekreacji i turystyki kulturowej w Szczecińskim Obszarze Metropolitalnym*. Autorka przedstawia walory turystyczne i kulturowe miast i gmin wchodzących w skład Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego, a następnie dokonuje analizy stopnia rozwoju infrastruktury rowerowej na obszarze badanej metropolii. W artykule podaje też informacje nie tylko na temat walorów turystycznych, ale również inicjatyw organizacji pozarządowych wpływających na rozwój turystyki rowerowej na badanym terenie.

W ostatnich latach w wielu metropoliach dużym zainteresowaniem cieszy się turystyka kulturowa związana z wybitnymi postaciami. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom turystów, Michał Faryś i Jolanta Kijowska, autorzy artykułu pt. *Projekt kulturowego szlaku turystycznego śladami Witolda Gombrowicza w Buenos Aires*, zaproponowali szlak gombrowiczowski, który prowadzi nie tylko do miejsc związanych z życiem pisarza, ale też odwołuje się do miejsc historycznych i miejsc związanych z klimatem miasta. Szlak ten wiąże się z takimi cechami i wyobrażeniami, które silnie działają na percepcję turysty. Ponadto, co ma ogromną wartość utylitarną, autorzy wszystkie ślady gombrowiczowskie zidentyfikowali w przestrzeni geograficznej miasta, prezentując plan szlaku w dwóch wersjach, ze szczegółowym ich opisem. Zgromadzony materiał może stanowić podstawę do przygotowania miniprzewodnika nie tylko dla turystów zainteresowanych śladami Gombrowicza w Argentynie.

Wykorzystanie trendów określanych mianem Travel 2.0, związanych z zachowaniami turystów – użytkowników Internetu, w tym mediów społeczno-

ściowych, w nowych formach promocji turystycznej jest przedmiotem rozważań Magdaleny Jakubowskiej. Autorka analizuje współpracę polskich miast z blogerami i ich znaczenie jako internetowych liderów opinii publicznej (influencerów) w zakresie promocji turystycznej. Wyniki prezentowanych badań dotyczą charakteru współpracy z blogerami instytucji odpowiedzialnej za promocję, kryteriów doboru blogerów, tematyki blogów wybieranych przez miasta, monitorowania efektów współpracy.

W kolejnym artykule pt. *Wpływ eventów sportowych na rozwój turystyki oraz wizerunek miasta na przykładzie międzynarodowych zawodów jeździeckich Cavaliada w Poznaniu w opinii ich uczestników* Ewa Malchrowicz-Moško i Joanna Poczta starały się ustalić, czy Cavaliada przyciąga do Poznania osoby, które podejmują aktywność turystyczną w mieście oraz czy i w jaki sposób to wydarzenie sportowe wpływa na wizerunek stolicy Wielkopolski. Autorki przeprowadziły badania sondażowe, w wyniku których stwierdziły, że choć podczas wydarzeń sportowych spotykają się głównie osoby bezpośrednio związane z eventem, to ci, którzy przyjeżdżają z innych regionów, uzupełniają swój udział w imprezie aktywnością turystyczną. Praca ta jest przyczynkiem do poznania wybranych uwarunkowań rozwijającej się turystyki sportowej.

Zeszyt zamyka artykuł odnoszący się do historycznego kontekstu turystyki w miastach. Maciej Łuczak w opracowaniu pt. *Pioneers of tourism in Konin* przedstawia krótkie biografie czołowych działaczy krajoznawstwa i turystyki z przemysłowego miasta Konina, związanych z różnymi formami turystyki. W polskiej historiografii działalność propagatorów rozwoju turystyki w Koninie nie była dotąd przedmiotem badań regionalnych historyków. Ostatnio jednak zainteresowanie tym tematem wydaje się rosnąć. Wciąż jednak brakuje badań biograficznych najważniejszych animatorów turystyki w Koninie i ich szczególnego wkładu w rozwój turystyki w okresie międzywojennym i po drugiej wojnie światowej. Praca Macieja Łuczaka jest próbą rozwiązania tego problemu.

Niniejszy zeszyt jest ostatnim z cyklu czterech numerów „Studiów Periegetica” poświęconych problematyce rozwoju turystyki i rekreacji w metropoliach. Cykl otwiera zeszyt nr 3(19) pt. *Wieloaspektowość turystyki i rekreacji w metropoliach*, który zawiera artykuły prezentujące kilka nurtów badawczych występujących w nauce o turystyce i rekreacji. Można tu wyróżnić nurty: podróźniczy o charakterze poznawczym, zagospodarowania przestrzeni dla turystyki i rekreacji, socjologiczny, ekologiczno-przyrodniczy oraz ściśle społeczny. W artykułach kolejnego zeszytu pt. *Physical, Recreational and Tourist Activity of the Inhabitants of the Poznań Metropolis* zostały przedstawione wyniki badań realizowanych w ramach projektu naukowo-badawczego pt. „Region metropolitarny jako przestrzeń penetracji rekreacyjnej na przykładzie aglomeracji poznańskiej” w latach 2015-2016 w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu. W tych artykułach autorzy zaprezentowali wybrane aspekty swoich badań dotyczących głównie demogra-

ficznych, społecznych, ekonomicznych, geograficznych i infrastrukturalnych uwarunkowań aktywności i migracji rekreacyjnej i turystycznej mieszkańców metropolii Poznań. Przedostatni zeszyt tego cyklu, nr 1(21) pt. *Uwarunkowania aktywności turystyczno-rekreacyjnej w metropoliach*, zawiera artykuły prezentujące zarówno wybrane czynniki warunkujące tę aktywność: organizacyjno-prawne, społeczne, przyrodnicze na różnych obszarach metropolitarnych w Polsce, jak i infrastrukturę turystyczno-rekreacyjną w przestrzeni miejskiej.

Bernadeta Hołderna-Mielcarek, Maria Zamelska

JÓZEF KOMOROWSKI*

Współczesne problemy ekonomiczno-społeczne turystyki masowej w miastach

Streszczenie. Masowość i wielotysięczne potoki turystów są jednym z największych problemów współczesnej turystyki, szczególnie w mikroskali najatrakcyjniejszych turystycznie miast i regionów w Europie i na świecie. Zjawisko turystyki masowej wiąże się z wieloma uwarunkowaniami: ekonomicznymi, społecznymi, socjologicznymi i historycznymi. W artykule przedstawiono najważniejsze problemy związane ze zjawiskiem turystyki masowej w odniesieniu do zagadnień terminologicznych, do jej natury i tła społeczno-kulturowego, dynamiki rozwojowej, zagrożeń utraty tożsamości miejsca oraz protestów ze strony rdzennych mieszkańców miast. Rozważania dotyczą procesów i dylematów masowej turystyki, które analizowane są na najbardziej reprezentatywnych przykładach Barcelony i Wenecji, a także prezentują możliwości teoretyczne i podejmowane praktyczne próby przeciwdziałania skutkom masowego napływu turystów do miast, ze zwróceniem uwagi na rolę polityki turystycznej władz miejskich oraz działań mieszkańców.

Słowa kluczowe: turystyka masowa, tożsamość miasta, hasła protestu, działania władz lokalnych, Barcelona, Wenecja

1. Wstęp

Turystyka jest sektorem gospodarczym i dziedziną aktywności ludzi przeżywającą w ostatnich dekadach dynamiczny rozwój ilościowy i jakościowy. W procesie tym, obok niewątpliwych sukcesów przynoszących określonym destynacjom turystycznym ogromne dochody i awans w wielu dziedzinach, pojawiło się wiele zagrożeń i wyzwań. Są one bardzo zróżnicowane i pochodzą z różnych sfer funk-

* Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Wydział Finansów i Bankowości, e-mail: rudnicze@interia.pl, orcid.org/0000-0003-3578-0302.

cjonowania społeczeństw, tak po stronie turystów przybywających, jak i mieszkańców. Niektóre z tych zagrożeń stają się poważnymi problemami dla regionów turystycznych i ich społeczności lokalnych.

Skutkiem niepohamowanego rozwoju ilościowego turystyki na różnych poziomach przestrzennych jest **turystyka masowa** oraz jej niekontrolowany i często bezwzględny charakter. Pojęcie to jest dość szerokie i wielowątkowe. Obejmuje wiele konotacji wynikających z problemów ekonomicznych, społecznych, behawioralnych i kulturowych i wywołuje wiele skojarzeń, a tym samym mniej lub bardziej trafnych określeń. Wszystkie one zdają się jednak definiować zjawisko, które jest coraz bardziej negatywnie postrzegane, zwłaszcza przez mieszkańców miast lub regionów o szczególnych walorach turystycznych. W interpretacji autora zjawisko turystyki masowej dotyczy ogromnej liczby osób, które udają się do tego samego miejsca i często w tym samym czasie. Najczęściej są to zorganizowane grupy turystów dysponujących zunifikowanymi pakietami turystycznymi zawierającymi standardowe i wielokrotnie powielane usługi wakacyjne: tj. tani przelot lub rejsy statkami wycieczkowymi zabierającymi na pokład kilka tysięcy turystów, hotel, wyżywienie i dodatkowe usługi, np. zwiedzanie z przewodnikiem i rozrywki na miejscu. Wobec dużej liczby tour-operatorów na rynku konkurencyjna oferta cenowa zwiększa dostęp do masowych usług turystycznych.

W turystyce masowej uczestniczą także turyści indywidualni, których przyciąga moda i atrakcyjność najpopularniejszych miejsc turystycznych [Niezgoda 2013]. Bazują oni na opiniach dotyczących destynacji turystycznych i korzystają z możliwości wirtualnej organizacji wyjazdów i ich indywidualizacji. Turyści indywidualni stanowią obecnie coraz większą część turystyki masowej.

Pojęcie turystyki masowej odnosi się głównie do **turystyki w mieście**, która jest bliższa znaczeniowo podaży turystycznej (zależnej od infrastruktury i wieloaspektowej rozwiniętej funkcji turystycznej). Natomiast **turystyka miejska** wiąże się bardziej z popytem turystycznym, czyli z potrzebą jakości i pogłębionego kontaktu z kulturą danego miasta [Madurowicz 2012; Żabińska 2013]. Miasta poprzez swoją skumulowaną różnorodność kulturową i historyczną oraz zakotwiczenie w świadomości milionów ludzi jako miejsca szczególnie atrakcyjne i ważne edukacyjnie stały się wielorodzajowym produktem turystycznym, będącym w stanie zaspokoić wszelkie upodobania i potrzeby odwiedzających. Turystykę masową kreuje nie tylko liczba turystów różnych kategorii, ale także często wielość i masowość imprez kulturalnych, naukowych, biznesowych i sportowych. Ich różnorodność i związane z ich charakterem wymagania tworzą sprzyjające warunki infrastrukturalne dla napływu turystów o charakterze masowym (np. Paryż, Rzym, Florencja, Madryt).

Przeciwieństwem turystyki masowej jest turystyka zrównoważona i odpowiedzialna, która respektuje powagę i potrzebę zachowania równowagi między przybyszami a lokalnym środowiskiem naturalnym oraz docenia znaczenie i od-

mienność lokalnego środowiska społecznego i ekonomicznego. Czyni to tę turystykę zjawiskiem twórczym, o pozytywnych efektach dla obu stron: przybywającej i przyjmującej. Problematykę turystyki zrównoważonej podejmowało wielu autorów, przedstawiając ją w różnych aspektach i kontekstach [Niezgoda 2008; Kaźmierczak 2010; Bogdanowicz 2005].

Turystyka masowa nie jest zjawiskiem nowym. Jej początki datuje się na lata 20. XX w. w USA. W Europie pojawiła się w końcu lat 50., przejawiając się szybkim wzrostem potrzeb w zakresie wyjazdów i coraz większymi potrzebami konsumpcyjnymi bogacącego się społeczeństwa krajów Europy Zachodniej, intensywnie odbudowującej się po stratach wojennych. Do turystycznej gry o coraz większym udziale szerszych mas społeczeństwa wkroczyły interakcje różnych czynników, które zależały od wzrostu czasu wolnego, dochodów realnych, rozwoju środków transportu, a także edukacji. Coraz silniej wyrażane potrzeby zaczęły zmieniać i dezaktualizować struktury ekonomiczne i społeczne po stronie popytu. Z czasem podobne indywidualne decyzje turystów zaczęły się w niekontrolowany sposób przekładać na turystykę masową.

Negatywne aspekty turystyki masowej, choć obserwowane od wielu lat, nabrały obecnie zupełnie nowej, niepokojącej dynamiki. U jej podstaw leży wiele czynników, do których zaliczyć należy m.in.:

- ciągły proces bogacenia się społeczeństw wielu krajów, co wywołało i wzmocniło proces demokratyzacji oraz przyczyniło się do zwiększenia dostępności turystyki;

- niepohamowany rozwój technologiczny, ilościowy i jakościowy transportu, umożliwiający dotarcie turystyki w coraz to nowe obszary i miejsca, wyraźnie preferujący masowe przemieszczanie się turystów. Szczególne znaczenie miał tu rozwój niskokosztowych linii lotniczych oraz zniesienie w wielu krajach wizjadowych lub ułatwienia w ich uzyskaniu;

- rozwinięte i stale doskonalone systemy rezerwacji i organizacji indywidualnych i zbiorowych wyjazdów turystycznych;

- nieograniczone i stale wzbogacane źródła informacji o atrakcjach turystycznych i możliwościach odbycia podróży (najczęściej są to atrakcyjne wizualnie, lecz niepogłębione merytorycznie materiały promocyjne);

- moda na turystykę i poszukiwanie coraz to nowych celów wyjazdu.

Turystyka masowa, będąca dotąd powodem zadowolenia i dumy lokalnych administracji miast i organizatorów, w wielu przypadkach (m.in. Lizbona, Wenecja, Amsterdam, Barcelona) przekształciła się z sukcesu w uciążliwy dla mieszkańców i często niekorzystny dla nich proces, budzący niechęć i negatywny stosunek do turystów. Odnosząc się do wielu destynacji turystycznych najwyższej rangi i popularności, można stwierdzić, że ich uroda i nadmiernie wypromowana atrakcyjność może szkodzić i przysparzać problemów, które zderzają się z pierwotnym charakterem tych miejsc, prowadząc do utraty ich tożsamości.

W wielu krajach jest coraz więcej ludzi zamożnych, mających czas i możliwości organizacyjne, aby realizować swoje marzenia o odwiedzeniu tych miejsc, które m.in. były treścią przeżyć doznanych we wczesnej młodości i później wyobrażonych poprzez literaturę¹ [Zmysłony 2001] czy muzykę. To powoduje, że od kilku dekad mamy do czynienia z postępującą demokratyzacją turystyki i wypoczynku. Zwiększyła ona dostęp społeczeństwa do tej sfery ludzkich potrzeb, a wręcz je uświadomiła i wyzwoliła. Ta potrzeba osobistego poznania największych atrakcji turystycznych (bo te głównie padają ofiarą turystyki masowej)², rozbudzona przez środki masowego przekazu w postaci nie tylko filmów dokumentalnych i fabularnych, ale i różnego rodzaju rankingów najatrakcyjniejszych miejsc, staje się coraz silniejsza, a przy tym łatwiejsza do zrealizowania. Te zjawiska i działania ugruntowują renomę i niezwykłość wielu znanych i uznanych miejsc i kierunków turystycznych, przyczyniając się często do bezrefleksyjnego pogorszenia sytuacji, polegającego na wielokrotnym przekraczaniu ich pojemności turystycznej oraz degradacji środowiska naturalnego. W tym zakresie interesujące są refleksje Marka Nowackiego, które stanowią znaczący wkład w wiedzę o wizerunku światowych metropolii mających ugruntowaną pozycję w turystyce w świetle opinii turystów na temat atrakcji turystycznych badanych miast³ [Nowacki 2017].

W literaturze naukowej, a szczególnie w publicystyce prasowej pojawia się coraz więcej prac, opinii, ocen stanów faktycznych i głosów zaradczych dotyczących masowej turystyki i możliwości jej ograniczania. Najczęściej są to raporty o charakterze socjologicznym, gospodarczym, a także organizacyjnym, prezentowane przez różne stowarzyszenia, instytucje i organizacje⁴, ponadto artykuły i opracowania naukowe dotyczące turystyki masowej analizowanej w mikroskali danego miejsca lub destynacji [Sanchez Garcia 2017; Campoamor 2017; Murzyn 2015; Pokojka i Pudelko 2017]. Publikacje te przedstawiają podobne zjawiska w różnych miastach i miejscach turystycznych, a ich konkluzje pozwalają na uogólnienia dotyczące cech i uwarunkowań turystyki masowej.

Ogólną tezę artykułu jest stwierdzenie, że jednym z niewątpliwych skutków turystyki masowej jest występowanie w dotkniętych nią miastach podobnych zja-

¹ W ostatnich 10 latach dużą popularność Barcelonie przyniosło kilka powieści, które stały się bestsellerami na rynkach czytelnicych wielu krajów, np. I. Falcones, *Cień wiatru*, *Katedra w Barcelonie*, A. Becerra, *Przedostatnie marzenie* czy E. Martin, A. Carranza, *Tajemnica Gaudiego*.

² Hasło *must see* jako odpowiednik marketingowej zachęty *must have* oddziałuje na mentalność i potrzeby konsumentów turystyki, szczególnie młodych.

³ Opinie autora istotne z punktu widzenia metodologiczno-przedmiotowego mogą być przydatne także przy podejmowaniu decyzji na temat kluczowych aspektów turystyki masowej w wielkich miejskich centrach turystycznych.

⁴ Światowy Komitet Podróży i Turystyki (WTTC) zapowiada wydanie raportu dotyczącego turystyki masowej, opartego na współpracy przedstawicieli 184 krajów [*Rzeczpospolita*, 25.08.2017].

wisk. Reakcje na te zjawiska ze strony mieszkańców i władz lokalnych są jednak zróżnicowane i dotyczą zmieniającego się stosunku mieszkańców do turystów i ogólnie jakości życia społecznego wywołanego nadmiernym zatłoczeniem oraz zarządzania miastem i jego gospodarką.

Celem artykułu jest przybliżenie i analiza aktualnego problemu turystyki masowej jako zjawiska i tendencji niepokojących zarówno władze miast doświadczających jej skutków, jak i organizatorów turystyki. Zamierzeniem autora jest także dokonanie systematyki działań podejmowanych przez władze miast w tym zakresie. W artykule przedstawiono też współczesne zmiany w charakterze turystyki miejskiej, w tym wiele teoretycznych i praktycznych aspektów problemu turystyki masowej, coraz częściej kontestowanej przez społeczność, głównie miast. Turystyka ta stała się najbardziej widocznym znakiem dysfunkcji, jakie niesie globalizacja. W artykule autor stara się połączyć aspekty społeczne i ekonomiczne z socjologicznymi, podkreślając interdyscyplinarny problem turystyki masowej.

W ramach rozważań teoretycznych na temat zjawisk niekontrolowanej i często spontanicznej turystyki masowej omówione zostały aspekty terminologiczne zjawiska wyjaśniające jego naturę i cechy. Przytaczając konkretne przykłady miejsc i regionów w Europie, autor stawia tezę o dużej szkodliwości turystyki masowej w aspekcie niekorzystnych procesów społecznych i ekonomicznych oraz o możliwościach jej złagodzenia w mikroskali.

2. Turystyka masowa – rozważania teoretyczne na tle obserwowanych zjawisk

Turystyka, postrzegana jako zmiana miejsca codziennego życia, staje się do pewnego stopnia aktem wyzwolenia jednostki. Codziennosc bowiem, która stanowi podstawowe środowisko funkcjonowania ludzi, jest postrzegana jako pewne ograniczenie nieuświadomionej w pełni wolności. Moment podjęcia decyzji o wyjeździe i jego realizacja daje impuls do różnych zachowań, które zwykle są manifestacją wolności i chęcią skorzystania z niej. W turystyce masowej zachowania te coraz częściej mają swoje negatywne urzeczywistnienie⁵.

W wielkich miastach turystyka może teoretycznie odgrywać rolę marginalną, jeśli wziąć pod uwagę aspekt czysto ekonomiczny, wyrażony konkretnymi miarami i wskaźnikami, a odnoszony do całościowego bilansu gospodarczego miasta. Takie postrzeganie funkcji turystyki w miastach jest jednak błędne, zwłaszcza gdy chodzi o wielkie ośrodki o ustalonej w turystyce wysokiej marce, posiadające

⁵ Przejawia się to np. w turystyce alkoholowej (Kraków, Barcelona, Ibiza) czy też turystyce seksualnej (np. Tajlandia).

zasoby turystyczne klasy międzynarodowej, o ugruntowanej w historii, literaturze i sztuce pozycji i popularności. Turystyka miejska jest współcześnie zjawiskiem trudnym do powstrzymania, gdyż wielkie ośrodki miejskie stają się coraz bardziej atrakcyjne dla turystyki masowej. Świadczą o tym dane statystyczne⁶, według których w 2013 r. wyjazdy do miast realizowane przez turystów europejskich wzrosły o 10 p.p., podczas gdy podróże wypoczynkowe (słońce i plaża) o 6 p.p. w stosunku do roku poprzedniego. Rośnie jednak nie tylko liczba turystów odwiedzających miasta, ale także ich wydatki, co potwierdza Raport Global Destination Cities Index opublikowany przez MasterCard w 2017 r., dotyczący wzrostu przyjazdów turystów oraz ich wydatków w 132 miastach na świecie posiadających lotniska (wykres 1). Znajdujące się na czele tej listy miasta (Taipei, Tokio, Bangkok, Seul, Istambuł) zanotowały w okresie 2009-2015 średni wzrost tych wskaźników o 10-15 p.p. Na przykład we Włoszech w 2015 r. aż 52,1% przyjazdów zagranicznych turystów skierowało się do miast o znaczeniu historycznym i artystycznym, podczas gdy tylko 19,1% za cel obrało wypoczynek na włoskich plażach⁷.

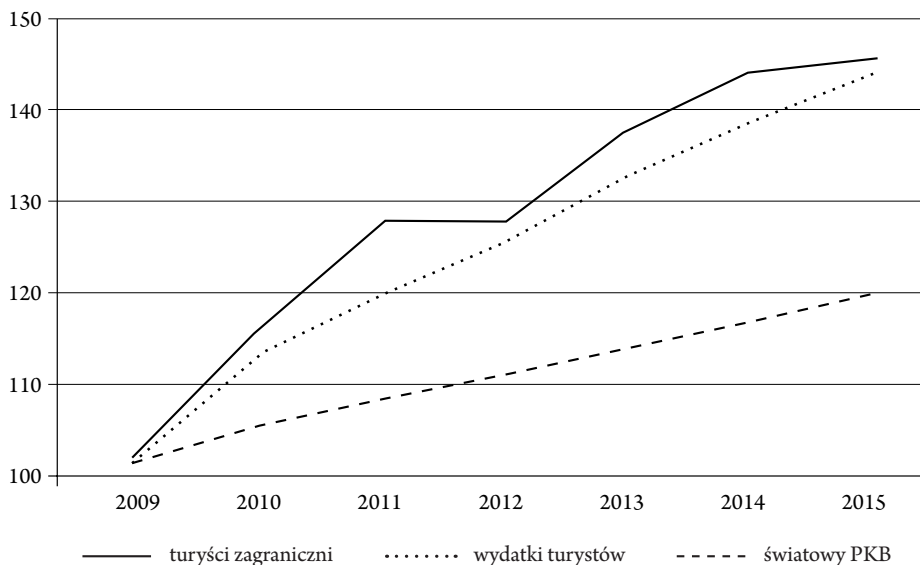
O sukcesie turystycznym miast decydują nie tylko walory w postaci kumulacji atutów typowych, jak historia, zabytki, klimat, dostępność, pozycja kulturalna i prestiż (np. Paryż), ale także atmosfera życia miasta. Już wiele lat temu Jean Bastie (1984) zwracał uwagę na wielki walor Paryża, jakim jest *la vie parisienne*, które stało się i nadal jest szczególnym wabikiem dla turystów z całego świata. Te specyficzne formy działalności, cechy i przejawy „paryskiego stylu życia” przekształcają się w wymienione wcześniej stałe atuty miasta. Dlatego też dla przybyszów stanowią one główne atrakcje (nie tylko Paryża, ale i Lizbony, Rzymu, Palermo czy miasteczek w Toskanii). Bastie nazywa je swoistą „wyściółką” turystycznych przemieszczeń w wielkim mieście. To przenikanie przybyszów w sfery codziennego życia miasta, jakby poza lub obok jego materialnego bogactwa kulturowego, powoduje, że tradycyjna turystyka napędzana jest przez współczesne atrybuty przyjemnego spędzania czasu w metropolii lub jej wybranych dzielnicach funkcjonalnych. Częstym zjawiskiem jest tworzenie enklaw artystycznych lub sektorów kreatywnych w rewitalizowanych dzielnicach miast, które stają się coraz bardziej popularne i turystycznie atrakcyjne m.in. przez swoją unikatowość (np. Kazimierz w Krakowie, Gracia w Barcelonie).

Tam następuje swoiste połączenie starego z nowym, co wielu turystom bardzo odpowiada, gdyż nie czują się tam zagubieni. Mogą oni odwoływać się także do znanych sobie współczesnych wartości, które w powiązaniu ze starymi pozwalają im lepiej zrozumieć miejsce i wyczuć jego unikalną atmosferę. Na ten rodzaj relacji turysty z miejscem, nie tylko w aspekcie czysto kulturowym (zabytki), zwraca

⁶ www.hosteltur.com/113130/2017 [dostęp: 8.10.2015].

⁷ [www.enit.it/studi.html/Il turismo straniero in Italia 2016](http://www.enit.it/studi.html/Il_turismo_straniero_in_Italia_2016) [dostęp: 4.06.2016].

Wykres. 1. Wzrost światowego PKB na tle wzrostu liczby turystów zagranicznych i ich wydatków w 132 ośrodkach miejskich świata (w %)



Źródło: Global Destination Cities Index, MasterCard 2017.

cają uwagę Greg Richards i Julie Wilson [2006], a także Jacek Kaczmarek i Sylwia Kaczmarek [2009], którzy turystyki miejskiej nie ograniczają tylko do dziedzictwa kulturowego, ale uznają, że można ją kreować przez zagospodarowanie zorientowane na potrzeby i oczekiwania turystów. Mamy tu do czynienia z nową jakością turystyki miejskiej cenioną przez turystów i w wielu wypadkach mogącą przerodzić się w obiekt zainteresowania turystyki masowej. W części jakość ta jest unikatowa, a w części znana już z innych miejsc. Można sądzić, iż to połączenie stanowi ów specyficzny miejski produkt turystyczny, który, odpowiednio promowany, może przyciągać rosnące masy turystów, z których większość nie w pełni zdaje sobie sprawę z działania tego mechanizmu. Po prostu nie dostrzega go w takim znaczeniu i wymiarze, jak turysta indywidualny, który odkrywa coś dla siebie, czym jest zaskoczony lub zachwycony. Doznania te wzbogacają turystów indywidualnych wewnątrz i pozostawiają w nich trwałe ślady. Oni też, znając już strukturę funkcjonalną miasta, wybierają te jej składowe, które im odpowiadają i pomogą im w zrozumieniu czegoś, w potwierdzeniu jakichś marzeń, przemyśleń, a także pozwolą na wejście w interakcje ze stałymi mieszkańcami miasta. Często możliwość osobistych kontaktów z mieszkańcami, poparta znajomością języka, może stanowić jeden z bardziej pociągających aspektów turystyki indywidualnej. Stoi to w kontrze do turystyki masowej, gdzie nie ma czasu, a często

i ochoty na takie doznania, gdzie postrzeganie miejsc turystycznych przez masowego turystę jest bardzo powierzchowne, często bezrefleksyjne.

We współczesnej turystyce masowej mamy do czynienia z powszechnym zjawiskiem, szczególnie w znanych kurortach nadmorskich, ale także w miastach, polegającym na połączeniu oryginalnego miejscowego stylu kulturowego, np. włoskiego czy portugalskiego, z modelami stylów zagranicznych reprezentowanych przez przyjezdnych. Prowadzi to do osłabienia charakterystycznych cech miejsca oraz do znacznej unifikacji i standaryzacji kultury i wielu usług, co jest częstym powodem frustracji lokalnych społeczeństw, a także rozczarowaniem dla wielu przyjezdnych [Battilani 2009].

W szczycie sezonu turystycznego najatrakcyjniejsze miasta w znacznym stopniu tracą swoją tożsamość⁸ i charakter, zmieniając się w ogromne, zaludnione parki tematyczne, wielkie cyrki ku zabawie przybyszy [Kamen 2017]. Prowadzi to do wulgaryzacji turystyki i przejawia się m.in. macdonaldyzacją i disneizacją odbywającą się kosztem życia lokalnych mieszkańców. Sukces turystyczny destynacji miejskiej jest zatem bronią o podwójnym rażeniu: z jednej strony generuje większe dochody, z drugiej – prowadzi do degradacji turystycznie atrakcyjnych dzielnic miasta. Dla niektórych miast realne staje się zagrożenie przekształcenia w *no-lugar turistico* (nie-miejsce turystyczne)⁹. Tymczasem wszystko zostaje poświęcone dla dobra turystyki, podczas gdy największe zyski, jakie generuje zakwaterowanie w mieście, trafiają do rąk międzynarodowego biznesu turystycznego (np. firm wynajmu Airbnb). Zarabiają tu również niskokosztowe linie lotnicze, linie statków wycieczkowych i zagraniczni tour-operatorzy.

Polityki turystyczne w działaniach zarządów miast wydawały się zawsze mieć priorytet ekonomiczny, co przez lata było zrozumiałe. Turystyka przynosiła i nadal przynosi gospodarce miast ogromne dochody bezpośrednie i pośrednie – wyraźne są korzyści uzyskiwane przez sektory związane z hotelarstwem i gastronomią oraz generujące zatrudnienie (często jest to zatrudnienie sezonowe). Obecnie jednak w wielu krajach poszukuje się równowagi między dziedzictwem narodowym, przyrodniczym i antropogenicznym a imperatywem generowania dochodów i konsumpcją turystyczną. Polityki obejmujące turystykę i odnoszone do określonych atrakcji punktowych w przestrzeni miast mają charakter wielowymiarowy. Obejmują różnorodne rozwiązania, np. w zakresie planowania przestrzennego, niejednokrotnie wymagające interwencji państwa oraz współpracy międzynarodowej. Bez takich działań może nastąpić kryzys w postaci chaosu zagospodarowania przestrzennego i osłabienia turystyki zrównoważonej z powodu często szkodliwych skutków ślepej konkurencji wolnorynkowej.

⁸ Wśród miast, które tracą swoją tożsamość, przytłoczone masowym napływem turystów, najczęściej wymienia się Lizbonę i Amsterdam.

⁹ www.hosteltur.com/111534/2015 [dostęp: 16.06.2015].

Władze miejskie muszą mieć ciągle na uwadze, że współczesne duże miasto zmienia się pod wpływem przyjezdnych – turystów. Turysta staje się użytkownikiem miasta i coraz wyraźniej także uczestnikiem struktur miejskich. Zwraca na to uwagę Jacek Kotus [2015], pisząc, że turyści poprzez swoje zachowania modyfikują istniejące obszary strukturalne miasta i wpływają na kształt zachowań społecznych stałych mieszkańców. Stwierdzenie Kotusa można odnieść do problemów powstających pod wpływem masowej turystyki w wielkich miastach. Ujęcie tej kwestii przez autora ma konotację pozytywną, jednakże jego przeskalowanie w przypadku wielkich centrów turystycznych prowadzi do efektów negatywnych.

Ważnym elementem polityki władz miasta w zakresie uciążliwości turystyki masowej jest partycypacja społeczności lokalnej w kreowaniu krótko- i długoterminowych strategii rozwoju turystyki w przestrzeni miejskiej. Do tworzenia takich strategii konieczne jest poznanie opinii mieszkańców o procesach, które ich dotyczą, i skutkach takiej turystyki, o tym, co przynosi efekty pozytywne i w jakim zakresie, a co negatywne. Działania takie podejmowane są już w wielu miastach, np. w Bilbao, Rotterdamie, Dublinie – w wyniku dialogu władz z mieszkańcami – dając dobre rezultaty, bo poziom i komfort życia obywateli mimo napływu turystów znacząco wzrósł. Kolejne ekipy władz miejskich w Hiszpanii dostrzegły konieczność dofinansowania nowych strategii turystycznych lub odnowienia i aktualizacji już istniejących (np. w Barcelonie, Madrycie i Walencji)¹⁰.

Egzogeniczna funkcja turystyki w mieście nakłada na władze miejskie wiele obowiązków i wyzwań, którym muszą sprostać, aby miasto mogło te funkcje zainicjować lub poszerzyć, w sposób widoczny rozwijać i trwale wzmacniać, aby zapewnić miastu napływ kapitału z zewnątrz niezbędny do stymulowania przedsięwzięć inwestycyjnych w sferze turystyki.

Należy podkreślić, że turystyka, także masowa, może być częścią, często nawet niewielką, sukcesu gospodarczego miast, szczególnie dużych. Jednakże wskazuje ona i wzmacnia ich niezależność, samoistny i specyficzny rytm funkcjonowania, niezależnie od otaczającej przestrzeni. Turystyka sama w sobie jest instrumentem promocji miasta i czynnikiem przyciągającym inwestorów nowoczesnego przemysłu i sektora najnowszych technologii. Zatrudnieni specjaliści z tych dziedzin gospodarki, należący obecnie do bardzo wymagającej elity społecznej, często wybierają na miejsca swoich karier zawodowych ciekawe i atrakcyjne do życia i celów turystycznych ośrodki miejskie [Komorowski 2000]. Wielkie miasta w skali krajowej i międzynarodowej, nie tylko w sferze gospodarki, ale także turystyki, żyją i orientują się bardziej na siebie, na swoje interesy i problemy niż na interesy regionów, w których są położone [Taylor 2005; 2009]. Nie jest to korzystne ani dla ośrodka centralnego, ani dla dalszego czy bliższego otocze-

¹⁰ Według exceltur.org/UrbanTur 2016 vs UrbanTur 2012 [dostęp: 1.05.2017].

nia. Same jednak stanowią punkty rozrządowe i węzły, z których przekazywane są impulsy do sąsiednich regionów, lecz są to często działania bierne, wynikające z oczywistej pozycji wielkiego miasta w regionie [Komorowski 2000].

3. Nowa terminologia i przejawy protestu

W języku opisującym turystykę masową pojawiły się nowe określenia i hasła, które w mniejszym lub większym stopniu wiążą się z jej negatywnymi aspektami. Są one wyrazem protestu i zniecierpliwienia masowym napływem turystów, gniewu, a w skrajnych przypadkach nawet wrogości części mieszkańców do przyjezdnych. Jednocześnie w raportach i opracowaniach naukowych podejmowane są próby diagnozy i zdefiniowania głównych mankamentów turystyki masowej, dających podstawy nie tylko do teoretycznych analiz, ale i konkretnych przedsięwzięć praktycznych.

Szczególnie często przytaczanym przykładem napięć związanych z turystyką masową jest Barcelona, które w ostatnich 3-4 latach zyskały międzynarodowy rozgłos; jeszcze wcześniej dotyczyły one Wenecji. W tym okresie na łamach prestiżowych dzienników (m.in. *New York Times*, *Guardian*) ukazały się artykuły, notatki i zdjęcia z manifestacji oraz miejsc przeciążonych turystyką tłumu. Oba miasta stały się symbolem negatywnych skutków tego zjawiska, a także przedmiotem największej liczby raportów i opracowań. Przyjmująca rocznie ok. 30 mln turystów Barcelona w 2016 r. była dwunastym najliczniej odwiedzanym miastem świata¹¹. W Europie wyprzedzały ją tylko Paryż i Londyn. Wenecję, liczącą w 2015 r. ok. 56 tys. mieszkańców, odwiedzało w szczytowych miesiącach sezonu 74 tys. turystów dziennie.

Przez lata, zwłaszcza w okresie kryzysu ekonomicznego w Hiszpanii (2009-2013), w Barcelonie cieszone się z boomu turystycznego, widząc w tym jedyny ratunek dla słabnącej gospodarki. Według badań MasterCard Barcelona była w 2016 r. szóstym miastem w świecie o najwyższych wpływach z turystyki, sięgających 13,4 mld euro rocznie, co stanowiło ok. 15% wpływów gospodarki miasta. Mimo iż Barcelona należy do najdroższych miast dla turystów (na szóstym miejscu w Europie, za Madrytem), nie miało to większego znaczenia i nie wpłynęło negatywnie na opinie turystów o tym mieście ani na ich liczbę¹². Pokazuje to siłę

¹¹ www.codigonuevo.com [dostęp: 23.05.2017].

¹² Według MasterCard wynika to z porównania cen 20 produktów najchętniej kupowanych przez turystów. Aż 20% z nich nie uznało tego faktu za negatywny. Tylko 14% wyraziło niezadowolenie z powodu brudu i hałasu, 9% skarżyło się na infrastrukturę, a 8% na ceny; www.gastournomic.com/2017. www.lavanguardia.com [dostęp: 26.09.2014].

oddziaływania Barcelony jako atrakcji turystycznej na opinie turystów, którzy są w stanie znieść wiele niedogodności, jakie pociąga za sobą turystyka masowa. Są oni w dużej mierze reprezentantami turystów niskokosztowych, mających mniejsze wymagania co do jakości usług i niezważających na niedogodności związane z nadmiernym zatłoczeniem.

Masowy napływ turystów do Barcelony w ciągu ostatnich 6 lat wzbudza jednak coraz więcej obaw i głosów krytyki. O ile w 2011 r. tylko 0,8% mieszkańców widziało to zjawisko jako główny problem w mieście (na pierwszym miejscu wymieniano bezrobocie), o tyle w 2017 r. było ich już 19% (w 2016 r. wskaźnik ten wzrósł z 5,6% w maju do 11% w grudniu). Dane te ukazują wyraźną dynamikę zjawiska oraz negatywny wpływ masowej turystyki, który jest coraz szerzej dostrzegany przez mieszkańców miasta¹³.

Najnowsza analiza dotycząca protestów społecznych związanych z masową turystyką miejską na przykładzie Barcelony i Wenecji została przedstawiona w obszernym artykule Joanny Kowalczyk-Anioł i Piotra Zmyślonego [2017]. Autorzy dokonują w nim przeglądu źródeł i skutków konfliktów społecznych wywołanych przez niekontrolowany napływ turystów, kładąc nacisk na znaczenie uniwersalizacji tego procesu, jego powtarzalność i podobne efekty, czego potwierdzeniem są problemy wymienionych miast.

Pierwsze określenia opisujące problem turystyki masowej dotyczyły zatem Hiszpanii i Włoch. W Barcelonie najbardziej niepokojące, zarówno mieszkańców, jak i władze, stało się zjawisko **turystyfikacji** (hiszp. *turistificación*), które polega na znaczącym wzroście cen wynajmu mieszkań spowodowanym przez zainteresowanie właścicieli kamienic przekształcaniem ich w mieszkania wakacyjne przynoszące dwu-, a nawet trzykrotnie wyższe dochody miesięczne niż z wynajmu lokatorskiego. Zmusza to stałych lokatorów do opuszczania swych mieszkań i szukania lokum w innych dzielnicach miasta, gdzie presja turystyki jest mniejsza. W Barcelonie zjawisko turystyfikacji najprędzej, a także najboleśniej odczuli mieszkańcy Barcelonety, starej dzielnicy portowej miasta. Proces ten wpłynął negatywnie na jakość życia mieszkańców, którzy z różnych przyczyn postanowili nie opuszczać swoich domów. Oni też negatywnie odczuwają szybki i widoczny zanik tradycyjnych sklepów, punktów usługowych i barów w swojej dzielnicy, gdzie rodziny żyły od pokoleń. Tradycyjna sieć handlowa jest bowiem wypierana przez lokale nastawione głównie na obsługę turystów (sklepy z pamiątkami, fast foody). W dzielnicach, które upodobali sobie turyści, dawni mieszkańcy zmuszeni są znieść niewłaściwe zachowania turystów [Campoamor 2017]. Ich rosnąca liczba to równocześnie ogromne ilości śmieci „turystycznych”, pojemników na śmieci, kontenerów. Zjawisko turystyfikacji – w różnej skali – dotyka już wielu miast w Europie, m.in. Wenecji, Lizbony, Amsterdamu, Brugii, Florencji, Pragi.

¹³ <http://el.periodico.com/es/barcelona> [dostęp: 23.06.2017].

Fobia (anty)turystyczna (ang. *phobia in tourism*, hiszp. *turismofobia*) rodzi się wtedy, gdy występuje wyraźne zaburzenie równowagi między pojemnością turystyczną określonego miejsca a liczbą przybyszy i polega na tym, że odwiedzający je turyści i ludność lokalna zmuszeni są dzielić ograniczone zasoby miasta i tę samą przestrzeń publiczną. Fobia antyturystyczna wyzwała wiele odruchów niechęci wśród lokalnych mieszkańców, którzy swoje niezadowolenie manifestują w postaci protestów, domagając się od władz działań zapobiegających napływowi nadmiernej liczby turystów. Pojawiają się wtedy na murach albo na transparentach takie hasła, jak: *Tourists go home* (Turyści do domu), *Stop destroying our lifes* (Nie niszczyć naszego życia), *My building is not a hotel* (Mój dom to nie hotel), *Gaudi hates you/Gaudi te odia* (Gaudi cię nienawidzi), *El turismo mata a la ciudad* (Turystyka zabija miasto), *Pared de destrozar nuestras vidas* (Przestańcie niszczyć nasze życie), *Non grandi navi* (Nie dla wielkich wycieczkowców)¹⁴, *Non al turismo di massa* (Nie dla masowej turystyki). Na murach Barcelony spotkać można było także ostrzejsze sformułowania, np. *Tourists go home – you are terrorists* lub *Tourism = terrorism*.

Do coraz częściej używanych określeń opisujących negatywne aspekty turystyki masowej należą też: turystyka hipsterska¹⁵ (ang. *hipsters tourism*), turystyka pijacka (hiszp. *turismo de borrachera*), *gentrificación turística*, *urbanicide*. Gentryfikacja turystyczna polega na zmianie dotychczasowej funkcji mieszkalnej dzielnicy miasta (najczęściej w starych, atrakcyjnych centrach) na funkcję zdominowaną przez turystykę masową. Zamiana ta może (ale nie musi) prowadzić do zamierania tych części miasta, gdyż jako upodobnione do innych tracą swoją tożsamość i stają się mniej atrakcyjne. Natomiast określenia *urbanicide*, rozumiane jako „działania przeciwko miastu”, użył Marco d'Eramo [2014], opisując negatywne konsekwencje przyznawania miastom (i miejscom) przez UNESCO tytułu „World Heritage”. Ten prestiżowy certyfikat jest masowo wykorzystywany w marketingu turystycznym i działa jako kulturalna i humanitarna twarz światowej maszyny turystycznej napędzającej masową turystykę. Proces ten w konkretnych przypadkach zamienia miejskie życie w atrakcję turystyczną. Ofiarą tego zjawiska stały się m.in. San Gimignano w Toskanii, Luang Prabang w Laosie i Porto w Portugalii.

¹⁴ Hasło to pojawiło się w Wenecji jako protest przeciwko ogromnym wycieczkowcom wpływającym do weneckiej laguny, powodującym m.in. krótkoterminowe wielotysięczne napływy turystów oraz ogromne zanieczyszczenie powietrza i szkodliwe dla fundamentów miasta fale. Jeden wycieczkowiec zabierający na pokład 4-5 tys. pasażerów wytwarza spaliny równe w ilości i szkodliwości tym, które w tym samym czasie wytwarza ok. 14 tys. samochodów.

¹⁵ Dotyczy osób, które coraz liczniej naśladują ostatnie trendy i mody w turystyce, zwykle poza głównym nurtem kultury. Poszukując nowych miejsc i wrażeń, przyciągają stopniowo coraz więcej turystów, zamieniając ten trend w turystykę masową. W Barcelonie takim miejscem stała się coraz modniejsza dzielnica Gracia.

4. Próby rozwiązania problemu masowej turystyki

W działaniach władz miast na rzecz ograniczenia masowej turystyki wychodzi się z założenia, że coraz szersza oferta dla turystów przyczynia się do obniżenia jakości życia mieszkańców. Konstatacja ta w niektórych przypadkach przyszła zbyt późno, gdyż nawet bez promowania oferty turystycznej granice pojemności miasta zostały już dawno przekroczone, a jakość życia stałych mieszkańców jest zagrożona. W tej sytuacji władzom miast, takich jak: Barcelona, Wenecja, Paryż, Amsterdam, Lizbona, Reykjavik, nie pozostaje nic innego jak podejmowanie często niepopularnych decyzji oraz wysiłków, aby ten proces ograniczyć i zminimalizować jego negatywne skutki. Poza tymi znanymi od lat stale pojawiają się nowe zagrożenia, będące wynikiem ułatwień pochodzących z lokalnego wolnego rynku komercyjnego, które mają na celu umożliwienie masowym turystom korzystania z technologicznych udogodnień zwiedzania atrakcji turystycznych miasta, a które powodują dalszą degradację środowiska miejskiego. Typowym przykładem tej sytuacji jest Lizbona, gdzie na dużą skalę rozwinięto indywidualny transport realizowany za pomocą „tuk-tuków” (kilkuosobowych pojazdów benzynowych), dwuosobowych go-carów i segwayów. Dwa pierwsze rodzaje pojazdów powodują dodatkowe zanieczyszczenie atmosfery w wąskich ulicach Lizbony, natomiast segwaye, często używane przez duże grupy turystów, wprowadzają ruch i dodatkowe zatłoczenie w najmniejszych uliczkach, gdzie dopuszczalny jest jedynie ruch pieszych.

