

OBCY

W POZNANIU

**Historyczna metropolia
jako ośrodek
turystyki kulturowej**



**Redakcja naukowa
Armin Mikos von Rohrscheidt**

OBCY W POZNANIU

**Historyczna metropolia
jako ośrodek turystyki kulturowej**

Praca zbiorowa pod redakcją Armina Mikos von Rohrscheidt

 **KULTOUR.PL**
POZNAŃ 2011

PROKSENIA
KRAKÓW 2011

Redaktor naukowy	Armin Mikos von Rohrscheidt
Recenzent	Prof. dr hab. Marek Kazimierczak
Redakcja techniczna	Oleksiy Artyshuk, Armin Mikos von Rohrscheidt
Korekta tekstu	Izabela Kubiak
Projekt okładki, mapy i rysunki, skład komputerowy	Oleksiy Artyshuk
Zdjęcia na okładce	1. Ratusz w Poznaniu (fot. Armin Mikos von Rohrscheidt) 2. Katedra w Poznaniu (fot. Armin Mikos von Rohrscheidt) 3. Pomnik Armii Poznań (fot. Armin Mikos von Rohrscheidt) 4. Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956 (fot. Oleksiy Artyshuk) 5. Bamberki w strojach ludowych w dzień Bożego Ciała (fot. Oleksiy Artyshuk)

ISBN: 978-83-930211-1-6

Wydawcy:

KulTour.pl, ul. Stanisława Wyspiańskiego 16/1, 60-750 Poznań
www.kultour.pl, e-mail: biuro@kultour.pl

Wydawnictwo „PROKSENIA”, ul. Sarego 23/2, 31-047 Kraków
www.proksenia.pl, e-mail: proksenia@proksenia.pl

© KulTour.pl, Poznań 2011

Spis treści

Wprowadzenie	5
CZĘŚĆ I Poznań a turystyka kulturowa	
<i>Stanisław Kandulski</i> Miasto jako destynacja turystyki kulturowej na przykładzie Poznania.....	12
<i>Armin Mikos v. Rohrscheidt, Izabela Wyszowska</i> Poznań: miasto, ludzie i przestrzeń kultury. Zarys dziejów.....	25
<i>Armin Mikos v. Rohrscheidt</i> Potencjał turystyczno-kulturowy Poznania i okolic	77
<i>Karolina Buczkowska</i> Kim są polscy turyści kulturowi na Starym Rynku w Poznaniu? Prezentacja profilu na podstawie badań ATLAS	94
CZĘŚĆ II Na poznańskich przykładach: formy i metodyka współczesnego przewodnictwa miejskiego	
<i>Izabela Wyszowska</i> Metodyka współczesnego przewodnika miejskiego	110
<i>Armin Mikos v. Rohrscheidt</i> Klasyczne i nowoczesne formy zorganizowanego zwiedzania miasta	139
<i>Rafał Urbanowicz</i> Zwiedzanie fabularyzowane w Poznaniu? Plan marketingowy dla kulturowego przewodnictwa miejskiego	184
CZĘŚĆ III Każdemu - jego Poznań czyli: "obcy" i przewodnicy	
<i>Przemysław Buryan, Andrzej D. Ohde</i> Polskie grupy turystyczne w Poznaniu	206
<i>Armin Mikos von Rohrscheidt</i> Niemcy w Poznaniu	223
<i>Paulina Ratkowska</i> Hiszpanie w Poznaniu	239
<i>Oleksiy Artyschuk</i> Turyści rosyjskojęzyczni w Poznaniu	251
<i>Maria Piechowicz</i> Francuzi jako turyści w Poznaniu	265

<i>Paulina Ratkowska</i> Turyści anglojęzyczni w Poznaniu.....	274
<i>Magdalena Bilińska, Jan Olczykowski</i> Włosi w Poznaniu.....	287
<i>Armin Mikos v. Rohrscheidt, Paulina Ratkowska</i> Turyści pochodzenia żydowskiego w Poznaniu	303
 CZĘŚĆ IV Organizacja turystyki: poznańskie przedsięwzięcia i produkty	
<i>Marek Piasta</i> Wybrane działania miasta Poznania i innych podmiotów na rzecz turystyki w mieście	316
<i>Oleksiy Artyschuk</i> Pakiety indywidualne w turystyce miejskiej. Poznań: analiza stanu i potrzeb.....	338
<i>Armin Mikos v. Rohrscheidt</i> Poznańskie muzea w kontekście standardów i potrzeb współczesnej turystyki kulturowej.....	362
<i>Przemysław Buryan</i> Poznańskie eventy kulturalne jako impulsy dla turystyki kulturowej	405
<i>Armin Mikos v. Rohrscheidt</i> Poznań: Atuty i słabości oraz dylematy i szanse miasta jako ośrodka turystyki kulturowej.....	424
Informacje o autorach	456

Wprowadzenie

Podróżowanie do miast dla obejrzenia znajdujących się w nich wybitnych budowli, dzieł sztuki albo pamiętnych miejsc, a także w celu uczestniczenia w organizowanych tam imprezach jest poświadczane już w starożytności. Opisy greckiego autora Strabona, a potem wywodzący się z rzymskich elit goście Aten czy przybywający na spektakle do amfiteatrów Imperium „*pagani*” - niemiejscy mieszkańcy bliższej i dalszej okolicy - stanowią dla nas uchwytne dowód, że turystyka w miastach należy do najstarszych form tej dziedziny ludzkiej aktywności w ogóle, natomiast w jej ramach - do klasycznych form turystyki kulturowej. Miasta i to, co je wypełnia, są wszak bez wątpienia dziełem ludzkiej kultury. Turystyka miejska pozostaje do dziś jedną z najpopularniejszych form podróżowania w czasie wolnym. Jednak będąc w istocie wciąż tym samym zjawiskiem - odwiedzaniem obcych miast - ulega ona nieustającym przemianom. Wywołuje je wiele czynników.

Zmienia się oto najpierw sam **człowiek**: stale zwiększa się lista jego potrzeb, poszerzają się jego intelektualne horyzonty i - w ślad za nimi - spektrum jego zainteresowań. Rozwarstwiają się profile podróżujących do miast ludzi, różnicuje się intensywność ich kontaktu z różnymi przejawami kultury i poziom ich uczestnictwa w ofercie kulturalnej. Zmieniają się ich preferencje w odniesieniu do samego wyjazdu. Niegdyś była to najczęściej indywidualna wyprawa osób zamożnych od miasta do miasta. Jeszcze całkiem niedawno dominowały grupowe podróże „z katalogów”, zorganizowane od wejścia do autokaru aż po wyjście z niego kilkaset metrów od własnego domu. Dziś zaczynają znów przeważać podróże indywidualne, ale wykorzystujące gotowe moduły oferty, przygotowanej przez specjalistów od organizacji podróży lub usługodawców na miejscu. Także turyści wierni klasycznym celom wyjazdów, a już na pewno młodsze pokolenia, w ślad za rodzicami i znajomymi wybierające te same miejsca dla ciekawego spędzenia czasu - zaczynają oczekiwać nowych wrażeń, szukają innych form doświadczania miasta.

Powiększa się podróżne **instrumentarium** człowieka: powszechnie dostępne stają się nowe, wielokrotnie szybsze i bardziej komfortowe środki transportu. Rośnie zatem mobilność ludzi, ale i lista opcji do wyboru wzrasta w niespotykanych dotychczas skali i tempie. Dzięki tej zmianie na naszych oczach pojawiła się możliwość odwiedzania dużej liczby obcych miast przez jednego człowieka w ciągu jednego roku, bez przerywania zwykłej aktywności zawodowej. To - wraz ze stopniowym wzrostem przeciętnych zarobków - przekłada się z kolei w oczywisty sposób na szybki wzrost liczby potencjalnych turystów miejskich.

Zmieniają się także **miasta**. Stale wydłuża się ich historia i rośnie ilość jej świadectw, wzrasta liczba materialnych wytworów, zaliczanych do warstwy kulturowego dziedzictwa. Pojawia się nowa infrastruktura, nowe cykliczne wydarzenia, a dostępne na kliknięcie komputerowej myszki informacje o nich są w stanie przyciągnąć do miast zainteresowanych nimi turystów z krańców kontynentu, a czasem i świata. Wśród dziesiątek tysięcy miast globu pojawiły się takie, które świadomie stawiają na turystykę jako wiodący segment swojej ekonomiki lub przynajmniej uznają ją za jeden z głównych impulsów swojego rozwoju.

Świadomie wznoszą one w swojej przestrzeni obiekty i kreują wydarzenia, przeznaczone specjalnie dla turystów. Między nimi i ich ofertami pojawia się rywalizacja o turystę: w skali regionu, kraju, kręgu cywilizacyjnego, a także w skali globalnej.

Zmianom ulegają wreszcie **formy organizacji turystyki** w miastach. Milczące, monumentalne pomniki narodowej chwały lub klęski i zadufane w „obiektywną” wartość swoich skarbów muzea w większości krajów wolniej lub szybciej tracą swoich dawnych, bezkrytycznych wielbicieli. Spada także liczba niezupełnie dobrowolnych odbiorców ich przekazu, nawiedzających je w ramach wycieczek szkolnych czy odgórnie organizowanych akcji albo zlotów. Ale przegrywają nie tylko one: powoli już także zatłoczone pociągi jadące do wielkich i powszechnie znanych miast i autostrady wiodące do nich, a także ich główne trakty turystyczne dla coraz większej liczby współczesnych turystów przestają być atrakcyjne. Powielający swój niezmienny, „uniwersalny” przekaz miejscy przewodnicy przestają być jedynymi dostępnymi interpretatorami odwiedzanych przez turystów miejsc. Jako pierwsi dostrzegają to ludzie i przedsiębiorstwa, żyjące z turystycznych podróży innych. W odpowiedzi na zmiany profilu swoich klientów i ich preferencji konstruują więc nowe programy i produkty: trasy tematyczne czy indywidualne pakiety pobytowe z wolnością wyboru opcji. Wysyłają swoich gości na „odkrywanie” miast za pomocą gier turystycznych, przygotowują dla nich zwiedzanie wzdłuż tras tematycznych, „opowiadających” najciekawsze wątki miejskiej historii lub eksploatujących unikatowe albo aktualnie „modne” wątki lokalnego dziedzictwa. Stawiają przed nimi „świadków historii” podczas fabularyzowanych zwiedzań, szukają im w muzeach propozycji edukacyjnych warsztatów, wybierają dla nich multimedialne i interaktywne ekspozycje. Rozpieszczają ich też lokalnymi smakami i dźwiękami, organizują specjalnie dla nich spotkania w kulturą i techniką, „ożywiają” dla nich wielką historię i małe historie w inscenizacjach, rekonstrukcjach i pokazach. W ten sposób, dbając o swoje utrzymanie, bardziej lub mniej świadomie realizują w swojej ofercie miejskiej zasadę „3xE”, uznawaną przez badaczy turystyki za motto najbliższej przyszłości i za najkrótszy opis standardów jutra: „*education, entertainment, excitement*”.

Polskie miasta, szczególnie te najstarsze i największe, bez wątpienia stanowią skarbcze wartościowego dziedzictwa, posiadają unikalne miejsca i zbiory. Są też sceneriami dawnych wydarzeń, świetnie nadających się na pasjonujące fabuły i współczesnych eventów, w których wielu mogłoby zechcieć uczestniczyć. Jednocześnie w tych naszych potencjalnych ośrodkach miejskiej turystyki dostrzegalne są ogromne braki lub niedociągnięcia w zakresie koncepcji i organizacji atrakcyjnej oferty turystycznej, a także zgodności realizacji szeregu usług z coraz powszechniej uznawanymi i wymaganymi wysokimi standardami. Można ten stan określić jako generalny deficyt polskich miast w sferze zaspokajania oczekiwań turystów miejskich.

Z pewnością liczna grupa ludzi, zajmujących się zawodowo tym segmentem turystyki, zdaje sobie sprawę z wielu spośród tych niedoskonałości. Znają oni także szereg pozytywnych przykładów z innych miejsc i myślą o strategiach i konkretnych działaniach dla poprawy stanu oferty w swoich miastach. Może im w tym być pomocna fachowa literatura. Faktycznie przydatna będzie ona jednak dopiero wtedy, gdy nie poprzestanie na opisie atrakcji i ich fachowej klasyfikacji (jak rozprawy kulturoznawcze czy prace z dziedziny historii sztuki) ani na wyliczeniu wielkości i różnorodności istniejącej oferty w jej różnych aspektach (jak analizy ekonomiczne z dziedziny turystyki). Żeby uzyskać pełny obraz miasta jako ośrodka turystyki kulturowej trzeba z wielu stron naświetlić problematykę miejskiej turystyki w tym konkretnym ośrodku, wskazać wiodące elementy jego potencjału w odniesieniu do niej i zaprezentować

typowe grupy jej konsumentów. Konieczne jest także zbadanie ich preferencji i zestawienie ich z aktualną ofertą. To dopiero umożliwi najpierw stwierdzenie mocnych i słabych stron miasta jako destynacji, następnie opracowanie pożądanego kierunku tworzenia jego nowego turystycznego profilu, wreszcie - zestawienie listy działań naprawczych i kreatywnych, zmierzających w kierunku stworzenia serii ofert odpowiadających oczekiwaniom.

Tymczasem oparta na badaniach literatura naukowa na temat turystyki w polskich miastach jest jak dotąd uboga. Wielkiej ilości najrozmaitszych przewodników, prezentujących ich walory - po stronie naukowej analizy odpowiadają tylko nieliczne teoretyczne prace o turystyce lub turystach miejskich, prezentujące te zagadnienia głównie w kontekście historycznym, antropologicznym, socjologicznym. Istniejące statystyki, uzyskane w wyniku badań są albo zbyt ogólne (dotyczą przyjazdów do Polski, wybieranych regionów, długości pobytu) - a zatem z punktu widzenia konkretnego ośrodka mało przydatne, albo - jeśli już odnoszą się do konkretnego miasta - na tyle wycinkowe, że nie składają się na jego całościowy obraz w tym kontekście. Brakuje nam kulturowo-turystycznych portretów naszych miast, rysujących na podstawie rzetelnych analiz ich rzeczywisty profil z punktu widzenia tych współczesnych „obcych”: dzisiejszych turystów miejskich. Nie są oni już dla nas (jak widziano ich i opisywano dawniej) obcymi-intruzami, obcymi-dziwakami, a może nawet obcymi-wrogami. Dzisiejsi „obcy” naszych miast w kontekście zjednoczonej Europy są jednocześnie pożądanymi gośćmi i zarazem partnerami w dialogu kulturowym. W tym turystycznym dialogu z konkretnym miastem konkretne zainteresowania i oczekiwania turystów są właśnie „ich” tekstem. Odpowiedzią powinna być właśnie oferta miasta, skierowana do nich. Ta odpowiedź musi obejmować jego autentyczne walory kulturowe, niemniej muszą one być zebrane, pokazane i opowiedziane w atrakcyjnej formie, uczynione fragmentami przeżycia prawdziwej, ekscytującej przygody, uzupełnione o elementy infrastruktury w akceptowanych standardach, o sprawną organizację pobytu, o wszechstronną i zrozumiałą informację. Szczegółowy „portret” turystyczno-kulturowy miasta może pomóc w formułowaniu naszej „kwestii” w tym dialogu i przygotowaniu naszego wkładu w tę przygodę.

Niniejsza monografia jest pierwszą, lecz w kontekście potrzeb zapewne nie ostatnią tego rodzaju publikacją w Polsce. Ma ona być w zamierzeniu jej inicjatorów takim właśnie obrazem i podręcznikiem turystyki kulturowej dla jednego z najstarszych i największych polskich miast. Pierwotnie u podstaw tego projektu leży zamiysł publikacji pomocnej dla wąskiej grupy tych, którzy w dialogu kulturowym z turystami reprezentują miasto: przewodników (jedna z części nadal skierowana jest ewidentnie do nich). Jednak ostateczna i znacznie rozbudowana wersja naszej monografii jest adresowana do kilku różnych kręgów osób:

1. Do przewodników miejskich i tych, którzy ich szkolą - do nich skierowane są szczególnie części druga i trzecia, których celem jest informacja o profilach i oczekiwaniach naszych poznańskich „obcych” oraz podniesienie poziomu i urozmaicenie usług przewodnickich w mieście.
2. Do planujących i organizujących turystykę w Poznaniu, do tworzących poszczególne elementy jej oferty (zarówno tej instytucjonalnej, jak w publicznych muzeach, jak i komercyjnej, skierowanej do turystów indywidualnych oraz grup turystycznych). Dla nich ma ona być pomocą w zorientowaniu się w istniejących potrzebach i aktualnej ofercie - ich własnej ofercie, ale także w całości naszej wspólnej miejskiej oferty. Lektura tej książki może być dla nich punktem wyjścia do refleksji nad modyfikacją istniejących produktów turystycznych albo impulsem do podjęcia działań w kierunku stworzenia tych brakujących.

Szczególnie istotna z tego punktu widzenia byłaby dla nich lektura części czwartej.

3. Do wszystkich, którzy zarządzają rozwojem miasta Poznania, mają wpływ na strategię tego rozwoju, rozdzielają środki służące ich realizacji, decydują o losach, strukturze i kierunku aktywności instytucji kulturalnych i o inwestycjach związanych z ich funkcjonowaniem. Dla nich zapoznanie się z rzeczywistym potencjałem turystyczno-kulturowym miasta i z trendami popytowymi wśród turystów miejskich może być podstawą do podejmowania decyzji prawidłowych i przynoszących najlepsze owoce, w tym wspierania i promowania produktów i usług odpowiadających zarówno turystycznemu profilowi miasta, jak i oczekiwaniom jego gości.
4. Do studiujących turystykę kulturową, zwłaszcza miejską - jako analiza przypadku jednego konkretnego miasta. Najbardziej mogą ich zainteresować opracowania teoretyczne na temat turystyki miejskiej i ukazany na podstawie badań potencjał Poznania w tym kontekście oraz aktualny poziom oferty miasta i jej styczność z potrzebami różnych grup turystów. Z uwagi na to szczególnie ciekawa dla tej grupy Czytelników może być lektura części pierwszej i czwartej.
5. Do tych badaczy turystyki, którzy zajmują się jej różnymi aspektami w innych polskich miastach. Poznańska publikacja może być inspiracją do przeprowadzenia podobnych badań w ich przestrzeni turystycznej, a jednocześnie wskazaniem ich kierunku i sposobu ich realizacji i dokumentacji.

Książka składa się z czterech części.

Pierwsza z nich obejmuje teksty prezentujące kwestie podstawowe dla problematyki całego opracowania. Składają się na nią cztery artykuły. Obok tekstu o charakterze teoretycznym na temat turystyki miejskiej (S. Kandulski), jest to analiza profilu turystów kulturowych, odwiedzających Poznań (K. Buczkowska), zarys dziejów Poznania, uwzględniający także historię powstawania najważniejszych materialnych elementów jego kulturowego dziedzictwa (I. Wyszowska i A. Mikos v. Rohrscheidt) oraz analiza badania potencjału turystyczno-kulturowego Poznania i okolic (A. Mikos v. Rohrscheidt).

Na część drugą składają się opracowania dotyczące metodyki przewodnictwa miejskiego zarówno w jego klasycznej formie spaceru lub objazdu turystycznego (I. Wyszowska), jak i odnoszące się do nowoczesnych form turystycznego zwiedzania miasta oraz integracji elementu przewodnictwa w ich realizację (Mikos v. Rohrscheidt), a także analiza możliwości wdrożenia zupełnie nowej w kontekście poznańskim formy zwiedzania fabularyzowanego (R. Urbanowicz).

Trzecia część zbiera analizy składu, zainteresowań, preferencji i zachowań tytułowych „obcych” w przestrzeni miejskiej Poznania, a więc turystów miejskich, w tym pochodzących zarówno z Polski (P. Buryan i D. Ohde), jak i najczęściej odwiedzających to miasto cudzoziemców, przybywających z Niemiec (A. Mikos v. Rohrscheidt), Francji (M. Piechowicz), Włoch (M. Bilińska i J. Olczykowski), krajów rosyjskojęzycznych (O. Artyschuk), Hiszpanii i krajów anglojęzycznych (P. Ratkowska), wreszcie grup pochodzenia żydowskiego (A. Mikos v. Rohrscheidt i P. Ratkowska). Opierając się na wynikach badań ankietowych przeprowadzonych wśród usługodawców i przewodników miejskich oraz na wynikach dodatkowej konsultacji w środowisku najaktywniejszych spośród obsługujących poszczególne grupy, w charakterystyce turystów uwzględniono profile, typowe zachowania turystyczne, zainteresowania i preferencje wszystkich głównych typów grup, a zatem m. in. turystów biznesowych, uczestników grup objazdowych, grupy szkolne, grupy realizujące programy

wypraw tematycznych lub studyjnych itd. Poszczególne opracowania zawierają także każdorazowo propozycje tras zwiedzania miasta dla tych grup oraz praktyczne informacje i wskazówki dla przewodników oprowadzających je.

Ostatnia, czwarta część zawiera szereg opracowań analizujących osobno niektóre segmenty miejskiej oferty turystycznej i formułujących wnioski dotyczące ich rozwoju. Są wśród nich teksty dotyczące organizacji turystyki miejskiej w Poznaniu oraz rozmaitych przedsięwzięć podejmowanych w tym mieście na rzecz powiększania jej skali (M. Piasta), roli poszczególnych poznańskich eventów kulturalnych jako impulsów turystycznych (P. Buryan), indywidualnych pakietów turystycznych (O. Artyshuk) i turystycznej oferty poznańskich muzeów (A. Mikos v. Rohrscheidt). Tę część - i jednocześnie całość zbioru - zamyka opracowanie A. Mikosa v. Rohrscheidt, podsumowujące atuty i słabości poznańskiej oferty turystyczno-kulturowej i artykułujące szereg postulatów pod adresem jej strategii, oferty oraz organizacji.

Szereg treści prezentowanych w niniejszej publikacji jest opartych na szczegółowych badaniach empirycznych, przeprowadzonych w ciągu ostatnich 12 miesięcy. W części były one realizowane w ramach innych projektów turystyczno-kulturowych, odnoszących się wprost do Poznania i dotyczących bezpośrednio tematyki poruszanej w tej publikacji (jak badanie potencjału turystyczno-kulturowego miasta i okolicy A. Mikosa v. Rohrscheidt, przeprowadzone w ramach projektu realizowanego przez czasopismo „Turystyka Kulturowa” oraz badanie profilu turystów kulturowych odwiedzających miasto, realizowane w ramach grantu naukowego przez K. Buczkowską). W innej części przeprowadzono je wprost na potrzeby poszczególnych opracowań (jak badanie oferty poznańskich muzeów, zrealizowane przez zespół pod kierunkiem A. Mikosa v. Rohrscheidt, badanie preferencji i zachowań grup turystycznych zamawiających przewodników, przeprowadzone przez A. Mikosa v. Rohrscheidt i O. Artyshuka, kwerenda O. Artyshuka dotycząca indywidualnych pakietów turystycznych na terenie Poznania). Pozostałe analizy bazują na aktualnych danych dotyczących miejskich instytucji, imprez oraz projektów, pochodzących z ich oficjalnych sprawozdań, publikacji lub informatorów.

Publikacja posiada formę monografii naukowej, spełnia zatem wymagania dotyczące zarówno rzetelności doboru i opracowania źródeł w tekstach teoretycznych, jak i stosowania uznanych metod badań oraz ogólnie przyjętych standardów gromadzenia i analizy danych empirycznych (jak ankiety, ocena potencjału, studia przypadku). Tym samym ta konkretna analiza turystyki miejskiej odnosząca się do jednego ośrodka mogłaby ewentualnie stać się wzorcem badania i opisu innych polskich destynacji, co umożliwiłoby porównania, a pośrednio także przyczyniłoby się do wykreowania dobrych standardów w zakresie tworzenia i funkcjonowania produktów turystyki miejskiej.

Jednocześnie książka jest w całości **dziełem praktyków**. Wszyscy bowiem bez wyjątku jej autorzy - niezależnie od naukowej aktywności części z nich w zakresie badania i dydaktyki turystyki, w tym kulturowej - są także czynnymi poznańskimi przewodnikami miejskimi. Taki skład zespołu autorskiego był świadomie zamierzony i uzyskano go w wyniku osobistych zaproszeń do współpracy. Intencją tego doboru było bowiem, by teksty składające się na ten zbiór nie były tylko - jak to się czasem zdarza w polskiej refleksji nad turystyką - dywagacjami teoretyków o nierealnych projektach i zestawem mających niewiele wspólnego z rzeczywistością postulatów, ale by stanowiły konkretne opisy osobiście sprawdzonych ofert z ich fachową krytyką oraz realistyczne propozycje usług i produktów, które faktycznie mogą być zrealizowane tu i teraz: w Poznaniu, u progu drugiego dziesięciolecia XXI wieku.

Oddając do rąk Czytelnika wspólne dzieło tego zespołu pragnę wyrazić nadzieję, że zostanie ono odebrane nie tylko jako analiza aktualnego stanu miasta w konkretnej dziedzinie, ale także - oby w jak największej ilości zagadnień i szczegółowych kwestii - posłuży jako zbiór impulsów kreatywnego działania i przydatnych w tej pracy podpowiedzi: „gdzie i jak” warto i trzeba, aby „to się (roz)kręciło” jak najlepiej i jak najprędzej: ku satysfakcji „obcych” i ku pożytkowi „swoich”.

Armin Mikos v. Rohrscheidt

Zespół autorów składa podziękowania wszystkim, którzy przez swoją pomoc w przeprowadzaniu badań lub konsultację poszczególnych tekstów przyczynili się do powstania niniejszej monografii: pracownikom naukowym, poznańskim przewodnikom, pracownikom muzeów, organizacji, instytucji oraz firm:

Elżbiecie Aleksińskiej, Elżbiecie Andrzejewskiej, Małgorzacie Bakuan, Przemysławowi Balcerowi, Stanisławowi Bałazy, Jarosławowi Bączyk, Annie Błaszak, Alicji Bobkiewicz, Markowi Fiedlerowi, Marcie Frączek, Krzysztofowi Głyda, Monice Gościński, Hannie Iwanowskiej, Agnieszce Jakubczak, Joannie Janiszewskiej, Rafałowi Jankowiakowi, Elżbiecie Kaczmarek, Jędrzejowi Kaczmarkowi, prof. Krzysztofowi Kaczmarkowi, Marcie Kałuzińskiej, Emilii Kierzyńskiej, Piotrowi Kopcińskiemu, Karolowi Kozikowi, Izabeli Kubiak, Reginie Kurewicz, Tomaszowi Laskowskiemu, Hubertowi Laszewiczowi, Jerzemu Laszewiczowi, Agnieszce Machnickiej, Beacie Majorek, Bartoszowi Małolepszemu, Barbarze Mandelke, Januszowi Matuszewskiemu, dr. Agnieszce Mączyńskiej, Annie Medoń, Magdalenie Mrugalskiej-Banaszak, Evie Małeckiej, Agacie Nawrockiej, Janinie Nowowiejskiej, Adamowi Orliczowi, Stanisławowi Pic, Annie Poniedziałek, Aleksandrze Pudelskiej, Witoldowi Przewoźnemu, Markowi Radziwińskiemu, Annie Rzepie, Kamili Selmoser, Ryszardowi Skibińskiemu, Annie Sobiak, Aleksandrze Sobocińskiej, dr. Adamowi Soćko, Paulinie Szela, dr. Marcinowi Szela, Annie Szukalskiej, Oldze Tarczyńskiej, Adamowi Tempichowi, Jarosławowi Tyborskiemu, Piotrowi Urbaniakowi, Bartoszowi Wasilkowi, Janowi Wiczorkowi, Marcinowi Wiśniewskiemu, Annie Wojciechowskiej, Leszkowi Wróblowi oraz Annie Ziółkowskiej.

Bez ich współpracy przeprowadzenie badań nie byłoby możliwe.

CZĘŚĆ I

Poznań a turystyka kulturowa

Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego

Miasto jako destynacja turystyki kulturowej na przykładzie Poznania

Analizując zjawisko turystyki miejskiej, już na wstępie należy zauważyć, że - w zgodnej opinii autorów opracowań naukowych z dziedziny turystyki - jest ona formą aktywności, stanowiącą bardziej wyspecjalizowaną poddziedzinę turystyki kulturowej¹.

Turystykę kulturową możemy najkrócej określić jako taką formę turystyki, która świadomie ukierunkowana jest na poznanie i doświadczenie szeroko pojętej kultury miejsca docelowego (lub miejsc, w przypadku ofert objazdowych)². W zakres oferty turystyki kulturowej lub turystyki miejskiej wchodzić mogą rozmaite elementy, począwszy od instytucjonalnych (takich jak muzea, galerie, pomniki, zabytki architektury), po wydarzenia kulturalne dziejące się w danym mieście (koncerty, festiwale, eventy). Wartym przytoczenia jest spis walorów wykonany przez Kołodziejczyk:

1. przedmioty, miejsca i zjawiska związane z historią, jak: zabytki archeologiczne, historyczne zabytki architektury i budownictwa, pamiątki związane z wydarzeniami i postaciami historycznymi, miejsca pamięci narodowej, muzea gromadzące zbiory o charakterze historycznym,
2. wytwory sztuki, jak: dzieła sztuki i wyroby rzemiosła artystycznego, instytucje gromadzące dobra kultury materialnej, w tym muzea, kolekcje prywatne, biblioteki, sklepy specjalistyczne i inne,
3. zjawiska życia społecznego, uznawane za wyraz kultury współczesnej, jak: osiągnięcia techniczne, naukowe i gospodarcze, instytucje prowadzące działalność kulturalną i rozrywkową (teatry, kina, sale koncertowe, domy kultury), zjawiska życia kulturalnego jak: imprezy kulturalne, festiwale, obchody rocznic, targi tematyczne), organizacja życia grup społecznych jak: wzory zachowań, style, moda, zwyczaje, kuchnia, cmentarze i inne wyrazy sposobu i stylu życia,

¹ Por. Kowalczyk 2005, s.157; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 52, 98; Kowalczyk 2008, s. 5; Kaczmarek J. I S. 2009, s. 16nn.

² Choć niewątpliwie, także samą turystykę jako zjawisko jesteśmy w stanie również zaliczyć do form kulturowych.

1. Turystyka jest **funkcją** kultury. To znaczy, że turystyka jest na ogół w pewnym sensie wyrazem danej kultury. Jeśli pragniemy na przykład zrozumieć, dlaczego ludzie w trakcie podróży turystycznej zachowują się w określony sposób, to przyczyny szukać musimy nie tylko (czy nie tyle) w turystyce, ile w uwarunkowaniach kulturalnych. Inaczej mówiąc: nie można zrozumieć turystyki współczesnej bez próby zrozumienia tego, co dzieje się we współczesnej kulturze (...).

2. Turystyka jest **elementem** kultury. Turystyka wpisała się na trwałe w kulturę współczesną. Inaczej mówiąc: nie można w pełni zrozumieć kultury współczesnej, nie można jej opisać bez uwzględnienia zjawiska, jakim jest turystyka, bez omówienia roli, jaką pełni turystyka w kulturze współczesnej.

3. Turystyka jest też **przekazem** kultury. Określone wartości kulturowe przenoszone są współcześnie nie tylko przez procesy urbanizacji, nie tylko przez środki masowego przekazu, ale też przez turystykę.

4. Turystyka jest więc w pewnym sensie **spotkaniem** kultur, czy - jak niektórzy mówią - „zderzeniem” kultur. Jest wymianą wartości przede wszystkim pomiędzy turystami a ludnością miejscową, ludnością terenów odwiedzanych przez turystów. Im różnica kulturowa między nimi jest większa, tym to „zderzenie” kultur pozostawia trwalsze ślady.

5. Turystyka może być wreszcie czynnikiem **przemian** kulturowych. Nieprzypadkowo międzynarodowy program badań, koordynowany przez Ośrodek Nauk Społecznych w Wiedniu, nazwany został „Turystyka, w jej kontekście społeczno-kulturowym, jako czynnik przemian. [Przeclawski, 2004, s. 32-33, za: Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 31]

4. kultura ludowa, w tym: budownictwo, rzemiosło, działalność artystyczna, stroje, sztuka,
5. przyroda jako wartość kulturowa: twory przyrody, posiadające znaczenie symboliczne, parki miejskie, ogrody przypałacowe, ogrody botaniczne, krajobrazy,
6. elementy zagospodarowania turystycznego, jak: wyposażenie obiektów w urządzenia kulturalne, sposoby wkomponowania obiektów turystycznych w typ krajobrazu. [Kołodziejczyk 1979, s. 9-10 i dalej s. 42-46]

W kontekście powyższych walorów turystycznych i ich potencjału, charakterystycznym staje się zjawisko, określane jako „siła napędowa turystyki” [Buczkowska 2008, s.10], czyli swoiste kulturowe sprzężenie zwrotne, oparte na obustronnej inspiracji i transmisji elementów kultury. Z jednej strony turysta doświadcza pewnej obcości i odmienności kultury miejsca docelowego, z drugiej sam - stanowiąc produkt swojej własnej kultury - stanowi w odwiedzanym miejscu pewne *novum* oraz element je zmieniający.

Formy kulturowej komunikacji są bardzo różne. Wystarczy zwrócić uwagę na odmienności poszczególnych elementów życia codziennego, takich jak: kulinaria, przyjęte wzorce zachowań, rozpowszechnione w danej społeczności wierzenia religijne czy akceptowany światopogląd. W tej perspektywie turysta nie tylko często styka się z innością, ale również adaptuje jej poszczególne elementy na potrzeby własnych zwyczajów (rozumianych jako elementy zachowań konkretnej jednostki).

Często zdarza się, że wyprawy turystyczne przyczyniają się do zmiany o znacznie szerszym zakresie. Mowa tutaj przede wszystkim o tolerancji, jaka wymagana jest do spotykania się z ludźmi, których formy zachowań, wierzeń, codziennego funkcjonowania mogą radykalnie różnić się od tych praktykowanych przez turystów lub nawet mogą być uznawane za gorszące z punktu widzenia podróżującego³. Doskonale ujmując tę sytuację niniejszy cytat: „(...) sama decyzja podjęcia podróży dla zapoznawania się z tym dziedzictwem wpływa z uznania jego wartości, jego intrygującej odrębności lub przynajmniej jego atrakcyjności dla uczestnika turystyki kulturowej. Turysta, decydujący się w ramach swojego wolnego czasu na spotkanie z inną kulturą za pośrednictwem jej wytworów (zamiast na przykład na czyste formy rekreacji fizycznej, uprawiania sportu czy zwiedzania dziewiczej przyrody), daje tym samym dowód swojej otwartości na to, co inne i obce, zaś już podczas samej podróży rozpoczyna (bardziej lub mniej świadomie) prowadzić wewnętrzny dialog z kulturą odwiedzanego regionu, porównując własne i obce, podziwiając lub poddając krytyce funkcjonujące w niej wzorce i stosowane konkretne rozwiązania (np. artystyczne, techniczne, budowlane, ale także społeczne i polityczne).” [Mikos von Rohrscheidt 2010, s. 33]

Oczywiście taka sytuacja bazuje ciągle na założeniu pewnego poszukiwania przez turystę, jego ciekawości specyfiki i tożsamości miejsca, do jakiego przyszło mu podróżować. Owa ciekawość staje się wtedy podstawą dialogu kulturowego opartego na otwartości, pozwalającej na doświadczenie obcej kultury i zetknięcie się z nią (tylko w ten sposób doświadczenie kontaktu kulturowego może posiadać jakiekolwiek znamiona autentyczności).

Jednym ze sposobów na takie właśnie traktowanie podróży, jako realizacji ukierunkowanych zainteresowań, jest praktykowanie turystyki miejskiej (uznawanej za jedną z form turystyki kulturowej). Jej celem jest „(...)odwiedzanie i poznawanie miasta traktowanego jako dziedzictwo kulturowe i uznawanego jako niepodzielny element przestrzeni turystycznej” [Kowalczyk 2005, s. 157]. Taka forma zwiedzania nastawiona jest na poznawanie

³ Najbanalniejszym chyba przykładem jest określanie corridy jako zwykłego barbarzyństwa i mordy.

obcości i odmienności kultur przez pryzmat miasta, jednak jej kształt wykracza poza tylko i wyłącznie aspekt edukacyjny. Turystyka miejska (podobnie jak turystyka kulturowa jako całość) jest dziś w znacznej mierze turystyką o charakterze masowym, stąd realizowana oferta stanowi melanz elementów wymagających poznawczo (tzw. kultury wysokiej, stanowiącej formę wyszukanej rozrywki intelektualnej) oraz popularnych (rozrywka masowa, stanowiąca formę relaksu).

„(...) głównymi magnesami, przyciągającymi turystów do miast są cztery rodzaje atrakcji, z których aż trzy mają charakter kulturowy. Są to:

1. tzw. stałe atrakcje materialne, w tym szczególnie obiekty zabytkowe (zatem dziedzictwo kulturowe),
2. muzea, galerie i inne wystawy stałe lub czasowe (których koncentracją jest niemal każde większe miasto europejskie),
3. eventy kultury „wysokiej” lub powszechnej oraz
4. możliwość spaceru po znanych, wielkich lub szczególnie prestiżowych strefach lub miejscach handlu, połączona z zakupami (tzw. shopping).” [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 119].



Ryc. 1. Główne elementy turystyki miejskiej. Miasto jako destynacja turystyczna [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 120]

Powyższy graf obrazuje główne sposoby zagospodarowania czasu pozostającego do dyspozycji turysty w ramach wyjazdu do miast. Taka lub zbliżona forma jego wykorzystania z intensywnym zwiedzaniem obiektów zabytkowych i osobliwości, licznie obecnych w miastach oraz rosnącym udziałem tzw. shoppingu (zakupów w wybranych miejscach) w programie wycieczek, tworzy pewną specyfikę wycieczek miejskich [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 118]. Badacze fenomenu współczesnej turystyki miejskiej wymieniają jeszcze inne jej cechy charakterystyczne, jak „stosunkowo krótki czas trwania imprez wycieczkowych (ograniczonych zazwyczaj do kilku dni, w Europie głównie weekendu), coraz częstsze wykorzystywanie transportu lotniczego, związane ze znacznym potaniem tej grupy ofert, a także masowe korzystanie z ofert dużych hoteli.” [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 118]. Dzisiejsze wyjazdy

turystyczne do miast nadal jako element oczywisty zachowują zatem zwiedzanie instytucjonalnych obiektów, takich jak obiekty dziedzictwa kulturowego czy muzea (co jest widoczne zarówno w potencjale dziedzictwa kulturowego Poznania, jak i w zakresie jego wykorzystania (czy może raczej „konsumowania”) przez przybywających tu turystów). Jednak obok tych klasycznych aspektów dawnej miejskiej turystyki pojawiają się coraz częstsze eventy kulturalne z rosnącą siłą przyciągania turystów (jak „Malta Festival” czy „Ethno Port”). Wreszcie coraz bardziej na znaczeniu zaczyna i tu zyskiwać shopping, czyli aspekt „zakupowy” wycieczki. Ma to niemałe znaczenie nie tylko z perspektywy kupujących (niezależnie od tego, czy kupują oni raczej przedmioty wytwarzane lokalnie, czy też dostępne ogólnosięciowo), ale również z perspektywy inwestorów, tworzących galerie handlowe w sposób pozwalający na skomasowanie w nich wszelkich form nie tylko gospodarczej, ale i kulturalnej aktywności. Tak powstają kolosalne struktury, oferujące monumentalną, a niekiedy także wysokiej klasy, architekturę, rozległą paletę sklepów rozmaitych branż, kina, restauracje, kawiarnie, galerie sztuki, ekspozycje arcydzieł czy wszelkiego rodzaju eventy (od występów dla celów charytatywnych, przez spotkania autorskie czy imprezy performance, po masowe zabawy, np. z okazji Dnia Dziecka). Do przykładów takich miejsc w przestrzeni miejskiej Poznania na pewno można zaliczyć Stary Browar, „Plażę”, kompleks M1 na Franowie, czy King Cross Marcecin.

W refleksji nad turystyką miejską nie może również zabraknąć perspektywy samego miasta, ciągle rozbudowującego swój wizerunek, nie tylko jako ośrodek turystyczny, ale również jako cel działań instytucjonalnych, zwiększających jego walory. „Turystyka miejska skierowana na duże i znaczące historycznie ośrodki otrzymała poważne wsparcie, w postaci zainicjowanego w roku 1983, a rozpoczętego faktycznie w 1985, od Aten programu: „Europejska Stolica Kultury”, który corocznie promuje inne miasta na naszym kontynencie, wspiera całoroczny program imprez kulturalnych w tych miastach i przyczynia się przez to do skokowego zwiększenia ich ilości (i najczęściej jakości), a co za tym idzie także ilości odwiedzających je turystów. Wyrazem znaczenia tej akcji i tytułu stolicy kultury europejskiej może być choćby liczba miast, starających się o przyznanie tego tytułu oraz ich deklarowane i realizowane przedsięwzięcia, wiązane z tymi staraniami.” [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.119]. Dowody tego typu równoległej aktywności gospodarczej, celującej w aktywowanie poszczególnych ośrodków, możemy odnaleźć również w rywalizacji dużych miast o organizację wielkich imprez - chociażby takich jak EURO 2012 czy Europejskie Dni Dziedzictwa Kulturowego⁴, w programach miast partnerskich, mundialach, olimpiadach. Organizacja

⁴ „Europejskie Dni Dziedzictwa” to największy w Europie projekt społeczny i edukacyjny, najważniejsze święto zabytków kultury Starego Kontynentu. Ich idea narodziła się 3 października 1985 r. w Granadzie w Hiszpanii podczas II Konferencji Rady Europy, na której minister kultury Francji zaproponował zorganizowanie w całej Europie zainicjowanych we Francji w 1984 r. Dni Otwartych Zabytków. Wówczas po raz pierwszy bezpłatnie udostępniono zwiedzającym obiekty, do których dostęp dotychczas był ograniczony. Inicjatywa cieszyła się tak dużym zainteresowaniem, że w 1991 r. zainspirowała Radę Europy do ustanowienia Europejskich Dni Dziedzictwa.

Głównym celem Europejskich Dni Dziedzictwa jest promowanie regionalnego dziedzictwa kulturowego oraz przypomnienie o wspólnych korzeniach kultury europejskiej. Imprezy skierowane są do bardzo szerokiej i różnorodnej grupy odbiorców, co nadaje im wymiar uniwersalny. Właśnie takie inicjatywy sprawiają, że idea EDD zyskuje nowych zwolenników, stając się tym samym najważniejszym wydarzeniem kulturalnym Starego Kontynentu. Z każdym rokiem imprezy organizowane w ramach EDD zyskują na popularności.

W obchodach Europejskich Dni Dziedzictwa uczestniczą wszystkie państwa członkowie Rady Europy, w tym Polska, która włączyła się do tej akcji w 1993 r.. Co roku we wrześniu organizatorzy udostępniają do zwiedzania szerokiej publiczności zabytki i miejsca kultury, przygotowują festyny, jarmarki, imprezy plenerowe, inscenizacje, turnieje rycerskie, wystawy, odczyty naukowe, konkursy, spotkania z twórcami

wielkich wydarzeń (czy choćby eventów, takich jak poznański występ Stinga we wrześniu 2010, Konferencja Klimatyczna w grudniu 2008, spotkanie ministrów kultury Azji i Europy we wrześniu 2010) niejednokrotnie przyczynia się pośrednio do rozwinięcia lokalnej infrastruktury, wielkich inwestycji, ale również renowacji dziedzictwa kulturowego miasta.

Podobne podejście do miejskiej przestrzeni oferuje nam UNESCO z szerokimi programami angażującymi się w ochronę dziedzictwa kulturowego na różnych poziomach. Mowa tu nie tylko o koronnych przykładach obiektów architektonicznych (których bogate spisy wabią pasjonatów z całego świata), ale również problemy dotyczące dziedzictwa niematerialnego, do którego ochrony UNESCO również namawia⁵.

Innym, osobnym magnesem dla turystów, pozostaje społeczne oddziaływanie ośrodków uniwersyteckich. Abstrahuję tu od ich historycznego znaczenia, starając się podkreślić poziom aktywności w organizowanie przedsięwzięć naukowych (GeeCon Międzynarodowa Konferencja Programistów Java w Poznaniu 2010), sportowych, artystycznych, popularnonaukowych (ogólnopolska Noc Naukowców) czy z zakresu szeroko rozumianej kultury studenckiej (Teatr Strefa Ciszy, Teatr Ósmego Dnia, Maski). To wynik nie tyle aktywności mieszkańców miasta, co raczej przyjezdnych na uniwersytet (znaczna część studiujących w danym ośrodku ludzi to nowoprzybyli; taka perspektywa tworzy z tej instytucji kolosalny konglomerat przyjezdnych, którzy na co najmniej dziewięć miesięcy w roku stanowią jedną z najaktywniejszych grup społecznych w przestrzeni miejskiej).

Tak rozumiane miasto staje się miejscem spotkania i dialogu rozmaitych ludzi, pośród których turysta próbuje odnaleźć interesujące go komunikaty. Najczęściej ich doбором i podziałem zajmuje się operator tworzący ofertę mającą stanowić zrównoważoną propozycję, składającą się z elementów „wysokich” oraz popularnych, czy typowo rozrywkowych. Przykładowa propozycja wyjazdu turystycznego do miasta może wyglądać następująco:

Trójmiasto-Malbork (wycieczka 3-dniowa)⁶

I dzień

- wyjazd w godzinach rannych
- zwiedzanie Gdyni: „Dar Pomorza”, Skwer Kościuszki, port jachtowy
- spacer na molo w Sopocie, czas do dyspozycji grupy na "Monciaku"
- zakwaterowanie, obiadokolacja

II dzień

- śniadanie
- koncert organowy w Katedrze Oliwskiej
- spacer w Ogrodzie Botanicznym w Oliwie
- zwiedzanie ekspozycji "Drogi do Wolności"
- zwiedzanie gdańskiej starówki - Długi Targ, port nad Mottawą, Katedra, Muzeum Morskie - ekspozycja w żurawiu, Krzyże Gdańskie
- obiadokolacja

kultury i wiele innych imprez o różnorodnym charakterze, skierowanych do różnych grup społecznych i wiekowych. Dzięki temu obywatele państw uczestniczących w EDD mają doskonałą okazję do poznania dorobku kulturowego regionu, który zamieszkują.”, za: www.edd.com.pl/page/info/idea-edd, z dn.20 IX 2010

⁵ Swoistą ciekawostką w tej kwestii pozostaje Storryteller Museum, czyli Muzeum Opowiadaczy Historii założone przez Michała Malinowskiego. Jednostka ta ubiegała się o wpis na listę UNESCO z racji zbierania, spisywania i przekazywania rozmaitym pokoleniom opowieści, jakie udało im się zbierać.

