

część 2
KULTURA JAKO CZĘŚĆ PRODUKTU TURYSTYCZNEGO
REGIONU

Armin Mikos von Rohrscheidt

NOWOCZESNE TRASY MIEJSKIE
JAKO FORMA PREZENTACJI HISTORII
I KULTURY ORAZ OFERTA TURYSTYCZNA

1. Wstęp

Turystyka miejska, należąca do klasycznych form aktywności turystycznej, cieszy się do dziś nieśląbnącym powodzeniem. Dla Polski rozwijanie turystyki w miastach stanowi jeden z oficjalnie uznanych priorytetów w zakresie gospodarki turystycznej w ogóle. Sformułowanie oficjalnego dokumentu strategicznego, ujmując „turystykę miejską i kulturową” jako jeden z pięciu produktów markowych polskiej turystyki, wydaje się symptomatyczne: sugeruje ono, że to właśnie odwiedzanie miast autorzy narodowej strategii od lat rozumieją jako jądro całej turystyki kulturowej na terenie naszego kraju (*Strategia...* 1997) oraz dziedzinę wymagającą specjalnego wsparcia (*Kierunki rozwoju...* 2008).

Mierząc w liczbach absolutnych, turyści przybywający do miast wszystkich kontynentów są liczniejsi niż kiedykolwiek wcześniej, natomiast światowe prognozy dla całej szeroko pojętej turystyki kulturowej, której jedną z najpopularniejszych form stanowi zwiedzanie miast, są optymistyczne (Mikos von Rohrscheidt 2008a). Jednak w kontekście nieustannych i szybkich przemian globalnej społeczności w najróżniejszych aspektach (m.in. w odniesieniu do poziomu wykształcenia i horyzontów intelektualnych, możliwości podróżowania, popytu na nowoczesne produkty i ekscytujące przeżycia, wzrastającej świadomości kulturowej i ekologicznej), oczywiste wydaje się stwierdzenie, że odpowiedzialni za tworzenie i funkcjonowanie oferty turystycznej w miastach nie powinni czuć się zwolnieni z obowiązku ciągłego obserwowania trendów popy-

towych i konieczności zaspokajania rzeczywistych potrzeb turystów, a tym samym udoskonalania własnych produktów oraz tworzenia nowych, unikatowych, przyciągających kolejne grupy i generacje turystów (Smith 2007; Kaczmarek J. i S. 2009).

Turystyczne trasy miejskie stanowią – obok najbardziej znanych obiektów dziedzictwa kulturowego, miejskich eventów kulturalnych i rozrywkowych, muzeów i centrów handlowych – specyficzny rodzaj oferty dla zainteresowanych zwiedzaniem miast. Autor niniejszego artykułu postawił sobie za zadanie dokonanie analizy tego właśnie typu zorganizowanych lokalnych szlaków turystycznych oraz wskazanie na ich możliwości w kontekście nowoczesnej turystyki kulturowej.

2. Turystyka miejska – historyczny i nadal istotny segment turystyki kulturowej

Podróżowanie do miast, niezwiązane z celami zarobkowymi, zatem mające charakter określany dziś jako turystyczny, znane jest już od czasów starożytnych (Mikos von Rohrscheidt 2008a). Motywy odwiedzania miast bywały różne. Od najdawniejszych czasów udawali się do nich pielgrzymi. Symbolem tej formy miejskiego pielgrzymowania niech będzie starożytna mniszka Egeria, zwiedzająca pod koniec wieków Jerozolimę śladami Chrystusa po stacjach liturgii Wielkiego Tygodnia (Staniecki 1993).

Później do pielgrzymów dołączyli żądni nauki i poznania wielkiego świata młodzieńcy (jak choćby M. Kopernik czy J. Kochanowski), ale też tysiące wędrujących w poszukiwaniu nowych umiejętności czeladników najróżniejszych rzemiosł (Mikos von Rohrscheidt 2008a). Ich śladami podążyli ku miastom synowie wielkich rodów w ramach swoich „Grand Tours” (Steinecke 2007), a także odkrywcy lub fascynaci dawnych kultur. Tu przykładem niech będzie J.W. Goethe z jego wielką, mistrzowsko zrelacjonowaną podróżą włoską (Goethe 1992).

W XIX w. masowo ruszyli w podróż przedstawiciele nowej klasy posiadającej, sami zaludniającej wciąż rosące nowoczesne miasta, chcący zobaczyć w ich przestrzeni słynne symbole własnej i obcych kultur, a także wydarzeń wielkiej historii. Dla nich to Karl Baedeker opracowywał swoje przewodniki (MacCannell 2002).

Na odkrywanie miast z nowym „kluczem” podążyli w XX w. miłośnicy wielkiej literatury (Delaney 1981). Dzisiejsi turyści poszukują ponadto cennych zbiorów sztuki współczesnej, zlokalizowanych w miejskich muzeach i na wystawach (Buczowska 2008), interesujących wydarzeń kulturalnych i rozrywkowych, możliwości nieszablonowych zakupów oraz różnorodnych atrakcji miejskiego życia nocnego (Steinecke 2007).

Ponadto w mobilnym świecie naszych czasów liczni turyści miejscy odwiedzają ośrodki znane w skali światowej czy krajowej niekoniecznie z motywów poznawczych, przeżyciowych czy rozrywkowych, ale w ramach realizacji pewnego „wzorca”, powszechnego dla danego kręgu kulturowego, na zasadzie „zaliczenia”. Jednak także oni oczekują od swojej turystycznej destynacji takiego stopnia atrakcyjności i właściwych usług, by mogli spędzić tam przyjemnie swój wolny czas, poświęcony na podróż (a tym samym „zainwestowany”) dla zadośćuczynienia kulturowym standardom (Kaczmarek J. i S. 2009).

Dzisiejsza turystyka miejska stanowi zatem jeden z filarów turystyki kulturowej zarówno w elitarnym, jak i w powszechnym znaczeniu tego słowa i jest postrzegana jako jej klasyczna już forma (*City tourism...* 2005; Steinecke 2007; Buczowska 2008; Mikos von Rohrscheidt 2008a). W kontekście współczesnych trendów w dziedzinie turystyki, takich jak rosnące wymagania odnośnie do komfortu podróży i pobytu, zainteresowanie krótszymi, lecz częstszymi wyjazdami, nastawienie konsumentów na elementy przeżyciowe oraz wykorzystanie lokalnej oferty kultury wysokiej lub popularnej, miasta nadają się idealnie do planowania i realizacji takich wypraw (Opaschowski 1989). Z kolei zauważalna dążność coraz liczniejszych turystów do wybierania oryginalnych celów swoich podróży (Weber 2000) zwiększa szanse mniej dotychczas znanych ośrodków na sukces w nowej roli: jako destynacji turystyki miejskiej.

W świetle analiz popytu turystycznego nie dziwi więc fakt, że w najbliższym czasie – obok klasycznych zorganizowanych wycieczek – to właśnie krótkoterminowe (weekendowe, kilkudniowe) indywidualne wyjazdy do atrakcyjnych turystycznie miast, określone mianem *city break*, realizowane zarówno w skali międzynarodowej, jak i krajowej, będą dostarczały miastom najliczniejszej rzeszy turystów (Nieżgoda, Zmyślony 2006; Mikos von Rohrscheidt 2008a). Jedną z atrakcyjnych propozycji dla takich właśnie niezależnych turystów miejskich mogą być historyczne lub tematyczne trasy turystyczne.

Zachowując autonomię indywidualnego turysty, wybierającego zarówno czas i długość zwiedzania (w tym dowolne przerwy), jak i liczbę zwiedzanych miejsc i obiektów, oferują one przemyślane i realistyczne w odniesieniu do faktycznych warunków propozycje spaceru, a nawet (jeśli posiadają rozbudowane moduły) całodziennego pobytu. Jednocześnie nadają się one jako gotowe elementy programu dla grup zorganizowanych, zapewniając touroperatorom gotową propozycję pobytu na terenie konkretnego miasta, a często także transfer grupy w ramach trasy, usługę przewodnicką i rezerwację poszczególnych usług (wstępy, krótkie imprezy).

3. Miasto a współczesna turystyka kulturowa: oczekiwania i zagrożenia

Badacze współczesnej turystyki kulturowej formułują jej oczekiwania w stosunku do miast jako swoich destynacji. Poniżej zaprezentowano zestawienie najważniejszych z nich.

Postulaty o charakterze ogólnym w odniesieniu do destynacji turystycznej. Realizacja celu ekonomicznego turystyki (zysku) wymaga od odpowiedzialnych za destynację (w tym wypadku za ofertę turystyczną miasta) rozwinięcia produktu turystycznego do takiej postaci, by stał się on atrakcyjny dla współczesnego turysty. Oznacza to nie tylko tworzenie warunków sprzyjających zaspokojeniu potrzeb na miejsca noclegowe w pełnym wachlarzu kategorii oraz wspieranie rozwoju sieci gastronomicznej w jej licznych klasach i segmentach, w tym także regionalnej i tradycyjnej. Równie ważny jest element infrastruktury komunikacyjnej (dworce, parkingi, proturystycznie zaplanowana komunikacja miejska) (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005), a także system informacji, w który wpisują się również w różny sposób wyznaczone i opisane trasy miejskie.

Postulaty wynikające z potrzeb turystyki kulturowej. Zadaniem miast jest wyeksponowanie dziedzictwa kulturowego, znajdującego się na ich obszarze (Maitland 2007) oraz dostarczenie możliwości bezpośredniego, osobistego spotkania z nim przez turystów (Kramer 1993).