Wobec tylu negatywnych następstw masowych przepływów i „najazdów” turystów władze miast i regionów, które stały się najbardziej popularnymi celami podróży, podejmują, względnie planują, przeważnie autorskie indywidualne działania i projekty, aby unormować groźne zjawisko masowej turystyki. Działania te podejmowane są na różnych szczeblach administracji państwowej i lokalnej oraz często odnoszą się do przedsięwzięć jednostkowych. Zaliczyć do nich można:

1. **Ograniczenie promocji turystyki** przez władze lokalne, organizacje turystyczne i biura podróży. W wielu turystycznych miastach Hiszpanii turystyka utraciła priorytet w polityce lokalnej, m.in. poprzez mniejszy budżet, organizacyjne włączanie spraw turystyki do innych wydziałów urzędów miejskich¹⁶.

2. **Wykazywanie wtórnych negatywnych efektów ekonomicznych** związanych z masowym napływem turystów mimo początkowych, często atrakcyjnych danych o sukcesie ekonomicznym.

¹⁶ www.exceltur.org [dostęp: 1.05.2017].

3. Działania władz krajów Unii Europejskiej na rzecz **planowania przestrzennego**, zapobiegające tworzeniu planów zorientowanych na zmasowaną turystykę, której realizacja może zaszkodzić zachowaniu przyrody w pierwotnym stanie oraz obiektów dziedzictwa historyczno-kulturowego.

4. Wobec skomplikowanych procedur i procesów związanych z ruchem turystycznym, szczególnie w miastach, większy nacisk kładzie się na **zarządzanie turystami w mieście niż na zarządzanie turystyką**. Turystyka jest bowiem coraz bardziej efektem indywidualnych wyborów jednostek. One to stanowią bardziej wymagającą i bardziej zasobną finansowo grupę odwiedzających, do których może być skierowana nowa oferta. Barcelona będzie np. starać się rozwijać turystykę jakościową, zachęcając do przyjazdu bogatszych turystów (głównie ze Stanów Zjednoczonych i Azji), którzy wydają czterokrotnie więcej pieniędzy niż turyści europejscy. Proponuje się też **wydłużanie sezonu**, wiedząc, że np. turyści z Chin najchętniej podróżują w lutym i październiku. Innym pomysłem jest zachęcanie do turystyki zakupowej, która w przypadku Barcelony stanowi cel tylko 2,6% przyjezdnych, a w przypadku Paryża i Londynu odpowiednio 16% i 13%¹⁷.

5. W sferze zainteresowania władz miast jest także **większa dywersyfikacja oferty turystycznej miasta**, rozszerzająca ją na dzielnice dotychczas mało znane i popularne oraz obszary alternatywne również poza miastem. Podejście to można wiązać z cyklem rozwoju miasta napędzanym m.in. turystyką masową, która jest istotną składową sukcesu miasta w jego cyklu życiowym. W cyklu tym miasto może osiągnąć moment nasycenia i pojawienia się negatywnych skutków, od którego dekoncentracja atrakcji turystycznych centrum miasta ku peryferiom może stać się koniecznością i skutecznym rozwiązaniem, ale równocześnie wyzwaniem dla władz miejskich. Koncepcja ta nawiązuje częściowo do wewnątrzmięskiej turystyki polinuklearnej (wieloośrodkowej) i multipolarnej, na którą zwracał uwagę Jean-Pierre Lozato-Giotart [1993], uznając za najlepszy jej przykład Paryż, Londyn i Rzym. W przypadku Paryża istnieją wyraźne wewnętrzne bieguny masowej turystyki, w tym bieguny kulturowe: przestrzeń wieży Eiffla, Pól Marsowych i Placu Trocadero, Panteon, Luxembourg, Dzielnica Łacińska, Opera; bieguny biznesu i finansów: Champs Elysées, Bourse, Bulwar Haussmana, La Defense; i bieguny rozrywki: Plac Pigalle, Les Halles.

6. Rozwój i wspieranie **różnorodnych form turystyki**, czemu sprzyja wielokulturowość Europy. Chodzi tu o tworzenie i propagowanie tematycznych projektów w rozumieniu inteligentnej specjalizacji (inteligentne rejony miasta). Inteligentna specjalizacja obszarów turystycznych (np. turystyka niszowa) mogłaby częściowo rozrzedzić fale turystyki masowej i planowo ją kanalizować i kontrolować.

¹⁷ www.preferente.com/2017 [dostęp: 7.09.2017].

7. Poszukiwanie sposobów, kreatywnych podejść i technologii przechodzenia od turystyki masowej do **turystyki zrównoważonej**. Dotyczy to bardziej określonych regionów lub wysp niż wielkich miast.

Wiele miast podjęło już konkretne działania w kierunku stopniowego ograniczenia napływu turystyki masowej:

- podjęto decyzje administracyjne o niewydawaniu zezwoleń na budowę nowych hoteli oraz zaostrzono przepisy dotyczące lokali wynajmowanych turystom w ramach serwisu Airbnb (np. Barcelona, Amsterdam, Berlin, Paryż);

- wprowadzono zakaz otwierania nowych sklepów i punktów usługowych dla turystów; w Amsterdamie dotyczy to np. wypożyczalni rowerów, punktów sprzedaży biletów, nawet punktów gastronomicznych typu fast food czy lodziarni;

- ograniczono bądź zakazano wjazdu samochodów i autokarów do centrów miast. Licząc turystów, limituje się dostęp do niektórych najbardziej obleganych atrakcji turystycznych (np. Dubrownik, Wenecja).

W zakresie negatywnego wpływu masowej turystyki związanej z wielkimi statkami turystycznymi miasta podjęły następujące działania:

- w Wenecji, gdzie atmosfera zanieczyszczana jest przez statki wycieczkowe, ich wibracje powodują podmywanie fundamentów miasta, a dzienna liczba turystów przybywających statkami może wynosić do 35 tys., dopiero w listopadzie 2017 r. podjęto rządową decyzję o zakazie wpływania wielkich wycieczkowców do laguny weneckiej¹⁸;

- w Barcelonie władze miasta próbują rozwiązać dwa podstawowe problemy: nadmiar turystów i zanieczyszczenie spalinami ze statków wycieczkowych. Z jednej strony nie chcą wyrazić zgody na otwarcie kolejnego terminalu w porcie (działają tam już cztery), z drugiej musiałyby wymagać szerszego zastosowania w silnikach statków gazu płynnego zamiast ropy¹⁹;

- Rzym przeprowadza kampanię edukacyjną dla zagranicznych turystów pod hasłem „Podróżuj, baw się, szanuj”²⁰;

- mieszkańcy Lizbony, świadomi zagrożeń dla tożsamości swojego miasta, utworzyli ogólnodostępną stronę www.lisboa-does-not-love.com, uświadamiającą negatywne aspekty masowej turystyki i apelującą o zgłaszanie różnych zastrzeżeń i propozycji.

¹⁸ Pomimo wieloletniej walki ekologów, działaczy kultury i samych mieszkańców zrzeszonych w organizacji „No grandi navi” (powstałej w 2012 r.) pełna realizacja rządowego rozporządzenia w tej sprawie zajmie 3,5 roku. Zob. www.rp.pl [dostęp: 8.11.2017].

¹⁹ W 2016 r. odnotowano 2,68 mln turystów ze statków wycieczkowych (750 statków rocznie), z czego 48% spędza w mieście tylko 4,5 godziny, tłocząc się w najbardziej obleganych centralnych miejscach miasta. Zob. www.metropoliabierta [dostęp: 2.03.2017].

²⁰ Celem jest osiągnięcie 600 tys. wyświetleń filmu w Internecie i mediach społecznościowych w Wielkiej Brytanii, Francji, Hiszpanii i Niemczech.

5. Podsumowanie

Powszechność problemów związanych z turystyką masową, zwłaszcza dotyczących uznanych w Europie oraz na świecie miast i regionów, mająca swój wyraz w dziesiątkach informacji prasowych, raportach, a także opracowaniach naukowych, staje się jednym z głównych tematów współczesnej dyskusji o teraźniejszości i przyszłości niektórych miast. Na tym tle w ostatniej dekadzie XX wieku zaczęły pojawiać się dylematy przybierające postać następujących pytań:

1. Jaką turystykę i gdzie współcześnie należy wspierać, a jaką ograniczać? Czy ma to być turystyka masowa przynosząca wielkie dochody bezpośrednio i pośrednio miastu, czy turystyka o cechach indywidualnych, odnosząca się bardziej do turysty indywidualnego? Przynosi ona bowiem miastu mniejsze dochody, ale i wywołuje mniej szkodliwe skutki społeczno-kulturowe.

2. Jak rozwiązywać problemy zachowania równowagi ekonomicznej, społecznej i kulturowej w miejscach turystycznie najbardziej obciążonych lub potencjalnie narażonych na przeciążenie turystyką masową?

3. Jak oceniać i traktować dochody oraz straty ekonomiczne z turystyki, szczególnie w wielkich miastach? Jak władze lokalne mają się bronić i zapobiegać masowemu i niekontrolowanemu napływowi turystów do wielu najbardziej atrakcyjnych turystycznie destynacji?

Władze lokalne są świadome, że masowa turystyka w imię szybkiej konsumpcji i zysku coraz bardziej niszczy tożsamość miasta. Ogromne korzyści ekonomiczne generowane przez masową turystykę często stoją w sprzeczności z komfortem życia mieszkańców, koniecznością zachowania równowagi środowiska oraz utrzymania w rozsądnych ramach pojemności miejskiej infrastruktury turystycznej.

Współczesne miasta, które stanowią największe atrakcje turystyczne, zmuszone są stawiać czoło globalizacji turystyki. Ona to poprzez oddziaływanie wielkich międzynarodowych organizacji turystycznych i biur podróży zaspokaja globalne potrzeby i gusty turystów, często bardzo powierzchowne i niewymagające. Bezwzględnie wykorzystuje walory miast i miejsc, nie biorąc pod uwagę negatywnych skutków swojego oddziaływania. Przestrzenie turystyki masowej, szczególnie w miastach, stają się ofiarą zaborczej komercjalizacji, której towarzyszy dewastacja i powolny zanik pierwotnego, tradycyjnego prestiżu miejsca na rzecz nowego, powierzchownego i lekceważącego jego kulturową tożsamość (np. San Gimignano w Toskanii).

Przedstawione w artykule problemy i formy zagrożeń ze strony turystyki masowej mają wieloaspektowy i interdyscyplinarny charakter. Ich wielość i rozmiary stanowią dziś poważne wyzwania dla władz miejskich oraz mieszkańców. Przejawy i skutki tego zjawiska oddziałują także niekorzystnie na opinie o danym mie-

ście. Oddziaływanie takiej negatywnej informacji, nagłośnionej przez media, także te społecznościowe, może skutecznie zniechęcić potencjalnych przybyszów, kiedy wytrzymałość infrastruktury atrakcji turystycznych zostanie przekroczona, tracąc swój pozamaterialny walor.

Jednym z działań przeciwdziałających się nadmiernej koncentracji turystów w ograniczonych przestrzennie centrach jest rozszerzenie ich o nowe przestrzenie turystyczne w miastach i ich okolicach. Popularne i ważne w turystyce miasta poszerzały przecież w rozwoju historycznym swoje przestrzenie, adaptując nowe fragmenty dla poznawczych i bytowych potrzeb mieszkańców i turystów²¹. Proces ten byłby szansą, ale także wyzwaniem organizacyjnym i finansowym dla władz miasta. Dzięki właściwej promocji mógłby rozprowadzić potoki turystów po większej przestrzeni miasta i jego okolic. Istotne jest tutaj ich odpowiednie turystyczne zagospodarowanie i promocja. Procesy metropolizacji mające miejsce w atrakcyjnych miejskich centrach turystycznych mogą do pewnego stopnia sprzyjać hierarchizacji i przemyślanemu przesuwaniu się mikrocentrów atrakcji turystycznych na zewnątrz wielkich miast, sadowiąc je w tkance miasta dalej od miejsc kongestii turystycznej.

Negatywne konsekwencje turystyki masowej stały się w wielu miastach czynnikiem aktywizacji ruchów miejskich. Coraz szersze i bardziej zdecydowane zaangażowanie mieszkańców powołujących różne stowarzyszenia i organizacje broniące przez zadeptaniem i zanieczyszczeniem centra turystyczne miast ma coraz większy wpływ na podejmowane przez władze lokalne decyzje administracyjne. Decyzje te nie są łatwe, gdyż władze pozostają pod stałą presją interesów wielkich organizatorów turystyki. Barcelona i Wenecja dają przykład innym miastom, jak bronić swojej tożsamości przed degradacją i zagrożeniami ze strony masowej turystyki. W przypadku Barcelony można w pełni zgodzić się z tezą, iż ukrytą przyczyną licznych protestów mieszkańców było to, że miasto znalazło się niespodziewanie na przyspieszonej „ścieżce weneckiej”, wiodącej do poważnych dysfunkcji społeczno-ekonomicznych, widocznych wyraźnie m.in. w skutkach gentryfikacji, której ofiarą stali się mieszkańcy Wenecji [Kowalczyk-Anioł i Zmysłony 2017].

Oczywiście nie ma prostych sposobów i możliwości opanowania masowej turystyki w najatrakcyjniejszych miastach. Relacje między życiem mieszkańców a turystyką masową mogą się jednak poprawić dzięki przemyślanej polityce władz publicznych odpowiadających za jakość turystyki. Chodzi tu np. o wypracowanie modelu turystyki w ujęciu długoterminowym i właściwe planowanie²² prowadzą-

²¹ W Paryżu takim przykładem była zaniedbana wcześniej dzielnica Marais, która dopiero po drugiej wojnie światowej poddana została kompleksowej renowacji, stając się atrakcyjną przestrzenią dla turystów. Podobnie w ostatnich dwóch dekadach zaniedbaną dzielnicę Gracia w Barcelonie wypracowano jako ciekawą atrakcję turystyczną.

²² W Barcelonie opracowany został Strategiczny Plan Turystyki do 2020 r., który ma na celu rozwiązanie aktualnych problemów, związanych m.in. z napływem turystów ze statków wycieczkowych.

ce do zrównoważenia turystyki „wielości” ludzi i usług oraz dopasowania jej do miasta żywego i dynamicznego, którego społeczność odrzuci przekonanie, że „im więcej, tym lepiej”.

W tym miejscu można zadać jednak dość przewrotne pytanie: Czy turyści masowi rzeczywiście nie znoszą zatłoczenia zwiedzanych miejsc? Czy dla przeciętnego, mało wymagającego i słabo wyedukowanego turysty ma to pierwszorzędne znaczenie? Oczywiście są to pytania raczej do organizatorów turystyki, a nie do władz miast, bo te w swoich działaniach mają na uwadze, i to jest ich zadaniem, ochronę walorów miasta i dobrostan jego mieszkańców.

Literatura

- Bastie J., 1984, *Geographie du Grand Paris. Collection Geographie*, Paris: Masson.
- Battilani P., 2009, *Rimini: A mass tourism resort which based its success on an original mix of Italian style and foreign models*, w: *Europe at the seaside. The economic history of mass tourism in the Mediterranean*, red. L. Segreto, C. Manera, M. Pohl, New York: Berghahn Books.
- Bogdanowicz P., 2005, *Turystyka a świadomość ekonomiczna*, Toruń: Wyd. Adam Marszałek.
- Campoamor J., 2017, *Turismofobia: Barcelona y otras ciudades entran de guerra contra el turismo de masas*, BBCMundo, 1.06.2017.
- De Barcelona a Venecia, cuando il turista non e piu benvenuto, *La Repubblica*, 11.08.2017.
- D'Eramo M., 2014, Urbanicide in all good faith, *Domus*, 982, www.domusweb.it/en/opinion/2014/08/20/urbanicide_in_allgoodfaith.html [dostęp: 14.08.2017].
- Kaczmarek J., Kaczmarek S., 2009, *Turystyka kulturowa – człowiek w miejskiej przestrzeni turystycznej*, w: *Współczesne formy turystyki kulturowej*, red. K. Buczkowska, M. von Rohrscheidt, Poznań: Wyd. AWF.
- Kamen H., 2017, *El furor del turismo masivo*, www.elmundo.es [dostęp: 14.08.2017].
- Każmierczak M., 2010, Jaką aksjologię zakłada idea zrównoważonego rozwoju w turystyce, w: *Turystyka zrównoważona*, red. Z. Młynarczyk, I. Potocka, A. Zajadacz, Poznań: WN UAM.
- Kotus J., 2015, Turyści w strukturze miast: obraz konfliktu czy koegzystencji? – rozważania na podstawie badań city users w dwóch miastach, *Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna*, 31, 33-46.
- Komorowski J.W., 2000, Współczesne uwarunkowania gospodarczo-przestrzenne internacjonalizacji miast polskich, *Zeszyty Naukowe AE w Poznaniu*, seria II, 157, 30-50.
- Kowalczyk-Anioł J., Zmyślony P., 2017, Turystyka miejska jako źródło protestów społecznych: przykłady Wenecji i Barcelony, *Turystyka Kulturowa*, 2, 7-36.
- Madurowicz M., 2012, *Rozumienie turystyki miejskiej*, www.wgsw.uw.edu.pl/ [dostęp: 10.12.2012].
- Murzyn M., 2015, Wpływ turystyki masowej na dziedzictwo Zakopanego, *Turystyka Kulturowa*, 10, 72-85.

- Nieżgoda A., 2008, Turystyka zrównoważona – istota, zasady i krytyka koncepcji, w: *Zrównoważony rozwój turystyki*, red. S. Wodejko, Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Nieżgoda A., 2013, Wpływ mody na rozwój turystyki, *Współczesne uwarunkowania i problemy rozwoju turystyki*, red. R. Pawlusiński, Kraków: IGiGP, UJ.
- Nowacki M., 2017, Atrakcje turystyczne światowych metropolii w opinii użytkowników TripAdvisora, *Studia Periegetica*, 3(19), 13-31.
- Pokojska W., Pudełko A., 2017, Masowość a turystyka kulturowa – doświadczenia uczestników ŚDM w Krakowie, *Turystyka Kulturowa*, 4, 83-87.
- Richards G., Wilson J., 2006, Developing creativity in tourist experience: a solution to the serial reproduction of culture, *Tourism Management*, 27(6), 12-14.
- Sanchez Garcia J., 2017, *El turismo masivo provoca una perdida de identidad de las ciudades*, Madrid: Sputnik.
- Taylor J.P., 2005, Leading world cities; empirical evaluations of urban nodes in multiple networks, *Urban Studies*, 42, 1593-1608.
- Taylor J.P., 2009, Measuring the world city Network. New results and development. GAWC, *Research Bulletin*, 300, 1-8.
- www.BBC.com/mundo-noticias [dostęp: 1.06.2017].
- [www.codigonuevo.com/turismofobia-Barcelona 2017](http://www.codigonuevo.com/turismofobia-Barcelona-2017) [dostęp: 23.05.2017].
- www.elmundo.es [dostęp: 14.08.2017].
- [www.elperiodico.com/es/barcelona.El turismo ya es visto como el principal problema por los barceloneses](http://www.elperiodico.com/es/barcelona.El-turismo-ya-es-visto-como-el-principal-problema-por-los-barceloneses) [dostęp: 23.06.2017].
- [www.enit.it/studi.html/Il turismo straniero in Italia 2016](http://www.enit.it/studi.html/Il-turismo-straniero-in-Italia-2016) [dostęp: 4.06.2016].
- [www.exceltur.org/Urbantur 2016 vs Urbantur 2012](http://www.exceltur.org/Urbantur-2016-vs-Urbantur-2012) [dostęp: 1.05.2017].
- [www.gastouronomic.com/experiencias 2017](http://www.gastouronomic.com/experiencias-2017) [dostęp: 25.02.2017].
- www.hosteltur.com/113130_turismo_urbano_vive_boom_a_escalas_global [dostęp: 8.10.2015].
- www.hosteltur.com/111534_turismo_no_responsable_macdonaliza_destinos [dostęp: 16.06.2015].
- www.lavanguardia.com/Barcelona-y-Madrid-entre-las-veinte-ciudades-mas-caras-Europa-para-turistas [dostęp: 26.09.2014].
- www.metropoliabierta.com [dostęp: 2.03.2017].
- [www.preferente.com/Cuatro claves que Espana deberia aplicar para salir del turismo de masas](http://www.preferente.com/Cuatro-claves-que-Espana-deberia-aplicar-para-salir-del-turismo-de-masas) [dostęp: 7.09.2017].
- Zmyślony P., 2001, Literatura jako podstawa tworzenia produktu turystycznego, *Problemy Turystyki*, XXIV, 1/2, 21-30.
- Żabińska T., 2013, Turystyka w dużych miastach i metropoliach. Wybrane problemy rozwoju i zarządzania, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 147, 133-153.

Modern Socio-economic Problems of Mass Tourism in Cities

Abstract. Large streams of tourists are one of the major problems of modern tourism, especially from the perspective of the most attractive cities and regions of Europe and the world. The phenomenon of mass tourism is associated with a number of economic, social and historical factors. The goal of the article is to present the key problems related to mass tourism with respect to terminological issues, its unique characteristics, socio-cultural background, developmental dynamics, the danger of tourist destinations losing their identity and the wave of protests from local inhabitants. The author analyses the process and dilemmas of mass tourism using the most examples of Barcelona and Venice. The last section contains an overview of selected theoretical solutions and practical measures already implemented in order to counteract the effects of the mass influx of tourists into cities, with special emphasis on the role of tourist policy pursued by city authorities and the involvement of city inhabitants.

Keywords: mass tourism, city identity, protest slogans, actions of local authorities, Barcelona, Venice

KRZYSZTOF KASPRZAK*

Turystyka w regionalnych dokumentach strategicznych województwa wielkopolskiego

Streszczenie. Strategia rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku ma charakter prospołeczny, ukierunkowany na rozwój Wielkopolski, podniesienie atrakcyjności turystycznej, a tym samym poprawę jakości życia mieszkańców oraz wzrost jakości usług. Realizacja ustaleń tego dokumentu wpłynie pozytywnie na ochronę środowiska przyrodniczego i kulturowego oraz krajobraz. W artykule ukazano kierunki zmian, jakich należy się spodziewać w związku z realizacją Strategii, oraz zaproponowano propozycje działań minimalizujących i kompensujących negatywne oddziaływania związane z wdrożeniem ustaleń zawartych w tym dokumencie. Przedstawione w nim kierunki interwencji, które oceniono jako korzystne dla środowiska w zakresie poszczególnych jego elementów, należy traktować jako szeroko pojęte działania związane z zapobieganiem lub zmniejszaniem zagrożeń i negatywnych oddziaływań środowiskowych. Natomiast wspieranie zamierzeń inwestycyjnych w zakresie infrastruktury wypoczynkowej oraz towarzyszącej jej infrastruktury komunikacyjnej i technicznej oceniono jako mało korzystne lub niekorzystne dla środowiska. Poprawa stanu środowiska przyrodniczego jest istotnym czynnikiem warunkującym rozwój różnych form turystyki. Niekorzystny stan środowiska stanowi natomiast barierę dla turystycznego wykorzystania danego waloru.

Słowa kluczowe: dokumenty strategiczne, planowanie przestrzenne, strategia rozwoju

1. Wstęp

Województwo wielkopolskie jest regionem o dużym potencjale przyrodniczym i kulturowym sprzyjającym rozwojowi turystyki. Lasy, zbiorniki wodne, cieki oraz obszary chronione to walory atrakcyjne z punktu widzenia turystyki wypo-

* Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Katedra Turystyki Wiejskiej, tel. 61 846 62 20, e-mail: kasprzakjk@poczta.onet.pl, orcid.org/0000-0003-3469-2802.

czynkowej i aktywnej. Znaczne możliwości dalszego rozwoju ma także turystyka kulturowa, biznesowa, wiejska i agroturystyka. Dla programowania rozwoju turystyki w regionie szczególnie ważnym dokumentem jest Strategia rozwoju turystyki. Określa ona priorytety, działania i zadania w zakresie rozwoju turystyki na poziomie województwa. Wdrożenie Strategii sprzyja tworzeniu markowych produktów turystycznych regionu, będących podstawą budowania jego wizerunku jako obszaru atrakcyjnego turystycznie. Prowadzi również do wzmocnienia pozycji województwa na rynku turystycznym, zwiększenia ruchu turystycznego oraz rozwoju infrastruktury turystycznej i paraturystycznej.

2. Europejskie uwarunkowania regionalnego planowania strategicznego

Celem polityki regionalnej o charakterze decentralistycznym i konkurencyjnym jest wspieranie dobrze rozwijających się regionów. Stymulują one także rozwój regionów peryferyjnych. Przejawem polityki regionalnej jest przyjęta dla krajów członkowskich Unii Europejskiej na lata 2010-2020 średniookresowa strategia Europa 2020¹ [Europa 2020. Strategia 2010]. Strategia ma zapewnić, że ożywienie gospodarcze Unii Europejskiej po kryzysie gospodarczym i finansowym wspierane jest wieloma reformami w celu stworzenia solidnych podstaw dla rozwoju i tworzenia miejsc pracy do 2020 r. Strategia zajmuje się strukturalnymi słabościami europejskiej gospodarki oraz kwestiami społeczno-gospodarczymi, a jednocześnie ma na względzie długofalowe problemy (np. globalizacja, rosnące zapotrzebowanie na ograniczone zasoby, starzenie się społeczeństw). Ten plan rozwoju mający na celu stymulację rozwoju gospodarki Unii Europejskiej obejmuje następujące priorytety:

- rozwój inteligentny, oparty na wiedzy i innowacjach,
- rozwój zrównoważony, uwzględniający efektywne wykorzystanie zasobów naturalnych i konkurencyjność gospodarki przyjaznej środowisku,
- rozwój sprzyjający włączeniu społecznemu przez zatrudnienie, spójność gospodarczą, społeczną i terytorialną.

Realizacja strategii Europa 2020 jest ściśle powiązana z polityką spójności na lata 2014-2020. Związek ten widoczny jest w przyjętej zasadzie koncentracji. Wsparcie finansowe Unii Europejskiej może bowiem dotyczyć tylko 11 priorytetów (celów tematycznych), bezpośrednio wynikających ze strategii Europa

¹ Została zatwierdzona przez Radę Europejską 17 czerwca 2010 r., zastępując realizowaną w latach 2000-2010 Strategię Lizbońską.

2020. Obejmują one m.in.: wspieranie przejścia na gospodarkę niskoemisyjną we wszystkich sektorach, ochronę środowiska przyrodniczego i wspieranie efektywności wykorzystania zasobów, promowanie zrównoważonego transportu i usuwanie niedoborów przepustowości w działaniu najważniejszych infrastruktur sieciowych, wspieranie włączenia społecznego i walka z ubóstwem, inwestowanie w edukację, umiejętności i uczenie się przez całe życie. Wszystkie te cele tematyczne określają zakres przedmiotowy dokumentów strategicznych zarówno na poziomie krajowym, jak i regionalnym w państwach członkowskich Unii Europejskiej, w tym także w Polsce.

Do najważniejszych kierunków polityki zorientowanej na wzmacnianie innowacyjności i konkurencyjności województwa wielkopolskiego w ramach zarządzania regionem należy konsekwentnie realizowana i spójna polityka innowacyjna i gospodarcza oraz działania mające na celu wzmacnianie innowacyjności przedsiębiorstw. Duże znaczenie mają więc ustalenia Regionalnej Strategii Innowacji Wielkopolski [Regionalna Strategia 2015; uchwała nr III/45/15 2015] z uwagi na konieczność uwzględnienia i realizacji jednego z trzech celów strategii Europa 2020, jakim jest rozwój sprzyjający włączeniu społecznemu i wspieranie gospodarki o wysokim poziomie zatrudnienia, zapewniającej spójność społeczną i terytorialną.

3. Strategia rozwoju

W polskim systemie administracji publicznej samorząd województwa jest najważniejszym podmiotem prowadzącym politykę rozwoju w wymiarze intraregionalnym. Jej głównym instrumentem realizacyjno-koordynacyjnym w tym zakresie jest strategia rozwoju [Miszczuk, Miszczuk i Żuk 2007]. Sposoby jej opracowywania oraz realizacji od czasu powołania samorządów województw ulegały stopniowym zmianom. Zmieniały się pola strategii, jej zakres, horyzont czasu i instrumenty realizacyjne. Mimo początkowo dużego zróżnicowania metodologicznego z chwilą wejścia Polski do Unii Europejskiej rozpoczął się proces ujednoczenia i dostosowywania planowania strategicznego prowadzonego na poziomie województw do wymogów polityki spójności Unii Europejskiej. W latach 2012-2013 opracowano nowe dokumenty strategiczne na poziomie województw, przygotowujące je do nowego okresu programowania 2014-2020.

Realizując zapisy uchwały Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z 2011 r. w sprawie określenia zasad, trybu i harmonogramu prac nad aktualizacją Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku [uchwała nr VI/88/11, 2011], Zarząd Województwa Wielkopolskiego przygotował projekt zaktualizowanej Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielko-

polska 2020. Dokument ten [uchwała nr XXIX/559/12, 2012]² został opracowany w sposób partycypacyjny i partnerski oraz podlegał szerokim konsultacjom społecznym. Poddany został również ocenie *ex ante* oraz strategicznej ocenie oddziaływania na środowisko [Prognoza oddziaływania 2012] zgodnie z zapisami ustawy o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko³.

Z analiz wykonanych na potrzeby prognozy oddziaływania na środowisko, będącej elementem oceny oddziaływania na środowisko, wynika, że zdecydowana większość celów i działań zapisanych w Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku będzie miała korzystny wpływ na środowisko. Jednak określenie zdecydowanie korzystnych lub niekorzystnych oddziaływań na środowisko napotykało pewne trudności związane z możliwością realizacji poszczególnych celów operacyjnych w jednym czasie i jednej przestrzeni przyrodniczej. Z jednej strony oddziaływanie prośrodowiskowe będzie mogło kumulować wymierne korzyści dla środowiska, z drugiej – realizacja celów na rzecz środowiska może być zniwelowana przez realizację celu obciążającego środowisko. Mając na uwadze duży poziom ogólności planowania strategicznego i zakres czasowy, trudno było w Prognozie oddziaływania na środowisko projektu strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku wskazać rozwiązania alternatywne. Strategia nie wyznacza bowiem ram realizacji przedsięwzięć. Przedstawia natomiast trzy alternatywne scenariusze rozwoju regionu: dynamicznego rozwoju, rozwoju wyspowego i trudnego rozwoju. W toku prac na wspomnianą Prognozą oddziaływania stwierdzono, że wybrany przez autorów Strategii scenariusz I (dynamicznego rozwoju) jest optymalny dla zachowania walorów i zasobów środowiska przyrodniczego, mimo że scenariusz III (trudnego rozwoju) jest najmniej inwazyjny dla środowiska. Niewielki zrównoważony rozwój przewidziany w scenariuszu III w nieznacznym stopniu może przyczynić się do pogorszenia stanu środowiska przyrodniczego, ale również nie rozwiąże istniejących problemów związanych z ochroną środowiska, m.in. z powodu niskich nakładów finansowych na środowisko, ograniczenia prowadzenia działalności badawczej czy niewprowadzania innowacji.

² Aktualna przestała być uchwała nr XLII/692A/05 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 19 grudnia 2005 r. w sprawie uchwalenia Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku.

³ Ustawa z dnia 3 października 2008 r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko, t.j. Dz.U. 2017, poz. 1405 z późn. zm.

4. Koncepcja i plan zagospodarowania przestrzennego na poziomie regionalnym

Polska jest obszarem zróżnicowanym pod względem przebiegu i efektów procesów społeczno-gospodarczych, środowiskowych i kulturowych. Są one w dużej mierze niezależne od istniejących struktur administracyjnych. Polityka przestrzennego zagospodarowania, która stanowi instrument realizacji długookresowej strategii rozwoju kraju, realizowana jest także poprzez:

- strategiczne dokumenty dotyczące rozwoju społeczno-gospodarczego i przestrzennego o średnio- i długookresowym horyzoncie realizacji;
- dokumenty planistyczne odnoszące się do poziomów: regionalnego (strategia rozwoju województwa, plan zagospodarowania przestrzennego województwa), lokalnego (studia uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gmin, miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego), funkcjonalnego (strategie i plany zagospodarowania obszarów funkcjonalnych);
- działania inwestycyjne wynikające z programów rozwoju i programów operacyjnych;
- uregulowania prawne;
- rozwiązania instytucjonalne, w tym zintegrowany system monitoringu przestrzennego.

Jednym z podstawowych dokumentów w zakresie regionalnego planowania strategicznego jest Koncepcja przestrzennego zagospodarowania kraju do 2030 roku, będąca najważniejszym krajowym dokumentem strategicznym dotyczącym zagospodarowania przestrzennego [uchwała nr 239, 2011], zawierająca m.in. ustalenia i zalecenia dotyczące przygotowywania planów zagospodarowania przestrzennego województw⁴. Przedstawiono w niej wizję zagospodarowania przestrzennego Polski w perspektywie najbliższych 20 lat oraz określono cele i kierunki polityki zagospodarowania kraju służące jej realizacji. Zebrano także zasady oraz mechanizmy koordynacji i wdrażania publicznych polityk rozwojowych, mających istotny wpływ na funkcjonowanie kraju. Przedstawione w Koncepcji nowe ujęcie problematyki zagospodarowania przestrzennego kraju polega na zmianie podejścia do roli polityki przestrzennej państwa w realizowaniu przyjętych kierunków rozwoju. Zerwano bowiem z dotychczasową dychotomią planowania przestrzennego i społeczno-gospodarczego na poziomie krajowym, wojewódzkim i lokalnym. W odniesieniu do obszarów funkcjonalnych wprowa-

⁴ Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, t.j. Dz.U. 2017, poz. 1073 z późn. zm.

dzono współzależność celów polityki przestrzennej z celami polityki regionalnej. Ścisłe związane także planowanie strategiczne z programowaniem działań w ramach programów rozwoju i programów operacyjnych współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej. Koncepcja ma wiele cech strategii ogólnorozwojowej, łącząc elementy zagospodarowania przestrzennego z czynnikami rozwoju społeczno-gospodarczego. Dokument ten określa uwarunkowania, cele i kierunki zrównoważonego rozwoju kraju oraz działania niezbędne do jego osiągnięcia, w szczególności (art. 47 ust. 2 ustawy o planowaniu zagospodarowaniu przestrzennym):

- podstawowe elementy krajowej sieci osadniczej z wyodrębnieniem obszarów metropolitalnych;
- wymagania w zakresie ochrony środowiska i zabytków z uwzględnieniem obszarów podlegających ochronie;
- rozmieszczenie infrastruktury społecznej oraz obiektów infrastruktury technicznej i transportowej, strategicznych zasobów wodnych i obiektów gospodarki wodnej o znaczeniu międzynarodowym i krajowym;
- obszary problemowe.

W opracowaniu planu zagospodarowania przestrzennego województwa wielkopolskiego [uchwała nr XLVI/690/120, 2010] zastosowano zintegrowane planowanie strategiczne, według którego strategia rozwoju województwa określa założenia planu, a sam plan jest wyrazem przestrzennym tej strategii. Równocześnie plan zagospodarowania przestrzennego pełni rolę ogniwa łączącego krajowe planowanie przestrzenne z planowaniem miejscowym. Dokument ten określa uwarunkowania oraz kierunki rozwoju przestrzennego województwa. Głównym celem planu jest zrównoważony rozwój przestrzenny regionu, jako jedna z podstaw wzrostu poziomu życia mieszkańców, osiągnąć przez realizację następujących celów szczegółowych:

- dostosowanie przestrzeni do wyzwań XXI w. poprzez: poprawę stanu środowiska i racjonalne gospodarowanie zasobami przyrodniczymi, wzrost spójności komunikacyjnej oraz powiązań z otoczeniem, wzrost znaczenia i zachowanie dziedzictwa kulturowego, poprawa jakości rolniczej przestrzeni produkcyjnej, przygotowanie i racjonalne wykorzystanie terenów inwestycyjnych, wzmocnienie regionotwórczych funkcji Poznania (europole o znaczeniu krajowym) oraz Kalisza i Ostrowa Wielkopolskiego (dwubiegunowy układ miejski o znaczeniu ponadregionalnym), wielofunkcyjny rozwój ośrodków regionalnych i lokalnych, restrukturyzacja obszarów o ograniczonym potencjale rozwojowym;
- zwiększenie efektywności wykorzystania potencjałów rozwojowych województwa poprzez: wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw, wzrost udziału nauki i badań w rozwoju regionu, wzmocnienie gospodarstw rolnych i gospo-

darki żywnościowej, zwiększenie udziału usług turystycznych i rekreacji w gospodarce regionu.

Ustalenia Planu zagospodarowania przestrzennego województwa wielkopolskiego to głównie zbiór zasad gospodarowania przestrzenią Wielkopolski, stanowiących podstawę sformułowania horyzontalnej zasady realizacji celów strategii rozwoju województwa, jaką jest ład przestrzenny.

Znacznej części potencjału regionu, zarówno w wymiarze gospodarczym, jak i przestrzennym, dotyczy Strategia rozwoju aglomeracji poznańskiej, gdzie w coraz większym stopniu koncentruje się większość potencjałów społeczno-gospodarczych regionu. Z punktu widzenia tego subregionalnego dokumentu dla aglomeracji w perspektywie do 2020 r. ważne są następujące cele i programy strategiczne [Metropolia Poznań 2020. Zielona Księga 2010; Metropolia Poznań 2020. Strategia Rozwoju 2011]:

- oś strategiczna 1. Gospodarka przestrzenna i środowisko: koncepcja zagospodarowania przestrzennego metropolii poznańskiej, poprawa standardów planistycznych, urbanistycznych i architektonicznych, ochrona i kształtowanie krajobrazu kulturowego, wielofunkcyjna gospodarka rolna, ochrona i zapewnienie dyspozycyjności zasobów wodnych, jakość i dyspozycyjność zasobów wodnych, zintegrowany system gospodarki komunalnej, ekologiczne środowisko zamieszkania;

- oś strategiczna 2. Infrastruktura i organizacja transportu: metropolitalny wielofunkcyjny węzeł transportowy, kolej metropolitalna, zintegrowany transport publiczny, infrastruktura i ruch rowerowy;

- oś strategiczna 3. Gospodarka i rynek pracy: wspieranie gospodarki, powiązania i transfer technologii, monitoring podaży i popytu na pracę, współpraca systemu edukacji z gospodarką;

- oś strategiczna 4. Usługi społeczne: programy strategiczne – jakość i organizacja edukacji, współpraca i uczestnictwo w kulturze, metropolitalna oferta turystyczna, metropolia sportu, bezpieczeństwo publiczne w metropolii, metropolia równych możliwości społecznych;

- oś strategiczna 5. Zintegrowane zarządzanie i marketing terytorialny: instytucje współpracy metropolitalnej, standardy usług publicznych, metropolitalny system informacyjny, strategia marki i produkty metropolitalne, metropolia w sieci międzynarodowej, tożsamość metropolitalna.

Postępująca metropolizacja w województwie wielkopolskim jest jednym z głównych (obok globalizacji) wyznaczników współczesnego rozwoju. Metropolia poznańska jest także miejscem absorpcji globalnych innowacji i źródłem ich rozprzestrzeniania na region oraz miejscem tworzenia innowacji regionalnych. Dzięki bogatej ofercie usługowej i wysokiemu poziomowi życia przyciąga wielu nowych mieszkańców.

5. Turystyka w Strategii rozwoju

Mimo niezadowalającego stanu środowiska przyrodniczego na wielu obszarach Wielkopolska jest w Europie nadal regionem konkurencyjnym. Tworzy to szansę m.in. dla turystyki i rekreacji oraz atrakcyjnego miejsca zamieszkania. Podstawą projektowania celów strategii i dostosowania ich do potrzeb poszczególnych terytoriów jest zmienność wewnątrzregionalna i identyfikacja czynników kształtujących te różnice. Należą do nich: metropolitalność i stopień powiązania z obszarem metropolitalnym, wiejski charakter obszaru, ranga ośrodka w systemie osadniczym oraz jego wyposażenie w funkcje niezbędne do obsługi obszaru otaczającego, dostępność usług publicznych, dostępność komunikacyjna, stan środowiska przyrodniczego, kulturowego, przestrzeni rolniczej i zasobów wodnych, stopień zagrożenia powodziowego, występowanie zasobów naturalnych, występowanie funkcji schyłkowych wymagających restrukturyzacji, rewitalizacji lub odnowy, poziom zintegrowania społeczności lokalnej, objawiający się m.in. aktywnością obywatelską, poziom rozwoju społeczności lokalnej wyrażający się rozwojem gospodarki społecznej. Wymienione wyżej czynniki na poszczególnych obszarach występują w różnych proporcjach.

Obszary wiejskie charakteryzują się dużym wewnętrznym potencjałem dziedzictwa kulturowego wsi i wysokimi walorami kulturowymi. Do słabych stron należy jednak niewystarczająca świadomość dziedzictwa kulturowego wsi oraz słabo rozwinięte funkcje pozarolnicze. Wśród uwarunkowań zewnętrznych szansą obszarów wiejskich jest rozwój pozarolniczych funkcji na wsi i wykorzystanie dla turystyki środowiska kulturowego, natomiast poważnym zagrożeniem – marginalizacja rodzimej kultury.

Dla rozwoju turystyki w regionie szczególne znaczenie ma realizacja następujących celów strategicznych [uchwała nr ZZIX/559/12]:

- cel strategiczny 2. Poprawa stanu środowiska – realizacja dotyczy głównie wsparcia ochrony przyrody, ochrony krajobrazu, ochrony zasobów leśnych i ich racjonalnego wykorzystania;

- cel strategiczny 4. Zwiększanie konkurencyjności metropolii poznańskiej i innych ośrodków wzrostu w województwie – zgodnie z Planem zagospodarowania przestrzennego województwa wielkopolskiego rozwój funkcji metropolitalnych Poznania powinien zmierzać ku stymulowaniu rozwoju ośrodka o znaczeniu międzynarodowym poprzez integrowanie potencjałów: naukowego, gospodarczego, turystycznego i kulturalnego. Cel ten będzie realizowany m.in. przez aktywizację i wzmocnienie pozarolniczych funkcji terenów wiejskich leżących w granicach poznańskiego obszaru metropolitalnego;

- cel strategiczny 5. Zwiększenie spójności województwa – rozwój obszarów wiejskich realizowany jest m.in. poprzez rozwój turystyki, w tym turystyki wiej-

skiej i agroturystyki. Wsparcie terenów wymagających restrukturyzacji, odnowy i rewitalizacji obejmuje m.in. modernizację i lepsze wykorzystanie linii wąskotorowych regionu dla potrzeb turystyki. Dla wybranych obszarów istotnym czynnikiem aktywizacji gospodarczej i budowania lokalnych przewag konkurencyjnych jest środowisko kulturowe. Na wielu obszarach jest ono jedynym realnym czynnikiem wzrostu. W planie wojewódzkim wyznaczane są więc tereny o wyjątkowych walorach środowiska kulturowego, które wspiera się, by ułatwić wykorzystanie tego czynnika. Wsparcie obejmuje z jednej strony rewitalizację obiektów, z drugiej – przedsiębiorczość budowlaną na wykorzystaniu tego sektora, zwłaszcza w turystyce. Szczególną ochroną objęte są miejsca związane z budowaniem początków państwa polskiego (Gniezno, Ostrów Tumski w Poznaniu, Lednica, Giecz). Wdrażane są kompleksowe programy rewitalizacji i aktywizacji gospodarczej wykorzystującej walory kulturowe, tworzone są parki kulturowe, prowadzona jest promocja terenów o wybitnych walorach kulturowych oraz ochrona obiektów dziedzictwa kulturowego.