⁶ www.horyzont.net.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=105&Itemid=135, (dostęp 21.09.2010)

III dzień

- śniadanie
- Szwajcaria Kaszubska: wizyta w Centrum Promocji Regionu Kaszubskiego w Szymbarku (wśród atrakcji m.in. "dom stojący na głowie"), pokaz wyrobu porcelany w warsztacie Neclów w Chmielnie
- obiad
- powrót w godzinach wieczornych

Przykłady tego rodzaju można znaleźć w ofertach setek biur podróży. Większość krajowych ofert zamykałaby się przy tym w dość wąskiej grupie ośrodków miejskich⁷. Dla zwiększenia komfortu i bezpieczeństwa grupy, a także zadośćuczynienia wymaganiom prawnym, wycieczce towarzyszy pilot. W sytuacji, gdy pojawia się potrzeba (lub prawny nakaz, np. w przypadku dziesięciu miast polskich, w tym Poznania), organizator wynajmuje przewodników (miejskich, terenowych, czy obiektowych).

Ciekawym jest również to, że przy całej komplikacji organizacyjnej, trudności rozpoczynają się w momencie refleksji nad osobą turysty. O ile bowiem od strony organizacyjnej wycieczki pojawiają się problemy natury ekonomicznej i organizacyjnej, to jednak ze strony drugiej - odbiorcy, ta sytuacja wprowadza więcej kwestii dyskusyjnych.

Pierwszą z nich jest kwestia klasyfikacji turystów odwiedzających dane miasto i odbieranych przez nich wrażeń. Jedną z bardziej znanych klasyfikacji, precyzujących, kogo w mieście można uznać za turystę, dokonuje M. Madurowicz [Madurowicz 2008, s. 63 - 65]. Pierwszym kryterium jest tu odmiennosć przyczyniająca się do tego, że w skrajnie heterogenicznej tkance miejskiej turysta odstaje od anonimowego tłumu, jaki szarym pochodem zaludnia chodniki miejskie. Turysta, pragnąc zachować w mieście swoją indywidualność i odmiennosć, dąży do odcięcia się od otaczającej go masy miejscowych, ale również przyjezdnych.

Po drugie, z punktu widzenia analizy problematyczną cechą turystów jest ich ulotność. Turystami nazwać można przecież zarówno uczestników zorganizowanych grup, liczących nawet po pięćdziesiąt osób, poruszających się wielkimi autokarami razem z obsługą, jak i osoby podróżujące indywidualnie.

Podstawą trzeciego kryterium, która dodatkowo zwiększa trudności analizy jest coraz częstsze zjawisko zwiedzania własnego miasta. Wszak do ruchu turystycznego zaliczyć należy również osoby przemierzające zakamarki miejscowości zamieszkania, którzy przy okazji również eksploatują szeroko rozumianą infrastrukturę turystyczną. Pod taką kategorię

⁷ „Główne destynacje turystyki miejskiej. W Europie: Najpopularniejszymi celami tego rodzaju wypraw są miasta o największej liczbie dobrze zachowanych zabytków i o znaczącej historii. Będą to więc najpierw ważniejsze historyczne stolice europejskie jak Rzym, Wiedeń, Londyn, Paryż, Madryt, Ateny, Lizbona, Amsterdam, Kopenhaga, Bruksela, Praga, Budapeszt, Ryga, Wilno, Tallin, Sztokholm, Dublin, także coraz częściej imponujący ofertą kulturalną Berlin. Z innych znaczących historycznych ośrodków miejskich do ulubionych celów należą m.in: Florencja, Wenecja, Rawenna (i wiele innych miast włoskich), Rennes, Chartres, Marsylia, Lyon, Nancy, Carcassonne, Awinion (Francja), Kolonia, Monachium, Drezno, Weimar, Hamburg, Bamberg, Hildesheim, Mainz, Augsburg, Norymberga, Wittenberg (Niemcy), Edynburg, Canterbury, Oxford, Cambridge, York (Wlk. Brytania), Gandawa, Brugia, Liege (Belgia), Sewilla, Barcelona, Toledo, Cordoba, Granada i inne (Hiszpania), Split (Chorwacja). W Polsce: to na dzień dzisiejszy przede wszystkim wspomniane już sześć miast z największą ofertą kulturową: Kraków, Gdańsk, Warszawa, Poznań, Wrocław i Toruń, a także Lublin i Przemyśl, następnie coraz silniej Łódź, Zakopane, Częstochowa, Sopot, Kołobrzeg, Jelenia Góra (przy czym w niektórych przypadkach decydujące są inne, niż tylko miejsko-historyczne, aspekty turystyki), szybko zwiększa się liczba odwiedzających coraz liczniejsze mniejsze ośrodki, jak: Zamość, Świdnica, Sandomierz, Kielce, Chełmno, Gniezno, Krosno, Stargard i inne, które przyciągają stosunkowo wielu turystów.” [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.120]

podpadać będą np. rodzice, ukazujący miasto swoim dzieciom albo nauczyciele z grupami szkolnymi, prowadzący zajęcia edukacyjne np. z zakresu historii lokalnej lub regionalnej, wiedzy o sztuce, biologii lub geografii.

Kolejnym kryterium pozostaje wiedza o mieście. Niejednokrotnie zdarza się, że osoba przyjeżdżająca do danego miasta jest w stanie wykazać się o nim wiedzą i przenikliwością wielokrotnie większą, niż ten, kto mieszka w nim na co dzień. Życie codzienne i jego monotonia spływają pojmowanie przestrzeni. W pewnym momencie świadomość obcowania z miejscami nawet istotnymi historycznie, ustępuje miejsca ich codziennej funkcjonalności. Place i ulice miasta tracą wymiar manifestacji, jakie się na nich odbywały, zyskują zaś status miejsc handlu, parkingów, urzędów. W takiej sytuacji ich historyczne znaczenie ulega zatarciu, zaś jedyną grupą osób znającą je, pozostają w skrajnych przypadkach właśnie turyści, jako ci, przybywający specjalnie po to, by je zobaczyć - i oczywiście pracujący na ich rzecz lokalni eksperci, np. przewodnicy miejscy.

Kryterium piąte stanowić będzie nastawienie turysty na użytkowanie przestrzeni dla turystów przygotowanej, choć - jak zaznacza Madurowicz - niejednokrotnie zdarza się, że baza ta przyciągnie również mieszkańców.

Szóstym kryterium pozostaje problem tożsamości. Przyjeżdżając do danego miejsca turysta pragnie niejednokrotnie zdystansować się na moment od tego, kim jest i jak funkcjonuje na co dzień. Jest teraz tym, który otwiera się na nowość, niecodziennność, coś niestandardowego. W wyniku przyjęcia roli turysty jego tożsamość podlega ciągłym przemianom na skutek komunikacji i wymiany treści kulturowych, jakie się dookoła niego dzieją.

Kryterium siódme stanowi dychotomia, wedle której traktować można turystów jako hedonistów, korzystających z luksusów i przyjemności dysponowanych przez miasto (tzw. turysta w mieście) lub też ludzi nastawionych na tego miasta doświadczanie i poznawanie (tzw. turysta miejski) [Madurowicz 2008, s. 65 - 66].

Refleksja dotycząca turystów i sposobów ich pojmowania wykracza poza analizę ekonomiczną, do której nader często ograniczają się nauki opisujące zjawisko turystyki. Jedną z dyscyplin pozostających w ścisłym związku z tą tematyką pozostają nauki społeczne. Pośród poruszanych przez nie problemów jednym z ważniejszych pozostaje traktowanie przybyłych do miasta jako obcych. Miasto to miejsce, w którym z racji jego heterogeniczności (wynikającej z niejasnych stosunków ilościowych, migracji, problemów prawnych, różnic kulturowych) nie ma w zasadzie ludzi, którzy byłiby dla siebie blisko znajomi⁸. Oczywiście mogą zaistnieć tutaj sytuacje długotrwałego funkcjonowania w ramach danego ośrodka miejskiego i stały, wieloletni pobyt, jednak z perspektywy turysty okres ten pozostaje nie dłuższy niż rok.

Wobec takiego podejścia, osobnym wzorcem osobowym stać się może postać „flâneura”. Ewoluuje ona w specyficzny sposób z refleksji nad próżnością XIX wiecznej burżuazji, rozważanej przez Veblena, a potem kontynuatora jego myśli - MacCannella. Traktuje ona ludzi, mogących pozwolić sobie na podróżowanie, jako tych, których stać na marnowanie czasu. Ludzie tacy, z racji posiadanego majątku, nie są zmuszeni do ciężkiej pracy w fabrykach. Ich byt gwarantowany jest spokojną konsumpcją tego, co posiadają, stąd mają również czas na to, by beczynnie (czyli w sposób zupełnie niezwiązany z pracą zarobkową, ale raczej z działalnością wynikającą z własnych zainteresowań, ewentualnie z chęcią miłego

⁸ Rozstrzygnięcie to pozostawia nas w miejscu pozwalającym na dalszą refleksję. Przyjęcie natomiast założenia Madurowicza o nieodróżnialności turystów od nie-turystów nic nam nie daje.

spędzenia czasu) przechadzać się po mieście, analizując i badając rozmaite jego zakamarki. Turysta taki w refleksji Waltera Benjamina, zwany *flâneur* [Zeidler-Janiszewska 1999, s. 65] przechadza się powoli po mieście, doświadczając go. Co więcej, niejednokrotnie usiłuje ów czas spowolnić jeszcze bardziej (np. prowadząc na smyczy żółwia), by nie tylko lepiej smakować otaczającą go twórczą i wielokulturową różnorodność, lecz również po to, by podkreślić swój sprzeciw wobec miejskiego zabiegania. Refleksja ta z czasem zmienia swój wymiar w kierunku *dryfowania* (*derive*), czyli takiego traktowania *flâneurowskich* wycieczek, przez które przestają one być ukierunkowane poznawczo, ale nabierają wymiaru bezmyślnego konsumpcjonizmu.

Opozycją (a tym samym swoistą ewolucją powyższej postaci) staje się post-turysta [Rewers 2005, s.122], czyli osoba niejako reaktywująca intelektualną funkcję *flâneur*, ale rozumianą tutaj jako realizację jej własnych ambicji, związanych z autentycznym obcowaniem z rzeczywistością. Osoba taka nie chce uczestniczyć w masowej turystyce, lecz szuka wysmakowanych podróży, mających zaowocować nowym i oryginalnym doświadczeniem. Post-turysta odrzuca barwne katalogi biur podróży. Preferuje on doświadczenie bezpośrednie (np. wysokogórska wspinaczka), nierzadko wyzwanie intelektualne (wyjazd do bazy archeologicznej, wyprawa etnologiczna etc.). Takie podejście do podróżowania wyrasta z nowych potrzeb rodzących się w klasie średniej, coraz bardziej znudzonej uproszczonym sposobem pośredniczenia doświadczenia świata przez masowe oferty biur podróży.

Jeszcze inaczej postrzeganie świata przez podróżujących i przez turystów opisują antropolodzy. I tak, Marcin Jewdokimow oraz Magdalena Łukasiuk starają się przyjrzeć turystom w kontekście ciała w podróży. Jak piszą „O ile ustalenie wpływu, jaki jednostka wywiera na środowisko, nie jest trudne, o tyle bliższe określenie zależności odwrotnej wydaje się być zadaniem o wiele bardziej skomplikowanym. Idąc tropem Deweya i Meada, należałoby stwierdzić, że wpływ na jednostkę ma nie tyle środowisko (przestrzeń), ile społecznie przypisywane mu znaczenia, a zachowanie jednostki w danej przestrzeni jest wynikiem jej interakcji ze znaczeniami przypisanymi przestrzeni albo tymi odczytanymi przez jednostkę. Za tą alternatywą kryje się pytanie o jednoznaczność lub relatywizm odczytywania znaczeń przestrzeni. Dewey i Mead rozstrzygają ten spór poprzez wprowadzenie dynamicznego modelu tworzenia się znaczeń w procesie interakcji.” [Jewdokimow, Łukasiuk 2009, s. 62]

Autorzy kontynuują swoją wypowiedź, poszerzając ją o przykłady odnoszące się do pamiątek i fotografii przywożonych przez ludzi. Przekonują nas, że pamiątki z podróży stanowią dowód uznania odwiedzanego terytorium za własne (oczywiście nie w sensie prawnym czy kolonizacyjnym, lecz metaforycznym i personalnym). Zabrana pamiątka (wspomnienie miejsca, fotografia) posiada jeszcze jeden ważny aspekt, mianowicie znaczenie, które niekoniecznie zgodne jest z pierwotnym przeznaczeniem owego przedmiotu/miejsca.

Doskonale tę sytuację tłumaczy Herskovitz [za: Gierszewski 2000, s. 32 - 80] w swojej doktrynie relatywizmu kulturowego, ukazując problem pewnych kluczowych dla danej kultury elementów. Dobitym przykładem pozwalającym na zrozumienie Herskovitza jest przykład plemion meksykańskich⁹, które w ramach swej kultury odprawiają rytuały z użyciem pejotlu. Traktowany przez nich jako święta roślina, uważany jest on za symbol pełni (tego co męskie i żeńskie), zaś jego halucynogenne działanie stanowi sposób przeniesienia do sfer pozwalających na komunikację z duchami. Spożycia dokonuje tylko szaman i najbliższa mu kasta wojowników. Jakże odmiennym znaczeniem nacechowali pejotl badacze europejscy

⁹ Por. Kolankiewicz, L. *Święty Artaud*; Witkiewicz, S. I. *Narkotyki. Niemyte dusze*.

i amerykańscy, po tym jak udało im się w wyniku terenowych badań etnograficznych ustalić jego „cudowne” właściwości. Masowe zbiórki kaktusa stały się podstawą ekstrakcji meskaliny i jej wdrożenia na narkotyczny użytek zachodu¹⁰.

Taka sytuacja bardzo dobrze obrazuje, jak pojedynczy element o charakterze symbolicznym posiadać może rozmaite znaczenia (pełnia - narkotyk), nie w zależności od tego, jakim ów element jest (czyli nie obiektywna fizyczność miała tu znaczenie), ale od tego, jaki zestaw znaczeń, zastosowań i praktyk upatruje w nim obserwujący go reprezentant danej kultury: „Zdaniem Doreen Massey miejsce jest konstruktem społecznym i produktem społeczeństwa, w którym żyjemy. Według tej autorki warunki fizyczne, społeczne czy ekonomiczne podlegają społecznie wypracowanej interpretacji stosowanej w kształtowaniu miejsca” [Jewdokimow, Łukasiuk 2009, s. 63]. W praktyce turystyki miejskiej sytuacje te bardzo dobrze widoczne są w świątyniach (dla niewierzącego turysty kościół niekoniecznie oznacza miejsca święte; tak pojawia się m.in. konieczność upominania zwiedzających, aby nie urazić modlących się), w tłumaczeniu stosowności zachowań kulinarnych, metod okazywania szacunku bądź pogardy w danym społeczeństwie.¹¹

Sposób badania i opisu świata zaprezentowany przez Jewdokimowa i Łukasiuk nastawiony jest na analizę znaczeń. Taki sposób pojmowania kultury (traktowanie jej jako formy myślenia, a nie jako bytu materialnego) i zjawisk z nią związanych, określony został jako ideacyjny. Pozostaje on w opozycji do materialnego sposobu postrzegania świata kulturowego, traktując jako istotne to, co ludzie mówią, jakim znaczeniem obciążają poszczególne obiekty materialne i jak uzasadniają swoje działania i wartości.

Inną perspektywę prezentuje myśl filozoficzna. W refleksji dotyczącej kształtowania się miasta i jego przestrzeni swoje miejsce, pozwalające na produkcję pewnych wrażeń, zajmuje sama architektura. Próbuje zbadać jej znaczenie, Ewa Rewers [Rewers 1998, s. 150] odwołuje się do twórczości Tschumiego, pokazując, w jaki sposób miasto może samo w sobie stanowić wielopoziomowe wydarzenie. Na pierwszym poziomie funkcjonuje ono jako obiekt wdrożony w pejzaż i środowisko naturalne. Na drugim stanowi z kolei swoistą strukturę otwartą, pewnego rodzaju „prowokację” dla mających tu mieć miejsce wydarzenia, zachowań i interakcji. W tym celu musi być ono swoistą innowacją, generatorem zmienności. Efekt ten niejednokrotnie uzyskany zostaje poprzez użycie konwencji czy tradycji oraz mieszanie ich. Trzecią warstwą staje się społeczna ważność obiektów, czyli to, jak będą one zapamiętane i oceniane przez ludzi ze względu na wydarzenia mające w nich miejsce (czy po politycznych wydarzeniach 1989 plac Tian'anmen może być jeszcze wspominany bez uwzględnienia dokonanej tu wówczas masakry setek bezbronných ludzi?).

Bardzo podobnie ujmuje kwestię miejskiej przestrzeni Zygmunt Bauman, zwracając uwagę na sposób funkcjonowania ludzi w ośrodkach miejskich. Jak mówi „Wystarczy uczynić układ ulic i domów regularnym, by regularnymi stały się pragnienia i postęпки mieszkańców.

¹⁰ Paradoksalnie, sytuacja ta stała się również polem do popisu dla biologów. Otóż szybko się okazało, że narkotyk działa zupełnie inaczej na autochtonów, a inaczej na białych, spośród których wielu używało meskaliny jako remedium na alkoholizm i uzależnienie od nikotyny (z pozytywnym skutkiem).

¹¹ Doskonale zrozumieli tę sytuację Amerykanie w momencie konfliktu zbrojnego z Japonią, kiedy to w ramach prowadzonej wojny w pierwszej kolejności zebrali zespół antropologów. Dzięki temu udało się ustalić, w jaki sposób należy prowadzić pertraktacje z Japończykami, jaką względem nich stosować taktykę i jak traktować jeńców. Kiedy cesarz w wyniku interwencji atomowej zdecydował się na kapitulację, walczący dotąd fanatycznie i zaciekle żołnierze bez większego oporu złożyli broń i poddali się wojskom USA. Podpisanie kapitulacji oznaczało, że to USA stanowi dla Japonii najwyższą instancję. W tym kontekście dochodziło do kuriozalnych sytuacji prowadzenia parotysięcznego pochodu jeńców z bronią przy boku przez kilkudziesięciu Amerykanów (por. m.in. Ruth Benedict *Chryzantema i miecz*).

Wystarczy oczyścić miasto z wszystkiego, co przypadkowe i niezaplanowane, by działania ludzkie przestały być niesforne, kapryśne i nieobliczalne. Wysiłki planistyczne były więc dla proroków utopii wojną wypowiedzianą obcym - ściślej zaś wojną przeciw temu właśnie niedookreśleniu, niezdefiniowaniu, jakie czyni innych ludzi - współmieszkańców miasta - obcymi. Celem wojny były nie tyle podbój, przymusowe nawrócenie obcych, poskromienie i oswojenie krnąbrnych i nieposłusznych, ile radykalna likwidacja wszystkiego, co obcość rodzi - wszystkiego, co w normalnym, spontanicznie powstałym mieście jest jedyne w swoim rodzaju, wyjątkowe, zaskakujące, odbiegające od „norm”. Innymi słowy, celem strategicznym wojny było jednakże środowisko miejskie dla jednakich ludzi, jednorodność środowiska rodząca jednorodność zachowań ludzkich. Obcy był wrogiem uniformizmu i monotonii, owych warunków nieodzownych ładu, myślą przewodnią urbanistycznej utopii (czyli utopii społeczeństwa doskonałego, realizowanego za pośrednictwem miast doskonale zaplanowanych) była eksterminacja wszystkiego, co w obcym obce, a więc i obcych jako takich.” [Bauman 1998, s.33].

Powyższy fragment porusza dwie bardzo istotne kwestie. Pierwszą z nich pozostaje problem wpływu przestrzeni na osobowość ludzką. Im bardziej skomplikowana jest topografia miasta, tym bardziej skomplikowaną staje się, zdaniem Baumana, osobowość ludzi je zamieszkujących. Drugim elementem staje się kwestia różnicowania samej architektury i problemu jej otwartości (tak jak miało to miejsce w tekście *Zdarzenie w przestrzeni miejskiej*). Z drugiej jednak strony krętość ulic, wielość zaułków, placów, gospodarowania zielenią, stanowią również swoisty bodziec dla osobowości, jak i ewentualną barykadę na drodze do krwawego tłumienia swobód ludności. Wyraźnie podkreśla to również Richard Sennet [za: Bauman 1998, s. 35] analizując miasta rozplanowywane na kracie (kompozycja miejska składająca się z systemu ulic przecinających się pod kątem prostym), których zadaniem było wyciszenie i uspakajanie ludzkich emocji. Taka kompozycja nie tylko zabija innowacyjność i pomysłowość, ale - wprowadzając monotonię - uspokaja ludzi, czyniąc ich jednocześnie bardziej spokojnymi, bo mniej refleksyjnymi.

Ze strony czysto praktycznej turystyka miejska wygląda jeszcze inaczej.

Można na nią spojrzeć z perspektywy nowopowstałych ofert lotniczych, pozwalających na odkrycie formy spędzania wolnego czasu określanego jako *city-break*. Dysponując krótkim okresem wolnego czasu (np. weekend) i mając możliwość skorzystania z relatywnie taniej oferty, rzesze turystów przemierzają przestworza, chcąc przez dwa-trzy dni doświadczyć odrobiny odmienności. W takim ujęciu podróże te funkcjonują również jako turystyka masowa, niekoniecznie posiadają bowiem wyłącznie formę wyjazdu i zwiedzania indywidualnego.

Program ramowy przykładowej wycieczki city-break¹²

DZIEŃ 1

Wyjazd z Poznania o godzinie 7:00 - przejazd do Berlina. Około godz.12:00 rozpoczęcie zwiedzania miasta: Alexanderplatz i Wieża Telewizyjna - symbole Berlina, Czerwony Ratusz, Wyspa Muzeów (Muzeum Pergamońskie), Katedry: św. Jadwigi, Francuska, Niemiecka, Opera, aleja Unter den Linden, Brama Brandenburska, budynek Reichstagu, Kolumna Zwycięstwa, Zamek Charlottenburg. Zakwaterowanie w hotelu. Nocleg.

DZIEŃ 2

Śniadanie, przejazd do Poczdamu. Zwiedzanie: Rezydencja Sanssouci (barokowe pałace: Nowy Pałac, Chiński Pawilon Herbacyany, Oranżeria, Pałac Sanssouci) i Cecilienhof

¹² www.korsarz.poznan.pl/index.php/welcome/show/86, dostęp:: 21 09.2010

(miejsce podpisania układu poczdamskiego). Godz. 12:00 - przejazd do Tropical Islands, pobyt do godz. 20:00. Wyjazd do Poznania. Przewidywany powrót ok. godz. 24:00

Podobnie rzecz się ma z podróżowaniem koleją, która - wobec rosnącej konkurencji tanich lotów - oferuje nowe promocje, podwyższenie standardu podróży oraz nowe stacje docelowe. W tym aspekcie korzystnie wypada na przykład Gniezno. „Położenie komunikacyjne miasta i mikroregionu jest korzystne, Gniezno leży przy ważnych szlakach drogowych (DK 5, DK 15) i posiada duży węzłowy dworzec kolejowy, także odległość od międzynarodowego portu lotniczego w Poznaniu nie jest na tyle duża, by zniechęcała turystów do skorzystania z oferty city break w oparciu o to połączenie. Miasto Gniezno posiada także stosunkowo dobrą bazę hotelową i gastronomiczną, może zatem szybko zwiększyć swoje znaczenie jako cel turystyki kulturowej, o ile podjęte zostaną konieczne, wspólne działania zainteresowanych podmiotów dla stworzenia i promocji własnych produktów turystycznych o tym profilu.” [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 120]

Innym sposobem na zwiedzanie miast pozostają rozmaite miejskie trasy turystyczne. Za takie uważane są „lokalne szlaki turystyczne, wyznaczone na terenie tylko jednej miejscowości o charakterze miejskim lub jedynie na części jej obszaru” [Mikos v. Rohrscheidt 2009, s. 101]. Klasyfikując ten typ miejskiej oferty turystycznej można wyróżnić:

- ogólne miejskie trasy historyczne - odnoszące się do miejsca występowania konkretnych wydarzeń historycznych (np. trasa królewska w Krakowie),
- miejskie trasy monotematyczne - odnoszące się do miejsc i obiektów związanych z jakimś tematem, niekoniecznie historycznym (szlak Ulissea w Dublinie, „Szubieniczne wzgórze” w czeskim Becovie)
- miejskie trasy multitematyczne - stanowiące zbiór rozmaitych zabytków zgromadzonych przy konkretnej trasie (np. trasa w Toruniu, Złotym Stoku, a także przebieg głównej osi Traktu Królewsko - Cesarskiego w Poznaniu)

Jeszcze inną formą, a w zasadzie metodą, organizacji zwiedzania byłaby „eventyzacja” poszczególnych miejsc docelowych. Widać to już na poziomie oddolnego i samorządnego tworzenia inicjatyw budzących do życia miasto, gdzie sami obywatele starają się przezwyciężyć szarą codzienność życia miejskiego, tworząc często różne wydarzenia, niekoniecznie mające swój kontekst w historii. Do wydarzeń takich zaliczyć można np. tańczenie tanga na Placu Grzybowskim w Warszawie, gdzie przez całe lato 2008, o godzinie 20 grupa ludzi zaczynała... tańczyć tango, kontynuując to przez około godzinę. Na podobnej zasadzie działają mimowie, break dancerzy (występ przed poznańskim Teatrem Narodowym), tancerze ognia czy organizatorzy i uczestnicy flash-mobów (choć warto zaznaczyć, że często ich występom towarzyszy także element finansowy).

Na poziomie znacznie bardziej profesjonalnym sposobem aranżowania i w pewnej mierze także „zawładnięcia” przestrzenią miejską są teatry uliczne. Abstrahując tutaj od wielkich festiwali, jako przykład ich funkcji magnesu turystycznego można wskazać takie wystąpienia, jak *Judasze*, kiedy nie wiadomo, skąd na rynku miejskim pojawiały się postaci aktorów. Jeśli dodamy do tego fakt interakcji z publicznością, wtedy cały spektakl zaczyna nabierać charakteru happeningu (co doskonale widoczne było na przykład w momencie, gdy przekazywana z rąk do rąk aktorka grająca panną młodą, trafiwszy na ręce jednego z mieszkańców, została przez niego... uprowadzona). Podobnym rozmachem i kolorytem stały się również takie wystąpienia, jak *Kuranty*, kiedy na blisko pół godziny rozmaite postaci zawładnęły arkadami i podcieniami poznańskiego Ratusza czy *Misja*, gdy przez miasto przeszedł

tryumfalny pochód świętych Mikołajów (początkowo grupa liczyła kilkanaście osób. Po 30 minutach, razem z aktywnymi przechodniami, grupa liczyła już około 150 osób)¹³. Podobnie, chęcią ożywienia miasta i zainteresowania tańcem, Ewa Wycichowska w 2006 zorganizowała na poznańskim Starym Rynku profesjonalny pokaz tańca.

Podobną „eventyzację” oferują ośrodki miejskie dzięki agencjom reklamowym. Ośrodki miejskie, skupiając kolosalne ilości ludzi (zarówno mieszkańców, jak i podróżujących) przyczyniły się do stworzenia *ambientu* czyli jednorazowych, para-artystycznych akcji reklamowych dziejących się w mieście. Ich cechą charakterystyczną jest właśnie indywidualność projektu, tworzona w oparciu o reklamowany produkt oraz miejsce występowania. Bardzo często przy ich realizacji angażowani są rozmaici aktorzy, wchodzący w interakcje z przechodniami. Z pewnością kwestia ta wymagałaby znacznie dokładniejszych opisów i osobnego artykułu, wystarczy tu może przywołać aktorów przebranych za lekarzy, którzy badając przechodniów, budynki i ulice stetoskopem oraz ciśnieniomierzem, poszukiwali pulsu miasta dla tygodnika *City Poznań*.

Oczywiście, to że na terenie danego miasta mają miejsce tak efemeryczne wydarzenia, nie oznacza, że stają się one głównym źródłem atrakcji i „wabikami” turystów. Świadczą one raczej o pewnej niezwykłości miasta, które w odróżnieniu od innych (mniej aktywnych w tej dziedzinie) posiada takie atrakcje, jak np. spontaniczna zmiana przechodniów w aktorów.

W wersji zaangażowanej edukacyjnie, eventyzacja mogłaby znaleźć lepsze odzwierciedlenie w historycznych animacjach angażujących turystów. Mowa tutaj o muzealnych przedsięwzięciach, opartych nie tylko na biernej percepcji, ale również spotkaniach, podczas których można samemu dotknąć dane dzieło lub stworzyć analogiczne. Na podobnej zasadzie od dawna działają przecież skanseny, na przykład Wielkopolski Park Etnograficzny, gdzie w czasie spotkań z pracownikami można nie tylko dotknąć poszczególnych eksponatów, ale również samemu posmakować życia w XIX-wiecznej wsi (młócenie zboża, prace powoźnika, garncarstwo etc). Analogicznie miasto może i pewnie powinno posiadać swoją ofertę „dotykalnego doświadczenia”, umożliwiającą turystę jego osobiste przeżycie.

Niniejszy tekst stanowi jedynie wstępny zarys problemów, dotyczących miasta i odnoszących się do rozumienia miejskiej turystyki oraz do traktowania o niej. Zasadniczo kwestie te mogłyby być rozwijane dalej, zarówno w kierunku ekonomii, refleksji prawnej, jak i teoretycznej. Niezależnie jednak od kierunku, faktem pozostaje nieustanny rozkwit miast, obejmujący coraz to nowsze dziedziny rozrywki, jak i aktywacji kulturowej. Bez wątpienia ma to znaczący i pozytywny wpływ na ich atrakcyjność dla tytułowych „obcych”.

Bibliografia:

- Bauman, Z. *Wśród nas nieznajomych - czyli o obcych w (po)nowoczesnym mieście* [w:] red. Wojciechowski, J. S. i Zeidler-Janiszewska, A., 1998, *Formy estetyzacji przestrzeni publicznej*, Warszawa
- Buczkowska K., 2008, *Turystyka Kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Wyd. AWF, Poznań

¹³ Wystąpienia Teatru Strefa Cisy *Kuranty* 2001, *Misja* 1997, *Judasze* 1995; www.strefaciszy.com.pl, dn. 21.09.2010

- Gierszewski, Z., 2000, *Kultura - moralność - względność. Doktryna relatywizmu kulturowego* M.J. Herskovitsa, Wydawnictwo UAM, Poznań
- Jewdokimow M., Łukasiuk, M. 2009, *Miejsce i ciało w kontekście podróży*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, s. 62, [w:] Rencew - Sikora D., 2009, *Podróż i miejsce w perspektywie antropologicznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk
- Kaczmarek J., Kaczmarek S., 2009, *Turystyka Kulturowa - człowiek w miejskiej przestrzeni wymiany*, [w:] K. Buczkowska, A. Mikos v. Rohrscheidt, Współczesne formy turystyki kulturowej, Wyd. AWF, Poznań, s.7-35
- Kołodziejczyk A., 1979, *Rola elementów kultury w turystyce*, Wyd. Instytut Turystyki, Warszawa
- Kowalczyk A., 2005, *Nowe formy turystyki miejskiej*, „Prace i studia geograficzne”, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, t. 35, Warszawa
- Kowalczyk A., 2008, *Wstęp* [w:] Kowalczyk A. (red.), *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 5-6
- Madurowicz M., 2008, *Kto jest turystą w przestrzeni miasta*, [w:] Kowalczyk A. (red.), 2008, *Turystyka Kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa s. 59-84
- Mikos v. Rohrscheidt 2008, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, GWSHM Millenium, Gniezno
- Mikos v. Rohrscheidt 2009, *Nowoczesne trasy miejskie jako forma prezentacji historii i kultury oraz oferta turystyczna*, [w:] (red.) Stasiak, A., 2009, *Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać!*, Wydawnictwo WSTH w Łodzi, Łódź, s.95-127
- Mikos v. Rohrscheidt, 2010, *Regionalne szlaki tematyczne jako oferta turystyki kulturowej*, UAM, Poznań, rozprawa doktorska
- Przeclawski K., 2004, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Wyd. Albis, Kraków
- Ratkowska, P., *City break - próba wyjaśnienia i zdefiniowania zjawiska w odniesieniu do polskiego rynku usług turystycznych*, [w:] *Turystyka Kulturowa*, Nr. 10/2009, www.turystykakulturowa.org, dostęp dn. 21 IX 2010, s. 3-16
- Rewers, E., 1998, *Zdarzenie w przestrzeni miejskiej* [w:] red. Wojciechowski, J. S. i Zeidler-Janiszewska, A., 1998, *Formy estetyzacji przestrzeni publicznej*, Warszawa
- Rewers, E., 2005, *Post-polis. Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta*, Horyzonty Nowoczesności, Kraków
- Zeidler-Janiszewska, A., 1999, *Dryfujący flâneur, czyli o sytuacjonistycznej transformacji doświadczenia miejskiej przestrzeni*, [w:] (red.) Rewers, E., 1999, *Przestrzeń, filozofia i architektura*,. *Studia kulturoznawcze*, t. 12, Poznań

Wykorzystane portale internetowe (dostęp 1. 10.2010)

www.horyzont.net.pl
www.turystykakulturowa.org
www.edd.com.pl
www.korsarz.poznan.pl
www.strefacizy.com.pl

Armin Mikos v. Rohrscheidt (A.M.R)
Izabela Wyszowska (I.W)

Poznań: miasto, ludzie i przestrzeń kultury. Zarys dziejów.

Przed rokiem 966 (A.M.R)

Prawdopodobnie pierwszymi ludźmi, którzy pojawili się w okolicach dzisiejszego Poznania już w okresie późnego paleolitu, były wędrowne grupy łowców i zbieraczy, zaliczanych do kultury świderskiej (mniej więcej 9-8,5 tys. lat p. n. e.). Ślady ich obozowisk odkryto w dolinie Cybiny i w jej najbliższych okolicach [Żak 1988, s. 40-41].

Okolo cztery tysiące lat później niemal cały teren współczesnego miasta był już miejscem stałego osadnictwa, przy czym kolejne grupy reprezentowały różnorodne kultury następujących po sobie epok. Pozostawione przez nie bardzo liczne ślady świadczą o tym, że dogodna dla osadnictwa okolica niemal bez przerw miała swoich gospodarzy. Liczne osadnictwo z okresu tzw. kultury pucharów lejkowatych (około 3,5 tys lat p. n. e.) dokumentuje w Poznaniu i jego najbliższej okolicy około 100 stanowisk archeologicznych [Żak 1988, s. 43]. W okresie kultury łużyckiej (od około 1200 p. n. e.) procesy osadnicze znacznie się w tym rejonie zintensyfikowały. Od około 500 r. p. n. e. niedaleko od dzisiejszej lokalizacji miasta mógł przebiegać ożywiony szlak handlowy, łączący południową Europę, w tym Półwysep Apeniński z Bałtykiem [Żak 1988, s. 46]. Także późniejszy „szlak bursztynowy” musiał przebiegać w pobliżu, na jego znaczniejszy wpływ na tę okolicę nie ma jednak poważniejszych dowodów - podobnie jak brak śladów gwałtowniejszych zmian lub konfliktów z kolejnych okresów znacznych wędrówek ludów (III w. p. n. e. do II w. n. e.) i przemieszczania się przez niedalekie tereny Hunów (V. w. n. e.). W V lub VI wieku w pobliżu brzegów rzek u zbiegu Warty, Cybiny i Bogdanki, znajdowało się prawdopodobnie centrum niewielkiego plemienia (z grupy „serbskiej”), sprawującego kontrolę nad całym terenem późniejszego poznańskiego śródmieścia [Żak 1988, s. 51]. Natomiast mniej więcej w połowie VIII wieku n. e. okolice zbiegu Cybiny i Warty zajął jeden z kilku odłamów plemienia Polan [s.55] prawdopodobnie najdalej wysunięty na zachód. Oni to - Polanie - wzniesli najpierw niewielki, zapewne samodzielny gródek na późniejszej Komandorii, a następnie pierwszy historyczny gród poznański, zlokalizowany przy brodzie jako naturalnej przeprawie przez Wartę, dokładnie na terenie rzecznej wyspy, później nazwanej Ostrowem Tumskim. Co do czasu powstania tego grodu historycy nie są zgodni. Datują go na okres od końca VIII nawet do pierwszej ćwierci X wieku [Hensel 1058, s.124-126; Wiesiołowski 2003, s. 8; Kočka-Krenz 2005, s. 28-30]. Także pochodzenie nazwy grodu nie jest pewne, najbardziej prawdopodobna wydaje się hipoteza, że jest ona odimienna, konkretnie zaś może pochodzić od męskiego imienia „Poznan”, które mógł nosić wybitny przedstawiciel miejscowej elity, być może pochodzący z Moraw [Kurnatowska, Kara 2005, s. 12-17]. Zapewne już na początku X wieku gród i okolica znalazły się we władaniu Piastów, stojących na czele ekspandującego organizmu plemiennie-państwowego z centrum w grodzie gnieźnieńskim, a może wcześniej jeszcze w nieodległym Gieczu. W połowie X wieku, ze względu na rozrost tego państwa w kierunku zachodnim, południowo-zachodnim i północno-zachodnim, gród poznański zyskał na znaczeniu z uwagi na swoje centralne położenie oraz potrzebę stworzenia silnego ośrodka obrony na strategicznym kierunku potencjalnego ataku

z zachodu (zagrożenie niemieckie) i południa (czeskie). Bezpośredni poprzednik Mieszka I lub też on sam był inicjatorem wzniesienia wyjątkowo silnych (najpotężniejszych ze znanych z tego okresu na ziemiach polskich) fortyfikacji drewniano-ziemnych wokół poznańskiego ośrodka grodowego [Kaczmarczyk 1988a, s.59-62; Kočka-Krenz 2005, s. 30-34].

Okres (współ)stołecznego znaczenia Poznania w monarchii wczesnopiastowskiej (A.M.R)

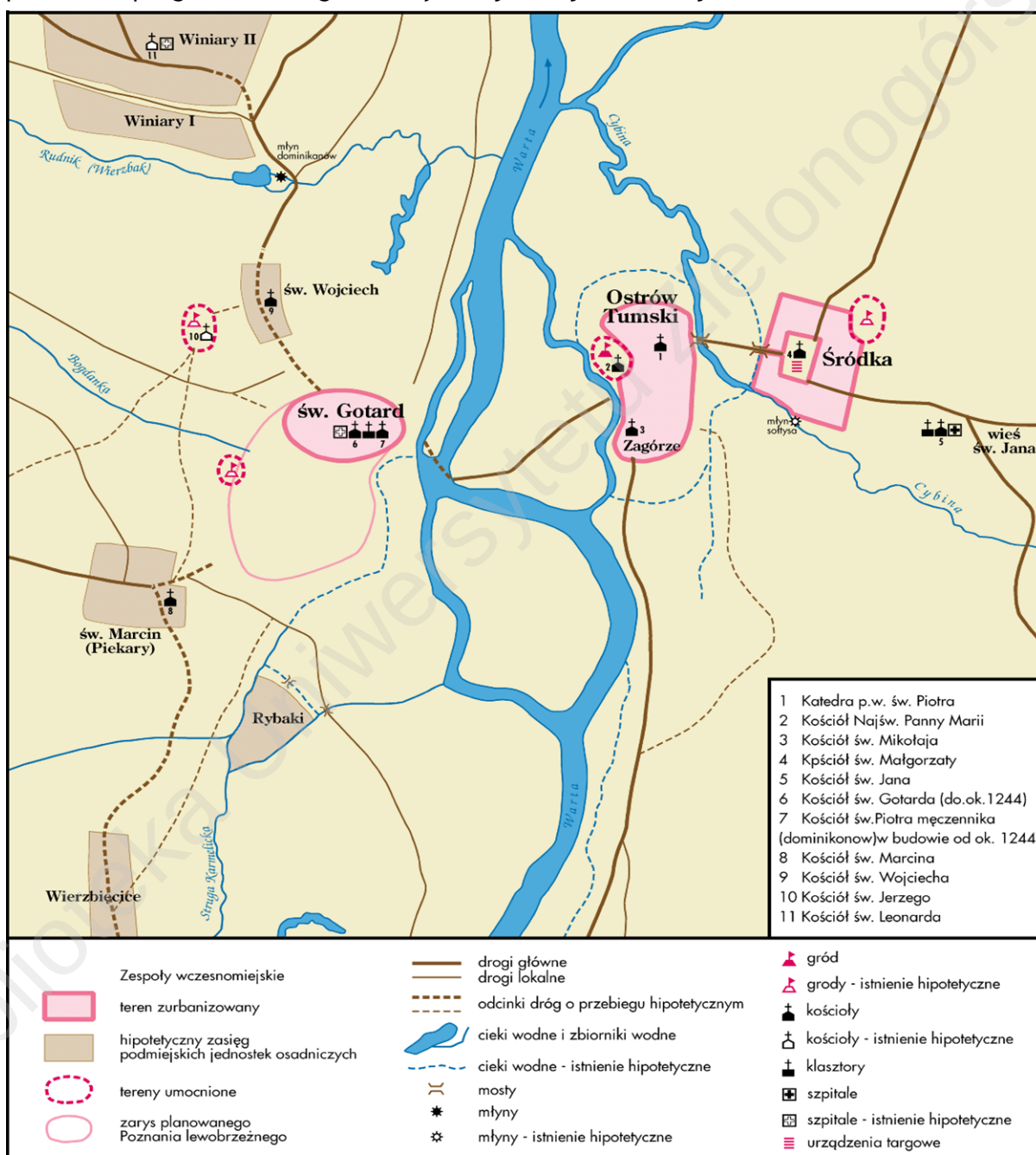
Kiedy w roku 966 państwo wczesnopiastowskie dokonało reorientacji politycznej i kulturowej, Poznań od początku stanowił jeśli nie najważniejszy, to jeden z dwóch (obok Gniezna) najważniejszych jego ośrodków. Mniej więcej w tym samym okresie, w którym Mieszko zdecydował się na przyjęcie nowej religii, wzniesiono w Poznaniu zespół pałacowo sakralny [Kočka-Krenz 2005, s. 31-32], stanowiący najstarszą z odkrytych dotychczas murowanych budowli o reprezentacyjno-mieszkalnym na ziemiach polskich [Kočka-Krenz 2010, s. 40]. W kompleksie zabudowań tej monarszej siedziby znajdowała się kamienna kaplica, prawdopodobnie wzniesiona dla Dobrawy, chrześcijańskiej żony Mieszka i jej dworu, z pewnością natomiast także dla niego samego oraz część rezydencjonalna, prawdopodobnie dwukondygnacyjna [tamże]. Kiedy w roku 968 dla Polski mianowany został biskup misyjny (Jordan), jego faktyczną siedzibę i stację misyjną ustanowiono na poznańskim podgrodziu [Kaczmarczyk 1988a, s. 64; Kočka-Krenz 2010, s. 50], gdzie też po niedługim czasie przystąpiono do wznoszenia pierwszej polskiej katedry pod wezwaniem św. Piotra [Kürbis 1988, s. 8], podkreślającej związek nowej diecezji z Rzymem. Badania archeologiczne oraz przekaz Thietmara i szereg innych argumentów wskazują, że ową siedzibą stał się Poznań, a głównym kościołem w państwie była wówczas katedra św. Piotra na Ostrowie Tumskim [Kürbis 1988, s.65-66; Jasiński 2003, s.51nn]. Po ustanowieniu kościelnej metropolii w Gnieźnie dawny biskup misyjny stał się zwierzchnikiem diecezji poznańskiej, obejmującej znaczną część państwa, w tym południowe Mazowsze. Pomimo ponownego wzrostu roli starej stolicy - Gniezna - w państwie (zjazd w roku 1000, ustanowienie metropolii i późniejsze królewskie koronacje) wydaje się, że Poznań nie utracił swojego przynajmniej współstołecznego znaczenia [Wojciechowski 1948, s. 38; Kaczmarczyk 1988a, s. 67; Kürbis 1988, s. 75n], czego dowodem są pochówki na terenie tego zespołu: w katedrze lub świątyni grodowej Mieszka I, w katedrze Bolesława Chrobrego, prawdopodobnie także Mieszka II i być może Kazimierza Odnowiciela. Jeszcze przed końcem X wieku poznański gród został ponownie rozbudowany [Kočka-Krenz 2005, s. 34], a swoje militarne znaczenie potwierdził w roku 1005, kiedy to podczas wojny Bolesława z cesarzem Henrykiem II: ten ostatni po dotarciu z wojskiem do Poznania zrezygnował ze szturmowania a nawet z oblężenia grodu na Ostrowie Tumskim, w konsekwencji decydując się na odwrót bez uzyskania kontroli nad centralnym terytorium młodego państwa polskiego.

Podczas krótkiego panowania Mieszka II (1025-1034) państwo także było zarządzane z Wielkopolski, przy czym Poznań i Gniezno, a może także Ostrów Lednicki odgrywały role stałych siedzib królewskich. Wraz z jego śmiercią w 1034 roku - i z chwilowym rozpadem państwa - dla Wielkopolski, w tym także Poznania, kończy się okres stołeczności i dominującej roli gospodarczej, i kulturalnej w Polsce. Najazd czeskiego księcia Brzetysława, skierowany w roku 1038 (lub w 1039) właśnie na Wielkopolskę jako najważniejszą dzielnicę państwa przyniósł zupełne spustoszenie tego terytorium: zniszczone zostały m. in. gród i palatium na Ostrowie Tumskim oraz poznańska katedra [Borawska 1964, s. 171nn]. Z tego powodu dzieło

odbudowy państwowości zostało po roku 1040 podjęte już gdzie indziej - w nie zniszczonym Krakowie. Gród poznański i tutejsza katedra zostały wprowadzić szybko odbudowane (podobnie jak Gniezno), utraciły jednak na długo swoje poprzednie znaczenie.

Zespół grodu poznańskiego od roku 1039 do 1253 (A.M.R)

W okresie panowania Kazimierza Odnowiciela i jego następców ośrodek poznański, obok swej roli symbolicznej jako nekropolia władców i militarnej jako (znów) najważniejsza fortyfikacja na zachodzie państwa, pełnił także funkcje gospodarcze, jako regionalne centrum handlu i rzemiosła. W tym okresie, obok starego podgrodzia z katedrą rozwinęło się drugie poznańskie podgrodzie na Zagórzu o wyraźnej funkcji handlowej.