Taka ekspozycja może dokonać się m.in. przez ustanowienie kulturowej trasy miejskiej o charakterze ogólnym.

Miejskie destynacje powinny zadbać o pokazanie przyjezdnym swego rodzaju *unicum* miejsca, jego tożsamości (Ploger 2001). Ta tożsamość wyraża się zarówno w wymiarze materialnym, jak i duchowym, zatem prócz niepowtarzalnych miejsc i jedynych w swojej formie obiektów lub monumentów, obejmuje także specyficzną atmosferę (tradycje, typowe sposoby życia i bycia), specyficzne cechy funkcjonowania miejskiego organizmu, wszystko to, co wspólnie z lokalną historią tworzy *genius loci* – trudno definiowalny zespół czynników, decydujący o niepowtarzalności życia (i pobytu) właśnie w tym miejscu. Niepowtarzalność zaś stanowi ważną wartość dodaną w subiektywnym odbiorze turysty kulturowego. W postulacie prezentacji *genius loci* zawarta jest wskazówka dla konstrukcji tras turystycznych, które powinny obejmować miejsca i obiekty najbardziej charakterystyczne i identyfikujące miasto.

Miasta powinny gościom-turystom opowiadać swoje historie. Obok powszechnie znanej czy może wyjątkowej w swym przebiegu historii lokalnej, potwierdzonej świadectwami dokumentów i budowli, mogą i powinny one pokazywać także swoją rodzimą mitologię i legendę, elementy „pamięci ludowej” i anegdoty, a nawet popularnej fantazji (Fainstein, Judd 1999). Historia miasta nie musi być przy tym jedna. Może ona – obok głównego wątku – być opowiadana w biografiami niezwykłych mieszkańców, w relacjach wielkiej i lokalnej literatury, w wątkach tematycznych związanych np. z konkretnymi wydarzeniami albo dziedzinami (militaria, kulinaria itp.). W tym postulacie ukryta jest kolejna dyrektywa dotycząca struktury historycznych i tematycznych tras miejskich: przy swoich kolejnych stacjach tekstami (czy ustami) swoich przewodników nie powinny one turystów pouczać, lecz swobodnie opowiadać i tworzyć właściwą atmosferę dla niewymuszonego odbioru tej opowieści.

Miasto goszczące turystów powinno im dostarczyć rozrywki (Kramer 1993). W myśl charakteryzującej współczesną turystykę zasady „3E”: *entertainment, excitement, education* (Tourism 2020... 1999) rozrywka ta nie powinna być realizowana w oddzieleniu od zwiedzania, lecz jej elementy powinny być obecne w samym turystycznym spotkaniu z miastem. Oznacza to wymóg rozszerzania oferty klasycznej trasy turystycznej o wątki fabularyzowane i elementy przeżyciowe (jak tzw. *mikroeventy*, czyli krótkie pokazy, występy, koncerty, prezentacje, degustacje). Reali-

zając tego postulatu można by określić mianem eventyzacji miejskiej oferty turystycznej.

Niezależnie od usług o charakterze niematerialnym, nowoczesna turystyka miejska zawiera niemal zawsze element shoppingu (Mikos von Rohrscheidt 2008a). Materialna pamiątka lub prezent dla bliskich stały się dziś nieodzownym „trofeum” z wyprawy miejskiej. W różnych odmianach i na różnych poziomach, w zależności od profilu turystów i ich materialnych zasobów, miasta powinny zapewnić estetyczne i komfortowe miejsca sprzedaży, a także unikatowe (a jeszcze lepiej, jeśli także funkcjonalne) produkty, jednoznacznie kojarzone z miejscem ich zakupu lub regionem. Miejska trasa turystyczna powinna także mieć w swych ramach wyraźnie wskazane miejsce na takie zakupy.

Zagrożenia wynikające ze współczesnej turystyki miejskiej. Problem tzw. „turystycznej bańki mydlanej”, opisywany szerzej w literaturze fachowej (Fainstein, Judd 1999; Mikos von Rohrscheidt 2008a), polega na takim projektowaniu przestrzeni turystycznych w miastach, które łącząc na niewielkich obszarach (np. historyczne centra miast) elementy dziedzictwa kulturowego, atrakcji innego rodzaju, rozrywki i koniecznych usług może doprowadzić do powstania swoistych dzielnic-hybrid, przez swą chaotyczną zabudowę „uzupełniającą” pozbawionych autentyczności i odciętych od pozostałych części żywego organizmu miejskiego. Trasy turystyczne mogą być – choć tylko w ograniczonym stopniu – pomocne w działaniach zapobiegających powstaniu takiej sytuacji. Integrując część atrakcji i usług na zaplanowanej i wyznaczonej przestrzeni oraz ustanawiając standardowy program i przebieg ich zwiedzania mogą wpłynąć na utrzymanie niepożądanych elementów w pewnym oddaleniu od najcenniejszej substancji kulturowej i historycznej.

Miastom masowo odwiedzanych przez turystów zagraża dosłowne „zadeptanie” obszarów i obiektów (Kramer 1993), czyli bezpowrotne zniszczenie zabytków lub zniekształcenie krajobrazu miejsc historycznych albo trwałe uszkodzenie dzieł sztuki w muzeach. Dla zapobieżenia takiemu scenariuszowi konieczne jest planowane sterowanie potokiem zwiedzających oraz rozproszenie czasowe zwiedzania najcenniejszych instytucji kulturalnych i pomników historii, dokonywane za pomocą systemu tras opcjonalnych, zachęt i ograniczeń (Mikos von Rohrscheidt 2008a). Trasy miejskie, a zwłaszcza funkcjonujące w ich ramach dodat-

kowe moduły usług na zamówienie i system rezerwacji dla grup, mogą przyczynić się do lepszej reglamentacji ruchu turystycznego.

Realnym zagrożeniem jest pogorszenie standardów życia miejskiego (Kramer 1993). Od dawna już postulowane jest przez badaczy takie planowanie turystyki w miastach, by była ona do zniesienia przez ich mieszkańców i by nie przekroczone granic wytrzymałości tych żywych organizmów (Van den Borg, Costa, Gotti 1996). Konieczne jest zatem przemyślane planowanie turystyki, polegające m.in. na rozmieszczeniu oraz ustaleniu stopnia „zagęszczenia” turystów w danej społeczności (MacCannell 2002). Pomocne mogą być w tym miejskie trasy turystyczne, dzięki którym dokonuje się swego rodzaju „kanalizacja” ruchu odwiedzających.

4. Specyfika miejskich tras turystycznych jako unikatowych produktów turystyki miejskiej

4.1. Czym jest miejska trasa turystyczna?

Jako punkt wyjścia porządkującego określenia zakresu pojęcia „miejskiej trasy turystycznej” należy przyjąć szerszą znaczeniowo definicję szlaku turystycznego (Stasiak 2006). Trasy bowiem, jako ciągi wyznaczone w przestrzeni, posiadające strukturę linearną i służące penetracji turystycznej, bez wątplenia spełniają kryteria szlaku.

Natomiast w celu dalszego uściślenia pojęcia trasy miejskiej przyjmujemy tutaj jedną z proponowanych w ostatnich latach w polskiej literaturze fachowej definicji, wskazującej na specyfikę tras lokalnych jako szczególnych typów szlaków turystycznych. Zgodnie z nią trasy lokalne to „wszystkie szlaki turystyczne, obejmujące swym zasięgiem tylko jedną miejscowość lub gminę” (Mikos von Rohrscheidt 2008a). Tym samym za miejską trasę turystyczną możemy uznać „każdy lokalny szlak turystyczny, wyznaczony na terenie tylko jednej miejscowości o charakterze miejskim lub jedynie na części jej obszaru”.

Można więc stwierdzić, że turystyczna trasa miejska to szczególny przypadek szlaku turystycznego, którego istotnymi cechami są: ograniczenie zasięgu do jednostki terytorialnej, specyficzny sposób przebiegu, wynikający z miejskiego charakteru tej jednostki, w większości przypadków także specyfika tematyki kulturowej, wynikająca z konkretnych

zasobów (atrakcji turystycznych), stanowiących podstawę wyznaczenia i funkcjonowania trasy.

Decydujący wpływ określonego rodzaju dziedzictwa danego obszaru na tematykę, charakter i przebieg szlaku turystycznego stwierdza A. Stasiak (2006), akcentując jednocześnie unikatowość każdego szlaku turystycznego, który stanowi ofertę mogącą być „produkowaną” i konsumowaną tylko w jednym miejscu na świecie. Stwierdzenie to odnosi się oczywiście w całej rozciągłości do tras miejskich, w przypadku których – z uwagi na różnorodność historycznej genezy miast i istniejących współcześnie składowych ich materialnej i niematerialnej substancji kulturowej – owa niepowtarzalność unaocznia się najłatwiej. Więcej nawet: unikatowość może być potwierdzona w miastach w sposób szczególnie oczywisty, a nawet widowiskowy, a to dzięki integracji w trasy miejskie licznych dodatkowych ofert regularnych eventów i towarzyszących zwiedzaniu mikroeventów turystycznych oraz dzięki zastosowaniu elementów fabularyzacji zwiedzania.