– cel strategiczny 6. Wzmocnienie potencjału gospodarczego regionu – w rozwoju biznesu i usług zdrowotnych prowadzone są działania mające na celu rozbudowę infrastruktury uzdrowiskowej oraz infrastruktury dla turystyki medycznej;

– cel strategiczny 8. Zwiększanie zasobów oraz wyrównywanie potencjałów społecznych województwa – niezbędne jest kształtowanie skłonności mieszkańców do zaspokajania potrzeb wyższego rzędu. Miarą konkurencyjności regionu i jego mieszkańców jest bowiem nie tylko status ekonomiczny, ale także możliwości i skłonności do zaspokajania potrzeb wyższego rzędu, takich jak uprawianie sportu, turystyki, rekreacji, udział w kulturze. W celu ochrony i utrwalania dziedzictwa kulturowego prowadzona jest promocja kultury regionalnej, poprawa warunków do utrwalania tożsamości oraz upowszechniania dorobku kultury lokalnej i regionalnej, ochrona i zachowanie dziedzictwa kulturowego oraz historycznego regionu, stymulacja przepływu treści kulturowych oraz wewnętrznej innowacji w sferze kultury jako niezbędnych czynników rozwoju kultury. Przy współpracy międzyregionalnej istnieje możliwość realizacji wspólnych działań w ramach wyznaczania produktów, szlaków turystycznych (Szlak Piastowski, Szlak Cystersów, Szlak Militaryny, ścieżki rowerowe) i obszarów chronionych. Drogi wodne Warty i Noteci, a także Kanału Ślesińskiego (Wielka Pętla Wielkopolski) wymagają włączenia w sieć europejską. Niezbędne jest więc podniesienie klasy żeglugowej tych dróg wodnych oraz uzupełnienie ich o odpowiednią infrastrukturę turystyczną.

Dorobek planistyczny województwa wielkopolskiego jest jednak znacznie bogatszy niż przytoczone wyżej dokumenty. Składa się z kilkudziesięciu dokumentów różnej rangi, szczegółowości i rodzaju uchwalanych przez Sejmik, Zarząd Województwa lub przyjmowanych przez poszczególne jednostki organiza-

cyjne. Często są to dokumenty o nieokreślonej formie i horyzoncie czasowym, zawierające w różnych proporcjach elementy strategii, programów lub planów dotyczących różnych dziedzin, m.in. transportu, rynku pracy, rolnictwa, turystyki, środowiska, edukacji.

6. Strategia rozwoju turystyki

6.1. Metodyka przygotowania Strategii

Do prac nad opracowaniem Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku⁵ – uchwalenie której zgodnie z ustawą o samorządzie województwa⁶ należy do wyłącznej kompetencji Sejmiku Województwa Wielkopolskiego – przystąpiono, określając zasady, tryb oraz ramowy harmonogram prac nad tym dokumentem [uchwała nr IV/70/15, 2015].

Prace nad Strategią obejmowały dwa uzupełniające się etapy. W pierwszym sformułowano diagnozę stanu turystyki w województwie wielkopolskim, w drugim – na podstawie analiz i wniosków diagnostycznych określono wizję i misję rozwoju tego sektora oraz wskazano obszary priorytetowe, które będą decydować o sukcesie dalszego rozwoju turystyki w regionie. Są to: produkty turystyczne, kapitał ludzki, nowe technologie, infrastruktura. Przyjęte obszary priorytetowe pozwoliły na określenie dla każdego z nich konkretnych celów strategicznych, celów operacyjnych i kierunków działań. Dla każdego celu strategicznego wyznaczono miary jego osiągnięcia oraz potencjalne źródła finansowania działań prowadzących do jego realizacji.

Zarząd Województwa Wielkopolskiego powołał Zespół Programowy, do którego zadań należały: analiza, weryfikacja i opiniowanie wstępnej wersji oraz projektu Strategii, prowadzenie nadzoru merytorycznego nad zapisami Strategii oraz czuwanie nad realizacją przyjętego harmonogramu prac. Przeprowadzona została również procedura strategicznej oceny oddziaływania na środowisko [Prognoza 2015]. Po przyjęciu projektu Strategii przez Zarząd Województwa [uchwała nr 1371/2015] został on skierowany do konsultacji społecznych – zgodnie z ustawą o zasadach prowadzenia polityki rozwoju⁷ – w celu zebrania uwag i opinii spo-

⁵ Strategia opracowana z zachowaniem zasady partnerstwa społecznego jest efektem prac zespołu eksperckiego wyłonionego z konsorcjum czterech poznańskich uczelni: Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Uniwersytetu Ekonomicznego, Uniwersytetu Przyrodniczego i Akademii Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego [Kasprzak 2016a; 2016b; 2016c].

⁶ Art. 18 pkt 2 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa, t.j. Dz.U. 2018, poz. 913 z późn. zm.

⁷ Ustawa z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju, t.j. Dz.U. 2018, poz. 1307 z późn. zm.

leczeństwa na temat proponowanych zapisów projektu Strategii. Dokument ten wraz z prognozą oddziaływania na środowisko został pozytywnie zaopiniowany przez wielkopolskiego państwowego wojewódzkiego inspektora sanitarnego oraz regionalnego dyrektora ochrony środowiska w Poznaniu. Także poddany ewaluacji *ex ante* projekt Strategii został oceniony pozytywnie [Raport ewaluacyjny 2016]. W raporcie ewaluacyjnym podkreślono, że szczegółowa diagnoza oraz sformułowane na jej podstawie wnioski, a także struktura celów i obszarów wsparcia tworzą kompletny, syntetyczny i wewnętrznie spójny układ powiązań przyczynowo-skutkowych, pozbawiony elementów, które mogłyby zniekształcać przekaz oraz transparentność działań i kierunków interwencji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego. Pogłębione wywiady indywidualne z przedstawicielami urzędu oraz ekspertami z branży turystyki wraz ze szczegółową analizą danych zastanych tworzą kompletny obraz turystyki w województwie wielkopolskim oraz możliwości jej rozwoju w perspektywie do 2020 r. Sejmik Województwa Wielkopolskiego uchwalił Strategię w kwietniu 2016 r. [uchwała nr XVIII/481/16, 2016]⁸, po uprzednim przyjęciu przez Zarząd Województwa przebiegu i wyników konsultacji społecznych [uchwała nr 1600/2016] oraz uzyskaniu pozytywnych opinii Komisji Kultury Fizycznej i Turystyki oraz Komisji Strategii Rozwoju Regionalnego i Współpracy Międzynarodowej.

Strategia została opracowana z uwzględnieniem polityk i dokumentów międzynarodowych i krajowych, stosownie do zakresu merytorycznego opracowywanego dokumentu. Uwzględnione zostały również cele strategiczne zawarte w najważniejszych dokumentach regionalnych przyjętych przez samorząd województwa: Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku oraz Planie zagospodarowania przestrzennego województwa wielkopolskiego.

Zakres przedmiotowy i podmiotowy Strategii jest zbieżny z przyjętym w wojewódzkiej strategii rozwoju. Podmiotem Strategii jest Samorząd Województwa Wielkopolskiego; dotyczy ona zakresu jego kompetencji dotyczących wpływania na zachowania innych podmiotów. Przedmiotem Strategii jest turystyka województwa wielkopolskiego w sferze działań, na które samorząd ma bezpośredni lub pośredni wpływ już obecnie lub zamierza mieć w przyszłości.

⁸ Poza tekstem Strategii załącznikami do uchwały są: podsumowanie przebiegu strategicznej oceny oddziaływania na środowisko projektu Strategii, zawierające uzasadnienie wyboru przyjętego dokumentu w odniesieniu do rozpatrywanych rozwiązań alternatywnych, oraz informacje, w jaki sposób zostały wzięte pod uwagę i w jakim zakresie zostały uwzględnione ustalenia zawarte w prognozie oddziaływania na środowisko, opinie właściwych organów, zgłoszone uwagi i wnioski oraz propozycje dotyczące metod i częstotliwości przeprowadzania monitoringu skutków realizacji postanowień przyjętego dokumentu w zakresie oddziaływania na środowisko; uzasadnienie zawierające informacje o udziale społeczeństwa w postępowaniu oraz o tym, w jaki sposób zostały wzięte pod uwagę i w jakim zakresie zostały uwzględnione uwagi i wnioski zgłoszone w związku z udziałem społeczeństwa.

6.2. Zakres Strategii

Strategia rozwoju turystyki przedstawia wizję rozwoju gospodarki turystycznej, w którym następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych. Turystyka jest specyficznym rodzajem działalności gospodarczej, polegającym na szczególnym sposobie korzystania z jednego z trzech podstawowych czynników wytwórczych, jakim oprócz pracy i kapitału ludzkiego jest środowisko przyrodnicze. To właśnie różnorodne zasoby i walory przyrodnicze wraz z dziedzictwem kulturowym, dogodne położenie oraz dobra dostępność komunikacyjna stanowią podstawę skutecznego programowania rozwoju turystyki w Wielkopolsce. W celu pełnego wykorzystania tego potencjału turystycznego niemożliwe jest uniknięcie przekształcania i oddziaływania na środowisko przyrodnicze. Ważne jest jednak, aby planowane inwestycje uwzględniały uwarunkowania przyrodnicze i respektowały potrzebę ochrony środowiska.

Strategia rozwoju turystyki ma charakter prospołeczny, ukierunkowany na rozwój Wielkopolski, podniesienie atrakcyjności turystycznej, a tym samym poprawę jakości życia mieszkańców oraz wzrost jakości usług. Realizacja ustaleń dokumentu wpłynie pozytywnie na ochronę środowiska przyrodniczego i kulturowego oraz krajobraz. Wskazano kierunki zmian, jakich należy się spodziewać w związku z realizacją Strategii, oraz zaproponowano propozycje działań minimalizujących i kompensujących negatywne oddziaływania związane z wdrożeniem ustaleń zawartych w tym dokumencie. Przedstawione w nim kierunki interwencji, które oceniono jako korzystne dla środowiska w zakresie poszczególnych jego elementów, należy traktować jako szeroko pojęte działania związane z zapobieganiem lub zmniejszaniem zagrożeń i negatywnych oddziaływań środowiskowych. Natomiast wspieranie zamierzeń inwestycyjnych w zakresie infrastruktury wypoczynkowej i towarzyszącej jej infrastruktury komunikacyjnej i technicznej oceniono jako mało korzystne lub niekorzystne dla środowiska, szczególnie dla wód powierzchniowych i podziemnych. Poprawa stanu środowiska przyrodniczego jest istotnym czynnikiem warunkującym rozwój różnych form turystyki. Niekorzystny stan środowiska stanowi bowiem barierę dla turystycznego wykorzystania danego waloru.

6.3. Wpływ Strategii na środowisko przyrodnicze

Analiza stanu środowiska przyrodniczego pozwoliła na identyfikację najważniejszych problemów jego ochrony w województwie oraz określenie trendów zmian w środowisku. W odniesieniu do realizacji Strategii za najważniejsze problemy środowiskowe istotne dla rozwoju turystyki uznano:

- zachodzące zmiany stanu środowiska przyrodniczego o różnej formie i intensywności;
 - brak spójnego przestrzennie systemu przyrodniczego zapewniającego skuteczną ochronę cennych walorów przyrodniczych, jak i zachowanie powiązań przyrodniczych;
 - niską lesistość Wielkopolski (25,7%, przy średniej krajowej 29,4%) z dominującą (ok. 80%) w drzewostanie sosną zwyczajną;
 - brak planów ochrony dla wymaganych prawem form ochrony przyrody i planów zadań ochronnych dla wyznaczonych obszarów Natura 2000, co uniemożliwia m.in. wskazanie obszarów realizacji określonych działań ochronnych oraz obszarów lub miejsc zagospodarowania turystycznego, identyfikację istniejących i potencjalnych zagrożeń wewnętrznych i zewnętrznych oraz sposobów ich eliminacji;
 - występowanie zjawisk i konfliktów przestrzennych wynikających z: eksploatacji złóż węgla brunatnego we wschodniej Wielkopolsce, silnie rozwijającego się rolnictwa w południowo-zachodniej części regionu, intensywnych procesów urbanizacyjnych w Poznaniu, Kaliszu, Ostrowie Wielkopolskim i ich okolicach;
 - występowanie miejsc degradacji środowiska, szczególnie terenów po eksploatacji kopalni metodą odkrywkową, głównie węgla brunatnego w rejonie Konina i Turku, powodujące przekształcenia rzeźby terenu, zmiany w stosunkach wodnych, degradację gleb oraz zanieczyszczenie atmosfery.
- Analiza potencjalnych znaczących oddziaływań realizacji Strategii na poszczególne elementy środowiska wskazuje, że:
- przeważać będą pozytywne oddziaływania na poszczególne komponenty środowiska przyrodniczego, w tym zarówno oddziaływania bezpośrednie, jak i pośrednie, w większości średnio- i długoterminowe, wpływające na zapewnienie odpowiedniej jakości środowiska przyrodniczego;
 - przeważać będą skutki pozytywne, wiążące się ze wzrostem atrakcyjności turystycznej regionu, zapewnieniem dogodnych warunków do życia i pobytu w Wielkopolsce, rozwojem terenów atrakcyjnych turystycznie, rozwojem wielokulturowej tożsamości społeczeństwa, lokalnej i ponadlokalnej współpracy w dziedzinie turystyki;
 - nastąpi pobudzenie aktywności gospodarczej, wyrównywanie standardów życia społeczności lokalnych, zwłaszcza w zakresie powiązań komunikacyjnych i infrastrukturalnych, stworzenie dalszych możliwości rozwoju turystyki będzie korzystne dla pogłębienia więzi społecznych;
 - duża zmienność w oddziaływaniach na stan środowiska przyrodniczego, charakteryzuje cele i działania związane z rozbudową i modernizacją infrastruktury regionu oraz jego dalszą aktywizacją turystyczną;
 - wiele elementów środowiska przyrodniczego nie będzie w ogóle objętych oddziaływaniem lub oddziaływanie to będzie nieznaczące.

7. Wnioski

1. Realizacja ustaleń Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku ma charakter prospołeczny, ukierunkowany na rozwój Wielkopolski, podniesienie atrakcyjności turystycznej, a tym samym poprawę jakości życia zarówno mieszkańców, jak i turystów. Efektywnie będą więc także realizowane cele związane z ochroną środowiska. Przyczyni się to do poprawy atrakcyjności i konkurencyjności turystycznej regionu, co wpłynie m.in. na poprawę estetyzacji przestrzeni w miastach i na wsiach, zachowania krajobrazów, a także poprawę stanu elementów środowiska przyrodniczego oraz rozwój gospodarczy regionu.

2. W przypadku braku możliwości wykonania ustaleń Strategii rozwoju turystyki województwo nie realizowałoby wytycznych określonych w dokumentach strategicznych Unii Europejskiej oraz dokumentach krajowych i strategii rozwoju regionu, w tym polityki w zakresie ochrony środowiska. Jako sytuację alternatywną należy przyjąć wariant zaniechania działań samorządu województwa w tym zakresie. Oznaczałoby to, że na poziomie regionalnych dokumentów strategicznych obowiązywać będzie jedynie Strategia rozwoju województwa wielkopolskiego, która tylko w sposób ogólny odnosi się do zagadnień turystyki. Nie ma obecnie możliwości odstąpienia od prowadzenia polityki rozwoju województwa, na którą składa się m.in. tworzenie warunków rozwoju gospodarczego, racjonalne korzystanie z zasobów przyrody oraz kształtowanie środowiska przyrodniczego, opieka nad dziedzictwem kulturowym i jego racjonalne wykorzystywanie, promocja walorów i możliwości rozwojowych regionu.

3. Wdrażanie dokumentu w postaci realizacji działań kierunkowych będzie wymagać procesu inwestycyjnego i przeprowadzenia procedury administracyjnej zakończonej uzyskaniem decyzji określającej środowiskowe uwarunkowania realizacji przedsięwzięcia. Ich realizacja musi być poprzedzona postępowaniem zapewniającym wybór najkorzystniejszych dla środowiska wariantów lokalizacyjnych i technicznych, a także wskazaniem właściwych zabezpieczeń chroniących środowisko.

4. Strategia rozwoju turystyki nie jest rozprawą naukową, co jest jej ogromną zaletą. Dzięki przejrzystości swoich treści jest bowiem dostępna dla każdego zainteresowanego, przy jednoczesnym zachowaniu wysokiej wartości merytorycznej.

Literatura

Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu, Bruksela: Komisja Europejska, 3.3.2010, KOM, 2010, 2020 wersja ostateczna.

- Kasprzak K., 2016a, Strategia rozwoju turystyki w regionie, *Przegląd Komunalny*, 7(298), 66-68.
- Kasprzak K., 2016b, Diagnoza i strategia rozwoju turystyki w Wielkopolsce, *Więści Akademickie*, 9-10, 12-14.
- Kasprzak K., 2016c, Uchwalenie strategii rozwoju turystyki przez Sejmik Województwa Wielkopolskiego, *Więści Akademickie*, 11-12(218-219), 21-22.
- Metropolia Poznań 2020. Zielona Księga Aglomeracji Poznańskiej, 2010, Poznań: Centrum Badań Metropolitalnych UAM.
- Metropolia Poznań 2020. Strategia Rozwoju Aglomeracji Poznańskiej, 2011, Poznań: Centrum Badań Metropolitalnych UAM.
- Miszczuk A., Miszczuk M., Żuk K., 2007, *Gospodarka samorządu terytorialnego*, Warszawa: WN PWN.
- Prognoza oddziaływania na środowisko projektu zaktualizowanej strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020, 2012, Poznań: Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego.
- Prognoza oddziaływania na środowisko projektu strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku, 2015, Poznań: Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego.
- Raport ewaluacyjny projektu Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku, 2016, Gdańsk: EU-Consult.
- Regionalna Strategia Innowacji dla Wielkopolski na lata 2015-2020 (RSI 3). Aktualizacja, 2015, Poznań: Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego, Departament Gospodarki.
- Uchwała nr 239 Rady Ministrów z dnia 13 grudnia 2011 r. w sprawie przyjęcia koncepcji przestrzennego zagospodarowania kraju 2030, M.P. 2012, poz. 252.
- Uchwała nr XLVI/690/10 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 26 kwietnia 2010 r. w sprawie uchwalenia Planu zagospodarowania przestrzennego województwa wielkopolskiego. Dz.Urz. Woj. Wielkopolskiego nr 155, poz. 2953.
- Uchwała nr VI/88/11 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 18 kwietnia 2011 r. w sprawie określenia zasad, trybu i harmonogramu prac nad aktualizacją Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku.
- Uchwała nr XXIX/559/12 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 17 grudnia 2012 r. w sprawie uchwalenia zaktualizowanej Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020 z załącznikiem: Wielkopolska 2020. Zaktualizowana strategia rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku, 2012, Poznań: Zarząd Województwa Wielkopolskiego.
- Uchwała nr III/45/15 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 26 stycznia 2015 r. w sprawie uchwalenia zaktualizowanej Regionalnej strategii innowacji dla Wielkopolski na lata 2015-2020.
- Uchwała nr IV/70/15 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 23 lutego 2015 r. w sprawie określenia zasad, trybu i harmonogramu prac nad Strategią rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku, Dz.Urz. Woj. Wielkopolskiego, poz. 1952 oraz z 2016 r., poz. 2367.

- Uchwała nr XVIII/481/16 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 25 kwietnia 2016 r. w sprawie uchwalenia Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku.
- Uchwała r 1371/2015 Zarządu Województwa Wielkopolskiego z dnia 10 grudnia 2015 r. w sprawie przyjęcia projektu Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku i skierowania go do konsultacji społecznych.
- Uchwała nr 1600/2016 Zarządu Województwa Wielkopolskiego z dnia 12 lutego 2016 r. w sprawie przyjęcia Sprawozdania z przebiegu i wyników konsultacji społecznych projektu Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku.
- Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa, t.j. Dz.U. 2018, poz. 913 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 27 marca 2003 o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, t.j. Dz.U. 2017, poz. 1073 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju, t.j. Dz.U. 2018, poz. 1307 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 3 października 2008 r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko, t.j. Dz.U. 2017, poz. 1405 z późn. zm.

Tourism in the Light of Regional Strategic Documents the Province of Wielkopolska

Abstract. The Tourism Development Strategy of Wielkopolska Province for 2020 year has a pro-social orientation and is geared towards the development of Wielkopolska, increasing the attractiveness of its tourism, and thus improving the quality of life of its inhabitants and increasing the quality of services. The implementation of the provisions included in this document will have a positive impact on the protection of the natural and cultural environment and the landscape. The document indicates directions of changes which can be expected as a result of implementing the Strategy and proposes ways to minimize and compensate for the negative impacts associated with the implementation of the strategy. The directions of intervention outlined in this document, which were assessed as environmentally sound in their individual components, should be treated as comprehensive measures of preventing or reducing risks and negative environmental impacts. On the other hand, the promotion of investment plans concerning the leisure infrastructure and the accompanying transportation and technical infrastructure were assessed as either hardly beneficial or even unfavorable to the environment. An improvement of the natural environment is an important prerequisite of the development of various forms of tourism. The unfavorable state of the environment is often a barrier to the tourist use of a given asset. The Tourism Development Strategy is not a scientific document and is accessible to anyone interested, which is its great advantage.

Keywords: strategic documents, spatial planning, tourism development strategy

JAROSŁAW SŁOWIAK*

Zagospodarowanie turystyczne i rekreacyjne lasów miejskich w Szczecinie

Streszczenie. Lasy miejskie w Szczecinie są jednym z największych obszarów tego typu w Polsce. Łącznie zajmują powierzchnię 2780 ha. Znaczna ich część to tereny atrakcyjne krajobrazowo, dobrze skomunikowane z centrum miasta. W dobie mody na aktywny wypoczynek mieszkańcy Szczecina chętnie z nich korzystają. Konieczne jest więc określenie zasobów i stanu infrastruktury turystyczno-rekreacyjnej na ich obszarze. W artykule przedstawiono aktualny stan zagospodarowania turystycznego i rekreacyjnego na obszarze lasów miejskich Szczecina oraz szczegółowe wyniki inwentaryzacji istniejącej infrastruktury przeprowadzonej w 2017 r. Dokonano również analizy słabych i mocnych stron zagospodarowania turystycznego i rekreacyjnego oraz wskazano kierunki potencjalnych zmian. W świetle przeprowadzonych badań należy podkreślić nierównomierne rozmieszczenie infrastruktury i duży stopień jej koncentracji w obrębie kilku obszarów leśnych oraz niezadawalające przystosowanie do aktualnych potrzeb mieszkańców.

Słowa kluczowe: Szczecin, Pomorze Zachodnie, turystyka, rekreacja, tereny zielone, las

1. Wstęp

Modny obecnie trend w życiu mieszkańców miast to urozmaicona aktywność ruchowa wykonywana cyklicznie, często codziennie lub weekendowo. Według raportu GUS 45,9% Polaków regularnie podejmuje zajęcia sportowo-rekreacyjne [GUS 2013: 47]. Dane te znajdują potwierdzenie w corocznych badaniach prowadzonych przez Ministerstwo Sportu i Turystyki, według których w 2016 r. aktywność fizyczną w czasie wolnym deklarowało 60% respondentów, natomiast

* Uniwersytet Szczeciński, Wydział Nauk o Ziemi, tel. 606 297 573, e-mail: jaroslaw.slowiak@usz.edu.pl, orcid.org/0000-0003-2708-5123.

w 2017 r. aktywność fizyczną w czasie wolnym i aktywność związaną z przemierzaniem się zadeklarowało łącznie 46% osób objętych badaniem¹. W tym kontekście istotna jest dostępność obszarów, na których można aktywność fizyczną podejmować bezpośrednio w miejscu stałego zamieszkania. Lasy miejskie w naturalny sposób stają się obszarem zainteresowania osób chcących wypoczywać aktywnie, łącząc relaks z dbałością o swoje zdrowie i kondycję. Zwrócili na to uwagę Jarosław Skłodowski, analizując preferencje osób odwiedzających kompleksy leśne [Skłodowski i in. 2013: 293-305], oraz Beata Meyer, analizując nowoczesne trendy w turystyce [Meyer 2011: 208].

Warto zauważyć, że słowo „rekreacja” – wywodzące się od łacińskiego *recreatio* (od *recreo* – przywrócić do życia, wzmocnić, pokrzepić lub na nowo stworzyć) – oznacza powrót do zdrowia i sił. W literaturze podejmowano wiele prób ścisłego zdefiniowania tego pojęcia. Według Richarda Krausa [2001: 39] wszystkie te definicje zawierają wspólne elementy, takie jak: aktywność (fizyczną, umysłową, społeczną, emocjonalną), dowolne uczestnictwo, wewnętrzną motywację uczestników i pożądane rezultaty. W polskiej literaturze często przytaczana i akceptowana jest definicja sformułowana przez Macieja Demela i Włodzimierza Humena, według której rekreacja obejmuje działalność podejmowaną poza obowiązkami zawodowymi, domowymi i społecznymi, dla odpoczynku, rozrywki lub rozwoju własnej osobowości [Domel i Humel 1970]. Sylwia Toczek-Werner zauważa, że w powszechnym obiegu informacji i literaturze przedmiotu pojęcie „rekreacja” jest używane w trzech znaczeniach [Toczek-Werner 2005: 11]. W pierwszym określa zespół zachowań, które człowiek realizuje w czasie wolnym. W drugim utożsamiana jest z procesem wypoczynku, czyli regeneracją sił. W trzecim natomiast jest uznawana za zjawisko społeczno-kulturowe. W przypadku aktywności na obszarach leśnych zasadne wydaje się zawężenie pojęcia rekreacji wyłącznie do rekreacji ruchowej, która definiowana jest przez Teresę Wolańską jako „wszystkie zajęcia o treści ruchowo-sportowej lub turystycznej, którym człowiek oddaje się z własnej chęci w czasie wolnym dla odpoczynku, przyjemności i rozwoju własnej osobowości” [Wolańska 1989: 9].

Rekreacja i turystyka często się ze sobą przeplatają, zwłaszcza na obszarze miast i terenach podmiejskich. Osoby uprawiające rekreację niejako „przy okazji” poznają walory turystyczne najbliższej okolicy. Turyści, przemierzając się pomiędzy tymi walorami, położonymi w pewnym oddaleniu od siebie w przestrzeni geograficznej, uprawiają rekreację. Wobec takiej współzależności można traktować zagospodarowanie lasów miejskich jako obszar wspólny dla rekreacji i turystyki, tworzących razem przestrzeń czasu wolnego.

Jak zauważają Maria Zamelska i Beata Kaczor, oba te pojęcia mają wiele powiązań, ale też i cech je różnicujących [Zamelska i Kaczor 2015: 108]. Trudno

¹ <https://www.msit.gov.pl> [dostęp: 5.06.2018].

przytoczyć jedną spójną definicję terminu „turystyka”, ponieważ współcześnie jest ona zjawiskiem wielopłaszczyznowym, które obejmuje rozmaite dziedziny życia, stanowi przedmiot zainteresowania różnych nauk i jako taka jest obszarem żywej dyskusji wielu autorów. W częstym rozumieniu termin „turystyka” oznacza podróże lub wędrowki odbywane w czasie wolnym dla odpoczynku, rozrywki, zdrowia i zdobywania nowych doświadczeń [Toczek-Werner 2005: 13]. W takim ujęciu jest on spójny z definicją aktywności rekreacyjnej, szczególnie w odniesieniu do mieszkańców miast. Jerzy Bogucki uważa, że w niektórych okolicznościach można traktować turystykę jako środek lub formę rekreacji [Bogucki 1984: 12]. Wobec tego wydaje się więc zasadne, by urządzenia i elementy zagospodarowania lasów miejskich uważać za wspólne dla potrzeb rekreacji i turystyki, tym bardziej że mają one odniesienia w literaturze przedmiotu i można takie zagospodarowanie określić mianem turystyczno-rekreacyjnego. Teofil Lijewski jako zagospodarowanie turystyczne (bazę materialną turystyki) uznaje „zespół obiektów i urządzeń stanowiących wyposażenie określonego terenu, umożliwiających zaspokojenie potrzeb ruchu turystycznego” [Lijewski i in. 2002: 17]. Koresponduje to z elementami i urządzeniami służącymi rekreacji, które wymieniają Jarosław Skłodowski [Skłodowski i in. 2013] i Bogdan Łonkiewicz [1997], takimi jak: szlaki (rowerowe, piesze, wędrowkowe, zdrowia, konne), wiaty, ławy i stoły, paleniska, place zabaw i tablice informacyjne.

Zagospodarowanie lasów, w tym lasów miejskich, na potrzeby turystyki i rekreacji jest przedmiotem rozważań wielu autorów. Bohdan Ważyński [1995] zwraca uwagę, że jedną z głównych funkcji lasów miejskich jest umożliwienie mieszkańcom rekreacji i wypoczynku. Bogdan Łonkiewicz postuluje wprowadzenie trzech stref zagospodarowania lasu miejskiego oraz wymienia elementy jego technicznego zagospodarowania. Dzieli je na urządzenia i elementy ochronne, elementy informacyjno-dydaktyczne, urządzenia komunikacyjne, urządzenia sanitarne, urządzenia socjalne oraz urządzenia rekreacyjne [Łonkiewicz 1997: 31-37]. Adam Kaliszewski, opisując koncepcję leśnictwa miejskiego (*urban forestry*) zwraca uwagę na rosnące zapotrzebowanie społeczności miejskich na pozaprodukcyjne funkcje i świadczenia leśnictwa, w tym tworzenie warunków do wypoczynku i przeżyć estetycznych ludności oraz możliwości edukacji ekologicznej bezpośrednio w środowisku przyrodniczym [Kaliszewski 2006: 103-118]. Potwierdzają to m.in. badania ankietowe przeprowadzone wśród mieszkańców Warszawy przez Emilię Janeczko i Beatę Woźnicką, mające na celu zbadanie oczekiwań mieszkańców stolicy w zakresie zagospodarowania rekreacyjnego lasów. Wynika z nich, że respondenci oczekują przede wszystkim urządzeń i elementów umożliwiających takie formy rekreacji, jak: spacer, wycieczki rowerowe i pikniki [Janeczko i Woźnicka 2009: 138]. Jarosław Kikulski pisze zaś, że oczekiwania co do zagospodarowania lasów są duże wśród mieszkańców aglomeracji i rejonów przemysłowych, niskie jednak wśród mieszkańców wsi [Kikulski 2011: 291].

2. Cele i metody badań

Celem badań był ilościowy przegląd aktualnego stanu zagospodarowania turystycznego i rekreacyjnego lasów miejskich zlokalizowanych na terenie Szczecina. W ich ramach dokonano inwentaryzacji infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej na obszarze badań. Zastosowano takie metody, jak kwerenda literatury przedmiotu i dokumentów planistycznych oraz rekonesanse piesze i rowerowe przeprowadzone w 2017 r.

3. Obszar badań

Na podstawie regionalizacji przyrodniczo-leśnej grunty lasów Szczecina położone są w: Krainie I Bałtyckiej, Mezoregionie Puszczy Wkrzańskiej i Goleniowskiej oraz Mezoregionie Puszczy Bukowej i Równiny Wełtyńskiej [Zielony i Kliczkowska 2012: 195-196].

Lasy w granicach Szczecina [BIP UM Szczecin 2017: 167] mają łączną powierzchnię 5056 ha i położone są głównie w północnej, południowej i południowo-wschodniej części miasta. W połowie obszarem tym zarządzają Lasy Państwowe, a w drugiej połowie Urząd Miasta. Te pierwsze zajmują powierzchnię 2716 ha i wchodzi w skład trzech nadleśnictw:

- Nadleśnictwo Trzebież (828,71 ha powierzchni ogólnej, w tym 654,82 ha powierzchni leśnej),
- Nadleśnictwo Kliniska (658,03 ha powierzchni ogólnej, w tym 633,33 ha powierzchni leśnej),
- Nadleśnictwo Gryfino (1229,29 ha powierzchni ogólnej, w tym 1098 ha powierzchni leśnej).

Ich podstawową funkcją jest ochrona i nie były one dotąd objęte problematyką badań opisanych w niniejszej pracy.

Lasy miejskie zajmują ogólną powierzchnię 2764,17 ha, a funkcja ochronna tych obszarów jest zintegrowana z funkcjami rekreacyjnymi. Są one częścią trzech puszczy położonych w dolnym biegu Odry: lasy po zachodniej stronie rzeki znajdują się w rejonie Puszczy Wkrzańskiej, południowo-wschodnia część związana jest z Puszczą Bukową, natomiast od wschodu i północno-wschodu stanowią część Puszczy Goleniowskiej.

Obszar lasów miejskich podzielony jest na dwa leśnictwa:

- Leśnictwo Głębokie, o powierzchni 1735,27 ha, obejmujące swym zasięgiem lasy położone po zachodniej stronie Odry,

– Leśnictwo Dąbie, o powierzchni 1044,90 ha, obejmujące lasy położone po wschodniej stronie Odry.

Historia powstania lasów miejskich w Szczecinie sięga XIX w. i związana jest z przejmowaniem przez miasto Szczecin na własność kolejnych gruntów w ramach kompleksów leśnych zwanych też uroczyskami. Przejęcia te odbywały się w różny sposób. Najczęściej miało to miejsce w drodze wykupu od właścicieli prywatnych bądź też darowizn czynionych przez właścicieli lasów na rzecz miasta. Po II wojnie światowej przejęcia gruntów odbywały się również w drodze upaństwowienia i przekazywania pod zarząd miasta. W 1945 r. rozpoczęło się zagospodarowanie lasów własności miasta m.in. pod kątem stworzenia mieszkańcom Szczecina dogodnych warunków do wypoczynku czynnego i biernego.

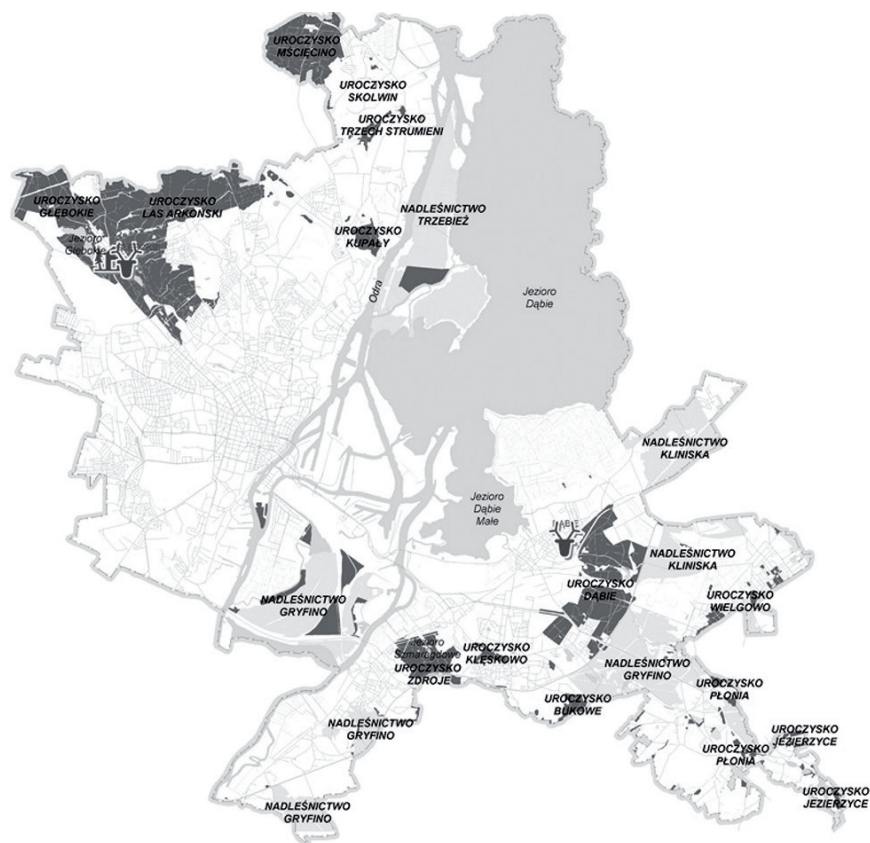
Aktualnie lasami miejskimi w Szczecinie zarządza Zakład Usług Komunalnych Urzędu Miasta. Ich teren został podzielony na 13 uroczysk (tab. 1).

Tabela 1. Podział lasów miejskich w Szczecinie

Lp.	Nazwa	Powierzchnia (ha)	Powierzchnia (%)
1.	Uroczysko Mścięcino	297,46	10,7
2.	Uroczysko Skolwin	2,86	0,1
3.	Uroczysko Trzech Strumieni	23,07	0,8
4.	Uroczysko Las Arkoński	976,90	35,1
5.	Uroczysko Głębokie	351,77	12,7
6.	Uroczysko Kupały	51,64	1,9
7.	Uroczysko Dąbie	465,56	16,7
8.	Uroczysko Klęskowo	23,39	0,8
9.	Uroczysko Zdroje	151,03	5,4
10.	Uroczysko Wielgowo	38,97	1,4
11.	Uroczysko Bukowe	32,42	1,2
12.	Uroczysko Płonia	58,89	2,2
13.	Uroczysko Jezierzycze	24,69	0,9
14.	Grunty poza uroczyskami	281,52	10,1
Łącznie		2780,17	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie BIP Urzędu Miasta Szczecina, http://bip.um.szczecin.pl/chapter_11519.asp [dostęp: 10.12.2017].

W ramach uroczysk ujęto 90% terenów leśnych, pozostałe 10% lasów tworzą zbiorowiska rozproszone oraz tereny na wyspach Pucka i Dębina, które są trudno dostępne dla ludności i nie stanowią obszaru będącego celem zagospodarowania turystycznego i rekreacyjnego. Należy zwrócić uwagę na specyficzny dla Szczecina układ lasów (mapa 1). Są one zgrupowane po przeciwległych stronach miasta i nie mają wspólnych granic. Pomiędzy kompleksami leśnymi znajdują się tereny



Mapa 1. Mapa lasów miejskich Szczecina

Źródło: ZUK Urzędu Miasta Szczecina.

wysoce zurbanizowane oraz duży akwen wodny – jezioro Dąbie wraz z rozlewiszkiem rzek Odry i Regalicy.

Przylegające do siebie uroczyska zlokalizowane w północno-zachodnim rejonie miasta: Głębokie i Las Arkoński stanowią – prawie w całości – zwarty kompleks leśny będący południowo-wschodnim skrajem Puszczy Wkrzańskiej. Łącznie te dwa uroczyska zajmują powierzchnię 1328,67 ha, co stanowi 48% powierzchni lasów miejskich. W skład Puszczy Wkrzańskiej wchodzi również położone w północnej części miasta uroczysko Mścięcino. Uroczyska w południowo-wschodniej części miasta są mniejsze i bardziej rozproszone. Dwa z nich są fragmentami większych kompleksów leśnych. Uroczysko Dąbie stanowi południowo-zachodnie obrzeże Puszczy Goleniowskiej, natomiast Zdroje położone jest w północnej części Puszczy Bukowej.

4. Zagospodarowanie turystyczne i rekreacyjne – stan obecny

W trakcie prowadzonej inwentaryzacji wyróżniono osiem rodzajów zagospodarowania badanego obszaru. Są to:

- polany rekreacyjne,
- wybiegi dla psów,
- punkty widokowe,
- punkty informacji turystycznej i edukacji,
- ścieżki dydaktyczne,
- ścieżki zdrowia,
- znakowane szlaki turystyczne,
- trasy spacerowe i rowerowe.

4.1. Polany rekreacyjne

Na terenie lasów miejskich w Szczecinie zlokalizowanych jest 15 zagospodarowanych polan rekreacyjnych (tab. 2). Standardowo są one wyposażone w stoły, ławy do siedzenia i kosze na śmieci. Na większości umieszczono dodatkowo zadane wiaty oraz wydzielono bezpieczne miejsca do palenia ognisk. Wiaty mają różny kształt i wielkość (ośmiokątne, sześciokątne i czworokątne), wszystkie mają miejsce do siedzenia w postaci ław. Liczba elementów zagospodarowania jest różna i zależy głównie od wielkości polany oraz natężenia ruchu turystyczno-rekreacyjnego. Na polanie Sportowej znajdują się dodatkowo boiska do gry w piłkę nożną, koszykówkę oraz tenisa, a na polanie Nad Płonią boisko do gry w piłkę nożną. Większość polan zlokalizowanych jest na terenie uroczysk Las Arkoński i Głębokie, które są terenami najchętniej odwiedzanymi przez mieszkańców lewobrzeżnej części Szczecina.

4.2. Wybiegi dla psów

Na badanym obszarze są trzy zagospodarowane wybiegi. Zlokalizowane są one przy ul. Chopina, Arkońskiej i Kopalnianej. Każdy z nich to teren ogrodzony i oświetlony, dzięki czemu dostępne są przez całą dobę. Dla czworonogów została zbudowana infrastruktura w postaci różnego typu przeszkód, takich jak: palisady, opony do skoków oraz stopnie. Dla właścicieli psów przygotowano na każdym z nich wiaty i ławki. Wybiegi wyposażone są w kosze na śmieci oraz dystrybuto-

Tabela 2. Zagospodarowanie polan rekreacyjnych na terenie Szczecina

Lp.	Nazwa polany	Stoły	Ławy	Wiaty	Paleniska	Kosze na śmieci
1.	Goplana	4	8	–	2	2
2.	Czerwona	4	16	9	2	6
3.	Miodowa	6	12	1	2	3
4.	Biała	3	6	3	2	7
5.	Warszewo	3	6	–	-	2
6.	Harcerska	4	8	1	2	4
7.	Wolczkowska	3	6	–	1	2
8.	Bagienna Olszyna	3	6	–	1	2
9.	Kupczyka	9	17	1	1	5
10.	Sportowa	1	14	9	3	2
11.	Przy Arkonce	1	2	1	–	2
12.	Nad Głębokim	4	8	6	1	1
13.	Nad Płonią	1	8	3	2	3
14.	Widok	3	23	2	3	4
15.	Słoneczna	–	20	1	3	6
Łącznie		49	160	37	25	51

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów Urzędu Miasta Szczecina.

ry z woreczkami na odchody zwierząt. Stan techniczny infrastruktury wybiegów Arkońska i Chopina wymaga poprawy, ponieważ jest w stanie znacznego zużycia eksploatacyjnego.

4.3. Punkty widokowe

W lasach miejskich znajdują się dwa punkty widokowe. Są one zlokalizowane po przeciwnych stronach miasta. „Oko na Szczecin” to punkt na wzniesieniu Widok o wysokości 55 m n.p.m., które znajduje się na północ od Jeziora Szmaragdowego. Punkt widokowy jest przedłużeniem polany Widok, znajduje się na krawędzi wzniesienia i ograniczony jest barierką. Roztacza się z niego widok na rozlewiska rzek Odry i Regalicy oraz centrum miasta. W niedalekiej przyszłości planowane jest zbudowanie na polanie platformy widokowej, która zwiększy zasięg obserwacji. Drugi punkt „Wodozbiór” to platforma widokowa na terenie Wzgórz Warszawskich z widokiem na zbiornik polodowcowy Wysoki Staw. Prowadzi do niej trasa spacerowa „Do Wodozbioru”. W ramach zagospodarowania w pobliżu platformy umieszczono: tablicę informacyjną, stół z dwiema ławami oraz kosz na śmieci.

4.4. Ścieżki dydaktyczne

Lasy miejskie Szczecina posiadają obecnie cztery ścieżki, na których realizowane są zajęcia w terenie. Są to:

- ścieżka przyrodniczo-leśna „Nad Jeziorem Głębokim”, zlokalizowana przy Jeziorze Głębokim. Rozpoczyna się ona przy pętli tramwajowej „Głębokie”, prowadzi przez las i nad brzegiem jeziora, otacza Głębokie i kończy się przy ulicy Kąpieliskowej. Ma długość 6 km. Na jej trasie ustawionych jest dziesięć tablic informacyjnych o ekosystemie jeziora. Dostępnych jest również pięć wiat wyczynekowych z ławkami i stołami oraz kosze na śmieci. Na szlaku można także podziwiać pomniki przyrody: dąb szypułkowy i buk zwyczajny „Stróże”, dęby szypułkowe „Brytyjczycy” i buk zwyczajny „Upiór”;

- ścieżka przyrodniczo-leśna „Smaragdowe-Zdroje”, zlokalizowana w Uroczysku Zdroje. Jest to trasa o długości ok. 4 km biegnąca w pobliżu Jeziora Smaragdowego. Składa się z dwunastu przystanków edukacyjnych (tablice informacyjne) i prowadzi przez najcenniejsze pod względem przyrodniczym fragmenty Parku Leśnego Zdroje, takie jak drzewostany buczyny pomorskiej i sosny czarnej oraz pomniki przyrody (m.in. 250-letni dąb i 150-letnie buki). Na jej trasie można zapoznać się z zabytkami historycznymi – ruinami wieży Barasela i głazami morowcami;

- ścieżka przyrodniczo-edukacyjna „Wspólny Las – Wspólna Europa”, zlokalizowana przy siedzibie Leśnictwa Głębokie. Ścieżka nie posiada przebiegu liniowego. Ideą projektu było połączenie funkcji wyczynekowej z praktyczną edukacją. W tej sferze zawiera ona czternaście tablic edukacyjnych w języku polskim i niemieckim dotyczących funkcji lasu. W sferze rekreacji zbudowano utwardzone ścieżki spacerowe, siedem wiat wyczynekowych oraz dziewięć ławek do odpoczynku;

- ścieżka przyrodniczo-edukacyjna „Przy leśniczówce”, zlokalizowana na małym skwerze przy siedzibie Leśnictwa Dąbie. Ścieżka nie posiada przebiegu liniowego. Jej zagospodarowanie to jedna wiata z ławkami oraz dwie tablice edukacyjne o funkcjach lasu.