Ryc. 1. Poznań przedlokacyjny, X-XIII w. Opracowanie O. Artyshek

Z kolei na początku wieku XII powstaje na drugim brzegu Cybiny, czyli naprzeciw grodu, kolejna osada handlowa, prawdopodobnie ze względu na stały dzień targu nazwana później Śródką [Kaczmarczyk 1988a, s. 92]. To w tym miejscu będzie później dokonana pierwsza próba lokacji miejskiej na terenie dzisiejszego Poznania. W pierwszym okresie po śmierci Bolesława Krzywoustego (1138) poznańskie palatium stanowi rezydencję książąt wielkopolskich z linii Piastów, wywodzącej się od Mieszka III Starego. Za panowania tego władcy, z inicjatywy biskupa Radwana przybywają do Poznania mnisi-rycerze joannici [Kaczmarczyk 1988a, s. 93]: osiedlają się oni na nadanym im terenie w pobliżu grodu, od nich później nazwanym Komandorią, zakładając hospicjum (rodzaj szpitala-schroniska) i po pewnym czasie funkcjonowania drewnianej świątyni wznosząc zachowany do dziś romański kościół św. Jana Jerozolimskiego, prawdopodobnie pierwszą ceglana budowlę sakralną w Polsce. W wieku XII i na początku XIII tereny wokół grodu na obu brzegach Warty stopniowo zapełniają się osadami, powstają m. in. znaczniejsze ośrodki „Święty Marcin”, „Święty Wojciech” i „Święty Gotard”, biorące swe nazwy od kościołów [Kaczmarczyk 1988a, s. 93], a także szereg mniejszych osad służebnych.

W latach 30-tych XIII wieku, w okresie konfliktu między księciem wielkopolskim Władysławem Odonicem a śląskimi Henrykami dochodzi do chwilowego podziału Wielkopolski. W okolicy Poznania linia podziału przebiega prawdopodobnie wzdłuż biegu Warty: tym samym jedność zespołu poznańskiego zostaje przerwana. W swojej części księstwa Odonic realizuje szerzej zakrojoną akcję urbanizacyjną (w której ramach lokował m.in. także Gniezno). Na krótko przed rokiem 1239 lub nawet już w tym roku, na należącym do niego prawym brzegu Warty dokonana zostaje pierwsza, niezbyt udana, próba założenia organizmu typu miejskiego. Ma to miejsce w bezpośredniej bliskości grodu poznańskiego, a mianowicie na Śródce [Górczak 2002, s.95; Jurek 2005, s. 174n]. Ten właśnie ośrodek przez krótki okres będzie określany mianem „*civitas antiqua posnaniensis*” (starym poznańskim *miastem* - w odróżnieniu od grodu i od powstającego już wtedy miasta lokacyjnego) [Rogalanka 1988, s. 151].

Krótko przed zamierzoną lokacją miasta na lewym brzegu Warty, w roku 1244, książę Przemysław I, władający zachodnią częścią Wielkopolski z Poznania, sprowadza tu dominikanów [Rogalanka, 1988, s. 166] lub być może przenosi ich ze Środki, gdzie mogli być osadzeni już nieco wcześniej [Jasiński 2005, s. 171] w okolice kościołka Św. Gotarda. W przededniu właściwej lokacji miejskiej można już zatem mówić o silnie „urbanizowanym” terenie z grodem jako centrum, na który składało się kilkanaście różnego typu dużych i mniejszych osad.

Architektura i sztuka Poznania przed rokiem 1253 (l.w.)

Ostrów Tumski - najstarsza część obecnego Poznania, jest miejscem o szczególnym znaczeniu historycznym i artystycznym. Tutaj wybudowano pierwszą murowaną rezydencję władców Polski, tu powstała także siedziba pierwszego biskupa, która stała się wkrótce pierwszą nekropolią królewską w średniowiecznej Polsce¹.

Obronne położenie Ostrowa Tumskiego sprzyjało osadnictwu mimo niedogodności związanych z groźbą powodzi. Istotnym walorem tego terenu był także przebieg dróg wodnych, krzyżujących się tutaj szlaków handlowych łączących Wielkopolskę z państwami ościennymi. W takim dogodnym miejscu w I połowie X wieku usytuowano gród poznański, jako zespół

¹ Miejscem koronacji królewskich do 1300 roku była natomiast katedra gnieźnieńska.

złożony z dwóch części. Jedna z nich zajmowała obszar piaszczystego wyniesienia na północ, druga - podobne wyniesienie na Zagórze. Gród otoczony był wałem drewniano-ziemnym o szerokości u podstawy 10 m. Wnętrze grodu wypełniały domy o konstrukcji zrębowej. Ich pozostałości odkryto w pobliżu kościoła NMP i na Zagórze. Odkrycia archeologiczne wskazują, że gród zamieszkiwali wraz z władcą ludzie możni, pełniący znaczące funkcje administracyjne i militarne w państwie pierwszych Piastów. W II połowie X wieku gród został powiększony. Miał wówczas postać dwuczłonową z wydzieloną częścią książęcą (między budynkiem Psalterii i kościołem NMP). Zbudowano wtedy nowe wały obronne w konstrukcji rusztowej. U podstawy osiągały one szerokość 20 m, a ich wysokość wynosiła ponad 10 m. W całości gród prezentował się jako silnie ufortyfikowana warownia, mogąca stawić czoła poważnym najeźdźcom. W części książęcej wzniesiona została kamienna siedziba władcy - **palatium z kaplicą** na planie centralnym. Pozostałości rezydencji są stopniowo odsłaniane podczas prowadzonych (od ponad 10 lat) badań wykopaliskowych pod kierunkiem prof. dr hab. Hanny Koćki-Krenz z Instytutu Archeologii UAM. Palatium poznańskie (powierzchnia użytkowa na każdej z dwóch kondygnacji obiektu wynosiła 330m²), rozmiarami odpowiadało innym obiektom tego typu budowanym mniej więcej w tym samym czasie na Ostrowie Lednickim, w Gieczu i Przemysłu. Zastosowano przy jego budowie typowe dla architektury przedromańskiej techniki budowlane. Fundament o szerokości 1,50 m i głębokości 1,20 m wykonano z naturalnych i niewiązanych zaprawą surowców skalnych. Ściany palatium (szer. 1,30 m) zbudowano z płytek kamiennych, obficie łączonych zaprawą gipsową, pokryto je tynkami na zewnątrz i wewnątrz. W południowej części istniała wydzielona sala (45m²). Układ pomieszczeń budowli najbardziej zbliżony był do rozwiązań w Przemysłu. Orientowana kaplica, przylegająca do części świeckiej łączona jest z osobą żony księcia Mieszka I - Dąbrówką. Badania naukowe pozwalają wiązać wzniesienie zespołu pałacowo-sakralnego z książęcym ożenkiem: budowla ta powstała zapewne jeszcze przed ślubem Mieszka z Dąbrówką. Stanowiła być może swoisty warunek wyrażenia zgody na poślubienie niedawnego jeszcze poganina. Kaplica pałacowa - miejsce sprawowania liturgii przyjętej przez Mieszka religii chrześcijańskiej - była więc już wybudowana w momencie przybycia Dąbrówki z Pragi.



Fot. 1. Próba rekonstrukcji palatium z kaplicą i makieta grodu z widoczną katedrą, podczas prezentacji w kościele NMP na Ostrowie Tumskim w Poznaniu (zbiory własne)

Przylegający od strony wschodniej do rezydencji książęcej teren zespołu grodowego przeznaczony został na cele sakralne. Pod nawą obecnej katedry poznańskiej zachowała się misa z wylewki wapiennej na warstwie okrzeseń o średnicy ok. 4 m z otworem na słup w centrum, a także relikty otaczających ją murów. Obiekt ten część badaczy interpretuje jako niewielki, kwadratowy budynek (**baptysterium**) zawierający płytki **basen chrzcielny (misa chrzcielna)**, w którego środku mógł być umieszczony

krzyż. Ten pierwotny zespół sakralny w przestrzeni dzisiejszej katedry archeolodzy określają jako stację misyjną biskupa Jordana, powołanego na biskupstwo poznańskie, przybyłego prawdopodobnie w gronie duchowieństwa towarzyszącego Dąbrówce. Jego następcy, biskupowi Ungerowi, wraz z władcą Bolesławem Chrobrym, przypisuje się inicjatywę rozbudowania tego

pierwszego kościoła jako świątyni katedralnej². Wzniesiona na miejscu baptysterium **przedromańska katedra** datowana jest na ostatnią ćwierć X wieku. Zbudowana na fundamentach z dużych głazów granitowych wiązanych zaprawą wapienną, była trójnawową bazyliką, o długości 49 m, szerokości nawy głównej 8,50 m i naw bocznych 4,25 m. Prezbiterium w części wschodniej (zgodnie z zasadą tzw. orientowania świątyni) o formie kwadratu, zakończone było apsydą, flankowane dwoma aneksami, oddzielone od części nawowej przez kamienne lektorium. Od strony zachodniej budowlę zamykał dominujący masyw wieżowy (tzw. westwerk), w którego wnętrzu znajdowała się empora wsparta na filarze. Ściany świątyni były pokryte tynkiem, obramowania okien i ościeża portali starannie opracowane. Nawa główna oddzielona od bocznych rzędami filarów zwieńczonych arkadami. Wszystkie trzy nawy przykryto płaskim stropem. Program architektoniczny pierwszej katedry i zawarte w nim treści symboliczne wskazują na związki z tradycją budowlaną Europy Zachodniej (północne Włochy, tradycja fundacji karolińsko-ottońskich). Prosty układ przestrzenny odpowiadał liturgii. Prezbiterium przeznaczone było dla duchowieństwa, wierni zajmowali nawy boczne, główna natomiast służyła uroczystym procesjom, więc pozostawała wolna. W centralnym punkcie świątyni usytuowano **mauzoleum pierwszych władców Polski Mieszka I i Bolesława Chrobrego**. Składały się na nie dwa grobowce wyniesione ponad posadzkę. Starszy z nich wykonany był z martwicy wapiennej i okrzesków kamiennych oraz wyłożony płytkami ciemnozielonego kamienia i zamknięty sklepieniem pozornym. Drugi, młodszy, wzniesiono z okrzesków pokrytych wapiennymi tynkami, miał on drewnianą podłogę i otwór drzwiowy. Grobowce były z pewnością ogrodzone, a między nimi umieszczony był ołtarz św. Krzyża [Kočka-Krenz 2003, ss.10-20].

Gród na Ostrowie Tumskim doznał poważnych zniszczeń w wyniku najazdu czeskiego księcia Brzetysława (1038-39). Ucierpiąca zwłaszcza północna część z kościołem katedralnym. Odbudowę przypisuje się Kazimierzowi Odnowicielowi, a odnowienie kaplicy przy palatium - jego żonie. Odbudowy dokonano w dojrzałym **stylu romańskim**, wykorzystując przy tym istniejące fundamenty zniszczonej budowli. Wzniesiono na nich ściany z regularnych ciosów kamiennych. Prezbiterium, zamknięte apsydą, zostało wydłużone, uzyskując formę prostokąta. Od strony zachodniej zmonumentalizowano westwerk. Nawa główna oddzielona została od bocznych rzędem filarów z granitu i piaskowca. Ściany wraz z filarami pokryto barwnym tynkiem. Poziom świątyni podniesiono o metr. W czasach Bolesława Krzywoustego dokonano kolejnych zmian w katedrze m. in. przebudowano część zachodnią nadając jej bardziej nowoczesną - dwuwieżową sylwetkę [Skibiński 2003, ss. 131- 135].

Obecnie relikty przedromańskiej i romańskiej katedry, misy chrzcielnej i miejsce pochówku pierwszych władców można zobaczyć po wejściu od północnej wieży do podziemi. Wyobrażenie, o pierwotnym wyglądzie grodu i jego zabudowie dają plansze poglądowe przygotowane na podstawie badań archeologicznych. Nałożone na obecny plan rzuty kolejnych faz budowy, pozwalają zwiedzającym dokonać porównania, jakie zmiany w strukturze architektonicznej katedry zachodziły pod wpływem jej kolejnych przebudów. Znakomitym dydaktycznie przywołaniem dziejów Ostrowa Tumskiego jest natomiast Makieta Dawnego Poznania, mieszcząca się w podziemiach klasztoru oo. Franciszkanów. Jedną z jej części jest Makieta Grodu, drobiazgowo odtworzonego w miniaturze przez twórcę-pasjonata Krzysztofa

² Zdaniem Sz. Skibińskiego (*Królewski charakter katedry poznańskiej*, KMP 2003, nr 1, s. 129) pierwotnie - przed 1000 rokiem - kościół nie musiał mieć statusu katedry, co było związane z misyjnym, a nie diecezjalnym charakterem biskupstwa poznańskiego do momentu zmian uchwalonych na mocy Zjazdu Gnieźnieńskiego.

Przybyłę³. Prezentuje ona historię najstarszej części Poznania z zastosowaniem obrazu, światła i dźwięku oraz historycznego komentarza.



Fot. 2. Kościół św. Jana Jerozolimskiego (zbiory własne)

W tym czasie rozwijały się już osady wokół Ostrowa Tumskiego. Na przełomie XII i XIII wieku na Komandorii joannici wybudowali nową świątynię, od 1288 roku noszącą wezwanie **św. Jana Jerozolimskiego**. Ta skromna budowla wzniesiona została z cegły, jako jedna z pierwszych w Polsce. Uwagę zwraca jednak jej romański detal kamienny, zachowany w formie pary kolumn w portalu głównym [Pazder 2003, s. 63-64]

Późniejsze style odcisnęły na kościele swoje piętno zwłaszcza gotyk oraz barok. Ze względu na swe wczesne proveniencje, należy on do obiektów odpowiadających głównej osi tematycznej Szlaku Piastowskiego, jest również pierwszym znaczącym punktem Traktu Królewsko-Cesarskiego, który tutaj

bierze swój początek.

Pierwszy okres miasta królewskiego: 1253 - 1466 (A.M.R)

Wiosną 1253 Przemysław I w porozumieniu ze swoim bratem Bolesławem Pobożnym (kaliskim) po wielu działaniach przygotowawczych [Jurek 2005, s. 178-186] ostatecznie dokonuje formalnej lokacji miasta na prawie magdeburskim na lewym (zachodnim) brzegu Warty, niemal naprzeciw grodu, na ziemi uzyskanej od Kościoła na drodze wymiany [Rogalanka 1988, s. 185]. Nowemu miastu, od początku przewidzianemu na ośrodek stołeczny dla swojego państwa, książę nadaje siedemnaście wsi [Górczak 2002, s. 96; Jurek 2005, s. 188] oraz swobody i przywileje o znacząco szerszym zakresie, niż w pozostałych lokowanych w tym okresie polskich miastach (jak w Krakowie czy Wrocławiu). Jednocześnie za pośrednictwem zasadźcy-wójta Tomasza z Gubina ściąga do niego osadników, w większości pochodzących prawdopodobnie z brandenburskich Łużyc oraz ze Śląska [Jurek 2005, s. 186] oraz przenosi poddanych zamieszkujących dotychczas Śródkę do nowego miasta [Górczak 2002, s. 94], co od początku wyznacza jego etnicznie mieszany charakter. Po wybudowaniu na wzgórzu obok miasta nowego zamku książę przenosi tam swoją dotychczasową siedzibę z grodu na Ostrowie Tumskim [Ziółkowska H., 2004, s. 27-28], który już niedługo później zostanie przekazany poznańskiemu biskupowi. Lewobrzeżne miasto, zajmujące przestrzeń około 20 hektarów, zostaje otoczone murami jeszcze przed końcem wieku i w tym samym okresie uzyskuje swój pierwszy (gotycki) ratusz. Szybko staje się ono wiodącym ośrodkiem gospodarczym całej Wielkopolski (zjednoczonej na powrót w jednym ręku przez Przemysła II) i instancją apelacyjną prawa magdeburskiego dla wszystkich innych miast księstwa wielkopolskiego [Kaczmarczyk 1988b, s. 188].

Zapewne jeszcze przed końcem XIII wieku w Poznaniu pojawiają się pierwsi na stałe osiadli Żydzi, tworząc tu niewielką, początkowo niesamodzielną gminę, zlokalizowaną wokół klasztoru dominikańskiego. Od połowy XIV wieku istnieje w Poznaniu pełnoprawna gmina

³ Druga makieta odzwierciedla wizerunek Poznania z początku XVII wieku ale w narracji historycznej odwołuje się także do najwcześniejszych dziejów miasta, kończy się natomiast na roku 1918.

żydowska, a Żydzi zaczynają stopniowo stanowić poważny odsetek mieszkańców miasta w murach [Gąsiorowski 1988, s. 267] - tak pozostanie aż do końca I Wojny Światowej. Realizujący ambicje zjednoczenia kraju Przemysł II, dziedziczący także Pomorze Gdańskie i panujący okresowo nad Małopolską traktuje Poznań jako swoją siedzibę.

Choć więc jego królewska koronacja zgodnie z tradycją dokonuje się w Gnieźnie (1295), to kilka lat jego dominacji w polskiej polityce uwieńczone tym aktem, stanowi ostatni epizod stołeczności Poznania w stosunku do całego kraju. Ze śmiercią tego władcy (1296) wygasa wielkopolska linia Piastów a Poznań pozostaje już tylko stołecznym miastem Wielkopolski jako jednej z dzielnic Królestwa, jednoczonego najpierw przez Wacława II, a potem (już z Krakowa) przez Władysława Łokietka i ważnym ośrodkiem międzynarodowej wymiany towarów. Towary przepływały przez Poznań głównie na linii Wschód-Zachód (Gubin lub Lubusz - Poznań a następnie przez Pyzdry do Kalisza i dalej do Małopolski), w kierunku północno-wschodnim, ku Gnieźnie, a potem na Inowrocław, a także w kierunku południowo-wschodnim, na Śląsk, przez Kościan i Wschowę do Głogowa, a dalej do Lipska i Halle [Przybył 2005, s. 119-121]. Handlowano wówczas w Poznaniu w szczególności solą, skórą i futrami oraz sukniem [Topolski 1973, s. 49-50, 56n].



Fot. 3. Przemysł II wg J. Matejki

Pomimo korzystnych warunków lokacji i ożywienia relacji handlowych młode miasto rozwijało się nierówno. Przyczyniały się do tego konflikty i najazdy, połączone z dwukrotnym zdobyciem i spaleniem Poznania. Najpierw dokonali tego w 1274 Brandenburczycy, a następnie, w roku 1313, wojska Władysława Łokietka, ostatecznie odbierającego Wielkopolskę z rąk książąt głogowskich [Jurek 2005, s. 189-190]. Nie sprzyjała Poznaniowi także polityka gospodarcza ostatnich Piastów, dyskryminująca handel poznański na korzyść szlaków położonych bardziej na południe. Po kolejnym okresie strat materialnych i recesji gospodarczej, spowodowanych wielkopolską wojną domową (1382-85) po śmierci Ludwika Węgierskiego, pierwszy okres długotrwałej prosperity ekonomicznej Poznania rozpoczęło panowanie Władysława Jagiełły (od 1386). W pierwszym rządzie przyczyną tego była nowa sytuacja ekonomiczna: oto miasto znalazło się na nowych szlakach kupieckich, wiodących ze Szczecina do Krakowa oraz ze środkowych Niemiec do znajdującego się teraz we wspólnym organizmie państwowym Wilna [Gąsiorowski 1988, s. 278n, 282] a przez nie także dalej do Moskwy. Drugą przyczyną była życzliwość samego króla wobec miasta: Jagiełło wyraźnie preferował Poznań wśród królewskich siedzib poza Krakowem, przebywał tu wielokrotnie, ufundował klasztor karmelitów z monumentalnym kościołem-sanktuarium, zezwolił na budowę murowanych sukiennic, udzielił całego szeregu przywilejów włącznie z prawem bicia własnej monety, przede wszystkim zaś nadał Poznaniowi bardzo wówczas pożądane prawo składu (1394), w ogromnym stopniu wzmacniające gospodarczą pozycję miasta [Gąsiorowski 1988, s. 280]. W okresie panowania Jagiellonów poznański zamek królewski był częstym miejscem pobytu wszystkich kolejnych władców, prawdopodobnie dla potrzeb dworu królewskiego powstał tutaj m. in. pierwszy znany polski wiersz o tematyce świeckiej, dzieło Przecława Słoty (około roku 1400 burgrafa poznańskiego zamku) „O zachowaniu się przy stole” [Wiesiołowski 1988, s. 355].

Architektura i sztuka Poznania w latach 1253 - 1466 (I.W.)

W tym okresie przeobrażenia dotyczyły w pierwszej kolejności najcenniejszego obiektu Wyspy Tumskiej - **katedry**. W połowie XIII wieku rozebrano do fundamentów jej romańskie prezbiterium, wznosząc na jego miejscu **wczesnogotyckie**. Materialne pozostałości tej przebudowy są dziś śladowe. Wiadomym jest, że nawiązywała ona do form klasycznej katedry



Fot. 4. Fasada katedry poznańskiej (zbiory własne)



Fot. 5. Kościół NMP (zbiory własne)

francuskiej, a prace prowadził warsztat wywodzący się z ojczyzny gotyku. W końcu XIV i na początku XV wieku chór trzynastowieczny ustąpił miejsca nowemu - obejściowemu. Z przerwami trwała budowa nowego korpusu nawowego oraz wieńca okalających go kaplic, a także wież, w tym trzech wieżyczek-latarń nad obejściem, wyróżniających poznańską katedrę od innych realizacji tego okresu. Z tej fazy budowy zachowały się fragmenty ścian części nawowej ze śladami pierwotnej polichromii, elementy kaplic, częściowo skarpy wież oraz relikty partii prezbiterialnej. Te pozostałości łączy się z kolejnym, tym razem pomorskim warsztatem budowlanym Henryka Brunsberga. Po II wojnie światowej dokonano regotyżacji katedry, w wyniku której zrekonstruowano wygląd korpusu nawowego z około połowy XIV wieku, natomiast dwuwieżową fasadę zachodnią ze szczytem, ostrołukowym oknem i portalem oraz elewację prezbiterium i nawy głównej, w formach z przełomu XV i XVI w. Nie regotyżowano kaplic oraz zakończeń wież: ich zrekonstruowane hełmy nawiązują do późnobarokowych z lat 1725-1729.

Wnętrze katedry jest trójnawowe, bazylikowe, bez transeptu. Wydłużone prezbiterium zamknięte wielobocznie otacza ambit (obejście), do którego przylega wieniec kaplic. Sklepienia naw i ambitu są gwiaździste, natomiast w prezbiterium - krzyżowo-żebrowe. Zwraca uwagę biegnąca wokół prezbiterium na wysokości pierwszego piętra galeryjka tryforyjna, w dużej mierze zrekonstruowana po wojnie, na podstawie odkrytych XV-wiecznych pozostałości. Nadaje ona tej części świątyni pewnej ażurowej lekkości, w odróżnieniu od surowej, dwustrefowej partii ściany nawy głównej [Pazder 2003, s. 35-36].

W sąsiedztwie katedry wzniesiono w XV wieku, na miejscu dawnej przedromańskiej kaplicy grodowej, kościół **Najświętszej Marii Panny in Summo**, jedyny zachowany do dziś w Poznaniu w niemal niezmienionym **gotyckim stylu**. Świątynia była planowana jako znacznie obszerniejsza, ostatecznie jej korpus nawowy pobudowano w znacznie skróconej formie w stosunku do zamierzeń. Kościół jest zwartą budowlą trójnawową, halową z obejściem, bez wydodrębnionego prezbiterium. Od strony zachodniej wieńczy go szczyt z sygnaturką, ozdobiony ostrołukowymi blendami i sterczynami, zakończonymi kwiatonami. Stanowi on jeden

z najlepszych przykładów tego typu budowli w Wielkopolsce. W elewacjach bocznych poprzez zastosowane lizeny, silnie zaznaczone są linie wertykalne, pomiędzy którymi znajdują się ostrołukowe wysokie okna. Wejście do świątyni prowadzi przez ostrołukowy portal południowy, wykonany z profilowanych, glazurowanych cegieł. Wciągnięte do środka szkarpy, starannie opracowane elewacje z użyciem glazurowanych cegieł, pozwalają kojarzyć świątynię także z warsztatem brunsbergowskim, do którego należał przypuszczalnie Hanusz Prus - jeden z twórców budowli. Towarzyszyli mu Jan Lorek z Kościana i Mikołaj z Poznania - twórcy szczytu i dachu oraz sklepienia gwiaździstego. Dyskusje badaczy wzbudzają liczne wydrążone w cegle dolki na ścianie południowej, interpretowane m. in. jako pozostałość krzesania ognia tzw. świdrem ogniowym w czasie obrzędów wielkanocnych (Wielkiej Soboty) [Pazder 2003, s. 33].

Usytuowany na Śródcie XIV-wieczny **kościół św. Małgorzaty** zachował ceglana, gotycką bryłę o jednonawowym wnętrzu z dostawioną w XV w. od zachodu, wieżą wspartą skarpami oraz kaplicą św. Barbary od strony północnej. Pełnił on przez wieki funkcję świątyni parafialnej i był największą spośród podmiejskich budowli sakralnych.

Natomiast na obszarze **lewobrzeżnego miasta** lokacyjnego zachowały się fragmenty otaczających niegdyś obszar miejski ceglanych **murów obronnych** oraz **relikty pierwotnego gotyckiego ratusza** (cztery sale w podziemiu i fragment wieży). Z otaczających niegdyś Stary Rynek XV-wiecznych kamienic mieszczańskich dochowały się do dziś przykłady gotyckich piwnic. W ramach odbudowy po zniszczeniach wojennych zrekonstruowano ozdobne szczyty gotyckie kamienicy nr 50 zw. „Pod Daszkiem” i nr 51 (obecnie „Dom Polonii”). Gotycką budowlą był też **zamek królewski** na Górze Przemysła - należący do najstarszych ufortyfikowanych rezydencji władców polskich z wielkopolskiej linii Piastów. Czas jego powstania datuje się na wiek XIII, a wiązany jest z lokacją miasta Poznania na prawie magdeburskim przez książąt wielkopolskich Przemysła I i Bolesława Pobożnego w 1253 roku. Budowę rozpoczętą w XIII wieku dokończył w połowie XIV stulecia Kazimierz Wielki. Zamek był w tym czasie największą budowlą świecką w Polsce. Można go zaliczyć do zamków wyżynnych i jednocześnie miejskich, bo od początku związany był z murami obronnymi miasta. Do dziś pozostały jedynie relikty dawnej murowanej wieży mieszkalnej i pozostałych części bryły zamku, który spłonął w 1536 roku. Obok zamku, od południowego zachodu można obejrzeć stosunkowo duży fragment muru zewnętrznego miasta. Biegnie on od wieży zamku na południe wzdłuż ulicy Ludgardy, dochodzi do wjazdu na podwórze Muzeum Narodowego. Jego dalszy ciąg ku południowi został wtopiony we wschodnią elewację muzeum [Dolczewski 2004, s.10].

Główną, niestety nieistniejącą obecnie, świątynią lewobrzeżnego Poznania była gotycka **kolegiata św. Marii Magdaleny** (zajmująca niegdyś teren dzisiejszego Placu Kolegiackiego, który od niej wziął swą nazwę). Była to monumentalna, trójnawowa bazylika długości 70 m i szerokości 42 m, o wielobocznie zamkniętym prezbiterium. Wielkością mogła konkurować z katedrą jako jedna z największych świątyń w ówczesnej Europie. Górująca w panoramie miasta wieża sięgała 90 m wysokości, w świątyni było 15 kaplic, a wśród bogatego wyposażenia wnętrza wyróżniał się 22 metrowy ołtarz główny (XVII w.) [Poznań... 1998, s. 128]. Z wystroju wnętrza rozebranej w 1799 roku kolegiaty zachowało się niestety niewiele. Z całą pewnością jednak pierwsza fara była obiektem dumy mieszkańców średniowiecznego Poznania, pełniła też funkcję nekropolii przedstawicieli poznańskiego patrycjatu.

Przy Placu Kolegiackim zachował się natomiast przebudowany w XVIII w. późnogotycki budynek probostwa farnego - z zachowanymi sklepieniami sieciowymi i krzyżowymi [Pazder 2003, s. 132].

Ze świątyń gotyckich, najokazalszy dziś po katedrze, położony poza murami miasta - jest **Kościół Bożego Ciała** (wraz z zabudowaniami dawnego klasztoru karmelitów trzewickowych przy ul. Krakowska/Strzelecka 40) - ufundowany przez Władysława Jagiełłę w 1406 roku pod wpływem rozwijającego się tutaj kultu Bożego Ciała. Kościół jest budowlą pseudohalową, trójnawową, z wydłużonym prezbiterium przylegającym do względnie krótkiego korpusu nawowego. W architekturze chóru użyto w dość dużym stopniu kamienia, co w Wielkopolsce należało do rzadkości. W oknach przetrwały piaskowcowe gotyckie maswerki. Portale ostrołukowe wykonane zostały z glazurowanej, różnobarwnej cegły. Częściowo zachowały się gotyckie sklepienia krzyżowo-żebrowe i gwiaździste w nawach bocznych. Świątynię wzniesiono na wzór całej serii wcześniejszych kościołów krakowskich. Wzorzec ukształtował się przy budowie Kościoła Mariackiego, rozpoczętej od niezwykle wydłużonego i wysokiego prezbiterium. Kościół poznański należy do najpóźniejszych dzieł działającego tutaj krakowskiego warsztatu [Kurzawa, Kuszelski 2006, ss.194-195; Pazder 2003, s. 161].

Kolejnym obiektem architektury zakonnej Poznania o gotyckich proveniencjach jest **Kościół Najświętszego Serca Jezusa** (i Matki Boskiej Pocieszenia) oraz **klasztor poddominikański, obecnie jezuitów** (ul. Szewska 18). Po roku 1244 roku na fundamentach wcześniejszej XII-wiecznej świątyni zakonnicy wzniesli nową wraz z klasztorem. Wczesnogotycka budowla sakralna miała wydłużone prezbiterium, typowe dla kościołów zakonnych i katedralnych. Poznański kościół należy do pierwszej serii świątyń zakonu dominikańskiego w Polsce. Początki jego budowy zbiegają się w czasie ze wzniesieniem wczesnogotyckiego chóru katedry poznańskiej, a warsztat budowlany działający na Ostrowie Tumskim uczestniczył także i w tej budowie na lewym brzegu Warty. Przy wykończeniu budowy użyto obfitej dekoracji ceramicznej, głównie w formie fryzu pod gzymsem wieńczącym i na szczytach elewacji świątyni [Kurzawa, Kuszelski 2006, ss.122-131].



Fot. 6. Kościół NMP Wspomożenia Wiernych (zbiory własne)

Powstanie dzisiejszego salezjańskiego kościoła **Matki Boskiej Wspomożenia Wiernych** i przyległego klasztoru (ul. Wroniecka 9) związane jest z XIII-wieczną fundacją klasztoru dominikanek, później w Poznaniu zwanych powszechnie katarzynkami.

Budowę kościoła w pobliżu murów miejskich rozpoczęto od prezbiterium, które pełniło też funkcję oratorium dla mniszek. Zasklepione zostało niezwykle, dynamicznym, jedynym w Poznaniu sklepieniem trójpolowym (z 1404 roku). W XIV wieku dołączono do prezbiterium nawę, wypełnioną w połowie emporą stałego chóru zakonnego. Do świątyni dobudowano także przylegający klasztor, którego skrzydło zachodnie zachowało się do dziś. Trzy skrzydła pierwotnego klasztoru oraz kościół tworzyły niegdyś czworobok. Szczególną uwagę zwraca interesujący XV-wieczny gotycki wschodni szczyt świątyni zwieńczony sygnaturką, sterczynami, wypełniony ostrołukowymi blendami, z których jedna (centralna) dekorowana jest cegłą ułożoną szachownicowo [Kurzawa, Kuszelski 2006, ss.131-137; Pazder 2003, ss. 119-120].

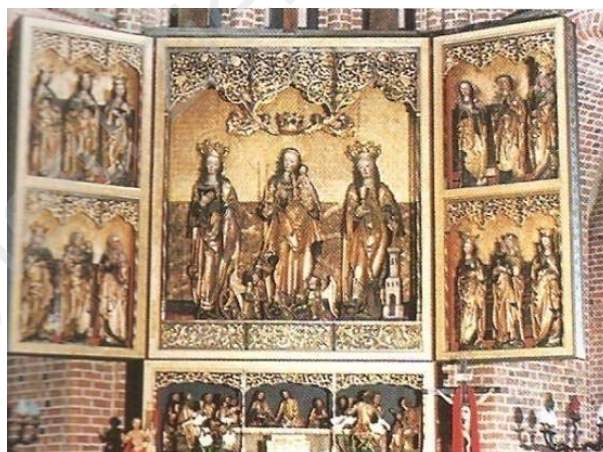
Kościół św. Wojciecha, stojący na szczycie wzgórza o tej samej nazwie, pojawia się po raz pierwszy w znanych dokumentach w 1244 roku. Pierwotna świątynia miała zapewne formę romańską. Przebudowana w dobie gotyku jest dziś budowlą trójnawową,

pseudobazylikową (z nawą środkową wyższą od bocznych, jednak pozbawioną charakterystycznego dla bazyliki bezpośredniego doświetlenia oknami powyżej arkad międzynawowych). Nawa północna i środkowa podzielone są arkadami na część prezbiterialną i nawową, obie są trójprzęsłowe. W nawie środkowej i północnej występują sklepienia gwiaździste, czteroramienne, w północnej nawie i prezbiterium sieciowo-gwiaździste, ośmioramienne; nawa południowa natomiast przykryta jest sklepieniem sieciowym z motywem gwiazdy ośmioramiennnej. [Kurzawa, Kuszelski 2003, ss. 20-24; 2006, ss. 143-149].

Kościół św. Marcina (ul. Św. Marcina) podobnie jak w przypadku większości najstarszych świątyń Poznania, jest trudny w zakresie datowania. Wymieniony został w jednym z dokumentów wydanych przy okazji lokacji miasta w 1253 roku. Wiadomo, że istniała przy nim wówczas parafia. Zaczątkiem obecnego kościoła było prawdopodobnie dzisiejsze prezbiterium. Jego zarys, z wielobocznym zamknięciem od wschodu i nierównoległym rozstawieniem ścian wzdłużnych świadczy o tym, że tak jak w innych świątyniach poznańskich przedmieść oddziaływał tu wzorzec z XIII-wiecznego chóru katedry oraz, że realizowany był przez warsztat o niezbyt wysokich umiejętnościach. W XVI wieku wzniesiono trójnawowy, bazylikowy korpus. Podczas II wojny światowej kościół św. Marcina był jedną z najbardziej zniszczonych budowli sakralnych w mieście. Odbudowano go w skromnych gotyckich formach, wieńcząc niezwykle wysokim dachem [Kurzawa, Kuszelski 2006, ss. 160-169; Pazder 2003, ss. 209-210].



Fot. 7. Kościół św. Marcina (zbiory własne)



Fot. 8. Pentaptyk w katedrze poznańskiej (zbiory własne)

Do najbardziej znaczących **obiektów rzeźbiarskich** omawianego okresu, znajdujących się w Poznaniu, należą **ołtarze szafiaste**: tryptyki i pentaptyki, zdobiące prezbiteria świątyń - katedrę (pentaptyk późnogotycki z 1512 roku, z Góry Śląskiej), kościół św. Marcina (tryptyk z 1498 roku ze Świerzawy), kościół św. Jana Jerozolimskiego (tryptyk z I ćw. XVI wieku ze sceną Sacra Conversatione) oraz kościół św. Wojciecha (zachowana część ołtarza południowego, wtórnie wkomponowana w strukturę zrekonstruowanego ołtarza głównego - kwatera Wniebowzięcia NMP z I poł. XVI wieku - nawiązująca stylistycznie do twórczości Wita Stwosza).

Innym istotnym przykładem rzeźby tego okresu jest gotycka figura Chrystusa Bolesnego - Vir Dolorum (z ok. 1452 r.) stojąca w farze poznańskiej w ołtarzu męczenników jezuickich, a pochodząca z dawnej kolegiaty św. Marii Magdaleny, a także krucyfiks z XVI w. umieszczony w ołtarzu Krzyża Świętego - pozostający w kręgu wpływów rzeźby Wita Stwosza. Szczególnie cenne dziedzictwo stanowi zespół spiżowych **płyt nagrobnych z warsztatu Vischerów w Norymberdze** znajdujących się w katedrze (m. in. poświęconych przedstawicielom rodu Górków). Interesujące **przykłady malarstwa, rzeźby i rzemiosła artystycznego** znajdują się w Muzeum Narodowym (Galeria Sztuki Średniowiecznej) oraz w Muzeum Archidiecezjalnym.

Muzeum Narodowe prezentuje na stałej ekspozycji kilkadziesiąt dzieł sztuki sakralnej od XII do XVI wieku. Pod względem tematycznym dominują motywy chrystologiczne i maryjne oraz hagiograficzne. Z I ćwierci XVI wieku zachowała się kwatera z tryptyku, ze sceną Męczeństwa św. Stanisława (z nie zachowanej kolegiaty św. Mikołaja na Zagórze) - znaczący przykład miejscowego malarstwa [Kartowska-Kamzowa 1988, ss.384-392;].

W Muzeum Archidiecezjalnym (wcześniej w skarbcu kościoła Bożego Ciała) w kolekcji paramentów znajduje się jeden z najcenniejszych zabytków złotnictwa w Polsce - **wieżyczkowa monstrancja z 1400 roku** - ofiarowana przez Władysława Jagiełłę. Jest to prawdopodobnie najstarsze naczynie liturgiczne tego typu w kraju [Pazder 2003, s. 164].

Złota epoka rozwoju miasta królewskiego: 1466-1655 (A.M.R.)

Rozwój gospodarczy miasta przyspieszył po II pokoju toruńskim (1466), kiedy to po inkorporacji Pomorza Gdańskiego otworzyła się możliwość nieskrępowanego handlu w skali międzynarodowej [Wiesiołowski 2003, s. 11] nie tylko na dotychczasowej osi zachód-wschód (Frankfurt n. O. - Kalisz - Lublin - Litwa), ale także południe-północ (Praga - Wrocław - Gniezno - Toruń/Gdańsk). Poznań stanowił wówczas ważny punkt m. in. na europejskiej mapie handlu... winem: tu krzyżowały się szlaki transportu zachodnich win reńskich do Litwy i dalej, oraz południowych win węgierskich i greckich do Niemiec via Frankfurt. W wieku XV wokół miasta w murach powstaje gęsta sieć folwarków, osad a nawet mniejszych miasteczek (jak należące do Kościoła prawobrzeżne: Śródka, Ostrówek i Ostrów Tumski oraz kapitulne Chwaliszewo), tworząca wspólnie z nim jeden z największych zespołów miejskich na terenie państwa polsko-litewskiego. Na początku XVI wieku licząca między 10 a około 13 tysięcy mieszkańców aglomeracja poznańska [Abt 1988a, s. 432; Wiesiołowski 2003, s. 12] ustępowała pod tym względem jedynie stołecznemu Krakowowi i hanzeatyckiemu Gdańskowi. W 1518 z inicjatywy biskupa Jana Lubrańskiego powstaje na poznańskim Ostrowie Tumskim Akademia, druga wyższa szkoła w Polsce po Akademii Krakowskiej, ze znacznie nowocześniejszym od tamtej programem kształcenia w duchu nowej epoki: Renesansu. Jednym z pierwszych jej absolwentów jest znany piszący po łacinie poeta, Klemens Janicki [Łabędzka-Topolska, 1988, s. 504-506].



Fot. 9. Założenie Akademii Lubrańskiego w Poznaniu, obraz Jana Matejki

Bogate miasto zmienia się w oczach: w połowie XVI wieku powstaje nowy, renesansowy ratusz (dzieło włoskiego architekta G.B. Quadro), domy przy Rynku i ważniejszych ulicach wznoszone są już jako budynki murowane, magnaci wielkopolscy nabywają siedziby miejskie. Potężna rodzina Górków, przez kilka pokoleń niepodzielnie dominująca w tej części państwa, wznosi w centrum miasta swoją „kurię”, prawdziwy pałac miejski w stylu włoskim [Jakimowicz, 1998, s. 27, 44, 56-58]. W samym mieście i na przedmieściach pojawiają się nowe siedziby kolejnych zakonów: karmelici, bernardyni, wreszcie jezuici, którzy - sprowadzeni

tu przez biskupa Adama Konarskiego w roku 1571 dla zrównoważenia silnych wpływów Reformacji - zakładają wielkie kolegium, by kształcić synów wielkopolskiej szlachty w duchu prawowiernej religii. Organizatorem szkoły i pierwszym przełożonym poznańskich jezuitów zostaje sławny później tłumacz Biblii, ks. Jakub Wujek, pochodzący z niedalekiego Wągrowca.

Właśnie w Poznaniu napisał on swoje pierwsze opublikowane prace teologiczne [Łabędzka-Topolska, 1988, s. 509].



Ryc. 2. Królewskie miasto Poznań w okresie od II połowy XIII- do końca XVII w. Oprac.: O. Artyszhuk

W tym złotym okresie dziejów królewskiego miasta Poznania (XV, XVI i w I połowie XVII wieku) nie omijały go jednak typowe dla tamtych czasów kataklizmy: liczne pożary, powódzie (Warta płynęła wówczas pod samymi murami), a także zarazy. Jednak dzięki długotrwałemu okresowi pokoju i za przyczyną ożywionego handlu Poznań mógł za każdym razem w krótkim czasie odbudować substancję miejską i przez bardzo długi okres utrzymać swój stan dobrobytu oraz wielkość populacji. Oblicza się, że krótko przed rokiem 1600 poznański zespół miejski mógł liczyć nawet ponad 20 tysięcy mieszkańców [Abt 1988a, s. 434]. Z czasem podobnie jak i w innych liczących się miastach polskich, znaczącym problemem zaczęły być liczne jurydyki, czyli należące do Kościoła lub szlachty budynki i całe kompleksy zabudowań, nie podlegające

prawu miejskiemu i nie płaćące podatków, w których dodatkowo zatrudniano pozostających poza systemem cechowym rzemieślników, co przekładało się pośrednio na straty finansowe dla miasta. Uzyskiwane przez radę miejską zakazy królewskie, dotyczące tworzenia nowych szlacheckich, ale i duchownych jurydyk, pozostawały najczęściej martwym prawem [Abt 1988a, s. 437].

Architektura i sztuka złotej epoki Poznania (1466-1655) (I.W)

W tym okresie obserwuje się wpływ trzech następujących po sobie stylów: późnego gotyku, ustępującego powoli miejsca renesansowi i manieryzmowi, a następnie stopniowy rozkwit baroku. W pierwszej ćwierci wieku XVI na Ostrowie Tumskim inwestycje na dużą skalę podjął ówczesny biskup **Jan Lubrański**, fundator Akademii, najwybitniejszy i najbardziej wszechstronny mecenas sztuki Poznania XVI wieku. Dokonano przebudowy pałacu biskupiego, wzniesiono budynek probostwa katedralnego, powstał gmach Akademii Lubrańskiego. Pierwotne zamówienia artystyczne biskupa wykonywane były w duchu późnego gotyku (np. gmach Psalterii), jednak stopniowo można obserwować wpływ tendencji nowożytnych. Zmian w nowym duchu dokonano we wnętrzu katedralnym, a konkretnie w kaplicach. Jednej z nich - kaplicy św. Trójcy, nowożytny wygląd nadał, włoski architekt Jan Baptysta Quadro z Lugano, zaproszony po pożarze miasta w 1536 roku. Pierwszym architektonicznym zwiastunem nowego stylu - renesansu w krajobrazie lewobrzeżnego miasta, były podcienia **domków budniczych** (od 1535 roku). W tym samym warsztacie budowlanym powstał wówczas **pręgierz**, uchodzący za pierwszą znaną pełnoplastyczną i wolnostojącą rzeźbę w Poznaniu. W latach 1540-1550 coraz silniej zaznaczył się mecenat artystyczny rady miejskiej, który zaowocował wieloma fundacjami, które przygotowały podatny grunt dla późniejszych znaczących inicjatyw [Jakimowicz 1988, ss. 568-572].

Pałac Górków przebudowany w latach 40-tych z gotyckich kamienic przez Andrzeja i Łukasza Górków stanowi pierwszy przykład renesansowej realizacji budowlanej w Poznaniu na szeroką skalę. Był charakterystyczną egzemplifikacją połączenia elementów późnogotyckich i renesansowych, jaka występowała w Polsce aż do trzeciej ćwierci XVI wieku. W skali kraju rezydencja ta była jednym z najwcześniejszych miejskich pałaców magnackich o układzie odróżniającym się od typowej kamienicy. Renesansową innowacją był zamknięty dziedziniec na planie kwadratu, otoczony krużgankiem wspartym na kolumnach. Zachowany portal pałacu (z datą 1548) swą kompozycją i dekoracją ornamentalną nasuwa skojarzenia z przykładami fundacji książąt śląskich [Jakimowicz 1988, s. 573]. Dziedziniec arkadowy nie znalazł kontynuacji na gruncie poznańskim. Pod auspicjami Andrzeja Górki, jako starosty generalnego Wielkopolski przebiegła również przebudowa zamku poznańskiego (1536-1550), którego wizerunek utrwaliła XVII-wieczna panorama miasta autorstwa Brauna i Hogenberga. Prezentuje go ona jako długi trójkondygnacyjny budynek kryty czterema poprzecznymi dachami, osłoniętymi schodkowymi szczytami [Dolczewski 2004, s.16].

Znaczącym przełomem między późnym gotykiem a sztuką nowożytną w pełni stała się dopiero przebudowa w latach 1550-67 najbardziej reprezentacyjnej budowli ówczesnego miasta, siedziby rady miejskiej - **poznańskiego ratusza**. Włoski architekt Jan Baptysta Quadro⁴

⁴ Quadro był najwybitniejszym z architektów pochodzących z regionu pogranicznego Włoch i Szwajcarii, którzy pracowali w Polsce w XVI w. W Poznaniu poza ratuszem architektowi przypisuje się także następujące realizacje: przebudowa Wagi miejskiej, sukiennic, postrzygalni, smatruza, wieża mostu św. Rocha, wieża



Fot. 10. Ratusz w Poznaniu
(fot. Armin Mikos von Rohrscheidt)

powołany na stanowisko miejskiego architekta wprowadził nowy styl do konserwatywnego jeszcze poznańskiego sposobu myślenia artystycznego, przy czym posłużył się traktatami o architekturze autorstwa Sebastiana Serlia. Rozbudował pierwotny skromny, jednopiętrowy gotycki ratusz w kierunku zachodnim, podwyższając go o jedną kondygnację, dach przestonił attyką (o pionierskim rozwiązaniu) nawiązującą swą formą do muru obronnego z trzema wieżami, fasadę - szczególnie atut ratusza, ozdobił trójkondygnacyjną loggią - tworząc jedną z pierwszych nowożytnych fasad w Polsce.