4.2. Rodzaje miejskich tras turystycznych

Przy zastosowaniu kryteriów zakresu tematycznego oraz odniesienia do prezentowanych w ramach tras miejskich atrakcji można wyróżnić zasadnicze trzy typy turystycznych tras miejskich:

Ogólne miejskie trasy historyczne, eksponujące kolejne epoki lub/i ważne wydarzenia z dziejów danej miejscowości. Wśród nich da się z kolei wyróżnić trakty historyczne, stanowiące autentyczne szlaki miejskie, bazujące na prawdziwej sieci komunikacyjnej i często stanowiące miejsce historycznych wydarzeń, takich jak wjazdy triumfalne, parady wojskowe, potwierdzone źródłowo w literaturze naukowej i/lub pięknej (np. trasa turystyczna w Trewirze, a w Polsce m.in. krakowska Droga Królewska czy warszawski Trakt Królewski) oraz trasy historyczne wyznaczone wtórnie, prezentujące wprawdzie miejskie „historie”, nieposiadające jednak struktury faktycznego szlaku historycznego (np. Soweto w RPA – Ramchander 2007).

Miejskie trasy monotematyczne, prezentujące wyodrębnione miejskie „tematy”, wyróżnione tym samym z pozostałej substancji dziedzictwa kulturowego. Do takich należą np. opisana w artykule trasa historii jazzu w Nowym Orleanie czy krótka miejska ścieżka dydaktyczna „Szubieni-

czne Wzgórze” w czeskim Becovie (*Naucna stezka* 2009). W Polsce do tej grupy można zaliczyć m.in. wirtualną miejską trasę krakowską „Ścieżkami Jana Pawła II” (*Magiczny Kraków* 2009) czy szereg także wirtualnych tras tematycznych po Poznaniu, proponowanych w stałej ofercie Biura KulTour.pl (KulTour.pl 2009). W ramach tej grupy funkcjonują liczne lokalne trasy biograficzne, trasy literackie (np. dublińska trasa „Ulisses” Joyce’a (Delaney 1981), czy trasy historycznych umocnień, jak Trasa Wenzla w Luksemburgu (Savin 2000). Ta ostatnia zaliczana jest nawet do elitarnej grupy Szlaków Kulturowych Rady Europy.

Miejskie trasy multitematyczne, stanowiące rodzaj lokalnych zbiorów obiektów atrakcyjnych, niezależnie od ich odniesienia do dziejów miejscowości, regionu czy konkretnej tematyki. Przykładem takiej trasy może być „Cultural Avenue of Budapest” (Puczko, Ratz 2007), w Polsce zaś (niezależnie od swej sugerującej inny stan rzeczy nazwy) Trakt Królewsko-Cesarski w Poznaniu, a także Miejska Trasa Turystyczna w Szczecinie, dwie trasy turystyczne po toruńskiej Starówce i inne. Ten typ trasy miejskiej często pozbawiony bywa charakteru linearnego i stanowi w istocie sieć wybranych obiektów w przestrzeni miejskiej. Krytyka niektórych sposobów tworzenia koncepcji tego typu trasy oraz form jej realizacji zamieszczona zostanie w dalszej części artykułu.

4.3. Pozytywne efekty funkcjonowania tras miejskich

W kontekście współczesnej turystyki miejskie trasy turystyczne mają zarówno walory ściśle ekonomiczne, jak i kulturowo-turystyczne. Najistotniejsze wśród nich odpowiadają wprost na sformułowane wcześniej postulaty o charakterze ekonomicznym oraz te odnoszące się do miast jako destynacji turystyki kulturowej. Wśród najważniejszych efektów prawidłowego funkcjonowania nowoczesnych tras miejskich można wymienić:

1. Efekt **wzrostu zatrudnienia** na lokalnym rynku turystycznym. Koordynowane i regularnie promowane trasy, jak wszystkie szlaki, korzystnie stymulują tworzenie miejsc pracy, m.in. w informacji, w różnych usługach, jak przewodnictwo po trasie i w poszczególnych obiektach, transfer turystów wzdłuż trasy. Generowany przez trasę przyrost popytu na zwiedzanie miasta oddziałuje także pośrednio na wzrost zatrudnienia

w innych usługach turystycznych (gastronomia, hotelarstwo) oraz okołoturystycznych (handel, transport miejski).

2. Efekt **wzrostu rozpoznawalności** konkretnej destynacji. Trasy kreują unikatową markę miasta w turystyce lub uzupełniają istniejącą już markę o nowe elementy, identyfikując miasto na nowo na rynku turystycznym, co ma znaczenie dla sukcesu produktu miejskiego.

3. Efekt **podniesienia konkurencyjności** oferty destynacji miejskiej: trasy wzbogacają ofertę pobytową na danym terenie, poszerzając dostępny dla turystów wachlarz możliwości aktywnego wypoczynku (Stasiak 2006) i tym samym skłaniają określone grupy potencjalnie zainteresowanych nowym produktem konsumentów do wyboru tego celu podróży spośród wielu innych.

4. Efekt **edukacyjny** – trasy, „opowiadając” lokalne historie i prezentując ciekawe tematy z zakresu szeroko rozumianej kultury materialnej i duchowej, przyczyniają się do wzrostu wiedzy historycznej oraz popularyzacji miejscowego i regionalnego dziedzictwa kulturowego wśród obcych. W odniesieniu do młodzieży szkolnej miejskie trasy historyczne i kulturowe, jako sposób edukacji mniej wymuszonej, bo pozaszkolnej i dokonującej się w czasie wolnym oraz z użyciem atrakcyjnych metod, mogą oddziaływać skuteczniej nie tylko w kierunku wzrostu wiedzy, ale także mogą tworzyć dodatkowy stymulator samoidentyfikacji regionalnej uczniów (Hey 1993).

5. Efekt **„kanalizacji” turystyki lokalnej** – dzięki dobrze zaplanowanemu przebiegowi, trasy miejskie mogą uporządkować znaczną część ruchu turystycznego i przez zwiększenie liczby oznaczonych lokalnych atrakcji ułatwić rozproszenie turystów po zwiedzanym obszarze, a tym samym umożliwić symbiozę miasta i jego gości (MacCanell 2002).

6. Efekt **ekspozycji unicum miasta** – wprawdzie „każda turystyka w mieście jest do siebie podobna – ale każda turystyka miejska jest miejska na swój sposób” (Kaczmarek J. i S. 2009). Miejskie trasy turystyczne prezentują niemal zawsze wszystkie istotne, niepowtarzalne aspekty lokalnego dziedzictwa, wywołując wśród zwiedzających wrażenie pobytu w miejscu nadzwyczajnym i zwiększając tym samym ich zadowolenie z podróży. W tym kontekście szczególnej wagi nabiera potrzeba takiego zaplanowania i wyposażenia trasy, by w sposób możliwie najbardziej atrakcyjny „opowiadała” ona ową wyjątkową *story* swojego miasta. Z kolei zwłaszcza w ośrodkach miejskich, mogących szczycić się

bogatą historią, wieloaspektowym rozwojem kulturowym lub licznymi wątkami kultury współczesnej, warte przemyślenia jest stworzenie zespołu (sieci) monotematycznych tras miejskich, opowiadających wybrane historie lub artykułujących najciekawsze wątki (Mikos von Rohrscheidt 2009).

Warto też w tym miejscu zaznaczyć, że z punktu widzenia potrzeb rozmaitych form współczesnej turystyki kulturowej miejskie „historie” i „tematy”, eksponowane przez lokalne trasy historyczne i tematyczne, stanowią atrakcyjny „surowiec” nie tylko dla programów wypraw turystyki miejskiej, ale też dla podróży w ramach turystyki tematycznej i szeregu innych typów turystyki kulturowej: turystyki dziedzictwa kulturowego, religijnej, literackiej, etnicznej, militarnej, industrialnej, regionalnej i innych.

4.4. Problem miejskich tras multitematycznych

Na zakończenie tej części opracowania, poświęconego specyfice i strukturze tras miejskich, należy wskazać na współczesne i, zdaniem autora, negatywne zjawisko. Chodzi o pojawianie się w licznych polskich miastach tras multitematycznych, w istocie zaś projektów mało przemyślanych, często konstruowanych przez zespoły niemające orientacji w zakresie potrzeb współczesnej turystyki, głównie dla uzyskania funduszy na konserwację zabytków lub różnorakie inicjatywy służące lokalnemu rozwojowi. Owe „miejskie zbiory” wszelakich atrakcji nie kierują się nader często żadną myślą przewodnią, wokół której mógłby być sensownie zorganizowany ciąg trasy turystycznej.

W samej strukturze takich tras, tym bardziej zaś w ich odbiorze przez zwiedzających, nieuchronnie dochodzi do zmieszania różnorodnych elementów kulturowych i licznych (prezentowanych załączkowo, lecz potem nie kontynuowanych) wątków tematycznych. Zakres tematyczny takiej trasy lapidarnie można by określić za pomocą klasycznego stwierdzenia *de omnibus rebus et quibusdam aliis*¹. Skutkiem jej „konsumpcji” przez turystę jest zazwyczaj zgoła niepożądany przez twórców i gospodarzy „wymieszany” obraz miasta, niemający jednak wiele wspólnego z autentyczną różnorodnością (zachowującą przecież integralność obrazu miejscowości) i nierealizujący postulatów prezentacji miejskiego *unicum*.

¹ O wszystkich rzeczach i niektórych innych na dokładkę.