4.5. Ścieżki zdrowia

Na obszarze lasów miejskich utworzone zostały dwie ścieżki zdrowia służące mieszkańcom, którzy preferują aktywny wypoczynek połączony z ćwiczeniami fizycznymi. Są to:

- ścieżka zdrowia w Puszczy Wkrzańskiej – trasa wykonana i oznakowana w Lesie Arkońskim. Ma długość 3200 m i zlokalizowana jest w okolicach Jeziora

Głębokie. Zawiera 15 stacji do ćwiczeń na świeżym powietrzu ze stanowiskami wykonanymi z drewna i metalu. Każda z nich została wyposażona w totem informacyjny oraz ławkę i kosz na śmieci;

– ścieżka zdrowia w Puszczy Bukowej – trasa wykonana i oznakowana w Parku Leśnym Zdroje. Ma długość 2150 m i biegnie wokół Jeziora Szmaragdowego. Zawiera 11 stacji ze stanowiskami do ćwiczeń na świeżym powietrzu oraz ławki i kosze na śmieci.

4.6. Znakowane szlaki turystyczne

Przez obszar objęty badaniami przebiega wiele znakowanych szlaków turystycznych. Są one w większości fragmentami dłuższych szlaków wytyczonych w okolicach Szczecina. Szlaki w lasach miejskich (tab. 3) dzielą się na dwie grupy. Jedna to trasy w lewobrzeżnej części miasta, które związane są z Puszcza Wkrzańską. Na badanym terenie należą do nich uroczyska Las Arkoński, Głębokie i Mścięcino. Druga grupa to gęsta sieć szlaków związanych z Puszcza Bukową na prawobrzeżu

Tabela 3. Znakowane szlaki turystyczne w lasach miejskich Szczecina

Nr szlaku	Nazwa	Kolor	Punkt początkowy i końcowy	Długość całkowita (km)	Długość na terenie lasów (km)
ZP-1045	Pokoju	niebieski	Szczecin Głębokie MZK – Pilchowo MZK	12,2	5,2
ZP-1046	Ireny i Karola	żółty	Las Arkoński – Szczecin Głębokie MZK	9,3	9,3
ZP-1047	Ścieżkami Dzików	czerwony	Las Arkoński – Mścięcino MZK	14,5	9,0
ZP-1048	Przez Las Arkoński i Wzgórza Warszawskie	zielony	Szczecin Skolwin Las Arkoński	13,8	5,5
ZP-0106	Puszczy Wkrzańskiej im. Kaczmarka	czerwony	Szczecin Głębokie MZK – Trzebież	43,7	4,0
ZP-1062	Szlak do Jeziora Szmaragdowego	czarny	Szczecin Zdroje PKP – Jez. Szmaragdowe	1,5	0,7
ZP-1063	Szlak Równiny Wełtyńskiej	niebieski	Jez. Szmaragdowe – Lipiany	74,6	1,0
ZP-1064	Szlak Woja Żelislawa	zielony	Jez. Szmaragdowe – Gryfino	31,7	1,5
ZP-1065	Szlak Familijny	żółty	Jez. Szmaragdowe – Skórcza Góra	2,5	2,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów PTTK i Zachodniopomorskiej Bazy Szlaków Turystycznych.

Szczecina, których krótkie odcinki znajdują się w Parku Leśnym Zdroje, a konkretnie w okolicach Jeziora Szmaragdowego. Łącznie na terenie lasów miejskich jest 39 km znakowanych szlaków turystycznych, z czego 33 km na lewobrzeżu, a pozostałe 6 km w Parku Leśnym Zdroje.

4.7. Trasy spacerowe i szlaki rowerowe

Na obszarze lasów miejskich oprócz znakowanych szlaków turystycznych wytyczono również inne trasy do rekreacji. Są to przeważnie ciągi pieszo-rowerowe służące również biegaczom. Jest też jeden szlak konny. Należą do nich:

- szlak turystyczny „Siedem Młynów-Gubałówka” – szlak pieszo-rowerowy o długości 4 km. Łączy on Las Arkoński ze szczecińską Gubałówką, czyli wzniesieniem, na zboczu którego zlokalizowany jest jedyny w najbliższej okolicy stok narciarski i saneczkowy. Na szlaku ustawiono osiem ławek, stół z dwiema ławami oraz zadaszoną wiatę;

- pieszo-rowerowy szlak turystyczny „Głębokie-Osów” – służy uprawianiu różnych form rekreacji. Jego trasa ma 2 km długości i 2,3 m szerokości. Przebiega pomiędzy Jeziorem Głębokie a dzielnicą Osów. Infrastruktura szlaku składa się z czterech ławek, dwóch stołów z dwiema ławami, dwóch wiat oraz dziesięciu koszy na śmieci;

- trasa wokół kąpieliska „Arkonka” – asfaltowa droga o długości 1750 m (z czego 1200 m jest oświetlonych). Jej infrastrukturę tworzy dwanaście ławek i trzynaście koszy na śmieci. Jest to trasa dostosowana do realizowania treningu profesjonalnego, dzięki podzieleniu jej na oznakowane 100-metrowe odcinki;

- ciąg pieszo-rowerowy wzdłuż ulic Zegadłowicza i Wojska Polskiego – oświetlona trasa asfaltowa o długości 1200 m i szerokości 3 m, biegnąca równolegle do wspomnianych ulic. Ciąg jest chętnie wykorzystywany również przez wrotkarzy;

- trasa widokowa „Do Wodozbioru” – szlak spacerowy długości 1730 m, zaczynający się w dzielnicy Warszewo i prowadzący do platformy widokowej nad Wysokim Stawem. Przy platformie zlokalizowany jest punkt odpoczynku, który tworzą stół z dwiema ławami, tablica informacyjno-edukacyjna oraz dwa kosze na śmieci;

- szlak konny – do uprawiania rekreacji konnej. Ma on długość 13 km. Łączy stadninę koni na Osowie z Jeziorem Głębokie. Na początku i końcu szlaku znajdują się tablice informacyjne z mapą, jednak nie towarzyszy mu żadna infrastruktura.

5. Mocne i słabe strony zagospodarowania turystycznego i rekreacyjnego lasów miejskich Szczecina

Słabą stroną zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego lasów miejskich Szczecina jest duża dysproporcja pomiędzy uroczyskami wchodzącymi w ich obszar. Najsilniej nasycone elementami szeroko pojętej infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej są obszary lewobrzeżnych uroczysk Głębokie i Las Arkoński. Sytuację tę uzasadnia po części wielkość powierzchni tych dwóch obszarów (prawie 50% całkowitej powierzchni lasów miejskich), ich dostępność komunikacyjna oraz bliska odległość od centrum miasta i gęsto zaludnionych dzielnic. Tereny te są miejscem tradycyjnego wypoczynku i rekreacji mieszkańców, co w efekcie prowadzi do przeciążenia infrastruktury oraz silnej antropopresji na środowisko przyrodnicze. Drugim obszarem intensywnie zagospodarowanym są okolice Jeziora Szmaragdowego, czyli uroczysko Zdroje. Jest on bardzo atrakcyjny pod względem widoków oraz znacznego zróżnicowania terenu. Jest to też punkt początkowy wielu szlaków biegnących przez atrakcyjną dla turystów Puszcę Bukową. Tutaj również obserwuje się kumulację infrastruktury i podobne negatywne zjawiska powodowane nadmierną jej eksploracją. Na drugim biegunie znajdują się takie tereny, jak uroczyska Dąbie czy Mścięcino, które pomimo relatywnie dużych powierzchni są zagospodarowane w minimalnym stopniu, a ich potencjał rekreacyjny nie jest wykorzystany.

Słabą stroną jest również liczba miejsc do wypoczynku, takich jak polany rekreacyjne i różnego rodzaju trasy rekreacyjne. Jest ich zbyt mało w stosunku do liczby mieszkańców Szczecina. Na każdą polanę przypada ok. 30 tys. mieszkańców. Infrastruktura, choć jest w większości w dobrym stanie technicznym, nie jest bogata ani urozmaicona. Jej styl jest dość spójny, ale daleki od nowoczesnego wzornictwa.

Na terenie lasów miejskich nie ma ani jednego szlaku rowerowego, są tylko niezbyt długie ciągi pieszo-rowerowe. Łączenie w ramach jednego szlaku tych dwóch rodzajów rekreacji stwarza niebezpieczeństwo dla uczestników ruchu. Brakuje również tras do nordic walkingu, toteż zwolennicy tego typu aktywności zmuszeni są do korzystania ze wspomnianych wyżej ciągów. Kolejne mankamenty zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego na obszarze badań to brak powiązanych z infrastrukturą placów zabaw, punktów gastronomicznych i toalet.

Należy też zwrócić uwagę, że ze względu na specyficzne położenie Szczecina większość uroczysk tworzących lasy miejskie jest od siebie oddzielona i nie łączą je szlaki turystyczne ani inne trasy rekreacyjne, co też należy uznać za zjawisko negatywne.

Mocną stroną zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego lasów miejskich Szczecina jest zagospodarowanie miejsc o największych walorach krajobrazowych, a także duża dostępność polan, tras i szlaków dla mieszkańców poruszających się samochodami lub komunikacją miejską. Pozytywnie należy ocenić sam fakt budowy i rozbudowy infrastruktury turystyczno-rekreacyjnej, czy to przez tworzenie nowych ścieżek edukacyjnych i spacerowych, czy doposażenie już istniejących. Mocną stroną są również liczne i dobrze oznakowane szlaki turystyczne, tworzące gęstą i logicznie połączoną sieć. Dobrze też ocenić należy infrastrukturę techniczną, która wymaga uzupełnienia, ale w większości jest nowa, niezniszczona i estetyczna. Paleniska zbudowane na większości polan zwiększają bezpieczeństwo pożarowe lasów.

6. Podsumowanie

Przyjmuje się, że lasy stwarzają dobre warunki do wypoczynku i rekreacji. Ich powierzchnia na terenie Szczecina jest relatywnie duża w stosunku do innych miast w Polsce [Jaszczak 2008: 160]. Na jednego mieszkańca miasta przypada ok. 150 m² lasów, a według Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) do wypoczynku wystarcza już 50 m² na osobę. Nasuwa się wniosek, że lasy miejskie w Szczecinie posiadają duży potencjał rekreacyjny. Niestety jest on wykorzystany tylko częściowo. Analiza słabych i mocnych stron zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego lasów miejskich Szczecina wskazuje, że obecny stan zagospodarowania należy uznać za niewystarczający. Jest zbyt mało polan rekreacyjnych, brakuje placów zabaw, toalet i punktów gastronomicznych. Brakuje też szlaków do różnych form turystyki i rekreacji, takich jak rowerowa i nordic walking. Poszczególne obszary lasów, np. uroczyska, zagospodarowane są w sposób nierównomierny. Pozytywnie należy ocenić, że najsilniej zagospodarowane zostały obszary najbardziej atrakcyjne krajoznawczo.

Wskazując kierunki potencjalnych zmian, trzeba podkreślić, że stan zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego lasów miejskich Szczecina wymaga podjęcia działań mających na celu jego udoskonalenie. Do priorytetów należą projekty mające na celu odciążenie istniejących już miejsc wypoczynku. Potrzebne jest wyznaczenie i zagospodarowanie nowych polan rekreacyjnych na terenie pozostałych, niewykorzystywanych dotąd kompleksów leśnych na terenie Szczecina. Wskazane jest rozwinięcie sieci rekreacyjno-turystycznej poprzez rozpropagowanie istniejących, a nieuczęszczanych szlaków oraz wyznaczenie nowych, a także stworzenie rowerowych, konnych oraz tras do nordic walkingu. Działania te powinny być spójne i umieszczone w nowym planie zagospodarowania lasu.

Literatura

- BIP UM Szczecin, 2017, *Diagnoza społeczno-gospodarcza Szczecina*, Szczecin.
- Bogucki J., 1984, Podstawy metodyczne całościowego spojrzenia na środki rekreacji w przyrodzie, w: *Przyrodnicze uwarunkowania rozwoju turystycznych form rekreacji*, red. J. Bogucki, Warszawa: Wyd. AWF w Warszawie.
- Demel N., Humen W., 1970, *Wprowadzenie do rekreacji fizycznej*, Warszawa: Sport i Turystyka.
- GUS, 2013, *Uczestnictwo Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej w 2012 roku*, Warszawa.
- Janeczko E., Woźnicka B., 2009, Zagospodarowanie rekreacyjne lasów Warszawy w kontekście potrzeb i oczekiwań mieszkańców stolicy, *Studia i Materiały CEPL w Rogowie*, r. 11, 4(23), 100-107.
- Jaszczak R., 2008, Lasy i gospodarka leśna w zasięgu oddziaływania miast w Polsce, *Studia i Materiały CEPL w Rogowie*, r. 10, 3(19), 162-171.
- Kaliszewski A., 2006, Lasy miejskie – przegląd wybranych zagadnień na podstawie literatury, *Leśne Prace Badawcze*, 1, 91-99.
- Kraus R., 2001, *Recreation and Leisure in Modern Society*, Sudbury: Jones and Bartlett.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., 2002, *Geografia turystyki Polski*, Warszawa: PWE.
- Łonkiewicz B., 1997, Urządzanie i zagospodarowanie lasu w terenach zurbanizowanych i uzdrowiskowych, *Postępy Techniki w Leśnictwie*, 64, 31-37.
- Mayer B., 2011, Tereny leśne Szczecina jako obszar aktywności turystycznej i rekreacyjnej mieszkańców, *Studia i Materiały CEPL w Rogowie*, r. 13, 3(28), 207-212.
- Skłodowski J., Gołoś P., Skłodowski M., Wojciech Ożga W., 2013, Preferencje osób odwiedzających wybrane kompleksy leśne w zakresie turystyki leśnej i organizacji wypoczynku, *Leśne Prace Badawcze*, 74(4), 293-305.
- Toczek-Werner S., 2005, *Podstawy rekreacji i turystyki*, Wrocław: Wyd. AWF we Wrocławiu.
- Ważyński B., 1995, *Urządzanie i zagospodarowanie lasu dla potrzeb turystyki i rekreacji*, Poznań: Wyd. AR w Poznaniu.
- Wolańska T. (red.), 1989, *Rekreacja ruchowa i turystyka*, Warszawa: Wyd. AWF w Warszawie.
- Zamelska M., Kaczor B., 2015, Przestrzenno-ekonomiczne uwarunkowania aktywności turystycznej mieszkańców aglomeracji poznańskiej, *Studia Periegetica*, 1(13), 105-121.
- Zielony R., Kliczkowska A., 2012, *Regionalizacja przyrodniczo-leśna Polski 2010*, Warszawa: CILP.

Tourist and Recreational Reclamation of the Municipal Forests of Szczecin

Abstract. The municipal forests of Szczecin are among the most extensive areas of this kind in Poland. Altogether they cover an area of 2780 ha. A significant part of this forest area is characterised by very attractive landscape features is easily accessible from the centre of the city. Now that active recreation is a popular form of leisure, inhabitants of Szczecin frequently visit the surrounding forests. It is therefore necessary to identify the resources and assess the state of the tourism and recreation infrastructure. The article presents the current state of tourist and recreational reclamation of the municipal forests of Szczecin and detailed results of an inventory of the existing infrastructure held in 2017; the author analyses the strengths and weaknesses and recommends directions for possible changes. The findings indicate the infrastructure is unevenly distributed and concentrated in just a few forest areas and is inadequately suited to meet the current needs of Szczecin residents.

Keywords: Szczecin, Western Pomerania, tourism, recreation, green areas, forests

MAGDALENA OLEJNICZAK*

Możliwości rowerowej rekreacji i turystyki kulturowej w Szczecińskim Obszarze Metropolitalnym

Streszczenie. Wielofunkcyjność miast oraz duża różnorodność zasobów i form aktywności turystycznej dostępnych w metropoliach powoduje, że stają się one ważnymi celami recepcji turystycznej, rozumianymi jako miejsca, do których kieruje się ruch turystyczny. Zależnie od przedmiotu analiz w konkretnej sytuacji może on oznaczać miejscowość, gminę lub region. Celem artykułu jest przedstawienie możliwości uprawiania turystyki rowerowej, a także turystyki kulturowej w szczecińskim obszarze metropolitalnym. W artykule przedstawione zostały informacje na temat walorów turystycznych oraz inicjatyw wpływających na rozwój turystyki rowerowej.

Słowa kluczowe: Szczeciński Obszar Metropolitalny, ścieżki rowerowe, metropolia, walory turystyczne, infrastruktura rowerowa

1. Wstęp

Metropolie spełniają wiele zadań, co determinuje wykształcenie się specyficznych funkcji miast, w tym edukacyjne, biznesowe, transportowe i turystyczne. Planowanie rozwoju obszarów metropolitalnych nie powinno pomijać potrzeby integrowania funkcji turystycznych i rekreacyjnych oraz dbałości o komplementarny charakter udostępnianych w tym celu dóbr i usług.

Postępujący proces urbanizacji, przejawiający się na kilku płaszczyznach, m.in. demograficznej, przestrzennej, ekonomicznej i społecznej, wywołuje wiele konsekwencji dla turystyki w miastach, identyfikowanych zarówno po stronie

* Uniwersytet Szczeciński, Wydział Nauk o Ziemi, Katedra Badań Miast i Regionów, tel. 72 167 71 26, e-mail: magdalena.olejniczak90@gmail.com, orcid.org/0000-0002-6573-1280.

popytowej, jak i podażowej. Rosnąca liczba mieszkańców miast oznacza bowiem zwiększenie liczby turystów, gdyż to mieszkańcy miast stanowią dominującą grupę wśród osób korzystających z wyjazdów turystycznych [Kozak 2011: 133], powiększaną dodatkowo przez osoby mieszkające poza miastami, ale aspirujące do miejskiego stylu życia.

W Europie, w tym także w Polsce, wzrasta chęć spędzania czasu wolnego w aktywny sposób, m.in. poprzez zainteresowanie sportami rowerowymi. Obszerna analiza współczesnych uwarunkowań rozwoju turystyki rowerowej w Polsce została zawarta m.in. w pracy pod redakcją Bogdana Włodarczyka i Jolanty Śleodzińskiej [2012], a w szczególności w opracowaniu charakteryzującym motywacje turystów rowerowych [Zajadacz 2012: 245–259]. Rower należy do najbardziej dynamicznie rozwijających się w ostatnich latach gałęzi transportu. Jego rozwój spowodowany jest przez popularyzację zdrowego trybu życia i niski koszt eksploatacji. Wraz z rozwojem techniki rowery stają się coraz lepsze i wygodniejsze. Obecnie niemal każdy posiada rower. Jak wynika z danych GUS, 62% polskich gospodarstw domowych posiada minimum jeden [GUS 2014]. Z założenia rower jako środek transportu jest postrzegany jako ekologiczny, ze względu na brak emisji CO₂ do atmosfery, jest cichy, ekonomiczny, nie wymaga specjalistycznej wiedzy czy umiejętności. Pozytywnie wpływa na zdrowie i samopoczucie jego użytkowników. Rowery są szybsze niż samochody na krótkich trasach miejskich (nie stoją w korkach) oraz nie zajmują tyle przestrzeni, co samochody (parkingi samochodowe). Kolejnym atutem jest brak barier wiekowych w zakresie użytkowania, ponieważ mogą z niego korzystać zarówno ludzie młodzi, jak i seniorzy. Jednoślad daje dużo większe poczucie wolności i samodzielności wyboru trasy. Ułatwia dokładną penetrację odwiedzanego obszaru, porównywalną z pieszą, choć przemieszczanie się między poszczególnymi miejscami odbywa się w znacznie szybszym tempie.

Turystyka rowerowa z racji swojej wszechstronności może być realizowana w różnych typach krajobrazu oraz na różnych typach nawierzchni – od płaskich asfaltowych, przez gruntowe, aż po górskie, kamieniste i skaliste. Im krajobraz bardziej urozmaicony, posiadający walory przyrodnicze i antropogeniczne w połączeniu z odpowiednią infrastrukturą, tym bardziej staje się atrakcyjny dla użytkownika.

2. Cel

Celem artykułu jest zaprezentowanie turystyki rowerowej w połączeniu z turystyką kulturową w Szczecińskim Obszarze Metropolitalnym (SOM). Działania te ukierunkowano na wyeksponowanie walorów turystycznych oraz powstałych

dotychczas szlaków i ścieżek rowerowych regionu. Punktem wyjścia opracowania była teza, że obszar ze względu na swoje bogactwo przyrodnicze i kulturowe jest miejscem predestynowanym do uprawiania turystyki rowerowej. Powinny temu sprzyjać zaproponowane szlaki, ścieżki rowerowe oraz infrastruktura uzupełniająca, jak również stworzenie kompleksowej oferty w tym zakresie w postaci markowego produktu turystycznego miasta Szczecin i całego obszaru metropolitarne. Infrastruktura rowerowa jest wykorzystywana zarówno jako element infrastruktury turystycznej, jak i uzupełnienie sieci komunikacji miejskiej (transportu publicznego).

3. Metodyka

W artykule zastosowano metodę jakościową polegającą na analizie materiałów literaturowych, projektowych, kartograficznych, promocyjnych i dostępnych dokumentów strategii rozwoju. W badaniach wykorzystano materiały dotyczące sieci dróg rowerowych uzyskane z urzędów gminnych, powiatowych oraz z urzędu wojewódzkiego. Ponadto wykorzystano informacje w postaci warstw dróg rowerowych z Google Maps oraz OpenStreetMap. Wiarygodność cyfrowych źródeł informacji sprawdzono w trakcie badań terenowych polegających na inventaryzacji istniejącej infrastruktury rowerowej. Sporządzono dokumentację opisową i fotograficzną ok. 775 km tras rowerowych na terenie SOM.

4. Turystyka rowerowa a turystyka kulturowa

Turystyka kulturowa i turystyka rowerowa należą do najbardziej popularnych form turystyki. W literaturze istnieje wiele definicji obu tych rodzajów, są one też realizowane w różnych zakresach w zależności od uczestnika, jak i organizatora.

Turystyka rowerowa najczęściej zaliczana jest do turystyki kwalifikowanej. Tadeusz Łobożewicz o turystyce kwalifikowanej pisał w następujący sposób: „Celem turystyki kwalifikowanej jest wypoczynek, rekreacja, doskonalenie zdrowia, wydolności i sprawności fizycznej oraz wszechstronne poznanie kraju. Turystyka kwalifikowana najbardziej zbliża człowieka do przyrody i tym samym najskuteczniej regeneruje jego siły psychofizyczne. To najdoskonalsza forma świadome i celowo uprawianej turystyki” [Łobożewicz 1983]. Rodzaj ten utożsamia się z kwalifikacjami cechującymi się przygotowaniem psychofizycznym uczestnika i umiejętnością posługiwania się sprzętem turystycznym. W dobie popularyzacji zdrowego trybu życia i mody na aktywność fizyczną wprowadzono pojęcie tury-

styki aktywnej, używane zamiennie z turystyką kwalifikowaną, która jest mniej wyspecjalizowana i elitarna. W literaturze przedmiotu można znaleźć pogląd, że turystyka aktywna uznawana jest za formę łagodniejszą i jest adresowana do szerszego kręgu odbiorców, często podkreśla się w niej zarówno aktywność fizyczną, jak i intelektualną [Bończak 2013]. Biorąc pod uwagę kryterium czasu, można wymienić krótkie, kilkugodzinne wyjazdy podmiejskie, wycieczki realizowane w ramach pobytu w określonej miejscowości, rajdy rowerowe oraz długoterminowe wyprawy. Przyjmując zaś kryterium formy przestrzeni, na której odbywa się podróż turystyczna, turystyka rowerowa może być uprawiana w ramach turystyki miejskiej, wiejskiej lub turystyki na przyrodniczych obszarach chronionych. Można więc uznać, że ta forma turystyki nie wyklucza uprawiania turystyki poznawczej, kulturowej czy też wypoczynkowej.

Turystyka kulturowa to dziedzina turystyki skierowana na odwiedzanie i poznawanie miejsc związanych z kulturą w jej rozmaitych aspektach. Według Bernarda Barbiera [2005: 96] jest to podróżowanie, którego podstawowym celem jest poznawanie dziedzictwa kulturowego, rozumianego również w szerszym sensie – jako życie codzienne, nauka i technika oraz środowisko geograficzne (krajobrazy, ich interpretacje itp.), a także literatura poświęcona różnym regionom i kuchnia traktowana jako sztuka życia. Turystyka kulturalna obejmuje zarówno wytwory kultury przeszłości, jak i wytwory kultury współczesnej oraz sposoby życia danych grup ludzi lub regionów; obejmuje turystykę zorientowaną na dziedzictwo kultury oraz turystykę zorientowaną na sztukę. Przez pojęcie turystyki kulturalnej rozumie się każdą formę turystyki, która zawiera oferty kulturalne [Gaworecki 2003: 81]. Coraz częściej można zauważyć, że uczestnikiem tej formy jest turysta świadomy i aktywny.

3. Ogólna charakterystyka Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego

Zlokalizowane w obszarze metropolitalnym miasta i gminy tworzą powiązania historyczne, kulturowe, geograficzne, gospodarcze, kulturalne. Na tych polach prowadzone są wspólne działania obejmujące transport i komunikację, rewitalizację, turystykę, ochronę środowiska, podnoszenie jakości życia, inwestycje strukturalne itp.

Szczeciński Obszar Metropolitalny jest jednym z głównych elementów polskiego i europejskiego układu osadniczego. Liczy 686 365 mieszkańców [GUS 2015], zajmuje powierzchnię 2795 km², jest ośrodkiem metropolitalnym o unikalnym w skali kraju nadgranicznym położeniu. Jego lokalizacja determinuje znaczenie w rozwoju Euroregionu Pomerania. Ponadto znajduje się w strefie oddzia-



Mapa 1. Obszar SOM

Źródło: www.som.szczecin.pl/chapter_104028.asp?soid=3D14DAD4F9254A8A9079DAC10C626062 [dostęp: 28.08.2017].

ływania większych zagranicznych metropolii. Szczególnie silny jest wpływ Berlina oraz transgranicznego szwedzko-duńskiego regionu Øresund wraz z Kopenhagą.

Szczeciński Obszar Metropolitalny składa się z ośrodka centralnego, jakim jest miasto Szczecin, i powiązanego z nim funkcjonalnie najbliższego otoczenia. Szczecin jest największym ośrodkiem miejskim w województwie zachodniopomorskim, liczącym ponad 409 tys. mieszkańców [GUS 2013]. Stanowi centrum administracyjne, gospodarcze, kulturalne, akademickie i komunikacyjne regionu. Ponadto w skład metropolii wchodzi takie gminy, jak: Dobra (Szczecińska), Goleniów, Gryfino, Kobylanka, Kołbaskowo, Nowe Warpno, Stepnica, Police, Stare Czarnowo, Stargard (Szczeciński), a także miasto Stargard i miasto Świnoujście¹ (mapa 1).

Obszar metropolitalny nie może istnieć bez sprawnego systemu transportu publicznego. Poza koleją, tramwajami, autobusami, busami i innymi środka-

¹ http://bip.um.szczecin.pl/chapter_50067.asp [dostęp: 11.08.2017].



Fot. 1. Stacja roweru miejskiego przed Zamkiem Książąt Pomorskich (fot. M. Olejniczak, 2017)



Fot. 2. Stacja roweru miejskiego przed Zamkiem Książąt Pomorskich. Widok na Filharmonię i plac Solidarności (fot. M. Olejniczak, 2017)

mi komunikacji ważną rolę w poruszaniu się po terenach wchodzących w skład SOM powinien odgrywać rower. Szczecin znajduje się wśród 12 miast Polski, które posiadają system rowerów miejskich.

System bezobsługowych wypożyczalni rowerów miejskich – Bike_S działa w Szczecinie od 2014 r. W jego skład wchodzi 84 stacje i 350 rowerów². Dobrze rozplanowane stacje prowadzące do atrakcji turystycznych i instytucji kultury stają się dodatkowym atutem oferty turystycznej miasta (stacje rowerowe zlokalizowane w pobliżu atrakcji turystycznych, zob. fot. 1 i 2). Założeniem roweru miejskiego jest poprawa i uzupełnienie komunikacji miejskiej na krótkich dystansach.

² <https://bikes-srm.pl> [dostęp: 24.08.2017].

Aby turystyka rowerowa mogła się rozwijać, niezbędna jest odpowiednia kombinacja warunków środowiskowych, kulturowych i infrastrukturalnych. Szczeciński Obszar Metropolitalny obejmuje tereny o wysokim stopniu zróżnicowania pod względem biotycznym i abiotycznym. Charakteryzuje się dużą leśnością. Lasy zajmują 31,4% jego powierzchni (tj. 83 383 ha). Największe kompleksy leśne tworzą puszcze: Bukowa, Goleniowska i Wkrzańska oraz Woliński Park Narodowy. Występuje 21 obszarów objętych ochroną w ramach programu Natura 2000, co stanowi 47% powierzchni SOM. Najwięcej pomników przyrody (65) występuje na terenie gminy Stare Czarnowo [Harańczyk i Dybek 2009: 202-205].

Wody powierzchniowe zlokalizowane na terenie SOM zajmują blisko 13% jego powierzchni. Do głównych zbiorników wodnych zalicza się: Zalew Szczeciński, jeziora Dąbie i Miedwie. Zaś wśród rzek największe są: Odra i Ina. Warunki terenowe SOM można uznać za korzystne, gdyż obszar metropolii ma w znacznym stopniu przebieg równinny, z występującymi w jego północnych i południowych obszarach ciągami niewysokich wzgórz. Ponadto okolice Szczecina zaliczają się do regionów o łagodniejszym klimacie w skali Polski (łagodniejsze lata i cieplejsze zimy).

4. Walory turystyczne-kulturowe gmin wchodzących w skład SOM

4.1. Gmina Dobra

Gmina położona jest w powiecie polickim, na Wzniesieniach Szczecińskich i na skraju Puszczy Wkrzańskiej. Przy północno-wschodniej granicy gminy znajduje się rezerwat Świdwie. Gmina ma charakter rolniczy, ponad 60% jej powierzchni zajmują użytki rolne. Obecnie zmienia swój charakter, co jest związane z procesem suburbanizacji. Do najważniejszych zabytków gminy należą kościoły kamienne z XII-XV w. znajdujące się w Dobrej, Bezzreczu, Buku, Wąwelnicy i Wołczkowie. Ponadto można zobaczyć wiatrak typu kozłak z XIX w. w Mierzynie oraz zespół pałacowy z XVIII w. w Stolcu [Gmina Dobra 2012].

4.2. Gmina Goleniów

Gmina położona jest w powiecie goleniowskim, na terenie trzech krain geograficznych: Doliny Dolnej Odry, Równiny Goleniowskiej porośniętej Puszcza Goleniowską oraz Równiny Nowogardzkiej. Na obszarze gminy znajduje się rezer-

wat florystyczny Uroczysko Święta. Przez gminę i miasto przepływa rzeka Ina. Tereny leśne zajmują 48% powierzchni gminy, a użytki rolne 38%. Najbardziej atrakcyjne pod względem turystycznym jest miasto Goleniów, w którym można wymienić: fragment murów miejskich z Bramą Wolińską i basztami Menniczą i Prochową, kościół św. Katarzyny, spichlerz, kolejową wieżę wodną, wodociągową wieżę ciśnień, budynek poczty i sądu rejonowego. Ponadto w gminie zobaczyć można kościoły ryglowe w Mięgowie, Podańsku i Glewicach oraz pałac w Mostach [Gmina Goleniów 2015].

4.3. Gmina Gryfino

Gmina leży w powiecie gryfińskim, na Równinie Wełtyńskiej oraz w Dolinie Dolnej Odry. Pomiędzy Odrą Wschodnią a Odrą Zachodnią znajduje się Park Krajobrazowy Dolina Dolnej Odry. Do innych znaczących kompleksów przyrodniczych należy Szczeciński Park Krajobrazowy z Puszcza Bukową. Tereny leśne zajmują 21% powierzchni gminy, a użytki rolne 54%. Drugą co do wielkości rzeką na terenie gminy jest Tywa, będąca prawym dopływem Odry. Największym zbiornikiem wodnym jest jezioro Wełtyń, następane co do wielkości są: Steklno, Borzymskie, Zamkowe, Prusino Duże, Trzemeszno, Gierland, Wirów, Chwarstnica, Sobieradz. Do największych atrakcji turystycznych należą miasto Gryfino z pozostałościami średniowiecznych murów obronnych, Bramą Bańską i kościołem p.w. Narodzenia NMP z XIV w., Nowe Czarnowo z pomnikiem przyrody zwanym Krzywym Lasem oraz kościoły z XIV-XV w. znajdujące się w Bartkowie, Borzymie, Chlebowie, Chwarstnicy, Steklnie, Wełtyniu oraz kościoły z XIII w. w Gardnie i Sobieradzu [Duda i Duda 2008: 72-79].

4.4. Gmina Kobyłanka

Gmina leży w powiecie stargardzkim, na równinach Pyrzyckiej i Goleniowskiej. Całą północną i zachodnią część gminy porastają lasy Puszczy Goleniowskiej, natomiast wschodnia część jest położona nad jeziorem Miedwie. Tereny leśne zajmują 55% powierzchni gminy, a użytki rolne 34%. Wśród walorów antropogenicznych najciekawszy jest późnogotycki kościół p.w. Matki Boskiej Królowej Polski w Kunowi, promenada w Morzyczynie nad jeziorem Miedwie z amfiteatrem, torpedownia z okresu II wojny światowej, na zachodnim brzegu jeziora Miedwie w rejonie miejscowości Bielkowo i Kobyłanka z kościołem p.w. św. Antoniego z Padwy, lapidarium Plac Zgody.

4.5. Gmina Kołbaskowo

Gmina leży w powiecie polickim, na Wzniesieniach Szczecińskich i w Dolinie Dolnej Odry nad Odrą. Najcenniejszy przyrodniczo jest Park Krajobrazowy Dolina Dolnej Odry, w którym znajdują się trzy rezerваты przyrody: Kurowskie Błota, Kanał Kwiatowy, Wzgórze Widokowe nad Międzyodrzem. Tereny leśne zajmują 7% powierzchni gminy, a użytki rolne 67%. Najciekawszymi obiektami na terenie gminy Kołbaskowo są XIII-wieczne granitowe kościoły w: Będargowie, Bobolinie, Barnisławiu, Kamieńcu, Kołbaskowie i Stobnie oraz pozostałość grodziska z czasów od VIII-IV w. p.n.e. aż do wczesnego średniowiecza w Świętej Górze³.

4.6. Gmina Nowe Warpno

Gmina położona w powiecie polickim na Półwyspie Nowowarpieńskim oddzielającym Jezioro Nowowarpieńskie od Zatoki Nowowarpieńskiej, stanowiącej część Zalewu Szczecińskiego. Półwysep należy do Równiny Wkrzańskiej. Tereny leśne zajmują 38% powierzchni gminy, a użytki rolne 7%. Nowe Warpno zachowało średniowieczny układ urbanistyczny. Na uwagę zasługują liczne zabytki, takie jak: ratusz ryglowy z XVII w., domy szachulcowe z XVIII-XIX w., kościół późnogotycki p.w. Wniebowzięcia NMP z barokowym wyposażeniem, XVIII-wieczny kościółek p.w. św. Huberta w dzielnicy Karszno i XIX-wieczny pałac w stylu neorenesansu francuskiego. Ponadto w gminie koło miejscowości Brzózki (Popielewo) znajduje się pałac myśliwski z XIX w. [Bynowski 2014: 168].

4.7. Gmina Police

Gmina położona jest w powiecie polickim w regionach fizycznogeograficznych: Równina Wkrzańska, Puszcza Wkrzańska, Dolina Dolnej Odry i Wzniesienia Szczecińskie nad rzeką Odrą przy jej ujściu do Zalewu Szczecińskiego. W zachodniej części znajduje się rezerwat przyrody Świdwie i Transgraniczny Ośrodek Edukacji Ekologicznej. Tereny leśne zajmują 52% powierzchni gminy, a użytki rolne 21%. Wśród walorów antropogenicznych gminy należy wymienić znajdujące się w Policach: gotycką kapliczkę z ok. XV w., neogotycki Kościół Mariacki, lapidarium w Parku Staromiejskim i ruiny fabryki benzyny syntetycznej Hydrierwerke Pölitz AG wraz z Muzeum Historycznym prowadzonym przez Stowarzyszenie Przyjaciół Ziemi Polickiej SKARB w Policach. W Jasienicy (dzielnica Po-

³ www.policki.astra28.eu/opis-gminy.html [dostęp: 12.08.2017].

lic) znajduje się kościół św. Piotra i Pawła z XIV w. i ruiny klasztoru Augustianów. W pozostałych miejscowościach można zobaczyć: w Niekłończycy barokowy kościół p.w. Najświętszej Marii Panny z XVIII w., w Przęsocinie – kościół p.w. Wniebowzięcia z XIII w., w Trzebieży – kościół parafialny p.w. Podwyższenia Świętego Krzyża z XVIII w. oraz pałacyk w Leśnie Górnym z XIX w. [Duda i in. 2014: 167].

4.8. Gmina Stare Czarnowo

Gmina leży w powiecie gryfińskim, na Równinie Pyrzycko-Stargardzkiej i Równinie Weltyńskiej oraz w obrębie Puszczy Bukowej i Szczecińskiego Parku Krajobrazowego. Na terenie parku znajduje się sześć rezerwatów przyrody oraz najwyższe wzniesienie okolic Szczecina, Góra Bukowiec o wysokości 148,4 m n.p.m. Ważną część przyrodniczych zasobów gminy stanowią jeziora: Glinna, Binowskie i Będgoszcz oraz przepływająca przez gminę rzeka Płonia. Najcenniejsze zabytki gminy to: kościoły w Starym Czarnowie, Kołbaczu, Kołowie, Kartnie, Żelewie i Żeliszawcu. W Kołbaczu można też zobaczyć gotycki klasztor Cystersów, dom opata, basztę obronną z pierwszej połowy XIV w., stodołę z XV w., klasycystyczny dwór z XVIII w. oraz oficynę klasztorną z XVIII w. W Binowie cennym zabytkiem jest grodzisko obronne z X-XII w., w Żeliszawcu osada kultury łużyckiej, a w Starym Czarnowie osada kultury z młodszej epoki kamienia. Miejscowość Glinna wyróżnia się Cmentarzem Wojennym Żołnierzy Niemieckich i Ogrodem Dendrologicznym⁴.

4.9. Stargard

Miasto położone jest na Równinie Pyrzycko-Stargardzkiej, nad rzeką Iną, na wschód od jeziora Miedwie. Początki istnienia stałych osad ludzkich sięgają VI w., jest więc jednym z najstarszych miast Polski. Stanowi najstarsze (obok Szczecina) miasto na Pomorzu. Leży na pograniczu dwóch krain geograficznych: Niziny Szczecińskiej i Pojezierza Pomorskiego. Przez zachodnią część miasta przebiega 15 południk długości geograficznej wschodniej. Na zabytki i obiekty uznane za zabytkowe składa się zabudowa miasta od XIII do początku XX w. Większość tych budowli znajduje się w obrębie Starego Miasta, są to obwarowania miejskie i obiekty sakralne, zaś poza murami Starego Miasta – głównie domy z końca XIX i początku XX w., budowane w stylu secesyjnym. Do dziś pozostały odcinki średniowiecznych murów miejskich liczące łącznie 1040 m, w skład których wchodzi cztery baszty (Morze Czerwone, Tkaczy, Jeńców, Białogłówka) i cztery

⁴ www.stareczarnowo.pl [dostęp: 15.08.2017].

bramy (Świętojańska, Młyńska, Pyrzycka, Wałowa). Najcenniejszym zabytkiem Stargardu i jednocześnie najcenniejszym gotyckim kościołem ceglany w Polsce jest Kolegiata p.w. NMP Królowej Świata wraz z plebanią. Ponadto należy wymienić wśród atrakcji ratusz miejski, arsenał, spichlerz i krzyż pokutny [Zenker 2006: 26-57].

4.10. Gmina Stargard

Gmina leży w powiecie stargardzkim, na Równinie Pyrzyckiej i Równinie Nowogardzkiej. W zachodniej części znajduje się jezioro Miedwie. Przez wschodnią część przepływają rzeki Ina oraz jej dopływy: Krąpiel i Mała Ina. Tereny leśne zajmują 12%, a użytki rolne 72%. W okolicach Stargardu znajduje się rezerwat przyrody Ozy Kiczarowskie. Poza miastem Stargard w skład gminy wchodzi wiele wsi z zabytkowymi kościołami z XV w. m.in. w: Grzędzicach, Małkocinie, Poczerninie, Skalinie, Świętem. Ponadto można zobaczyć zamek w Pęzinie z XII w., neorenesansowy pałac w Koszewku wzniesiony w XIX w. i neoromański granitowy kościół z XIX w. w Żarowie [Zenker 2017: 187-206].

4.11. Gmina Stepnica

Gmina położona jest w powiecie goleniowskim, na Równinie Goleniowskiej i w olinie Dolnej Odry, na wschodnim wybrzeżu Zalewu Szczecińskiego między Zatoką Skoszewską a Zatoką Stepnicką i Zatoką Wódzką. Powierzchnia gminy składa się w 39,8% z obszarów wodnych, w 32% z leśnych i w 30,2% z gruntów rolnych. Teren w pobliżu Zalewu Szczecińskiego jest w całości wpisany na listę Natura 2000 i obejmuje obszary specjalnej ochrony ptaków: Zalew Szczeciński (PLB32009), jak i specjalne obszary ochrony siedlisk: Ujście Odry i Zalew Szczeciński (PLH320018), ochrony ptaków: Łąki Skoszewskie (PLB 320007), rezerwat przyrody Białodrzew Kopicki, rezerwat przyrody Olszanka, rezerwat torfowiskowy Czarnocin i trzy pomniki przyrody. Środkowa i wschodnia części gminy porośnięta jest lasami Puszczy Goleniowskiej⁵.

4.12. Miasto Świnoujście

Miasto położone jest nad cieśniną Świną oraz Morzem Bałtyckim. Leży na trzech zamieszkałych wyspach: Uznam, Wolin, Karsibór oraz na 41 mniejszych nie-

⁵ www.powiat-goleniowski.pl/material,gmina-stepnica,137.html [dostęp: 29.07.2017].

zamieszkanym wyspach. Miasto ma status uzdrowiska dzięki występowaniu wód chlorkowo-sodowych, jodkowych, żelazistych i złóż borowin. Do najważniejszych walorów turystycznych należy zaliczyć: układ urbanistyczny z XVIII-XIX w., wieże garnizonowego kościoła luterńskiego p.w. Marcina Lutra z XX w., kościoły Chrystusa Króla z XVIII w., kościół NMP „Stella Maris” z końca XIX w., zespół fortów twierdzy Świnoujście nad rzeką Świną, wybudowanych w latach 1848-1863 i 1877-1900, w skład którego wchodzi fort I – Fort Gerharda (Fort Wschodni), fort III – Fort Anioła, fort IV – Fort Zachodni. Ponadto jest tam park zdrojowy z XIX w., dawny ratusz – obecnie Muzeum Rybołówstwa Morskiego, promenada nadmorska – przedwojenny bulwar, Stawa Młyny (zwany „Wiatrakiem”) będący znakiem nawigacyjnym, latarnia morska (najwyższa na polskim wybrzeżu, 68 m wys.) i Podziemne Miasto na wyspie Wolin, będące oddziałem Muzeum Obrony Wybrzeża, prezentujące historię wojskową Pomorza Zachodniego [Mechło 2003: 14-25].

4.13. Szczecin

Szczecin jest ośrodkiem kulturalnym, naukowym, gospodarczym i przemysłowym o transgranicznym znaczeniu. Miasto jest stolicą województwa zachodniopomorskiego i centrum Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego, siedzibą licznych placówek naukowych, m.in. Akademii Morskiej, Uniwersytetu Szczecińskiego, Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego, Pomorskiego Uniwersytetu Medycznego oraz kulturalnych, takich jak: Teatr Lalek Pleciuga, Teatr Współczesny, Teatr Polski, Teatr Kana, Teatr Kameralny, Opera na Zamku i Filharmonia im. Mieczysława Karłowicza. Wśród placówek muzealnych należy wymienić: Muzeum Narodowe, Centrum Dialogu „Przełomy”, Muzeum Techniki i Komunikacji, Muzeum Geologiczne Uniwersytetu Szczecińskiego, Muzeum na Zamku Książąt Pomorskich.