Jest ona wypełniona treściami symbolicznymi o określonym programie. Zasady, na jakich powinna się opierać „miejska republika” ukazano w postaci płaskorzeźb umieszczonych w narożach arkad w części parteru. Przedstawiają cechy, którymi winna się odznaczać elita władzy: Cierpliwość, Roztropność, Miłość, Sprawiedliwość,

Wiara, Nadzieja, Męstwo i Umiarkowanie. Dopełnieniem tych cnót są wyobrażenia uskrzydłonych geniuszy na pierwszym piętrze fasady, określane jako alegorie zwycięstwa moralnego [Pazder 2003, s. 71]. Nad architravem I piętra biegnie pas z wizerunkami postaci z historii starożytnej (Homer, Wergiliusz, Grakchus, Spartakus, Brutus). Drugim ikonograficznym walorem ratusza jest zachowana dekoracja, wspartego na dwóch filarach, sklepienia **Wielkiej Sieni (Sala Odrodzenia)** określanej też mianem „salonu miasta”. Uchodzi ona za najpiękniejsze renesansowe wnętrze świeckie zachowane w Polsce. Sklepienie wypełniają kasetony ze scenami o treściach zaczerpniętych z Biblii i mitologii oraz astrologii, a także motywy heraldyczne. Przedstawienia korespondujące treściowo z dekoracją fasady określić można jako swoisty traktat o powinnościach i cnotach obywatelskich. Stanowią one kwintesencję myśli humanistycznej swego czasu. Jednym z autorów programu sklepienia mógł być ówczesny burmistrz - Kasper Goski lub lekarz Józef Struś [Jakimowicz 1988, s. 583].

Pierwsze piętro wypełniają jeszcze dwie reprezentacyjne sale - Królewska i Sądowa. W pierwszej, z renesansowych elementów wyposażenia, na uwagę zasługuje kominek ozdobiony herbem miasta, przeniesiony tutaj z budynku Wagi Miejskiej, natomiast Sala Sądowa z renesansu zachowała sklepienie datowane na połowę XVI wieku. Zdobiąca je polichromia pochodzi z różnych okresów dziejowych.

Z pozostałych sztuk plastycznych na plan pierwszy w omawianym okresie wysunęła się **rzeźba sepulkralna**. Reprezentanci czołowych rodów poznańskich i wielkopolskich byli klientami znanych warsztatów krakowskich. W latach 1557-1562 wybitny rzeźbiarz **Jan Michałowicz z Urzędowa** zw. „polskim Praksytelesem” (Praxiteles Polonicus), jedyny znakomity polski artysta rzeźbiarz, który zapisał się znacząco w dziejach rodzimego renesansu, wykonał do katedry poznańskiej swoje pierwsze sygnowane dzieło - pomnik nagrobny **biskupa Benedykta Izdbieńskiego**. Jest to pionierski w Poznaniu przykład nagrobka przedstawiającego postać zmarłego w typowej dla renesansu pozie sansovinowskiej. Jego oprawa architektoniczna łączy harmonię i logikę kompozycji z bogactwem ornamentu, inspirowanego dziedzictwem

antyku i osiągnięciami manieryzmu niderlandzkiego. Nagrobek wywarł niewątpliwy wpływ na twórczość lokalną [Jakimowicz 1988, s. 590].



Fot. 11. Nagrobek bpa B. Izdbieńskiego (zbiory własne)

a w bocznych niszach - biskupów Uriela i Łukasza Górków. W części centralnej w pozach sansovinowskich ukazani zostali Andrzej i jego małżonka. Ten świecki pomnik nagrobny o programie rodowym sławi potęgę jednej z najzamożniejszych rodzin ówczesnej Wielkopolski [Jakimowicz 1988, s. 591].



Fot. 12. Nagrobek bpa Adama Konarskiego (zbiory własne)



Fot. 13. Nagrobek rodziny Górków (zbiory własne)

w Krakowie nagrobek biskupa Wawrzyńca Goślickiego (zm. w 1607 r., kaplica św. Marcina) na mocy testamentu zmarłego, wzorowany jest na pomniku nagrobnym biskupa Adama

W 1574 roku w warsztacie Włocha - Hieronima Canavesiego Andrzej Górka zamówił nagrobek upamiętniający jego rodziców - **Andrzeja I Górkę** (starostę generalnego Wielkopolski) i jego żonę **Barbarę z Kurozwęk**. Przebudował także na ten cel kaplicę rodową istniejącą od XV wieku w katedrze. Nagrobek uzyskał formę piętrową - typową dla polskiego renesansu. W partii cokołowej umieszczono postacie sześciorga dzieci zmarłej pary,

W dwa lata później w przebudowanej przez Quadra kaplicy św. Trójcy w katedrze powstał kolejny nagrobek dłuta Canavesiego, poświęcony **biskupowi Adamowi Konarskiemu**. Niezwykłej harmonii całości nie naruszają elementy dekoracyjne w postaci starannie wykonanych kartuszy, girland i rozet. Dwukolorowy kamień daje efekty malarskie i podkreśla szkielet architektoniczny nagrobka. Postać biskupa ukazana jest w tradycyjnej pozie, w stroju pontyfikalnym, z uderzającym, portretowym realizmem.

W obydwu poznańskich nagrobkach artysta zadbał o reklamę swej działalności, zamieszczając napis łaciński zawierający jego imię i nazwisko oraz miejsce (ul. Floriańska) gdzie pracował [Kozakiewiczowa 1984, s. 130].

Ze schyłku wieku XVI pochodzą kolejne nagrobki z katedry: **biskupa Łukasza Kościeleckiego** (kaplica MB i Franciszka Ksawerego) oraz **piętrowy Przecławskich** (z Chojnicy, przeniesiony do katedry). Mistrz i jego warsztat nie jest znany. Widać, że pozostawał pod dużym wpływem manieryzmu niderlandzkiego powiązanego z elementami włoskiego renesansu. Motywy dekoracyjne zgodne są z ideologią kontrreformacji „Vanitas” [Jakimowicz, s.593].

Współczesne im są ostatnie pomniki włosko-krakowskie, zamówione do katedry poznańskiej. Wykonany w Krakowie nagrobek biskupa Wawrzyńca Goślickiego (zm. w 1607 r., kaplica św. Marcina) na mocy testamentu zmarłego, wzorowany jest na pomniku nagrobnym biskupa Adama

Konarskiego. Zgodnie z nowymi - barokowymi trendami doby wazowskiej, artysta wprowadził do swego dzieła prócz tradycyjnego czerwonego marmuru i piaskowca także czarny marmur oraz elementy ornamentalne bliskie sztuce tego okresu.

Najbardziej znaczącym poznańskim malarzem przełomu renesansu i baroku był **Krzysztof Boguszewski** (zm. 1635 r.), u schyłku życia proboszcz w kościele św. Wojciecha, twórca m. in. obrazów: „Wjazd św. Marcina do Amiens” (kaplica św. Marcina) i „Niebieskie Jeruzalem” (kaplica Szoldrskich). W jego dziełach widoczny jest wpływ słynnego artysty działającego na Pomorzu - Hermana Hana.



Fot. 14. Kolekcja portretów trumiennych w Muzeum Archidiecezjalnym w Poznaniu (zbiory własne)

W I połowie XVII wieku w wyniku rozwoju ceremoniału pogrzebowego rozkwitł nowy typ malarstwa - **portret trumienny**. Był to wytwór typowo polski, nie mający odpowiedników poza ziemiami ówczesnej Rzeczypospolitej. W Wielkopolsce cieszył się szczególną popularnością, zdaniem badaczy jego ojczyzną mogła być Wielkopolska, stąd być może przeniknął na pozostałe tereny Polski. W Wielkopolsce zachowało się

najwięcej jego przykładów. Początkowo dominował kształt ośmioboczny, potem sześcioboczny - odpowiadający przekrojowi trumny. Portret trumienny prezentujący zmarłego w sposób realistyczny w ujęciu popiersiowym, po uroczystościach pogrzebowych umieszczany był na ścianach świątyń albo w kaplicach grobowych. Obecnie przykłady tego typu obiektów w Poznaniu znajdują się m.in. w zbiorach muzeów - Narodowego i Archidiecezjalnego, a także w katedrze poznańskiej.

Od „potopu” szwedzkiego do II rozbioru Polski 1655-1793 (A.M.R.)

Po kapitulacji pospolitego ruszenia wielkopolskiej szlachty pod Ujściem w lipcu 1655 bezbronny niemal (bo pozbawiony załogi) Poznań otworzył swoje bramy Szwedom. Ci obsadzili miasto półtoratysięcznym garnizonem. Rozpoczął się okres grabieży i rujnujących kontrybucji. Wkrótce Szwedzi - szybko znienawidzeni w całej Wielkopolsce i trapieni rosnącą aktywnością partyzanckiego ruchu Krzysztofa Legockiego - zamknęli się w kilku silnie ufortyfikowanych miastach, w tym w Poznaniu. Wiosną 1656 zastąpili ich W Wielkopolsce Brandenburczycy, wówczas jeszcze sojusznicy króla Szwecji [Jarochowski 2007, s. 36]. Oni to zostali oblężeni w mieście w czerwcu 1657 przez pospolite ruszenie polskie i po dwumiesięcznej walce skapitulowali [Jarochowski 2007, s.45-51]. Niestety zwycięskie oddziały polskie nie zachowały się w mieście lepiej i poddały je serii grabieży. Pod koniec wojny, przed rokiem 1660 liczba ludności Poznania zmalała o ponad jedną trzecią, przedmieścia przestały istnieć wskutek oblężenia, a znaczną część miejskich budynków trzeba było odbudowywać [Abt 1988b, s. 665]. Nie przyniosło miastu ulgi pojawienie się w następnych dziesięcioleciach w obrębie murów kolejnych jurydyk kościelnych, jak klasztory karmelitów, karmelitanek, franciszkanów [Falińska 1988, s. 685], które dodatkowo spowodowały redukcję ilości parcel produkcyjnych i płacących podatki. Wojna i jej wyniki zmieniły również rodzaj dóbr pożądaných w wymianie handlowej, na skutek czego rola Poznania jako ośrodka handlowego ograniczała się teraz do własnego

regionu. Podstawowym surowcem eksportowym Wielkopolski były wówczas wełna owcza i sukno, wytwarzane m. in. w Poznaniu.

Na początku XVIII wieku udziałem miasta, które nie całkiem jeszcze podniosło się ze zniszczeń „potopu”, stała się kolejna wojenna katastrofa. Tzw. III. wojna północna, tocząca się głównie pomiędzy Szwecją a Rosją, w znacznej mierze dotknęła Wielkopolskę. Od jesieni roku 1703 Poznań znowu był obsadzony szwedzkim wojskiem. W następnym roku miasto zostało oblężone przez wojsko saskie, próbujące odbić je w imieniu króla Augusta II, po czym w parę miesięcy później znów przez oddziały polsko-sasko-rosyjskie [Jarochoński 2007, s. 84nn]. Kilkudniowe oblężenie nie przyniosło skutku, jednak po ostrzale artyleryjskim miasto w znacznej części legło w gruzach. Szwedzi wycofali się z Poznania dopiero w 1709 i miasto padło ofiarą Sasów, krótko potem wybuchła zaraza, która zdziesiątkowała całą okolicę. Do końca wojny (1721) Poznań jeszcze raz był zdobywany, tym razem przez polskich konfederatów antysaskich - i znów złupiony (1716) [Abt 1988b, s.665n], jeszcze raz padł ofiarą zarazy, a potem wielkiego pożaru (1717). Spustoszenia w samym mieście i całkowite niemal wyludnienie wsi należących do niego były przyczyną starań władz miejskich o powtórne zasiedlenie okolicy, by zapewnić wyżywienie mieszkańców i umożliwić odrodzenie lokalnego rzemiosła oraz handlu. W efekcie, jeszcze podczas trwania wojny północnej, bo w sierpniu 1719 roku, pojawiło się w podpoznańskim Luboniu pierwszych kilkadziesiąt rodzin sprowadzonych tu chłopskich osadników z niemieckiej Frankonii. Przybyli z okolicy Bambergu nowi mieszkańcy kilkunastu wsi pod Poznaniem, z racji swojego pochodzenia szybko ochrzczeni „Bambrami”, uzyskali liczne przywileje, w tym nieznane dotychczas w Polsce pełne oczynszowanie w miejsce pańszczyzny [Wiesiołowski 2003, s. 14]. Szybko też doprowadzili wsie do stanu sprzed wojny, czym walczyli przyczynili się do poprawy sytuacji gospodarczej Poznania. Do roku 1753 w okolicach miasta osiadło około 500 rodzin „bamberskich”, które z czasem uległy stopniowej polonizacji i których potomkowie odegrali i do dziś odgrywają znaczącą i jednoznacznie pozytywną rolę w dalszych dziejach miasta.

Bardziej trwały pokój zapanował w Wielkopolsce dopiero po roku 1736, kiedy zakończyła się tzw. polska wojna sukcesyjna. Miasto powoli odzyskiwało swój potencjał, choć częste działania i przemarsze obcych wojsk (saskich, rosyjskich i pruskich) a nawet bitwy w latach 50-tych i 60-tych XVIII wieku każdorazowo doprowadzały je do finansowej ruiny.

W czasach stanisławowskich (po roku 1764) władze miejskie i mieszczaństwo poznańskie, po początkowym wsparciu konfederacji barskiej (której oddziały stacjonowały tu niemal przez dwa lata) gremialnie popierały króla, podejmującego liczne reformy, z których część dotyczyła także miast królewskich. W roku 1778 Stanisław August powołał w nich do istnienia tzw. Komisję Dobrego Porządku. Komisja poznańska, działająca z dłuższą przerwą od 1780 do 1784 pod przewodnictwem starosty generalnego Wielkopolski Kazimierza Raczyńskiego [Tyszkiewicz 1005, s. 13-14] z osobistym, także finansowym wsparciem samego króla, okazała się jedną z najbardziej dynamicznych, a niektóre skutki jej działania widoczne są w substancji miejskiej do dzisiaj. Między innymi zinwentaryzowała ona wszystkie nieruchomości i uregulowała ich status [s. 22-26], dokonała remontów lub ponownego wzniesienia szeregu budynków publicznych [s. 71], ujednoliciła miejskie prawa i uregulowała system cechowy [s. 39-42] oraz finanse miejskie [s. 53-57], wprowadziła nowoczesne przepisy porządkowe, w tym budowlane i przeciwpożarowe [s. 74]. W ostatnich latach przynależności Poznania do Rzeczypospolitej zdołano jeszcze wprowadzić zarząd miejski w dotychczas kościelnych domenach: Chwaliszewie, Śródcie, Ostrowie Tumskim, na Ostrówku, a także włączyć pod bezpośrednią administrację miasta kilka osad na lewym brzegu Warty, m. in. Św. Wojciech i Św. Marcin. W tym okresie

(lata 80-te i początek 90-tych XVIII wieku) pojawiły się także w mieście i na jego obrzeżach pierwsze manufaktury, produkujące głównie wyroby skórzanе i sukiennicze). Twórcą szeregu z nich był Jan Jakub Klug, poznański mieszczanin, uważany za jednego z pierwszych polskich przemysłowców [Drozdowski, Kuklińska, 1988, s. 855-857].



Ryc. 3. Poznań przed rozbiorami, ok. 1790 r. Opracowanie O. Artyschuk

W wyniku włączenia się Prus do konfliktu polsko-rosyjskiego, 31 stycznia 1793 wojsko pruskie wkroczyło do Poznania bez oporu ze strony polskiej załogi a 4 lipca tegoż roku nastąpiła oficjalna instalacja władzy pruskiej w mieście [Drozdowski 1988, s. 945n].

Architektura i sztuka Poznania w latach 1655 - 1793 (I.W.)

Do Wielkopolski nowe rozwiązania artystyczne baroku docierały powoli, stopniowo wypierając tradycje wcześniejsze. Wojna ze Szwecją zaważyła na dziejach artystycznych Poznania. Zniszczenia i grabieże znacznie zahamowały rozwój do lat 60-tych XVII wieku, ale jednocześnie dały pole nowym inicjatywom budowlanym. Ożywienie w tym względzie datuje się na czas od ok. 1670 roku i związane było z pojawieniem się form dojrzałego baroku. Ponowny rozkwit obserwować można po wojnie północnej, od czasu krótko przed 1720 rokiem, łączył się on z realizacjami należącymi już do późnego baroku i rokoka epoki Sasów.

Odbudowa po zniszczeniach wojennych objęła Ostrów Tumski, a zwłaszcza katedrę (przeszła pełną barokizację) i budowę barokowego pałacu biskupiego oraz kościoły: bernardynów (pełna przebudowa w stylu barokowym), dominikanów (m. in. wieża, zmiana przestrzeni wnętrza), św. Marcina, Bożego Ciała (nowe sklepienie w nawie głównej i szczyt w fasadzie, nowa wieża).

Poznań jednak nie poprzestał na przywróceniu pierwotnego oblicza miasta, tworzone też nowe realizacje. Powstały świątynie: **franciszkanów** (św. Antoniego Padewskiego, Góra Przemysła), **jezuitów** (św. Stanisława Biskupa, ul. Gołębia), **karmelitów bosych** (św. Józefa, Wzgórze św. Wojciecha), **reformatów** (św. Kazimierza na Śródce). **karmelici trzewickowi** objęli kamienicę Szamotulskich i przebudowali ją na kościół (Najświętszej Krwi Pana Jezusa, ul. Żydowska).

Zakony były w tym okresie najważniejszymi inwestorami, wspieranymi przez wielkopolską szlachtę. Pośród nich prym wiodli **jezuici**, których główne inwestycje przypadły na ostatnią ćwierć XVII wieku. Mecenat miejski i mieszczański wykazywał mniejszą efektywność i związany był głównie z fundacjami epitafiów, nagrobków itp. do nieistniejącej dziś kolegiaty farnej św. Marii Magdaleny [Linette 1988, s. 702]

Architektura baroku próbowała odnaleźć się w średniowiecznym układzie urbanistycznym miasta. Najwcześniejszą próbą świadomego kształtowania przestrzeni była lokalizacja kościoła karmelitów bosych na Wzgórzu św. Wojciecha. Fasada została usytuowana celowo, tak by zamykała drogę od strony bramy Wronieckiej.

W połowie XVII wieku pojawiły się przykłady osiowego ukształtowania układów urbanistycznych - największym osiągnięciem tego rodzaju było stworzenie nowego kompleksu jezuickiego. Celowe było ustawienie fasady kościoła jezuitów (obecnej fary) w zamknięciu ul. Świętosławskiej, a także dzwonnicy tego kościoła w perspektywie ul. Klasztornej. Podobnie dzwonnice kościoła dominikańskiego (obecnie jezuitów) usytuowano w perspektywie ul. Mokrej. Widok kościoła jezuitów zdominowały fasady od strony ul. Świętosławskiej (główna) i od strony ul. Podgórnej (tylna), obiektem znaczącym stał się gmach sąsiedniego kolegium jezuickiego, dominujący otoczenie swą architektoniczną bryłą.

Nowym akcentem wizualnym w panoramie miasta były bliźniacze wieże kościoła Bernardynów oraz wieże i bryła kościoła Franciszkanów.

W dobie baroku odcisnęły swe artystyczne ślady wybitne postacie architektów działających na terenie Poznania i Wielkopolski. Poczet otwiera manierysta **Krzysztof Bonadura Starszy**, który stopniowo sięgał do form barokowych. Impulsem dla jego twórczości była budowa kościoła **karmelitów bosych**. Wprowadził on na grunt Wielkopolski typ kościoła jednonawowego z transeptem i bocznymi kaplicami, wzorowany na jezuickim kościele Il Gesu w Rzymie. Fasada kościoła uchodzi za jedno z najlepszych rozwiązań wczesnobarokowych w Wielkopolsce. Ożywiają ją rytmicznie rozstawione pilastry, zrównoważone przez poziome

linie belkowań i gzymsów. Pomędzy pilastrami znajdują się wnęki przeznaczone na figury świętych. Obecne wyposażenie świątyni odbiega od pierwotnego i związane jest z okresem gruntownego remontu w latach 1984-88.

Drugą realizacją Bonadury Starszego był **kościół bernardynów** (św. Franciszka, Plac Bernardyński). Świątynia jest jednonawowa, z nieco niższym od nawy, wydłużonym prezbiterium. Ozdobą budowli jest dwuwieżowa fasada ze zrekonstruowanymi hełmami.

Pierwszym, który stosował w pełni konwencję barokową, był wywodzący się z otoczenia Bonadury **Jerzy Catenazzi**. Po śmierci Bonadury kontynuował on prace przy kościołach: **karmelitów bosych, bernardynów i reformatów**. Rozwiązania, które wprowadził Jerzy (nowy typ wnętrza tzw. ścienno-filarowy) dokończył z kolei **Jan Catenazzi**. Kościół reformatów na Śródcie jest budowlą jednonawową z wydłużonym prezbiterium. Wyposażenie wnętrza prezentuje formy późnobarokowe i rokokowe (ołtarz główny, boczne, ambona, konfesjonały).

Jan Catenazzi miał swój udział także w budowie **kościoła jezuickiego** - najwybitniejszego obiektu sakralnego barokowego Poznania. Świątynię zaczęto wznosić jeszcze przed potopem szwedzkim. Kilka razy zmieniano koncepcję. Prace budowlane trwały ponad pół wieku. Rozpoczął je **Tomasz Poncino**, kontynuował **Bartłomiej Nataniel Wąsowski** - rektor kolegium, architekt-amator. Jego projekt silnie nawiązywał do tradycji świątyń rzymskich (zwłaszcza Il Gesu) z nawą główną przeciętą transeptem i kopułą na skrzyżowaniu naw. Odstępstwem od wzorca stały się nawy boczne, nad którymi umieszczono emporie. Do ścian nawy głównej dodano monumentalne kolumny. Wnętrze uzyskało bogatą dekorację malarską i rzeźbiarską. Rozpoczętą koncepcję Wąsowskiego dokończył **Jan Catenazzi**. Architekci stworzyli wspólnie jedną z najbardziej okazałych świątyń ówczesnej Rzeczypospolitej, obiekt najwyższej klasy artystycznej. Po wybudowaniu kościoła Catenazzi przystąpił do budowy kolegium jezuickiego. Zdołał rozpocząć prace przed wojną północną. Prowadził je potem aż do śmierci w 1724 roku [Kurzawa, Kuszelski 1999, ss. 216-217].

Przy omawianiu kościoła Jezuitów należy wspomnieć o innym znaczącym architekcie włoskim, działającym na gruncie wielkopolskim: **Pompeo Ferrarim** z Rzymu, przybyłym do Polski na zaproszenie rodu Leszczyńskich. Uchodzi on obok Karola Marii Franza za najwybitniejszego architekta doby późnego baroku na terenie naszego regionu. W samym Poznaniu nie pozostawił jednak wielu realizacji. Przypisuje mu się portal i ołtarz główny kościoła Jezuitów, przebudowę pałacu biskupiego, prace we wnętrzu katedry oraz przebudowę kaplicy Trzech Hostii (Matki Boskiej Szkaplerznej) w Kościele Bożego Ciała.

Na II połowę XVII wieku przypada także powstanie kościoła franciszkanów. Budowę rozpoczął Jerzy Catenazzi, a kontynuował **Jan Koński** - jeden z mistrzów poznańskiego cechu budowniczych, pozostający pod silnym wpływem architektury poznańskich jezuitów.

Świątynia jest przykładem łączenia tradycyjnych form z elementami nowinek architektonicznych. Wnętrze jest trójnawowe z dwoma kopułowymi kaplicami na przedłużeniu naw bocznych. Nawa główna łączy się z prezbiterium, dając wrażenie przestrzeni tunelowej, natomiast nawy boczne i kaplice mają charakter autonomiczny. Kościół, mimo pewnych nieporadności budowniczego, dzięki dekoracji rzeźbiarskiej, sztukatorskiej i malarskiej stworzonej przez franciszkanów - braci **Antoniego i Adama Swachów** rodem z Czech, zyskał specyficzny klimat wnętrza. Szczególnie znacząca jest kaplica Matki Boskiej z ołtarzem dzieła Swachów, w którym umieszczony jest obraz Matki Boskiej w Cudy Wielmożnej Pani Poznania (z XVII w.) słynący cudami, otoczony kultem.

Rzeźba barokowa pojawiła się w Poznaniu dość późno. Dominującą była tradycja manierystyczna. Wśród osiągnięć rzeźbiarskich tego okresu wymienić należy zachowane w poznańskiej katedrze (wykonane w Gdańsku) przykłady biskupich pomników nagrobnych. Jeden z nich poświęcony jest biskupowi **Adamowi Nowodworskiemu**. To kolejne (po nagrobku bpa W. Goślickiego) przywołanie form nagrobka - bpa Adama Konarskiego z postacią zmarłego przedstawioną w pozycji leżącej. Sylwetka Nowodworskiego ma jednak charakter



Fot. 15. Nagrobek bpa Nowodworskiego
(zbiory własne)

manierystyczny, natomiast obudowa architektoniczna i kolorystyka pomnika pozwalają go zaliczyć do grona obiektów wczesnobarokowych. Autorem dzieła był prawdopodobnie **Wilhelm Richter** - uczeń van den Blocka - jednego z najwybitniejszych artystów przelomu XVII i XVIII wieku działających w Gdańsku. Stopniowo w sztuce sepulkralnej doby baroku nagrobek z postacią leżącą zdominowany zostaje przez wyobrażenie z postacią klęczącą w pozie adoracji. W kolorystyce zarówno ołtarzy jak i nagrobków dominowała czerń z kontrastującą bielą (figury i dekoracje w nagrobkach). Przykładem mogą być epitafia nagrobne biskupów **Andrzeja Szołdrskiego**

(kaplica Szoldrskich) oraz **Wojciecha Tolibowskiego** (kaplica Górków) w poznańskiej katedrze. Interesującym jest też nagrobek z postaciami klęczącymi Zygmunta Raczyńskiego i Jana Wąglikowskiego (kaplica św. Cecylii) przywieziony z kościoła bernardynów w Bydgoszczy.

Przełomem w rzeźbie były lata 80-te XVII wieku i z nim wiążą się dekoracje kościoła jezuickiego. W ich realizację zaangażowany był **Alberto Bianco**, którego warsztat pozostawił swój artystyczny ślad również w kościele franciszkanów. Tam też znajdują się najważniejsze dzieła wspomnianego franciszkanina Antoniego Swacha: ołtarz główny, wspomniany ołtarz Matki Boskiej w Cudzie Wielmożnej w kaplicy oraz stalle w prezbiterium. Poza Pompeo Ferrarim w kościele jezuitów, realizacjami rzeźbiarskimi zapisał się także mniej znany artysta: **Jan Weydlich** (m. in. wystrój rzeźbiarski fasady fary). Epokę baroku w Poznaniu zamyka twórczość **Augustyna Schöpsa** - autora fontanny z grupą **Porwanie Prozerpiny przez Plutona** na Rynku przed gmachem ratusza. Jest on również twórcą ołtarzy głównych w kościołach: Bernardynów i dawnym ewangelickim - Wszystkich Świętych (na Grobli) [Kurzawa, Kuszczalski 1999, s. 220].

W **malarstwie** rozwijał się nadal portret trumienny, mniej natomiast portret prezentujący całą postać. Przykłady tych ostatnich znajdują się w kościele franciszkanów (portret Jadwigi Radolińskiej) oraz w kościele Bożego Ciała (króla Władysława Jagiełły i królowej Jadwigi). Dużą popularnością cieszył się **Adam Swach** - brat Antoniego - uczeń słynnego malarza Jerzego Szymonowicza-Siemiginowskiego „Eleutera”. Swach wykonał obrazy sztalugowe oraz polichromie w wielu świątyniach wielkopolskich (w Poznaniu: franciszkanów i Najświętszej Krwi Pana Jezusa) [Kurzawa, Kuszczalski 1999, s. 221-222].

Istotne miejsce w malarstwie poznańskim zajmują realizacje przybyłego ze Śląska **Karola Dankwarta** (kościół jezuicki) oraz **Szymona Czechowicza** z Warszawy (m. in. obrazy w ołtarzach fary - „Wskrzeszenie Piotrowina”, „św. Ignacy Loyola” i „św. Stanisław Kostka”).

Dzieła tych twórców wykazują inspiracje malarstwem włoskim tego okresu i wyróżniają się na tle malarstwa lokalnego wysokim poziomem artystycznym [Kurzawa, Kustelski 1999, ss. 216-222; Linette, 1988, ss. 701-751].

Sztuka w Poznaniu doby Oświecenia nie była efektem działania wybitnych twórców ani zwartego środowiska artystycznego o randze europejskiej lecz była ważną funkcją ówczesnego miasta, wyrazem potrzeb, dążeń i poglądów ówczesnego społeczeństwa. Wyrażała dążenia w kierunku podniesienia dobrobytu ekonomicznego, społecznego i politycznego [Ostrowska-Kębtowska 1988, s. 942].

Komisja Dobrego Porządku ustanowiona w epoce stanisławowskiej, dokonała w Poznaniu wiele na polu urbanistyki i architektury. Sam król Stanisław August Poniatowski, jako mecenas sztuki, był rzecznikiem rozwijającego się wówczas stylu klasycyzmu. Poznańska Komisja owocnie działała pod przewodnictwem Kazimierza Raczyńskiego - starosty generalnego Wielkopolski. Z jej ramienia tworzył architekt pochodzący z Czech - **Antoni Hoehne**, który poczynił szereg zmian w zabudowie rynku i części ulic. Budował w duchu klasycyzmu.

Do 1789 roku przeprowadzano także odbudowę zniszczonej **katedry** poznańskiej według projektu **Efraima Schrögera**, w toku prac posłużono się także projektami **Bonawentury Solariego**, podobnie jak poprzednik, architekta działającego w Warszawie. W tej formie katedra przetrwała do 1945 roku. W II połowie XVIII wieku zmiany dotknęły także inne budowle Ostrowa Tumskiego: Pałac Biskupi, gmach Akademii Lubrańskiego itd. [Ostrowska-Kębtowska 1988, ss. 928-930].

Poznański **ratusz** otrzymał nowe zwieńczenie wieży w postaci klasycystycznego hełmu (1781-1783) w pełni zharmonizowanego z renesansową sylwetką obiektu. **Zamek** na Wzgórzu Przemysła znacznie ucierpiał w czasach saskich. Kazimierz Raczyński wzniósł na jego pozostałościach nowy budynek, po którym pozostały sklepienia piwnic i mury przyziemia.

Zachodnią pierzeję rynku upiększył - **Pałac Działyńskich**, wzniesiony przez Władysława Gurowskiego. Jak się przypuszcza przy realizacji obiektu działali Antoni Hoehne i Augustyn Schöps. Fasada łączy elementy barokowe z klasycystycznymi, wyróżnia ją dekoracja o programie narodowym. Reprezentacyjnym pomieszczeniem jest Sala Czerwona - miejsce uroczystości i imprez kulturalnych. Drugim znaczącym obiektem pałacowym tego okresu jest **Pałac Mielżyńskich**, zbudowany u schyłku wieku XVIII, wzorowany częściowo na Pałacu Działyńskich.



Fot. 16. Kościół Wszystkich Świętych na Grobli (zbiory własne)

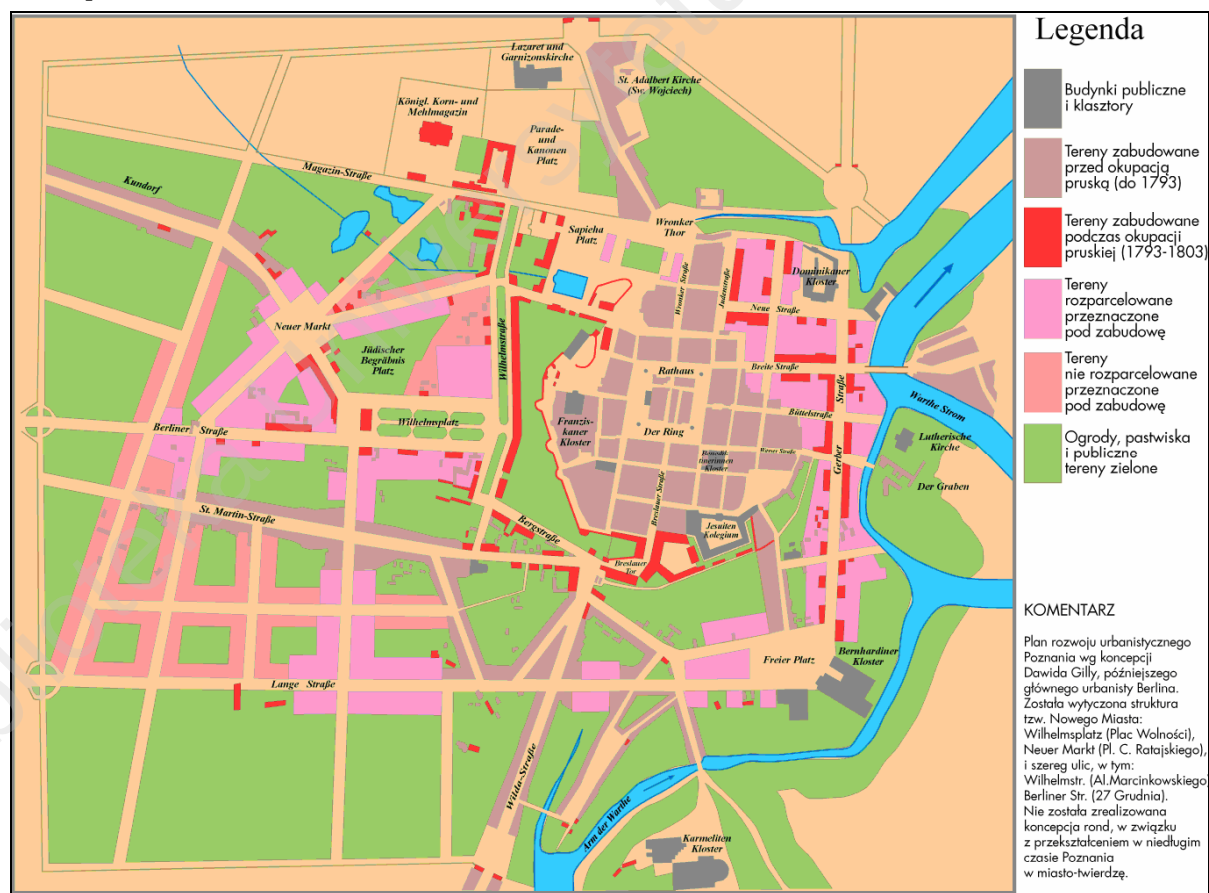
Z inicjatywy Kazimierza Raczyńskiego powstał w 1787 roku na poznańskim rynku, parterowy budynek **Odwachu** - dzieło warszawskiego architekta, znanego z przebudowy Zamku Królewskiego i Łazienek Królewskich - **Jana Christiana Kamsetzera**. Odwach odznacza się lekkimi, klasycystycznymi formami, portykiem złożonym z kolumn w porządku dorycko-toskańskim. Wieńczy go attyka (balustrada), na której umieszczono herby: Rzeczypospolitej, „Nałęcz” Raczyńskich i miasta Poznania.

Interesującym osiągnięciem architektury sakralnej omawianego okresu jest wspomniany dawny zbór protestancki **św. Krzyża na Grobli** (dziś kościół katolicki **p.w. Wszystkich Świętych**). Zaprojektował go Antoni Hoehne nawiązując do protestanckiego kościoła św. Krzyża w Lesznie. Kościół na rzucie

prostokąta, przykryty czterospadowym dachem, od zachodu jest wzbogacony dobudowaną wieżą. Elewacje zdobi dekoracja klasycystyczna. Wnętrze przykryte zostało eliptyczną pseudokopułą, wspartą na ośmiu filarach, między którymi rozpięto dwupoziomowe empory (charakterystyczny element świątyń protestanckich). Wyposażenie łączy elementy późnobarokowe z klasycystycznymi zdobieniami [Zakrzewski 1986, ss. 64-68].

W Prusach Południowych i Księstwie Warszawskim: 1793- 1815 (A.M.R.)

W ramach traktatu legalizującego II rozbiór Polski, miasto wraz z całą Wielkopolską formalnie włączono do monarchii pruskiej. Poznań stał się teraz stolicą prowincji „Prusy Południowe”. W tym okresie miasto zamieszkiwało niemal 70 % ludności polskiej, około 15-16% żydowskiej i najwyżej 10 % - częściowo zresztą spolonizowanych - Niemców [Topolski 1994, s. 6]. Władze pruskie, dokonując unifikacji przepisów w stosunku do praw obowiązujących w swoim państwie, na początku wycofały część reform, dokonanych w ostatnich latach, przede wszystkim znacznie ograniczając szeroką autonomię miejską, uzyskaną pod rządami ostatniego polskiego króla [Wąsicki 1994a, s. 66]. Z czasem jednak kolejne zarządzenia okazywały się także korzystne, m. in. unowocześniając system zarządzania miastem, logicznie wytyczając jego granice i likwidując ostatnie przywileje osób lub korporacji, wyłączające je z obowiązywania prawa miejskiego. W roku 1800 na królewskie polecenie nastąpiło pierwsze znaczne powiększenie obszaru miejskiego czasu lokacji miasta (a więc roku 1253), z ostatecznym włączeniem historycznych części aglomeracji na prawym brzegu Warty. Natomiast wyłączono z zarządu miejskiego dotychczas podlegające mu wsie [Wąsicki 1994a, s. 68n].



Ryc. 4. Poznań wg pruskiego planu sytuacyjnego z ok. 1803 r. Opracowanie O. Artyshuk

Insurekcja kościuszkowska, której oddziały w 1794 walczyły także na terenie Wielkopolski zdobywając Gniezno i podchodząc pod Bydgoszcz, nie ogarnęła Poznania, kontrolowanego przez bardzo silny garnizon pruski.

W pierwszym okresie rządów pruskich (do 1806), z powodu rozszerzenia terytorium, wprowadzenia licznego garnizonu, pojawienia się znacznej liczby prowincjonalnych urzędników i sprowadzanych do miasta niemieckich rzemieślników, liczba ludności Poznania wzrosła z około 12,5 tysiąca do niemal 20 tysięcy [Wąsicki 1994a, s. 69]. Tak znaczny rozrost miasta i konieczność pozyskania terenu pod budowę budynków publicznych, a także potrzeby komunikacyjne w centrum spowodowały decyzję o zniesieniu murów miejskich [s. 70]. Jednocześnie władze pruskie zaplanowały (1794) i rozpoczęły jeszcze przed rokiem 1800 realizację szeroko zakrojonego projektu rozbudowy Poznania w kierunku zachodnim, wytyczając na terenie nowego, tzw. górnego miasta kilkanaście nowych, szerokich ulic i kilka placów. Był to największy od czasów lokacji miejskiej projekt inwestycyjny, zrealizowany pod kierownictwem znanego później urbanisty, Davida Gilly [Wędzki 1994, s.94n]. Ten sam architekt zaprojektował i wznosił (1804) na reprezentacyjnym placu w nowej części miasta pierwszy stały (niemiecki) teatr [Ostrowska-Kębtłowska 1994, s.108nn]. Z drugiej strony ogromny pożar, który strawił ponad jedną trzecią Starego Miasta w roku 1803, w tym całą dzielnicę żydowską [Wędzki 1994, s. 95n], był przyczyną dokonanej ze znacznym rozmachem i z wydatną państwową pomocą odbudowy oraz faktycznego zlikwidowania ostatniej etnicznej enklawy w mieście: odtąd Żydzi uzyskali w Poznaniu pełne prawa miejskie i osiedlali się na terenie całego miasta [Wąsicki 1994a, s. 70]. W okresie pomiędzy rokiem 1800 a 1806 władze pruskie dokonały także kasaty większości poznańskich klasztorów, przejmując ich zabudowania na cele publiczne [s.71]. Jednocześnie należy wspomnieć, że niezależnie od widocznej rozbudowy miasta jego sytuacja gospodarcza uległa raczej pogorszeniu, ponieważ wiodące w Poznaniu gałęzie gospodarki (np. przemysł włókienniczy) napotkały teraz silną konkurencję innych miast pruskich, zaś podatki od działalności gospodarczej, obowiązujące w państwie pruskim okazały się dla wielkopolskich przedsiębiorców początkowo szokująco wysokie [Wąsicki 1994a, s. 78].



Fot. 17. Józef Wybicki

Po zwycięstwie nad Prusami i zajęciu Berlina jesienią 1806, cesarz Napoleon powierzył J.H. Dąbrowskiemu i mocno związanemu z Poznaniem J. Wybickiemu misję wywołania antypruskiego powstania w należącej do tego zaborcy części ziem polskich [Wąsicki 1994b, s. 79]. Obaj przybyli do Poznania 3 listopada, niemal równocześnie z pierwszymi oddziałami francuskimi, entuzjastycznie witani przez polską społeczność miasta jako nosiciele narodowych nadziei [s. 80]. To właśnie mieszkańcy Poznania i okolic jako pierwsi zgłosili się do ochotniczej polskiej armii. Zorganizowano nowe władze, a na przełomie listopada i grudnia (27.11 do 14.12) przez kilkanaście dni przebywał w mieście sam Napoleon, zawierając tu m. in. pokój z Saksonią. Pierwsze polityczne ustalenia i decyzje, dotyczące powołania namiastki wolnej Polski, później nazwanej Księstwem Warszawskim, miały miejsce w Poznaniu, gdzie Napoleon po raz pierwszy zetknął się z reprezentantami polskich elit, wysłuchał ich i postawił im swoje warunki [Wąsicki 1994b, s. 81].

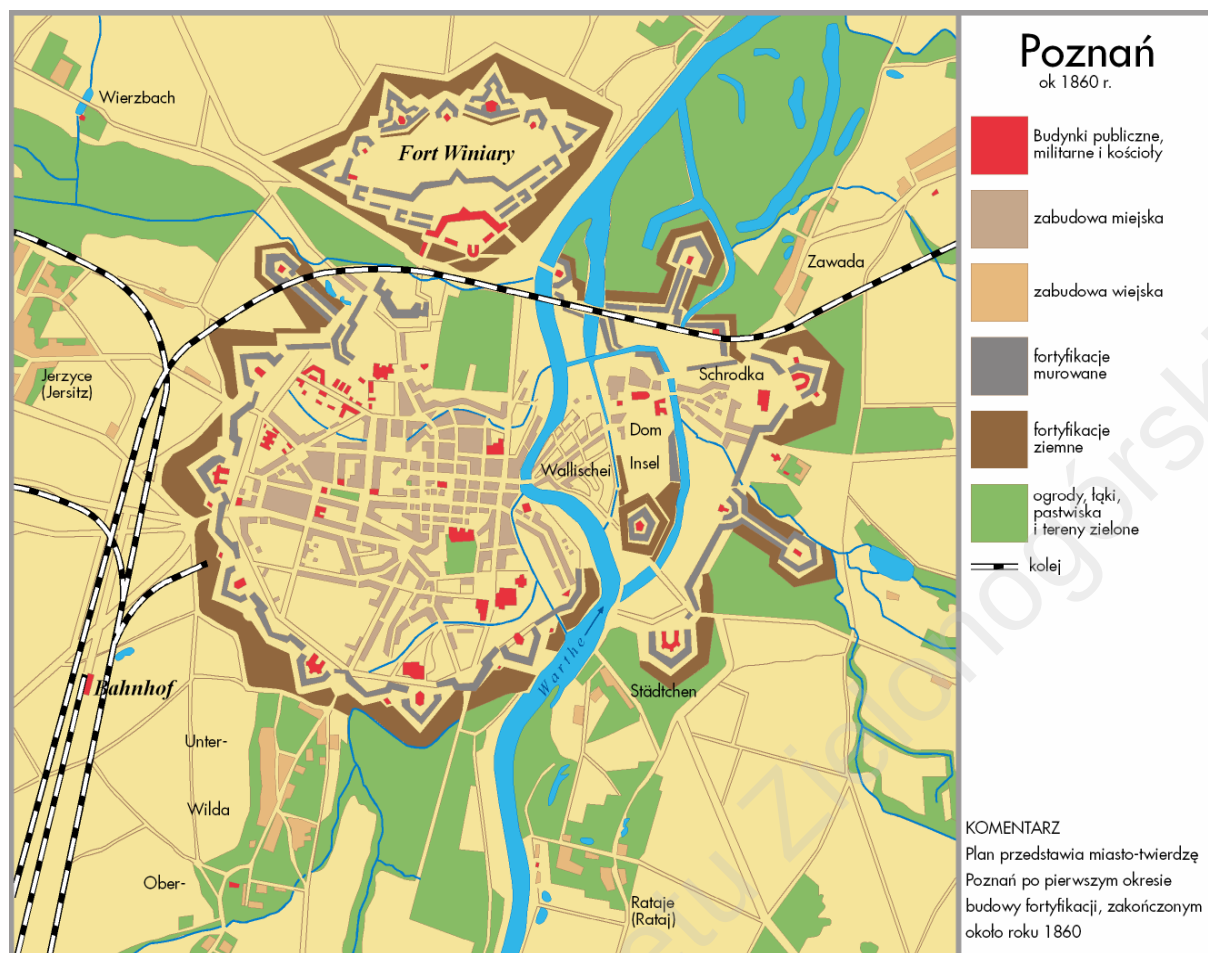
Powołane w wyniku pokoju w Tylży (1807) Księstwo Warszawskie objęło także Wielkopolskę z Poznaniem jako stolicą departamentu. Oznaczało to dla mieszkańców miasta powrót polskiej władzy, niestety na krótko. Okres ten nie zaznaczył się w dziejach Poznania większymi wydarzeniami ani inwestycjami (poza budową mostu na Warcie, bardzo potrzebnego wojsku) [Wąsicki 1994,b, s. 86]. Handel i przemysł miasta raczej podupadł wskutek narzuconej przez Francuzów blokady kontynentalnej i licznych obciążeń związanych z nieustannym udziałem wojsk Księstwa w wojnach prowadzonych przez cesarza. W grudniu 1812, uciekając do Francji po przegranej kampanii rosyjskiej, Napoleon jeszcze raz (incognito i na krótko) zjawił się w Poznaniu, a wycofująca się z Rosji armia francuska przeszła przez miasto w styczniu i na początku lutego 1813. Natomiast ścigający ją Rosjanie weszli do Poznania i zajęli go 12 lutego [s. 87]. Miasto, nadal administrowane przez Polaków, pozostawało pod kontrolą Rosjan aż do ogłoszenia postanowień Kongresu Wiedeńskiego (1815). Zgodnie z nimi większa część Wielkopolski wraz z Poznaniem (jako stolicą), Inowrocławiem i Bydgoszczą, jako tak zwane Wielkie Księstwo Poznańskie na powrót została wcielona do Prus, otrzymując obietnicę autonomii [Trzeciakowski 1994, s. 322].

Od Kongresu Wiedeńskiego do Wiosny Ludów: 1815-1848 (A.M.R.)

W roku 1815 w mieście ulokowane zostały władze pruskiej prowincji (w polskojęzycznych dokumentach nazywanej Wielkim Księstwem), a jej tytularnym namiestnikiem został Polak, spowinowacony z Hohenzollernami książę Antoni Radziwiłł. Jednak faktyczna władza dostała się w ręce pruskiego aparatu urzędniczego, którym kierował naczelny prezes prowincji. Funkcję tę pełnił początkowo liberalny polityk Zerboni di Sposetti, a od 1830 Eduard Flotwell, realizujący krok po kroku konsekwentną unifikacyjną politykę Berlina [Topolski 1973, s. 143]. Prusacy na nowo przystąpili do przerwanej rozbudowy Górnego Miasta i stopniowo zrealizowali także komunikacyjne połączenie obydwu organizmów, m.in. przez wytyczenie nowych ulic. Kontynuowano również rozbiórkę fortyfikacji miejskich i niektórych zaniedbanych kościołów, m. in. na Chwaliszewie.