Taki nieokreślony zespół wrażeń zostanie szybko zatarty przy zwiedzaniu kolejnego miasta. Tym samym nie tylko nie powstanie trwały efekt poznawczy i prawdopodobnie nie dokona się spotkanie turysty z autentyczną, specyficzną i unikatową kulturą miejsca, ale nie zostaną także osiągnięte długofalowe efekty rozpoznawalności i konkurencyjności destynacji miejskiej. Jedynym efektem zwiedzania tras tego typu może okazać się jednorazowy wydatek turysty i odpowiadający mu jednorazowy zysk lokalnych usługodawców.

Nasuwający się wniosek to dokonywanie klarownej tematyki tras. Winny one realizować albo jeden konkretny wątek tematyczny, albo „opowiadać” jedną konkretną miejską *story* – opowieść rozwijającą się wzdłuż łatwo rozpoznawalnej osi, którą może być np. chronologia dziejów miasta albo wydarzenia jednej epoki.

Pomocą w ustalaniu właściwej tematyki trasy miejskiej może służyć wstępna analiza potencjału turystycznego miasta i określenie jego „charakteru” z punktu widzenia potrzeb turystyki. Przykładem takiej analizy może być klasyfikacja turystycznych destynacji miejskich dokonana przez niemieckiego badacza A. Steinecke (2007). Wyróżnia on w Niemczech sześć grup miast jako destynacji turystycznych:

- a) miasta międzynarodowe (metropolie z powszechnie znanym dziedzictwem historycznym i substancją kulturową, np. Monachium, Kolonia),
- b) miasta historycznie targowe (np. Lipsk, Frankfurt),
- c) miasta eventowe (np. Bochum, Hamburg),
- d) miasta – centra odrębnej regionalnej kultury (np. Rostock, Trier),
- e) miasta sztuki i kultury (np. Bayreuth, Bonn, Drezno),
- f) miasta z określonymi wątkami historycznymi (np. Heidelberg, Tybinga, Münster, Mainz, Augsburg).

Na podstawie tej klasyfikacji A. Steinecke proponuje tworzenie odpowiednich dla danego miasta produktów turystycznych, eksploatujących i wzmacniających jednocześnie w masowym odbiorze ich historyczno-kulturowy charakter.

Z kolei w przestrzeni polskiej refleksji nad turystyką jako przykład może służyć dokonywana od szeregu miesięcy na łamach miesięcznika *Turystyka Kulturowa* (2008, 2009) waloryzacja potencjału turystyczno-kulturowego polskich mikroregionów. Na podstawie badań określa się każdorazowo dominujące na obszarze poszczególnych powiatów formy turystyki, które na bazie zachowanej substancji historycznej i kulturowej

oraz istniejącej już oferty mogą być dalej rozwijane. Wnioski te można łatwo przenieść na miasta, będące z reguły centrami mikroregionów i ogniskujące na swoim terenie główne świadectwa ich historii oraz aspekty dziedzictwa kultury materialnej, po czym zastosować w procesie koncepcyjnym tras miejskich.

5. Nowoczesna trasa jako kompletna oferta w miejskiej turystyce kulturowej – postulowane standardy

W zagranicznej i polskiej literaturze fachowej dotyczącej szlaków turystycznych opisywane są w ostatnich latach standardy i artykułowane postulaty, odnoszące się do struktury i organizacji nowoczesnych produktów tego rodzaju (Stasiak 2006; Puczko, Ratz 2007; Steinecke 2007; Mikos von Rohrscheidt 2008a). W istotnej mierze odnoszą się one także do tras miejskich, będących szlakami lokalnymi.

Szereg istotnych kryteriów, mogących być uznane za standard nowoczesnego szlaku, a także trasy miejskiej jako jego szczególnego przypadku, został sformułowany pod hasłem „materializacji” szlaków turystyczno-kulturowych (Mikos von Rohrscheidt 2008b). Jako szlak materialny, czyli dojrzała, pełna postać produktu tego rodzaju, został w tym kontekście określony taki szlak, który oprócz oczywistych cech (jednoznaczny przebieg i linearna struktura, wielorazowość i trwałość oferty, posiadanie znaku graficznego (logo) oraz akceptacji władz państwowych, regionalnych lub lokalnych) spełnia cztery następujące kryteria:

- 1) **tematyzacji** (jednoznaczności prezentowanych treści i ich uzasadnienia w literaturze fachowej i popularnej),
- 2) fizycznego, jednolitego **oznaczenia** *in situ*, zarówno przebiegu szlaku, jak i poszczególnych obiektów do niego przynależnych,
- 3) faktycznej **dostępności** wszystkich lub niemal wszystkich obiektów dla zwiedzających,
- 4) **koordynacji** produktu, polegającej nie tylko na monitorowaniu stanu obiektów i oznaczeń, ale również na zbieraniu, zestawianiu i dystrybuowaniu aktualnych informacji, prowadzeniu działań promocyjnych oraz pośredniczeniu w dystrybucji przynajmniej podstawowych usług turystycznych związanych z jego funkcjonowaniem (jak przewodnictwo),

w miarę możliwości zaś także dystrybucji lub wprost kreowaniu produktu rozszerzonego w postaci modułów dodatkowych.

Szersze omówienie wszystkich zasad spełniania wskazanych kryteriów przekracza ramy tego opracowania. W tym miejscu niech wystarczy stwierdzenie, że w opinii autora wszystkie one odnoszą się do tras miejskich, z zachowaniem odpowiednich proporcji.

Sukcesywne działania zmierzające do stopniowego spełnienia kryteriów materialności w przypadku istniejących już tras miejskich, zaś przyjęcie i realizacja tychże od początku w kreowaniu nowych produktów tego rodzaju, przyniesie szereg pozytywnych efektów. Ułatwi zarówno turystom, jak i touroperatorom (działającym w tym wypadku jako pośrednicy masowej sprzedaży produktu) orientację w rodzaju oferty (kryterium 1), da gwarancję wygodnego i rzeczywistego zwiedzenia trasy (kryterium 2 i 3), umożliwi bezproblemowe korzystanie z samego produktu, jak i ewentualnych opcji rozszerzających, tym samym zwiększając skalę zysku (kryterium 4).

Jednocześnie istnienie uznanych nowoczesnych standardów tras materialnych pobudzi zdrową konkurencję między ofertami poszczególnych miast w tworzeniu (składaniu modularnym) dojrzałych produktów. Spełnienie kryteriów materialności wydaje się bowiem stanowić o nowoczesności oferty trasy miejskiej jako produktu turystycznego. Wprowadzenie tych kryteriów do programów funkcjonowania i strategii rozwoju produktów, a także dążenie do ich pełnej realizacji jest zatem w interesie gestorów i partnerów tras miejskich.

Niekoniecznie musi być ono także bardzo kosztowne: najdroższy w potocznej ocenie postulat koordynacji, wymagający prowadzenia stałego biura i zatrudnienia personelu, może być wszak realizowany w ramach działalności placówki informacji turystycznej, funkcjonującej w niemal każdym mieście poważnie traktującym turystykę jako jeden z aspektów ekonomii i własnej promocji. W małych i mniej zasobnych ośrodkach mogą być także (i z uwagi na zasoby pewnie będą) poprowadzone krótsze trasy, tańsze w oznaczeniu. Z kolei dostępność części mniejszych obiektów nie musi być traktowana jako ich ciągłe otwarcie, ale jako umieszczenie stałej informacji o możliwości ich otwarcia w dowolnej chwili przez wskazaną osobę (np. mieszkańca sąsiedniego domu, pracownika pobliskiego kiosku), na telefon ze strony zainteresowanych turystów i za niewielką opłatą.

6. Przykłady ofert miejskich tras materialnych (analizy przypadków)

Dla zaprezentowania struktury miejskich materialnych tras turystycznych, ich sposobu koordynacji, poszczególnych modułów produktowych oraz różnorodnych opcji ich wykorzystania przez zorganizowanych i indywidualnych klientów, zaprezentowane zostaną w formie studium przypadku trzy produkty tego rodzaju. Analizie poddane zostały trasy funkcjonujące w jednym z miast niemieckich (Trewir), amerykańskich (Nowy Orlean) i polskich (Poznań).

Na etapie wstępnym badanie polegało na ustaleniu jednolitych kryteriów analizy, wynikających z potrzeb niniejszego opracowania, a następnie na: 1) osobistym zapoznaniu z pełną ofertą trasy poprzez realizację indywidualnej wycieczki na miejscu (obserwacja uczestnicząca), 2) sporządzeniu dokumentacji fotograficznej trasy oraz jej poszczególnych punktów, 3) zebraniu i ewaluacji informacji zawartych w aktualnej (2009) własnej dokumentacji papierowej i internetowej trasy oraz 4) przeprowadzeniu wywiadu z przedstawicielem koordynatora danej trasy. Dla ułatwienia porównania ofert poszczególnych tras wyniki badania zaprezentowane są każdorazowo według identycznych, zastosowanych w tej samej kolejności, kryteriów, a ocena każdego z produktów znajduje się na końcu opisu.

6.1. Studium przypadku: Trier/Trewir (Niemcy)

Nazwa: Tourist Route Trier.

Data badania: 23 sierpnia 2009 r.

Typ: ogólna miejska historyczna trasa materialna.

Temat wiodący: historia miasta (hasło: „2000 lat w 2000 kroków”).