Obecnie Szczecin jest promowany jako pływający ogród (marka Floating Garden) za sprawą urozmaiconego krajobrazu, 23,8% powierzchni stanowią bowiem tereny wodne, a ok. 41,8% tereny zielone. Miasto położone jest przy ujściu rzeki Odry do Zalewu Szczecińskiego, w odległości 65 km od linii brzegowej Morza Bałtyckiego [Jeż 2010: 8]. Największym akwenem w granicach miasta jest jezioro Dąbie o powierzchni 54,08 km², które jest jedynym w Polsce jeziorem dostępnym dla jachtów pełnomorskich. Miasto otoczone jest trzema kompleksami leśnymi: Puszcą Wkrzańską, Puszcą Bukową, objętą częściowo ochroną jako Szczeciński Park Krajobrazowy, i Puszcą Goleniowską. Na tereny zielone składają się również liczne parki miejskie, w tym największy Park Kasprowicza, Park Żeromskiego czy też Różanka – modernistyczny ogród różany.

Na walory turystyczne miasta składają się takie elementy, jak: zabytki kultury materialnej, muzea, tereny portowe, unikatowy układ przestrzenny miasta i jego zabudowa, zwłaszcza śródmieście – wybudowane na przełomie XIX i XX w. jako nowe centrum miasta o gwiaździstym układzie urbanistycznym, porównywalnym do Paryża.

Szczecin posiada długą historię, która mimo zniszczeń powstałych podczas II wojny światowej została zapisana w tutejszej architekturze. Wśród zabytków należy wymienić m.in. fragmenty pierwotnych murów miejskich, Basztę Panieńską (Siedmiu Płaszcy), stajnię książęcą i Zamek Książąt Pomorskich. Poniżej zamku znajduje się zrekonstruowana starówka z ratuszem wybudowanym w XV w. Obecnie mieści się w nim Muzeum Historii Miasta. Z dawnej szczecińskiej twierdzy pozostała Brama Królewska oraz Brama Portowa. Najbardziej reprezentacyjną i rozpoznawalną część miasta stanowią Wały Chrobrego – nadodrzański taras widokowy powstały w latach 1902-1921 na miejscu dawniejszego Fortu Leopolda. Obecnie znajdują się tu reprezentacyjne gmachy Akademii Morskiej, Muzeum Narodowego i Teatru Współczesnego oraz Zachodniopomorskiego Urzędu Wojewódzkiego. W dole Wałów odbywają się Dni Morza oraz wiele innych imprez ważnych dla mieszkańców miasta i okolic.

Kolejnym elementem krajobrazu miejskiego jest plac Tobrucki. W dolnej części placu, przy Odrze znajduje się gmach poczty zbudowany w latach 1872-1874. Nad placem góruje dawny gmach administracyjny magistratu, obecnie rektorat Pomorskiego Uniwersytetu Medycznego. Dominantą tego miejsca jest monumentalna bryła Czerwonego Ratusza (Nowego). Do innych atrakcji miasta można zaliczyć kino Pionier, najstarsze kino na świecie działające nieprzerwanie od 1909 r., oraz Podziemne Trasy Szczecina, czyli największy cywilny schron w Polsce z okresu II wojny światowej.

5. Turystyka rowerowa w Szczecińskim Obszarze Metropolitalnym

Konsekwencją rozwoju oferty turystycznej jest rozszerzanie przestrzeni turystycznej, która wykracza poza ścisłe granice administracyjne miast i łączy się z terenami podmiejskimi, tworząc metropolitalny region turystyczny [Liszewski 2005: 121-138]. Turystyka rowerowa, podobnie jak inne przejawy aktywności, wywiera wpływ na krajobraz i środowisko miejskie. Trasy należy tak projektować, aby spełnić oczekiwania różnych grup użytkowników, zarówno mieszkańców, jak i potencjalnych turystów. W dokumentach samorządów terytorialnych nie ma jednak spójności terminologicznej. Większość z nich uwzględnia budowę ścieżek

rowerowych. Często w ten sposób rozumiany jest każdy ciąg pieszo-rowerowy lub rowerowy. Brak odniesienia do zapisów prawnych i zwyczajowych utrudnia ustalenie, czy są to drogi rowerowe o charakterze użytkowym, czy szlaki rowerowe o charakterze turystycznym i rekreacyjnym. Ze względu na złożoność zjawiska pod uwagę wzięto następujące typy dróg rowerowych:

- szlaki rowerowe, prowadzone z reguły po drogach publicznych oraz drogach leśnych lub polnych,
- drogi dla rowerów – wyodrębnione elementy infrastruktury, odseparowane od innych użytkowników ruchu (pieszych, samochodów), biegnące z reguły wzdłuż dróg samochodowych,
- drogi dla pieszych i rowerów, na których ruch pieszy jest łączony z ruchem dla rowerów,
- chodniki z dopuszczonym ruchem rowerowym,
- pasy dla rowerów i kontrapasy.

Drogi dla pieszych i rowerów dominują w strukturze sieci dróg dla rowerów na obszarze SOM. Jednak z punktu widzenia turystyki rowerowej, a także kulturowej najbardziej atrakcyjną formą organizacyjną są szlaki rowerowe łączące ze sobą najbardziej atrakcyjne miejsca pod kątem przyrodniczym i kulturowym, często wytyczane według tematu przewodniego, np. Trasa Pojezierna lub Trasa wokół Zalewu Szczecińskiego.

Obszar metropolii jest pod względem stopnia rozwoju infrastruktury rowerowej mocno zróżnicowany, ale nie odbiega od innych tego typu obszarów funkcjonalnych w Polsce. Ruch rowerowy, podobnie jak w pozostałych polskich aglome-

Tabela 1. Długość sieci dróg rowerowych (w km) w całości położonych na terenie gminy

Gmina	Długość dróg rowerowych
Dobra	8,5
Kobyłanka	7,3
Police	36,4
Stargard	36,2
Kolbaskowo	130,0
Miasto Szczecin	125,2
Stepnica	46,0
Gryfino	141,6
Nowe Warpno	6,5
Stare Czarnowo	23,0
Miasto Świnoujście	24,2
Goleniów	190,5

Źródło: opracowanie własne.

racjach, ma tendencję wzrostową. Każda z gmin posiada minimum jedną ścieżkę lub szlak rowerowy. Najbardziej rozwiniętą infrastrukturę posiadają gminy Goleńców, Gryfino i Kołbaskowo. Uwagę zwraca miasto Szczecin, które mimo swojej dużej powierzchni i wielu inwestycji w zakresie transportu i turystyki rowerowej znajduje się dopiero na czwartym miejscu. Najmniej ścieżek posiadają zaś gminy Nowe Warpno, Kobylanka i Dobra (tab. 1).

6. Szlaki o charakterze ponadgminnym i międzynarodowym

Przez teren SOM przebiegają tylko trzy trasy o charakterze ponadgminnym:

- Szczecin – Police (gmina Police),
- Szczecin – Kołbaskowo (gmina Kołbaskowo),
- Stargard (gmina Stargard) – Kobylanka (gmina Kobylanka).

W wielu przypadkach wystarczy dokonać niewielkich inwestycji, które połączyłyby istniejące odcinki w całość. Skutkować by to mogło zwiększeniem liczby tras łączących kilka gmin.

Przez teren SOM przebiegają trzy szlaki międzynarodowe, w tym dwa należące do sieci EuroVelo. Jest to europejska sieć szlaków rowerowych zaprojektowanych i nadzorowanych przez Europejską Federację Cyklistów. Obecnie wyznaczonych jest 15 szlaków o łącznej długości 70 tys. km biegnących przez całą Europę. Szlaki EuroVelo nie są budowane od podstaw, najczęściej wykorzystują już istniejącą infrastrukturę⁶. Łączą miejsca i punkty o największej atrakcyjności przyrodniczej i kulturowej. W obrębie Pomorza Zachodniego, a jednocześnie na terenie SOM znajdują się:

– EV10: Kopenhaga – Szczecin – Gdańsk – Kłajpeda – Ryga – Tallin – Petersburg – Helsinki – Haparanda – Sztokholm – Kopenhaga (7980 km), w Polsce znany jako R-10;

– EV13: Kirkenes (Norwegia) – Sankt Petersburg – Gdańsk – Szczecin – Lubeka – Wiedeń – Strumica – Rezovo (Bułgaria) (10 400 km).

Trzecim szlakiem o charakterze międzynarodowym jest Międzynarodowy Szlak wokół Zalewu Szczecińskiego (R66) – międzynarodowy okrężny szlak rowerowy w Polsce (województwo zachodniopomorskie) i Niemczech (Meklemburgia – Pomorze Przednie), poprowadzony przez tereny położone nad Zalewem Szczecińskim oraz w Puszczy Wkrzańskiej i Puszczy Goleniowskiej.

W koncepcji sieci tras rowerowych Pomorza Zachodniego wytyczono korytarze rowerowe, do których należą:

⁶ www.eurovelo.org [dostęp: 1.09.2017].

- Trasa Nadmorska (szlak R-10) – ok. 252 km. Stanowi część dwóch międzynarodowych tras EuroVelo (EV10 – wokół Bałtyku i EV13 – wzdłuż Żelaznej Kurtyny),
- Trasa Pojezierna (Tysiąca jezior) – ok. 440 km,
- Trasa wokół Zalewu Szczecińskiego – ok. 170 km po stronie polskiej,
- Trasa Doliny Tywy – ok. 90 km,
- Trasa Dolina Płoni – ok. 65 km,
- Trasa Dolina Odry („Zielona Odra”) – ok. 152 km.

7. Organizacje pozarządowe działające na terenie SOM na rzecz turystyki rowerowej

Priorytetowym zadaniem dla każdego obszaru powinno być zbudowanie grupy partnerskiej opartej na wzajemnym szacunku i współpracy. Ważne, żeby do współpracy przystępowały organizacje zarządzające turystyką, organizacje non profit, przedsiębiorstwa prywatne, władze lokalne oraz inne instytucje zainteresowane tematem. Na terenie SOM istnieje wiele formalnych i nieformalnych grup działających na rzecz turystyki rowerowej. Najwięcej organizacji działających na rzecz SOM koncentruje się w Szczecinie. Wynika to z największego potencjału ludnościowego miasta oraz największej atrakcyjności turystycznej na tle pozostałych gmin. Większość inicjatyw ma charakter niesformalizowany, promowany za pomocą stron internetowych i mediów społecznościowych. Tylko w gminach Kobylanka, Kołbaskowo, Nowe Warpno i Stare Czarnowo nie odnotowano organizacji działających na rzecz szeroko pojętej turystyki rowerowej. Jest to wynikiem małego zaangażowania lokalnej społeczności i braku odpowiedniej infrastruktury do uprawiania turystyki rowerowej.

Po przeanalizowaniu źródeł należy stwierdzić, że organizacje prowadzą aktywną działalność. Do najważniejszych działań, które deklarują organizacje rowerowe na terenie SOM, można zaliczyć:

- współpracę z jednostkami samorządu lokalnego,
- zgłaszanie rozbudowy ścieżek i infrastruktury rowerowej w ramach budżetu obywatelskiego,
- poprawę bezpieczeństwa ruchu rowerowego,
- popularyzację roweru jako przyjaznego dla środowiska środka transportu oraz środka codziennego transportu,
- promowanie rekreacji poprzez turystykę rowerową,
- organizowanie rajdów rowerowych, projektów edukacyjnych, warsztatów i innych imprez,

- propagowanie alternatywnych środków zrównoważonego transportu,
- poznawanie dziedzictwa kulturowego poprzez aktywność ruchową,
- propagowanie postaw proekologicznych i prozdrowotnych.

Najważniejszą inicjatywę ostatnich lat w zakresie turystyki rowerowej oraz transportu rowerowego podjęło Samorządowe Stowarzyszenie Współpracy Regionalnej, w 2009 r. przekształcone w Stowarzyszenie Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego (SSOM), które stworzyło dokument o nazwie Koncepcja funkcjonalno-użytkowa zintegrowanego systemu tras rowerowych Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego. Celem projektu jest „rozwój ścieżek rowerowych na terenie Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego, poprzez stworzenie jednolitej, spójnej koncepcji zintegrowanego systemu ścieżek rowerowych SOM. Działanie skierowane jest na rozwój ścieżek rowerowych jako czynnika podnoszącego atrakcyjność turystyczną, edukacyjną i gospodarczą SOM, z uwzględnieniem charakteru transgranicznego obszaru”. Stowarzyszenie w sposób trafny zidentyfikowało istniejące problemy, szanse i potrzeby w zakresie rozwoju turystyki rowerowej, które opisuje w analizach, a następnie przekazuje jednostkom samorządu terytorialnego.

8. Podsumowanie

Specyfika obszarów metropolitalnych traktowanych jako komplementarny układ miasta i strefy podmiejskiej o silnych powiązaniach społecznych, gospodarczych i technicznych rodzi potrzebę zintegrowanego podejścia do ich rozwoju, w tym transportu i turystyki. Współcześnie funkcje turystyczne miast nie mają wyłącznie charakteru egzogenicznego, ponieważ zacierają się różnice w zachowaniach turystów i mieszkańców, którzy również poszukują możliwości atrakcyjnego sposobu spędzenia czasu wolnego blisko miejsca zamieszkania.

Na współczesnym rynku turystycznym kluczowe znaczenie mają zintegrowane produkty turystyczne dostosowane do potrzeb turystów. Im większa oryginalność, unikalność i komplementarność produktów, tym większe prawdopodobieństwo zainteresowania ofertą turystów. Coraz bardziej uwidaczniają się zmiany społecznych preferencji, które ukierunkowane są na maksymalizację doznań. Taka motywacja jest niezależna od klasyfikacji turystyki.

Jedną z popularnych form turystyki aktywnej jest turystyka rowerowa, która nie ma charakteru wycynowego i może być uprawiana w każdych warunkach przez osoby w różnym wieku i o różnych predyspozycjach psychomotorycznych. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom rowerzystów i mieszkańców, a także mając na uwadze potencjał kulturowy i przyrodniczy SOM oraz bezpieczeństwo cyklistów, wytycza się kolejne ścieżki i szlaki rowerowe. Widoczne są również działa-

nia organizacji pozarządowych, które poza inicjowaniem inwestycji rowerowych tworzą bogatą ofertę możliwości poznania dziedzictwa kulturowego regionu poprzez organizowanie rajdów i eventów rowerowych.

Szczególnie interesująca wydaje się aktywność turystyczna w tych obszarach i miejscach, w których oferta turystyki kulturowej może zarówno pełnić rolę niezależnego produktu turystycznego dla osób zainteresowanych turystyką kulturową, jak i być dopełnieniem dla turystów rowerowych. Motywy podjęcia podróży dla obu form mogą być takie same, np. chęć przeżyć i doznań, chęć poznania i przemierzania się w przestrzeni w czasie wolnym od pracy i nauki. Turystyka kulturowa nie określa środka transportu, jakim może być rower, turystyka rowerowa zaś nie wyklucza poza głównym celem, jakim jest rekreacja, motywów poznawczych. Obie formy mogą się wzajemnie uzupełniać i tworzyć wspólny produkt turystyczny na terenie SOM.

Literatura

- Barbier B., 2005, Wybrane aspekty turystyki kulturowej Francuzów, *Turyzm*, 15, 95-120.
- Bończak 2013, Aktywne formy turystyki – problemy terminologiczne, w: *Nowe-stare formy turystyki w przestrzeni*, red. R. Wiluś, J. Wojciechowska, Łódź: Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego.
- Bynowski B., 2014, Nowe Warpno, w: *Kanon Krajoznawczy Województwa Zachodniopomorskiego*, red. M. Duda i in., Szczecin: Agencja Fotograficzno-Redakcyjna Dudowie.pl.
- Duda M., 2014, Nowe Warpno, w: *Kanon Krajoznawczy Województwa Zachodniopomorskiego*, red. M. Duda i in., Szczecin: Agencja Fotograficzno-Redakcyjna Dudowie.pl.
- Duda M., Duda T., 2008, *Dolina Dolnej Odry*, Gdynia: Region.
- Gaworecki W., 2003, *Turystyka*, Warszawa: PWE.
- Gmina Dobra, 2012, *Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy Dobra*, Dobra.
- Gmina Goleniów, 2015, *Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego gminy Goleniów do 2015 roku*, Goleniów.
- Harańczyk A., Dybek M., 2009, Obszary metropolitalne w Polsce (ocena warunków i poziomu rozwoju), w: *Potencjalne metropolie ze szczególnym uwzględnieniem Polski Wschodniej*, red. T. Makiela, Warszawa: KPZK PAN.
- Jeż S., 2010, Szczecin na mapie, w: *Szczecin. Praktyczny przewodnik turystyczny*, red. S. Jeż, Szczecin: Walkowska Wydawnictwo.
- Kozak M., 2011, Przestrzeń metropolitalna jako współczesne eksperymentatorium turystyki, w: *Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany*, red. M. Durydiwka, K. Duda-Gromada, Warszawa: WGiSR Uniwersytetu Warszawskiego.
- Liszewski S., 2005, Metropolitalny region turystyczny. Przykład miasta Łodzi, *Turyzm*, 5(1-2), 121-138.
- Łobozewicz T., 1983, *Turystyka kwalifikowana*, Warszawa: PTTK „Kraj”.

- Mechło W., 2003, *Świnoujście miasto i okolice*, Świnoujście: Wyd. Krajoznawcze „Gryf”.
- Regionalne Biuro Gospodarki Przestrzennej Województwa Zachodniopomorskiego, 2015, *Koncepcja sieci tras rowerowych Pomorza Zachodniego. Raport końcowy z prac nad projektem*, Szczecin.
- Rowerowy Szczecin, 2015, *Spółeczny audyt polityki rowerowej dla Szczecina. Spółeczny audyt polityki rowerowej dla Szczecina*, Szczecin.
- www.stat.gov.pl [dostęp: 16.08.2017].
- www.bikes-srm.pl [dostęp: 24.08.2017].
- www.bip.um.szczecin.pl/chapter_50067.asp [dostęp: 11.08.2017].
- www.eurovelo.org [dostęp: 1.09.2017].
- www.kobylanka.pl [dostęp: 12.08.2017].
- www.policki.astra28.eu/opis-gminy.html [dostęp: 12.08.2017].
- www.powiat-goleniowski.pl/material,gmina-stepnica,137.html [dostęp: 29.07.2017].
- www.rowery.rbgp.pl [dostęp: 31.08.2017].
- www.som.szczecin.pl/chapter_104028.asp?soid=3D14DAD4F9254A8A9079DAC10C626062 [dostęp: 28.08.2017].
- www.stareczarnowo.pl [dostęp: 15.08.2017].
- Zajadacz A., 2012, Zróżnicowanie form turystyki rowerowej w regionie leszczyńskim w Polsce i w południowej Australii, w: *Turystyka rowerowa w zjednoczonej Europie*, red. J. Śledzińska, B. Włodarczyk, Warszawa: Wyd. PTTK „Kraj”.
- Zenkner J., 2006, *Stargard. Klejnot na Pomorskim Szlaku*, Stargard: Towarzystwo Przyjaciół Stargardu.
- Zenkner J., 2017, *Stargard. Praktyczny przewodnik turystyczny*, Szczecin: Walkowska Wydawnictwo.

Possibilities of Cycling Recreation and Cultural Tourism in the Szczecin Metropolitan Area

Abstract. Because of the multifunctional character of cities and a large variety of resources and forms of tourist activity available in metropolitan areas, they are important tourist destinations. Depending on the scope of analysis, tourist traffic can be studied in the context of a city, municipality or region. The aim of the article is to present the possibilities of cycling and cultural tourism in the metropolitan area of Szczecin. This article provides information on tourism assets and initiatives that foster the development of cycling tourism.

Keywords: Szczecin Metropolitan Area, bike paths, metropolis, tourism assets, cycling infrastructure

MICHAŁ FARYŚ*, JOLANTA KIJOWSKA**

Projekt kulturowego szlaku turystycznego śladami Witolda Gombrowicza w Buenos Aires

Streszczenie. Buenos Aires jest jedną z najchętniej wybieranych destynacji turystycznych wśród miast Ameryki Łacińskiej. Oprócz powszechnie znanych walorów turystycznych miasto oferuje atrakcje dla sprofilowanego turysty. W ostatnich latach szczególnym zainteresowaniem cieszy się turystyka kulturowa, związana z tangiem, architekturą czy wybitnymi postaciami. Władze miasta propagują ten rodzaj aktywności turystów i są zainteresowane promocją miejsc związanych z Witoldem Gombrowiczem w kontekście jego relacji ze stolicą Argentyny. Wraz z ukazaniem się w Polsce w 2013 r. prywatnego dziennika (*Kronos*) obserwuje się wzmożone zainteresowanie życiem pisarza w Buenos Aires. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom, postanowiono przedstawić miejsca związane z Gombrowiczem i na ich podstawie przygotować propozycję szlaku gombrowiczowskiego po Buenos Aires. Mając na uwadze to, że dla wielu turystów może to być oferta niszowa, postanowiono tak opracować szlak, by znalazły się w nim – oprócz miejsc szczególnych – obiekty ważne dla każdego turysty, a jednocześnie związane z Witoldem Gombrowiczem.

Słowa kluczowe: turystyka kulturowa, szlak kulturowy, Gombrowicz, Buenos Aires

1. Wstęp i uwarunkowania turystyki w Buenos Aires

Buenos Aires jest jednym z najchętniej odwiedzanych miast w Ameryce Łacińskiej. Liczba turystów przybywających do stolicy Argentyny drogą powietrzną w miesiącach od stycznia do września 2017 r. wyniosła ponad 3,5 mln (według *El Clarin*

* Ministerstwo Spraw Zagranicznych, e-mail: michal.farys@msz.gov.pl, orcid.org/0000-0002-8640-3032.

** Akademia im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim, e-mail: jkijowska@ajp.edu.pl, orcid.org/0000-0002-6187-3986.

z 8.12.2017 r.). Było to wzrost o 4,9 p.p. w porównaniu do 2016 r. Buenos Aires zajmuje pierwsze miejsce w Ameryce Łacińskiej pod względem wydatków turystów. Odwiedzający zostawiają w stolicy Argentyny ponad 3 mld USD rocznie. Stolica Argentyny zajmuje też pierwsze miejsce jako destynacja najchętniej wybierana spośród atrakcji południowoamerykańskich przez użytkowników Trip-Advisora¹. Zmiana rządów w 2015 r. oraz próba normalizacji sytuacji polityczno-gospodarczej wpływają pozytywnie na rozwój ruchu turystycznego. Po latach spadku liczby turystów przyjeżdżających do Argentyny, co wynikało głównie z czynników o charakterze ekonomicznym (polityka gospodarcza rządu działała destabilizująco na sektor turystyczny), odnotowuje się rosnące zainteresowanie tym krajem. Pomimo niesprzyjających uwarunkowań w skali makro władze lokalne upatrują w turystyce źródła dochodów, a rozwój sektora usługowego jest priorytetem dla rządu autonomii Buenos Aires². Sektor usług przynosi miastu ponad 73% PKB³. W statystykach brakuje szczegółowych danych dotyczących turystyki. Oszacowano je na podstawie dochodów z usług hotelowych i restauracji na 3,5% PKB⁴. Ze względu na specyfikę międzynarodowych połączeń lotniczych w Argentynie ponad 90% turystów zagranicznych wjeżdża do tego kraju przez lotniska w Buenos Aires⁵. Władze miasta kładą duży nacisk na rozwój różnych form turystyki kulturowej jako instrumentu promującego Buenos Aires, stanowiących o jego wyjątkowości i niepowtarzalności. Najbardziej przyciągającym wydarzeniem w Buenos Aires jest Festiwal Tanga. Przynosi on miastu rosnące dochody⁶. Istnieją również projekty promujące dziedzictwo niematerialne Buenos Aires o charakterze socjokulturowym, takie jak upowszechnianie tradycji poprzez projekt *Los Cafés de Buenos Aires – los Bares Notables*. Miasto oferuje zwiedzającym także szlak turystyczny (*paseo*) związany z architekturą francuską w Buenos Aires, a także organizuje przechadzki śladami Jorge Luisa Borgesa, silnie promując walory krajobrazu kulturowego miasta. W związku z wyborem na papieża arcybiskupa Buenos Aires Jorge Bergoglio powstał szlak związany z życiem papieża Franciszka. Także ponownie rosnąca popularność Witolda Gom-

¹ <https://lifestyle.americaeconomia.com/articulos/conozca-los-25-destinos-mas-populares-de-sudamerica-segun-tripadvisor> [dostęp: 4.03.2017].

² Argentyna administracyjnie dzieli się na 23 prowincje federalne oraz miasto Buenos Aires (stanowiące tzw. dystrykt federalny). Wszystkie one posiadają autonomię.

³ Głównie są to usługi budowlane. Zob. www.buenosaires.gob.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/anuario_estadistico_2016.pdf [dostęp: 4.03.2017].

⁴ www.audiovideotecaba.gov.ar/areas/cedem/coyuntura38/38_02_ciudad.pdf [dostęp: 5.03.2017].

⁵ www.turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/Informe_1er_trimestre_ano2014.pdf [dostęp: 5.03.2017].

⁶ Wydatki turystów na Festiwal Tanga w 2013 r. wyniosły 52,49 mln USD, a 38% odwiedzających wskazuje na tango jako główny motyw swojej podróży. Zob. *La Nación*, 28.08.2013, www.turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/informes-trimestrales-2014 [dostęp: 4.02.2017].

browicza wzbudza zainteresowanie władz miasta Buenos Aires upowszechnieniem szlaku gombrowiczowskiego⁷.

2. Cel i metody badawcze

Celem pracy było przygotowanie projektu szlaku tematycznego w oparciu o wybrane ślady obecności Gombrowicza w krajobrazie Buenos Aires oraz współczesne miejsca upamiętniające jego twórczość, mogące stanowić walor dla osób zainteresowanych turystyką kulturową. Na szlaku znajdują się także obiekty i miejsca charakterystyczne dla krajobrazu kulturowego stolicy Argentyny. W pracy wykorzystano metodę krytycznej analizy materiałów literackich dotyczących okresu argentyńskiego pisarza, metodę analizy dzieł literackich Gombrowicza pisanych w Buenos Aires lub pośrednio opisujących to miasto, na podstawie których wybrano najbardziej charakterystyczne obiekty związane z Gombrowiczem. W większości stanowią one kulturowe walory krajoznawcze. Wykorzystano także metodę inwentaryzacji krajoznawczej zaadaptowanej do głównego celu pracy, tj. zaproponowania turystycznego szlaku kulturowego śladami Witolda Gombrowicza w Buenos Aires. Uwzględniono również potrzeby osób zgłaszających zapotrzebowanie na takie opracowanie. Dokonana inwentaryzacja krajoznawcza miejsc związanych z obecnością pisarza w stolicy Argentyny obejmowała prace przygotowawcze, penetrację terenu, zebranie informacji o obiektach i ich opracowanie (np. określenie atrakcyjności turystycznej), wykonanie dokumentacji fotograficznej oraz rozpowszechnienie wyników inwentaryzacji (projekt turystycznego szlaku kulturowego). Przeprowadzono także wywiady z nielicznymi osobami pamiętającymi Gombrowicza w Argentynie. Prace terenowe zostały wykonane głównie w 2013 r., a wywiady i rozmowy przeprowadzono w latach 2008-2012.

3. Buenos Aires jako miejsce predysponowane do miejskiej turystyki kulturowej

Analiza walorów turystycznych wynikających z uwarunkowań środowiska przyrodniczego Buenos Aires pozwala stwierdzić, że nie stanowią one istotnego elementu zachęcającego turystów do odwiedzenia Buenos Aires. Jest to szczególnie

⁷ Autor artykułu rozmawiał na ten temat z prezydentem miasta Buenos Aires Mauricio Macrim w 2011 r. w kontekście upamiętnienia działalności emigrantów polskich w stolicy Argentyny.

widoczne w porównaniu do stolic czy dużych miast państw w regionie. W przypadku portu nad La Platą walorem decydującym o atrakcyjności turystycznej jest charakterystyczny krajobraz kulturowy miasta, na który składają się: dobra kultury materialnej (układ architektoniczny, dzielnice historyczne, zabytkowe budynki mieszkalne, obiekty kultury), a także kultura niematerialna wpływająca na charakter miasta (*genius loci*) i budowanie jego marki. Oprócz zwykle docenianych przez turystów walorów istnieje zespół elementów wyróżniający je na tle innych miast. Dla wielu odwiedzających pobyt w stolicy Argentyny jest związany z emocjami, jakie wywołuje tango albo magia futbolu, bądź z miejscami przeznaczonymi do uprawiania turystyki kulinarnej. Szlak gombrowiczowski zaprojektowano z myślą o turystach zainteresowanych uprawianiem miejskiej turystyki kulturowej, czyli wyprawami „o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej albo poszerzenie 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” (Rohrscheidt 2008). Co więcej, szlak śladami Gombrowicza w znacznej części przebiega w bliskim sąsiedztwie obiektów i miejsc zaliczanych powszechnie do głównych walorów turystycznych krajobrazu kulturowego Buenos Aires. Za takie uważane są: Obelisk przy alei 9 de Julio (najszersza ulica na kontynencie), Pałac Prezydencki (Casa Rosada), cmentarz Recoleta, deptak Av. Flórida, dzielnice San Telmo i La Boca, budynek Kongresu, Plac Majowy z otaczającymi go budynkami katedry, zabytkowych banków i urzędów ministerialnych, teatr Colón czy kawiarnia Tortoni.

Przedstawiona w pracy propozycja szlaku gombrowiczowskiego prowadzi do miejsc związanych bezpośrednio z biografią pisarza, a jednocześnie odwołuje się do miejsc historycznych oraz miejsc z charakterystycznym klimatem miasta, czyli wiąże się z takimi cechami i wyobrażeniami, które silnie działają na percepcję turysty.

4. Wybrane ślady obecności Gombrowicza w Buenos Aires jako potencjał turystyczny szlaku

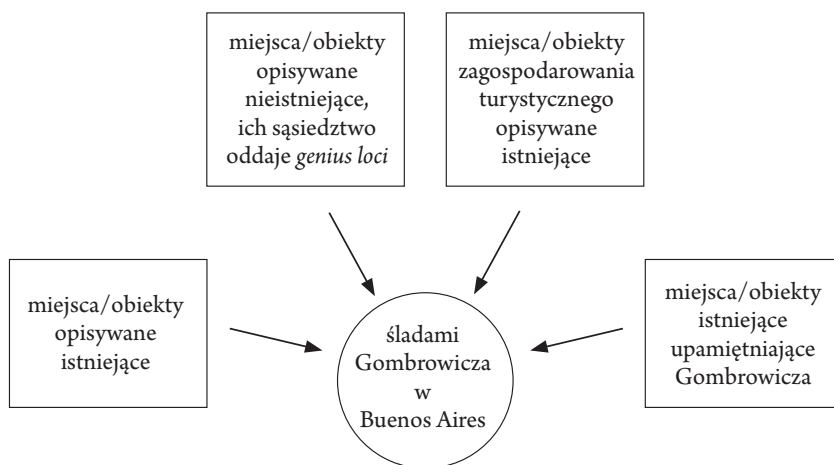
Pobyt pisarza w Buenos Aires przypada na lata 1939-1963. Gombrowicz zdecydował się na wyjazd do Buenos Aires zachęcony przez pisarza Czesława Straszewicza i wyruszył w podróż dzięki staraniom Jerzego Giedroycia. Został zaokręgowany jako literat, którego zadaniem było opisanie pierwszej podróży nowego polskiego transatlantyku MS Chrobry. Gombrowicza i Straszewicza zaproszono na rejs właściwie po to, by zyskać pochlebne opinie o statku i podróży w formie

artykułów. Tekst przygotowany przez Gombrowicza miał być wykorzystany jako materiał promocyjny zlecony zleceniodawcy. Inauguracyjny rejs rozpoczął się 29 lipca 1939 r. MS Chrobry płynął z Gdyni przez Kilonię, Dakar, Rio de Janeiro, Santos, Montevideo do Buenos Aires, gdzie zacumował 20 sierpnia 1939 r. W wyniku wybuchu wojny Gombrowicz został w Buenos Aires. Argentyński okres w życiu Gombrowicza trwał do 1963 r., kiedy 28 lutego otrzymał telegram od Fundacji Forda z zaproszeniem na spędzenie roku w Berlinie jako *writer in residence*. Gombrowicz przyjął propozycję i od marca szykował się do podróży do Europy: rozdawał książki i płyty, odnowił garderobę, żegnał się z polskimi i argentyńskimi przyjaciółmi.

Kiedy wstępowałem na pokład Federico w Buenos Aires, miałem za sobą 23 lata 226 dni Argentyny (obliczyłem)⁸, a ze sobą, w walizce, skrypt nieukończony powieści, „Kosmosu” [de Roux 1969].

Pisarz pozostawił w stolicy liczne ślady, których odkrycie może być interesujące dla współczesnego turysty.

Wszystkie ślady gombrowiczowskie zidentyfikowano w przestrzeni geograficznej miasta. Celowo pominięto te elementy z biografii autora, które opisują dzieje pisarza w Buenos Aires, lecz nie są związane z konkretnym miejscem na mapie miasta.



Rysunek 1. Kategorie walorów kulturowych szlaku śladami Gombrowicza w Buenos Aires

Źródło: opracowanie własne.

⁸ Błąd w wyliczeniach – było to 23 lata i 228 dni (MF).

Przedstawiona charakterystyka posłużyła do wybrania lokalizacji uważanych za atrakcyjne dla turysty i mogących znaleźć się w linearnej sekwencji walorów kulturowych i miejsc uznanych za atrakcyjne dla podejmującego realizację miejskiej wyprawy. Proponowany szlak gombrowiczowski prowadzi po obszarach historycznych powiązanych z twórczością i biografią pisarza. Przechadzka pozwala na zweryfikowanie obrazu literackiego z rzeczywistością, a jednocześnie na odkrycie miejsc mogących przenieść turystę w czasie do atmosfery Buenos Aires Gombrowicza.

Zinventaryzowane miejsca i obiekty pogrupowano zgodnie ze schematem (rys. 1), co wydaje się pomocne dla turysty w wyborze odwiedzanych atrakcji oraz zaspokojeniu różnych potrzeb (np. żywieniowych).

Poniżej przedstawiono wybrane miejsca z poszczególnych kategorii związane ze śladami Gombrowicza, budujące krajobraz turystyczny i proponowany szlak.

4.1. Miejsca/obiekty opisywane istniejące

Do tej kategorii z pewnością należy dom przy ulicy **Venezuela 615**, w dzielnicy San Telmo (jedno z dwóch miejsc oznaczonych tablicą na szlaku), w którym w lutym 1945 r. Gombrowicz wynajął pokój w mieszkaniu nr 5. Rezydował tam prawie bez przerw do końca swojego pobytu w Argentynie, czyli do 1963 r. Było to niedrogie miejsce, blisko centrum, które pomógł mu znaleźć kuzyn Gustaw Kotkowski, mimo panujących w tym czasie dużych problemów mieszkaniowych.

Pensjonat przy ulicy Venezuela prowadziła Niemka, Frau Elsa – tak ją nazywaliśmy. Od wyjazdu z Niemiec w 1925 r. utrzymywała się z podnajmowania pokoi w swych kolejnych mieszkaniach. Przy ulicy Venezuela na pierwszym piętrze wynajmowała ich dziesięć. Lokatorami jej byli, z wyjątkiem nas dwóch, Niemcy, przeważnie robotnicy, drobni urzędnicy, skromni sklepikarze [Rússovich 2005: 138]. Pokój Witolda był duży, z małym, wychodzącym na ulicę balkonikiem. Mój był niewielki i ciemny [Rússovich 2005: 146].

W mieszkaniu przy ul. Venezuela zamieszkał z Gombrowiczem Alejandro Rússovich, który był „jedynym człowiekiem w Argentynie, z którym Gombrowicz mieszkał i, jak to się mówi, »dzielił życie«” [Rússovich 2005: 135].

Ulubionym miejscem spotkań Gombrowicza z przyjaciółmi była kawiarnia **El Querandí** przy ul. Perú 302 (fot. 1) narożnik z Moreno. Tu spotykał się z pisarzami współpracującymi nad przekładem *Ferdydurke*, a także z Ernesto Sábato⁹, czy prowadził liczne dyskusje zakończone „sukcesem retorycznym” [Gombrowicz 2013: 196].

⁹ Pisarz argentyński, związany z ruchem komunistycznym i anarchistycznym.



Fot. 1. Wnętrze El Querandí (aktualnie)

Źródło: querandi.com.ar [dostęp: 5.03.2018].

Inny krajobraz Buenos Aires ukazuje miejsce częstych odwiedzin Gombrowicza – **dworzec Retiro**, znajdujący się w bliskim sąsiedztwie portu. To tu pisarz przeżywał „doświadczenia homoseksualne z chłopcami z ludu”¹⁰. Nazwę dworca Retiro stosuje się w przypadku Gombrowicza jako synonim „ciemności” i „erotycznych przygód” [Suchanow 2005]. Dworzec Retiro, przylegający do portu, to ważny węzeł komunikacyjny Buenos Aires, łączący miasto z przedmieściami, miejsce tranzytu, znane ze spotkań homoseksualistów i z prostytucji.

Cała ta przyportowa okolica wraz z tzw. Parque Japonés – wesołym miasteczkiem oraz ciągnącą się wzdłuż portu do centrum miasta aleją Leandro Alem słynęła z domów publicznych. To tu lubił chadzać Gombrowicz w poszukiwaniu „młodości” [Czernicka-Suchanow 2005].

Co robił Gombrowicz w okolicach dworcowych, tłumaczy w *Dziennikach*:

Nie szukałem więc na Retiro przygód erotycznych, ale – oszołomiony, wytrącony z siebie, wydziedziczony i wykolejony, trawiony pasjami ślepyimi, które rozniecił we mnie mój walący się świat i bankrutujący los – czegoż szukałem? Młodości. Mógłbym powiedzieć, że szukałem zarazem młodości własnej i cudzej. Cudzej – gdyż tamta młodość w marynarskim czy żołnierskim mundurze, młodość tych arcyzwykłych chłopców w Retiro, była mi niedostępna, tożsamość płci, brak pociągu seksualnego, wykluczały wszelką możliwość zespolenia i posiadania. Własnej – gdyż ona była jednocześnie moją, urzeczywistniała się w kimś, jak ja, nie w kobiecie, ale w mężczyźnie, była to ta sama młodość, która mnie porzuciła, teraz kwitnąca w kimś innym. [...] I ja, Ferdurdurke, powtarza-

¹⁰ Z życiorysu napisanego po francusku przez Witolda Gombrowicza dla Wydawnictwa L’Herne i uzupełnionego przez Dominique de Roux do: *Rozmowy z Gombrowiczem*, 1969.

łem trzecią część mojej książki, historię Miętusa, usiłującego „bratać się” z parobkiem! [Gombrowicz 1989a: 209].

Witold Gombrowicz uważał się za melomana, lubił muzykę klasyczną. W Buenos Aires regularnie słuchał muzyki, kupował nowe płyty, miał gramofon. Beethoven oraz kompozytorzy XIX i XX w. byli jego inspiracją:

Muzyka mi zjada ze dwie godziny dziennie – wylazłem z kwartetów, aby zanurzyć się tyleż w Schönbergu czy Bartóku, ile w Brahmsie, Debussym etc., to bardzo pouczające [List do siostry Reny, 1960, Gombrowicz 2004].

Często bywał na koncertach w słynnym **Teatro Colón** [Gombrowicz 2013: 132]. Miał również przyjaciół wśród występujących muzyków i baletmistrzów. Teatr Colón cieszy się najlepszą akustyką na kontynencie i jest jedną z pięciu największych scen operowych na świecie. Znajduje się w centrum miasta przy ul. Cerrito 628. Teatr został otwarty w 1908 r. po 20 latach budowy według projektu Francesca Tamburinię, Vittoria Meana i Julesa Dormala. Na inaugurację pierwszego sezonu wybrano *Aidę* Giuseppe Verdiego. Teatr Colón jest miejską instytucją kultury. W latach 2006-2010 przeszedł gruntowny remont. Stanowi siedzibę orkiestry, chóru i baletu. Gombrowicz chadzał i komentował muzyczne wydarzenia w Teatrze Colón, jak np.:

Ten Niemiec-pianista galopował z towarzyszeniem orkiestry. Ukołysany tonami, błąkałem się w jakimś rozmarzeniu – wspomnienia – to znów sprawa, którą załatwić mam jutro – piesek Bumfili, foksterierek... Tymczasem koncert funkcjonował, pianista galopował. Byłże to pianista, czy koń? Byłbym przysięgł, że wcale tu nie idzie o Mozarta, tylko o to, czy ten rączy rumak weźmie w cuglach Horowitza lub Rubinsteina. [...] Wtem wydało mi się, że to bokser, który dosiadł Mozarta, jedzie na Mozarcie, tłukąc go i waląc w niego i bębniąc i kłując ostrogami. [...] Jakie to denerwujące, gdy arystokracja nie umie się zachować! Tak mało się od nich wymaga, a nawet tego nie potrafią! Te osoby powinny wiedzieć, że muzyka jest jedynie pretekstem dla zebrania towarzyskiego, którego i one były częścią wraz z manierami swymi i manikurami. Po czym przeszliśmy do foyer. Oczy moje spoczęły na znakomitym tłumie, który krążył, rozdając ukłony. Czy widzisz, milioner X, Y? Patrz, patrz, tam generał z ambasadorem, a dalej prezes obkadza ministra, który uśmiech śle profesorowej! [Gombrowicz 1989a: 53]

4.2. Miejsca/obiekty opisywane nieistniejące

Takie miejsca w tkance miejskiej stanowią kolejną kategorię atrakcji turystycznych szlaku Gombrowicza. Ich najbliższe sąsiedztwo ukazuje *genius loci*. Są to

przede wszystkim miejsca, gdzie pomieszkiwał Gombrowicz. W grudniu 1939 r. pisarz przeprowadził się do pensjonatu „Auzamendi” przy ul. Tacuarí 242 (budynek już nie istnieje). Rok później przeniósł się do hoteliku „El Palomar”. Był to obiekt o charakterystycznym dla budynków wielorodzinnych w Buenos Aires układzie architektonicznym, zwanym *conventillo*. Długi, wąski korytarz prowadził do podwórka-studni z małym *patio* pośrodku, z którego wchodzi się do kolejnych mieszkań; kuchnia i łazienki były zwykle wspólne dla poszczególnych kondygnacji. Gombrowicz tak pisze w *Dziennikach* o tym miejscu:

Wielki dom na Corrientes 1258, zwany „El Palomar”, gdzie gnieździła się rozmaita biedota, gdzie przeżyłem chyba najcięższy okres, wtedy pod koniec 1940-go, chory, bez grosza – wdrapywałem się na czwarte piętro, ujrzałem drzwi mego pokoiku, znajome lizaje, odpryski na ścianie... [Gombrowicz 1989c: 91]. Mieszkałem, jak się rzekło, w najtańszych hotelikach, czasem w tak zwanych „conventillos”, wielkomiejskich ruderach, zapchanych biedotą. Z jakąś pasją rzuciłem się w niższość, ja, pan Gombrowicz! Odmłodniałem nagle i gwałtownie pod względem psychicznym i fizycznym, na ulicy mówiono mi „joven”, jakbym nie miał nawet dwudziestu pięciu lat [de Roux 1989].

Do dziś w tej części miasta (*microcentro*) znajdują się liczne hostele i pensjonaty dla mniej zamożnych turystów (fot. 2). W *Kronosie* pisarz tak opisuje ten okres:

Spaceruję po Corrientes. 2 putitas. Piekarz. Calle Junín. Subiekt, co chce czytać. Chińczyk. Putita. [...] Odkrywam tereny na Corrientes [Gombrowicz 2013: 83].

Miejscowe przygody Gombrowicza kończą się pobytem w szpitalu Carlos D. Durand.



Fot. 2. Widok na El Obelisco z Av. Corrientes

Źródło: archiwum autorów.



Fot. 3. Widok na Cmentarz Recoleta

www.infoesquelas.com/articulos/reportajes/cementerio-de-la-recoleta-buenos-aires/4584 [dostęp: 5.03.2018].

Do obiektów już nieistniejących należy też budynek poselstwa polskiego. By poznać krajobraz tej części miasta i poczuć klimat miejsca, wystarczy wybrać się na ul. Guido, gdzie do dziś znajdują się podobne w stylu wille mieszczańskie w sąsiedztwie XIX-wiecznego cmentarza Recoleta (fot. 3).

4.3. Miejsca/obiekty zagospodarowania turystycznego, opisywane istniejące

Restauracje, kawiarnie i bary Buenos Aires są miejscami często pojawiającymi się w *Dziennikach* i *Kronosie* Gombrowicza. Oprócz już wspomnianych, regularnie odwiedzanych przez pisarza punktów gastronomicznych warto wspomnieć restaurację **La Churrasquita** przy Av. Corrientes 1220, serwującą tradycyjne potrawy z wołowiny. Tu jadał z państwem Rússovich, tu spędził również wigilię z Florem (Mariano Betelú) w 1959 r. [Gombrowicz 2013: 237]. We wspomnieniach z wiosny 1960 r. pisarz przywołuje posiłki w **Restaurante ABC** przy ul. Lavalle 545. Lokal działa do dziś, jednak za czasów Gombrowicza bywali tu klienci innego rodzaju. Stołowali się tam naziści, którzy znaleźli schronienie w Argentynie [Gombrowicz 2013: 246]. Gombrowicz miał specyficzny stosunek do jedzenia, cenił Argentyńczyków za ich wyobraźnię kulinarną i wielość deserów. Fascynacja jedzeniem widoczna jest m.in. w dramacie *Iwona, księżniczka Burgunda*.