Od roku 1828, w ramach realizacji wcześniejszej (1817) koncepcji gen. Karla von Grollmanna, szefa sztabu pruskiego, Poznań zaczął być przekształcany w miasto-twierdzę [Biesiadka i in, 2006, s.19]. Powodem było strategiczne położenie miasta, a cel był podwójny: zarówno zabezpieczenie przed ewentualną ofensywą w kierunku Berlina w razie konfliktu prusko-rosyjskiego (jak tłumaczono to półgębkiem zaniepokojonym Polakom), jak i ochrona panowania pruskiego przed ewentualnym polskim powstaniem (jak z kolei usprawiedliwiano inwestycję przed Rosjanami). Pod kierownictwem fortyfikatora Johanna von Brese na terenie wsi Winiary i Bonin na północ od Starego Miasta wybudowano gigantyczną Cytadelę - będącą naówczas największym fortem Europy - oraz szereg fortów i urządzeń wodno-inżynierskich, otaczających całe Stare i Górne Miasto. Do 1869 poligonalna twierdza o średnicy 3 kilometrów (wówczas jedna z największych w Europie) obejmowała obok Cytadeli sześć bastionów, trzy tzw. lunety, trzy forty, kilka redut i kilkadziesiąt innych dzieł obronnych, w tym potężne wały [Biesiadka i in. 2006, s. 25-27].

Zamknęła ona Poznań na kilkadziesiąt kolejnych lat i uniemożliwiła jego rozwój nie tylko przez fizyczne ograniczenia komunikacyjne, ale i przez przepisy wojskowe, nie pozwalające wznosić trwałych budowli w znacznych odległościach (do około 1 km) od wałów, czyli praktycznie wokół całego miasta.



Ryc. 5. Twierdza Poznań ok. 1860 r. Opracowanie O. Artyshuk

Polityczną i administracyjną władzę w mieście po roku 1830 sprawowali niemal wyłącznie Niemcy, którzy dzięki pruskiemu systemowi wyborczemu (uprzywilejowującemu zamożnych posiadaczy nieruchomości) oraz trwałemu sojuszowi z poznańskimi Żydami (asymilującymi się w XIX wieku w znakomitej większości z kulturą niemiecką, a nie polską) posiadali także od 1831 aż do 1918 niemal stale większość w radzie miejskiej.



Fot. 18. dr Karol Marcinkowski

s. 328].

W miejskiej gospodarce (w tym w stopniowo ożywającym handlu i pojawiającym się od lat 20-tych przemyśle spożywczym i lekkim) znaczącą przewagę mieli Niemcy i bardzo aktywni Żydzi. Pod koniec lat 30-tych z inicjatywy grupy Polaków, świadomych niebezpieczeństwa utraty pozycji w mieście i regionie przez żywioł polski, podjęto szereg inicjatyw gospodarczych w skali całej Wielkopolski, których miejscem narodzin i koordynacji był od początku Poznań. Jedną z nich było założenie z inicjatywy Karola Marcinkowskiego najpierw Spółki Akcyjnej Bazar (1838), a do roku 1841 wzniesienie tzw. Bazaru, formalnie hotelu i resursy, w rzeczywistości zaś centrum polskiej aktywności gospodarczej i społecznej [Trzeciakowski 1994,

Wokół tej instytucji, a także w ramach polskich towarzystw kredytowych, funduszy stypendialnych dla polskiej młodzieży, aktywności domów wydawniczych (m. in. K. Żupańskiego i W. Stefańskiego), w oparciu o liczne inicjatywy kulturalne arystokratów m.in. Tytusa Działyńskiego i Edwarda Raczyńskiego, rozwinęła się przez kolejne dziesięciolecia przede wszystkim w samym Poznaniu (lub stąd kierowana) ta działalność, która broniła polskiego stanu posiadania we wszystkich ważnych dziedzinach życia publicznego [Topolski 1973, s. 143-145]. Przeszła ona do historii pod nazwą wielkopolskiej pracy organicznej. Działalność dostrzegalna już od Kongresu Wiedeńskiego wzmogła się po Powstaniu Listopadowym, kiedy to poznaniacy i Wielkopolanie jako pierwsi zrozumieli, że samodzielny czyn zbrojny bez wsparcia z zewnątrz lub sprzyjającej sytuacji politycznej nie ma szans powodzenia, natomiast najważniejszym zadaniem elit narodowych jest dbałość o zachowanie kulturowej tożsamości i zachowanie wpływu na życie gospodarcze. Pomiędzy rokiem 1831 a 1848 ta aktywność przyniosła znaczne ożywienie elementu polskiego w Poznaniu, co wyrażało się w powstających instytucjach, wznoszonych nowych i restaurowanych budowlach publicznych, w wydawanej literaturze i materialnym wsparciu dla przedsięwzięć służących sprawie narodowej.

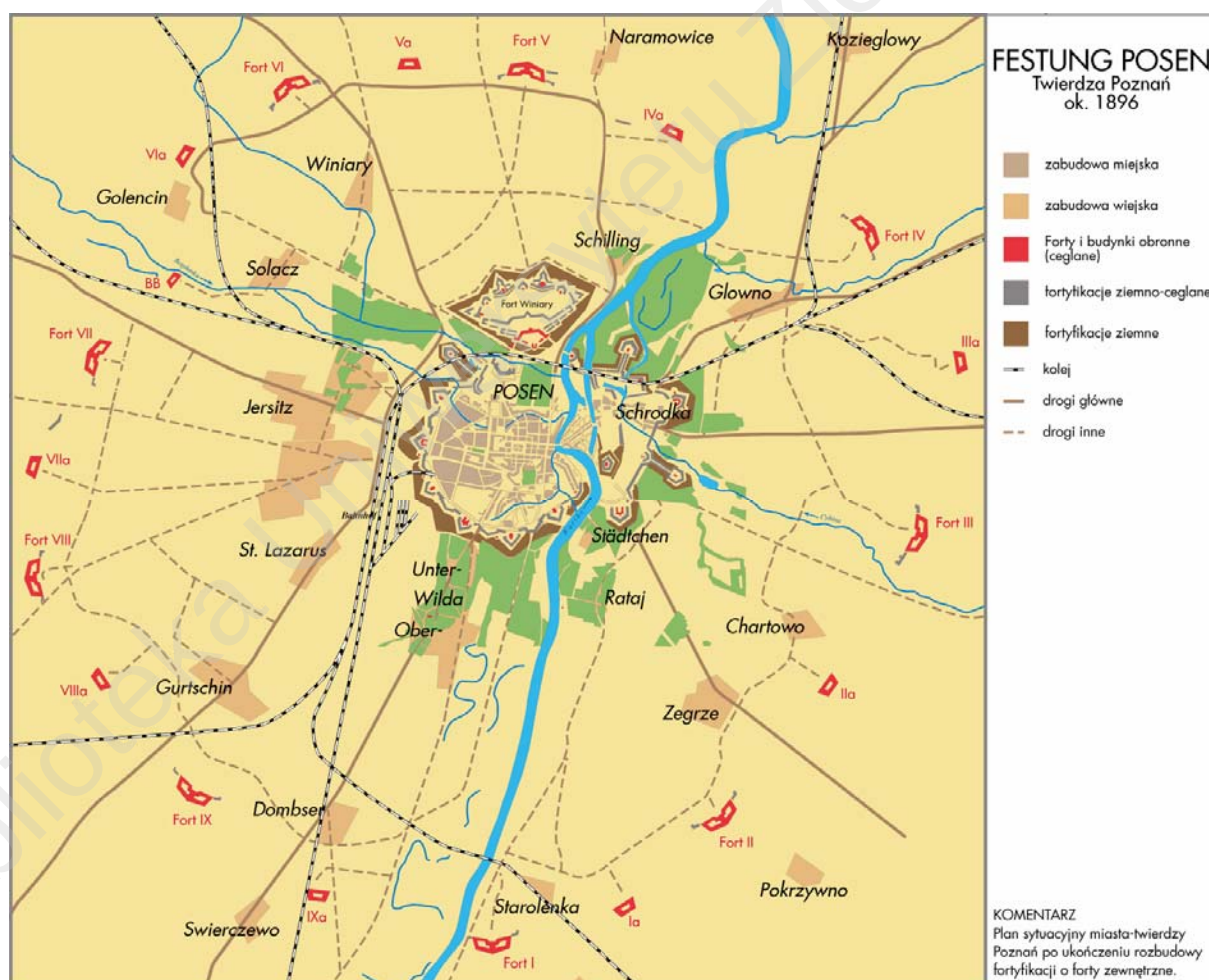
Pierwsza linia kolejowa, która w roku 1848 połączyła Poznań ze Stargardem, a przez ten węzeł także ze Szczecinem i Berlinem, przyczyniła się do ożywienia życia gospodarczego [Dohnalowa 1994, s. 215]. Z kolei wybudowana w 1856 gazownia miejska była pierwszym w mieście zakładem o nowoczesnej i funkcjonalnej architekturze industrialnej.

W okresie walk Powstania Listopadowego (1831), w czynie zbrojnym uczestniczyły setki mieszkańców miasta i okolic, a w sumie ponad 3 tysiące Wielkopolan (wśród nich tzw. szwadronistów), w tym ponad 300 mieszkańców Poznania [Trzeciakowski 1994, s. 330n]. Tymczasem samo miasto było szachowane przez funkcjonującą już Cytadelę i specjalnie wzmocniony wielotysięczny pruski garnizon, którym dowodził wówczas marszałek A. von Gneisenau [Trzeciakowski 1994, s. 330]. Nie doszło więc w Poznaniu do próby rebelii, w tych warunkach z góry skazanej na niepowodzenie. Takie rozruchy na tle narodowościowym, poprzedzone długotrwałymi konspiracyjnymi przygotowaniem miały tu natomiast miejsce kilkanaście lat później, w roku 1846, w epizodzie tzw. powstania wielkopolskiego, obejmującego tylko sam Poznań i pobliską wieś Górczyn. To wystąpienie, jak i cały ruch konspiracyjny, z którego wyrosło, szybko i bez większego wysiłku zostały jednak stłumione przez władze policyjne [Trzeciakowski 1994, s. 333; Topolski 1973, s. 147].

Także akcje zbrojne związane z masowym w Wielkopolsce powstaniem z okresu Wiosny Ludów (1848), jakkolwiek do pewnego momentu kierowane organizacyjnie przez Komitet Narodowy z Poznania (m. in. R. Berwińskiego, J. Krauthofera, W. Stefańskiego, M. Mielżyńskiego i K. Libelta) - nie miały miejsca w samym mieście. Poznań bowiem bez przerwy pozostawał pod silną kontrolą wojskową, a od 6 maja 1848 zmierzająca do pacyfikacji nastrojów i przywrócenia status quo ante władza pruska ogłosiła tu nawet stan oblężenia [Trzeciakowski 1994, s. 335, 339]. Natomiast działania polityczne tego okresu miały swoje silne oparcie w poznańskich elitach, które przez aktywność Komitetu Narodowego szukały (także w negocjacjach z Berlinem) politycznego sposobu uzyskania niepodległości, a przynajmniej znacznego rozszerzenia autonomii. Zdławienie wystąpień Wiosny Ludów w całej Europie z wyjątkiem Francji przesądziło także losy wielkopolskiego powstania, które pomimo kilku zwycięskich bitew z oddziałami pruskimi [s. 341] musiało zakończyć się kapitulacją.

Od Wiosny Ludów do końca I Wojny Światowej: 1848-1918 (A.M.R.)

Represje władz po nieudanej próbie ustanowienia polskiej niezależności nie tylko doprowadziły do likwidacji resztek autonomii Poznańskiego w ramach monarchii pruskiej [Trzeciakowski 1994, s. 322] ale też znacznie ograniczyły aktywność kulturalną Polaków w Poznaniu. Warunki dla rozwijania przedsięwzięć pracy organicznej drastycznie się pogorszyły. Pomimo to nie zaprzestano tej działalności. Jako mecenas polskiej kultury występowali na terenie miasta arystokraci, m. in. Maciej Mielżyński (inicjator i sponsor pierwszego poznańskiego muzeum), jego brat Seweryn Mielżyński i Jan Kanty Działyński. Od 1857 pod przewodnictwem m. in. Karola Libelta i Augusta Cieszkowskiego prężnie działało Towarzystwo Przyjaciół Nauk (Poznańskiego), zastępujące Polakom uniwersytet, którego nie można było otworzyć i zorganizowane w strukturze powielającej wydziały akademickie [Trzeciakowski 1994, s. 348]. Wokół księży Augustyna Szamarzewskiego i (następnie) Piotra Wawrzyniaka, działających z cichym wsparciem poznańskich władz kościelnych rozwinęła się wielkopolska spółdzielczość rolnicza [Topolski 1973, s. 169]. Z kolei pionier nowoczesnego przemysłu Hipolit Cegielski założył i rozwinął swoją słynną później fabrykę - jeden z największych na terenie ówczesnych Niemiec, a potem odrodzonej Polski zakładów przemysłowych, początkowo produkujący sprzęt rolniczy [s. 145].



Ryc. 6. Twierdza Poznań ok. 1896 r. Opracowanie: O. Artyshuk

Połowa XIX wieku to w Poznaniu okres wyrównania się proporcji narodowościowych: wraz z asymilującymi się do kultury niemieckiej i przyznającymi do niemieckości poznańskimi Żydami, w roku 1867 Niemcy stanowili w mieście 53% ludności - zatem w tym kilkunasto- a być może kilkudziesięcioletnim okresie Polacy byli w Poznaniu w mniejszości [Topolski 1994, s. 6].

Po zjednoczeniu Niemiec, dokonanym pod przywództwem Bismarcka (1871), w rękach zarządzających miastem i - pośrednio - także inwestorów działających na terenie Poznania znalazły się nowe środki finansowe, pochodzące z francuskich kontrybucji. W tym okresie wybudowano szereg budynków publicznych (rejencja, nowy niemiecki teatr, sądy, poczta, nowy dworzec kolejowy i liczne szkoły). Wykorzystując chwilowe złagodzenie antypolskiej polityki władz regionu, Polacy wzniesli gmachy Teatru Polskiego i Towarzystwa Przyjaciół Nauk [Wiesiołowski 2003, s. 19]. Zmieniło się oblicze Starego i Górnego Miasta, gdzie z braku nowego miejsca po wyburzeniu starych niskich domów wznoszono masowo wielopiętrowe kamienice. Pod miastem powstał szereg fabryk, pracujących m. in. na potrzeby nieodległej, gwałtownie rosnącej metropolii berlińskiej. W ten sposób wsie i osady najbliższe miastu (Jeżyce, Wilda, Łazarz) nabierały stopniowo mieszanego, rolniczo-przemysłowego charakteru i tylko kwestią czasu stało się ich włączenie do miejskiego organizmu.

W latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XIX wieku miejscowi Niemcy, wspierani znacznymi funduszami płynącymi z Berlina, a także zachęeni nową, korzystną dla nich sytuacją polityczną, znacznie zwiększyli swoją aktywność nie tylko w sferze gospodarki (handel i przemysł), ale także kultury. Z biegiem czasu coraz wyraźniej zaznaczał się ich nacisk na władze, zmierzający do konsekwentnej germanizacji życia publicznego, w tym szkolnictwa i administracji. Niemieccy nacjonałści z terenu Wielkopolski zjednoczyli się w Niemieckim Stowarzyszeniu Marchii Wschodniej (Ostmarkenverein, założone w 1894), od nazwisk jego założycieli nazywanym potocznie Hakatą [Topolski 1973, s. 168]. Pierwszą siedzibą Hakaty był od początku jej istnienia do roku 1896 Poznań; miasto było też terenem jej najaktywniejszej działalności (naukowej, wydawniczej, propagandowej i osadniczej) aż do końca niemieckiego panowania. Także w Poznaniu miała swoją siedzibę pruska Komisja Kolonizacyjna, urząd państwowy, którego głównym zadaniem było wspieranie Niemców w wykupie ziemi na terenach zaboru pruskiego, by w efekcie przyspieszyć przejście własności ziemskiej w ręce niemieckie [Topolski 1973, s. 167]. Można więc stwierdzić, że zarówno główne siły obydwu „armii”, jak i najważniejsze „bitwy” owej niewypowiedzianej „najdłuższej wojny nowoczesnej Europy” - walki o zachowanie polskości na terytorium wielkopolskim pod panowaniem pruskim - były zlokalizowane w Poznaniu.

Ważnymi momentami w historycznym rozwoju Poznania było przyłączenie Wildy, Łazarza i Jeżyc (1900) [Skuratowicz 1998, s. 543] oraz decyzja o zlikwidowaniu obwarowań starej twierdzy (1902) [Biesiadka i in. 2006, s. 32]. Było to możliwe, ponieważ już od 1876 roku wokół całego miasta, w oddaleniu około 3-3,5 kilometrów od poprzednich umocnień wzniesiono w międzyczasie nowoczesną twierdzę fortową, na którą składało się 18 fortów artyleryjskich (9 fortów głównych i 9 pośrednich) z własnym systemem komunikacji i dziełami pomocniczymi w liczbie około 200. Długość obwodu pierścienia twierdzy (frontu umocnień) wynosiła teraz nieco ponad 30 kilometrów [Biesiadka i in. 2006, s. 173].

Po ukończeniu prac w roku 1907 Poznań pozostał najpotężniejszą niemiecką twierdzą, a jednocześnie miasto po dziesięcioleciach uzyskało nową szansę na rozwój przez zniesienie przepisów ograniczających instytucje budowlane wokół centrum. Rozpoczął się „pościg” Poznania za innymi ważnymi ośrodkami sąsiednich prowincji, które w międzyczasie przeżyły okres gwałtownego wzrostu. W krótkim okresie między 1900 a 1910 ludność miasta wzrosła

z około 115 do niemal 160 tys. Mieszkańców. Większość nowoprzybyłych (lub włączonych do terytorium miasta) mieszkańców stanowili Polacy, co kolejny raz zmieniło proporcje ludnościowe w mieście i zapewniło im trwałą już przewagę ilościową: w roku 1910 stanowili w nim 60 % ludności [Topolski 1994, s. 7]. W tym okresie w Poznaniu pojawiła się także elektrownia miejska (1904), co rozpoczęło proces elektryfikacji miasta.

W ramach tzw. „Hebungspolitik” - dla podniesienia standardu i prestiżu oraz atrakcyjności terenów wschodnich Rzeszy oraz dla zaakcentowania niemieckiego oblicza miasta, z inicjatywy cesarza Wilhelma II, w zachodniej części Górnego Miasta, na linii zniesionych dawnych umocnień przystąpiono do największej realizacji urbanistycznej w nowszej historii miasta. Pod kierunkiem H. J. Stübgena zaplanowano i wybudowano całą dzielnicę reprezentacyjną, nazwaną Dzielnicą Zamkową lub Cesarską [Wiesiołowski 2003, s. 20-21]. Jej sercem stał się monumentalny Zamek Cesarski (1905-1910), ostatnia monarsza rezydencja w Europie. Otaczał go szereg gmachów publicznych (Królewska Akademia Pruska, Dom Ewangelicki, Teatr Wielki, nowa siedziba Komisji Kolonizacyjnej, Poczta Główna i inne) [Skuratowicz 1998, s. 547, 570-573]. W finansowanych przez Berlin pracach uczestniczyli najlepsi niemieccy architekci tego czasu: obok autora projektu Zamku i poczty - Franza Schwechтена także Max Littmann, Eduard Fürstenau i inni. W tym samym okresie powstało w Poznaniu niemieckie Muzeum Cesarza Fryderyka, mające być przeciwwagą dla istniejącego już od szeregu lat muzealnego zbioru polskiego [s. 575]. Z kolei na włączonych do miasta terenach masowo wznoszono zabudowę mieszkaniową. W ten sposób pojawiły się m. in. pełne ciekawych architektonicznie secesyjnych i eklektycznych domów ulice Jeżyc, Górnego Łazarza i Sołacza, przeznaczone dla miejskich elit [Skuratowicz 1998, s. 555], oraz robotnicze i zamieszkałe przez uboższych mieszkańców ulice i osiedla Łazarza Dolnego i Wildy [s. 554-559]. Prace budowlane w Dzielnicy Cesarskiej i przy rozbudowie dzielnic mieszkaniowych na Jeżycach, Łazarzu i (włączonym do miasta w 1908 roku) Sołacz i toczyły się aż do początku I Wojny Światowej. Do roku 1914 przeprowadzona została niemal pełna gazyfikacja i częściowa elektryfikacja miasta, co uczyniło je jednym z nowocześniejszych ośrodków w tej części Europy (i także w późniejszym okresie dało mu na dziesięciolecia przewagę nad innymi większymi miastami Polski, z Warszawą włącznie). Jednak pomimo tych znacznych wysiłków władz niemieckich i systemu zachęt do osiedlania się w stolicy „Provinz Posen” zaraz po zakończeniu I Wojny Światowej w mieście zamieszkiwało (wraz z Żydami) tylko około 42% Niemców [Abt. 1998, s. 944].

Architektura i sztuka Poznania w latach 1793- 1918 (I.W.)

Długi okres od roku 1793 do 1870 przedstawia się interesująco z punktu widzenia architektury. Dała o sobie znać dominacja inwestycji niemieckich, którym jednak w miarę możliwości polscy mieszkańcy Poznania przeciwstawiali swoje realizacje. Budownictwo kościołów i pałaców zeszło na dalszy plan, ustępując miejsca budynkom urzędowym, socjalnym, przemysłowym, handlowym, kulturalnym, a także wojskowym. Brak uczelni wyższej w stolicy Wielkiego Księstwa Poznańskiego powodował deficyt architektów polskich, przeważali preferowani przez władze zaborcze twórcy niemieccy. Do końca lat 30-tych obserwuje się mecenat indywidualny, potem zbiorowy, grupujący najbardziej światłych i aktywnych obywateli.

Okolo 1797 roku władze pruskie zarządziły likwidację średniowiecznych murów, wyburzanie trwało do połowy XIX wieku. Punkt ciężkości miasta przeniósł się na zachód.

W końcu XVIII wieku wytyczono nową dzielnicę, której głównymi częściami były: Plac Wilhelmowski (dzisiejszy Plac Wolności) i ulica Wilhelmowska (obecnie Aleje Marcinkowskiego). Nowa dzielnica przeznaczona była dla urzędników pruskich i wojskowych, Dwie wytyczone nowe ulice połączyły starą część miasta z nową - od południa - ul. Podgórna, od północy Pocztowa (obecnie ul. 23 lutego). Powstały też kolejne ulice: Rycerska (ul. Ratajczaka), Berlińska (ul. 27 grudnia), a także place - Sapieżyński (Plac Wielkopolski) oraz Rynek Nowomiejski (Plac Cyryla Ratajskiego). Dzięki realizacjom poznańskim do Wielkopolski przenikały nowe wzory urbanistyczne i architektoniczne - rodem ze szkoły berlińskiej. Na czoło twórców wysunął się architekt i miejski radca budowlany - **Dawid Gilly**. Kolejne przeobrażenia nastąpiły w mieście po 1815 roku. [Zakrzewski 1986, s.71-73].

W latach 1815-70 Poznań stał się miastem-twierdzą. Prócz gigantycznej cytadeli w latach 1848-60 powstał obwód umocnień i fortów oraz bram zamykających miasto. Forteca poznańska należała do największych i najwybitniejszych dzieł budownictwa militarnego w I połowie XIX wieku w Europie.

W tym okresie z panoramy miasta ostatecznie zniknęła kolegiata farna św. Marii Magdaleny rozebrana przez Prusaków w latach 1797-1800. W poznańskiej katedrze (1835-41) powstało mauzoleum i pomnik pierwszych polskich władców Mieszka I i Bolesława Chrobrego - neobizantyjska **Złota Kaplica**, dzieło **Franciszka Marii Lanciego**. Inicjatorami jej powstania byli abp Teofil Wolicki i hrabia Edward Raczyński. Kaplica stanowi wybitne osiągnięcie dojrzałego historyzmu. W latach 1840-70 wzniesiono w mieście także dwie świątynie niekatolickie - kościół św. Piotra (na Placu Wiosny Ludów - nieistniejący) oraz neogotycki **kościół św. Pawła** (obecnie Najświętszego Zbawiciela, ul. Fredry) - jedno z najwybitniejszych dzieł Augusta Stülera, architekta cenionego w ówczesnej Europie.



Fot. 19. Złota Kaplica, fragment

W latach 1800-1870 powstało szereg budowli służących celom kulturalnym m. in. gmach teatru projektu Fryderyka Gilly (Pl. Wolności, na miejscu obecnej **Arkadii**). Gościli w nim Wojciech Bogusławski, Nicolo Paganini, Franciszek Liszt. Obecny budynek powstał w latach 1878-79 według projektu Caesara Stenzla, przebudowany kolejno w latach 1895-96 i 1911 przestał pełnić funkcje teatralne [Łęcki 2010, s. 150].

Przy Placu Bernardyńskim w latach 50-tych XIX w. wybudowano gmach **Gimnazjum Marii Magdaleny**, a następnie monumentalny, nowoczesny w swoich czasach budynek **Szkoły Realnej** przy ul. Strzeleckiej (w miejscu gmachu dzisiejszej Politechniki Poznańskiej).

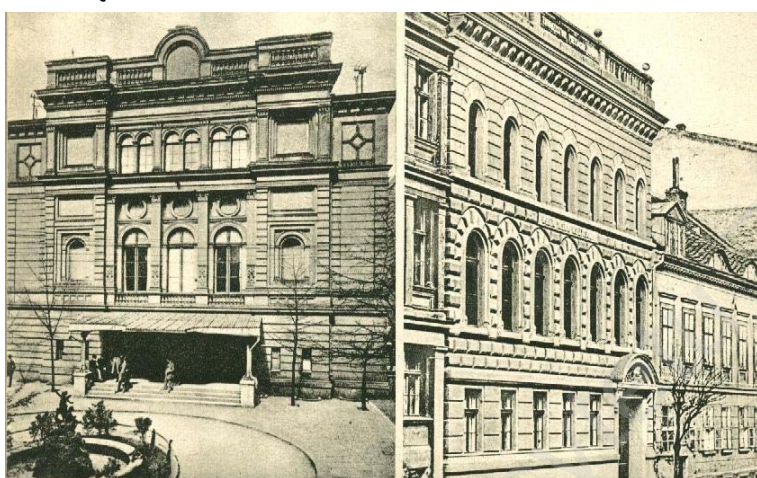
Z inicjatyw polskich jednym z najcenniejszych obiektów była **Biblioteka Raczyńskich** (1822-29). Klasycystyczny gmach powstał na podstawie projektu nieznanego architekta, wzorującego się na wschodniej elewacji paryskiego Luwru. Fasada zachwyca kolumnadą złożoną z 12 par żeliwnych kolumn korynckich zwieńczonej centralnie trójkątnym naczółkiem. Był to pierwszy w Polsce budynek wzniesiony wyłącznie dla pomieszczenia zbiorów bibliotecznych.

Następną budowlą był **Hotel Bazar** (1838-42) powstały z inicjatywy lekarza Karola Marcinkowskiego. Zaprojektował go Ernest Steudener, pracami budowlanymi kierował natomiast Antoni Krzyżanowski. Obiekt o cechach późnoklasycystycznych był w dobie zaborów

ośrodkiem polskiego życia społecznego, gospodarczego i kulturalno-towarzyskiego. W hotelu organizowano uroczystości patriotyczne, bale, odczyty itd. Na parterze mieściły się sklepy polskich kupców (m. in. Hipolita Cegielskiego). Pamiętna wizyta Ignacego Paderewskiego w tym miejscu w 1918 roku doprowadziła do wybuchu Powstania Wielkopolskiego.

Szczególnie cennym obiektem o funkcjach kulturalnych był otwarty w 1875 roku - budynek **Teatru Polskiego** o formach eklektycznych. Powstał ze składek polskiego społeczeństwa według projektu **Stanisława Hebanowskiego**. Wnętrze teatru było pomyślane jako „narodowa świątynia”, powołana do krzewienia języka i kultury polskiej. Triumfy święciła tutaj m. in. wybitna polska aktorka Helena Modrzejewska.

Powstałe w 1857 roku **Poznańskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk** w 1871 uzyskało swoją siedzibę, (w której funkcjonuje do dziś), w budynku podarowanym przez Seweryna Mielżyńskiego przebudowanym w formach neorenesansowych w latach 1872-79 przez **Zygmunta Gorgolewskiego**. Później, w 1908, **Roger Sławski** dobudował w stylu neobarokowym kamienicę frontową.



Fot. 20, 21. Teatr Polski i PTPN

Kolejnym ważnym gmachem było **Ziemstwo Kredytowe** (dzisiejsza Akademia Sztuk Pięknych). Budowę zrealizował w 1839 roku architekt August Soller. Budynek prezentuje wpływy szkoły wybitnego architekta Karla F. Schinkla i odznacza się znaczącymi walorami architektonicznymi oscylującymi wokół tradycji form renesansowych

Po 1870 roku w architekturze Poznania widoczne były tendencje historyzujące i eklektyczne. Chętnie sięgano po formy neogotyckie. W latach 1871-1918 znacznie rozwinęło się budownictwo urzędowe. Dokonano przebudowy m. in. dawnego kolegium jezuickiego na cele administracji pruskiej. W 1882 powstał Gmach Sądu Apelacyjnego w formach neorenesansu (obecne Archiwum Państwowe) oraz Sądu Powiatowego (ul. Młyńska).

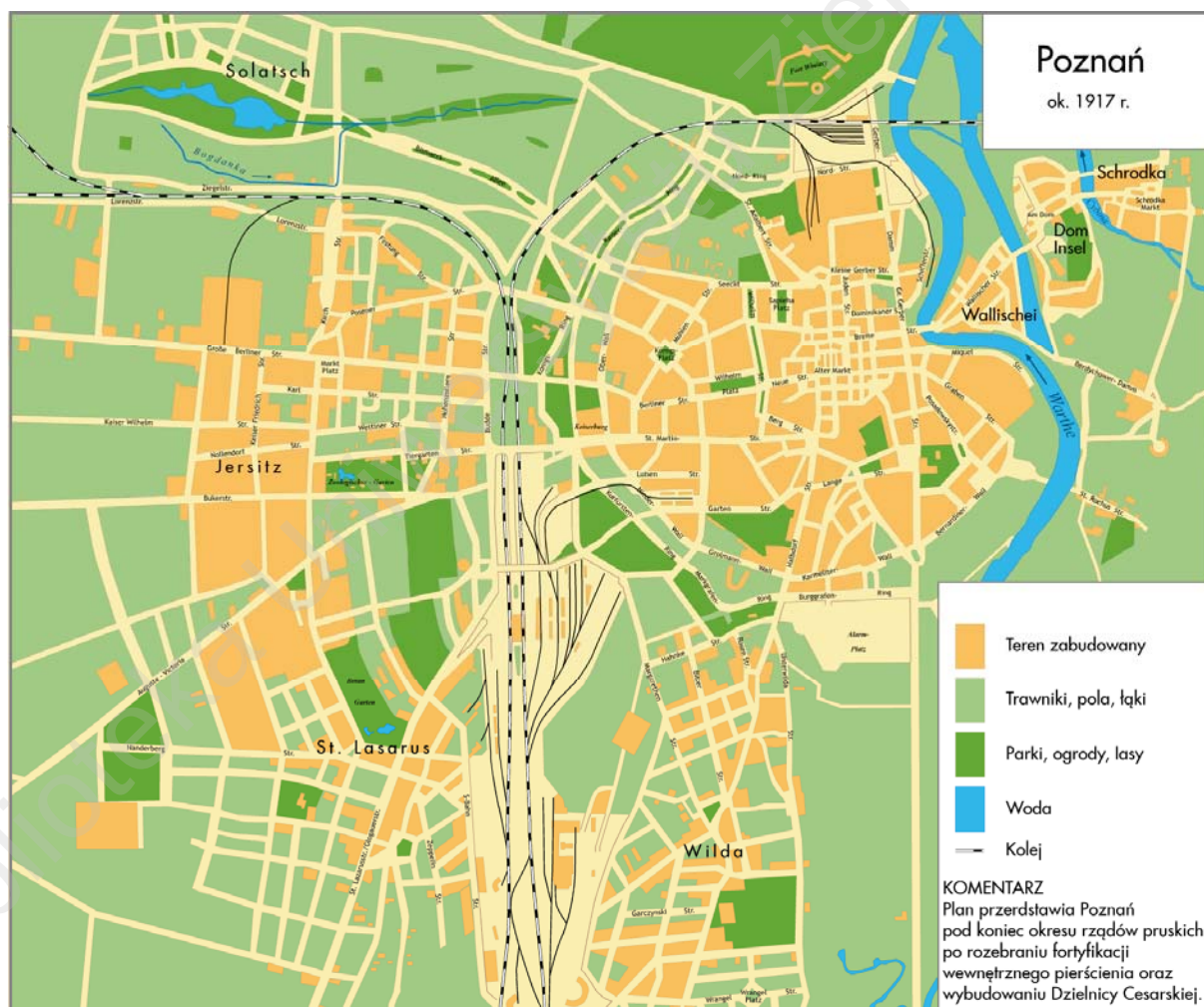
Na Starym Rynku w miejscu obecnej zrekonstruowanej Wagi Miejskiej postawiono istniejący do 1945 roku, neorenesansowy Nowy Ratusz.

Budowlami charakterystycznymi dla okresu przelotu XIX i XX wieku są powstałe wówczas, w związku ze znacznym powiększeniem obszaru miasta, świątynie - katolickie: neoromańskie kościoły **Matki Boskiej Bolesnej** - (z kopią „Piety watykańskiej” Michała Anioła, ul. Głogowska) i **św. Floriana** (ul. Kościelna), protestanckie: neoromański **św. Łukasza** (obecnie Podwyższenia Krzyża Świętego, ul. Szamarzewskiego), neogotycki **św. Anny** (ul. Matejki), eklektyczny **św. Mateusza** (obecnie Maryi Królowej, przy Rynku Wildeckim), a także **Synagoga Nowa** (wylot ul. Wronieckiej, przebudowana w czasie okupacji na pływalnię).

W 1902 roku podczas wizyty w Poznaniu cesarza Wilhelma II zapadła decyzja o zburzeniu fortyfikacji na lewym brzegu Warty. W ich miejsce wytyczono reprezentacyjną ulicę otaczającą śródmieście, projektu urbanisty niemieckiego - Hermanna Josepha Stübgena. Z woli cesarza powstała w sercu tej tzw. **Dzielnicy Zamkowej** ostatnia (jak miało się okazać) monarsza rezydencja w Europie - **Zamek Cesarski**, w stylu neoromańskim. Wokół niego

wystawiono zróżnicowane stylowo (neostylowe) gmachy publiczne: neorenesansową **Akademię Królewską** (proj. E. Fürstenau, obecnie Collegium Minus i Aula UAM), neoklasycystyczny **Teatr Miejski** (proj. M. Littmanna, obecnie Teatr Wielki), siedziby: neobarokowa **Komisji Kolonizacyjnej** (obecnie Collegium Maius UAM i Uniwersytetu Medycznego), **Ziemstwa Kredytowego i Dyrekcji Poczty** - w stylu neoromańskim (dziś siedziby banku i poczty), ponadto dawny gmach **Banku Spółdzielczego Reiffeisena** (obecnie Collegium Iuridicum UAM) w stylu neorenesansowym oraz dawny **Dom Ewangelicki** (obecnie Akademia Muzyczna). Dzielnica miała stanowić wizytówkę Poznania jako stolicy wschodnich kresów Rzeszy oraz przeciwwagę dla polskiej części miasta z Ostrowem Tumskim i Starym Miastem na czele.

Neoromański gmach zamku nawiązuje do średniowiecznych zamków niemieckich, jego twórcą był prof. **Franz Schwechten**. Dominującym elementem jest wieża: pierwotnie 74 metrowa, z kaplicą we wnętrzu I piętra, przebudowaną w dobie okupacji na gabinet Hitlera. Cesarz odwiedził swą rezydencję podczas otwarcia w 1910 i po raz drugi w 1913 roku oraz latem w 1815 roku. W latach międzywojennych zamek pełnił funkcję rezydencji prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, część pomieszczeń zajmował także Uniwersytet Poznański. Na Dziedzińcu Różanym znajduje się fontanna lwów, wzorowana na fontannie mauretańskiej z Alhambry w Grenadzie.



Ryc. 7. Poznań ok. 1917 r. Opracowanie O. Artyszhuk



Fot. 22. Zamek Cesarski w Poznaniu

W oddaleniu od Dzielnicy Zamkowej, ale związane z nią swoimi funkcjami i architekturą, zlokalizowane były w tym samym czasie neorenesansowe gmachy **Biblioteki im. Cesarza Wilhelma** (dziś Uniwersytecka) oraz **Muzeum im. Cesarza Fryderyka (III)** (obecnie siedziba Muzeum Narodowego), obydwu projektu **Karla Hinckeldeyna**.

W latach 1870-1918 dynamicznie rozwijało się budownictwo przemysłowe, handlowe, usługowe, szkolne i socjalne.

Z tego okresu zachował się budynek fabryki Zeylanda na ul. Wszystkich Świętych, pawilon reklamowy fabryki materiałów budowlanych Antoniego Krzyżanowskiego (ul. Garbary). Na Garbarach powstała rzeźnia i stacja filtrów, na Grobli pierwsza elektrownia i gazownia. W 1879 roku powstał także nieistniejący dziś neoromański budynek dworca kolejowego. W 1903 roku zbudowano okazały budynek gimnazjum Augusty Wiktorii (I LO).

Pierwszym w Poznaniu obiektem w stylu konstruktywizmu była wyrosła w 1911 roku w centrum terenu późniejszych Targów **Wieża Górnośląska** (projektu Hansa Poelziga). Zachowała się z niej jedynie obszerna dolna kondygnacja, na której umieszczona została iglica, powojenna realizacja B. Schmidta [Zakrzewski 1986, ss. 94-108].

Reakcją na panujący w architekturze eklektyzm była secesja. W Poznaniu na początku XX wieku powstał szereg budynków mieszkalnych, reprezentujących ten styl, zwłaszcza na Jeżycach, Łazarzu i Wildzie oraz w centrum. Ciekawsze przykłady oglądać można m. in. przy ul. Roosevelta. Za najbardziej okazałą i najpiękniejszą kamienicę secesyjną w Poznaniu uchodzi budowla przy ul. Św. Marcin 69 (naprzeciwko ul. Gwarnej) będąca dziełem architekta **Oskara Hoffmanna**.

W dziedzinie malarstwa I połowy XIX wieku wyróżnili się w Poznaniu zwłaszcza: **Marian Jaroczyński**, **Edward Gillern**, **Fabian Sarnecki**, **Jan Gładysz** (portrety gen. Jana Henryka Dąbrowskiego), **Ludwik Fuhrmann**, **Teofil Mielcarzewicz** (tematyka insurekcji kościuszkowskiej), działający dzięki poparciu wielkopolskich ziemian. Realizowali oni zarówno zlecenia swoich mecenasów, jak i poznańskiego mieszczaństwa, zamawiającego głównie portrety. W kręgach mieszczańskich i inteligenckich można obserwować większe zainteresowanie grafiką, a w dalszej kolejności dagerotypem i fotografią. Poznań był pierwszym na ziemiach polskich miastem, w którym powstało w 1836 roku Towarzystwo Sztuk Pięknych, popierające artystów, organizujące wystawy sztuki, popularyzujące polską twórczość wśród odbiorców.

W tym okresie powstało wiele widoków Poznania, autorstwa **Juliusa von Minutoli** - wysokiego urzędnika pruskiej policji, dzięki któremu zachowała się rysunkowa dokumentacja Ostrowa Tumskiego, Starego Miasta, ul. Wilhelmowskiej (al. Marcinkowskiego) i placu Wilhelmowskiego (plac Wolności) z I połowy XIX wieku. Zachowało się także kilka obrazów olejnych, min. „Stary Rynek w Poznaniu” **Juliusza Knorra** z 1838 roku - swoisty wizerunek Poznania i jego mieszkańców lat 30-tych XIX stulecia.

Druga połowa wieku XIX zaowocowała twórczością **Tytusa Maleszewskiego** (portrety Seweryna Mielżyńskiego, Władysława Niegolewskiego, Jana K. Żupańskiego), **Leona Kaplińskiego** (portrety Tytusa i Jana Działyńskich, Seweryna Mielżyńskiego), **Bolesława**

Łaszczyńskiego (portrety Maksymiliana Jackowskiego, bpa Floriana Stablewskiego) czy **Władysława Mottego** (malarza, rysownika, ilustratora czasopism zwłaszcza warszawskich) [Warkoczewska 1994, ss. 656-685].

Z dzieł rzeźbiarskich tego okresu na uwagę zasługują szczególnie: pomnik **Mieszka I i Bolesława Chrobrego** (fundacji Edwarda Raczyńskiego) w Złotej Kaplicy w katedrze - odlane z brązu dzieło Christiana Raucha, jedna z najwybitniejszych tego rodzaju realizacji w ówczesnej Europie [Ostrowska-Kębtowska 1997, s.156]. Znaczącym był też niewątpliwie monument upamiętniający wieszczę **Adama Mickiewicza** - wystawiony przy kościele św. Marcina. Był bowiem pierwszym pomnikiem poety na ziemiach polskich - dłuta Władysława Oleszczyńskiego - zrealizowany w Paryżu.

Powstanie Wielkopolskie 1918-1919 w Poznaniu (A.M.R.)

W politycznym chaosie, jaki zapanował po upadku monarchii Hohenzollernów i kapitulacji Niemiec w listopadzie 1918 roku, Polacy z zaboru pruskiego dojrzeni swoją historyczną szansę. Powstała i działająca w samym Poznaniu jako ich polityczna reprezentacja Naczelna Rada Ludowa próbowała na drodze negocjacji tak z Berlinem, jak i z warszawskimi władzami odradzającej się Polski osiągnąć zmianę przynależności terytorialnej Wielkopolski, wciąż jeszcze stanowiącej część Niemiec. Jednocześnie przygotowywano powstanie zbrojne. Rosnące w siłę organizacje konspiracyjne na terenie miasta przeprowadzały ćwiczenia, Polacy masowo zgłaszali się do utworzonej przez władze miasta pomocniczej straży, mającej uchronić je przed licznie pojawiającymi się zrewoltowanymi grupami maruderów i dezertarów z niemieckiej armii. Ostatecznie wyzwalaczem wybuchu Powstania Wielkopolskiego okazała się wizyta w mieście zmierzającego do Warszawy wielkiego artysty i patrioty, Ignacego Paderewskiego, rozpoczęta 26 grudnia 1918 [Topolski 1973, s. 184n]. Demonstracja na jego cześć pod Bazarem poznańskim wywołała niemiecką kontrademonstrację i znaczny wzrost napięcia, a po południu 27. grudnia prowokacyjny przemarsz oddziałów niemieckich: wówczas to padły pierwsze strzały na ulicach miasta. Poza pierwszymi potyczkami (m. in. o Prezydium Policji w centrum miasta) powstanie w Poznaniu przebiegło właściwie bez znaczących walk: często porozumiewano się nawet z poszczególnymi oddziałami niemieckiego garnizonu i bez rozlewu krwi przejmowano kolejne obiekty, w tej liczbie olbrzymią Cytadelę. Miasto już przed Nowym Rokiem było w rękach Polaków [Topolski 1973, s. 185], a ostatnim epizodem walk w jego bezpośredniej okolicy było zdobycie lotniska wojskowego na Ławicy w dniu 6 stycznia 1919. Przez cały czas walk, do zawarcia rozejmu z dnia 16 lutego 1919, w Poznaniu działało militarne (mjr S. Taczak, a potem gen. J. Dowbór-Muśnicki) i polityczne (m. in. ks. S. Adamski, W. Korfanty) kierownictwo powstania, to stąd koordynowano tworzenie Armii Wielkopolskiej.

Działające w pierwszej połowie roku 1919 „państwo” wielkopolskie z ośrodkiem stołecznym w Poznaniu, nie wyłączone formalnie ze składu Niemiec i nie włączone do Polski, ale wolne na mocy ustanowionych faktów, podjęło szereg przedsięwzięć wojennych i zwykłych działań zarządczych. W tym okresie między innymi utworzono blisko siedemdziesięcioletnią armię wielkopolską, spolszczono system administracji terytorialnej, szkolnictwa oraz sądownictwa. Powołano także do istnienia m. in. Wszechnicę Piastowską, czyli polską uczelnię, później przemianowaną na Uniwersytet Poznański. Na mocy Traktatu Wersalskiego (28 czerwca 1919) Wielkopolska z Poznaniem ostatecznie została przyznana Polsce [Topolski 1973, s. 192]. Formalne przejście władzy i inkorporacja do II Rzeczypospolitej nastąpiły 12 sierpnia 1919 na mocy ustawy sejmowej.

Poznań w II RP: 1919-1939 (A.M.R.)

Po włączeniu do II Rzeczypospolitej w Poznaniu nastąpił znaczny skok demograficzny, powiązany ze zmianą struktury etnicznej. Ludność miasta w ciągu 20 lat (1919-39) wzrosła z około 155 tysięcy do 274 tysięcy [Abt 1998, s. 944], natomiast w wyniku opuszczenia go przez większość Niemców (ponad 80%) a także 70% Żydów, odczuwających swoją przynależność do kultury niemieckiej, ludność etnicznie polska po raz pierwszy od czasów średniowiecznej lokacji miasta stanowiła tak przygniatający odsetek (około 94-96%) [Abt 1998, s. 972]. Liczba Niemców w latach dwudziestych i trzydziestych wynosiła w Poznaniu zaledwie około 5-6 tysięcy, Żydów było niecałe 3 tysiące, to jest mniej więcej 1% ludności [Dworecki 1998, s. 1035]. Spośród dużych miast Polski międzywojenny Poznań miał zdecydowanie najwyższy odsetek etnicznych Polaków wśród swoich mieszkańców [Dworecki 1998, s. 1019].

W 1921 rozpoczął działalność Targ Poznański [Kowal 1998, s. 924], założony z inicjatywy grupy kupców ze wsparciem prezydenta J. Drwęckiego. Już od 1925 impreza ta uzyskała skalę i status międzynarodowy i od tej pory z przerwą jedynie na okres wojny określa i symbolizuje handlowy („biznesowy”) charakter miasta wśród polskich metropolii. Międzynarodowe Targi Poznańskie stały się wizytówką miasta w kraju i za granicą, a w okresie PRL były dla wielu rodzajem okna na świat i „pasem transmisyjnym” nowoczesnych pomysłów i technologii.

W roku 1925 do obszaru miejskiego Poznania włączono osady i wsie: Główną, Komandorię, Rataje, Starołękę, Winiary, Naramowice i Dębiec, z kolei w roku 1933 także Golęcin. W wyniku tych zmian powierzchnia miasta powiększyła się do około 7,7, tys. hektarów (czyli znów ponad dwukrotnie) [Wiesiołowski 2003, s. 23].