Tematyżacja (aktualne publikacje dotyczące trasy):

Trier. Tourist Route (2009) Mapka z opisami (3 wersje językowe),

Trier. (Zeszyt info w 6 językach, skrócona oferta trasy i jej poszczególnych modułów),

Trier. Tipps und Infos 2009/2010. Sehenswertes, Führungen, Kultur, Sport und Freizeit (informator z pełnym opisem oferty trasy miejskiej i aktualnej uzupełniającej oferty turystycznej)

Sposób poprowadzenia trasy: jednolity ciągły szlak na terenie Staro Miasta, rozpoczynający się przy starożytnej bramie miejskiej (i punkcie informacji), rozwidlający się i kończący (tworzy pętlę) na głównym rynku miasta.

Liczba i rodzaje obiektów: 14, m.in. rzymska brama-forteca Porta Nigra, wczesnochrześcijańska katedra, palatium cesarskie, muzeum miejskie, rezydencja elektorska, rynek, starożytne termy z trasą podziemną.

Długość trasy podstawowej: nieco ponad 2 km.

Oznaczenie trasy (logo trasy, sposób wstawiania drogowskazów i opisów):

Logo: Uproszczony rysunek Porta Nigra i napis Trier.

Wzdłuż całej trasy ustawione podświetlane kolumny z logo trasy, mapą informacyjną, spisem obiektów trasy, strzałkami kierunkowymi; przy obiektach na kolumnach znajdują się także wielojęzyczne opisy zabytków.

Dostępność obiektów: pełna, częściowo odpłatna (wszystkie dostępne w wyznaczonych godzinach).

Koordinacja trasy i oferty: Centrum Informacji Miejskiej.

Adres: Tourist-Information Trier, An der Porta Nigra, 54290 Trier

Internet: www.trier.de, info@tit.de.

Moduły w ramach oferty zwiedzania trasy: Samodzielny spacer wzdłuż trasy (darmowe mapki z opisami), wycieczka z przewodnikiem (oferowana co dwie godziny lub osobno zamawiana dla grupy), przejazd autokarem turystycznym, przejazd kolejką elektryczną (2 trasy do wyboru, dłuższa i krótsza).

Zwiedzanie fabularyzowane:

Togaführung (zwiedzanie „z togą”: przewodnik jako mieszkaniec rzymskiego miasta).

Bänkelsängerführung (zwiedzanie z piosenkami: prowadzący gra i śpiewa piosenki o obiektach i wydarzeniach).

2000 Jahre – 2000 Schrittchen (zwiedzanie dla dzieci z elementami gry aktorskiej).

Na specjalne wcześniejsze zamówienie dodatkowo: 26 innych propozycji zwiedzania tematycznego, w tym Kobiety Trewiru, Trewir z Karolem Marksem (Trier 2009).

Zwiedzanie obiektów z przewodnikiem w ramach oferty trasy:

Katedra, Termy Rzymskie, Muzeum Nadreńskie.

Mikroeventy w ramach oferty trasy:

Zwiedzania „przeżyciowe”: 4 propozycje tematyczne dzienne (Trier 2009):

„Tajemnica Porty Nigra” (środowisko rzymskich żołnierzy),
„Gladiator Valerius” (życie gladiatora na scenie i w podziemiach amfiteatru),

„Zdrada w koszarach” (spisek Franków w okresie upadku Rzymu),

„Diabeł w Trewirze” (mnisi i egzorcyści na tropach magii i Złego w biskupim mieście).

Jedna propozycja nocna: „Nocą przez Trewir” z odgrywanymi historiami i legendami miejskimi

Dodatkowe moduły oferty:

Spacer statkiem po Mozeli (2 trasy), kulinarna trasa podmiejska po winnicach i winiarniach, karta miejska (3 dni darmowe przejazdy, zniżki na zwiedzanie i wstępy).

Wpisanie trasy w inne oferty turystyczne (np. szlaki, wydarzenia miejskie):

– coroczny event w ramach funkcjonowania trasy *Brot und Spiele* („chleb i igrzyska”),

– trzydniowe święto w sierpniu ze spektaklami i pokazami, m.in. inscenizacją antycznych dramatów w amfiteatrze, pokazami koszarowych zajęć rzymskich żołnierzy, Szkołą Gladiatorów, nocnymi spektaklami typu „światło i dźwięk” w zabytkach, paradą legionistów, kulinarnymi przeżyciami w historycznych tawernach, mistyczną nocą starożytnych wyroczni i współczesnego *performance* (*Brot und Spiele* 2009),

– zwiedzanie Trewiru jako elementu Mozelskiego Szlaku Wina,

– zwiedzanie trasy i katedry (relikwia sukni Chrystusa) jako element Drogi św. Jakuba.

Ocena trasy:

Trasa została wyznaczona wzdłuż faktycznego przebiegu głównego ciągu komunikacyjnego historycznego miasta i obejmuje (tylko) najważniejsze obiekty związane z jego historią, z przewagą liczbową obiektów z okresu rzymskiego oraz z czasów średniowiecznej i nowożytnej stolicy biskupiego państwa kościelnego. W celu stworzenia realistycznej i spójnej oferty oraz dla zachowania struktury faktycznego „traktu” świadomie pominięty został szereg atrakcyjnych obiektów, prezentujących m.in. wątki biograficzne (jak dom-muzeum Marksa) i inne (jak amfiteatr rzym-

ski). Są one polecane zainteresowanym jako opcje poza samą trasą. Oznaczenie trasy jest pełne (w ciągu i przy obiektach), pełna jest także dostępność obiektów trasy w wyznaczonych godzinach. Koordynator trasy oferuje bezpośrednio wszystkie usługi związane z jej zwiedzaniem, ponadto pośredniczy w rezerwacji szerokiej palety usług turystycznych i jest w stanie obsłużyć kompleksowo pobyt grup zorganizowanych oraz turystów indywidualnych. Trasa (jako osobny produkt) ma dość szczupłą dokumentację własną, turyści chcący zapoznać się szerzej z historią obiektów zmuszeni są nabyć literaturę na temat miasta lub poszczególnych obiektów. Pomimo tego niewielkiego mankamentu trasę można uznać za najpełniej zmaterializowany z prezentowanych produktów.



Fot. 1. Plan trasy miejskiej w Trewirze (fot. autor)



Fot. 2. Fragment tablicy informacyjnej trasy miejskiej w Trewirze (fot. autor)



Fot. 3. Trewir – oznaczenie przy obiekcie (katedra) (fot. autor)



Fot. 4–5. Kolumna informacyjna miejskiej trasy w Trewirze (fot. autor)



Fot. 6. Trewir – transfer na trasie miejskiej (fot. autor)



Fot. 7. Tablica informacyjna przed siedzibą koordynatora miejskiej trasy w Trewirze (fot. autor)

6.2. Studium przypadku: Nowy Orlean (USA)

Nazwa: New Orleans Jazz History.

Data badania: 5–17 sierpnia 2009 r.²

Typ: materialna miejska trasa tematyczna.

Temat wiodący: historia jazzu w Nowym Orleanie z akcentem na różnorodność etniczną.

Tematykacja (aktualne publikacje dotyczące trasy):

New Orleans Official Visitors Guide 2009,

New Orleans Jazz (www.nps.gov/jazz/index.htm).

Sposób poprowadzenia trasy: sześć ciągów linearnych (*jazz walking tours*) w jednym cyklu *New Orleans Jazz History*, poszczególne

² Materiał źródłowy do analizy trasy w Nowym Orleanie został zebrany przez Łukasza Kędziorę w ramach przygotowywania odrębnego opracowania na temat turystyki kulturowej w tym mieście.

trasy mają nazwy ulic lub dzielnic, np. *Canal Street*. Całość działa w ramach większego projektu pod nazwą: New Orleans Jazz National Historical Park, rodzaju parku kulturowego w historycznych dzielnicach miasta.

Liczba i rodzaje obiektów: 95 na wszystkich trasach, po ok. 15 na trasę: restauracje, kluby, domy sławnych muzyków, teatry, muzea, parki, place, zabytki architektury etc.

Długość trasy podstawowej: łącznie ok. 9 km, długość pojedynczych tras wynosi od 1 km do 2,5 km, średnio: 1,5 km.

Oznaczenie trasy (logo trasy, sposób wstawiania drogowskazów i opisów).

Logo New Orleans Jazz Commission.

Opisy umieszczone są na budynkach, trasa oznaczona tylko na mapie dla turystów.

Dostępność obiektów: niemal pełna; wszystkie muzea, dawne lokale i kluby, w których powstawał jazz, są dostępne (z możliwością posłuchania historycznych koncertów), można także wejść do części dawnych domów i mieszkań muzyków.

Koordinacja trasy i oferty:

Koordinator: New Orleans Tourism Marketing Corporation (podmiot prywatny, zajmujący się informacją, rezerwacją usług, w tym zwiedzania, dystrybucją materiałów reklamowych).

Adres: 916 N. Peters Street, New Orleans, LA 70116.

Moduły w ramach oferty zwiedzania trasy:

Zwiedzanie samodzielne pieszo, własnym pojazdem lub z wykorzystaniem historycznego pojazdu komunikacji miejskiej, zwiedzanie z przewodnikiem, audioprzewodniki.

Zwiedzanie fabularyzowane: brak oferty.

Zwiedzanie obiektów z przewodnikiem w ramach oferty trasy: audioprzewodniki.

Mikroeventy w ramach oferty trasy:

Występy muzyków w historycznych wnętrzach o określonych godzinach lub na zamówienie (7 ofert), *performance* (1 oferta), koncerty dla dzieci, warsztaty muzyczne dla dzieci (3 oferty), przekrojowa prezentacja muzyczna ewolucji jazzu w każdą sobotę i niedzielę.