W **Café Tortoni**, Av. de Mayo 825, spotykał się m.in. z żoną dyrektora banku polskiego, Hanną Nowińską. Kawiarnia ta należy do najbardziej znanych w mieście, stanowi ulubione miejsce spotkań intelektualistów i artystów. Bywali tu m.in. Albert Einstein, Federico García Lorca, Roberto Arlt, José Ortega y Gasset, Jorge Luis Borges, Carlos Gardel. Wnętrze utrzymane jest w stylu *fin de siècle*.

Inne wydarzenie związane było z działającą do dziś **księgarnią Fray Mocho** przy ul. Sarmiento 1820. Przygotowany przez Gombrowicza do czasopisma *Sur* tekst *Przeciw poetom* został uznany za atak na grupę Victorii Ocampo i odrzucony przez wydawnictwo. Tym tekstem jednak 21 sierpnia 1947 r. pisarz rozpoczął cykl wykładów w salonie literackim księgarni Fray Mocho.

Gdybyż poeta umiał potraktować swój śpiew jako manię, lub jako obrządek, gdybyż oni śpiewali jako ci, którzy muszą śpiewać, choć wiedzą, że śpiewają w próżni. Gdybyż zamiast dumnego „ja, Poeta” byli zdolni wypowiedzieć te słowa ze wstydem, lub z lękiem... lub nawet ze wstrętem... Ale nie! Poeta musi uwielbiać Poetę! [Gombrowicz 1989a: 43]

Wypowiadał się tam też na temat Polski:

Pytano z ciekawością, czy katolicyzm w Polsce jest obecnie równie gorący jak przedtem i czy Polonia *semper fidelis*? Powiedziałem, że Polska dzisiejsza jest jak kawałek suchego chleba, który z trzaskiem łamie się na dwie części: wierzącą i niewierzącą [Gombrowicz 1989a: 45].

4.4. Miejsca/obiekty istniejące, upamiętniające Gombrowicza

Miejsca te znajdują się jednocześnie na liście atrakcji miejskiej turystyki kulturowej Buenos Aires. Jednym z nich jest **Teatr Narodowy im. Cervantesa**, zarówno sam gmach, jak i repertuar, gdzie w 2009 r. wystawiono *Trans-Atlantyk* w reżyserii Adriana Blanco. Spektakl odniósł duży sukces nie tylko kasowy – na afiszu przez trzy sezony¹¹ – ale także artystyczny i medialny. Oprócz rozgłosu w kraju spektakl zdobył Grand Prix 9. Międzynarodowego Festiwalu Gombrowiczowskiego w Radomiu (2010). Nagrodę dostał także reżyser spektaklu Adrian Blanco, a pierwszą nagrodę aktorską zdobył Gustavo Manzanal, odtwórca roli Witolda Gombrowicza.

W dniach 7-10 sierpnia 2014 r. został zorganizowany I Międzynarodowy Kongres Gombrowicza pod patronatem i w siedzibie **Biblioteki Narodowej w Buenos Aires**. Organizatorzy zapowiadają, że Kongres będzie wydarzeniem cyklicznym. Dla fascynatów pisarza spotkania gombrowiczowskie w Bibliotece Narodowej stanowią okazję do dzielenia się wrażeniami z poznawania miejsc, w których Gombrowicz bywał, mieszkał czy je opisywał. Kongres – jako regular-

¹¹ Dwa sezony w Teatrze Narodowym, w 2011 r. spektakle w Centro Cultural de la Memoria Haroldo Conti.

ne wydarzenie kulturalne – może wpłynąć animująco na przedstawioną propozycję szlaku.

Tego samego roku, również w sierpniu, miał premierę w Argentynie inspirowany nowo wydanym pamiętnikiem Gombrowicza spektakl pt. *Kronos. Erotyczny spokój* w reżyserii Michała Znanickiego. Prapremiera światowa spektaklu odbyła się w listopadzie 2013 r. podczas Festival Opera Tigre na wyspie Kaiola Blue¹². *Kronos* jak dotąd nie doczekał się przekładu na język hiszpański, dlatego dla wielu czytelników Gombrowicza spektakl Znanickiego był jedynym kontaktem z intymnym dziennikiem pisarza.



Fot. 4. Tablica na budynku BN

Źródło: archiwum autorów.

Biblioteka Narodowa w Buenos Aires upamiętniła także Witolda Gombrowicza, powołując do istnienia przystanek czytelniczy **Apeadero Gombrowicz** (fot. 4) przy ul. Las Heras i Agüero¹³, u podnóża gmachu biblioteki. Jest to neoklasycystyczny pawilonik, rodzaj „kiosku”, gdzie można kupić publikacje i gadżety związane z Gombrowiczem i literaturą latynoamerykańską, a przede wszystkim uciec od zgiełku ulicy i zasiąść do lektury.

¹² Festiwal Opera Tigre na wyspie Kaiola Blue w Tigre (płn. część aglomeracji Buenos Aires o charakterze rekreacyjnym) to autorski międzynarodowy projekt polskiego artysty Michała Znanickiego. Festiwal swoim zasięgiem obejmuje kraje położone wzdłuż rzeki Parana: Brazylię, Paragwaj, Urugwaj i Argentynę, wyróżniając się znaczącym akcentem i odniesieniem do kultury polskiej. Ideą festiwalu jest prezentacja spektakli teatralnych i operowych z wykorzystaniem naturalnej przestrzeni wyspy i wodnego otoczenia delty rzeki Parana. Prezentowane spektakle są intymnymi, kameralnymi przedsięwzięciami lub spektakularnymi widowiskami operowymi, wpisującymi się w mapę najważniejszych festiwali, dla których istotne tło stanowi woda. Pierwsza edycja miała formę całodziennej prezentacji minispektakli, koncertów, warsztatów z Gombrowiczem jako leitmotiwem wydarzenia.

¹³ Niewielkich rozmiarów budynek znajduje się u wejścia do kompleksu Biblioteki Narodowej, rozciągającego się między ulicami Las Heras, Austria, Libertador i Agüero.

5. Projekt szlaku

Proponowany szlak jest rodzajem przechadzki (*paseo*), nie ma i prawdopodobnie nie będzie miał w przyszłości specjalnego oznaczenia w tkance miejskiej ani tablic informacyjnych zlokalizowanych na ruchliwych, wąskich uliczkach centrum. Orientację w krajobrazie miasta może ułatwić przygotowanie wirtualnego szlaku na stronie internetowej w formie interaktywnej lub w formie aplikacji mobilnej. Przedstawiony projekt szlaku pozwala miłośnikom Gombrowicza z całego świata zapoznać się z obiektami i miejscami związanymi z pisarzem, z uwzględnieniem turystycznych walorów kulturowych niepowtarzalnego krajobrazu Buenos Aires.

Przy wytyczeniu szlaku nacisk położono na walory poznawcze, emocje i rodzaj podróży w czasie, odkrywanie krajobrazów kulturowych miasta o nowym znaczeniu, dlatego znalazły się na trasie także takie punkty (w formie adresów obiektów), które już nie istnieją, ale otoczenie i najbliższe sąsiedztwo pozwala wyobrazić sobie miasto z czasów Gombrowicza, lub wygląd aktualny silnie kontrastuje z obrazem literackim. Wynika to z wielowymiarowości motywacji turystyki kulturowej [Santana Talavera 2003: 39]. Za każdym razem jednak dane miejsce budzi emocje i skojarzenia, co stanowi istotną wartość i pozwala pozycjonować w przyszłości projekt szlaku jako wartościowy element produktu turystycznego. Podstawowym kryterium wydzielenia obiektów było ukazanie turystom najcenniejszych walorów miasta przy próbie odtworzenia klimatu biograficzno-literackich i kulturowych miejsc związanych z pisarzem. O atrakcyjności szlaku stanowi zarówno sama trasa przechadzki, łącznie z wizytami w lokalach gastronomicznych, jak i realizacja celów poznawczych związanych z życiem i twórczością pisarza w konkretnym kontekście społeczno-kulturowym stolicy Argentyny.

Poniżej przedstawiono schemat dwóch szlaków związanych z Gombrowiczem. Pierwszy obejmuje ściśle centrum miasta (tab. 1), drugi rezydencjalną część Buenos Aires, z kilkoma muzeami, co umożliwi obcowanie ze sztuką wysoką (tab. 2). Miejsca na szlaku opatrzone adresem, podzielono według walorów i aktualnych funkcji oraz podano odległość między poszczególnymi obiektami i odległość od początku szlaku do każdego kolejnego obiektu. Przedstawiono je także na mapie (rys. 2).

Z analizy literackich wypowiedzi pisarza i jego przyjaciół wynika, że Gombrowicz lubił Buenos Aires. Pisał:

[...] tutaj życie jest pełne małych przyjemności. [...] jestem przyjacielem Argentyny naturalnej, prostej, przyziemnej ludowej. Jestem w wojnie z Argentyną wyższą, już spreparowaną – źle spreparowaną! [...] pan szuka w tym kraju prawdziwej wartości (lo legitimo), bo pan go kocha. (kochać kraj? Ja?) [Gombrowicz 1989c: 166].

Tabela 1. Schemat szlaku śladami Gombrowicza w centrum Buenos Aires
(czas realizacji ok. 5 h)

Lp.	Obiekt/miejsce i adres	Odległość (m)		Rodzaj atrakcji turystycznej
		między obiektami	skum. Σ	
1.	Dworzec kolejowy Retiro, Plaza San Martin	0	0	zabytek architektury/ obiekt usługowy
2.	Wieża Anglików, Retiro, Plaza San Martin	650	650	zabytek architektury
3.	Drapacz Kavanagh, Florida 1065	350	1000	zabytek architektury
4.	Deptak Florida	300	1300	obiekty handlowe
5.	Redakcja „Sur”, Viamonte 494	400	1700	miejsce spotkań – nieistniejące, obiekt handlowy Galerías Pacifico
6.	Banco Polaco, Tucumán 462	200	1900	zabytek architektury/ obiekt usługowy
7.	Restauracja ABC, Lavalle 545	250	2150	obiekt bazy gastronomicznej
8.	Restauracja w budynku Omega, Av. Corrientes 222	500	2650	obiekt bazy gastronomicznej/punkt widokowy/zabytek architektury
9.	La Fragata, Av. Corrientes 500	300	2950	miejsce spotkań – nieistniejące
10.	El Querandí, Perú 322	900	3850	obiekt bazy gastronomicznej
11.	Pensjonat, Venezuela 615	250	4100	tablica pamiątkowa/dawny hotel
12.	Hotel Auzamendi, Tacuarí 242	700	4800	miejsce spotkań – nieistniejące
13.	Café Tortoni, Av de Mayo 825	350	5150	obiekt bazy gastronomicznej
14.	Café Rex, Av Corrientes 837	650	5800	miejsce spotkań – nieistniejące
15.	Café Ideal, Suipacha 384	100	5900	obiekt bazy gastronomicznej
16.	Obelisk, Av 9 de Julio	220	6120	zabytek architektury
17.	Teatro Colón, Cerrito 628	350	6470	obiekt kultury, zabytek architektury
18.	Teatro Cervantes, Av. Córdoba 1155	300	6770	obiekt kultury, zabytek architektury
19.	La Churrasquita, Av. Corrientes 1220	600	7370	obiekt bazy gastronomicznej
20.	Hotel El Palomar, Av. Corrientes 1258	100	7470	miejsce spotkań – nieistniejące, dawny hotel
21.	Fray Mocho, Sarmiento 1820	850	8320	obiekt kultury/księgarnia kawiarnia

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Schemat szlaku śladami Gombrowicza w północnym Buenos Aires (czas realizacji ok. 7 h)

Lp.	Obiekt/miejsce i adres	Odległość (m)		Rodzaj atrakcji turystycznej
		między obiektami	Σ odl.	
1.	Hotel Palace Alvear, Av. Alvear 1891	0	0	zabytek architektury/ obiekt bazy noclegowej/ obiekt bazy gastronomicznej
2.	Cmentarz Recoleta, Junín 1760	500	500	obiekt kultury/architektura
3.	Dawne Poselstwo Polskie, Guido 2249	450	950	obiekt nieistniejący
4.	Narodowe Muzeum de Bellas Artes, Av. del Libertador 1473	500	1450	obiekt kultury/architektura
5.	Biblioteka Narodowa, Agüero 2502	170	1620	obiekt kultury/architektura
6.	Przystanek Gombrowicz, Las Heras 2504	530	2150	obiekt usługowy – miejsce spotkań
7.	Narodowe Muzeum Sztuki Użytkowej, Av. del Libertador 1902	270	2420	obiekt kultury/architektura
8.	Dom Victorii Ocampo – Muzeum, R. de Elizalde 2831	150	2570	obiekt kultury/architektura
9.	Ambasada RP, A.M. de Aguado 2870	100	2670	obiekt kultury/architektura
10.	Willa Capdevilów, Juncal 3565	1500	4170	obiekt nieistniejący
11.	Plac Italia	1000	5170	miejsce spotkań
12.	Dom Polski z Biblioteką I. Domeyki, Borges 2076	700	5870	miejsce spotkań/obiekt kultury/ obiekt bazy gastronomicznej

Źródło: opracowanie własne.

6. Wnioski

Większość śladów i miejsc związanych z życiem i twórczością Witolda Gombrowicza w Buenos Aires, proponowanych w ramach miejskiego szlaku kulturowego, cechuje się dobrą dostępnością przestrzenną. W związku z tym, że obiekty są rozlokowane w centrum miasta, szlak Gombrowicza może być realizowany w połączeniu z poznawaniem uniwersalnych atrakcji turystycznych krajobrazu kulturowego stolicy Argentyny.



Rysunek 2. Projekt szlaku – A: dzielnice Retiro, Microcentro, San Telmo, La Boca, B: dzielnice Recoleta, Palermo

Źródło: opracowanie własne.

Wydany w 2013 r. *Kronos* Gombrowicza pozwala uzupełnić mapę szlaku śladami pisarza o nowe elementy, głównie dotyczące jego życia codziennego (miejsca posiłków, spotkań) oraz intymnego (miejsca *rendez-vous*).

Jak wykazuje przeprowadzona inwentaryzacja w terenie, znaczną część opisanych obiektów można odwiedzić współcześnie. Niestety tylko dom przy ul. Venezuela 615 posiada tablicę upamiętniającą i informującą o związkach tego miejsca z Witoldem Gombrowiczem.

Zgromadzony materiał może stanowić podstawę do przygotowania mini-przewodnika dla turystów szczególnie zainteresowanych śladami Gombrowicza w Argentynie. Do tej pory nie ma związanej z tym zagadnieniem publikacji o charakterze turystycznym.

Zasadne wydaje się także twierdzenie, że Kongres Gombrowiczowski, jako planowane cykliczne wydarzenie kulturalne w Buenos Aires, daje nadzieję na upowszechnienie i zachowanie śladów pisarza w stolicy Argentyny, a jednocześnie może przyczynić się do promocji szlaku i przekształcenia go w przyszłości w produkt turystyczny.

Również media społecznościowe czy multimedialna strona internetowa przygotowana na podstawie powyższego materiału może posłużyć do upowszechnienia wiedzy na temat miejsc związanych z życiem i twórczością Gombrowicza w Buenos Aires. Takie rozwiązanie byłoby pomocne dla turystów zainteresowanych turystyką kulturową w stolicy Argentyny.

Literatura

- Azembski M., 1975, Dwie godziny z Gombrowiczem, *Miesięcznik Literacki*, 9.
- Czernicka-Suchanow K., 2005, *Argentyńskie przygody Gombrowicza*, Kraków: Wyd. Literackie.
- Gombrowicz R., 2005, *Gombrowicz w Argentynie. 1939-1963*, Kraków: Wyd. Literackie.
- Gombrowicz W., 2002, *Bakakaj i inne opowiadania*, Kraków: Wyd. Literackie.
- Gombrowicz W., 1989a, *Dzienniki 1953-1956*, Kraków: Wyd. Literackie.
- Gombrowicz W., 1989b, *Dzienniki 1957-1961*, Kraków: Wyd. Literackie.
- Gombrowicz W., 1989c, *Dzienniki 1961-1966*, Kraków: Wyd. Literackie.
- Gombrowicz W., 2004, *Listy do rodziny*, Kraków: Wyd. Literackie.
- Gombrowicz W., 2007, *Trans-Atlantyk*, Kraków: Wyd. Literackie.
- Gombrowicz W., 2013, *Kronos*, Kraków: Wyd. Literackie.
- https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Obelisco-desde_Corrientes-TM [dostęp: 8.10.2017].
- Kowalczyk A., 2001, *Geografia turystyki*, Warszawa: WN PWN.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka kulturowa Fenomen, potencjał, perspektywy*, Gniezno: GWSHM Milenium.
- Pyzik S.P., 2004, *Polacy w Argentynie*, Warszawa: Fundacja Semper Polonia.
- Roux D. de, 1969, *Rozmowy z Gombrowiczem*, Paryż: Instytut Literacki.
- Santana Talavera A., 2003, Turismo cultural, culturas turística, *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31-57.
- www.arcondebuenosaires.com.ar/kavanagh777-bb.jpg [dostęp: 10.02.2018].
- www.audiovideotecaba.gov.ar/areas/cedem/coyuntura38/38_02_ciudad.pdf [dostęp: 5.03.2018].
- www.buenosaires.gob.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/anuario_estadistico_2016.pdf [dostęp: 4.02.2018].

www.congresogombrowicz.com/ [dostęp: 4.02.2018].

www.infobae.com/2012/06/14/1052348-mexico-df-buenos-aires-y-san-pablo-los-destinos-turisticos-favoritos[dostęp: 11.03.2015].

www.turismo.buenosaires.gob.ar/sites/turismo/files/Informe_1er_trimestre_ano_2014.pdf [dostęp: 5.03.2015].

A Concept of a Cultural Tourist Route Following the Footsteps of Witold Gombrowicz in Buenos Aires

Abstract. Buenos Aires is one of the most frequently chosen tourist destinations among the cities of Latin America. Apart from the generally known tourist attractions, it also offers activities for tourists with special interests. Recent years have seen a growing popularity of cultural tourism, associated with tango, architecture and prominent figures. The city authorities are supporting this kind of tourist activity and are interested in the promotion of places linked with W. Gombrowicz in the context of his relation to Argentina's capital city. In Poland, following the publication of the author's private diary "Kronos" in 2013, there has been an increased interest in his life in Buenos Aires. One initiative recently undertaken to meet these expectations involves creating a commemorative trail in Buenos Aires featuring the places related to Gombrowicz. Bearing in mind that such a trail could appeal to a rather limited group of tourists, the idea was to include not only places uniquely associated with Witold Gombrowicz but also sites of interest to every tourist but can be linked with the writer.

Keywords: cultural tourism, trail, Gombrowicz, Buenos Aires

MAGDALENA JAKUBOWSKA*

Współpraca polskich miast z blogerami w zakresie promocji turystycznej

Streszczenie. Celem artykułu jest określenie charakteru i zakresu współpracy polskich miast z blogerami w zakresie promocji turystycznej. Pierwsza część ma charakter przeglądu literaturowego, obejmuje wyniki badań dotyczących najnowszych trendów wykorzystania w promocji turystycznej internetowych liderów opinii, jakimi są blogerzy. Na tej podstawie opisano szczególnie istotne kwestie przy podejmowaniu kooperacji z blogerami, które składają się na systemowy charakter współpracy. Druga część artykułu zawiera koncepcję oraz wyniki przeprowadzonego metodą ankietową badania na temat współpracy polskich miast wojewódzkich z blogerami. Wyniki dokonanych analiz pozwoliły scharakteryzować zakres czasowy tej kooperacji, jej cele i formę, kryteria doboru blogerów oraz pomiar efektów współpracy. Ustalono, że współpraca ta nie ma charakteru systemowego.

Słowa kluczowe: marketing miast, influencer marketing, blogi, promocja turystyczna

1. Wstęp

Współcześnie rolę liderów opinii w dużej mierze pełnią blogerzy. Skupieni wokół nich odbiorcy różnego rodzaju publikacji stanowią wierną publiczność, która często wyraża swoje opinie na temat odbieranych treści. Osoby wpływowe w Internecie są niezwykle cenne dla przedsiębiorstw czy destynacji turystycznych, które mogą zainteresować swoją ofertą potencjalnych klientów za pośrednictwem blogerów.

* Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Wydział Turystyki i Rekreacji, tel. 61 835 53 49, e-mail: jakubowska@awf.poznan.pl, orcid.org/0000-0002-1670-039X.

W ramach analizowanego zagadnienia przeprowadzono badanie, którego celem było określenie charakteru i zakresu współpracy polskich miast z blogerami w odniesieniu do promocji turystycznej. Przesłanką podjęcia badania była opinia badaczy wskazujących, że w działaniach marketingowych realizowanych przez organizacje regionalne w Polsce zauważalny jest brak treści generowanych przez użytkowników (Web 2.0) – blogów, list dyskusyjnych, komentarzy, forów, galerii zdjęć i filmów [Nowacki 2015]. Podobną opinię prezentują Zygmunt Kruczek i Bartłomiej Walas [2012] w odniesieniu do polskich miast.

W związku z tym postawiono hipotezę, że współpraca jednostek odpowiedzialnych za promocję polskich miast (o potencjale metropolitalnym) z blogerami nie ma charakteru systemowego. Przez charakter systemowy rozumie się szereg zaplanowanych działań obejmujących planowanie, celowość współpracy, kryterialny dobór blogerów, charakter współpracy oraz ilościowe i jakościowe mierzenie efektywności.

2. System współpracy z blogerami – przegląd literaturowy

W realizowanych przez różne podmioty (przedsiębiorstwa, instytucje, jednostki samorządu terytorialnego) strategiach marketingowych zauważa się i wykorzystuje osoby – liderów opinii – które potrafią wpływać na poglądy i decyzje innych. Krzysztof Sobieszek [2015] wyjaśnia, że pojęcie liderów opinii należy uznać za pojęcie „parasolowe”, gdyż badacze zauważają szereg pokrewnych, w pewnych obszarach zazębiających się pojęć. Autor wskazuje wśród nich osoby wpływowe (ang. *influentials*), czyli tych, którzy wywierają wpływ nie tylko poprzez przekazywanie informacji, ale także poprzez swoje cechy osobowości i osobiste akcenty wpływu, niezależne od masowej komunikacji.

Jednocześnie od lat treści dostępne w Internecie są generowane przez jego użytkowników, toteż – jak wyjaśnia Serena Volo [2016] – to konsumenci, nie przedsiębiorstwa, publikując rozmaite treści, tworzą nowy zestaw możliwości teorii komunikacji marketingowej. Wraz z rozwojem Internetu konsumenci polegają na opinii nie tylko znajomych, krewnych i współpracowników, ale także wielu nieznanym z całego świata, którzy użyli konkretnego produktu, odwiedzili określoną destynację, patronowali jakiemuś przedsięwzięciu [Pan i in. 2007]. Jak zauważają Barbara Bickart i Robert Schindler [2002], Internet zmienił i poszerzył naturę marketingu szeptanego oraz wpłynął na zachowanie konsumentów. Należy zauważyć, że przez lata rolę liderów opinii pełnili dziennikarze, politycy, sportowcy, aktorzy, a także celebryci. Tymczasem rozwój mediów opartych na technologii UGC (ang. *user generated content*) spowodował, że to właśnie bloge-

rzy skutecznie przyciągają uwagę odbiorców, wywołują zainteresowanie, rozbudzają pragnienia, a przede wszystkim motywują do działania, co w czasach powszechnego deficytu uwagi jest niezwykle cenne [Fabijańczyk i Cupriak 2016]. Natalia Hatałska [2016] na podstawie wyników prowadzonych badań zauważa trend, że ludzie chcą być autentyczni i pragną słuchać prawdziwych historii prawdziwych ludzi, osób podobnych do nich samych¹. Autorka wyjaśnia tym samym przyczyny rosnącej roli wpływu na opinię konsumentów blogerów, których użytkowników Internetu postrzegają jako „znajomych z sąsiedztwa”.

Justyna Fabijańczyk i Agata Cupriak [2016] wskazują, że dzięki umiejętności tworzenia mediów o głębokim dotarciu i wpływowym charakterze elektroniczni liderzy opinii budzą zainteresowanie firm, stając się ambasadorami i adwokatami marek. Skupiając wokół siebie wierną i zaangażowaną publiczność, sprawnie i sugestywnie kształtują wizerunek marki. A – jak piszą autorki – obecnie nawet 78% konsumentów szuka informacji w Internecie, zanim podejmie decyzję o zakupie.

Dotyczy to także rynku turystycznego. Badacze posługują się terminem Travel 2.0 na określenie tendencji generowania przez użytkowników treści i mediów będących odzwierciedleniem własnych doświadczeń turystycznych, celem udostępniania ich pozostałym użytkownikom [Sigala 2011]. Eduardo Parra-Lopez, Desiderio Gutierrez-Tano, Ricardo J. Diaz-Armas i Jacques Bulchand-Gidumal [2016] nazywają turystów korzystających z mediów społecznościowych i innych treści w Internecie generowanych przez użytkowników Travellers 2.0. Tego typu turysta zagląda do Internetu, aby uzyskać informacje o podróży, dzieli się doświadczeniami, kupuje związane z podróżą aplikacje. Autorzy uważają, że organizacje turystyczne powinny to monitorować i uczestniczyć w dyskursie w Internecie, aby wpływać na decyzje zakupowe turystów i kreować odpowiedni wizerunek w sieci. Podobnie uważają inni badacze, wskazując, że blogi turystyczne są nową nietradycyjną drogą definiowania wizerunku destynacji lub przedsiębiorstwa [El Boukhari i Aziz 2017; Schmallegger i Carson 2008].

Jak podają Doris Schmallegger i Dean Carson [2008] już przed 15 laty w Stanach Zjednoczonych zapraszano blogerów na rodzaj *study tour*, celem opisanego przez nich swoich wrażeń z odwiedzanych stanów na swoich stronach internetowych. W Wielkiej Brytanii zaś 10 lat temu więcej konsumentów ufało stronom internetowym z amatorskimi recenzjami niż profesjonalnie przygotowanym przewodnikom.

Według Aliny Zajadacz [2017] siła oddziaływania liderów opinii w mediach społecznościowych jest efektem zaistnienia takich czynników, jak: autorytet wzbudzający zaufanie odbiorców informacji, duża aktywność w dostarczaniu informacji oraz ułatwienie w dotarciu do istotnych danych.

¹ Określanych też przez autorkę mianem #PerfectImperfections, #TheRealYou, #BeMoreHuman.

W Polsce prawie 80% wszystkich gospodarstw domowych w 2017 r. miało dostęp do Internetu i 72,7% osób w wieku 16-74 lata regularnie (co najmniej raz w tygodniu) z niego korzystało. Niemal 30% tej grupy zaglądało do serwisów poświęconych turystyce [GUS 2017].

Jak wynika z badań Hatałskiej [2016], w 2016 r. 33% internautów deklaroowało czytanie blogów, a 29% oglądanie wideoblogów (vlogów). Internautami kierują motywacje edukacyjno-informacyjne. Do najpopularniejszych kategorii blogów użytkownicy zaliczyli blogi o zdrowiu (59%), robótkach ręcznych (ang. *hand made/DIY*; 57%) oraz podróżach (55%). Mniej popularna była tematyka regionalna, którą wskazywało 31% osób czytających blogi. Co istotne, internauci w Polsce uważają, że blogerzy i youtuberzy nie mają prawie żadnego wpływu na zmiany zachowań, popularyzowanie postaw społecznych czy decyzje zakupowe. Aczkolwiek stali odbiorcy blogów i vblogów (ok. 30% polskich internautów) uważają, że blogerzy zmieniają świat, plasując ich na czwartym miejscu w rankingu osób lub kręgów opiniotwórczych za społecznościami lokalnymi, rodziną, przyjaciółmi i znanymi osobami. Co trzeci stały odbiorca bloga zadeklarował, że dzięki treściom znalezionym w blogosferze podejmuje decyzje o wakacjach (w odniesieniu do miejsca i organizatora).

Współpraca instytucji czy też organizacji odpowiedzialnych za promocję turystyczną destynacji z internetowymi liderami opinii, czyli blogerami, powinna być zaplanowanym procesem. Wszystkie uczestniczące w nim strony (tj. destynacje, blogerzy oraz ich odbiorcy) mogą osiągać z niej korzyści. Destynacje kreują swój wizerunek, promują atrakcje i wydarzenia. Blogerzy znajdują nowe tematy dla swoich publikacji, osiągają korzyści materialne w postaci darmowych podróży lub wynagrodzenia. Odbiorcy mają dostęp do szerszej informacji i opinii o destynacji.

Planowanie współpracy powinno uwzględniać:

- zdefiniowanie celu współpracy,
- określenie formy,
- wybór sposobu współpracy,
- kryteria wyboru blogerów,
- liczbę zaproszonych blogerów,
- sposoby pomiaru efektów współpracy.

Cel współpracy określany przez destynację powinien być spójny z celami promocji turystycznej, może je uszczegóławiać, być celem operacyjnym. Kooperacja może być realizowana przez partnerów w bezpośrednim kontakcie lub z wykorzystaniem agencji pośredniczącej. Warunkiem uzyskania korzyści jest właściwy dobór współpracujących partnerów. Bogdan Gregor i Dominika Kaczorowska-Spychalska [2014] wymieniają czynniki wpływające na ostateczny wybór blogerów do współpracy. Są to:

- zasięg bloga,

- tematyka bloga,
- język używany w publikacjach,
- styl, jakim posługują się blogerzy,
- profil czytelników (np. wiek, płeć, wykształcenie, codzienne aktywności, preferencje co do zawartości bloga, czas, jaki spędzają na blogu, pory dnia, tygodnia, w których wykazują największe zaangażowanie).

Pomiar efektów współpracy powinien odnosić się do przyjętego celu, aby móc ustalić, czy został on osiągnięty. Artur Maciorowski [2013] podaje najpopularniejsze wskaźniki określające poziom efektywności blogów: zasięg (liczba odwiedzających, obserwujących i/lub dołączających do danej społeczności), wielkość sieci (aktywność użytkowników, ich lojalność i chęć interakcji) oraz jakość uzyskiwanych komentarzy. Można zauważyć, że pomiar tych efektów ma wymiar ilościowy oraz wymiar ukazujący zaangażowanie odbiorców. Jak wskazuje Blanka Brzozowska [2014], zabieganie o nowego konsumenta oznacza umożliwienie mu uczestnictwa w tworzeniu treści związanych z marką, co skutkuje nawiązaniem relacji emocjonalnej.

Do badania o charakterze ilościowym odnoszą się takie cechy, jak:

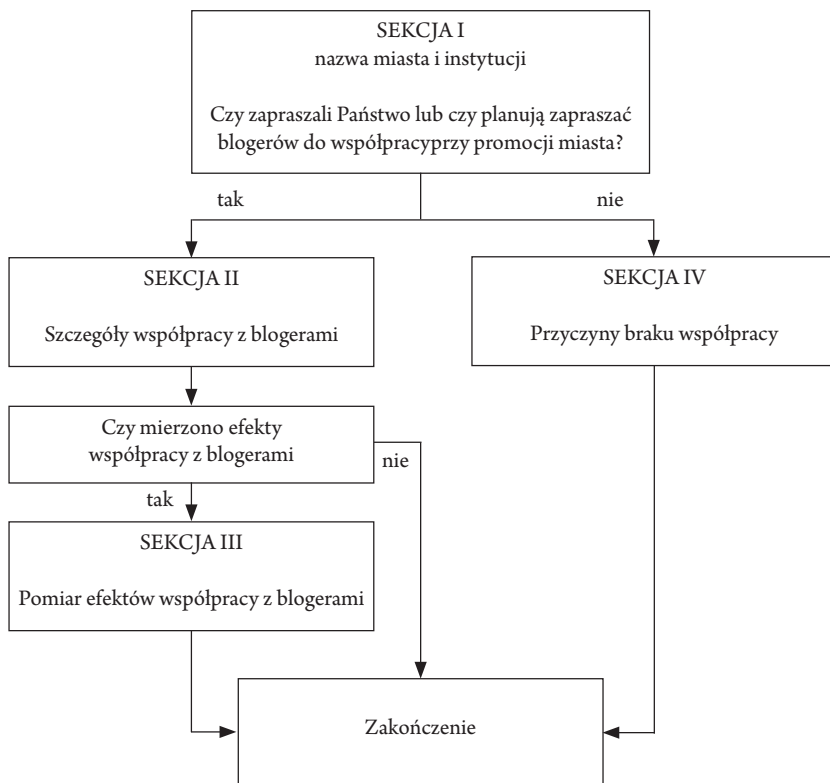
- liczba blogerów, którzy podjęli współpracę,
- liczba publikacji,
- liczba odsłon publikacji,
- liczba polubień.

Do badania wskazującego na zaangażowanie należą m.in.:

- liczba komentarzy,
- liczba udostępnień publikacji.

3. Badanie współpracy polskich miast z blogerami w zakresie promocji turystycznej

Spośród ponad 900 miast w Polsce do badania wybrano miasta wojewódzkie – stolice największych jednostek administracyjnych kraju. Zgodnie z podziałem administracyjnym w Polsce jest 16 województw, przy czym można mówić o 18 stolicach, ponieważ w kujawsko-pomorskim i lubuskim w innym miejscu mieści się siedziba sejmiku wojewódzkiego i w innym wojewody. Dodatkowo w przypadku województwa pomorskiego do badania włączono także Sopot i Gdynię. Ostatecznie zatem badaniem objęto 20 miast. Kryterium doboru celowego miast była wskazana w definicji metropolii autorstwa Joanny Wróblewskiej-Jachny [2012] dominacja tych ośrodków nad pewnym obszarem z uwagi na posiadaną władzę. Miasta wojewódzkie w Polsce mają możliwość bycia metropolią, przy czym ich powstawanie jest procesem [Nowakowska 2016], który w Polsce jest



Rysunek 1. Schemat algorytmu kwestionariusza ankiety

Źródło: opracowanie własne.

także uwarunkowany prawnie z racji przyjętej ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym².

Zakres tematyczny badania obejmował cel współpracy, czas, formę, sposób realizacji, kryteria doboru blogerów, ich liczbę oraz pomiar efektów współpracy, a także przyczyny braku kooperacji. Badanie przeprowadzono metodą ankiety on-line (CAWI). Kwestionariusz ankiety zawierał łącznie 17 pytań w czterech sekcjach, które zaprojektowano według algorytmu, w taki sposób, aby w przypadku podejmowania współpracy z blogerami przez ankietowaną instytucję ustalić jej szczegóły (sekcja II) oraz jeśli był prowadzony monitoring efektów – zakres pomiaru (sekcja III). W sytuacji braku współpracy (sekcja IV) badano przyczyny takiej sytuacji (rys. 1).

² Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Dz.U. nr 80, poz. 717.

Pytania w kwestionariuszu ankiety miały charakter zarówno otwarty, jak i zamknięty, przy czym w tym drugim przypadku nie ograniczono odpowiedzi do zamkniętego katalogu zaproponowanego w badaniu, dopuszczono zapisanie przez odpowiadających własnej odpowiedzi (tab. 1).

Badanie przeprowadzono w marcu 2017 r., kierując kwestionariusz do jednostek samorządu terytorialnego oraz do lokalnych organizacji turystycznych wybranych miast. Spośród łącznie 26 zapytanych 11 udzieliło odpowiedzi. Były to: Wydział Kultury i Promocji Miasta Kielce, Urząd Miasta Katowice, Polsko-Niemieckie Centrum Promocji i Informacji Turystycznej w Zielonej Górze, Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna, Biuro Promocji Miasta i Turystyki we Wrocławiu, Bydgoskie Centrum Informacji, Stowarzyszenie Turystyczne Sopot, Stołeczne Biuro Turystyki, Urząd Miasta Łodzi, Urząd Miasta w Gorzowie Wielkopolskim, Urząd Miejski w Gdańsku. W trakcie weryfikacji formalnej, a następnie merytorycznej nie odrzucono żadnej z ankiet. W związku z 42-proc. zwrotem odpowiedzi badanie ankietowe uzupełniono kwerendą stron internetowych w odniesieniu do postawionego problemu badawczego. Kwerendą objęto oficjalne strony miast, oficjalne portale turystyczne, strony BIP dla miast, z których nie otrzymano odpowiedzi.

Z uzyskanych odpowiedzi drogą ankiety internetowej wynika, że w sześciu miastach (Poznań, Wrocław, Bydgoszcz, Sopot, Warszawa, Gdańsk) podjęto w ostatnich latach współpracę z blogerami, a w kolejnych dwóch (Łódź i Gorzów Wielkopolski) zaplanowano ją na rok 2017. Z przeprowadzonej kwerendy wynika także, iż współpracę tę podejmowano również w przypadku Krakowa.

Jako cel omawianej kooperacji wskazywano przede wszystkim promocję miasta (7 wskazań). W przypadku Gdańska celem była budowa wizerunku, zaś w przypadku Gorzowa Wielkopolskiego promocja eventów i wykreowanie ambasadorów miasta.

Współpraca najczęściej miała charakter *study tour* (Bydgoszcz, Gorzów Wielkopolski, Łódź, Gdańsk, Poznań, Sopot, Warszawa, Wrocław). W Poznaniu z blogerami współpracowano także w wyniku współdziałania z organizatorami festiwalu, instytucjami kultury oraz wskutek inicjatywy samych blogerów. Jako formę współpracy w Gdańsku wskazano także uczestnictwo w corocznie organizowanym Blog Forum Gdańsk. W Gorzowie Wielkopolskim podpisano umowę o stałej współpracy dotyczącej opublikowania cyklu artykułów, reportaży przez blogerów. W żadnym z przypadków nie wskazano umowy afiliacyjnej, rozumianej jako forma współpracy opierająca się na zamieszczeniu reklam na stronach blogów.

Jak wynika z udzielonych w ankiecie odpowiedzi, kooperacja z blogerami była realizowana poprzez bezpośrednią współpracę instytucji odpowiedzialnej za promocję. Nie korzystano z usług firm pośredniczących, przygotowujących kampanie promocyjne czy też rekrutujących blogerów. Taka forma współpracy

Tabela 1. Schemat kwestionariusza ankiety

Sekcja	Pytanie	Odpowiedzi
I	<p>Nazwa reprezentowanej jednostki/instytucji</p> <p>Czy zapraszali Państwo albo czy planują zapraszać blogerów do współpracy przy promocji miasta?</p>	<p>pytanie otwarte</p> <p>tak, nie</p>
II	<p>Kiedy zapraszali Państwo blogerów do współpracy przy promocji miasta?</p> <p>Jaki był lub jest cel współpracy z blogerami?</p> <p>Jaką formę miała lub będzie mieć ta współpraca?</p>	<p>przed 2015, w 2015, w 2016, planujemy w 2017 r.</p> <p>pytanie otwarte</p>
	<p>W jaki sposób realizowano lub realizuje się tę współpracę?</p>	<p>zostali zaproszeni na <i>study tour</i>, podpisaliśmy umowę o stałej współpracy (np. cykl artykułów, reportaży, zdjęć), podpisaliśmy umowę afiliacyjną (zamieszczanie reklam miasta na blogu), odpowiedź własna</p> <p>z wykorzystaniem firmy pośredniczącej, przygotowującej kampanię promocyjną przy współpracy z blogerami, nasza jednostka (instytucja) bezpośrednio współpracowała z blogerami, odpowiedź własna</p>
	<p>Jakie zastosowano lub zastosuje się kryteria doboru blogerów?</p>	<p>tematyka bloga (podróżniczy, lifestylowy, modowy, kulinarny); pochodzenie blogera (kraj, zagranica); język blogera (polski, angielski, ...); liczba odbiorców bloga, charakterystyka odbiorców bloga; liczba reakcji użytkowników (polubienia, udostępnienia, komentarze); rozpoznawalność blogera nie tylko wśród swoich (<i>followersów</i>), czyli swojego audytorium; światopogląd blogera; jakość bloga pod względem tekstów; jakość bloga pod względem multimediów (zdjęć, filmów); forma bloga (tekstowy, wideo); wykorzystywane portale społecznościowe (Facebook, Youtube, Instagram...); przy wykorzystaniu narzędzi takich jak: hash.fm, brand24, własna odpowiedź</p>

II	Wybrano/planuje się wybrać blogerów prowadzących blog: Ilu blogerów zaproszono do współpracy? Ilu blogerów uczestniczyło w zaproponowanej współpracy? Czy mierzono efekty współpracy z blogerami?	podróźniczy, lifestylowy, modowy, o kulturze, artystyczny, np. fotograficzny, regionalny, kulinarny, własna odpowiedź
III	W jaki sposób mierzono efekty współpracy z blogerami? Czy analizowano charakterystykę odbiorców bloga (wiek, miejsce zamieszkania, wykorzystywane media, stosunek do podróży...) Czy analizowano charakterystykę reakcji odbiorców bloga (reakcje pozytywne, negatywne)? Nie współpracowaliście z blogerami, ponieważ:	pytanie otwarte pytanie otwarte tak, nie liczba publikacji (postów, artykułów, ...); liczba odsłon publikacji; liczba polubień; liczba komentarzy; liczba udostępnień; własna odpowiedź tak, nie tak, nie
IV	Nie współpracowaliście z blogerami, ponieważ:	nie widzimy obecnie powodów takiej współpracy; nie dysponujemy środkami finansowymi na taką współpracę; własna odpowiedź

Źródło: opracowanie własne.

miała natomiast miejsce w przypadku kampanii promocyjnej realizowanej dla Krakowa przez Bloceanę.

Wyniki przeprowadzonego badania ankietowego wskazują, że kryteria doboru blogerów są zróżnicowane (tab. 2). Respondenci mogli wybrać kilka z podanych w ankiecie kryteriów lub wskazać własne. Zestawy uwzględnianych aspektów są w przypadku każdego z miast odmienne. W niektórych na wybór wpływa aż 11 kryteriów (Poznań, Warszawa), a w niektórych 4 (Sopot, Łódź). Najistotniejszym kryterium doboru jest tematyka bloga, którą wskazano we wszystkich ośmiu miastach współpracujących z blogerami lub planujących tę współpracę. Niemalże równie istotna (7 wskazań) jest rozpoznawalność autora bloga nie tylko wśród jego bezpośrednich odbiorców, czyli wśród *followersów*. Nieco mniejsze znaczenie miała także: liczba odbiorców bloga, jego jakość pod względem tekstów, rodzaj wykorzystywanych mediów społecznościowych (Facebook, YouTube, Instagram), pochodzenie blogera (kraj lub zagranica) oraz charakterystyka

Tabela 2. Kryteria doboru blogerów stosowane przez poszczególne miasta

Kryterium doboru	Poznań	Wrocław	Bydgoszcz	Sopot	Warszawa	Łódź	Gorzów Wlkp.	Gdańsk
Tematyka bloga (podróżniczy, lifestylowy, modowy, kulinarny)	+	+	+	+	+	+	+	+
Pochodzenie blogera (kraj, zagranica)	+	+	-	+	+	-	-	+
Język blogera (polski, angielski...)	-	+	-	-	+	-	-	-
Liczba odbiorców bloga	+	+	+	+	+	+	-	-
Charakterystyka odbiorców bloga	+	+	-	+	+	-	-	+
Liczba reakcji użytkowników (polubienia, udostępnienia, komentarze)	+	-	+	-	+	+	-	-
Rozpoznawalność blogera	+	+	+	-	+	+	+	+
Światopogląd blogera,	-	-	-	-	-	-	-	+
Jakość bloga pod względem tekstów	+	+	+	-	+	-	+	+
Jakość bloga pod względem multimediów (zdjęć, filmów),	+	+	-	-	+	-	+	-
Forma bloga (tekstowy, wideo)	+	+	-	-	+	-	-	-
Wykorzystywane portale społecznościowe (Facebook, YouTube, Instagram...)	+	+	+	-	+	-	+	+
Przy wykorzystaniu narzędzi takich jak: hash.Fm, brand24	-	-	-	-	-	-	-	-
Inne: rekomendacje ze strony branży	+	-	-	-	-	-	-	-
Łączna liczba uwzględnianych kryteriów	11	10	6	4	11	4	5	7

Źródło: opracowanie własne.

odbiorców bloga. Najmniej istotnym kryterium okazał się światopogląd blogera, wskazany tylko przez respondentów z Gdańska. Spośród ankietowanych miast jedynie respondenci z Poznania podali dodatkowe kryterium, tj. rekomendacje ze strony branży. Przy doborze blogerów do współpracy nie korzysta się ze specjalnych aplikacji, takich jak: hash.fm, brand24.