Pod rządami jednego ze swoich najświetniejszych włodarzy, prezydenta Cyryla Ratajskiego (1922-34 z krótką przerwą 1924-5, kiedy był on ministrem) miasto przekształciło się w duży ośrodek przemysłowy (powstała osobna dzielnica przemysłowa na Główniej), uzyskało sieć tramwajową, nową elektrownię, wielki most drogowy na Warcie i nowoczesną spalarnię śmieci [Wiesiołowski 2003, s. 23-24]. Przystąpiono wówczas także do (nieukończonej) realizacji pionierskiego w urbanistyce polskiej projektu „zielonego miasta” prof. Adama Wodziczki i Władysława Czarneckiego, zgodnie z którym za pomocą utworzenia tzw. klinów zieleni służących rekreacji i redukcji zanieczyszczeń przemysłowych śródmieście miało być w czterech kierunkach połączone z okolicznymi lasami [Mrugańska-Banaszak 1998, s. 822].

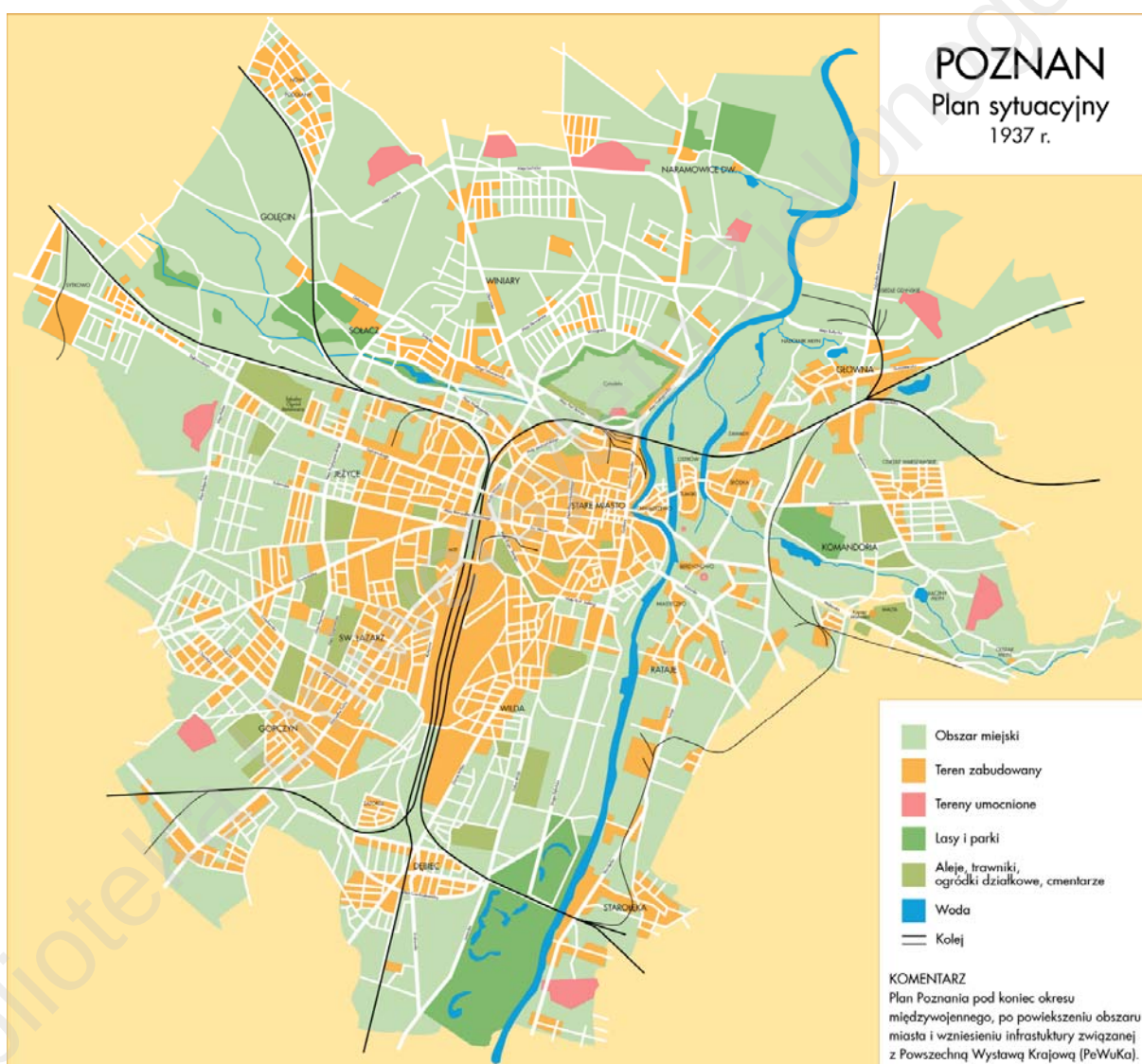
Ratajski był także inicjatorem Powszechnej Wystawy Krajowej na 10-lecie odrodzenia Polski, która odbyła się na rozbudowanych w tym celu terenach targowych w Poznaniu w okresie od połowy maja do końca września 1929. Na przedpolu tej wystawy miasto wzbogaciło się o szereg budynków publicznych, zaś w czasie jej trwania odwiedziło je 4,5 miliona osób, w tym 200 tysięcy gości z zagranicy [Wiesiołowski 2003, s. 24]. Poznań był wówczas na ustach całej Polski i w fachowej prasie całej Europy.

Wielki kryzys ekonomiczny po roku 1929 dotknął Poznań w relatywnie niewielkim stopniu, ponieważ w mieście przeważała drobna wytwórczość, zdecydowanie bardziej elastyczna w obliczu kryzysu, a jego zakłady przemysłowe (koncentrujące się na produkcji dla przemysłu rolnego i spożywczego) produkowały w większości na regionalne, co najwyżej krajowe potrzeby [Kowal 1998, s. 920]. Natomiast znacznie większą szkodę wyrządziły miastu szkodliwy sanacyjny władz centralnych (m. in. dyskryminacja firm poznańskich w dziedzinie zamówień publicznych), pozostających w konflikcie z dominującą w Poznaniu endecją [Kowal 1998, s. 921-923]. Z powodu politycznych rozgrywek wyniki kolejnych wyborów samorządowych

w mieście były unieważniane, a Poznaniem aż do 1939 administrowali narzuceni z woli władz warszawskich komisaryczni zarządcy.

Architektura i sztuka Poznania w latach 1918-1939 (I.W.)

Wraz z odzyskaniem niepodległości Poznań odziedziczył po zaborcy zespół budynków administracji, oświaty i kultury. Pilną potrzebą w rozwijającym się szybko mieście było szczególnie uzupełnienie budownictwa mieszkalnego. Obserwuje się ponadto znaczny ruch budowlany związany z architekturą sakralną. Wśród architektów poznańskich tej doby zapisali się w szczególności: Marian Andrzejewski, Adam Ballenstaedt, Stefan Cybichowski, Władysław Czarnecki, Stanisław Mieczkowski, Adolf Piller, Jerzy Miller, Marian Pospieszalski, Kazimierz Ruciński, Roger Sławski i Jerzy Tuszowski.



Ryc. 8. Poznań, plan sytuacyjny 1937 r. Opracowanie O. Artyszuk

Powszechna Wystawa Krajowa w 1929 roku stała się przeglądem osiągnięć pierwszego dziesięciolecia niepodległej Polski we wszystkich dziedzinach życia, w tym i w architekturze. Siły i uwaga architektów skupione były w dużej mierze wokół tego przedsięwzięcia.

W architekturze sakralnej na wyróżnienie zasługują nowo powstałe budowle takie jak: **kościół zmartwychwstańców** (ul. Dąbrówki na Wildzie) o formach neoklasycystycznych, z charakterystyczną 43 metrową wieżą wolnostojącą, tzw. campanillą. Tuż przed II wojną światową wzniesiono nowy **kościół i klasztor dominikanów** (Al. Niepodległości/ul. Libelta) projektu Stefana Cybichowskiego. Świątynia uzyskała formę bazyliki wczesnochrześcijańskiej poprzedzonej atrium z kolumnami. Inną realizacją tego samego twórcy był neoklasycystyczny kościół **św. Stanisława Kostki** (ul. Rejtana, na Winiarach) z kolumnowym portykiem. Interesującym rozwiązaniem, także w konwencji neoklasycyzmu jest założony na planie centralnym, zwieńczony kopułą kościół **św. Jana Vianney** (ul. Podlaska, na Sołaczu) - dzieło Stanisława Mieczkowskiego. Przykładem typowym końca lat 30-tych XX w. jest rozpoczęta w 1936 roku prosta bryła kościoła **św. Trójcy** (ul. Czechosłowackiej, na Dębcu).

Istotną inicjatywą w dwudziestoleciu międzywojennym było utworzenie nekropolii zasłużonych Wielkopolan zwanej popularnie „Skatką Poznańską w podziemiach kościoła św. Wojciecha.

Do znaczących obiektów reprezentacyjnych o funkcjach administracyjnych wybudowanych w tym okresie należą takie gmachy jak: **Izba Rzemieślnicza** (ul. Niezłomnych) z charakterystycznymi dwiema fasadami w konwencji neobarokowej czy **Dom Żołnierza** (ul. Niezłomnych) projektu Władysława Czarneckiego.

W związku z organizowaną w Poznaniu **Powszechną Wystawą Krajową** dokonano renowacji i modernizacji budynków teatralnych i kin. Ważnym osiągnięciem było wybudowanie jednego z największych i najelegantszych kin w Polsce - **Kina „Słońce”**. Powstało ono z inicjatywy właściciela - kupca Stefana Kałamajskiego. Obiekt usytuowany był na zapleczu kamienicy przy Placu Wolności nr 6. Widownia liczyła 1500 miejsc, wokół niej biegły łóże i obszerny balkon. Sufit wyobrażał gwiazdziste niebo ze słońcem pośrodku. Obiekt nie przetrwał niestety do naszych czasów.

Dwudziestolecie międzywojenne przyniosło też budowę wielu obiektów szkolnych, w tym gmachów akademickich. Dla potrzeb powstałego w 1919 roku Uniwersytetu Poznańskiego, powstał m. in. potężny gmach **Collegium Chemicum** projektu Rogera Sławskiego i Edwarda Madurowicza (ul. Grunwaldzka), o formach neorenesansowych, zwieńczony attyką, uchodzący za najlepszy w Poznaniu przykład tzw. stylu narodowego oraz także Rogera Sławskiego **Collegium Anatomicum** (ul. Śniadeckich). W trakcie przygotowań do PWK-i zbudowano Pałac Sztuki a także gmach **Wyższej Szkoły Handlowej** (dziś Uniwersytetu Ekonomicznego, Al. Niepodległości), przykład odwołania do niemieckiej architektury modernistycznej. Należy on do najciekawszych realizacji okresu międzywojnia w Poznaniu. Monumentalną bryłą harmonizuje z zabudową sąsiadującej Dzielnicy Zamkowej.

Także przy Al. Niepodległości powstał pierwszy **Dom Akademicki** („Hanka”) nawiązujący do architektury rezydencjonalnej, proj. Rogera Sławskiego, a także budynek szkolny **Gimnazjum Sióstr Urszulanek**, proj. Stefana Cybichowskiego. Przy u. Głogowskiej wzniesiono **Gimnazjum Męskie im. Mickiewicza** (obecnie VIII LO) o formach klasycyzujących projektowane przez Adolfa Pillera, a także **Seminarium Zagraniczne** (Wyższe Seminarium Duchowne Towarzystwa Chrystusowego dla Polonii Zagranicznej, ul. Marii Panny) autorstwa Stefana Cybichowskiego i inne. W związku z PWK-ą dokonano modernizacji budynku **Dworca Głównego**, a od strony ul. Głogowskiej wzniesiono gmach tzw. **Dworca Zachodniego**. Na potrzeby gości wystawy powstał według projektu J. Tuszowskiego monumentalny **Hotel Polonia** (dziś szpital Wojskowy) - największy w tamtych czasach hotel w Polsce, liczący ok. 400 pokoi [Zakrzewski 1986, ss. 117-124].



Fot. 23. Rektorat Uniwersytetu Ekonomicznego

Jednym z pierwszych w Poznaniu budynków o konstrukcji stalowej, osłoniętym tradycyjnymi elewacjami był budynek **Zakładu Ubezpieczeń Społecznych** (ul. Dąbrowskiego) zaprojektowany w 1931 roku przez Mariana Andrzejewskiego.

W niepodległej Polsce Poznań, będąc w oddaleniu od głównych centrów sztuki - Krakowa, Warszawy i Wilna, znalazł się trochę na uboczu wielkiej działalności artystycznej.

Dominującą tendencją w **malarstwie** poznańskiego środowiska artystycznego stał się **koloryzm**. Z czołowymi przedstawicielami

Wacławem Taranczewskim (przewaga martwych natur, po wojnie twórca polichromii w świątyniach poznańskich, m. in. św. Marcina i NMP in Summo, św. Anny, a także w auli UAM) i **Tadeuszem Piotrem Potworowskim** (martwa natura, portret). Trzecim malarzem z kręgu kapistów był **Józef Krzyżański** (twórczość bliska fowistom, krajobrazy, portrety). Wysoki poziom osiągnęła poznańska grafika tego czasu (Jan Wroniecki, Karol Mondral).

Środowisko rzeźbiarskie, w porównaniu z ulegającym nowym trendom środowiskiem malarskim, charakteryzowało się konserwatyzmem i przywiązaniem do tradycji. Powodem była twórczość dość zachowawczych, wychowanych na tradycjach klasycznych artystów - **Władysława Marcinkowskiego** (autor medali, portretów, pomników, m. in. nagrobka kard. M. Ledóchowskiego i pomnika bpa Stabilewskiego w katedrze oraz rozbudowy pomnika Adama Mickiewicza przy kościele św. Marcina) i **Jana Wysockiego** (medale, medaliony, plakiety). Źródłem ich inspiracji były antyk i renesans. Najbardziej popularnym rzeźbiarzem lat międzywojennych w Poznaniu był **Marcin Rożek**. Pozostawił po sobie wiele rzeźb pomnikowych: Siewca w Luboniu (kopia przed Uniwersytetem Przyrodniczym w Poznaniu), pomniki Moniuszki, Chopina, a także monumentalną figurę Chrystusa Króla w pomniku Serca Jezusowego w Poznaniu (zniszczony w 1939 roku). Jego twórczość miała charakter realistyczny,

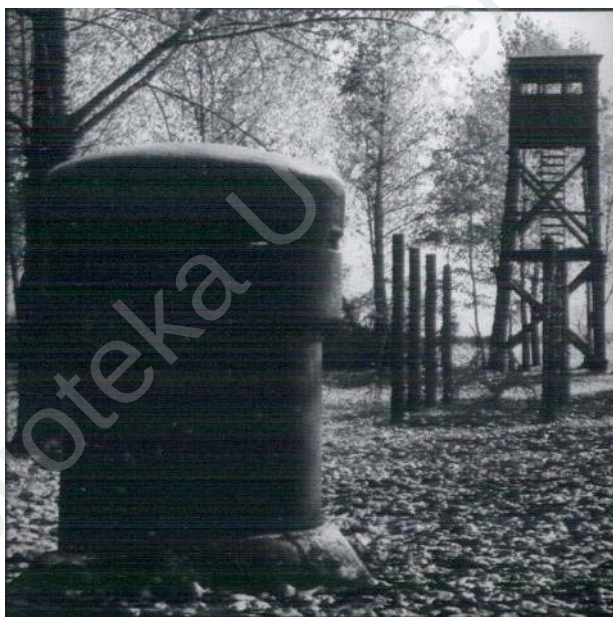
nawiązujący do tradycji sztuki ludowej. Domeną artysty była rzeźba portretowa. Dzięki pracowni **Stanisława Powalisza** działającej do dziś, w Poznaniu odżyły tradycje witrażownictwa. Prace tego warsztatu zdobią wiele poznańskich świątyń w tym katedrę, kościół św. Jana Vianney, św. Marcina i inne [Błażewicz 1998, ss. 1280-1287].



Fot. 24, 25. Władysław Marcinkowski i jego dzieło - nagrobek kard. Mieczysława Ledóchowskiego w katedrze poznańskiej (zbiory własne)

Poznań podczas II Wojny Światowej: 1939-1945 (A.M.R.)

Po wybuchu II wojny światowej w roku 1939, opuszczony przez wojsko polskie i nie broniony Poznań został zajęty przez Niemców już 10 września [Kruszyński 2009, s. 27]. Miasto zostało wcielone bezpośrednio do III Rzeszy i stało się stolicą tzw. „Reichsgau Wartheland” (Kraju Warty), obejmującego całą Wielkopolskę, większą część Kujaw z Inowrocławiem i Włocławkiem oraz znaczne obszary województwa łódzkiego z samą Łodzią i Sieradzem [Ziółkowska A., 2009a, s. 104]. W latach okupacji naziści wysiedlili z miasta prawie 40 tysięcy Polaków do Generalnego Gubernatorstwa, w ich miejsce sprowadzając od roku 1941 ludność pochodzenia niemieckiego nie tylko z samych Niemiec, ale także z krajów bałtyckich i z rumuńskiego Banatu (około 20 tysięcy osób). W wyniku tych działań liczba Niemców w mieście zwiększyła się do roku 1944 z nieco ponad 5 tysięcy do 95 tysięcy [Ziółkowska A., 2009b, s. 159], co znacząco zmieniło proporcje narodowościowe. W stosunku do pozostałej ludności polskiej prowadzono politykę terroru, likwidacji świadectw kultury narodowej (niszczenie bibliotek, likwidacja polskiego szkolnictwa i muzeów), szykan takich jak godzina policyjna, zakaz używania pojazdów, a nawet stopniowego fizycznego wyniszczenia m. in. na drodze zmniejszania racji żywnościowych, wymiaru pracy w godzinach daleko przewyższających normy dla Niemców za znacząco niższe wynagrodzenie. Masową skalę uzyskał też wywóz do pracy przymusowej w głąbi Niemiec, gdzie trafiło niemal 3700 młodych mieszkańców Poznania [Ziółkowska A., 2009b, s.153-159]. Polską inteligencję wywożono lub likwidowano: w pierwszym rzędzie taki los stał się udziałem wielu wykładowców, księży i przedwojennych działaczy politycznych i społecznych. Podejrzani o działalność antyniemiecką byli bez sądu kierowani do obozów koncentracyjnych, z których najstarszy na ziemiach polskich działał na terenie Poznania (w Forcie VII przy dzisiejszej al. Polskiej), a później, od wiosny 1943, w bezpośredniej bliskości miasta (w Żabikowie k. Lubonia) [Ziółkowska 2009b, s. 164]. W sumie przez hitlerowskie więzienia i areszty oraz obozy koncentracyjne przeszło ponad 20 tysięcy poznaniaków [s. 163].



Fot. 26. Obóz w Żabikowie. Foto z ulotki Muzeum w Żabikowie

Okolo 2 tysiące poznańskich Żydów - czyli wszystkich poza nielicznymi, którzy ukryli się lub zbiegli na czas przed hitlerowską inwazją - zgromadzono obok ponad tysiąca osób z innych miejscowości w obozach przejściowych na terenie miasta (m. in. na terenie byłego stadionu oraz na ul. Główniej) i od grudnia 1939 wywożono do Generalnego Gubernatorstwa albo zmuszano na miejscu do pracy ponad siły przy głodowym wyżywieniu. Później (w latach 1942-43) wywieziono ich do łódzkiego getta lub wprost do Chełmna nad Nerem albo Oświęcimia, gdzie ich zamordowano. Wojnę i okupację przeżyło w różnych miejscach Europy nie więcej niż kilkudziesięciu przedstawicieli poznańskiej

diaspory żydowskiej [Ziółkowska A., 2006, s. 391], z których tylko kilkunastu wróciło do swojego miasta. Podczas wojny, od roku 1940 do 1945, w niemieckim obozie jenieckim

w Poznaniu przebywało także ok. 7 tys. jeńców francuskich, brytyjskich i radzieckich. W sumie w walce, w wyniku działań militarnych II wojny światowej oraz hitlerowskiego terroru podczas okupacji życie straciło około 14,5 tysiąca mieszkańców Poznania [Łuczak 1989, s. 611].

W stolicy okręgu włączonego do Rzeszy, w sytuacji masowych aresztowań, wysiedleń a nawet planowej likwidacji przedwojennej warstwy przywódczej, wysokiego i stale rosnącego odsetka ludności niemieckiej (na której spoczywał formalny obowiązek obserwowania Polaków) [Pietrowicz 2009, s.7], w obliczu pełnej germanizacji całej sfery administracji, życia społecznego i usług w mieście i związanej z nią znacznie większej skali nadzoru nad Polakami, wreszcie istnienia szczelnej i dobrze kontrolowanej granicy dzielącej Wielkopolskę od innych obszarów okupowanej Polski - działalność konspiracyjna była nieporównanie trudniejsza niż w pozostałych dużych polskich miastach. Dlatego nie może dziwić, że jakkolwiek w mieście szybko rozpoczęły działalność liczne wojskowe i cywilne organizacje konspiracyjne, nie były one bardzo liczne i stosunkowo często zdarzały się wpadki, pociągające za sobą fale aresztowań i procesy. W Poznaniu funkcjonowały między innymi komórki ZWZ-AK, harcerstwo, BCh, Narodowe Siły Zbrojne oraz szereg niezależnych grup, jak Narodowa Organizacja Bojowa, Polska Niepodległa, Tajna Polska Organizacja Wojskowa, Wojskowa Organizacja Ziem Zachodnich, Tajna Organizacja Narodowa [Pietrowicz 2009, s. 9-24]. Poza organizowaniem podziemnego obiegu informacji wśród ludności polskiej, propagowaniem i instruktażem do działań sabotażowych, ograniczonej aktywności edukacyjnej oraz działań wywiadowczych, dokonały one dwóch głośniejszych akcji: bezpośredniej dywersji pod kryptonimem „Bollwerk” (spalenia niemieckich magazynów zapasów wojskowych zimą 1942), a także nie do końca zrealizowanej próby likwidacji szczególnie zniechęconych nazistów przez otrucie, prowadzonej przez grupę dra Franciszka Witaszka, stanowiącą oddział Związku Odwetu [Woźniak 1998, s. 1408].

W latach 1940 i 42 władze okupacyjne przyłączyły do obszaru miejskiego liczne pobliskie wsie, m. in. Chartowo, Żegrze, Antoninek, Kobylepole, Krzesiny, Szczepankowo, Sptawie, Głuszyna, Marlewo, Minikowo, Fabianowo, Kotowo, Junikowo, Ławica, Smochowice, Krzyżowniki, Psarskie, Strzeszyn, Podolany i Naramowice [Wiesiołowski 2003, s. 25]. Terytorium miasta powiększyło się przez to dwukrotnie, do niemal 24 tys. hektarów. Namiestnik Rzeszy w Kraju Warty, Arthur Greiser za zgodą i z poparciem Hitlera, oraz z wykorzystaniem okazałych środków przystąpił do przebudowy Zamku Cesarskiego na wschodnią rezydencję „wodza”. Prace budowlane trwały od 1940 do września 1944 roku i przyniosły w efekcie metamorfozę neoromańskiego zamku w (największy do dziś zachowany) kompleks reprezentacyjny w stylu Trzeciej Rzeszy [Schwendemann 2009, s. 272n, 283n].

W obliczu zbliżającego się frontu Poznań, podobnie jak Kołobrzeg na północy i Wrocław na południu, został ogłoszony „miastem-twierdzą” (*Festung Posen*) na najważniejszym przewidywanym kierunku obrony wschodniego frontu - berlińskim. W oparciu o pospieszną modernizację przestarzałych pruskich fortów usiłowano teraz przygotować miasto do długotrwałej obrony [Olejnik, s. 1510-11]. W połowie stycznia 1945, na skutek błyskawicznych postępów ofensywy sowieckiej podjęto decyzje o ewakuacji ludności niemieckiej z Poznania. Ogromna jej większość w ciągu kilku dni opuściła miasto, w którym oprócz (naprędce zebranych z najróżniejszych jednostek bojowych) oddziałów wojska i policji pozostali prawie wyłącznie miejscowi Polacy. Sowieckie oddziały operujące w ramach I Frontu Białoruskiego 8 Armii Gwardii pod dowództwem gen. Wasilija Czujkowa podeszły na przedpola Poznania i sforsowały Wartę już 22 stycznia na południe od miasta [Olejnik 1998, s. 1516]. Nie wdając się w walki o Poznań, główne siły armii Czujkowa kontynuowały natarcie w kierunku linii Odry,

pozostawiając do jego zdobycia 29 korpus armijny gen. Szemienkowa, wzmocniony o szereg dodatkowych jednostek [s. 1518]. Wojsko sowieckie zablokowało miasto ze wszystkich kierunków i rozpoczęło bitwę o Poznań od południa, od strony Lubonia, zdobywając go stopniowo dzielnicą po dzielnicę. Najkrwawsze walki (i największe zniszczenia) stały się udziałem okolic na głównej linii ataku wzdłuż ulic Dolna Wilda i Górna Wilda, później zaś terenów także wokół Dworca Głównego i w znacznej części Śródmieścia. Do 30 stycznia południowa i południowo-zachodnia część miasta była wolna [Olejnik 1521], natomiast zacięte walki o Śródmieście i wschodnie dzielnice Poznania trwały do 17 lutego [s. 1523-25]. Tego dnia jedynym punktem niemieckiego oporu pozostała silnie umocniona Cytadela, broniona przez około 12 tysięcy żołnierzy pod dowództwem gen. E. Gonella. Po zdobyciu w ciężkich walkach przedpoła twierdzy, ostateczny szturm Cytadeli z udziałem zmobilizowanych polskich mieszkańców Poznania (zarówno ochotników, jak i zmuszonych do walki) jako oddziałów pomocniczych [Olejnik s. 1528-29] miał miejsce w nocy z 22 na 23 lutego 1945. W godzinach rannych 23 lutego, po śmierci swojego dowódcy, resztki broniących się Niemców skapitulowały [s. 1528]. Walki o Poznań przyniosły miastu ogromne zniszczenia, przy czym w największym stopniu (ok. 50% zabudowy) ucierpiało Śródmieście ze Starym Miastem [Kondziela 2005, s. 37].

Od 1945 do dziś (A.M.R.)

Niemal od momentu wyzwolenia miasta rozpoczęła się jego odbudowa ze zniszczeń wojennych, w czym znaczną rolę odegrali prywatni właściciele domów, którzy na własny koszt odbudowali ponad połowę ze zniszczonych kamienic. Już wkrótce miano im je odebrać. Jednocześnie na nowo otwarte zostały instytucje kulturalne i naukowe, w tym Uniwersytet. Największymi przedsięwzięciami w ramach odbudowy były: podniesienie z ruin szczególnie mocno zniszczonego Starego Miasta, w tym Rynku, dokonane pod kierunkiem architekta Zbigniewa Zielińskiego [Kondziela 2005, s. 35, 43-45], a także odbudowa infrastruktury Targów Poznańskich. Oprócz powracających dawnych mieszkańców wysiedlonych podczas wojny, do miasta napłynęły w latach czterdziestych dziesiątki tysięcy Polaków z całego kraju, w tym wielu wypędzonych z Wileńszczyzny. Do roku 1952 ludność miasta z około 240 tysięcy w 1945 zwiększyła się do 350 tys. osób. Nacjonalizacja nieruchomości miejskich, komunistyczna „bitwa o handel”, która odebrała podstawy bytu tysiącom poznańskich rodzin kupieckich i rzemieślniczych, a także widoczne dla każdego absurdy gospodarki planowanej i związany z nią niesprawiedliwy system norm robotniczych stopniowo tłumiły pierwotny entuzjazm odbudowy.

Między innymi na tym tle doszło w Poznaniu 28 czerwca 1956 do pierwszego w dziejach PRL masowego strajku i publicznego protestu przeciwko nowej władzy i narzuconemu przez nią systemowi wyzysku pracujących. Strajk, spowodowany odmową cofnięcia nierealnych norm produkcyjnych i obniżek płac, rozpoczął się w Zakładach Cegielskiego (wówczas Stalina), największym zakładzie przemysłowym miasta [Ziemkowski 1990a, s.70-71]. Przemarsz strajkujących do centrum był okazją do dołączenia się tysięcy pracowników innych zakładów (najpierw ZNTK) oraz stutysięcznej masy poznaniaków [Ziemkowski 1990a, s.79]. Wiec robotniczy na placu przed dawnym Zamkiem Cesarskim (wówczas siedzibą władz miasta) i domem partii spontanicznie przerodził się w stutysięczną manifestację polityczną. Doszło do zajęcia siedzib instytucji publicznych, niszczenia akt dotyczących dochodzeń i procesów politycznych, a także sprzętu zagłuszającego zagraniczne radiostacje, uwolnienia setek osób przetrzymywanych w więzieniach, rozbicia komisariatów milicji i regularnego oblężenia

siedziby Urzędu Bezpieczeństwa. Do stłumienia rewolty władze centralne rzuciły ponad 10 tysięcy żołnierzy z setkami czołgów, akcją dowodził sowiecki generał w polskim mundurze: Stanisław Popławski [s. 93]. Symbolem poznańskiego buntu stał się trzynastoletni Romek Strzałkowski, zastrzelony przez ubeków na tyłach siedziby ich urzędu [s. 88]. Walki uliczne osiągnęły kulminację późnym popołudniem i wczesnym wieczorem 28 czerwca i trwały pojedynczo do następnego dnia. Kosztowały one życie około 55-70 osób i setki rannych [Ziemkowski 1990b, s. 111-120], kolejne setki osób zostały aresztowane i - oskarżone o najcięższe zbrodnie - poddane pokazowemu procesowi [Berger 1990]. Dzięki wspaniałej postawie adwokatów poznańskich, przewlekających proces i skutecznie wpływających na zmianę kwalifikacji „przestępstw” [Berger 1990, s. 132-134, 160n; Sandorski 1990, s. 189, 190-193, 208nn, 219], a potem na skutek październikowej odwilży politycznej, nie doszło do serii mordów sądowych. Wydarzenia Poznańskiego Czerwca 1956 zwróciły na Poznań oczy całego świata. W tym mieście po raz pierwszy polscy robotnicy masowo wyrazili swoją nieufność wobec „partii robotniczej”, a sposób rozprawienia się reżimu z protestem dla bardzo wielu w kraju stanowił koniec złudzeń, że pod rządami komunistów „pomimo wszystko” da się zbudować sprawiedliwą, postępową Polskę - oto w Poznaniu „komunizm po Stalinie” ujawnił swoje prawdziwe oblicze systemu, który raz zdobytej władzy nie odda za żadną cenę, i dla którego przedstawiciele oczekiwania rządzonego społeczeństwa nie mają żadnego znaczenia.

W drugiej połowie lat 60-tych i w dwóch kolejnych dziesięcioleciach dla zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych stale rosnącego miasta zbudowano w Poznaniu szereg wielkich blokowisk: najpierw osiedla tzw. dolnego tarasu Rataj - nowej dzielnicy południowo-wschodniej (Nowe Miasto), a następnie szereg osiedli na Winiarach (w północnej części miasta) i Żegrzu (tzw. górny taras Rataj) [Zimowski 1975, s. 93, 101], w latach 80-tych także w południowo-zachodniej części Poznania na Grunwaldzie oraz na północy: na Piątkowie.



Fot. 27. Poznań, os. Orła Białego

W ten sposób powstały gigantyczne „sypialnie miejskie” z wielkiej płyty: poznańska spółdzielnia mieszkaniowa „Osiedle Młodych” na Ratajach stała się największą tego typu instytucją w całej Polsce [Wiesiołowski 2003, s. 26]; dziś w budynkach wciąż funkcjonującej spółdzielni mieszka około 140 tysięcy osób. Jednocześnie przystąpiono do budowania nowej sieci komunikacyjnej, na którą składały się (nie zawsze szczęśliwie poprowadzone) wielopasmowe drogi średnicowe z centrum w kierunku

ważniejszych tras wylotowych na wschód, zachód i południowy wschód [Zimowski 1975, s. 98]. Znanymi produktami odbudowanego i rozwiniętego poznańskiego przemysłu były między innymi silniki okrętowe, lokomotywy oraz wagony z fabryki Cegielskiego, akumulatory z Centry i samochody dostawcze z nowej fabryki „Tarpan” na Antoninku [Wiesiołowski 2003, s. 26]. Przez kilkadziesiąt ostatnich lat Poznań nabierał także stopniowo charakteru jednego z największych ośrodków akademickich. Obok uniwersytetu podjęty na nowo działalność lub pojawiły się uczelnie o profilu ekonomicznym, rolniczym, medycznym, inżynierskim, artystycznym i wojskowym. Przez cały okres powojenny nie zrezygnowano z dbania o rozwój targów: obok corocznej edycji Międzynarodowych Targów Poznańskich stopniowo pojawiło się

niemal trzydzieści innych cyklicznych wielodniowych imprez targowych, które uczyniły Targi dochodową organizacją, a po zmianie systemu politycznego - największą tego rodzaju firmą w kraju. Do ważnych wydarzeń w najnowszej historii Poznania należą dwie wizyty papieża Jana Pawła II: w roku 1983 (kiedy to padły tu znamienne słowa "Tu się Polska zaczęła") i w roku 1997.

Po przełomie roku 1989 i częściowym odzyskaniu autonomii przez samorządy, Poznań odegrał znaczącą rolę w integracji wysiłków, służących unowocześnianiu polskich miast i starań o wzrost zakresu ich samodzielności: poznański prezydent, Wojciech Sz. Kaczmarek (1990-98) był inicjatorem odrodzenia Związku Miast Polskich, a jego siedziba do dziś znajduje się w Urzędzie Miejskim Poznania (Por KRS, REGON Nr 630183731). W roku 1990 na mapie kulturalnej Polski pojawiła się „Malta” poznańska impreza, która w krótkim czasie rozwinęła się w jeden z największych w Europie festiwali teatru otwartego oraz innych sztuk nowoczesnych, znanym ich miłośnikom daleko poza granicami Polski [Malta 2010]. Jedną z największych inwestycji prywatnych na terenie wielkopolskiej metropolii była rewitalizacja i podjęta w wielkiej skali rozbudowa dawnego browaru Huggerów, w wyniku której w dwóch etapach (2003 i 2007) powstało Centrum Sztuki i Biznesu Stary Browar, wieloprzestrzenna galeria handlowa z wystawami, lokalami gastronomicznymi i kinami, stanowiąca jedną z najbardziej udanych w Europie (i wielokrotnie nagrodzonych) realizacji tego rodzaju [Stary Browar 2010].

Poznań wzbogacił się także o największy kompleks kinowy w Europie (Cinema City Kinopolis). Z rozmachem, choć w dużej części wyłącznie na koszt wspólnot mieszkaniowych lub prywatnych właścicieli, prowadzona jest odnowa setek miejskich kamienic. Kontynuowana jest budowa tzw. ram komunikacyjnych, mających usprawnić ruch samochodowy w mieście. Podjęte niedawno prace terenowe przy budowie autostrady A-2, jak na razie łączącej Poznań tylko z Łodzią i Nowym Tomyślem, dają nadzieję na szybkie połączenie miasta z Frankfurt nad Odrą i tym samym z europejską siecią autostrad oraz z Warszawą, co może poprawić warunki inwestycyjne samego miasta i jego (południowych) okolic. Uzyskanie prawa do organizacji mistrzostw Europy „Euro 2012” może w efekcie przynieść miastu dodatkową popularność, która często przekłada się na rozwój turystyki przyjazdowej.

Poznań: substancja miasta po 1945 (I.W.)

Działania wojenne w 1945 roku spowodowały wielkie zniszczenia w substancji architektonicznej miasta. Proces odbudowy zakładał podniesienie z ruin gmachów zabytkowych, dalej mieszkalnych, administracyjnych, kulturalnych i gospodarczych. W przypadku obiektów zabytkowych dbano o możliwie wierną rekonstrukcję historyczną, ukazującą to, co w obiekcie najcenniejsze.

W dziedzinie odbudowy obiektów sakralnych, przywrócono **katedrze** na drodze regotyżacji formy z przełomu XIV i XV wieku. Dokonano także rekonstrukcji barokowych hełmów wież. Wszystko odbyło się pod okiem architekta Franciszka Morawskiego. Wnętrze kościoła NMP otrzymało nową polichromię i wyposażenie projektu Wacława Taranczewskiego. Zrekonstruowano też zniszczoną Psalterię i kościół św. Jana Jerozolimskiego.

W śródmieściu najbardziej ucierpiał kościół św. Marcina, w trakcie odbudowy jego wnętrze ozdobiła polichromia Taranczewskiego. Odbudowy wymagały też: kościoły św. Wojciecha, Karmelitów Bosych, Bernardynów, Bożego Ciała, wnętrze kościoła franciszkanów i inne [Zakrzewski 1986, ss. 139-141].

W powojennym budownictwie sakralnym obserwuje się dążenie do nowych form przykładem są: kościół Pallotynów, św. Jana Kantego, św. Krzyża oraz największy kościół Poznania i Rataj - dwupoziomowy p.w. **Nawiedzenia Najświętszej Marii Panny** (kościół górny może pomieścić 7 tys. wiernych) czy **św. Jana Bosco** na Winogradach itd.

Odbudowa Ratusza (1945-54) objęła jego wypalone dwie górne kondygnacje, attykę, hełm wieży, dach, stropy, konserwację sklepienia Wielkiej Sieni oraz odnowę fasady i pozostałych elewacji. W miejsce rozebranego tzw. Nowego Ratusza zrekonstruowano w formach renesansowych budynek **Wagi Miejskiej** (Z. Zieliński, Z. Lutomski, R. Pawulanka). Dokonano odtworzenia **domków budniczych** w ich historycznych formach. W Pałacu Działyńskich, z którego po 1945 ocalały jedynie mury, odnowiono cenne pomieszczenia wnętrza, w tym Salę Czerwoną. Odbudowy wymagał też gmach Biblioteki Raczyńskich (do 1956), siedziba Muzeum Sztuk Użytkowych, Pałac Górków, Pałac Mielżyńskich, Hotel Bazar, Odwach, dawna loża masońska - obecnie siedziba Muzeum Etnograficzne (ul. Mostowa).

Powstały nowe budynki **akademickie Collegium Novum** (UAM, al. Niepodległości) **Collegium Maximum** (Uniwersytetu Przyrodniczego), następnie budynki Politechniki Poznańskiej w pobliżu mostu Świętego Rocha. Ta sama uczelnia przejęła także gmach powstały na ruinach dawnej Szkoły Realnej przy ul. Strzeleckiej. Przy ul. Powstańców Wielkopolskich powstał górujący nad miastem 18-piętrowy budynek Uniwersytetu Ekonomicznego - **Collegium Altum** (1976-91). Swojej siedziby doczekała się też Akademia Wychowania Fizycznego (ul. Królowej Jadwigi) proj. Marka Leykama, który jednak nie został zrealizowany według pierwotnych zamierzeń. Wydział Turystyki i Rekreacji powstały jako pierwszy w Polsce (1974) mieszczący się przy ul. Rybaki, oczekuje na nowy, aktualnie budowany gmach, przy ul. Królowej Jadwigi. Od lat 80-tych trwa budowa nowoczesnych obiektów UAM tzw. kampusu Morasko. Projektantem większości budynków jest architekt Jerzy Gurawski. Prężnie rozbudowują się w ostatnich latach także Akademia Muzyczna (budynek Aula Nova), Politechnika Poznańska, Uniwersytet Medyczny.

Kolejno projektowano tzw. sypialnie Poznania - **osiedla mieszkaniowe**, w rejonie ul. Grunwaldzkiej następnie na Ratajach (od 1966 r.), Winogradach (od 1969 r.), Piątkowie (od 1976 r.).

Z budownictwa handlowo-usługowego wyróżniają się wieżowce **Centrum Alfa** przy ul. Święty Marcin (początek lat 70-tych), Powszechny Dom Towarowy „**Okrągłak**” (proj. Marka Leykama z lat 1949-52, przy ul. 27 Grudnia). Jest to jeden z najbardziej charakterystycznych poznańskich gmachów. Ten 9-kondygnacyjny obiekt mimo iż powstał w dobie socrealizmu był mocno osadzony w tradycji modernistycznej i wyróżniał się na tle innych realizacji w tym okresie. Po raz pierwszy zastosowano w nim na szerszą skalę prefabrykowane elementy żelbetowe. Znakomicie wpisał się w XIX-wieczny układ urbanistyczny tej części miasta [Marciniak 2010, ss. 60-63].

Pobudowano w okresie powojennym także szereg gmachów urzędowych i administracyjnych wśród nich m. in. Dom Partii - siedziba Komitetu Wojewódzkiego PZPR, proj. Władysława Czarneckiego, o cechach umiarkowanego funkcjonalizmu i monumentalizmu (1949) jest obecnie siedzibą Wydziału Historycznego UAM. Budynek „**Miastoprojekt**” (1950) przy

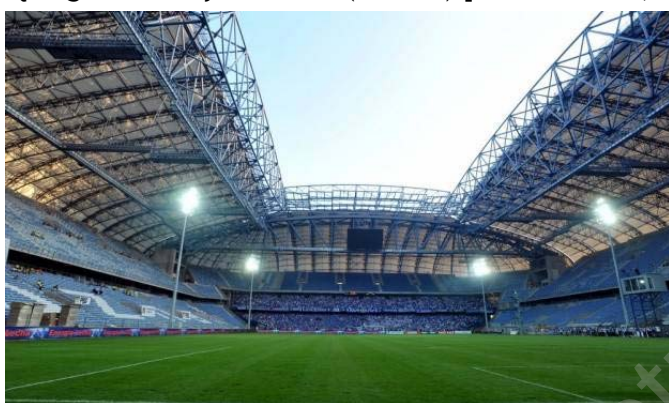


Fot. 29. Okrągłak (źródło: pl.wikipedia.org/wiki/)

Al. Niepodległości był pierwszym wieżowcem w Poznaniu. Po nich powstały m. in.: gmach Urzędu Wojewódzkiego (1970, Al. Niepodległości), biurowce przy ul. Piekary (1965).

Powstały też nowe budynki na terenie MTP - m. in. **Centrum Targowe** (Odbudowano i zmodernizowano **Dworzec Główny** - jeden z największych dworców osobowych w Polsce. Obecna jego postać jest efektem przebudowy zakończonej w 1976 roku. [Zakrzewski 1986, ss. 141- 147].

Po 1960 Poznań wzbogacił się o nowe obiekty hotelowe: „**Merkury**” (ul. Roosevelta) - pierwszy nowoczesny hotel wzniesiony w mieście po II wojnie światowej. „**Polonez**” (Al. Niepodległości) to z kolei pierwszy hotel w kraju zbudowany w technologii wielkopłytywowej, a „**Poznań**” (obecnie „**Novotel Centrum**” przy Pl. Andersa) - jest obok Hotelu Andersia największym i najbardziej reprezentacyjnym hotelem stolicy Wielkopolski. W dalszej kolejności pojawiały się: „**Novotel**” (ul. Warszawska), Hotel „**Park**” nad Jeziorem Maltańskim, pięciogwiazdkowy Sheraton (2005 r.) [Poznań...1998, ss. 105-106].



Fot. 30. Poznański stadion miejski. Źródło www.qsnews.pl

Spośród budowli sportowych w latach powojennych przebudowano stadion 22 lipca, a w parku Kasprowicza wzniesiono w 1974 roku halę widowiskowo-sportową „**Arena**”. Sylwetką olbrzymiego spodka przypomina ona Pałac Sportowy w Rzymie zbudowany w 1958 roku. Przy ul. Bułgarskiej natomiast w 1982 roku wybudowano stadion „**Lecha**”, w ostatnich latach praktycznie wzniesiony na nowo (ukończony

w 2010) jako pierwszy z najnowocześniejszych stadionów w Polsce. W latach 90-tych nad Jeziorem Maltańskim powstał kompleks obiektów sportowo-rekreacyjnych. Sztuczny zbiornik jest znakomitym torem regatowym. Uruchomiono także Centrum Narciarskie „**Malta-Ski**” ze stokiem zjazdowym długości 150 m oraz torem saneczkowym o długości 540 m.

Do najnowszych osiągnięć architektonicznych w Poznaniu należy m. in. dom towarowy **Kupiec Poznański** (2001 r.) - pierwszy tego rodzaju obiekt powstały w centrum Poznania po 1990 roku, kompleks **Starego Browaru - Centrum Handlu, Sztuki i Biznesu**. Budowany był w dwóch etapach: 2002-2003 i 2004-2007, jest on obecnie jedną z wizytówek Poznania. Pierwszą część wzniesiono z wykorzystaniem budynków dawnego Browaru Huggera (z XIX w.) - projekt P. Borkowicza i P. Barełkowskiego wyróżniono wieloma prestiżowymi nagrodami. W 2005 roku uznany został za najlepsze centrum handlowe na świecie w kategorii obiektów średniej wielkości. W 2008 roku w Amsterdamie Stary Browar ogłoszony został najlepszym europejskim centrum handlowym. W pobliżu, na Placu Andersa w 1998 rozpoczęto realizację nowoczesnego centrum biurowego i finansowego. Wieżowiec **Poznańskiego Centrum Finansowego** zaprojektowała pracownia Ewy i Stanisława Sipińskich. Najwyższym budynkiem w Poznaniu jest aktualnie stojący w tym kompleksie czterogwiazdkowy **Andersia Hotel** (19 pięter, 102 m wysokości, powstał w 2007 roku). Liczy on 170 pokoi, 250 miejsc noclegowych. Największy apartament ma aż 100 m² powierzchni [Łęcki 2010, ss. 177-180].

Wśród obiektów powojennych obecnych w krajobrazie miasta nie można zapomnieć o pomnikach - upamiętniających związane z Poznaniem znaczące wydarzenia i postacie Są to przede wszystkim: Pomnik Powstańców Wielkopolskich (1965 r., ul. Królowej Jadwigi, narożnik ul. Wierzbicice), Armii „Poznań” (1988 r., Wzgórze św. Wojciecha) i Poznańskiego Czerwca 1956 roku (1981 r., Pl. Mickiewicza). A także pomnik Adama Mickiewicza (1960 r., Pl. Mickiewicza), a z najnowszych - monumenty: Cyryla Ratajskiego (2002 r., przed budynkiem PCF) i Hipolita Cegielskiego (2009 r., między ul. Podgórną i św. Marcin).