Dodatkowe moduły oferty: przejażdżka parowcem z muzyką jazzową, oferta kulinarna w barach, klubach i restauracjach z muzyką jazzową.

Wpisanie trasy w inne oferty turystyczne (np. szlaki, wydarzenia miejskie):

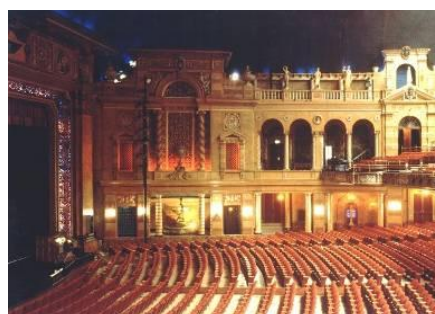
Oferta funkcjonuje w ramach systemu turystyczno-kulturowego „New Orleans Jazz National Historical Park” i jest zsynchronizowana z ofertami oraz terminami regularnych eventów na jego terenie.

Ocena trasy:

Program zwiedzania powstał na podstawie istniejącej infrastruktury i obiektów. Brak oznaczenia trasy linearnie *in situ* wzdłuż ciągu można traktować jako jej minus, jednak nie wymaga tego jej struktura (każdorazowo prosty ciąg wzdłuż jednej ulicy), ponadto obiekty są oznaczone i opisane na mapkach, które otrzymują turyści, oraz na samych budynkach za pomocą tablic informacyjnych (z logo parku kulturowego). Z pragmatycznych powodów obiekty są na trasie i w materiale informacyjnym zestawione w porządku geograficznym, a nie chronologicznym. Kontrolersyjna może być kwestia sensu tak wielkiego nagromadzenia niektórych obiektów tego samego typu – lokale, teatry (6). Osoby chcące zamówić przewodnika mogą to zrobić prywatnie, z pomocą koordynatora trasy, ale poza jego właściwą usługą, co wydaje się z jednej strony ograniczeniem oferty samej trasy, z drugiej chroni interes samodzielnych, prywatnych usługodawców. Wielkim plusem organizacji trasy jest jej pełne zintegrowanie z miejscowymi eventami kulturalnymi oraz pozostałymi usługami turystycznymi różnych rodzajów (jak muzyczne rejsy statkiem, spacerzy podczas regularnych imprez kulturalnych). Także codzienna prezentacja na żywo autentycznego lokalnego dziedzictwa kulturowego (przekrój ewolucji jazzu) w bardzo licznych lokalach spełnia postulat eventyzacji trasy miejskiej.



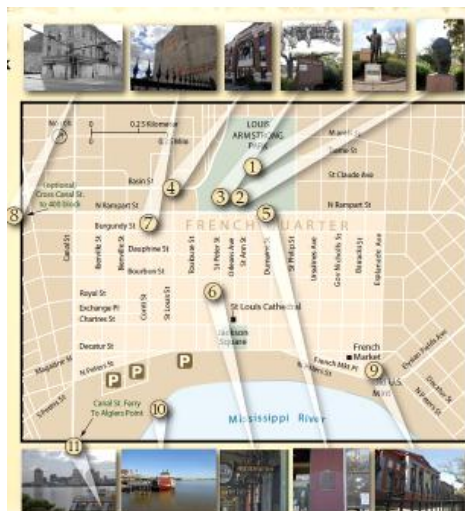
Fot. 8. Nowy Orlean: oznaczenie na obiekcie należącym do trasy (www.nps.gov/jazz/historyculture)



Fot. 9. Nowy Orlean: wnętrze teatru muzycznego – obiekt na trasie (www.nps.gov/jazz/historyculture)



Fot. 10. Logo miejskiej trasy tematycznej
New Orleans Jazz History



Fot. 11. Plan New Orleans Jazz National
Historical Park
(www.nps.gov/jazz/historyculture)



Rys. 1. Plan jednej z tras tematycznych
New Orleans Jazz History – Canal Street
(*New Orleans Jazz History. Walking Tours. Canal Street, New Orleans Jazz Commission 2007*)

6.3. Studium przypadku: Poznań (Polska)

Nazwa: Trakt Królewsko-Cesarski

Data badania: 24–26 lipca 2009 r.

Typ: miejska trasa multitematyczna (o charakterze zbioru zabytków i atrakcji historycznych i kulturalnych).

Temat wiodący: faktycznie nieokreślony.

Niezależnie od nazwy, nawiązującej według opracowań tylko do niektórych cesarskich gości w historii Poznania (Otto III i Napoleon, bez wskazania na królewską metrykę miasta) dokumentacja traktu wskazuje na cztery wątki tematyczne: wydarzenia z historii Polski i Wielkopolski

(„trakt historii”), znaczniejsze zabytki architektury („trakt zabytków architektury”), życie kulturalne miasta („trakt tętniący życiem”) oraz tradycje lokalne i regionalne („trakt tradycji wielkopolskich”).

Tematyżacja (aktualne publikacje dotyczące trasy):

Matyaszczyk D., 2005, *Trakt Królewsko-Cesarski*, [w:] *Piękno odzyskane*, pod red. J. Wiesiołowskiego i in., Kronika Miasta Poznania (seria), Wydawnictwo Miejskie, Poznań.

Matyaszczyk D., 2007, *Poznań. Trakt Królewsko-Cesarski. Przewodnik turystyczny*, Seria Iks, Wydawnictwo Miejskie, Poznań.

Strategia rozwoju narodowego produktu turystycznego „Trakt Królewsko-Cesarski w Poznaniu”, 2005–2006, opr.: Konsorcjum PART S.A. i RES Management, Poznań.

Mapka z opisami: „Trakt Królewsko-Cesarski” (3 wersje językowe), Poznań 2006.

Sposób poprowadzenia trasy: ciąg główny traktu stanowi mniej więcej prostą linię przecinającą historyczne jądro Poznania ze wschodu na zachód, którego środek znajduje się na Starym Rynku. Jednak znaczna część obiektów zaliczanych do Traktu znajduje się w znacznym oddaleniu od tego ciągu, brak także wyznaczonych tras obejmujących je.

Liczba i rodzaje obiektów: 56, m.in.: kościoły, zamki (królewski i cesarski) i inne rezydencje, ratusz i rynek, muzea, teatry, pomniki, uczelnie, budynki historyczne, galeria handlu i sztuki, tereny rekreacyjne, przystań spacerowa, tereny targowe, ogród zoologiczny, relikty cytadeli.

Długość trasy podstawowej: ok. 6 km (ciąg główny).

Oznaczenie trasy (logo trasy, sposób wstawiania drogowskazów i opisów).

Logo: Na tablicach informacyjnych przy obiektach funkcjonują dwa różne symbole graficzne Traktu:

1) czerwona sylwetka wieży obronnej i czarna korona, pochylone ku sobie, lub

2) dwie zwrócone ku sobie twarze w koronie i ze złotym laurem.

Wzdłuż trasy oznaczone są tylko niektóre obiekty, przy czym stosowane są dwa różne systemy oznaczeń: systemu informacji miejskiej tylko w języku polskim (i bez logo Traktu) lub wspólne systemu i Traktu w trzech językach: polskim, niemieckim i angielskim. Tablice umieszczone są na ścianach frontowych obiektów. Logo traktu na tablicach ma dwie różne postacie. Ponadto niektóre tablice trójjęzyczne nie mają logo

Traktu. Na wielopłaszczyznowych tablicach informacyjnych, umieszczonych w kilku miejscach miasta (m.in. na Starym Rynku) zaznaczony jest z kolei ciąg główny Traktu (bez obiektów).

Dostępność obiektów: częściowa.

Dostępne są ważniejsze świątynie i muzea, tereny otwarte i monumenty. Część świątyń zamknięta poza czasem nabożeństw, budynki mieszczące instytucje publiczne dostępne z ograniczeniami lub tylko dla interesantów.

Koordinacja trasy i oferty: Trakt posiada biuro funkcjonujące w ramach Urzędu Miasta Poznania. Biuro nie pełni jednak funkcji koordynatora usług turystycznych poza informacją na temat Traktu jako projektu.

Adres: Biuro Programu „Trakt Królewsko-Cesarski w Poznaniu”, Urząd Miejski, pokój 265

pl. Kolegiacki 17, 61-841 Poznań

e-mail: trakt@um.poznan.pl

www.poznan.pl/trakt – podstrona portalu Urzędu Miasta Poznania.

Moduły w ramach oferty zwiedzania trasy: brak.

Zwiedzanie fabularyzowane: brak oferty.

Zwiedzanie obiektów z przewodnikiem w ramach oferty trasy: brak oferty bezpośredniej, biuro odsyła do Centrum Informacji Miejskiej.

Mikroeventy w ramach oferty trasy: brak.

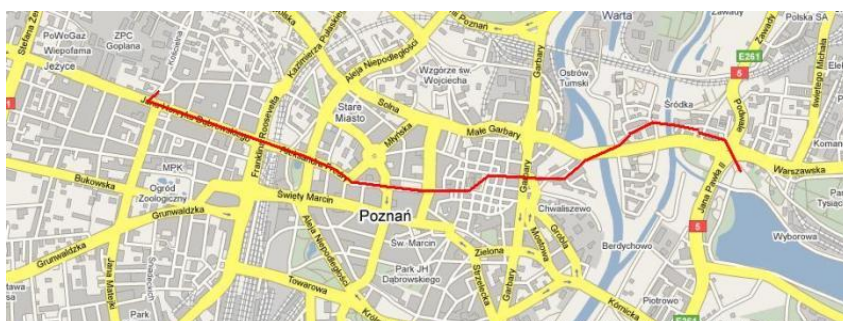
Dodatkowe moduły oferty: brak.