Wyniki badania ankietowego wskazują, że w każdym z przypadków do współpracy zaprasza się autorów prowadzących blogi podróżnicze (tab. 3). Powodzeniem cieszą się także blogi lifestylowe, blogi o kulturze oraz te kulinarne. Rzadziej wybierana jest tematyka modowa, artystyczna i regionalna. W Krakowie zaś współpracę podjęto z autorami blogów o tematyce podróżniczej, a po części także kulinarnej i lifestylowej oraz fotograficznej.

Tabela 3. Tematyka blogów wybieranych przez poszczególne miasta

Tematyka bloga	Poznań	Wrocław	Bydgoszcz	Sopot	Warszawa	Łódź	Gorzów Wlkp.	Gdańsk
Podróżniczy	+	+	+	+	+	+	-	+
Lifestylowy	+	-	+	+	+	-	+	+
Modowy	-	-	-	-	+	-	+	+
O kulturze	+	-	+	+	-	+	+	-
Artystyczny, np. fotograficzny	+	+	-	-	-	-	+	-
Regionalny	+	+	-	-	-	-	+	-
Kulinarny	+	-	+	+	+	-	+	-

Źródło: opracowanie własne.

W przeprowadzonym badaniu ankietowym analizowano rozmiary współpracy polskich miast w blogerami. Okazało się, że nie we wszystkich miastach jest to monitorowane. Statystyk nie prowadzi się w Sopocie. We Wrocławiu i Bydgoszczy odnotowuje się tylko liczbę blogerów, którzy podjęli współpracę – było to odpowiednio 10 i 20 autorów. W Łodzi zaproszono jednego autora, w Gorzowie planuje się współpracę z pięcioma lokalnymi blogerami, zaś w Warszawie współdziałanie objęło kilkudziesięciu. Dla Poznania w odpowiedzi wskazano ponad 100 autorów, co wynika m.in. z okresu takiej współpracy, podejmowanej od 2011 r. W Gdańsku rozróżnia się kooperację wynikającą z zaproszenia na ogólnopolskie wydarzenie, jakim jest Blog Forum Gdańsk, w którym bierze udział każdorazowo ok. 300 blogerów, oraz współpracę polegającą na *study tour* zorganizowanym dla autorów. Wtedy ich liczba wynosi maksymalnie pięć osób. W badaniu uzupełniającym dla Krakowa odnotowano współpracę z dziewięcioma autorami blogów.

Analizę ilościową efektów prowadzono we wszystkich miastach, w których już podjęto kooperację z blogerami (tab. 4). Odnosiła się ona przede wszystkim do ustalenia liczby publikacji powstałych w wyniku współpracy. W Gdańsku, Warszawie i we Wrocławiu monitorowano także liczbę odsłon, czyli pojedynczych wyświetleń badanych publikacji.

Tabela 4. Monitoring efektów współpracy w poszczególnych miastach

Monitoring liczby	Bydgoszcz	Gdańsk	Poznań	Sopot	Warszawa	Wrocław
Publikacji	+	+	+	+	+	+
Odsłon publikacji	-	+	-	-	+	+
Polubień	-	-	+	-	+	+
Komentarzy	-	-	-	-	+	+
Udostępnień publikacji	-	+	+	-	+	+

Źródło: opracowanie własne.

Efekty współpracy z blogerami odnoszące się do liczby reakcji odbiorców na publikacje i polegające na liczbie polubień, komentarzy oraz udostępnień postów nie były już tak powszechnie monitorowane. Najbardziej kompleksową analizę ilościową prowadziły Warszawa i Wrocław.

W ramach analizy jakościowej efektów współpracy w Gdańsku, Poznaniu, Warszawie i we Wrocławiu badano, czy charakter reakcji na publikacje blogerów był pozytywny, czy negatywny. Natomiast charakterystykę odbiorców bloga uwzględniającą np. ich wiek, miejsce zamieszkania, wykorzystywane media, stosunek do podróży, sprawdzano tylko w Gdańsku i Warszawie.

Respondentom z miast, w których nie podejmowano współpracy z blogerami, zadano pytanie o przyczyny jej braku. W przypadku Kielc obecnie nie widziano powodów takiej współpracy, a w Zielonej Górze nie brano dotychczas tej formy współpracy pod uwagę. W Katowicach stwierdzono, że nie ma środków finansowych na taką współpracę.

4. Wnioski

Na podstawie wyników przeprowadzonego badania można stwierdzić, że cele stawiane współpracy polskich miast z blogerami dotyczą zazwyczaj szeroko rozumianej promocji, ale stawiane są ogólnikowo, bez wskazywania rezultatów, nie mają charakteru mierzalnego.

W miastach nie korzysta się w zasadzie z pośrednictwa wyspecjalizowanych agencji, samodzielnie przygotowując i realizując tę współpracę.

Blogerzy są sporadycznie dobierani według tak ważnego kryterium, jakim jest charakterystyka odbiorców. Rzadkim kryterium doboru jest też jakość materiałów fotograficznych, która ma duże znaczenie dla użytkowników Internetu. Raczej nie zaprasza się blogerów prowadzących blogi regionalne. Co ciekawe, w części miast nie prowadzi się statystyk, ilu blogerów się zaprasza czy też z iloma realizowano współpracę. Jak można przypuszczać, utrudnia to ewentualne dalsze pomiary efektów podejmowanej współpracy. Trzeba też zauważyć, że prowadzi się niewystarczający monitoring efektów. O ile dokonana była analiza ilościowa, o tyle badanie odnoszące się do pomiaru zaangażowania użytkowników było dość powierzchowne.

Wyniki przeprowadzonego badania potwierdzają prawdziwość postawionej hipotezy badawczej, że współpraca jednostek odpowiedzialnych za promocję polskich miast (o potencjale metropolitalnym) z blogerami nie ma charakteru systemowego. Systemowość tej kooperacji można zaobserwować jedynie w przypadku Poznania, Warszawy i Wrocławia.

5. Zakończenie

Jak dowiedziono w artykule, współpraca polskich miast z blogerami powinna mieć charakter systemowy. Na podstawie przeglądu literaturowego wskazano, co powinno się na ten system składać.

Pomimo istniejących ograniczeń, wynikających z zawężonej liczby miast objętych badaniem oraz braku odpowiedzi ze strony części instytucji zajmujących się promocją, wyniki przedstawionego badania pozwoliły scharakteryzować zakres oraz charakter współpracy polskich miast z blogerami. Ustalono, że w przypadku większości badanych miast ta współpraca nie miała charakteru systemowego. Dlatego też można zalecić instytucjom zajmującym się promocją turystyczną, aby przy kooperacji z internetowymi liderami opinii posługiwały się pewnym katalogiem istotnych działań, takich jak:

- planowanie współpracy z uwzględnieniem sformułowania jej celu zgodnego z celami ogólnymi promocji oraz określenia formy współpracy (*study tour*, umowa o współpracy, etc.);

- określenie kryteriów doboru blogerów z uwzględnieniem tematyki, zasięgu i formy bloga, sylwetki blogera, języka i grafik używanych w publikacjach, profilu odbiorców bloga;

- monitorowanie efektów współpracy pod względem ilościowym, tj.: liczby publikacji, liczby odsłon publikacji, liczby czytelników poszczególnych publikacji;

– monitorowanie efektów pod względem jakościowym, wskazującym na zaangażowanie w postaci np. liczby komentarzy, udostępnień, zapytań;

Istotne pozostaje pytanie, czy sytuacja braku systemowej współpracy będzie zmienna w czasie, to znaczy, czy w kolejnych latach instytucje zajmujące się promocją turystyczną miast będą w sposób bardziej kompleksowy, z uwzględnieniem zaproponowanego w artykule kanonu działań, decydować się na współpracę z internetowymi liderami opinii. Odpowiedzi na to pytanie dostarczyć mogą kolejne badania. Postulat ten należy poszerzyć o zwiększenie zakresu badań np. o pozostałe miasta w Polsce, województwa czy też wybrane gminy.

Literatura

- Bickart B., Schindler R., 2002, Special Session Summary Expanding the Scope of Word of Mouth: Customer-to-Consumer Information on the Internet, *NA-Advances in Consumer Research*, 29, 428-430.
- Brzozowska B., 2014, „Are you in?” – nowe formy promocji w przestrzeni miejskiej, *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis, Studia de Cultura*, 1(88), 156-164.
- El Boukhari M., Aziz S., 2017, Travel Blogs and Perceived Destination Image: Theoretical Background, *World Scientific News*, 2, 189-200.
- Fabijańczyk J., Cupriak A., 2016, *Influencer Marketing – praktycznie*, WhitePress.pl.
- Gregor B., Kaczorowska-Spychalska D., 2014, Blogi jako instrument promocji on-line, *Studia Informatica, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 35, 17-29.
- GUS, 2017, *Spółczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2013-2017*, Warszawa.
- Hatałska N., 2016, *Rola blogerów i youtuberów we współczesnym świecie. Raport*, Gdańsk, Gdańsk: Zespół Blog Forum Gdańsk, Urząd Miejski w Gdańsku.
- Kruczek Z., Walas B., 2012, Miasto jako podmiot promocji. Ocena działań promocyjnych Krakowa jako destynacji turystycznej, *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 119, 125-140.
- Maciorowski A., 2013, *E-Marketing w praktyce*, Warszawa: Samo Sedno Edgar.
- Nowacki M., 2015, E-Marketing w praktyce regionów turystycznych w Polsce, *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, 49, 107-117.
- Nowakowska A. (red.), 2016, *EkoMiasto#Gospodarka*, Łódź: Wyd. UŁ.
- Pan B., MacLaurin T., Crotts J.C., 2007, Travel Blogs and the Implications for Destination, *Marketing Journal of Travel Research*, 46(1), 35-45.
- Parra-Lopez E., Gutierrez-Tano D., Diaz-Armas R.J., Bulchand-Gidumal J., 2016, Travelers 2.0: Motivation, Opportunity and Ability to Use Social Media, w: *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases*, ed. E. Christou, London – New York: Routledge.
- Schmallegger D., Carson D., 2008, Blogs in Tourism: Changing Approaches to Information Exchange, *Journal of Vacation Marketing*, 14(2), 99-110.

- Sigala M., 2011, Special Issue on Web 2.0 in Travel and Tourism: Empowering and Changing the Role of Travelers, *Computers in Human Behavior*, 27, 607-608.
- Sobieszek K., 2015, Liderzy opinii: wpływ dziedzinowy i generalny, *Marketing i Rynek*, 8, 15-24.
- Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Dz.U. nr 80, poz. 717.
- Volo S., 2016, Blogs: „Re-inventing” Tourism Communication w: *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases*, ed. E. Christou, London – New York: Routledge.
- Wróblewska-Jachna J., 2012, *Między konkurencją a kooperacją: zarządzanie rozwojem w regionach metropolitalnych*, Bielsko-Biała: Wyd. Naukowe Akademii Techniczno-Humanistycznej.
- Zajadacz A., 2017., Media społecznościowe w procesie planowania rozwoju turystyki w skali regionalnej, *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 1(37), 127-146.

Cooperation of Polish Cities with Bloggers in the Area of Tourism Promotion

Abstract. The purpose of this article is to determine the character and scope of cooperation between Polish cities and bloggers in relation to the promotion of tourist. The first part of the study is a literature review, including the results of research on the latest trends in the use of online opinion leaders (such as bloggers) in the field of tourism promotion. These findings provide the basis for highlighting particularly important issues involving cooperation with bloggers, which make up a system of cooperation. The second part of the article describes the concept and results of surveys on the subject of cooperation between Polish provincial cities and bloggers. The survey results were used to characterize the time range of this cooperation, its goals and form, the criteria for selecting bloggers and measuring the effects of cooperation. The cooperation was found to be non-systemic.

Keywords: cities marketing, influencer marketing, blogs, tourist promotion

EWA MALCHROWICZ-MOŚKO*, JOANNA POCZTA**

Wpływ eventów sportowych na rozwój turystyki oraz wizerunek miasta na przykładzie międzynarodowych zawodów jeździeckich Cavaliada w Poznaniu w opinii ich uczestników

Streszczenie. Celem badań było rozpoznanie, czy Cavaliada przyciąga do Poznania osoby, które podejmują aktywność turystyczną w mieście oraz czy i w jaki sposób to wydarzenie sportowe wpływa na wizerunek stolicy Wielkopolski. Badania przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego za pomocą techniki wywiadu podczas trwania międzynarodowych zawodów jeździeckich w Poznaniu. Wykorzystano kwestionariusz wywiadu standaryzowanego. W badaniu wzięło udział w sumie 510 kibiców, którzy nie byli mieszkańcami Poznania (byli zatem turystami sportowymi). Badań nie udało się natomiast przeprowadzić w grupie sportowców. Ze względu na wysoką rangę imprezy sportowej dostęp do zawodników w celu przeprowadzenia wywiadu i rozpoznania ich zachowań turystycznych w mieście okazał się niemożliwy. Badania przeprowadzono podczas trwania imprezy. Do najważniejszych wyników można zaliczyć to, że ponad 60% badanych kibiców Cavaliady w Poznaniu podejmuje dodatkową aktywność turystyczną w mieście, a większość (94,7%) uważa, że organizacja tej imprezy wywiera pozytywny wpływ na jego wizerunek.

Słowa kluczowe: Cavaliada, kibice sportowi, wizerunek miasta, turystyka sportowa

1. Wstęp

Organizacja ważnych wydarzeń sportowych przynosi liczne korzyści ekonomiczne oraz przyczynia się do poprawy wizerunku miejsca, w którym impreza

* Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego w Poznaniu, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Humanistycznych Postaw Turystyki i Rekreacji, e-mail: malchrowicz@awf.poznan.pl, orcid.org/0000-0002-7676-1477.

** Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego w Poznaniu, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Humanistycznych Postaw Turystyki i Rekreacji, e-mail: jpoczta@awf.poznan.pl, orcid.org/0000-0001-8825-5953.

się odbywa. Efekty organizacji tego typu imprez mogą być odczuwalne jeszcze przez kilka miesięcy, a nawet lat po ich zakończeniu. Dlatego w polityce rozwoju miast i regionów coraz częściej znajduje się organizacja imprez sportowych, które licznie skupiają uczestników, zarówno tych czynnych – sportowców, jak i ich kibiców. Jest ona istotnym elementem marketingu sportowego [Slack 1997; Pitts i Stotlar 2002]. Ponieważ sport i rekreacja od dawna są ważnym elementem życia oraz aktywnością, która wspiera człowieka w jego rozwoju [Wroczyński 2009], zagadnienie rynku sportowego i rekreacyjnego, zwłaszcza w ujęciu marketingowym, stało się przedmiotem rozważań wielu badaczy [Mullin 1985; Mullin, Handy i Sutton 2000; Pitts, Fielding i Miller 1994; Shank 2010]. Podejmowali oni próby określenia jego cech charakterystycznych, zwłaszcza w obliczu wyzwań, jakie współczesny świat stawia przed samorządami. Są to zmiany o charakterze ekonomicznym, kulturowym oraz społecznym, a jednym z takich wyzwań jest konkurencja pomiędzy miejscami-obszarami, pojawiająca się na różnych poziomach i polach aktywności. Rywalizacja ta dotyczy zasobów, inwestycji, liczby turystów, nowych mieszkańców czy pozyskania praw do organizacji ważnych wydarzeń kulturalnych i sportowych. Zyski, które się szacuje, to: wzrost liczby widzów oglądających widowiska sportowe, rosnące zainteresowanie mediów transmisjami wydarzeń sportowych, coraz wyższa wartość obrotów na rynku sportowym, rozwój sponsoringu sportowego, globalizacja sportu, troska społeczności o zdrowie i sylwetkę. Współczesne miasta i regiony współzawodniczą o pożądane opinie i odczucia społeczne, czyli o właściwy wizerunek. Rozpoznawalny pozytywny wizerunek coraz częściej stanowi główny walor miejsca-obszaru, decydujący o jego przewadze konkurencyjnej na rynku terytoriów [Bosiacki 2015; Klisiński 2011; Kosmaczewska i Czarnecki 2013]. Wydarzenia sportowe, zwłaszcza te o randze międzynarodowej, mogą być samodzielną atrakcją turystyczną (a ściślej: produktem turystycznym), a także elementem atrakcyjności turystycznej danego obszaru, czyli elementem składowym obszarowego produktu turystycznego [Kaczmarek, Stasiak i Włodarczyk 2005: 75]. Są nie tylko skutecznym instrumentem kreowania pozytywnego wizerunku miejsca, ale także czynnikiem generującym coraz bardziej popularną turystykę sportową. Zdaniem Stefana Bosiackiego i Joanny Śniadek wizerunek miejsca „to sposób postrzegania jednostki terytorialnej, opinia o niej, jej wyobrażenie w świadomości mieszkańców, potencjalnych inwestorów czy turystów” [Bosiacki i Śniadek 2011: 351].

Event sportowy charakteryzuje się specyficznymi cechami. Agnieszka Zduniak [2010] zauważa, że aby takie wydarzenie mogło zaistnieć, konieczne jest zebranie się większej liczby uczestników. Tego typu wydarzenia muszą być też dokładnie zaplanowane oraz starannie zorganizowane, zwłaszcza że współczesne eventy sportowe stanowią istotny element produktu turystycznego miasta lub całego regionu. Mają one dzięki określonej budżetowi i nakładom pracy dostar-

czyć przeżyć i emocji będących celem organizatora. Cel ten rozpatrywać można w trzech aspektach: marketingowym, kulturalnym i psychologicznym [Bączek 2011]. Dla wielu turystów udział w nich jest głównym motywem odwiedzenia określonego miejsca. Pozostali traktują je jako dodatkowe atrakcje, wzbogacające ofertę turystyczną aglomeracji. Dzięki nim miasta wyróżniają się na tle konkurencji, wypracowując swoją przewagę [Piechota 2014]. Ich znaczenie jako narzędzia komunikacji marketingowej, której celem jest m.in. budowanie wizerunku, wynika z ich interaktywności oraz zdolności do wzbudzania zainteresowania mediów. Wydarzenia mogą służyć zaistnieniu w świadomości odbiorców danej destynacji jako atrakcyjnego turystycznie miejsca, wzmocnieniu takiego wizerunku lub też jego zmianie, jeśli uznano, że aktualny wizerunek odbiega od oczekiwanego [Mango i Staruchowicz 2011; Piotrowski 2012], co wymaga jednak profesjonalnego zarządzania [Ryba 1995; Slack 1997]. Wydarzenia sportowe sprawiają, że „łatwiejszy jest marketing miejsca, na przykład dzięki nowo nawiązanym kontaktom i kanałom informacyjnym. Poprawa wizerunku przy udziale imprez odbywa się poprzez: promocję miasta w mediach z podkreśleniem dobrej organizacji i przyjaznej atmosfery; gościnność wobec uczestników imprezy w postaci przygotowanej bazy hotelowej, gastronomicznej i transportowej oraz poczucia bezpieczeństwa; zapewnienie różnych atrakcji dodatkowych uczestnikom imprez, na przykład kulturalnych; gwarancję wysokiego poziomu organizacyjnego danej imprezy” [Matecki i Semrau 2006]. Turystyka sportowa jest jednym z efektów oddziaływania zjawiska sportu i eventów sportowych. Należy do dynamicznie rozwijających się rodzajów podróży, zwłaszcza w formie wyjazdów, których celem jest kibicowanie podczas wydarzeń sportowych.

2. Event sportowy Cavaliada w procesie budowania wizerunku Poznania

Cavaliada jest jednym z najważniejszych międzynarodowych zawodów jeździeckich w Europie. Impreza składa się z trzech części: Cavaliada Sport – dla zawodowców najwyższej rangi, Cavaliada Show – w której występują jeźdźcy-amatorzy, m.in. dzieci, oraz Cavaliada Targi – targi sprzętu jeździeckiego. Impreza ma zasięg międzynarodowy i od lat z powodzeniem organizowana jest w stolicy Wielkopolski. Wydarzenie posiada bogaty program kulturalno-artystyczny, także dla kibiców.

Międzynarodowe halowe zawody w skokach przez przeszkody CSI-W Cavaliada stanowią wielkie widowisko sportowe dla miłośników jeździectwa. Są to emocjonujące zawody w skokach przez przeszkody, wpisane do kalendarza Światowej Federacji Jeździeckiej i rozgrywane w ramach eliminacji Pucharu Świata,

w których startują najlepsi zawodnicy z Polski i zagranicy. To jedno z ważniejszych wydarzeń hippicznych w Europie Środkowej. Podczas tej imprezy odbywa się również wiele ciekawych widowisk, połączonych ze specjalnie przygotowanym programem edukacyjnym (także dla najmłodszych miłośników koni). Specjalnie dla dzieci przygotowuje się pawilony pod hasłem „Kraina zabaw dla najmłodszych”. Wrażenia sportowe pasjonatów koni uzupełnia ekspozycja targowa. Na Targach Sprzętu Jeździeckiego prezentowane są różne oferty sprzętu i akcesoriów jeździeckich. Tematyka targów obejmuje wszystko, co jest związane z tą aktywną formą wypoczynku, dlatego przyciąga nie tylko miłośników jeździectwa, ale i właścicieli gospodarstw agroturystycznych, ośrodków hipoterapii oraz producentów sprzętu jeździeckiego. Różnorodność Cavaliady i jej bogata oferta sportowa, wystawiennicza i widowiskowa sprawiają, że przedsięwzięcie to z roku na rok cieszy się coraz większą popularnością nie tylko w Polsce, ale i poza jej granicami. Zawodnikom Cavaliady zapewnia rywalizację sportową na najwyższym poziomie, a kibicom niezapomniane wrażenia i emocje. Impreza ma również charakter rodzinny.

W programie imprezy znajdują się takie punkty, jak: Puchar Polski w powożeniu zaprzęgami, Cavaliada Future – konkurs dla najmłodszych, siłacze, kadryle, dresaż, Pony Games pod patronatem Polskiego Związku Hodowców Koni, horseball – mecz zespołowej gry na koniach: Polska – Austria, wielka parada ogierów, konkurs „Potęga skoku”, pokazy koni zimnokrwistych, sztafeta dzieci na kucach, Speed & Music – konkurs szybkości, turniej rycerski (wyścigi rydwanów, turniej kopijniczy, pokaz walk rycerskich), pokazy woltyżerki, średniowieczna wioska, indiańska wioska, nauka jazdy konnej dla najmłodszych, zabawy plastyczne.

Cavaliada jest organizowana w Polsce ze względu na jej długie tradycje jeździeckie. Osiągnięcia w hodowli koni stawiają Polskę w światowej czołówce. Coroczne aukcje w Janowie Podlaskim ściągają największych znawców arabskich koni. Polskie konie osiągają rekordowe ceny i nabywane są przez kupców ze wszystkich stron, z Europy, Ameryki, Bliskiego Wschodu. Najsłynniejsze państwowe hodowle opierają się na wielopokoleniowych tradycjach. Podczas targów sprzętu jeździeckiego prezentuje się ponad stu wystawców najlepszych marek światowych.

W czasie targów działa też Uniwersytet Jeździecki. Jest to program edukacyjny Fundacji Horse Sport przygotowany z myślą o tych, którzy chcą poszerzać swoje jeździeckie horyzonty. W programie nauczania znajdują się takie zagadnienia, jak: zasady zakupu konia, szkolenie zawodników a prawo, optymalny trening konia skokowego w aspekcie weterynaryjnym, dlaczego konie nas słuchają?, psychologia koni, konie uczą ludzi – „końcing” dla koniarzy, kurs pierwszej pomocy dla koniarzy, końskie SPA – przypomnienie, że konie to także sportowcy, którzy potrzebują zabiegów pielęgnacyjno-rehabilitacyjnych oraz czasu wolnego.

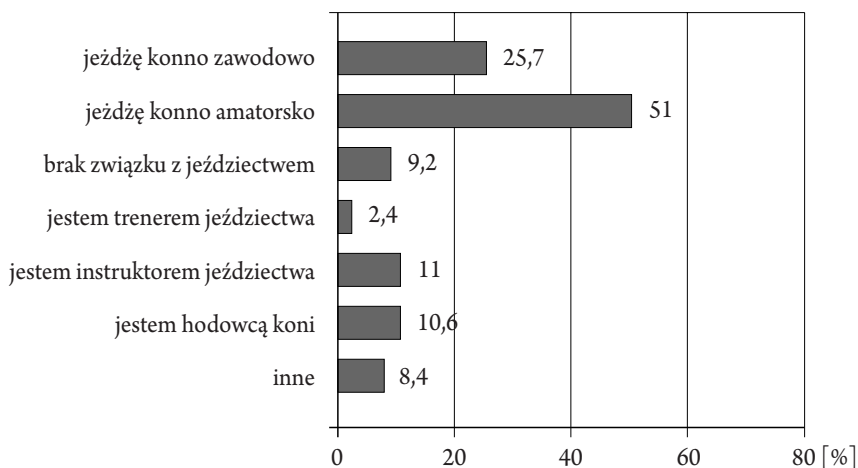
3. Organizacja badań empirycznych oraz profil społeczno-demograficzny kibica Cavaliady

Celem badań było rozpoznanie, czy Cavaliada przyciąga do Poznania osoby, które podejmują aktywność turystyczną w mieście oraz czy i w jaki sposób to wydarzenie sportowe wpływa na wizerunek stolicy Wielkopolski. Uznano, iż to, że impreza przyciąga turystów, nie jest jeszcze jednoznaczne z tym, że wpływa na poprawę wizerunku miasta. Turysty mogą się bowiem rozczarować, a tym samym wizerunek może ulec pogorszeniu.

Badania przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego za pomocą techniki wywiadu (narzędzie: kwestionariusz wywiadu standaryzowanego) podczas trwania Cavaliady. Próba badawcza została dobrana w sposób zapewniający dobrą reprezentatywność uzyskanych wyników. Zastosowano schemat losowania prostego bez zwracania. Przy określaniu liczebności wykorzystano informacje od organizatorów na temat spodziewanej liczby uczestników imprezy. W obliczeniach skorzystano ze wzoru na wielkość próby przy populacji skończonej. Kierowano się założeniem, by maksymalny błąd oszacowania (e) przy 95% poziomie ufności nie przekroczył 4%.

W badaniu wzięło udział 510 kibiców – turystów sportowych. W pierwszym etapie prac rozpoznano profil kibica Cavaliady, który uczestniczył w tym wyda-

Wykres 1. Związki kibiców Cavaliady z jeździectwem



Źródło: opracowanie własne.

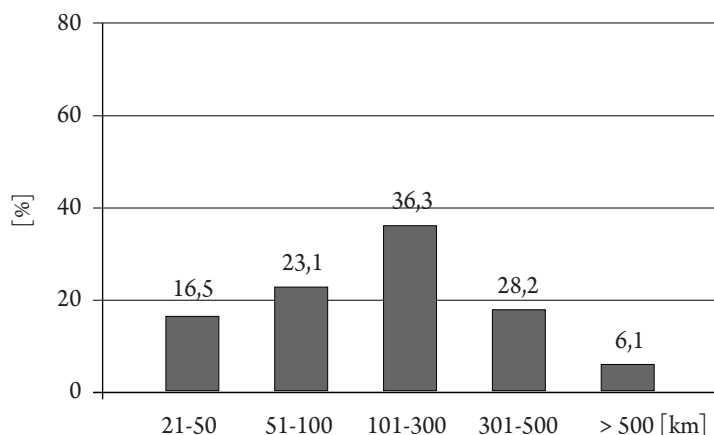
rzeniu jako turysta. Wśród badanych kibiców, którzy wzięli udział w wywiadzie ($n = 510$) było 70,2% kobiet i 29,8% mężczyzn. W większości były to osoby młode: 35,5% miało 18 lat (lub mniej), 29% były osobami w wieku 19-25 lat, następnie 22,4% to osoby w przedziale wiekowym 26-35 lat, 10,6% w wieku 36-50 lat. Zdecydowaną mniejszość stanowiły osoby w wieku 51-70 lat. Respondenci w 30,8% deklaruowali posiadanie wykształcenia średniego, w 28% – wyższego magisterskiego, w 24,1% – podstawowego, w 12,4% – wyższego zawodowego i w 4,7% – zawodowego. W większości były to osoby czynne zawodowo (42,4%) oraz uczące się (37,6%), ponadto studenci (15,3%), a zaledwie 1,4% stanowili emeryci i 3,5% osoby bezrobotne. Większość respondentów wskazała też na swoje związki z jeździectwem (wykres 1).

Ponad połowa badanych (51%) jeździ konno amatorsko, 25,7% jeździ konno zawodowo, pozostałe osoby związane z jeździectwem to: instruktorzy jeździectwa (11%), hodowcy koni (10,6%), trenerzy (2,4%). Brak związku z jeździectwem zadeklarowało 9,2% badanych osób.

4. Wyniki badań

Na początku badań pod uwagę wzięto odległość, jaką kibice Cavaliady – turyści musieli pokonać, aby wziąć udział w badanej imprezie, oraz miejsce ich pochodzenia. Okazało się, że prawie połowa kibiców-turystów pochodzi spoza Wielkopolski (48,4%), z Wielkopolski przyjechało 47,1% uczestników, natomiast spoza Polski 4,5%. Największa odległość od miejsca zamieszkania, jaką kibice-turyści

Wykres 2. Odległość miejsca zamieszkania badanych kibiców Cavaliady

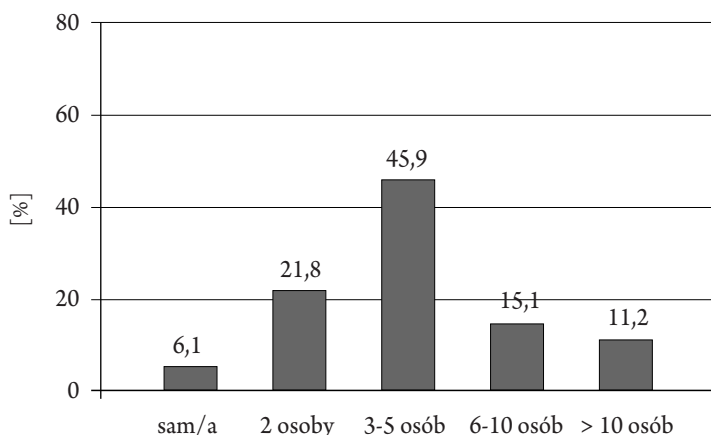


Źródło: opracowanie własne.

musieli pokonać, to ponad 500 km (6,1%). Następnie 300-500 km pokonało 18,2% badanych osób, 100-300 km – 36,3% (tj. największa grupa respondentów). Odległość 51-100 km pokonało 23,1% badanych, natomiast ponad 16% badanych przyjechało na Cavaliadę z okolic Poznania, pokonując zaledwie 21-50 km. Większość badanych przyjechała na Cavaliadę z miast: 10-100 tys. mieszkańców (29,4%), 100-500 tys. mieszkańców (17,5%), do 10 tys. mieszkańców (14,7%), powyżej 500 tys. mieszkańców (9,8%) oraz ze wsi (28,6%) (wykres 2).

W odniesieniu do przyjętych założeń istotne było rozpoznanie związku respondentów z badanym wydarzeniem sportowym oraz powodów uczestnictwa w Cavaliadzie. Większość z nich uczestniczyła w Cavaliadzie po raz pierwszy (42,9%), a pozostali po raz trzeci (34,5%) lub po raz drugi (22,5%). Głównym celem przyjazdu do Poznania była chęć wzięcia udziału w tej imprezie (88%). Zaledwie dla 12% respondentów uczestnictwo w niej w charakterze kibica nie było głównym celem. Zapytano też badanych, czy przyjechali na Cavaliadę, by kibicować bliskiej osobie – 77,5% odpowiedziało przecząco, 22,5% zaś – twierdząco. W większości badani kibice przyjechali w towarzystwie innych osób (wykres 3). Prawie połowa z nich przyjechała w towarzystwie 3-5 osób (45,9%), w 2 osoby przyjechało 21,8%, natomiast w 6-10 osób – 15,1%.

Wykres 3. Liczba osób towarzyszących w uczestnictwie w Cavaliadzie w Poznaniu

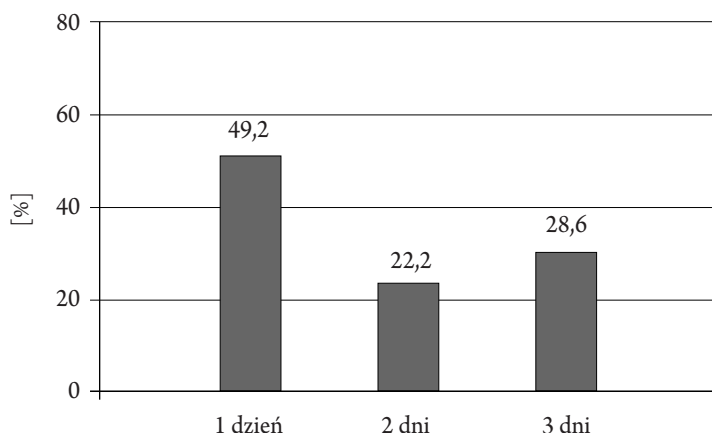


Źródło: opracowanie własne.

Prawie połowa kibiców (49,2%) przyjechała na Cavaliadę na jeden dzień, co ogranicza ich aktywność turystyczną w mieście. Pozostała część badanych spędziła w Poznaniu więcej czasu: na trzy dni przyjechało 28,6%, a na dwa dni – 22,2% kibiców. Prawie połowa badanej grupy pozostała w Poznaniu przynajmniej z jednym noclegiem, zapewniając sobie możliwość skorzystania z innych atrakcji

tego miasta. Wynik sondażu okazał się optymistyczny, ponieważ 60,8% kibiców powiedziało, że podejmuje dodatkową aktywność turystyczną w mieście. Czas pobytu tych osób w Poznaniu prezentuje wykres 4.

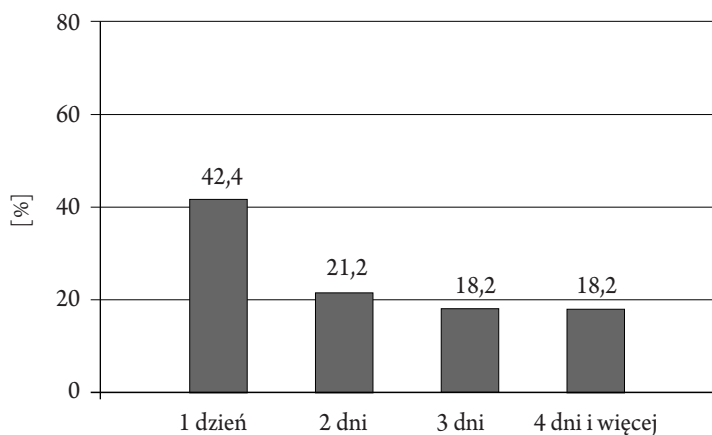
Wykres 4. Liczba dni spędzonych przez kibiców na Cavaliadzie



Źródło: opracowanie własne.

Kibiców zapytano także o liczbę dni, które w związku z kibicowaniem w Cavaliadzie spędzą w Poznaniu. Wykres 5 prezentuje czas spędzony w mieście, nie tylko w obiektach, w których organizowana była impreza.

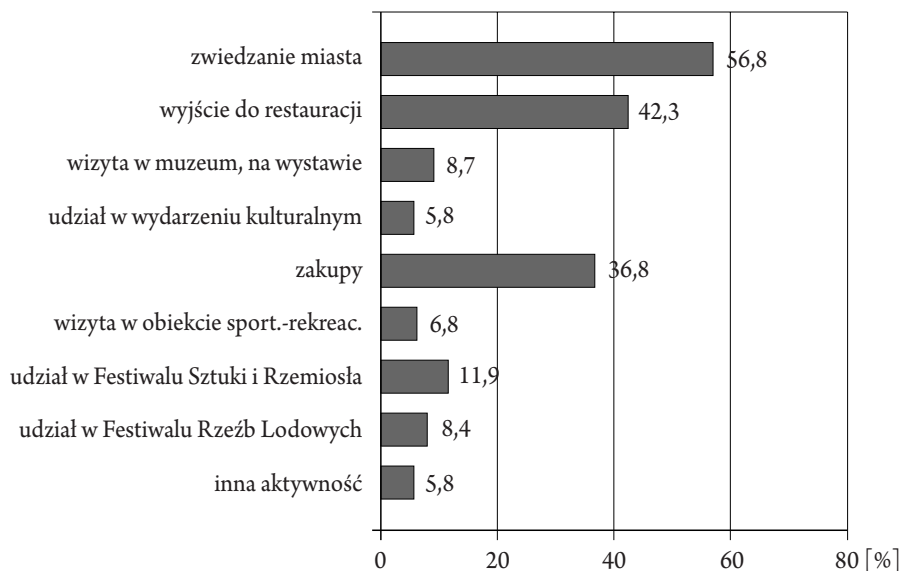
Wykres 5. Liczba dni, które spędzili kibice Cavaliady w Poznaniu przy okazji udziału w ewencie



Źródło: opracowanie własne.

Osobom, które zadeklarowały swoje pozostanie w Poznaniu na więcej niż jeden dzień ($n = 310$), zadano pytanie o to, jakiego rodzaju aktywność turystyczną w mieście podejmują. Wyniki przedstawione na wykresie 6 pokazują, że większość badanych (56,8%) zwiedza miasto. Kolejną, wyróżniającą się aktywnością są wyjścia do restauracji (42,3%), a także zakupy (36,8%).

Wykres 6. Aktywność turystyczna kibiców Cavaliady w Poznaniu



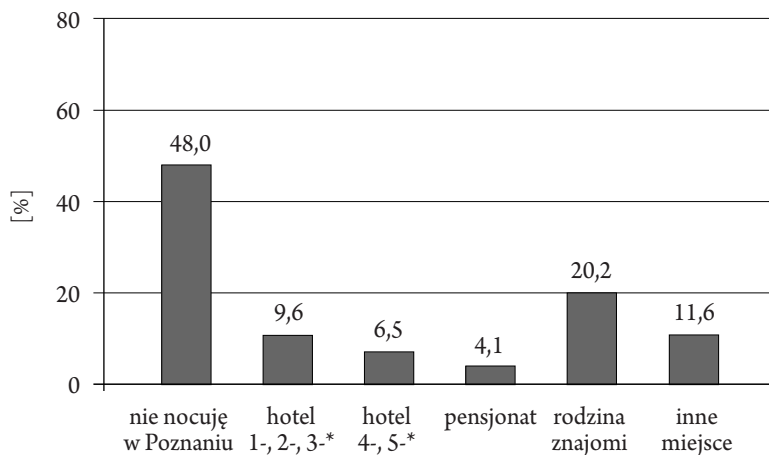
Źródło: opracowanie własne.

Pośród badanych są też osoby, które zadeklarowały podejmowanie takich turystycznych aktywności, jak: wizyta w muzeum czy na wystawie (8,7%), udział w Festiwalu Rzeźby Lodowej (8,4%), udział w Festiwalu Sztuki i Rzemiosła Artystycznego (11,9%), wizyta w obiektach sportowo-rekreacyjnych (6,8%) oraz udział w wydarzeniach kulturalnych Poznania (5,8%).

Respondenci kibicujący podczas Cavaliady i pozostający dłużej niż jeden dzień w Poznaniu zostali poproszeni o podanie informacji o tym, gdzie się zatrzymują. Większość (48%) jednak nie śpi w Poznaniu (zatem wraca na noc do własnego domu), pozostałe osoby nocują u znajomych lub rodziny (20,2%). W hotelach mieszczących się w Poznaniu nocuje mniejszość: w 1-, 2- i 3-gwiazdkowym 9,6%, w 4-gwiazdkowym – 6,5%, w pensjonatach – 4,1% (wykres 7).

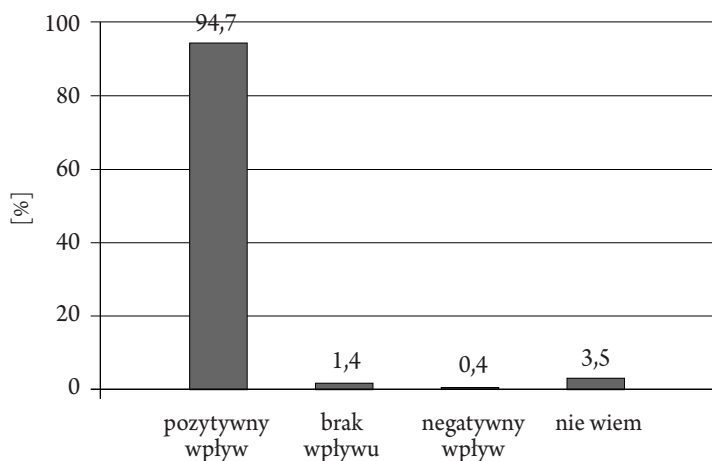
Zdecydowana większość respondentów (94,7%) uważa, że Cavaliada ma pozytywny wpływ na wizerunek Poznania, a 68,2% zamierza ponownie uczestniczyć w niej w przyszłości, co jest istotne dla zwiększania ruchu turystycznego w mieście przy okazji organizacji imprez sportowych (wykres 8).

Wykres 7. Miejsce noclegu badanych kibiców Cavaliady w Poznaniu



Źródło: opracowanie własne.

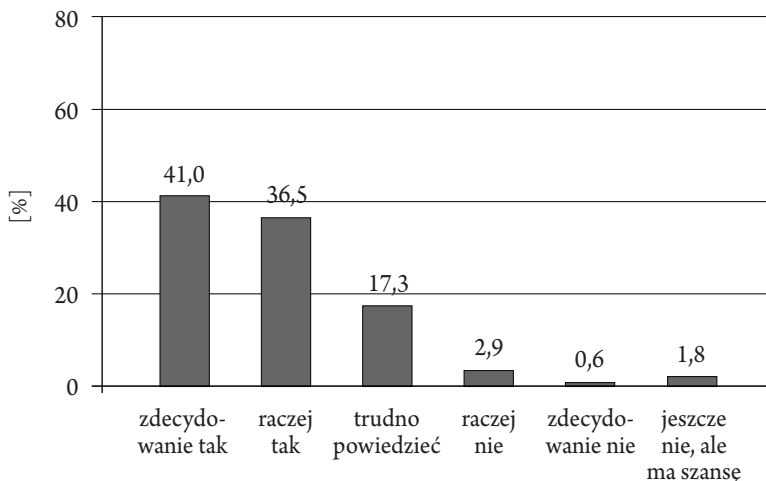
Wykres 8. Wpływ Cavaliady na wizerunek miasta Poznania w opinii respondentów



Źródło: opracowanie własne.

Większość respondentów uważa też, że Cavaliada jest wizytówką miasta. Zdecydowanie tak odpowiedziało 41% badanych, raczej tak – 36,5%. Jest to wysoki wynik. Respondentom zadano również pytanie o to, jak często kibicują podczas innych niż Cavaliada imprez sportowych, które odbywają się w Poznaniu. Pierwszy raz w Poznaniu na ewencie sportowym kibicowało 25,7% respondentów. Raz w roku kibicuje 25,5%, 2-3 razy w roku – 20%, częściej niż 3 razy w roku – 17%, natomiast raz na kilka lat – 11% respondentów (wykres 9).

Wykres 9. Cavaliada jako wizytówka Poznania w opinii respondentów



Źródło: opracowanie własne.

5. Podsumowanie

Głównym celem badań było rozpoznanie, czy Cavaliada w Poznaniu przyciąga osoby, które podejmują aktywność turystyczną w mieście oraz w jaki sposób impreza ta wpływa na wizerunek Poznania. Z przeprowadzonych badań wynika, że:

1. Badani kibice Cavaliady to najczęściej młode kobiety, ze średnim lub wyższym wykształceniem, związane z jeździectwem amatorsko lub zawodowo, mieszkające poza Wielkopolską lub w Wielkopolsce.

2. Połowa badanych kibiców przyjechała na Cavaliadę na jeden dzień. Druga połowa spędziła w Poznaniu więcej czasu (2, 3 lub 4 dni).

3. Dla blisko 90% badanych kibiców udział w Cavaliadzie był głównym motywem przyjazdu do stolicy Wielkopolski. Zwykle kibice przyjeżdżają na Cavaliadę w wieloosobowych grupach. Większość badanych osób zamierza uczestniczyć w Cavaliadzie ponownie.

4. Kibice, którzy pozostali w Poznaniu przynajmniej na jedną noc, zapewnili sobie możliwość skorzystania z innych atrakcji tego miasta. Według przeprowadzonego sondażu 60,8% kibiców podejmuje dodatkową aktywność turystyczną w mieście: większość (56,8%) zwiedza miasto, idzie do restauracji (42,3%) i na zakupy (36,8%).

5. Zdecydowana większość kibiców (94,7%) uważa, że Cavaliada ma pozytywny wpływ na wizerunek Poznania i jest wizytówką tego miasta.