Fot. 31. Pomnik Cyryla Ratajskiego

Wykorzystana literatura:

- Abt S., 1988a, *Ludność Poznania w XVI i pierwszej połowie XVII wieku*, [w:] J. Topolski (red.), *Dzieje Poznania do roku 1793*, t. I, cz.1., Wyd. PWN, Warszawa-Poznań, s. 424-454
- Abt S., 1988b, *Ludność*, [w:] *Dzieje Poznania*, tom I, cz.2, s. 660-671
- Abt S., 1998, *Ludność. Struktura demograficzna miasta*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. II, cz. 1., s. 943-978
- Berger A., 1990, *Kalendarium procesów*, [w:] Maciejewski J., Trojanowiczowa Z., *Poznański Czerwiec 1956*, Wydawnictwo Poznańskie, s. 127-164
- Biesiadka J., Gawlak A., Kucharski Sz., Wojciechowski M., 2006, *Twierdza Poznań. O fortyfikacjach miasta Poznania w XIX i XX wieku*, Wyd. Rawelin, Poznań
- Borawska D., 1964, *Kryzys monarchii wczesnopiastowskiej w latach trzydziestych XI wieku*, Wyd. PWN, Warszawa.
- Dohnalowa T., 1994, *Handel, transport, komunikacja*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. II cz 1., s. 182-220
- Dolczewski Z., 2004, *Krótką historią Zamku Królewskiego w Poznaniu*, [w:] Zamek Królewski w Poznaniu, Poznań
- Drozdowski M., 1988, *Konfederacja targowicka i zabór miasta przez Prusy*, [w:] *Dzieje Poznania*, tom. 1, cz.2, s. 943-946
- Drozdowski M., Kuklińska K., 1988, *Rzemiosło. Gospodarka w dobie odbudowy i wzrostu*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. II cz. 1, s. 842-872
- Dworecki Z., 1998, *Mniejszości narodowe*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. II, cz. 1, s.1018-1045
- Falińska M., 1988, *Kultura umysłowa*, [w:] *Dzieje Poznania*, jw. tom I cz.2, s. 684-700
- Gąsiorowski A., 1988, *Ludność Poznania od połowy XIII do XV wieku* [w:] *Dzieje Poznania*, t. I, cz. 1, s. 245-284
- Górczak Z., 2002, *Najstarsze lokacje miejskie w Wielkopolsce (do 1314 roku)*, Wyd. WBP, Poznań
- Hensel W., 1958, *Poznań w zaraniu dziejów*, Wyd. Ossolineum, Wrocław
- Jakimowicz T., 1998, *Pałac Górków w Poznaniu*, Wyd. Miejskie, Poznań

- Jakimowicz T., 1988, *Sztuka renesansu i manieryzmu w Poznaniu*, [w:] *Dzieje Poznania do roku 1793*, t. 1., ss. 559-598
- Jarochoowski K., 2007, *Zdobywcy i okupanci staropolskiego Poznania*, Wyd. Miejskie, Poznań
- Jasiński T., 2005, *Uwarunkowania lokacji Poznania*, [w:] Z. Kurnatowska, T. Jurek, (red.) *Civitas Posnaniensis. Studia z dziejów średniowiecznego Poznania*, Wyd. PTPN, Poznań 2005, s. 163-172
- Jasiński T., 2010, *Początki organizacji kościelnej w Polsce* [w:] *Tu się wszystko zaczęło. Rola Poznania w państwie pierwszych Piastów. Teksty wykładów wygłoszonych na sympozjum naukowym w dn. 8 grudnia 2009*, Wyd. OWN ICB PAN, Poznań, s. 83-116
- Jurek T., *Przebieg lokacji Poznania*, [w:] Z. Kurnatowska, T. Jurek, (red.) *Civitas Posnaniensis. Studia z dziejów średniowiecznego Poznania*, Wyd. PTPN, Poznań 2005, s. 173-191
- Kaczmarczyk Z., 1988a, *Powstanie i rozwój grodu* [w:] *Dzieje Poznania*, t. I., cz.1., s.57-71
- Kaczmarczyk Z., 1988b, *Ustrój miasta lokacyjnego* [w:] *Dzieje Poznania*, t. I, cz.1, s. 183-193
- Karłowska-Kamzowa A., 1988, *Sztuka gotycka w Poznaniu*, [w:] *Dzieje Poznania do roku 1793*, t. 1, ss.370-392
- Kočka-Krenz H., 2003, *Dzieje Ostrowa Tumskiego w Poznaniu przed lokacją miasta. W kręgu katedry*, [w:] J. Wiesiołowski i inni (red.) seria KMP, nr 1, Wyd. Miejskie, Poznań, ss. 7-26
- Kočka Krenz H., *Najstarszy Poznań*, [w:] Z. Kurnatowska, T. Jurek, (red.) *Civitas Posnaniensis. Studia z dziejów średniowiecznego Poznania*, Wyd. PTPN, Poznań 2005, s. 27-42
- Kočka-Krenz H., 2010, *Pozycja Poznania w X wieku w źródłach archeologicznych* [w:] *Tu się wszystko zaczęło. Rola Poznania w państwie pierwszych Piastów. Teksty wykładów wygłoszonych na sympozjum naukowym w dn. 8 grudnia 2009*, Wyd. OWN ICB PAN, Poznań, s. 33-60
- Kondziela H., 2005, *Problemy odbudowy bloku śródmiejowego* [w:] J. Wiesiołowski i in. (red.), *Piękno odzyskane*, seria: Kronika Miasta Poznania (KMP), Wyd. Miejskie, Poznań, s. 33-47
- Kowal S., 1998, (współautor: J. Majewski), *Życie gospodarcze miasta. Kredyt, Rola gospodarcza Poznania*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. II, cz. I, s. 904-942
- Kruszyński B., 2009, *Poznań we wrześniu 1939 roku* [w:] Wiesiołowski J. i in. (red.), *Okupacja I* seria: KMP, Wyd. Miejskie, Poznań, s. 7-32
- Kurnatowska Z., Kara M., 2005, *Na tropie Poznania - eponima naszego miasta* [w:] Z. Kurnatowska, T. Jurek, (red.) *Civitas Posnaniensis. Studia z dziejów średniowiecznego Poznania*, Wyd. PTPN, Poznań 2005, s. 9-26
- Kurzawa Z., Kuszelski A., 2006, *Historyczne kościoły Poznania. Przewodnik*. Księgarnia Św. Wojciecha, Poznań, 2006
- Kurzawa Z., Kuszelski A., *Poznański barok, „Ochrona zabytków”* 1999, nr 3, ss. 216-224
- Kürbis B., 1988, *Poznań jako gród rezydencjonalny i osada z kościołami* [w:] *Dzieje Poznania*, t. I, cz.1., s. 72-79
- Linette E., 1988, *Życie artystyczne - sztuka baroku*, [w:] *Dzieje Poznania do roku 1793*, t. 1., ss. 701-751
- Łabędzka-Topolska M.D., 1988, *Życie umysłowe i rozwój kultury*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. I, cz.1., s. 504-558
- Łęcki W., 2004, *Wielkopolska nasza kraina*, red. t. I - III, WBP i Wyd. Kurpisz, Poznań
- Łęcki W., 2010, *Poznań. Przewodnik po zabytkach i osobliwościach miasta dla przybyszów z dalszych i bliższych stron*, Wyd. ZYSK i S-KA, Poznań 2010
- Łęcki W., Maluśkiewicz P., 1998, *Poznań od A do Z. Leksykon Krajoznawczy*, Wyd. Kurpisz, Poznań, 1998

- Łuczak Cz., 1989, *Dzień po dniu w okupowanym Poznaniu*, Wyd. Poznańskie, Poznań
- Łukaszewicz J., 1998, *Obraz historyczno-statystyczny Poznania w dawniejszych czasach*, Wyd. Miejskie, Poznań 1998, t. I., t. II.
- Marciniak P., 2010, *Doświadczenia modernizmu. Architektura i urbanistyka Poznania w czasach PRL*, Wyd. Miejskie, Poznań
- Maciejewski J., Trojanowicz Z. (red.), 1990, *Poznański Czerwiec 1956*, Wyd. Poznańskie, Poznań
- Malta 2010, oficjalny portal internetowy maltafestival poznań 2010 (www.malta-festival.pl/index.php/pl/artykuly/3,1,1,idea) (dostęp: 19.11.2010).
- Malinowski K., (red.), 1956, *Dziesięć wieków Poznania, t. I.: Dzieje społeczno-gospodarcze*, Wyd. Sztuka, Poznań
- Modelski K., Topolski J., (red.), 1995, *Żydzi w Wielkopolsce na przestrzeni dziejów*, Poznań
- Mrugalska-Banaszak M., 1998, *Rozwój przestrzenny Poznania*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. II cz. 1, s. 817-825
- Olejnik K., 1998, *Wyzwolenie Poznania w 1945 roku*, [w:] J. Topolski, L. Trzeciakowski (red.) *Dzieje Poznania*, t. II, cz. 2 (1918-1945), Wyd. PWN, Warszawa-Poznań, s. 1509-1529
- Ostrowska-Kębtowska Z., 1997, *Dzieje Kaplicy Królów Polskich czyli Złotej w katedrze poznańskiej*, Poznań
- Ostrowska-Kębtowska Z., 1994, *Architektura i budownictwo w latach 1793-1815*, [w:] *Dzieje Poznania*, Tom II, cz. 1, s. 102-111
- Ostrowska-Kębtowska Z., 1988, *Sztuka okresu oświecenia w Poznaniu*, [w:], *Dzieje Poznania do roku 1793*, t. 1., ss. 909-942
- Pazder J. (red.) 2003, *Poznań. Przewodnik po zabytkach i historii*, Wydawnictwo Miejskie. Poznań
- Poznań od A do Z, Leksykon krajoznawczy*, 1998, pod red. W. Łęckiego i P. Małuśkiewicza, Poznań
- Pietrowicz A., 2009, *Struktury konspiracyjne Polskiego Państwa Podziemnego w Poznaniu*, [w:] J. Wiesiołowski i in (red.) *Okupacja II*, seria: KMP, Wyd. Miejskie, Poznań, s. 7-38
- Przybył M., 2005, *Poznań na tle szlaków komunikacyjnych od X do XIII wieku*, [w:] Z. Kurnatowska, T. Jurek, (red.) *Civitas Posnaniensis. Studia z dziejów średniowiecznego Poznania*, Wyd. PTPN, Poznań 2005, s. 111-125
- Rogalanka A., 1988, *Poznań u progu lokacji* [w:] *Dzieje Poznania*, t. I., cz.1., s. 146-183
- Sandorski J., 1990, *Procesy poznańskie z 1956. Wątpliwości, polemiki, klimaty*, [w:] Maciejewski J., Trojanowiczowa Z., *Poznański Czerwiec 1956*, Wydawnictwo Poznańskie, s.165-221
- Schwendemann H., 2009, *Rezydencja Führera“ na Wschodzie. Zamek Cesarski w Poznaniu 1939-45*, [w:] J. Wiesiołowski i in., *Okupacja I*, KMP, Wyd. Miejskie, Poznań, s. 271-286
- Skibiński S., 2003, *Królewski charakter katedry poznańskiej* [w:] J. Wiesiołowski i inni, *W kręgu katedry*, seria KMP, nr 1, ss. 126-156
- Skuratowicz J., *Rozwój urbanistyczny miasta po 1880 roku. Rola Josepha Stübbena* (s. 542-559), *Zamek* (s. 569-572), *Nowe budowle użyteczności publicznej* (s. 572-576) [w:] *Dzieje Poznania*, t. II, cz. 1.
- Stary Browar 2010* (oficjalny portal internetowy CBiS Poznań (Stary Browar), www.starybrowar5050.com/miejsce/starybrowar/historia) (dostęp: 19.11.2010)
- Topolski J., *Wielkopolska poprzez wieki*, Wyd. Poznańskie, Poznań 1973
- Topolski J. (red.), 1988, *Dzieje Poznania*, tom I, cz.1 i 2, Wyd. PWN, Warszawa-Poznań

- Topolski J., 1994, *Trudny proces wykształcania się nowoczesnego miasta*, [w:] *Dzieje Poznania* tom II, cz. 1, s. 5-10
- Topolski J., Trzeciakowski L. (red.), 1994 (cz. 1), 1998 (cz. 2), *Dzieje Poznania*, tom II 1793-1945, Wyd. PWN, Warszawa-Poznań
- Trzeciakowski L., 1994, Aktywność polityczna poznaniaków, [w:] *Dzieje Poznania*, t. II, cz. 1, s. 321-427
- Tyszkiewicz B., 2005, *Komisja Dobrego Porządku w Poznaniu 1780-1784*, seria KMP, Wyd. Miejskie, Poznań,
- Warkoczewska M., Dolczewski Z., 1994, *Życie artystyczne w Poznaniu w XIX wieku*, [w:] J. Topolski, L. Trzeciakowski (red.) *Dzieje Poznania 1793-1918*, t. 2, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa - Poznań 1994, ss. 657-694
- Wąsicki J., 1994, *Poznań jako miasto tzw. Prus Południowych (1793-1806)*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. II cz. 1, s. 64-78
- Wąsicki J., 1994b, *Poznań w czasach Księstwa Warszawskiego*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. II, cz. 1., s. 79-88
- Wędzki A., 1994, *Rozwój przestrzenny miasta w latach 1793-1815*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. II, cz. 1, s. 89-101
- Wiesiołowski J., 1988, *Kultura i społeczeństwo w późnym średniowieczu*, [w:] *Dzieje Poznania*, t. I, cz. 1., s. 310-369
- Wiesiołowski J., 2003, *Tworzenie miasta*, [w:] J. Pazder (red.), *Poznań. Przewodnik po zabytkach i historii*, Wyd. Miejskie, Poznań, s. 8-28
- Wojciechowski Z., 1948, *Państwo polskie w wiekach średnich*, Wyd. Księgarnia Akademicka, Poznań
- Woźniak M., 1998, *Walka podziemia z okupantem*, [w:] J. Topolski, L. Trzeciakowski (red.), *Dzieje Poznania*, tom II, cz. 2, Wyd. PWN, Poznań-Warszawa, s. 1387-1413
- Zakrzewski Z., 1986, *Urbanistyka i architektura (na przykładzie Poznania)*, Wyd. AE, Poznań
- Ziemkowski A., 1990a, *Próba chronologicznej rekonstrukcji wydarzeń*, [w:] Maciejewski J., Trojanowiczowa Z., *Poznański Czerwiec 1956*, Wydawnictwo Poznańskie, s. 56-110
- Ziemkowski A., 1990b, *Ofiary i straty ludzkie*, [w:] Maciejewski J., Trojanowiczowa Z., *Poznański Czerwiec 1956*, Wydawnictwo Poznańskie, s. 111-126
- Ziółkowska A., 2006, *Żydzi poznańscy w pierwszych miesiącach okupacji hitlerowskiej*, [w:] J. Wiesiołowski i in., (red.), *Poznańscy Żydzi*, seria: KMP, Wyd. Miejskie, Poznań, s. 378-393
- Ziółkowska A., 2009a, *Poznań stolicą Wartheland* [w:] J. Wiesiołowski i in., *Okupacja I*, seria: KMP, Wyd. Miejskie, Poznań, s. 105-120
- Ziółkowska A., 2009b, *System represji okupanta wobec ludności polskiej i żydowskiej* [w:] J. Wiesiołowski i in., *Okupacja I*, seria: KMP, Wyd. Miejskie, Poznań, s. 151-167
- Ziółkowska H., 2004, *Czas powstania i osoba fundatora tzw. Zamku Przemysława w Poznaniu*, [w:] J. Wiesiołowski i in. (red.), *Zamek książąt, królów, starostów*, seria: KMP, Wyd. Miejskie, Poznań, s. 27-38
- Zimowski L., 1975, *Procesy urbanizacyjne*, [w:] Topolski J. (red.) *Poznańskie w Polsce Ludowej*, Wyd. Poznańskie, Poznań, s. 87-104
- Żak J., 1988, *Początki zasiedlania obszaru późniejszego Poznania*, [w:] *Dzieje Poznania*, tom I, cz. 1. s. 40-56

Potencjał turystyczno-kulturowy Poznania i okolic

Wprowadzenie:

Punktem wyjścia dla poniższego opracowania były badania autora przeprowadzone w roku 2009 i 2010 oraz powstałe na ich podstawie trzy powiązane ze sobą teksty, zamieszczone w numerze 4-6 rocznika 2010 czasopisma naukowego "Turystyka Kulturowa" i stanowiące część prezentacji mikroregionu poznańskiego w kontekście zainteresowań i potrzeb współczesnej turystyki kulturowej. Na część pierwszą składa się waloryzacja potencjału turystyczno-kulturowego Poznania i powiatu poznańskiego, dokonana w oparciu o opracowaną przez autora metodę oceny mikroregionów z punktu widzenia turystyki kulturowej¹. Część druga stanowi szerzej sformułowany zapis wniosków z tej waloryzacji w odniesieniu do poszczególnych zakresów oceny, takich jak walory, położenie i infrastruktura, oraz organizacja i promocja turystyki. W ostatniej części autor bardziej szczegółowo i w oparciu o przykłady konkretnych miejsc, obiektów oraz imprez ukazuje potencjał turystyczno-kulturowy Poznania w odniesieniu do wybranych form wypraw kulturowych. W tej właśnie części wnioski zawarte w tekstach pierwotnych zostały uzupełnione o szereg postulatów odnoszących się do pożądanych działań w zakresie modyfikacji lub rozwinięcia oferty turystycznej.

1. Waloryzacja potencjału turystyczno-kulturowego miasta Poznania i powiatu poznańskiego

Kategoria I: Potencjalne cele turystyki kulturowej

I.A: Zabytki:

I.A.a)Obiekty sakralne:

Historyczna katedra (12)

Katedra św. Piotra i Pawła - 12 pkt.

Historyczny zespół sakralny dużej wielkości Z (pierwsze dwa) (6)

Byłe kolegium jezuickie - 6

Zespół klasztorny w Owińskach - 6

Mniejszy lub częściowo zachowany historyczny zespół sakralny (pierwsze dwa) (3)

Klasztor Franciszkanów na Górze Przemysła - 3

Klasztor Reformatów na Śródce - 3

¹ Waloryzacja została sporządzona na podstawie kryteriów opracowanych i opublikowanych w [Mikos v. Rohrscheidt A., 2008, s. 413 - 467]. W tym miejscu należy zwrócić uwagę na fakt, że waloryzacja dokonywana zgodnie z przyjętymi we wskazanym opracowaniu kryteriami nie jest wyczerpującą inwentaryzacją i tym samym nie obejmuje wszystkich istniejących i potencjalnie atrakcyjnych obiektów, których w przestrzeni miasta jest znacznie więcej. Kieruje się ona potrzebami organizatora wypraw kulturowych lub preferencjami i oczekiwaniami turysty kulturowego, który w oparciu o oczekiwania swoich klientów (pierwszy z nich) lub o własne skrytykowane zainteresowania (drugi) wybiera do programu wycieczki lub osobistego odwiedzenia obiekty najciekawsze, najlepiej znane lub najcenniejsze z punktu widzenia preferowanej formy turystyki. Zgodnie z tymi kryteriami został zbudowany schemat formularza waloryzacyjnego, obejmującego w poszczególnych zakresach i podzakresach (odpowiadających w najbardziej rozbudowanej kategorii I poszczególnym formom turystyki kulturowej a w pozostałych ważnym elementom informacji, promocji, organizacji turystyki i infrastruktury turystycznej), który na podstawie przeprowadzonej inwentaryzacji został uzupełniony i stał się podstawą analizy. Data zakończenia sporządzania formularza waloryzacyjnego i tym samym momentem wyjściowym dla formułowania ocen był dzień 20. marca 2010, i te datę należy uznać za punkt odniesienia w odniesieniu do aktualności zawartych w niniejszym tekście opinii wniosków i postulatów. W przypadku odnoszenia uwag do stanu późniejszego, jak to miało miejsce kilkakrotnie w ostatniej części opracowania, zaznaczono ten fakt w tekście.

Sanktuarium historyczne o znaczeniu krajowym lub regionalnym (diecezjalnym) (jedno pierwsze)(6)

Kościół Bożego Ciała, Poznań, ul. Krakowska (6)

Inne Sanktuarium lub sanktuarium o znaczeniu regionalnym bez historycznego kultu (za pierwsze dwa)(3)

Kościół Franciszkanów na Wzgórzu Przemysła (3)

Sanktuarium maryjne w Tulcach - 3

Inna świątynia innych wyznań i religii Z (za pierwszą) (2) -

Synagoga Nowa na ul. Stawnej - 2

Aktualna siedziba biskupia (6)

Kuria Metropolitalna, ul. Ostrów Tumski (6)

Inny obiekt sakralny o znacznych walorach architektonicznych (za pierwsze trzy) (4)

Kościół Św. Wojciecha (4)

Fara Poznańska (4)

Kościół Św. Jana Jerozolimskiego na Komandorii (4)

I.A.b)Zamki i pałace:

Monumentalny zamek lub pałac historyczny, ZD (za pierwsze trzy) (10)

Zamek Cesarski przy ul. Święty Marcin (10)

Zespół Pałacowy w Rogalinie (10)

Zamek lub pałac historyczny, miejsce ważnych wydarzeń ZD (za pierwsze trzy)(5)

Zamek Królewski na Wzgórzu Przemysła (5)

Zamek lub pałac historyczny ZD (za pierwsze trzy) (3)

Zamek w Kórniku (3)

Pałac Górków, ul. Wodna (3)

Pałac Działyńskich, Stary Rynek (3)

I.A.c) Inne zabytkowe obiekty architektoniczne i techniczne:

Historyczny cenny zespół urbanistyczny z rynkiem i kilkoma ulicami, zachowany w znacznej części (za pierwsze trzy) (12)

Poznań - Stare Miasto (12)

Inny cenny zespół urbanistyczny na przynajmniej krajową skalę (10)

Poznań, Dzielnica Cesarska (10)

Historyczny zespół urbanistyczny z rynkiem, zachowany we fragmentach (pierwsze dwa) (3)

Kostrzyn Wlkp. (3)

Buk (3)

Budynek o znacznych walorach architektonicznych, miejsce ważnych wydarzeń ZD (pierwsze trzy)(6)

Hotel Bazar, ul. Paderewskiego (60)

Budynek o znacznych walorach architektonicznych ZD (pierwsze trzy**) (4)

Ratusz Poznański, Stary Rynek (4)

Collegium Minus Uniwersytetu, Pl. Mickiewicza (4)

Bez dalszej punktacji - 0

Ruiny fortyfikacji miejskich (1)

Brama Masztalarska (1)

Zachowane w znacznej części zespoły zabytkowe związane z dziejami innych niż polska grup etnicznych (za pierwsze dwa zespoły) (7)

Tzw. Dzielnica Cesarska (Niemcy) (7)

Pojedyncze zabytki związane z dziejami innych grup etnicznych ZD (za pierwsze dwa*) (4)

Były Żydowski Dom Starców (ul. Żydowska) (4)

Historyczna funkcjonująca stale linia kolejowa lub żegluga (tylko za przystanek początkowy lub końcowy danej linii) (6)

Kolej parowa do Wolsztyna (Dworzec Główny) - 6

I.A.d)Obiekty militarne:

Zespół forteczny o bardzo dużym znaczeniu militarnym, zachowany w znacznej części ZD (10)

Twierdza Poznań z Cytadelą i fortami - 10

Dodatkowe punkty za obiekty dziedzictwa kulturowego:

Obiekt będący na polskiej liście Pomników Historii ZD (15)

Historyczny zespół miasta z Ostrowem Tumskim (...) lewobrzeżnym Starym Miastem (...) a także Fortem Winiary (15)

Dodatkowe punkty za wszystkie obiekty powyżej wpisanych klas:

Za statych przewodników obiektowych w j. polskim po 2 pkt (za pierwsze pięć)

Katedra śś. Piotra i Pawła - (2)

Za możliwość zamówienia przewodnika obiektowego (pierwsze pięć*)(1 pkt)

Zamek Kórnicki - (1)

Pałac w Rogalinie - (1)

Ratusz Poznański - (1)

Własny materiał informacyjny w obiekcie (publikacje monograficzne, albumy) (pierwsze trzy obiekty) (1 pkt),

Ratusz Poznański - 1

Katedra Poznańska - 1

Twierdza Poznań - 1

Własny materiał informacyjny w obiekcie w językach obcych (przynajmniej dwóch) w pierwszych trzech obiektach 1 pkt

Ratusz Poznański (1)

Katedra Poznańska (1)

Pałac Górków (1)

Za bardzo dobry stan konserwacji i estetyki najważniejszych trzech obiektów (element uznaniowy) można doliczyć w sumie od 1 do 2 punktów dla całego regionu)

Stan konserwacji głównych obiektów bardzo dobry - 2 pkt.

I.B.) Miejsca historyczne lub znaczące:**I.B.a) Budowle historyczne i monumenty Monumenty (pomniki) o znaczeniu międzynarodowym (8)**

Pomnik Poznańskiego Czerwca, Pl. Mickiewicza - (8)

Monumenty (pomniki) o znaczeniu krajowym (do trzech*) (6)

Pomnik Armii Poznań - ul. T. Kutrzeby (6)

Pomnik Powstańców Wielkopolskich - ul. Górna Wilda (6)

Monumenty (pomniki) o znaczeniu regionalnym (do trzech) (2)

Pomnik 15. Pułku Ułanów Poznańskich - ul. I. Paderewskiego (2)

Pomnik Karola Marcinkowskiego - Al. Marcinkowskiego (2)

Pomnik/Studzienka Bamberki, Stary Rynek - 2

Miejsca historyczne o znaczeniu międzynarodowym (do trzech) (8)

Ostrów Tumski - Miejsce związane z początkiem Państwa Polskiego (8)

Plac Mickiewicza - Miejsce rewolty robotniczej w Czerwcu 1956 (8)

Miejsca historyczne o znaczeniu krajowym (do trzech) (4)

Zamek Królewski na Wzgórzu Przemysła - 4

Uniwersytet Poznański (Collegium Minus) - miejsce rozpoczęcia pracy pogromców kodu „Enigmy” (4)

Plac Wolności - Miejsce wybuchu Powstania Wielkopolskiego (4)

Miejsca związane z akcją utworów literackich o krajowym znaczeniu (za pierwsze trzy) (2)

Ul. Roosevelta (Jeżyce) - „Jeżycjada” (2)

Ostrów Tumski - akcja wielu powieści historycznych, w tym Kraszewskiego, Bunscha (2)

Miejsca związane z biografią osób o międzynarodowym znaczeniu (pierwsze trzy) (3)

Ostrów Tumski - Bolesław Chrobry (3)

Ul. Podgórna - miejsce urodzenia Paula v. Hindenburga (3)

Byłe Kolegium Jezuickie - Dłuższy pobyt Napoleona Bonapartego w r. 1806 (3)

Miejsca związane z biografią osób o krajowym znaczeniu ZD (do trzech) (2)

Akademia Lubrańskiego (ul. Lubrańskiego) - Klemens Janicki, poeta (2)

Zamek w Kórniku - Władysław Zamoyski (2)

Byłe Kolegium Jezuickie - miejsce działalności ks. Jakuba Wujka - (2)

Miejsca związane z biografią osób o regionalnym znaczeniu (pierwsze dwa) (1)

Pałac Działyńskich - (Stary Rynek) Tytus Działyński (1)

Kamienica pod Lwem (Stary Rynek) - Karol Marcinkowski (1)

Miejsca związane z biografią osób innej narodowości, ważnych w skali krajowej dla tych narodowości (za pierwsze dwa) (2)

Budynek Arkadii (Były Teatr) - Ernst Theodor August Hoffmann, dramaturg (Niemcy) (2)

Ul. Żydowska - miejsce urodzenia i działania Rabina Maharala (twórca Golema) (2)

I.B.b)Cmentarze historyczne

Nekropolia zbiorowa władców Polski:

Złota Kaplica Katedry Poznańskiej - Założyciele Państwa Polskiego (8),

Nekropolia zbiorowa innych znanych w skali kraju osobistości (do trzech) (5)

Krypta Św. Wojciecha - Wzgórze Św. Wojciecha (m. in. J. Wybicki, J.H. Dąbrowski, E. Strzelecki) - 5

Nekropolia zbiorowa znanych osobistości w skali regionu (do trzech) (2)

Cmentarz Zasłużonych Wielkopolan, Wzgórze św. Wojciecha (2)

Cmentarz Junikowski, Aleja Zasłużonych (2)

Cmentarz Miłostowski, znane osobistości życia kulturalnego Wielkopolski (2)

Pojedyncze miejsce pochówku osobistości znanej w skali kraju (do trzech) (2)

Rogalin, E. Raczyński, prezydent RP na wychodźstwie (2)

Pojedyncze miejsce pochówku osobistości znanej w skali regionu (do trzech) (1)

Kórnik, Łukasz Górka(1)

Wierzenica - kościół. grób Augusta Cieszkowskiego (1)

I.B.c)Budowle współczesne

Budowle współczesne o bardzo wysokiej wartości architektonicznej D (5)

Stary Browar - międzynarodowo uznana adaptacja obiektu przemysłowego (5)

Budowle współczesne o wysokiej wartości architektonicznej (do trzech**) (1)

Budynek dawnego Domu Handlowego Okrąglak, ul. Mielżyńskiego (1)

Kościół Narodzenia NMP na Os. Bohaterów II Wojny Światowej (1)

I.C. Pojedyncze dzieła sztuki:

Pojedyncze obiekty sztuki o znaczeniu krajowym (do trzech) (5)

Monstrancja barokowa, własność Fary Poznańskiej w Muzeum Archidiecezji (5)

Pomnik Mieszka I i Bolesława Chrobrego(C. Rauch) w Katedrze (5)

Pojedyncze obiekty sztuki o znaczeniu regionalnym (do trzech*) (2)

Monstrancja gotycka z kościoła Bożego Ciała, ul. Krakowska (2)

Obiekty, instalacje lub zespoły sztuki współczesnej o znaczeniu międzynarodowym (9)

Instalacja „Nierozpoznani” M. Abakanowicz, Park Cytadela (9)

Obiekty, instalacje lub zespoły sztuki współczesnej o znaczeniu krajowym (do trzech*) (5)

Rzeźba I. Mitoraja „Uśmiech Księżycy”, CHSiB Stary Browar (5)

I.D. Muzea i wystawy (w tym skanseny, galerie, muzea techniki)

Muzea o znaczeniu krajowym (do trzech) (8)

Muzeum Narodowe - Galeria Malarstwa (Al. Marcinkowskiego) (8)

Muzeum Narodowe Rolnictwa (Szreniawa) (8)

Muzeum Instrumentów Muzycznych (Stary Rynek) (8)

Muzea o znaczeniu regionalnym (do trzech) (5)

Muzeum Sztuk Użytkowych (wzgórze Przemysła) (5)

Muzeum Archeologiczne (ul. Wodna) (5)

Muzeum w Zamku Kórnickim (Kórnik)(5)

Samodzielne prezentacje multimedialne (pierwsze dwie) (4)

Makieta Dawnego Poznania, ul. Ludgardy (4)

Wersje obcojęzyczne samodzielnych prezentacji multimedialnych (do dwóch) (za każdą 1)

Makieta Dawnego Poznania (8 wersji językowych) (2)

Zorganizowane w ostatnim roku wystawy czasowe o zasięgu krajowym (w sumie za pierwsze trzy) (4)

Centrum Kultury Zamek: World Press Photo (premiera polska, corocznie) (4)

Muzeum Narodowe w Poznaniu: „Grafiki Rembrandta. Oryginał. Kopia. Późne odbitki” kwiecień-czerwiec 2009 (4)

Zorganizowane w ostatnim roku wystawy czasowe o zasięgu regionalnym* (w sumie za pierwsze trzy) (2)

Muzeum Etnograficzne: „Od nitki do arcydzieła. Barwny świat tkanin (maj-sierpień 2009)(2)

Organizacja Nocy Muzeów w regionie na dużą skalę (ponad 10 placówek) (4)

Poznańska Noc Muzeów (maj 2009)(4)

Ekspozycje i prezentacje albo samodzielne placówki muzealne związane tematycznie z innymi grupami narodowymi lub etnicznymi, dziejami innych państw lub narodów (za pierwsze dwie z objaśnieniami w innym języku) (3)

Muzeum Bambrow Poznańskich (3)

Przewodnicy obiektowi na wcześniejsze zamówienie (do trzech placówek)(1)

Wszystkie wymienione placówki muzealne (3)

Przewodnicy obiektowi na wcześniejsze zamówienie w przynajmniej 2 językach obcych (1)

Muzeum Narodowe (Galeria Malarstwa), Muzeum Narodowe Rolnictwa, Zamek Kórnicki,

Muzeum Instrumentów Muzycznych, Muzeum Archeologiczne - (w sumie 5)

Własny materiał informacyjny¹, wydany nie dawniej niż 5 lat : (1)

Wszystkie wymienione muzea i placówki (7)

Wersje obcojęzyczne własnego materiału informacyjnego (minimum dwie wersje) (1)

Wszystkie wymienione muzea (6)

Sklep muzealny otwarty w godzinach pracy muzeum (1)

Muzeum Narodowe, Muzeum Narodowe Rolnictwa, Muzeum Instrumentów Muzycznych,

Makieta Dawnego Poznania (4)

Przy muzeach o znaczeniu krajowym dodatkowe punkty za opis zbiorów w językach obcych (1)

Wszystkie trzy muzea (3)

Przy muzeach regionalnych i lokalnych punkty dodatkowe za: stałe godziny otwarcia (1)

Wszystkie trzy muzea (3)

Pojedyncze eksponaty lub kolekcje o znaczeniu krajowym (do dwóch) (1)

Muzeum Archeologiczne: Kolekcja egipska (1)

Zamek w Kórniku Najstarsza prywatna kolekcja broni (1)

Własny materiał informacyjny, opracowania mniejsze (broszury, foldery)

Wszystkie trzy muzea (3)

I.E. Eventy kulturowe²:

Regularne eventy kultury wysokiej o znaczeniu międzynarodowym (7)

„maltafestival poznań” (corocznie) (7)

Regularne eventy kultury wysokiej o znaczeniu krajowym (do dwóch) (5)

Międzynarodowe Warsztaty Tańca Nowoczesnego, corocznie (6)

Regularne eventy kultury wysokiej o znaczeniu regionalnym (do dwóch) (3)

Tzadik Poznań Festiwal (Muzyka Żydowska), corocznie (4)

Festiwal Maski, corocznie (4)

Regularne eventy kultury masowej o znaczeniu krajowym (do trzech) (6)

Misterium Męki Pańskiej na poznańskiej Cytadeli; kilkadziesiąt tysięcy widzów z całej Polski (6).

Regularne eventy kultury masowej o znaczeniu regionalnym (do trzech) (4)

Jarmark Świętojański (czerwiec) (4)

Wesele wiejskie w Szreniawie (sierpień) (4)

Święto Bamberskie (sierpień) (4)

² Dla ustalania znaczenia turystycznego eventów kulturowych i tym samym ostatecznej klasyfikacji rangi poszczególnych imprez dokonano bliższego sprecyzowania kryteriów w oparciu o: Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 112

Regularne inscenizacje historyczne lub militarne o znaczeniu regionalnym (do dwóch) (4)

Dni Ułana (czerwiec) (4)

Rocznica wybuchu Powstania Wielkopolskiego (grudzień) (4)

Rzadsze eventy kultury wysokiej lub masowej o znaczeniu międzynarodowym (jeden)(4)

Konkurs Skrzypcowy im. H. Wieniawskiego (4)

Regularne działanie na terenie regionu grup inscenizacji historycznej (za pierwsze dwie) (5)

Stowarzyszenie Grupa Rekonstrukcji Historycznej 3 Bastion Grolman (5)

Stowarzyszenie Rekonstrukcji Historycznej "Odwach" (5)

Dodatkowy punkt przyznaje się za każdy dzień trwania danego eventu kultury masowej ponad 4 dni, (jednak nie więcej niż 3 punkty w sumie)

Jarmark Świętojański (ponad 7 dni) (3)

I. F. Funkcjonujące zakłady przemysłowe z ofertą turystyczną (do dwóch) (2)

Kompania Piwowarska (Browar Lech) (2)

I. G. Kulturowo znacząca oferta przyrodnicza:

ZOO, akwaria, inne duże obiekty zoologiczne (za każdy do trzech) (4)

Stare ZOO (4)

Nowe ZOO (4)

Park Narodowy z Muzeum Przyrodniczym na terenie regionu (8)

Wielkopolski Park Narodowy (8)

Park Krajobrazowy na terenie regionu (2)

Rogaliński Park Krajobrazowy (2)

Park Krajobrazowy Puszcza Zielonka (2)

Park Krajobrazowy Promno (2)

Rezerwat przyrody na terenie regionu (do trzech) (1)

Rezerwat Przyrody Meteoryt Morasko (Poznań) (1)

Rezerwat Przyrody Żurawiniec, Poznań (1)

Rezerwat florystyczny Śnieżycowy Jar (1)

Ogród Botaniczny, Palmiarnia, Arboretum (za pierwsze dwa obiekty) (4)

Ogród Botaniczny w Poznaniu (4)

Palmiarnia Poznańska (4)

Ogród przy rezydencji, park kultywowany (za pierwsze dwa obiekty) (2)

Arboretum-park pałacowy w Kórniku (2)

Park Pałacowy w Rogalinie (2)

Park miejski duży kultywowany (pow. od 4 ha) z obiektami sztuki, (za pierwsze dwa) (2)

Park Cytadela (Poznań) (2)

Park Wilsona (Poznań) (2)

I.H. Szlaki kulturowe:

Przebiegające przez region lub jego miejscowości materialne szlaki turystyczne o znaczeniu międzynarodowym (8)

Szlak Cysterski (pętla wielkopolska): Zespół poklasztorny w Owińskach (8)

Wielkopolska Droga Św. Jakuba: Poznań, Murowana Goślina (8)

Przebiegające przez region lub jego miejscowości materialne szlaki o znaczeniu krajowym (za pierwsze trzy) (7),

Szlak Piastowski (7)

Przebiegające przez region lub jego miejscowości materialne szlaki turystyczne o znaczeniu regionalnym (za pierwsze dwa) (3)

Trasa Kórnicka (3)

Szlak Kościołów Drewnianych wokół Puszczy Zielonka (3)

Materialne szlaki turystyczne w regionie (własne, za pierwsze trzy) (3)

Pierścień Poznański (Szlak rowerowy) (3)

Materialne szlaki w poszczególnych miejscowościach regionu (za pierwsze trzy) (3)

Trakt Królewsko-Cesarski (Poznań) (3)

Wirtualne szlaki turystyczne, przebiegające przez teren regionu (za pierwsze trzy) (2)
Szlak Romański (Poznań) - w Wielkopolsce nie oznakowany (2)
Szlak: „Wielkopolska wybitnych Polaków” (WOT) (2)
Szlak Zamków, pałaców i dworów (WOT) (2)
 Wirtualne trasy tematyczne w miejscowościach regionu (za pierwsze trzy) (1)
Śladami poznańskich organiczników (KulTour.pl) (1)
Święty Poznań (historyczne Świątynie Poznania) (KulTour.pl) (1)
Secesja Poznańska (KulTour.pl) (1)
 Oferta objazdu turystycznego w przewodniku na zamówienie (za pierwsze dwie trasy) (1)
Możliwość zamówienia w BORT, MPK i w niektórych miejscowych biurach podróży autobusu lub tramwaju Retro wraz z przewodnikiem na dowolnej trasie (2)
 Dodatkowe wersje językowe oferty objazdu z przewodnikiem (za dwie pierwsze) (1)
Oferta zamówienia przejazdu pojazdem retro z przewodnikiem jest dostępna w minimum 4 językach obcych (2)

Kategoria II: Elementy obsługi turystycznej:

II.A. Informacja turystyczna:

Informacja turystyczna na miejscu, regularnie czynna (2)
Poznań, Centrum Informacji Miejskiej (2)
 Informacja w językach obcych, (za każdy język do trzech) (1)
Informacje są udzielane w pięciu językach obcych (3)
Przewodnicy miejsca lub terenowi na zamówienie (3)
Możliwe zamówienie w różnych instytucjach i przedsiębiorstwach (3)
 Przewodnicy miejsca lub terenowi (za każdy język do czterech) (1)
Przewodnicy dostępni w siedmiu językach obcych: niemieckim, rosyjskim, francuskim, hiszpańskim, angielskim, ukraińskim, włoskim (4)
 Aktualny własny materiał informacyjny wysokiej jakości na temat regionu lub jego miejscowości (ogólnie) (2)
Duża różnorodność materiału informacyjnego (2)
 Wersje obcojęzyczne materiału informacyjnego wysokiej jakości (każdy język do trzech) (1)
Istnieją cztery wersje językowe materiału informacyjnego: niemiecka, angielska, rosyjska, francuska (1)

II.B. Infrastruktura turystyczna:

Hotele 5,4,3,2,1-gwiazdkowe, hostele, schroniska, kwatery zorganizowane - (za pierwsze dwa obiekty każdej kategorii) (2)
Istnieje oferta noclegowa we wszystkich kategoriach: po przynajmniej dwa hotele wszystkich kategorii (20), przynajmniej dwa schroniska (4), przynajmniej dwa inne rodzaje kwater zorganizowanych (4) oraz dwa hostele (4). Razem: (32)
 Istniejąca oferta pakietowa hoteli z usługami turystycznymi (za pierwsze dwie oferty w różnych klasach) (1)
*Weekendowy pakiet turystyczny biura KulTour.pl (4****/3/2/1* (1))*
*Apetyczny Poznań (Hotel Stare Miasto 3 ***) (1)*
 Restauracje z autentyczną kuchnią regionalną, (za pierwszy obiekt) (3)
Restauracja Zagroda Bąmberska (ul. Kościelna) (3)
 Restauracje z autentyczną krajową kuchnią tradycyjną (inna) (za pierwszy obiekt) (2)
Restauracja Koziółki (Stary Rynek) (3)
 Dodatkowe punkty za historyczne wnętrza restauracji (za pierwsze dwa obiekty) (1)
Restauracja Młyńskie Koło ul. Browarna (1)
Restauracja Zagroda Bąmberska (ul. Kościelna) (1)
 Dodatkowe punkty za ofertę kulturową w restauracji (za pierwsze dwa obiekty) (1)
Restauracja Bee Jays (Stary Rynek), koncerty muzyczne (1)
Restauracja Czerwony Fortepian, ul. Mokra (występy muzyków, koncerty) (1)
 Dodatkowe punkty za restauracje otwarte po godzinie 22 (za pierwszą) (1)
Większość restauracji otwarta do godziny 23.00 (1)
 Dodatkowe punkty za restauracje otwarte po godzinie 24 (za pierwszą) (1)
Restauracja-Herbaciarnia Chimera (ul. Dominikańska), otwarta do ostatniego gościa (1)

Bistra, bary (za pierwszy obiekt) (1)
Bar Bistro Garncarska, ul. Garncarska (1)
 Możliwość wynajęcia na miejscu autokaru, busa, samochodu (za pierwsze dwie oferty) (2)
Wynajem autokarów BORT PTTK Poznań (2)
Wynajem samochodów AVIS lotnisko Ławica, Poznań (2)

II.C. Infrastruktura komunikacyjna:

Lotnisko z połączeniami międzynarodowymi mniej niż 50 km (1 godzina na dotarcie) (4)
Lotnisko Poznań-Ławica (4)
 Duży dworzec kolejowy na miejscu (za pierwszy) (3)
Dworzec Poznań Główny, wszystkie typy połączeń (3)
 Dworzec autobusowy na miejscu (za pierwszy) (2)
PKS Poznań, bardzo duża liczba połączeń (2)
 Czynna przystań pasażerska morska lub rzeczna (za pierwszą) (1)
Przystań spacerowa Białej Floty na Jeziorze Kórnickim, Kórnik (1)
 Autostrada lub droga szybkiego ruchu w odległości mniej niż 20 km (za pierwsze dwie) (4)
Autostrada A-2 (Wschód-Zachód), trzy zjazdy na terenie Poznania (4)
 Droga ekspresowa lub droga główna krajowa w odl. mniej niż 10 km (za pierwsze dwie) (2)
Droga Krajowa Nr 5 (Wrocław-Gdańsk) (2)
Droga Krajowa Nr 11 (Katowice-Koszalin) (2)
 Obecność komunikacji miejskiej, gminnej, regionalnej (2)
Poznań, komunikacja tramwajowa, autobusowa i podmiejska (2)
 Kursy nocne komunikacji miejskiej, gminnej, regionalnej (1)
Poznań, Kursy nocne komunikacji autobusowej miejskiej (1)
 Całodobowa oferta taxi na miejscu (1)
Poznań, liczne firmy Radio-Taxi (1)
 Oferta powozów, bryczek i inna retro na zamówienie (za pierwszą ofertę) (1)
Poznań, możliwość zamówienia przejazdu bryczką po Starym Mieście, Rogalin, (1)

II. D. Promocja turystyczna:

Samodzielny udział regionu lub wchodzących w jego skład miejscowości, gmin lub obiektów w światowych prestiżowych targach turystycznych (za każde stoisko w roku do trzech) (3)
Miasto Poznań - ITB Berlin, corocznie (3)
 Samodzielny udział regionu lub innych podmiotów (jak wyżej) w krajowych targach turystycznych* (za każde stoisko do trzech) (2)
Tour Salon, Poznań, corocznie (2)
Targi turystyki i Caravaningu (Frankfurt/O) (2)
 Wydawanie regularnych publikacji o charakterze promocyjnym (za pierwsze 2 w ostatnim roku) (1)
„Iks” - Poznański Informator Kulturalny Sportowy i turystyczny, miesięcznik (1)
Kronika Miasta Poznania, seria historyczna, jeden lub więcej tomów rocznie (1)
 Zorganizowanie podróży/wizyty medialnej w ostatnich 2 latach: (2)
Wizyta studyjna niemieckich dziennikarzy (03.2010), PLOT Poznań (2)
 Zorganizowanie konferencji naukowej lub popularyzacyjnej związanej z turystyką w ciągu ostatniego roku (1)
AWF Poznań:, konferencja „Dziś i jutro nauk o turystyce”, marzec 2010 (1)

Kategoria III: Pozostała oferta czasu wolnego:

III.A. Instytucje Kultury

Teatr stały (za pierwszy obiekt) (3)
Teatr Polski (3)
 Filharmonia na miejscu (3)
Filharmonia Poznańska (3)
 Opera na miejscu (2)
Opera Poznańska (Teatr Wielki) (2)
 Teatr muzyczny (operetka, rewia lub musical) na miejscu (za pierwszą ofertę) (2)
Poznański Teatr Muzyczny (ul. Niezlomnych) (2)

Kino stałe (za pierwszy obiekt) (2)
Cinema City Kinopolis (2)

III.B. Atrakcje krajobrazowe:

Jeziora (zdatne do kąpiei, dostępne) ze szlakami pieszymi/rowerowymi (pierwszy akwen) (2)
Jezioro Maltańskie (2)
 Pomniki przyrody (za pierwsze dwa) (1)
Dęby Rogalińskie (1)
Kilkadziesiąt pomników Przyrody w Wielkopolskim PN (1)
 Wieże widokowe stałe dostępne (za pierwsze dwie) (1)
Wieża na Dziewiczej Górze (Czerwonak) (1)

III.C. Oferta sportowa, edukacyjna i rekreacyjna:

Baseny kryte ogólnodostępne - (za pierwszy obiekt) (2)
Basen kryty, ul. Chwiałkowskiego (2)
 Plaże morskie ogólnodostępne, plaże jeziorne, rzeczne - (za pierwszy obiekt) (2)
Jezioro Strzeszyńskie z plażą (2)
 Stała oferta kursów językowych ogólnodostępnych (za pierwszą ofertę) (2)
Stała oferta kursów językowych, m.in. j. angielski Metodą Callana (2)
 Stałe centra sportowe z ofertą ogólnodostępną (za pierwszy obiekt) (2)
Wiele ośrodków sportowych, m. in.: WKS Grunwald (2)
 Stadiony sportowe (za pierwszy obiekt) (1)
Stadion miejski (Lech Poznań) (1)
 Szkoły i szkolenia sportowe ogólnodostępne (jeździeckie, lotnicze, inne) (pierwsze dwa) (1)
Szkolenia jeździeckie (Rogalin) (1)
Szkolenia lotnicze Aeroklub Poznański (1)
 Lodowiska sezonowe (za pierwszy obiekt, jeśli brak stałego) (1)
Lodowisko Malta (1)

Kategoria IV: Inne czynniki wspierające turystykę kulturową:

IV.A. Instytucje w regionie:

Obecność uniwersytetu w regionie (za pierwszy) (3)
Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu (3)
 Obecność innej uczelni wyższej w regionie (za pierwsze dwie) (2)
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu (2)
Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu (2)
 Obecność siedziby władz wojewódzkich (2)
Urząd Marszałkowski Woj. Wielkopolskiego, Urząd Wojewódzki, Sejmik Województwa (2)

IV.B. Oferta turystyki zdrowotnej w regionie:

Sanatoria i ogólnodostępne ośrodki rehabilitacji (punkty za pierwsze dwa obiekty)(2)
Ośrodek rehabilitacyjno-wypoczynkowy Wielspin, Puszczykowo (2)

IV.C. Oferta turystyki biznesowej w regionie:

Obecność krajowych central wielkich firm w regionie (za pierwsze trzy) (2)
Kompania Piwowarska (2)
Volkswagen Polska S.A. (2)
Żabka Polska SA (2)
 Całoroczne centra konferencyjne (za pierwszy obiekt) (3)
PFC Poznań (Pl. Andersa) (3)

IV.D Oferta shoppingu w regionie:

Galeria zakupów o znaczeniu regionalnym (za pierwszy obiekt 4, za jeden następny 2)
CHSiB Stary Browar (4)
 Deptak handlowy (za pierwszy 2):
Poznań, ul. Półwiejska,

IV.E. Zagraniczne partnerstwa miast i regionów:

Istnienie zagranicznych związków partnerskich regionu lub jego miejscowości (pierwsze cztery) (1)

12 miast partnerskich Poznania, w tym:

Hannover (Niemcy) (1)

Rennes (Francja) (1)

Region Nottinghamshire, (Wlk. Brytania) (1)

Charków (Ukraina) (1)

Suma punktów:

Za kategorię I: 590

Za kategorię II: 101

Za kategorię III: 29

Za kategorię IV: 31

Razem za wszystkie kategorie: 749 punktów

2. Ocena Poznania i powiatu poznańskiego z punktu widzenia turystyki kulturowej

Potencjał turystyczno-kulturowy Poznania i powiatu poznańskiego na podstawie przyjętych kryteriów [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 437n] i wyników wykonanego badania waloryzacyjnego należy określić jako *wielki* (590 punktów w I kategorii), zaliczając miasto i jego okolicę do grupy ośrodków, lokujących się pod tym względem w ścisłej czołówce w skali kraju. Decydujący wpływ na taką klasyfikację ma stwierdzona bardzo znacząca liczba i duża różnorodność obiektów i wydarzeń kulturalnych, mogących stanowić potencjalne atrakcje dla licznych form turystyki kulturowej [por. Buczkowska, Mikos v. Rohrscheidt 2009]. W szczególności znaczna liczba walorów wysokiej klasy koncentruje się w dziedzinie odpowiadającej zainteresowaniom turystyki **dziejstwa kulturowego** (wątek początków Państwa Polskiego, krzyżowanie się kilku ważnych szlaków kulturowych), **turystyki eventowej** (festiwale artystyczne z zakresu kultury wysokiej i szereg imprez kulturalnych o charakterze masowym), **studyjnej, miejskiej, muzealnej** (kilka placówek o randze krajowej, liczne o znaczeniu regionalnym, szereg unikatowych w skali kraju kolekcji, znaczna ilość realizowanych wystaw czasowych w skali roku), **tematycznej** (zwłaszcza organizowanej w ramach szlaków i lokalnych tras kulturowych oraz turystyki biograficznej), a także turystyki **etnicznej, obiektów militarnych i przyrodniczej**.