Wpisanie trasy w inne oferty turystyczne (np. szlaki, wydarzenia miejskie).

Coroczny event tematyczny organizowany przez biuro Traktu: pt. „Weekend z historią”, w jego ramach m.in. konferencja naukowa oraz spacer z przewodnikiem wzdłuż ciągu głównego Traktu lub zgodny z tematem eventu.

Ocena trasy: Także w tym przypadku trasa została zestawiona na podstawie istniejących obiektów. Jednak, jak przyznają sami pomysłodawcy, jednym z głównych powodów jej utworzenia było uzyskanie unijnych środków przez poszczególne instytucje, biorące udział w projekcie, ponieważ „Unia za wspólne działania przyznaje więcej punktów” (Matyaszczyk 2005). Wynikła z tego szkodliwa dla projektu sytuacja: w ramach rzekomego „traktu” funkcjonują instytucje miejskie (ZOO), świątynie (kościół św. Kazimierza czy św. Marcina), obiekty architektury (dawny dom handlowy „Okraglak”), monumenty (Pomnik Poznańskiego

Czerwca 1956) czy przedsiębiorstwa prywatne Centrum Stary Browar), niemające nic wspólnego z deklarowanym tematem trasy i nieleżące na trasie historycznego ciągu komunikacyjnego. Uzasadnienie tego stanu rzeczy bywa w niektórych przypadkach kuriozalne, np. o kościele św. Marcina pomysłodawca pisze, iż „chodzili tu na msze” (Matyaszczyk 2005) mieszkańcy Zamku Królewskiego (czego nie potwierdzają źródła historyczne) czy też... Zamku Cesarskiego (którzy, jak wiadomo, byli protestantami...).



Rys. 2. Przebieg Traktu Królewsko-Cesarskiego w Poznaniu (za: Matyaszczyk 2007)



Fot. 12. Drogowskaz miejskiego Systemu Informacji Miejskiej w Poznaniu (fot. autor)

Rzeczywisty skład obiektów rzekomo tematycznego szlaku czyni z niego po prostu zbiór atrakcji turystycznych, i nie są tego w stanie zmienić wyodrębnione tylko w dokumentach strategii projektu tzw. „wątki linii tematycznych”, które stanowią zaledwie „pola aktywności oraz związki partnerów” (*Strategia rozwoju...* 2005–2006, z. 2) – cokolwiek miało-

by to znaczyć, natomiast nie zostały zrealizowane w postaci tras tematycznych ani oznaczone choćby na dostępnej dla turystów mapie Traktu. System oznaczeń *in situ* jest zupełnie chaotyczny. Sam koordynator Traktu jest trudny do odnalezienia dla turystów, jego biuro znajduje się w gmachu urzędu miejskiego, ponadto nie świadczy ono konkretnych usług turystycznych, odsyłając do podmiotów, które się tym trudnią. Tak funkcjonujące biuro ogranicza swoją rolę do prowadzenia miejskiego spisu obiektów, instytucji i miejsc potencjalnie atrakcyjnych dla turystów.



Fot. 13. Symbol Traktu (logo nr 1) na mapie śródmieścia Poznania, System Informacji Miejskiej (fot. autor)



Fot. 14. Logo Traktu (logo nr 2) (opracowanie własne)



Fot. 15. Tablica informacyjna SIM Poznaniu z zaznaczonym przebiegiem Traktu (fot. autor)



Fot. 16. Trójjęzyczna tablica informacyjna obiektu z logo Traktu (fot. autor)

Osobista opinia autora (miejskiego przewodnika i dydaktyka przewodnictwa w Poznaniu): Trakt jako trasa w jego aktualnej postaci nie nadaje się do przeprowadzania realnych wycieczek historycznych ani tematycznych, ponadto indywidualni turyści w sytuacji braku koordynacji i poś-

rednictwa usług nie mają z niego rzeczywistej korzyści. Po znacznym ograniczeniu listy obiektów (do tych, które są związane z dziejami miasta i leżą wzdłuż głównego ciągu szlaku) oraz po wprowadzeniu realnej koordynacji Trakt mógłby spełniać rolę miejskiej trasy historycznej (np. „1000 lat Poznania”), natomiast po zrealizowaniu tras związanych z wątkami tematycznymi mógłby stać się systemem kilku tras tematycznych.

Dla łatwiejszego porównania prezentowanych tras w tabeli 1 zostało dokonane skrótowe zestawienie informacji o poszczególnych analizowanych trasach z uwzględnieniem ich faktycznej tematyki, struktury, danych dotyczących obiektów, koordynacji i oferowanych usług, czyli tych wszystkich czynników, które mają wpływ na ich faktyczną funkcjonalność w ramach miejskiej oferty dla zorganizowanej i indywidualnej turystyki kulturowej.

Tabela 1. Zestawienie porównawcze analizowanych tras

Miasto	Trewir	Nowy Orlean	Poznań
Nazwa trasy	<i>Touristische Route</i>	<i>New Orleans Jazz History</i>	Trakt Królewsko-Cesarski
Typ trasy	trasa historyczna (trakt historyczny)	trasa monotematyczna	trasa multitematyczna (zbiór atrakcji)
Koordinator (usługi turystyczne)	Miejskie Centrum Informacji (pełny wachlarz usług turystycznych)	prywatna korporacja turystyki miejskiej (informacja, rezerwacja niektórych usług)	Biuro Traktu (tylko informacja)
Struktura trasy	historyczny ciąg komunikacyjny	ciągi naturalne (ulice)	sieć obiektów na terenie miasta
Dostępność obiektów	pełna	częściowa	częściowa
Długość, liczba obiektów (trasa podstawowa)	2 km 14 obiektów	1,5 km ok. 15 obiektów (średnia jednej trasy)	6 km 56 obiektów (25 – ciąg główny)
Dodatkowe moduły (m.in. mikroeventy)	5	12	brak
Zwiedzanie fabularyzowane	3 stałe + 26 ofert tematycznych na zamówienie	brak	brak
Oznaczenie trasy	mapka, wzdłuż ciągu i przy obiektach	mapka i na obiektach	mapka i na obiektach

Źródło: opracowanie własne.

7. Wnioski dla rozwoju miejskich tras turystycznych

Koniecznością wynikającą z trendów i standardów współczesnej turystyki miejskiej jest tworzenie w miastach nowoczesnej oferty dla turysty wymagającego, obejmującej elementy kultury, przeżycia i rozrywki w ich współczesnych i atrakcyjnych formach, czyli realizującej zasadę „3E” (szerzej: Mikos von Rohrscheidt 2008a). Na atrakcyjność turystycznych tras miejskich wydaje się coraz szerzej wpływać posługiwanie się formami opowiadania miejskiej *story* – najlepiej w formie fabularyzowanej, tworzącej przeżycie świadectwa „z pierwszej ręki”. Coraz istotniejsza staje się zatem integracja w ofertę tras elementów fabularyzacji, interaktywności podczas zwiedzania, multimedialności.

W miastach, które w turystyce widzą poważny element swojej strategii rozwoju i tym samym chcą uczestniczyć w konkurencyjnym zabieganiu o przyjazdy turystów, już dziś potrzebą chwili jest konsekwentna „eventyzacja” tras turystycznych. Powinna być zatem tworzona i rozwijana oferta mikroeventów w obiektach i na miejscach historycznych, przy czym nie muszą one odbywać się w stałych terminach i godzinach – w miastach rzadziej odwiedzanych przez turystów mogą być przygotowane i realizowane na zamówienie podczas zwiedzania tras przez grupy. Ponadto w ramach regularnych miejskich eventów powinna być realizowana szczególna promocja tras turystycznych i przygotowywana specjalna oferta w ramach ich zwiedzania (szerzej: Mikos von Rohrscheidt, 2008 a).

Na etapie tworzenia nowych lub modyfikacji istniejących miejskich tras turystycznych należy uwzględnić historyczny czy kulturowy charakter miasta i faktyczną skalę oraz rozmieszczenie zasobów (dziedzictwo kulturowe i współczesne, charakterystyczne i jednocześnie atrakcyjne miejsca oraz obiekty), które mogą być brane pod uwagę. Powinna być także zachowana konsekwencja w odniesieniu do wybranego rodzaju, tematyki trasy (historyczna albo tematyczna). Dzięki temu sami turyści wiedzą, czego się spodziewać, wrażenia ze zwiedzania trasy są trwalsze i potwierdzają unikatowość wybranego przez nich miasta (wartość dodana), a w przypadku trasy tematycznej z czasem pojawia się na niej coraz liczniejsza grupa zainteresowanych konkretnymi tematami.

Potrzebna jest integracja istniejących tras miejskich w ofertę znanych i popularnych szlaków turystyczno-kulturowych oraz tworzenie przez

miasta nowych produktów tego typu jako oferty uzupełniającej takie szlaki lub regionalne oferty turystyczno-kulturowe (szerzej: Mikos von Rohrscheidt 2008a). Wpisanie oferty w większą sieć powoduje np. liczniejszy napływ do miasta turystów korzystających ze szlaków krajowych lub regionalnych, osób podróżujących po regionie jako większym obszarze, a także włączenie jej w programy wypraw studyjnych lub wycieczek tematycznych. Z kolei integracja tras w istniejące regularne eventy miejskie, odbywające się w określonych terminach, może skutkować przedłużeniem pobytu w samym mieście przez niektórych gości w celu zwiedzenia trasy. Natomiast uczynienie z eventu dorocznej kulminacji „życia” tras i ich wizytówki za pomocą konkretnych ofert zwiedzania w trakcie jego trwania powoduje przy okazji zwiększenie rozpoznawalności miejskiej oferty turystycznej.