Przeprowadzone badania dowodzą, że organizacja eventów sportowych typu Cavaliada, gromadzących zarówno sportowców, jak i kibiców oraz osoby im towarzyszące, ma istotny wpływ na rozwój turystyki oraz budowanie pozytywnego wizerunku miasta. Mimo że podczas wydarzeń sportowych spotykają się głównie osoby bezpośrednio związane z eventem i jego tematyką, to te, które przyjeżdżają z innych regionów, dopełniają swój udział w imprezie aktywnością turystyczną.

Literatura

- Bączek J.B., 2011, *Psychologia eventów*, Warszawa: Stageman.
- Bosiacki S., Śniadek J., 2011, Sport jako instrument promocji miasta na przykładzie Poznania, w: *Zarządzanie polskim sportem w gospodarce rynkowej*, red. B. Sojkin, Poznań: Wyd. UE w Poznaniu.
- Bosiacki S., 2015, Wydarzenia sportowe jako atrakcja turystyczna na przykładzie Poznania, w: *Turystyka sportowa. Społeczno-kulturowy potencjał i perspektywy rozwoju*, red. M. Kazimierzczak, Poznań: Wyd. AWF.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005, *Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie*, Warszawa: PWE.
- Klisiński J., 2000, *Profesjonalizacja i profesjonalści w zarządzaniu sportem*, Częstochowa: Wyd. Politechniki Częstochowskiej.
- Kosmaczewska J., Czarnecki R., 2013, The role of a host country image and mega-event's experience for revisit intention: the case of Poland, The image and sustainability of tourist destinations, *SSRN Electronic Journal*, DOI: 10.2139/ssrn.2586145.
- Mango M., Staruchowicz J., 2011, *Marketing sportowy – skuteczna forma promocji miasta. Również w Polsce?*, www.brief4poland.pl.
- Matecki P., Semrau J., 2006, Sport jako element budowy przewagi konkurencyjnej miast i regionów, w: *Marketing sportu*, red. H. Mruk, K. Kropielnicki, P. Matecki, Poznań: Wyd. Sport & Business Foundation.
- Mullin B.J., 1985, Internal Marketing – a More Effective Way to Sell Sport, w: *Successful Sport Management*, red. G. Lewis, H. Appenzeller, Charlotteville: Carolina Academic Press.
- Mullin B.J., Hardy S., Sutton, W. A., 2000, *Sport Marketing*, Champaign: Human Kinetics.
- Piechota N., 2014, Wpływ organizacji imprez sportowych na rozwój turystyki miejskiej na przykładzie turniejów tenisowych, *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 2(3), 121-135.
- Piotrowski P., 2012, Determinanty skuteczności wydarzeń marketingowych w tworzeniu turystycznego wizerunku miasta, w: *Turystyka na obszarach miejskich – uwarunkowania rozwoju*, red. T. Żabińska, Katowice: Wyd. UE w Katowicach.
- Pitts B.G., Fielding L.F., Miller L.K., 1994, Industry segmentation theory and sport industry: Development a sport industry segment model, *Sport Marketing Quarterly*, 3, 15-24.

- Pitts B.G., Stotlar D.K., 2002, *Fundamentals of Sport Marketing*, Morgantown: Fitness Information Technology.
- Ryba B., 1995, *Organizacja i zarządzanie sportem polskim*, Warszawa: Resortowe Centrum Metodyczno-Szkoleniowe Kultury Fizycznej i Sportu.
- Shank M.D., 2002, *Sports Marketing*, Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Slack T., 1997, *Understanding Sport Organizations*, Champaign: Human Kinetics.
- Wroczyński R., 2009, *Powszechne dzieje wychowania fizycznego i sportu*, Wrocław: Osolineum.
- Zduniak A., 2010, Event jako ponowoczesna forma uczestnictwa w życiu społecznym, *Roczniki Nauk Społecznych*, 2(38), 207-234.

The Impact of Sporting Events on the Development of Tourism and the City's Image – the Case of an International Horse-riding Competition Cavaliada in Poznań Based on a Survey of Spectators

Abstract. The aim of the study was to determine whether Cavaliada attracts visitors who undertake tourist activities in the city and whether and how this event affects the image of the capital of Wielkopolska. The study is based on results of a survey in which spectators attending the international equestrian competition were interviewed using a standardized questionnaire. A total of 510 spectators, who were not residents of Poznań (sports tourists) took part in the survey. Unfortunately, it was not possible to conduct the survey among the group of riders. Given the high profile of this event, the competitors could not be approached for an interview and questioned about their tourist behavior in the city. The most important finding is the fact that more than 60% of the respondents attending Cavaliada undertake an additional tourist activity in the city, and the majority (94.7%) believe that the organization of the event has a positive impact on the image of Poznań.

Keywords: Cavaliada, spectators, city image, sports tourism

MACIEJ ŁUCZAK*

Pioneers of Tourism and Sightseeing from Konin

Abstract. In Polish historiography, activities of promoters of tourism development in the city of Konin never attracted attention from regional historians or physical culture historians. More recently, however, there is a growing interest in this subject, e.g. a popular study discussing the 100-year tourist traditions in Konin has just been published. What is still missing are biographical studies of major promoters of tourism in Konin, and their particular contributions to the development of tourism in the interwar period and after World War II. The study presents short biographies of leading tourism activists from the industrial city of Konin, who were associated with various forms of tourism. The materials used in the study come from primary sources stored in the Konin National Archives, from magazine articles, memoirs, and various reports. The author included information from private collections or private chronicles, including personal correspondence and press clippings, in particular, materials written and collected by Andrzej Józef Miller.

Keywords: tourism, sightseeing, physical culture, history, biographies, Konin

1. Introduction

The following study is a biographical sketch of a number of leading activists from the industrial city of Konin in Poland, associated with various forms of tourism. The study is based on articles from weekly magazines published in Konin, Kalisz, Warsaw and Zakopane, including *Przegląd Koniński* (1979-2016), *Głos Koniński*

* University School of Physical Education in Poznań, Faculty of Physical Education, Sport and Rehabilitation, Department of History and Organization of Physical Culture, tel. 605 421 234, e-mail: luczak.maciej.awf@wp.pl, orcid.org/0000-0003-2639-1428.

(1921-1939), *Rocznik Koniński* (1972-2015), *Gazeta Kaliska* (1902-1919), *Rocznik Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego*, *Ruch* (1909), *Polska Zbrojna* (1994), and *Tygodnik Zakopiański* (1904). Depictions of socio-economic, political and cultural events contained in these magazines only partially covered various initiatives related to tourism, sightseeing, sports, and recreation in Konin. The press provided information on social and organizational activities, as well as reports from outdoor trips and outings.

The literature about the life and activities of the first organizers of tourism and sightseeing in Konin is fairly limited, and popular sources have not been generally devoted to the topic [Miller 2013]. The area of the study covered the city of Konin and many other distant destinations visited by enthusiasts of tourism from Konin. The study is an attempt at a comprehensive analysis of all gathered data from the years 1913-1939.

In the past the definition of tourism tended to evolve [Dudek 2008: 50]. In 1905, tourism was defined as follows: “In all our kaleidoscopic journeys and wanderings, purposeless or following a friend’s advice or a Baedeker guide, it is not professional research into the life of other nations and the desire to learn from their greatest achievements that are the purpose of tourism. It is simply about seeing something different, glancing at foreign cultures, getting in touch with the glitter of modernity” [Col 1905: 722]. Tourism has been considered to be related to learning and sightseeing, i.e. two main forms of tourist activity. Larousse’s *Grand dictionnaire universel du XIXe siècle* defined tourism as “a set of rules regulating trips for pleasure” [Larousse 1927-1933, 6(133), after: Warszńska & Jackowski 1978: 21]. *The Dictionary of the Polish Language* from 1902 defined sightseeing as “a collection of all (not only geographical) information about a given country” [Karłowicz, Kryński & Niedźwiedzki 1902, 2: 953; cf. Jędrzejczyk 2013: 24 ff.].

In this study tourism and sightseeing are treated interchangeably.

2. The beginnings of tourism and sightseeing in Konin

The tourist movement in the Russian-controlled Kingdom of Poland emerged at the beginning of the 20th century. The organization which coordinated all efforts leading to the development of tourism was the Polish Sightseeing Association (PSA, Polskie Towarzystwo Krajoznawcze [PTK]) founded in Warsaw on 3 December 1906. By 1913, it had 528 new members [PTK 1913: 23], and a number of regional sections, including one in Konin [PTK 1913: 79]. The PSA Konin Section was established on 23 July 1913 with 56 members [PTK 1913: 79-80; *Gazeta Kaliska* 1919, 17]. Its activities were mostly political and cultural and

were aimed at the preservation of Polish national identity and public memory [Łobożewicz 1997: 25].

Apart from the PSA section, on 6 May 1900 a group of Konin intellectuals established the Water Rescue Society (WRS, Towarzystwo Ratowania Tonących), renamed the Konin Rowing Association (KRA, Konińskie Towarzystwo Wioślarskie) in 1909 [Dudek 1907, 97: 1; Kalendarz Informacyjno-encyklopedyczny 1904: 402, 511; Meller 1925; Strzemżalski]. Its members promoted rowing, provided assistance and aid to flood victims, organized outdoor games, concerts, lectures, and performances. They also established reading rooms and organized swimming and ice skating classes¹ [Meller 1925]. The WRS also organized trips [Gazeta Kaliska 1902, 210: 2], e.g. in 1909 a canoeing trip on the Warta River from Sieradz through Koło, Konin, Pyzdry to Poznań, together with rowers from Kalisz [Gazeta Kaliska 1909, 23: 5; 1909, 122: 2; Ruch 1909, 14: 11]. The participants visited historic sites in the Konin and Słupca districts and met with local residents. Beside their educational qualities, those activities also had some practical outcomes, e.g. the examination of the Warta water bed or the creation of an accurate hydrographic map of the area [Strzemżalski]. KRA members also took part in regattas organized by the Kalisz Rowing Association and Warsaw Rowing Association, e.g. in 1905 in Kalisz, and belonged to several cultural, sightseeing and sport organizations [Gazeta Kaliska 1905, 236: 1; 1905, 237: 1; 1910, 165: 2].

Even during World War I, KRA rowers continued to arrange canoeing trips on the Warta River [Rybczyński 1989: 7]. In 1917 *Gazeta Kaliska* reported: “Due to the spring flooding of the town commons the downtown resembled a river island [...] despite sunny weather, the wind made huge waves on the water” [Gazeta Kaliska 1917, 38: 5].

3. Research question

The main aim of the present study was to examine whether Konin residents were involved – and if so, to what extent – in the promotion of tourism and sightseeing. Research of the biographical material of five outstanding Konin inhabitants was conducted using deductive and inductive methods.

¹ Statut Towarzystwa Ratowania Tonących (The Statute of the Water Rescue Society).

4. Pioneers of tourism and sightseeing from Konin

One of the most renowned Konin residents was **Zofia Kamila Urbanowska**, born on 15 May 1849 in Kowalewko in the Rzgów community [Hejman 2004: 2]. Her father Wincenty rented a farm, and Zofia spent her childhood years in the country in Laskówiec near Mikorzyn. She began her school education in 1860, and attended a middle school for girls known at that time as the Government Institute in Kalisz, and then the Ursuline School in Poznań [Poznański 1976: 15], graduating in 1869 [Rusin 2008: 378-380]. In 1865 Zofia's mother bought a manor in Konin, which Zofia inherited ten years later [Miller 2013: 65].

Because of her parents' financial problems in the years 1870-1873, Zofia Urbanowska had to take up the job of a columnist in *Gazeta Polska*. She also contributed to *Przegląd Tygodniowy* (1885-1889) and *Wieczory Rodzinne* (1889-1900). In 1874 she moved to Warsaw and worked in Józef Sikorski's printing office as a proofreader. Soon afterwards she published her novels and novellas: *Znakomitość (Excellence)* (1874), *Cudzoziemka (Foreign Lady)* (1883), *Gucio zaczarowany (Enchanted Guccio)* (1884), *Księżniczka (Princess)* (1886), *Wyspa Atlanta (The Island of Atlanta)* (1890), *Wszechmocni (The Almighty Ones)* (1892), and *Róża bez kolców (A Rose with No Thorns)* (1903) [Miller 2013: 69].

The last novel was a display of Zofia Urbanowska's profound knowledge of the Polish Tatra mountains. At the time of her cooperation with a children's magazine *Wieczory Rodzinne (Family Evenings)*, 1889-1892, Urbanowska was in charge of the magazine's nature section and contacts with readers. She wrote a series of popular science snippets titled *Korespondencja z Zakopanego (Letters from Zakopane)* [Poznański 1976: 17]. *Róża bez kolców* contains elaborate descriptions of the Tatra flora and fauna as well as various picturesque mountain passes and valleys. She also collected local folk songs and described the traditional customs and attire of Polish highlanders [Miller 2013: 69]. The Tatra mountains were frequently visited by physicians, poets, writers, and clergymen. The image of Zakopane in the novel is one of a "sovereign Polish capital at the time of partitions" and a place of freedom and solace [Poznański 1976: 27]. The main characters in the book are historical figures associated with Zakopane, such as Dr. Tytus Chałubiński (organizer of pleasurable hiking trips, physician, pioneer of tuberculosis sanatoria, and a keen naturalist), Jan Krzeptowski "Sabała" (a highlander from Zakopane and Chałubiński's travelling companion, musician and story teller), Stanisław Witkiewicz (author of the famous novel *Na przełęczy (On the Mountain Pass)*), Władysław Matlakowski, Bronisław Dembowski and Father Józef Stolarczyk (mountaineer, co-founder of the Tatra Society, and the

first parish priest of Zakopane). Urbanowska also wrote about the poet Katarzyna Sobczakówna and one of her sisters, who, in the 19th century, managed the Sobczakówna boarding house (present-day Cicha Villa) [Miller 2013: 69]. The book *Róża bez kolców* had a great emotional impact on the Polish writer Jarosław Iwaszkiewicz, instilling in him a fondness for the Tatras and the Podhale region [Poznański 1976: 28].

In 1910 Zofia Urbanowska returned to Konin, where she became actively involved in the city's public life [Poznański 1976: 17; *Wielkopolski alfabet* 2012]. She signed a petition to establish a local school of commerce and trade, supported the activities of the Society for Propagation of Waterways, and became a member of the Konin Section of the Polish Sightseeing Association. In 1939 Konin authorities granted her honorary citizenship. Zofia Urbanowska died on 1 January 1939 [Miller 2013: 68] and was buried in the Konin parish cemetery [Rusin 2008: 388-389].

In 2009 the Polish Sightseeing and Tourist Society in Konin organized a hiking trip to the Tatras named "In the Footsteps of Rose with No Thorns", and Society members placed a copy of the last edition of the novel on the Krzyżne pass. On 16 May 2009, as part of the celebrations of Konin Days and Zofia Urbanowska Year, *Gazeta Polska* organized a city tour of the sites described in Urbanowska's novels [Rusin 2008: 70-71].

Stefania Łucja Esse was born on 17 May 1876 in Konin into the middle-class Petschke family of Czech descent. She graduated from the Grammar School for Girls in Kalisz in 1893, and then continued her education in the Institute for Secondary School Teacher Training in Saint Petersburg, where she became a certified teacher of French and German. After returning to Konin she worked as a teacher of foreign languages and mathematics in Helena Semadenowa's boarding house in the years 1897-1901 [*Gazeta Kaliska* 1901, 143].² In 1901 Stefania Esse moved to Kalisz together with Helena Semadenowa [*Gazeta Kaliska* 1902, 210: 1].³ After her husband's death in 1909 she came back to Konin and pursued her teaching career at Janina Komornicka's boarding house and the Commerce School for Boys (1915-1918) – under the management of Father Włodzimierz Jasiński, the later bishop of Łódź – which was transformed into the Middle School of Humanities headed by Father Stanisław Szabelski (1918-1922). She also taught foreign languages in the Mathematical-Scientific Gymnasium for Girls, transformed from J. Komornicka's defunct boarding house [Gołdyn 2012: 51]. From 1922 until her retirement in 1933 she was also a teacher in the Queen Jadwiga Grammar School for Girls under the supervision of J. Pieniżkowska.

² Helena Semadenowa's boarding house was moved to Kalisz on 20 July 1901.

³ Stefania's husband Teodor Esse became a member of the Kalisz Rowing Association in July 1902.

Esse was a member of the Polish Sightseeing Association in Konin from its very foundation and the secretary of the Association's Supervisory Board [PTK 1913: 79]. In the first year of the PSA activities she organized two out of thirteen sightseeing trips (to Żychlin, Konin, Rzgów, Pyzdry, Łąd, Kawnice, Gosławice, Ślesin, Ignacewo, Licheń, Wyszyna, Stare Miasto, Bieniszewo, Kazimierz Biskupi, Słupca, Koło, and the Gosławice sugar factory) [*Gazeta Kaliska* 1914, 35: 2].⁴ Before World War I she also belonged to the Water Rescue Society and the Konin Rowing Association. Her husband, Teodor Esse, a notary public, was a co-founder of both organizations and the first president of the former [Łuczak 1988, 12: 9].⁵ He presented the Konin Rowing Association with the first flat-bottomed boat with oars for leisure trips. She was named "Teodor" after her benefactor [Zdzieniecki 1987, 4: 7].⁶ In the years 1939-1943 Stefania Esse taught clandestine school lessons in Nazi-occupied Konin [PTK 1913: 79]. She died on 25 December 1959 [*Konin moje miasto* 1986: 13].

Another member of the Konin PSA and KRA was **Antoni Ślepowroński**, born in 1864 in Sieradz. He attended a middle school in Kalisz and the Warsaw Veterinary Institute. Then he worked in Konin as a municipal and district veterinarian for 30 years. Ślepowroński was actively involved in the social, cultural, tourist and sports life of the city of Konin [PTK 1913: 79-80; *Gazeta Kaliska* 1919, 17].

One of the greatest propagators of sightseeing, tourism and sport was lieutenant colonel and engineer **Witold Sztark** (1894-1992). He was born into a family of traders. At the age of ten he began his education at the commerce school in Kalisz. After graduation he studied three years at the University of Technology in Kiev, and from April 1925 at the Faculty of Mechanical Engineering of the University of Technology in Lvov, where he received a professional title of B.Sc.

From 23 July 1913 Witold Sztark was a member of the Konin Section of the Polish Sightseeing Association [PTK 1913: 80]. He organized outdoor trips, e.g. in 1914 to the Gosławice sugar factory [*Gazeta Kaliska* 1914, 35: 2], and belonged to the Konin Rowing Association [*Gazeta Kaliska* 1914, 35: 2]. Witold Sztark's extensive library of more than 3,000 volumes was described by Edward Chwalewik [Miller 2013: 61].

Sztark was drafted into the Russian army in 1915. He studied in the Academy of Artillery in Odessa, and took part in the campaign on the Russian-German front.

⁴ S. Esse was also a guide on the trip to Stare Miasto.

⁵ In 1900 the Association had 188 members.

⁶ Soon the Konin Rowing Association purchased a few kayaks and sculls, two skiffs and one outrigger canoe. The KRA members took part in regattas in Kalisz, Włocławek, Lake Gopło, and Poznań.

At the beginning of 1918 he returned to Konin. Together with a men's rowing team he took part in a men's pair rowing event at the Kalisz regatta in August 1918, won by the Kalisz team and then by the Konin team [*Gazeta Kaliska* 1918, 86: 1].

After completing a short artillery course in Rembertów (from 23 November 1918) Witold Sztark fought in the Polish-Soviet War of 1919-1921, where he commanded an independent platoon of the 7th Field Artillery Regiment. In August 1919 he suffered a head injury in the battle of Sienkiewiczze. After recovery, Sztark continued to command an artillery battery. For his heroic actions he was awarded the War Order of Virtuti Militari and the Cross of Valor.

With his extensive academic background gained from the University of Technology in Lvov Sztark became a lecturer in Toruń, where he taught mechanical engineering, structure of artillery equipment, and artillery shooting theory. For six months he was research director and then, for three years, deputy commandant of the Artillery Cadet School. Witold Sztark wrote a number of works on exterior ballistics. He contributed to the *Przegląd Artyleryjski* magazine, and in 1935 published a textbook *Zarys mechaniki jako wstęp do balistyki* (*Outline of mechanics as an introduction to ballistics*) [Sztark 1935, vol. 1]. Between 1930 and 1935 Witold Sztark was the commander of the 5th Light Artillery Regiment in Lvov and deputy commander of the 6th Heavy Artillery Regiment. Until 1938 he also worked in the Artillery Training Center in Toruń.

In June 1938 Witold Sztark became the commander of the 18th Light Artillery Regiment stationed in Komorów near Ostrów Mazowiecka.⁷ Units of his division were assigned to provide artillery cover for the Operational Group "Narew" during the German invasion of Poland in 1939 [Żuralski 1994a].

On 24 August 1939 Sztark's regiment left the barracks and took designated defensive positions. After being surrounded by the Germans in Andrzejewo (near Zambrów) on 13 September 1939 he surrendered as the last commander of the 18th Infantry Division [*Życie Warszawy* 1969, 277: 37]. Following a bomb blast Witold Sztark suffered from hearing problems.⁸

He was taken prisoner and brought to Oflag II in Woldenberg.⁹ After the war, embittered and hounded by the Polish communist authorities, he became

⁷ On the order of the Ministry of Military Affairs, Józef Piłsudski, from 31 December 1931, all field artillery regiments were renamed light artillery regiments. The 18th Light Artillery Regiment in Komorowo was a unit of the 18th Infantry Division.

⁸ Instytut Historyczny im. gen. W. Sikorskiego (Władysław Sikorski Historical Institute) B I 14F, 18P.A.L., Ppłk Witold Sztark do mgr Włodzimierza Kozłowskiego. Wyciąg z listu z dnia 4 lipca 1968 r. (from a letter of Witold Sztark to Włodzimierz Kozłowski, 4 July 1968): 10.

⁹ From a report from the Central Military Archives in Rembertów: "Formidable and righteous character guided by a moral code [...]. Outstanding intelligence and skills, especially in shooting tra-

a math teacher in the Secondary School in Konin [Żuralski 1994b: 4] and also organized outdoor geometry classes in the city park [Przybycin 2013: 18].¹⁰ In the 1960s he moved to Wrocław. Witold Sztark died on 22 February 1992 in Wrocław on the eve of his 98th birthday.

Another figure in the history of tourism and sightseeing in Konin was Dr. **Roman Ostrzycki** – a chief physician in the Konin municipal hospital and in the Polish Railways Hospital [*Głos Koniński* 1921, 13]. Ostrzycki was born on 25 of August 1851 in Ceków in the Kalisz district. His father Ignacy was a mayor of Ceków. Having finished a middle school in Kalisz Roman Ostrzycki studied medicine at the University of Warsaw. He then completed internships in Vilnius and Saint Petersburg. From around 1880 he resided in Konin, and between 1894 and 1898 in Koło. During World War One he worked as the director of the Holy Spirit Municipal Hospital in Konin.

Roman Ostrzycki combined his professional activities with a passion for sightseeing. His trip to the Tatra mountain lake of Morskie Oko in July 1904 was even reported in the local press [*Tygodnik Zakopiański* 1904, 47: 357]. Ostrzycki was a co-founder of the Konin Section of the Polish Sightseeing Association and served as its first president.

In the years 1911-1920 he was the head of a Voluntary Fire Brigade in Konin. He provided medical services to the city's rich and poor, and often donated his wages to those in need so they could buy the necessary medicaments. Roman Ostrzycki died on 12 September 1921 in Konin after contracting typhus fever [Gruszczyński].

5. Conclusions

The common bond for residents of Konin in partitioned Poland was their active involvement in tourism and sightseeing, and then after Poland regained independence in 1918, in the development of patriotic attitudes and physical activity by way of visiting and learning about natural and cultural attractions of the region, Poland, and Europe.

ining. An expert with very good preparation and experience". Opinion from 23 January 1946: "He can be deployed as a regiment commander, like before the war."

¹⁰ "He was distinguished by his behavior. He conducted his geometry classes like a commander in a training field [...]. His love of the military was shared by some of our colleagues, and a few of them became professional soldiers."

References

- Col, 1905, Czemu się to dzieje? [How Does It Happen?], *Wędrowiec*, 38, 722.
- Dudek D., 2008, Pojęcie turystyki w polskiej tradycji terminologicznej [The Concept of Tourism in Polish Terminological Tradition], *Folia Turistica*, 19, 49.
- Gazeta Kaliska*, 1901, 143.
- Gazeta Kaliska*, 1902, 210, 1 [Z Towarzystwa Wioślarskiego].
- Gazeta Kaliska*, 1902, 210, 2 [Wycieczka Konińskiego Towarzystwa Wioślarskiego do Pyzdr (A trip of the Konin Rowing Association to Pyzdr)].
- Gazeta Kaliska*, 1905, 236, 1 [Regaty kaliskie (Kalisz regatta)].
- Gazeta Kaliska*, 1905, 237, 1 [Sprawozdanie z regat wioślarzy kaliskich odbytych 27 bm. (Report on this month's regatta of Kalisz rowers)].
- Gazeta Kaliska*, 1907, 97, 1 [Ustawa I Kaliskiego Towarzystwa Wioślarskiego zapisana do rejestru stowarzyszeń pod Nr 24 w dniu 1907 (The Kalisz Rowing Association, entry in the associations register 24)].
- Gazeta Kaliska*, 1909, 23, 5.
- Gazeta Kaliska*, 1909, 122, 2.
- Gazeta Kaliska*, 1910, 165, 2 [Regaty wioślarskie (Rowing regattas)].
- Gazeta Kaliska*, 1914, 35, 2 [Oddział Koniński Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego].
- Gazeta Kaliska*, 1917, 38, 5 [Z Konina (From Konin)].
- Gazeta Kaliska*, 1918, 86, 1 [Regaty wioślarskie (Rowing regatta)].
- Gazeta Kaliska*, 1919, 17.
- Głos Koniński*, 1921, 13.
- Gołdyn P. (ed.), 2012, *Słowniczek biograficzny nauczycieli Wielkopolski Wschodniej* [A biographical dictionary of teachers from eastern Wielkopolska], vol. 1, Konin: Ośrodek Doskonalenia Nauczycieli w Koninie.
- Gruszczyński M., Ostrzycki Roman (1851-1921), in: *Mały indeks wielkich ludzi*, <http://www.powazkikonina.lm.pl/maly-indeks-wielkich-ludzi/ostrzycki-roman> [access: 20.09.2017].
- Hejman L., 2004, Urbanowscy w Kowalewku i w Koninie [The Urbanowskis in Kowalewko and Konin], *Przegląd Koniński*, 14, *Koniniana* supplement, 5, 2.
- Instytut Historyczny im. gen. W. Sikorskiego (Władysław Sikorski Historical Institute) B I 14F, 18P.A.L., *Ppłk Witold Sztark do mgr Włodzimierza Kozłowskiego. Wyciąg z listu z dnia 4 lipca 1968 r.* [from a letter of Witold Sztark to Włodzimierz Kozłowski, 4 July 1968], 10.
- Jędrzejczyk K.J., 2013, *Tożsamość narodowa społeczeństwa polskiego po okresie zaborów. Rozważania na przykładzie archeologii w Polskim Towarzystwie Krajoznawczym w latach 1906-1950* [The national identity of Polish society in partitioned Poland on the basis of archeological activities of the Polish Sightseeing Association, 1906-1950], Włocławek: PWST, http://kpbc.umk.pl/Content/81031/tozsamosc_narodowa.pdf [access: 15.09.2017].
- Kalendarz Informacyjno-encyklopedyczny na rok 1904* [1904 Encyclopedic Calendar], Warszawa 1904.

- Karłowicz J., Kryński A., Niedźwiedzki W., 1902, *Słownik języka polskiego* [Dictionary of the Polish Language], vol. 2, Warszawa: Nakład prenumeratorów i kasy im. Mianowskiego.
- Konin moje miasto [My town Konin], 1986, Poznań: Krajowa Agencja Wydawnicza.
- Łobozewicz T., 1997, *Propedeutyka turystyki* [Introduction to Tourism], Warszawa: Wyd. AWF.
- Łuczak M., 1988, Rozpoczynali od nauki wiosłowania [They began with rowing training], *Przegląd Koniński*, 12, 9.
- Meller S., 1925, *Towarzystwo Ratowania Tonących* [Water Rescue Society], Konin: unpublished manuscript 25 April 1925 (in author's archives).
- Miller A.J., 2013, *Stulecie krajoznawstwa konińskiego 1913-2013. Zbiór dokumentów, opisów, wspomnień i relacji* [One Hundred Years of Sightseeing in Konin, 1913-2013. Documents, descriptions, memoirs, reports], Konin: MAWI.
- Poznański Z., 1976, Uwagi o życiu i twórczości Zofii Urbanowskiej [Remarks on the life and works of Zofia Urbanowska], *Rocznik Wielkopolski Wschodniej*, vol. 4, 15.
- Przybycin W., 2013, Listy do redakcji [Letters to Editors], *Przegląd Koniński*, 36, *Koniniana* supplement, 8, 2.
- PTK 1913, Oddział Koniński [The Konin section], *Rocznik Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego*, VII, 80.
- Ruch*, 1909, 14, 11 [Ze stowarzyszeń].
- Rusin S., 2008, *Znani i nieznani w Koninie* [The known and unknown ones in Konin], Konin: Wyd. Miejskiej Biblioteki Publicznej.
- Rybczyński P. (ed.), 1989, *Wspomnienia Wincentego Grętkiewicza. Wszystko co nasze Polsce oddamy...*, [Memoirs of Wincenty Grętkiewicz. All we have we give to Poland...] *Przegląd Koniński*, 1, 7.
- Statut Towarzystwa Ratowania Tonących [The Statute of the Water Rescue Society].
- Strzemżalski L., *Konińskie Towarzystwo Wioślarskie najstarsza organizacja wodniacka w Polsce* [The Konin Rowing Association: the Oldest Aquatic Organization in Poland], unpublished manuscript (in author's archives).
- Sztark W., 1935, *Zarys mechaniki jako wstęp do balistyki* [Outline of mechanics as an introduction to ballistics], vol. 1, Warszawa: Instytut Badań Materiałów Uzbrojenia.
- Tygodnik Zakopiański*, 1904, 47, 357.
- Warszyńska J., Jackowski A., 1978, *Podstawy geografii turystyki* [Introduction to geography of tourism], Warszawa: PWN.
- Wieczorek E., *Krajoznawstwo nauką w służbie badania przestrzeni* [Sightseeing as a Study of Spaces], 2002, https://khit.pttk.pl/index.php?co=tx_krajoznawstwo [access: 15.09.2017].
- Wielkopolski alfabet pisarek* [An alphabet of Wielkopolska women writers], 2012, Poznań: Wyd. Wielkopolskiej Biblioteki Publicznej w Poznaniu.
- Zdzieniecki J., 1987, *Gawędy Siekiel-Zdzienieckiego (3)* [Siekiel-Zdzieniecki's tales], *Przegląd Koniński*, 4, 7.
- Żuralski J., 1994a, *18 Pułk Artylerii Lekkiej. Zarys historii wojennej pułków polskich w kampanii wrześnieowej* [18th Light Artillery Regiment. An outline military history of Pol-

- ish regiments during the Invasion of Poland of 1939], vol. 44, Pruszków: Oficyna Wydawnicza "Ajaks."
- Żuralski J., 1994b, Płk inż. Witold Sztark (1894-1992), przywracanie pamięci [Colonel Witold Sztark (1894-1992) restoring memory], *Polska Zbrojna*, 53, 4.
- Życie Warszawy*, 1969, 277, 37 [Spotkanie kombatantów 18 PAL (Reunion of 18th Light Artillery Regiment veterans)].

Pionierzy turystyki krajoznawczej z Konina

Streszczenie. W polskiej historiografii działalność propagatorów rozwoju turystyki w Koninie nigdy nie była przedmiotem zainteresowania regionalnych historyków ani historyków kultury fizycznej. Ostatnio jednak zainteresowanie to wydaje się rosnąć. Świadczy o tym popularne opracowanie omawiające 100-letnie tradycje turystyczne w Koninie. Wciąż brakuje jednak badań biograficznych najważniejszych animatorów turystyki w Koninie i ich szczególnego wkładu w rozwój turystyki w okresie międzywojennym i po drugiej wojnie światowej. W opracowaniu przedstawiono krótkie biografie czołowych działaczy turystyki z przemysłowego miasta Konina, związanych z różnymi formami turystyki. Materiały wykorzystane w badaniu pochodzą z archiwum państwowego w Koninie, artykułów z czasopism, wspomnień i różnych raportów. Wykorzystywano także dane ze zbiorów prywatnych, w tym korespondencję osobistą i wycinki prasowe, w szczególności materiały autorstwa Andrzeja Józefa Millera.

Słowa kluczowe: turystyka, zwiedzania, kultura fizyczna, historia, biografie, Konin

Wymogi edytorskie Wydawnictwa WSB w Poznaniu

Tekst

- kompletny, 1 wydruk oraz plik (*.doc lub *.rtf)
- pozbawiony fragmentów pozwalających zidentyfikować autora, np. *Jak wskazałem w pracy...* należy zastąpić formą bezosobową: *Jak wskazano w pracy...*

Układ tekstu

- imię i nazwisko autora, stopień/tytuł naukowy
- afiliacja
- telefon, e-mail, adres
- tytuł artykułu po polsku i angielsku
- streszczenie po polsku i angielsku (do 1000 znaków ze spacjami)
- słowa kluczowe po polsku i angielsku (do 8 słów)
- wstęp
- tekst główny podzielony na rozdziały opatrzone tytułami
- zakończenie (wniosek)
- bibliografia

Objętość – do 1 arkusza wydawniczego wraz z rysunkami i tabelami (ok. 22 stron)

Marginesy – 2,5 cm z każdej strony

Numeracja stron – ciągła, u dołu strony

Tekst główny

- czcionka Times New Roman z polskimi znakami, 12 pkt
- odstęp między wierszami – 1,5 wiersza
- wyróżnienia – pismem półgrubym
- słowa obcojęzyczne – kursywą
- nazwiska użyte po raz pierwszy – pełne imię i nazwisko, kolejne przywołanie – samo nazwisko
- skróty – za pierwszym razem pełny termin, a skrót w nawiasie; dalej – tylko skrót, np. *jednostki samorządu terytorialnego (JST)*
- liczby do 4 cyfr – bez spacji i kropek (5000, a nie: 5.000 czy 5 000), liczby powyżej 5 cyfr – ze spacjami co 3 cyfry, licząc od prawej (5 000 000, a nie: 5.000.000)
- w liczbach dziesiętnych – przecinek, nie kropka (z wyjątkiem tekstów angielskich)

Przypisy bibliograficzne

• umieszczone w tekście w nawiasach kwadratowych: nazwisko autora/redaktora, rok, strony:

[Meyer 2010: 31-40] lub [Dubisz (red.) 2003: t. 3, 104]

• jeśli autorów jest więcej niż trzech, należy podać tylko nazwisko pierwszego z nich, a po nim: i in.:

[Kaczmarek i in. 2005: 56-67]

• jeśli brak nazwiska autora/redaktora, należy podać kilka pierwszych słów tytułu książki/dokumentu:

[Zmiana studium uwarunkowań 2008]

• jeśli przywoływane są raporty, analizy itp., to należy podać nazwę instytucji i rok:

[Eurostat 2014] lub: [GUS 2015]

• w przypisie można zawrzeć dodatkowe informacje, np.:

[por. Hądzik 2009: 38] lub: [cyt. za Szromek 2010: 52]

• jeśli odwołanie dotyczy więcej niż jednej publikacji, należy je wymienić w kolejności chronologicznej:

[Mansfeld 1987: 101-123; Jagusiewicz 2001: 40-73; Meyer 2010: 89-101]

• jeśli autor wydał w danym roku więcej niż jedną publikację, to po dacie należy dodać kolejne litery alfabetu, np.

[Nowak 2014a, 2014b]

Przypisy objaśniające, polemiczne, uzupełniające tekst główny oraz **przywołujące akty prawne, wyroki i orzeczenia sądów i adresy stron WWW** – numerowane kolejno i **umieszczone u dołu strony**, czcionka 10 pkt, interlinia pojedyncza.

Bibliografia

- pozbawiona numeracji
- uporządkowana alfabetycznie według nazwisk autorów/redaktorów i tytułów prac niemających autora/redaktora, a jeśli jest więcej prac jednego autora, to należy je zestawić chronologicznie wg dat wydania
- **artykuł w czasopiśmie** – nazwisko autora, inicjał imienia, rok, tytuł artykułu (prosto), *tytuł czasopisma* (kursywą), nr czasopisma, zakres stron:
Borek M., 2000, Rola technik sekurytyzacyjnych, *Bank*, nr 12: 53-55.
- **pozycja książkowa** – nazwisko autora/redaktora, inicjał imienia, tytuł książki (*kursywą*), miejsce wydania: wydawnictwo:
Janowska Z., 2002, *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Warszawa: PWE.
- **rozdział pracy zbiorowej** – nazwisko autora rozdziału, inicjał imienia, rok, tytuł rozdziału (prosto), w:, inicjał imienia, nazwisko redaktora + (red.), *tytuł pracy zbiorowej* (kursywą), miejsce wydania: wydawnictwo, zakres stron:
Michalewicz A., 2001, Systemy informacyjne wspomagające logistykę dystrybucji, w: K. Rutkowski (red.), *Logistyka dystrybucji*, Warszawa: Difin, 102-123.
- **akt prawny**
Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym, t.j. Dz.U. 2001, nr 142, poz. 1591.
Ustawa z dnia 19 listopada 1999 r. Prawo działalności gospodarczej, Dz.U. nr 101, poz. 1178 z późn. zm.
Dyrektywa Rady 2004/67/WE z dnia 26 kwietnia 2004 r. dotycząca środków zapewnających bezpieczeństwo dostaw gazu ziemnego, Dz. Urz. UE L 127 z 29.04.2004.

• raporty, analizy

GUS, 2015, *Pomorskie w liczbach 2014*, Gdańsk.

• źródło z Internetu

(w nawiasie pełna data korzystania ze strony WWW):

www.manpowergroup.com [dostęp: 28.05.2015].

Ilustracje

- edytowalne, wyłącznie czarno-białe,
- rysunki, wykresy i schematy – w plikach źródłowych (*.xls lub *.cdr)
- zdjęcia – w plikach źródłowych (najlepiej *.tif), rozdzielczość min. 300 dpi
- opatrzone numerem oraz źródłem (np. *opracowanie własne*)
- pozbawione napisów: półgrubych, wersalikami, białych na czarnym tle, czarnych wypełnień, dodatkowych ramek
- z odwołaniem w tekście (np. *zob. rys. 1*, a nie: *zob. rysunek poniżej/powyżej*)
- z objaśnieniem użytych skrótów

Tabele

- ponumerowane, opatrzone tytułem oraz źródłem (np. *opracowanie własne*)
- z odwołaniem w tekście (np. *zob. tab. 1*, a nie: *zob. tabela poniżej/powyżej*)
- każda rubryka wypełniona treścią
- skróty użyte w tabeli – objaśnione pod nią

Wzory matematyczne

- przygotowane w programie Microsoft Equation 3.0
- poprawnie zapisane potęgi i indeksy
- zmienne – kursywą, liczby i cyfry – pismem prostym
- znak mnożenia to: · lub × (nie gwiazdka czy „iks”)
- pisownia jednostek – według układu SI
- symbole objaśnione pod wzorem

The WSB University Press Instructions for Authors Submitting Their Contributions in English

General requirements

- only complete submissions are accepted – single printed copy and electronic source file (*.doc or *.rtf format)
- ensure your text contains no phrases by which your authorship could be identified, e.g. *In my 2008 book I pointed out...* is not allowed and should be replaced with e.g. *In his 2008 book John Smith pointed out...*

Text layout

- author's first and last name, academic degree/title
- organization/institution (if applicable)
- phone number, e-mail address, mailing address
- title of book/paper in English and Polish
- summary in English and Polish (up to 1000 words including spaces)
- keywords in English and Polish (up to 8 words)
- introduction
- body text – organized into chapters, each with unique title
- conclusion (findings, recommendations)
- bibliography – complete list of sources referenced

Size limit – up to 40 000 characters (roughly 22 pages, 1800 characters per page) including tables and figures

Margins – 2.5 cm each

Page numbering – continuous throughout the text, using Arabic numerals, placed at the bottom of page (footer)

Body text

- typeface: Times New Roman, 12 pts
- line spacing: 1.5 line
- highlights or emphasis: apply **bold print**
- foreign (non-vernacular) words and expressions: *italicized*
- people's names: give full name (including all given names and last name) at first mention; for any further references – quote last name only
- abbreviations and acronyms: when first used, give complete phrase (name), including its abbreviation in brackets, e.g. *Information and Communication Technology (ICT)*; onwards – use abbreviation only
- numbers consisting of up to 4 digits: use no thousands separator (5000 rather than 5,000 or 5 000); numbers composed of 5 or more digits – insert space every three digits starting from right (5 000 000 rather than 5,000,000)
- decimal fractions should be separated by points (2.25)

In-text citations

- placed within the text and enclosed in square brackets: author's/editor's last name, publication year [colon], page or page range, e.g. [Meyer 2010: 31-40] or [Dubisz (ed.) 2003: vol. 3, 104]
- when there are more than three authors, give name of first (primary) author only, followed by the phrase *et al.*: [Kaczmarek et al. 2005: 56-67]
- in case no author/editor is indicated, three to five initial words from title (of published work) should be quoted instead: [The Norton Anthology 2012]
- if reports or studies are referenced, name of sponsoring institution and year of publication should be given: [Eurostat 2014] or [GUS 2015]
- additional information may be included if deemed necessary or appropriate, e.g.: [cf. Hadzik 2009: 38] or [as cited in Szromek 2010: 52]
- when simultaneously referencing more than single source, quote these in chronological order, separating them with semicolons: [Mansfeld 1987: 101-123; Jagusiewicz 2001: 40-73; Meyer 2010: 89-101]
- if citing multiple works published by same author in same year, subsequent letters of alphabet should be appended to publication year to disambiguate the references, e.g.: [Nowak 2014a, 2014b]

Other references and footnotes

- any additional **comments or explanations**, references to **legislation, court rulings and decisions**, as well as links to **Websites** that are provided outside body text must be numbered consecutively and placed at the **bottom of page (footnote)**
- footnotes should be typeset in 10 pt font with single line spacing

Bibliography

- apply no numbering
- order all items alphabetically by last name of author/editor, or by title of cited work in case authorship is not indicated; if more than single work by same author is referenced, order these chronologically by publication date
- **journal articles** – author's last name and first name initial, publication year, title of article [no italics], *name of periodical [italicized]*, volume/issue [colon], page range:
Spenner P., Freeman K., 2012, To keep your customers, keep it simple, *Harvard Business Review*, 90(5): 108-114.
- **books** – last name and first name initial of author/editor, publication year, *title of book [italicized]*, place of publication [colon], publisher:
Lane W.R., King K.W., Reichert T., 2011, *Kleppner's Advertising Procedure*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- **chapters in edited books** – last name and first name initial of chapter author, publication year, title of chapter [not italicized], in: first name initial(s) and last name(s) of editor(s) (ed. or eds.), *title of edited book [italicized]*, place of publication [colon], publisher, page range:
Cornwall W., 1991, The Rise and Fall of Productivity Growth, in: J. Cornwall (ed.), *The Capitalist Economies: Prospects for the 1990s*, Cheltenham, UK: Edward Elgar, 40-62.
- **legislation**
Council Directive 90/365/EEC of 28 June 1990 on the right of residence for employees and self-employed persons who have ceased their occupational activity.
Act of 4 February 1994 on Copyright and Related Rights, Journal of Laws No. 24, item 83, as later amended.
- **studies and reports**
World Energy Council, 2013, *World Energy Resources: 2013 Survey*, London.
- **online sources** [in square brackets, indicate when website was last accessed]
www.manpowergroup.com [accessed May 28, 2015]

Artwork and graphics

- editable, in black and white only, with no shading
- drawings, graphs and diagrams must be supplied in their native electronic formats (*.xls or *.cdr)
- photographs – supply source files (preferably *.tif); minimum resolution: 300 dpi
- number all graphical components consecutively using Arabic numerals
- for any artwork that has already been published elsewhere, indicate original source (or otherwise state *Source: own*)
- apply no lettering in white against black background, whether in bold or italics, and no black fills or excess frames
- if figure is referenced in the text, use its number rather than expressions such as "above" or "below" (e.g. *cf. Fig. 1*, not: *see figure above/below*)
- provide explanation of any abbreviations used

Tables

- numbered consecutively and consistently using Arabic numerals
- including caption and reference to data source (e.g. *Author's own research*)
- use its number to refer to table in the text rather than expressions such as "above" or "below" (e.g. *cf. Table 1*, not: *see table above/below*)
- with no blank cells
- any abbreviations used must be expanded below table

Mathematical formulas

- processed using Microsoft Equation 3.0
- special attention should be given to correct placement of any sub- or super-scripts
- variables – in *italics*; numbers and digits – in normal font style
- use "." or "x" only as the multiplication sign (rather than e.g. asterisk or letter X)
- quantities should be represented in SI units only
- any symbols must be explained below formula