Postulat integracji odnosi się w najwyższym stopniu do miast mniej dotychczas znanych i popularnych jako destynacje turystyczne. W miejscowościach bardziej popularnych koordynatorzy trasy powinni dbać o włączenie jej zwiedzania (ewentualnie jako usługi przewodnickiej) jako modułu podstawowego lub przynajmniej fakultatywnego w oferty miejskich pakietów pobytowych oraz zamieszczania informacji o niej w ofertach hotelowych i touroperatorских dla turystów podróżujących w ramach *city break*.

Zespół postulatów wynikających z potrzeb dobrej organizacji turystyki na miejscu można określić terminem materializacji tras miejskich. Zgodnie z przedstawionymi cechami tras materialnych, termin ten oznacza tu konkretnie: dbałość o ich rzeczywistą tematyzację i dobrą literaturę, szczególnie o charakterze popularnym, jak również atrakcyjny materiał informacyjny, pełne oznaczenie trasy i obiektów, faktyczną dostępność obiektów oraz koordynację usług w ramach trasy. Spełnienie tych postulatów w oczywisty sposób zwiększa komfort zwiedzających i touroperatorów, jednocześnie tym samym poprawiając konkurencyjność trasy i logistykę jej obsługi. Umożliwia także poprawne funkcjonowanie trasy w przestrzeni miejskiej jako formy kanalizacji ruchu turystycznego.

Trasy miejskie wymagają przemyślanej i długofalowej promocji. Jej zakres jest bardzo szeroki. Obejmuje czytelne logo trasy, własny, dobry poziom merytoryczny i atrakcyjne graficzne wykonanie oraz na bieżąco aktualizowany portal internetowy (szerzej: Stasiak 2006). W promocji tras mogą być wykorzystane także inne metody, jak projekty turystyczne

w postaci „pakietów szlaku” (trasy) czy paszportów (szerzej Mikos von Rohrscheidt 2008a). Promocja powinna dokonywać się regularnie w ramach regionalnych, krajowych i (w miarę posiadanych środków oraz skali znaczenia trasy) także międzynarodowych targów turystycznych. Nic nie stoi na przeszkodzie, by w ramach promocji nowo powstałych tras organizować podróże (czy tańsze „spacery”) medialne po nich. Decydujący o miejskich strategiach rozwoju powinni przy tym pamiętać, że promowanie własnej, unikatowej trasy miejskiej zwiększa rozpoznawalność samego miasta w kraju i za granicą, a tym samym buduje pozytywnie kojarzoną „markę” miejscowości, użyteczną nie tylko w turystyce.

Literatura

- Becker Ch., Steinecke A. (red.), *Kulturtourismus in Europa: Wachstum ohne Grenzen?*, ETI-Studien, Band 2, Tourismus Institut GmbH, Universität Trier, Trier.
- Brot und Spiele, 14–16.08.2009*, 2009, informator dorocznej imprezy miasta Trier, Wydawnictwo Miasto Trier, Trier.
- Buczowska K., 2008, *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Wydawnictwo AWF w Poznaniu, Poznań.
- City tourism & culture. The European experience. A report of the World Tourism Organization and the Research Group of the European Travel Commission*, 2005, World Tourism Organization, Madrid.
- Delaney F., 1981, *James Joyce's Odyssey: Guide to the Dublin of "Ulysses"*, Hodder and Stoughton, London.
- Fainstein S., Judd D., 1999, *The tourist city*, Yale University Press, Yale.
- Kowalczyk A. (red.), 2008, *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Goethe J.W., 1992, *Die italienische Reise*, Weltbild Verlag, Augsburg.
- Hey B., 1993, *Der Weg ist das Ziel: Historische Kulturrouten*, [w:] *Kulturtourismus in Europa: Wachstum ohne Grenzen?*, pod red. Ch. Beckera, A. Steinecke, ETI-Studien, Band 2, Tourismus Institut GmbH, Universität Trier, Trier.
- Kaczmarek J., Kaczmarek S., 2009, *Turystyka kulturowa – człowiek w miejskiej przestrzeni wymiany*, [w:] *Współczesne formy turystyki kulturowej*, pod red. K. Buczowskiej, A. Mikosa von Rohrscheidta, Wydawnictwo AWF, Poznań.
- Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, 2008, dokument rządowy, opr. Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa.
- Kramer D., 1993, *Urbane Kultur und Städtetourismus. Ein kritischer Ansatz*, [w:] *Kulturtourismus in Europa: Wachstum ohne Grenzen?*, pod red. Ch. Beckera,

- A. Steinecke, ETI-Studien, Band 2, Tourismus Institut GmbH, Universität Trier, Trier.
- KulTour.pl (trasy miejskie): www.kultour.pl/pl/?ps=poznan (data dostępu: 17.08.2009)
- MacCanell D., 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie, Warszawa.
- Madurowicz M., 2008, *Kto jest turystą w wielkim mieście? Poszukiwania badawcze*, [w:] *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, pod red. A. Kowalczyka, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Maitland R., 2007, *Cultural tourism and the development of new tourism areas in London*, [w:] *Cultural tourism, Global and local perspectives*, pod red. G. Richardsa, The Haworth Hospitality Press, New York.
- Magiczny Kraków*, 2009, (trasa): www.krakow.pl/turystyka/trasy.php?id=trasy/jpii/trasa.html (data dostępu: 16.08.2009)
- Matyaszczyk D., 2005, *Trakt Królewsko-Cesarski*, [w:] *Piękno odzyskane*, pod red. J. Wiesiołowskiego i in., Kronika Miasta Poznania (seria), Wydawnictwo Miejskie, Poznań.
- Matyaszczyk D., 2007, *Poznań. Trakt Królewsko-Cesarski. Przewodnik turystyczny*, Seria Iks, Wydawnictwo Miejskie, Poznań.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2008a, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wydawnictwo GWSHM Millenium, Gniezno.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2008b, *Kulturowe szlaki turystyczne – próba klasyfikacji oraz postulaty w zakresie ich tworzenia i funkcjonowania*, Turystyka Kulturowa, 2.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2009, *Głos w dyskusji na temat szans Polski jako destynacji turystyki kulturowej*, Turystyka Kulturowa, 7.
- Naucna stezka* (trasa miejska w m. Becov nad Teplou): www.cestujme.cz/sibenice (data dostępu: 22.02.2009).
- Niezgoda A., Zmyślony P., 2006, *Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
- Opaschowski H.W., 1989, *Tourismusforschung*, Wydawnictwo Leske+Budrich, Opladen.
- Ploger J., 2001, *Millennium Urbanism – Discursive Planing*, European Urban and Regional Studies, 8 (1).
- Puczko L., Ratz T., 2007, *Trailing Goethe, Humbert and Ulysses; Cultural Routes in Tourism*, [w:] *Cultural tourism, Global and local perspectives*, pod red. G. Richardsa, The Haworth Hospitality Press, New York.
- Ramchander P., 2007, *Township Tourism – Blessing or Blight? The Case of Soweto in South Africa*, [w:] *Cultural tourism, Global and local perspectives*, pod red. G. Richardsa, The Haworth Hospitality Press, New York.
- Savin C., 2000, *Les itineraries urbains Wenzel et Vauban et le tourisme culturel*, Services des Sites et Monuments Nationaux Luxembourg, Luxembourg.

- Smith M., 2007, *Space, place and placelessness in the culturally regenerated city*, [w:] *Cultural tourism, Global and local perspectives*, pod red. G. Richardsa, The Haworth Hospitality Press, New York.
- Staniecki K., 1993, *Opis miejsc świętych według "Peregrinatio Aetaeriae" oraz "Żytje i choźdenje" Daniła rusckija zemli ihumena*, Seria Vox Patrum, t. 18, Wydawnictwo ATK, Warszawa.
- Stasiak A., 2006, *Produkt turystyczny – szlak*, Turystyka i Hotelarstwo, 10.
- Steinecke A., 2007, *Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven*, Oldenbourg Verlag, München/Wien.
- Strategia rozwoju krajowego produktu turystycznego. Raport końcowy*, 1997, UKFiT, Warszawa.
- Strategia rozwoju narodowego produktu turystycznego „Trakt Królewsko-CesarSKI w Poznaniu”, 2005–2006*, opr.: Konsorcjum PART S.A. i RES Management, Poznań.
- Tourism 2020 Vision. A new forecast from the World Tourism Organization. Executive Summary*, 1999, WTO, Madrid.
- Trier. Tipps und Infos, 2009/2010*, 2009, Tourist Information Trier Stadt und Land e.V., Trier.
- Turystyka Kulturowa* (naukowe czasopismo internetowe):
www.turystykakulturowa.org (data dostępu: 18.08.2009)
- Van den Borg J., Costa P., Gotti G., 1996, *Tourism in European heritage cities*, *Annals of Tourism Research*, 23 (2).
- Weber C.H., 2000, *Städtereisen*, [w:] *Kulturtourismus*, pod red. A. Dreyera, Wydawnictwo Oldenbourg, München–Wien.