Dostrzegalne jest preferowanie przez władze miejskie Poznania większych imprez, stanowiących podstawę dla turystyki eventowej. W ostatnich latach widoczne są także inicjatywy w zakresie tworzenia i organizacji szlaków turystyczno-kulturowych: Wielkopolska Organizacja Turystyczna wydała szereg publikacji z propozycjami wirtualnych tematycznych szlaków regionalnych, z kolei w północnej części powiatu poznańskiego utworzony został Szlak Kościołów Drewnianych wokół Puszczy Zielonka. Różnorodne w odniesieniu do swojej oferty i bardzo dobrze zorganizowane są usługi przewodnickie miasta i okolic: zarówno organizacje turystyczne i promocyjne (poznński BORT, CIT), jak i większe wyspecjalizowane w przewodnictwie biura (KulTour.pl) oferują przewodników we wszystkich częściej używanych językach bez potrzeby wcześniejszej rezerwacji. Bardzo aktywnie działa informacja turystyczna, promocja miasta i regionu jest realizowana za pomocą licznych publikacji (w tym

przewodników, albumów, informatorów kulturalnych, turystycznych i tematycznych), promocyjnych imprez medialnych (np. doroczna akcja „Poznań za pół ceny”), poprzez organizowanie wizyt studyjnych oraz udziału komórek promocji miasta i powiatu w targach branżowych w kraju i za granicą.

Widoczne zaniedbania ze strony władz miasta i mikroregionu w dziedzinie promocji i instytucjonalnego wsparcia odnoszą się do kilku potencjalnie rozwojowych typów klasycznej turystyki kulturowej (w tym turystyki dziedzictwa kulturowego i muzealnej) oraz turystyki edukacyjnej (w tym podróży studyjnych i podróży tematycznych), ponadto niemal nie wykorzystany pozostaje ogromny potencjał Poznania w dziedzinie turystyki obiektów militarnych czy turystyki hobbystycznej. Przy wsparciu dla pojawiających się inicjatyw w tej dziedzinie możliwy byłby znacznie bardziej dynamiczny rozwój oferty w wielu aspektach turystyki kulturowej.

W Poznaniu i najbliższej okolicy istnieje bardzo dobrze rozwinięta sieć placówek kulturalnych (wszystkie typy oferty), infrastruktura służąca turystyce (wszystkie typy oferty noclegowej, zróżnicowana oferta gastronomiczna, miasto posiada znakomite położenie komunikacyjne i odpowiednia infrastrukturę (dobra sieć dróg, w tym autostrada i drogi krajowe, międzynarodowy port lotniczy z szeregiem połączeń do europejskich ośrodków metropolitalnych, w tym lotów *low cost*), a także oferta rekreacji, w tym aktywnej, co może mieć korzystny wpływ na dynamiczny rozwój turystyki kulturowej.

3. Poznań i okolica jako obszar docelowy poszczególnych form turystyki kulturowej

Turystyka dziedzictwa kulturowego

Z punktu widzenia turysty kulturowego zainteresowanego dziedzictwem kulturowym, wielkim atutem miasta są jego historycznie udokumentowane dzieje - w skali naszego kraju należące do najdłuższych. Poznań jest związany z historycznymi początkami państwa polskiego, w których odegrał kluczową rolę nie tylko jako jeden z głównych grodów o znaczeniu stołecznym, ale także jako siedziba pierwszego polskiego biskupstwa i nekropolia pierwszych władców. Najważniejszym obiektem z punktu widzenia tej formy turystyki jest poznański Ostrów Tumski z relikdami piastowskiego palatium (najstarszej w kraju udokumentowanej siedziby monarszej) i z pierwszą polską katedrą biskupią, mieszczącą w sobie królewską nekropolię, ponadto Wzgórze Przemysła, dawna siedziba innego piastowskiego króla polskiego (to ostatnie raczej tylko jako „*locus historicus*”). Nieliczne i w niewielkiej tylko części zachowane świadectwa materialne tego okresu uzupełniają inne cenne walory, pochodzące z późniejszych okresów, w tym poznańskie Stare Miasto lokacyjne (w szczególności jego ratusz), monumentalny kościół i zespół pojezuicki oraz Zamek Cesarski - ostatnia monarsza rezydencja Europy i tym samym monumentalny świadek swoich czasów, wreszcie pozostałości największej pruskiej twierdzy fortowej z terenem gigantycznej Cytadeli. Przestrzeń, w której zlokalizowane są wszystkie wymienione obiekty, została w roku 2008 formalnie wpisana na listę Pomników Historii. Zainteresowani polskim dziedzictwem kulturowym za miejsce ciekawe uznają na pewno także położony nieopodal Poznania zamek kórnicki, historyczną (od XV wieku) rezydencję wielkopolskiego możnowładztwa, gdzie w XIX wieku założono pierwsze prywatne muzeum na tej ziemi i gdzie do dziś przechowywane są najcenniejsze zbiory rękopisów polskiej literatury. Od Poznania rozpoczyna również swój program większość wycieczek kierujących się na Szlak Piastowski, najbardziej znany polski szlak kulturowy, w którego przestrzeni

(w znacznej części obejmującej Poznań i okolicę) ich uczestnicy mogą napotkać świadectwa czasów tworzenia zrębów polskiej kultury i państwowości. Ostrów Tumski w Poznaniu jest uważany za jeden z kluczowych obiektów Szlaku Piastowskiego.

Turystyka eventowa

W dziedzinie kultury elitarnej najważniejszym wydarzeniem w życiu miasta jest bez wątpienia Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. H. Wieniawskiego - odbywa się on jednak co pięć lat. W skali corocznej za największy magnes dla miłośników teatru i sztuki należy uznać posiadający od dawna międzynarodową rangę „*maltafestival poznań*”, trwający ponad tydzień na przełomie czerwca i lipca. Od paru lat w życie miasta wpisuje się „*Tzadik Poznań Festiwal*”, prezentujący klasyczne i awangardowe nurty literatury, sztuki i muzyki żydowskiej. Miłośników tańca z całego świata ściągają do Poznania Międzynarodowe Warsztaty Tańca Współczesnego. Rokrocznie coraz więcej zwolenników zyskuje sobie „*Ethno Port Festiwal*”, organizowany dopiero od roku 2008. W ostatnich latach wśród eventów kulturowych skierowanych do masowego odbiorcy krajową rangę zdobyło sobie *Misterium Męki Pańskiej*³ na poznańskiej Cytadeli, ściągające coraz więcej widzów spoza Wielkopolski, natomiast regionalnie oddziałują: *Jarmark Świętojański*, festyny kultury ludowej w Szreniawie i zimowy festiwal rzeźby lodowej na poznańskim Starym Rynku. Pozostałe imprezy (w tym liczne festiwale i warsztaty filmowe) poza wykonawcami przyciągają raczej miejscową publiczność, zatem nie odgrywają poważnej roli w odniesieniu do turystyki. W szczegółach kwestie związane z potencjałem i szansami tej formy turystyki kulturowej w Poznaniu są poddane analizie w osobnym opracowaniu, a niektóre postulaty odnoszące się do jej oferty rozwinięte w końcowym artykule niniejszej publikacji.

Turystyka muzealna

Poznań jest jednym z największych ośrodków muzealnych w Polsce; jego potencjał tworzy 25 placówek tego rodzaju. Wśród nich niektóre zaliczają się do najważniejszych w skali kraju w reprezentowanych przez siebie dziedzinach (Muzeum Narodowe, Muzeum Archeologiczne, Muzeum Archidiecezjalne), inne są placówkami unikatowymi ze względu na tematykę swoich zbiorów (Muzeum Instrumentów Muzycznych, Muzeum Farmacji, Narodowe Muzeum Rolnictwa w podpoznańskiej Szreniawie, skansen pszczelarski w Swarzędzu) jeszcze inne, położone w mieście lub okolicy posiadają wyjątkowe eksponaty lub niezwykłą historię (zbiory kórnickie, galeria w Rogalinie, Muzeum-Pracownia Arkadego Fiedlera w Puszczykowie). Dla poszukujących w zbiorach muzealnych przejawów lokalnej tożsamości ważnymi placówkami będą Muzeum Historyczne Miasta Poznania w Ratuszu oraz Muzeum Etnograficzne. Noc Muzeów w Poznaniu, organizowana corocznie przy współudziale większości, w tym wszystkich większych placówek muzealnych, ściąga już teraz dziesiątki tysięcy miłośników zwiedzania i prelekcji muzealnych z samego miasta i okolicy, w ostatnim czasie zauważa się coraz częściej wycieczki z dalej położonych miejscowości. Natomiast zarówno standardy urządzenia ekspozycji poszczególnych poznańskich muzeów (w tym poziom obecności multimediiów i elementów interaktywnych), ich aktywność w organizowaniu projektów i przedsięwzięć przyciągających turystów (drzwi otwarte, stowarzyszenia przyjaciół muzeów, wystawy okolicznościowe),

³ W dniu 24 marca 2011 organizatorzy *Misterium* ogłosili w lokalnych poznańskich mediach, że w roku 2011 odbędzie się ono nie w Poznaniu, a w Warszawie. Nie ma żadnych deklaracji na temat miejsca jego organizacji w kolejnych latach. Gdyby miało się okazać że będą to różne miejsca, Poznań na stałe straciłby jedyny znaczący event o tematyce religijnej, co poważnie osłabiłoby nie tylko potencjał eventowy miasta, ale także możliwość przyciągania turystów zainteresowanych tematyką religijną (przyp. redakcyjne).

a także organizacja zwiedzania i pobytu w nich wraz z obecnością takich stosowanych w dzisiejszej turystyce muzealnej elementów jak mikroeventy, sklepy czy kioski muzealne oraz lokale gastronomiczne - są bardzo zróżnicowane i w niejednym wypadku mogą być obiektem słusznej krytyki. Także ten element oferty turystycznej zostanie przedstawiony w osobnym opracowaniu, opartym o szeroko zakrojone badania.

Turystyka miejska

W przestrzeni miejskiej i metropolitalnej Poznania obecne są wszystkie istotne elementy składające się na potencjalną atrakcyjność z punktu widzenia turysty miejskiego [Shaw, Williams 2004, s. 253; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 100; Kaczmarek J. i S. 2009, s. 17; Madurowicz 2009, s. 80]. Tworzą ją: wymienione powyżej znaczące zasoby dziedzictwa historycznego, duża grupa muzeów, galerii i ekspozycji, plus często organizowane wystawy czasowe, rozwinięta sieć instytucji kulturalnych i związana z nią oferta przeżyć kulturalnych zarówno o charakterze elitarnym, jak i masowym, miejsca oraz obiekty rozrywki w połączeniu z relatywnie częstymi regularnymi eventami, rosnąca z roku na rok oferta nowoczesnego shoppingu, reprezentowana m. in. przez nowoczesne i zyskujące sobie ogólnokrajową markę galerie handlowo-artystyczne, jak CSB Stary Browar, Galeria Malta i inne. Natomiast istotne braki w tej dziedzinie znajdują się po stronie organizacji: z jednej strony znikoma grupa ofert dla indywidualnych turystów miejskich (np. niemal zupełny brak ofert pakietowych dla „city break”), z drugiej uwarunkowana brakiem zrozumienia dla kierunku rozwoju tej turystyki nieumiejętność odpowiedzialnych instytucji i zespołów sformułowania przemyślanej, wspólnej i konkretnej (czyli odwołującej się do tematów i produktów) strategii promocyjnej miasta jako celu tego rodzaju wyjazdów w oparciu choćby o już istniejące połączenia komunikacyjne, w tym lotnicze. Kwestia oferty dla turystów indywidualnych zostanie omówiona w osobnym tekście opracowaniu, natomiast inne mankamenty zostaną szerzej zaprezentowane w artykule końcowym.

Turystyka tematyczna

Mikroregion stanowi jeden z najważniejszych celów w ramach zwiedzania Wielkopolski po szlakach kulturowych: prócz Szlaku Piastowskiego są tu zlokalizowane znane i ważne obiekty Szlaku Romańskiego (w samym Poznaniu), a także Szlaku Cysterskiego i wielkopolskiej Drogi Św. Jakuba. Popularny w ostatnim czasie wątek eksploatuje najmłodszy kulturowy szlak tematyczny: Szlak Kościołów Drewnianych wokół Puszczy Zielonka, którego obiekty położone są niemal wyłącznie na terenie ziemskiego powiatu poznańskiego. Znaczący potencjał historyczny miasta umożliwia poprowadzenie przez nie szeregu tras wycieczek tematycznych poświęconych m. in. Powstaniu Wielkopolskiemu (1918-19), obiektom sakralnym i miejscom świętym oraz wielu innym tematom. Poznań można także zwiedzać zgodnie z przebiegiem szeregu (wirtualnych) tras turystycznych, poświęconych np. rozwojowi poszczególnych stylów architektonicznych, w tym gotyku, baroku i secesji. Ze względu na znaczący potencjał okolic Poznania dla turystyki biograficznej została ona opisana osobno. Z punktu widzenia korzyści Poznania z ruchu turystów zainteresowanych wyprawami tematycznymi najważniejszym spośród pożądanych działań wydaje się opracowanie serii eventów tematycznych, odbywających się w godzinach wieczornych i tym samym skłaniających uczestników, w tym osób zwiedzających przebiegające przez miasto szlaki, do pozostania w mieście do następnego dnia.

Turystyka studyjna i regionalna

Dla tej formy turystyki edukacyjnej, wybierającej na destynacje swoich wielodniowych wypraw w pierwszej kolejności całe kraje, Poznań jest w naturalny sposób jednym z najważniejszych celów podróży w Polsce [Mikos v. Rohrscheidt 2009, 150n]. Tu turyści studyjni mogą na miejscu zostać skonfrontowani z wątkiem początków chrześcijaństwa w Polsce oraz (obok Gniezna) początków polskiej państwowości. Ciekawym dla nich tematem historycznym może być wielkopolska praca organiczna XIX wieku, historia Bambrów poznańskich albo antykomunistyczna rewolta roku 1956, na miejscu mogą zapoznać się także z kwestiami związanymi z odzyskiwaniem autonomii przez polskie miasta po przełomie 1989. Rezydencje Kórnika i Rogalina oferują z kolei ciekawe możliwości zapoznania się z kulturą życia wyższych sfer w dawnej Polsce oraz mecenatem kulturalnym arystokracji i wspieraniem przez tę grupę dążeń niepodległościowych.

W ramach regionalnych wypraw studyjnych oraz kulturowych wypraw regionalnych po Wielkopolsce Poznań jako jej stolica jest oczywiście naturalnym celem głównym [s. 144-145]. Zabytki i muzea tego miasta mogą umożliwić przystęp do dziejów regionu, a jego nowoczesne galerie handlowe (ze Starym Browarem na czele) czy kampus uniwersytecki na Morasku umożliwią ukazanie nowoczesnego oblicza historycznej kolebki Polski. Wyprawy studyjne nie wymagają specjalnej infrastruktury ani ukierunkowanych na nie produktów lokalnych, dla zwiększenia liczby turystów studyjnych, odwiedzających Poznań i jego okolicę potrzebna jest zatem tylko dobrze przemyślana i skierowana do właściwych odbiorców za granicą informacja o walorach i promocja.

Turystyka etniczna

Znacząca historyczna tradycja wieloetniczności Poznania i związana z tym obecność w przestrzeni miasta cennych świadectw innych nacji w tym: obok Polaków, głównie Niemców i Żydów (a w znacznie mniejszym stopniu także: Włochów, Greków i innych) może przyciągać przedstawicieli odnośnych grup etnicznych, interesujących się własną historią i kulturą. I tak goście pochodzenia niemieckiego mogą się tu zapoznać z materialnymi świadectwami swojej wielowiekowej obecności, w tym szczególnie ze śladami Bambrów poznańskich (zagrody - kompleksy mieszkalne, popularna „Bamberka” na Starym Rynku, Muzeum Bambrów itd.) oraz pozostałościami okresu przynależności miasta do Prus (głównie Górne Miasto i Dzielnica Cesarska z Zamkiem, Cytadela), a także poszukiwać odniesień biograficznych, m. in. do cesarza Wilhelma II, znanego literata E.T.A. Hoffmanna, do urodzonego w Poznaniu Paula v. Hindenburga, zwycięskiego dowódcy z okresu I wojny światowej i prezydenta Republiki Weimarskiej oraz szeregu innych postaci.

Turyści żydowskiego pochodzenia lub osoby zainteresowane historią i kulturą Żydów mogą odnaleźć ślady żydowskiej dzielnicy z monumentalną byłą synagogą i szeregiem budynków publicznych, symboliczne cmentarze (na ul. Głogowskiej i kwatera na cmentarzu Miłostowskim), skonfrontować się z dziejami historycznych antyżydowskich stereotypów (legendy o rzekomym znieważeniu hostii), a także napotkać znaczące wątki biograficzne: m. in. rabinów Maharala (J. Ben Loewa) i A. Egera, podróżnika i kartografa Caspara da Gama, aktorki Lilli Palmer i wielu innych. Znaczna liczba Żydów mieszkała także w podpoznańskich: Kórniku (50% ludności) i Buku, gdzie zachowała się też dawna synagoga.

Kulturowa turystyka militarna

Jedynym zachowanym w znacznej części, ale za to posiadającym olbrzymie historyczne znaczenie strategiczne i potencjał turystyczny zespołem obiektów o charakterze pierwotnym, interesującym dla tej formy turystyki jest XIX-wieczna twierdza poznańska, niegdyś największy pruski, a potem niemiecki zespół fortyfikacji. W wyniku działań wojennych w 1945 i przeprowadzonej po wojnie nieprzemyślanej akcji rozbiórkowej, tylko w niewielkiej części przetrwała niegdyś gigantyczna, 100-hektarowa Cytadela (Fort Winiary), jednak na obszarze miasta nadal istnieją lepiej lub gorzej zachowane pozostałości 18 pozostałych fortów twierdzy, z których niektóre są dostępne dla zwiedzania stale (Fort VII) lub okresowo, z okazji tematycznych imprez turystycznych. Ponadto aktualnie podejmuje się wysiłki uzyskania decyzji o przeznaczeniu dla celów turystycznych niektórych innych obiektów tego rodzaju (m. in. dla kilkudniowych pobytów o militarnej tematyce i o charakterze przeżyciowym). Muzea o tematyce militarnej, jak Wielkopolskie Muzeum Wojskowe i Wielkopolskie Muzeum Walk Niepodległościowych ze swoimi filiami w Odwachu, Forcie VII, na Cytadeli (Muzeum Armii Poznań, Muzeum Uzbrojenia) i w Zamku Cesarskim, oraz dwie dalsze mniejsze placówki uzupełniają ofertę miasta dla zainteresowanych tą tematyką i czynią ją jedną z najbardziej urozmaiconych - a przez to atrakcyjnych - w skali kraju. Niektóre z wymienionych muzeów ostatnio uzyskały nowoczesne wystawy multimedialne (jak placówka w Odwachu) lub zostały od podstaw urządzone z zastosowaniem nowoczesnych technik (jak Muzeum Poznańskiego Czerwca 1956), inne posiadają przestarzałą ekspozycję i wymagają pilnej reorganizacji oraz inwestycji (jak Muzeum Uzbrojenia, Armii Poznań czy Wojskowe na Starym Rynku).

Turystyka biograficzna

Obok wspomnianych już miejsc związanych z twórcami polskiej państwowości oraz postaciami ważnymi dla Niemców (Hindenburg) i Żydów (Eger), zwolennicy turystyki biograficznej znajdują w Poznaniu i jego okolicach bardzo liczne inne, odnoszące się do życia i działalności innych znanych ludzi. Miłośnicy turystyki śladami Napoleona i jego epoki mogą zwiedzić w Poznaniu dwa obiekty, związane z jego osobą: dawne kolegium jezuickie i Hotel Saski. Z osobą króla Władysława Jagiełły związana jest jedna z jego ulubionych rezydencji (Zamek Królewski) oraz jedna z największych jego fundacji: kościół Bożego Ciała. W Poznaniu działał przez wiele lat i został pochowany twórca polskiego hymnu narodowego, Józef Wybicki, z miastem związany jest (a pochowane tu zostało jego serce) Jan Henryk Dąbrowski, z leżącej dziś w granicach Poznania Głuszyny pochodził pochowany na wzgórzu św. Wojciecha podróżnik i odkrywca Paweł Edmund Strzelecki. Wiele lat pracował w tym mieście i został upamiętniony w farze ks. Jakub Wujek, polski tłumacz Biblii i współtwórca języka literackiego, ale z Poznaniem związany jest także jeden z najbardziej znanych podróżników-literatów - Arkady Fiedler (Puszczykowo). Poznaniakiem z wyboru był (urodzony w Ławkach) i tu stworzył dzieło swojego życia Hipolit Cegielski. Z wielkimi rodami wielkopolskimi XIX wieku - mecenasami polskiej kultury: Raczyńskimi, Działyńskimi i Mielżyńskimi związane są m. in. rezydencje i inne budowle oraz kolekcje muzealne w Poznaniu, Kórniku, i Rogalinie. Wiele miejsc w Poznaniu wiąże się z życiem i dokonaniem wybitnych polskich lekarzy, w tym J. H. Chrościejewskiego i J. Strusia, ale także J. K. Marcinkowskiego i liczne zastępy poznańskich lekarzy-społeczników XIX i XX wieku. Liczne są w mieście także ślady bohaterów wszystkich kolejnych pokoleń „organiczników”, zwłaszcza ludzi walczących w okresie zaborów o polski stan posiadania w dziedzinie gospodarki i kultury.

Turystyka religijna i pielgrzymkowa

Szereg potencjalnych impulsów dla turystyki religijnej i pielgrzymkowej jest jak dotąd wykorzystany tylko w znikomym stopniu w krajowej turystyce. Nie przekreśla to możliwości ich eksploatacji w przyszłości. Atrakcyjność Poznania z punktu widzenia kulturowej turystyki religijnej wyznacza historyczny fakt związków początków polskiego chrześcijaństwa z tym miastem, fakt przechowywania na Ostrowie Tumskim (MA) najstarszej polskiej relikwii (domniemyamy miecz świętego Piotra), funkcjonowanie dwóch bazylik mniejszych (Archikatedra i Fara), historyczne znaczenie dawnego sanktuarium eucharystycznego przy kościele Karmelitów Trzewickich, wątek rzekomej profanacji hostii przez poznańskich Żydów, historyczne wątki reformacyjne, związane z konkretnymi obiektami jak Pałac Górków, Wzgórze Św. Wojciecha, dawny zbór ewangelicki na Grobli, biograficzny wątek działalności księdza Jakuba Wujka, polskiego tłumacza Biblii, wreszcie bogate zbiory Muzeum Archidiecezjalnego, w części mające unikatowy charakter.

Dla turystyki pielgrzymkowej pewne (jak dotąd niewykorzystane) znaczenie mogą mieć także: położenie Poznania na wielkopolskiej Drodze Świętego Jakuba (Ostrów Tumski i kościół na Głuszynie), funkcjonowanie lokalnych sanktuariów maryjnych („Pani Poznania” na Wzgórzu Przemysła i „domek loretański” w kościele Bernardynów, M.B. Różańcowej w kościele Jezuitów, M.B. Nieustającej Pomocy w Farze) sanktuarium Św. Józefa przy kościele Karmelitów Bosych, wątki działalności polskich świętych i błogosławionych (m. in. Edmunda Bojanowskiego w Luboniu-Żabikowie, Sancji Szymkowiak przy kościele św. Rocha), kandydatów na ołtarze (kardynał August Hlond), wreszcie ewentualne uwzględnienie legendarnych pobytów św. Wojciecha na wzgórzu jego imienia. Ewentualne ożywienie kultu eucharystycznego w Kościele Bożego Ciała w oparciu o jego niegdyśszą tradycję centralnego polskiego sanktuarium mogłoby zwiększyć ruch pielgrzymkowy w tym miejscu i doprowadzić do pojawienia się obiektu w grupie miejsc atrakcyjnych dla turystyki pielgrzymkowej. Taka szansa raczej nie istnieje dla lokalnego sanktuarium Najświętszej Krwi Chrystusa przy ul. Żydowskiej, a to ze względu na kontrowersyjną historię jego powstania i legendę fundacyjną.

Turystyka kulturowo-przyrodnicza

Jej miłośników przyciągnie do Poznania nowocześnie zorganizowana największa polska Palmiarnia, Ogród Botaniczny, bardzo przestronny Ogród Zoologiczny z nowoczesną stoniarnią, a także kilkanaście miejskich parków, z których niektóre szczytą się obiektami sztuki nawet o międzynarodowym znaczeniu (jak Park Cytadela ze znaną instalacją M. Abakanowicz). Poza Poznaniem interesującym celem dla tej grupy turystów kulturowych będzie kórnickie arboretum i leżący na południe od miasta Wielkopolski Park Narodowy, a także Rogalin z tysiącletnimi dębami w przypałacowym parku i cały Rogaliński Park Krajobrazowy.

Inne formy turystyki kulturowej.

Ograniczony, ale zauważalny i możliwy do wykorzystania potencjał posiada miasto w zakresie *podróży literackich* (m. in. śladami bohaterów popularnej w Polsce „Jeźycjady” M. Musierowicz oraz w kontekście zainteresowań dziełami literatów związanych z Poznaniem i ekspozycji trzech niewielkich muzeów literackich). Poznań może być także nie tyle celem, co przystankiem w programie grup lub indywidualnych turystów zainteresowanych *industrialnym* aspektem kultury (funkcjonujące zakłady browarnicze z ofertą turystyczną, zrewitalizowane obiekty przemysłowe (aktualnie Stary Browar, a w najbliższej przyszłości odnawiana Gazownia). Natomiast nadal nie do końca rozpoznany i zupełnie nie wykorzystywany jako

impuls turystyczny pozostaje potencjał kulinarny Poznania i Wielkopolski, tutejsze oferty aktywności hobbystycznych (poza kilkoma organizowanymi tu targami kolekcjonerskimi i hodowlanymi) i (poza znanymi i promowanymi warsztatami tańca) oferta organizowanych w mieście i okolicy warsztatów kreatywnych.

Podsumowanie:

Przeprowadzone badania oraz wynikające z nich szczegółowe wnioski pozwalają stwierdzić z jednej strony istnienie bardzo znaczącego oraz zróżnicowanego potencjału turystyczno-kulturowego Poznania dla turystyki kulturowej, z drugiej ujawniają także szereg niewykorzystanych jak dotąd walorów i wątków tematycznych. Mogą one stanowić bazę dla tworzenia dużej ilości nowych produktów turystyczno-kulturowych, które w konsekwencji mogłyby spowodować skokowy wzrost atrakcyjności miasta i okolicy dla zainteresowanych tym rodzajem turystyki. Analiza poszczególnych produktów turystycznych oraz elementów promocji, informacji i organizacji pobytów turystów w mieście wymagają osobnego opracowania. Część ze wskazanych powyżej kwestii została opracowana szerzej przez autorów poszczególnych tekstów niniejszej publikacji, inne staną się przedmiotem refleksji w tekście końcowym, zbierającym wnioski i postulaty w odniesieniu do rozwijaniu oferty turystyki kulturowej w stolicy Wielkopolski.

Bibliografia:

- Kaczmarek J., Kaczmarek S., 2009, *Turystyka Kulturowa - człowiek w miejskiej przestrzeni wymiany*, [w:] K. Buczkowska, A. Mikos v. Rohrscheidt, *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Wyd. AWF, Poznań, s.7-35
- Madurowicz M., 2008, *Kto jest turystą w przestrzeni miasta*, [w:] Kowalczyk A. (red.), 2008, *Turystyka Kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa s. 59-84
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. Milenium, Gniezno
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2009, *Podróże studyjne jako klasyczna forma turystyki kulturowej*, [w:] Buczkowska K., Mikos v. Rohrscheidt A. (red.) 2009, *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Wyd. AWF Poznań, s.119-156
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2010, *Regionalne szlaki tematyczne. Idea, potencjał, organizacja*, Wyd. Proksenia, Kraków
- Buczkowska K., Mikos v. Rohrscheidt A. (red.) 2009, *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Wyd. AWF Poznań,
- Shaw G., Williams A., 2004, *Critical issues in tourism: a geographical perspective*, Wyd. Blackwell Publishing, Maiden

Kim są polscy turyści kulturowi na Starym Rynku w Poznaniu? Prezentacja profilu na podstawie badań ATLAS

Wprowadzenie

Badania naukowe nad polskimi turystami kulturowymi w ramach międzynarodowego programu badawczego Europejskiego Stowarzyszenia Edukacji w zakresie Turystyki i Czasu Wolnego (The European Association for Tourism and Leisure Education) ATLAS¹, w strukturach którego działa Grupa Projektów Badawczych nad Turystyką Kulturową (The Cultural Tourism Research Project Group)² zostały podjęte w Poznaniu latem 2010 r.

Badania w Poznaniu realizowane są w oparciu o specjalnie skonstruowany przez Grupę w 2007 r. uniwersalny kwestionariusz podzielony na moduły. Kwestionariusz pozwala podejmować badania w dowolnym czasie i w dowolnej liczbie obiektów, zarówno wśród turystów, jak i mieszkańców badanych obszarów (z zastrzeżeniem, że w jednym obiekcie powinno być przeprowadzone min. 200 ankiet), a także wprowadzać swoje własne pytania i decydować o długości ankiety³. Kwestionariusz został zaadaptowany przeze mnie z przeznaczeniem na badania w Poznaniu, w związku z czym zawarte w nim pytania dotyczą m.in.: częstotliwości, powodów i chęci pobytu/pobyków w Poznaniu oraz w/przy wybranych miejscach, instytucjach kultury lub udziału w wydarzeniach kulturalnych; porównania Poznania z innymi miastami Europy pod kątem wakacji kulturowych czy stopnia skojarzeń wybranych aspektów kultury z Poznaniem. Ponadto także odnoszą się do podejmowanych noclegów, rezerwacji i źródeł informacji o Poznaniu. Pytanie dodane do kwestionariusza dotyczy zwiedzania obiektów na Trakcie Królewsko-Cesarskim.

Dotychczas badania zostały przeprowadzone oraz aktualnie trwają w następujących zabytkach i obiektach kulturalnych i podczas eventów kulturalnych miasta: na Starym Rynku i w Muzeum Historii Miasta Poznania w ratuszu, w Galerii Malarstwa i Rzeźby Muzeum Narodowego, na Ostrowie Tumskim (w tym: w Muzeum Archidiecezjalnym), w Centrum Kultury Zamek, w Galerii Art Stations Starego Browaru 50-50, na Makiecie Dawnego Poznania oraz podczas festiwalu teatralnego „maltafestival poznań 2010”, Światowego Przeglądu Folkloru

¹ Stowarzyszenie ATLAS powstało w 1991 r. w celu tworzenia nowych międzynarodowych inicjatyw edukacyjnych w turystyce i rekreacji. Siedziba Stowarzyszenia znajduje się w Brukseli. Grupy badań działające w strukturach ATLAS zajmują się wyspecjalizowanymi tematami badań lub wyszczególnionym obszarem geograficznym. Oficjalne strony internetowe Stowarzyszenia to: www.atlas-euro.org.

² Grupa Projektów Badawczych nad Turystyką Kulturową działa także od 1991 r., zajmując się głównie badaniem i analizą trendów i wydarzeń w turystyce kulturowej oraz motywacjami i profilami turystów kulturowych. Pierwotnie głównym przedmiotem badań była turystyka kulturowa i turyści na terenie Unii Europejskiej, aktualnie ten zakres został rozszerzony do globalnego badania turystyki kulturowej na czterech kontynentach. Osobą kierującą Grupą jest dr Greg Richards, który od ponad 25 lat zajmuje się badaniami i działaniami w zakresie produkcji, konsumpcji i marketingu turystyki oraz kultury. Z Grupą współpracuje ok. 40 instytucji, w tym - od 2009 r. - Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu reprezentowana przez dr Karolinę Buczkowską z Zakładu Kulturowych Podstaw Turystyki Wydziału Turystyki i Rekreacji AWF w Poznaniu. Oficjalne strony internetowe Grupy to: www.tram-research.com.

³ Oryginalna wersja kwestionariusza dostępna jest na stronach internetowych www.tram-research.com.

„Integracje” i Międzynarodowych Warsztatów Tańca Współczesnego. Łącznie przeankietowanych zostanie ok. 1700 osób (badania potrwać do jesieni 2010)⁴.

Kompleksowe wyniki badań zawarte zostaną w zbiorczym opracowaniu ATLAS dotyczącym turystyki kulturowej w Europie.

Badania, których wyniki zawarto w niniejszej publikacji, objęły 175 turystów polskich i przeprowadzone zostały na Starym Rynku i w Ratuszu w lipcu i sierpniu 2010⁵.

Badania w Poznaniu opłacane są w ramach dofinansowania otrzymanego w 2010 r. przeze mnie od Miasta w ramach konkursu związanego z badaniami naukowymi prowadzonymi przez naukowców poznańskich szkół wyższych.

Miejsce badań - Stary Rynek i Ratusz w Poznaniu⁶

Stary Rynek w Poznaniu to miejsce wyjątkowe - to „serce miasta”. Już w połowie XVIII w. tak o nim pisał ks. Benedykt Chmielowski: „Poznań (...) ma wiele w sobie gracy z wysokich kamienic y obszernego rynku”.

Dzisiejszy Stary Rynek powstał w Poznaniu w związku z lokacją miasta na prawym brzegu Warty w 1253 r. W kolejnych wiekach wielokrotnie był niszczone i przebudowywany (największe zniszczenia dokonały się w 1945 r.), lecz nigdy nie przestawał być centrum spotkań mieszkańców, kupców, artystów oraz oczywiście podróżnych i turystów.

Rynek to kwadratowy plac, o boku ok. 140 m, który otoczony jest kamienicami, na których wyraźnie widać ślady różnych stylów architektury: od gotyku aż po klasycyzm. Rynek ten jest trzecim co do wielkości - po Krakowie i Wrocławiu - rynkiem średniowiecznym w Polsce. Kamienice rynkowe i przyrynkowe mieszczą w sobie liczne puby, restauracje i kawiarnie, a także muzea, antykwiariaty, banki, siedziby firm, sklepy. Rynek wzbogacają fontanny i inne rzeźby, budynek dawnego odwachu i wagi miejskiej. W centrum rynku króluje renesansowy ratusz.

Ratusz - początkowo gotycki - powstał w poł. XIII w. Pełnił funkcję siedziby władz miejskich. Po zniszczeniach spowodowanych pożarem w poł. XVI w. został zastąpiony bryłą renesansową. Autorem przebudowy ratusza był włoski architekt Jan Baptysta Quadro, któremu dziś zawdzięczamy posiadanie jednego z najpiękniejszych tego typu obiektów w Europie. Największą atrakcją Ratusza, przyciągającą turystów na rynek, są, trykające się codziennie w południe na ratuszowej wieży, dwa koziołki.

Ratusz można zwiedzać, ponieważ funkcjonuje w nim Muzeum Historii Miasta.

Typy turystów kulturowych

Zanim zaprezentuję profil polskich turystów kulturowych przybywających do Poznania, konieczne jest zwrócenie uwagi na istniejące podziały turystów kulturowych, albowiem w tej grupie turystów nie ma identycznych typów, co wynika z niejednorodności turystyki kulturowej, a co ma znaczenie przy rozwijaniu turystyki w mieście.

W jednym z ostatnich opracowań dokonałam podziału turystyki kulturowej na dwie jej postaci i towarzyszące im typy turystów [Buczkowska 2010]:

⁴ Badania pilotażowe objęły 50 osób - zarówno turystów, jak i mieszkańców miasta i przeprowadzone zostały w maju na Starym Rynku. Ich wyniki zostały zanalizowane i zawarte w pracy licencjackiej Joanny Więckowskiej z Wydziału Turystyki i Rekreacji AWF w Poznaniu (2010, promotor: dr Karolina Buczkowska).

⁵ Z grupy 220 poddanych ankietyzacji osób wyłaczono do obliczeń niniejszej publikacji wyniki 45 mieszkańców miasta.

⁶ Pazder J., *Poznań. Stary Rynek*, Wyd. Miejskie, Poznań 2001

1) turystykę kulturową sensu stricte - bardzo elitarną, którą tworzą głównie podróże kulturowe, która propaguje i wykorzystuje formy zrównoważonego rozwoju i która podejmowana jest przez niewiele osób - ale za to takie, które można nazwać **podróżnikami lub turystami kulturowymi sensu stricto**;

2) turystykę pop-kulturową - kierowaną do popularnych miejsc i wydarzeń atrakcyjnych kulturowo, wykorzystującą różne formy turystyki kulturowej - przygotowywane i oferowane jednak przez rynek turystyki masowej - i podejmowaną przez liczne grupy odbiorców, spośród których część można nazwać **turystami pop-kulturowymi**, a pozostałą część jedynie **uczestnikami turystyki kulturowej** (ci ostatni turyści są jednak słabo zaangażowani kulturowo).

Znaczący podział turystów kulturowych zaproponował M. Lohmann [1999] - jest on następujący:

1) **szczególni turyści kulturowi** (po ang. specific cultural tourists), dla których kultura jest głównym motywem podróży i dlatego w szczególności odbywają oni klasyczne podróże poznawcze (edukacyjne), zwiedzają zabytki najdawniejszych kultur, wyjeżdżają w ramach turystyki związanej z udziałem w różnych imprezach i wydarzeniach oraz w ramach etnoturystyki;

2) **turyści kulturowi powszechni** (po ang. general cultural tourists), którzy traktują kulturę jako motyw uzupełniający wypoczynek - motyw jednak niezbędny i dlatego chętnie i koniecznie podejmują oni zwiedzanie wybranego regionu w czasie odbywanych wakacji.

Pożądanymi w mieście powinni być turyści kulturowi, których wyróżnił, pod względem stosunku do kulturowych celów, elementów i aspektów podróży podejmowanej w czasie wolnym, W. Nahrstedt [w: Mikos v. Rohrscheidt 2008]:

1. **turyści kulturowo motywowani** - skierowani na konkretne oferty kulturowe w różnorodnych miejscach; to tzw. „turyści idealni” (grupa ta stanowi jednak w świecie jedynie 5% wszystkich turystów kulturowych);

oraz 2. **kulturowo zainteresowani** - interesują ich specjalne oferty kulturowe, zwiedzają dobrze znane miejscowości, o kulturowym znaczeniu i wielkie wystawy, uczestniczą w powszechnie kojarzonych imprezach, często wybierają wycieczki objazdowe.

Warto także zauważyć, że turyści kulturowi przynależą zazwyczaj do jednej z trzech grup odbiorców-uczestników [Buczkowska 2010]:

1) **specjaliści, pasjonaci i koneserzy sztuki** - posiadający rozległą wiedzę z danego zakresu, lecz pragnący ją nieustannie poszerzać i uszczegóławiać; wyjazdy przez nich i dla nich organizowane odbywają się indywidualnie lub w małych kilkusobowych grupach; wyjazdy mają charakter elitarny;

2) **zdobywający wiedzę i doświadczenia turyści indywidualni oraz grupy autokarowe** - dla tych turystów wyjazdy mają w głównej mierze cel edukacyjny i wiążą się dogłębnym wielopłaszczyznowym poznaniem wybranego miejsca, zagadnienia, czy szlaku kulturowego, którym się interesują lub który ich zainteresował, a w znajomości którego nie są ekspertami; wśród tej kategorii zawierają się też wybrane grupy szkolne;

3) **turyści, którzy uczestniczą w różnego rodzaju imprezach kulturalnych czy etnicznych** (festiwalach, fiestach, karnawałach, inscenizacjach historycznych itp.) **oraz religijno-pielgrzymkowych**; uczestnictwo turystów w nich rzadko jest jednak przypadkowe i wiąże się z ich zainteresowaniem danym zagadnieniem, religią czy regionem.

Wskazane jest także uświadomienie sobie istnienia turystów, jakich wyróżnili B. McKercher i H. Cros [2003], gdyż podział ten uwzględnia zagadnienia kulturowe, brane pod

uwagę przy doborze miejsca wyjazdu turystycznego oraz poziom odbioru kultury przez turystów - zgodnie z nimi turyści kulturowi dzielą się na 5 typów:

- 1) **turyści kulturowi ukierunkowani na kulturę (po ang. the purposeful cultural tourists)** - zdobycie wiedzy o kulturze lub dziedzictwie innego narodu jest głównym powodem wyjazdu w dane miejsce, turystów tych cechuje wysoki poziom odbioru poznawanych treści;
- 2) **turyści kulturowi zwiedzający (po ang. the sightseeing cultural tourists)** - zdobycie wiedzy o kulturze lub dziedzictwie innego narodu jest głównym powodem wyjazdu w dane miejsce, w rezultacie jednak zwiedzanie przyjmuje luźniejszy charakter, nastawiony bardziej na rozrywkę [w tym przypadku odbiorcy są turystami kulturowymi tylko połowicznie, ponieważ obserwuje się tu negatywne zjawisko w ich zachowaniu - przyp. K. B.];
- 3) **turyści kulturowi z przypadku (po ang. the serendipitous cultural tourists)** - nastawienie na kwestie kulturowe nie ma dla nich właściwie żadnego znaczenia przy planowaniu wyjazdu, mimo tego chętnie podejmują w czasie jego trwania pewną aktywność kulturową i cechuje ich wówczas wysoki poziom odbioru poznawanych treści [w tym przypadku odbiorcy są turystami kulturowymi tylko połowicznie, lecz obserwuje się tu pozytywne zjawisko w ich zachowaniu - przyp. K. B.];
- 4) **turyści kulturowi pospolici (po ang. the casual cultural tourists)** - nastawienie na kwestie kulturowe ma dla nich niewielkie znaczenie przy planowaniu wyjazdu, a sam wyjazd - nawet w przypadku zetknięcia się z kulturą, ma dość płytki, mało poznawczy charakter [w tym przypadku zastanawiałabym się nad słusznością nazwania tych odbiorców turystami kulturowymi - przyp. K. B.];
- 5) **turyści kulturowi incydentalni (po ang. the incidental cultural tourists)** - nastawienie na kwestie kulturowe nie ma dla nich zbyt dużego znaczenia przy planowaniu wyjazdu, mimo tego podejmują w czasie jego trwania pewną aktywność kulturową, nadając jej jednak niezbyt bogaty poznawczy charakter [w tym przypadku zastanawiałabym się nad słusznością nazwania tych odbiorców turystami kulturowymi - przyp. K. B.].

Pożądane cechy turystów kulturowych

Turyści kulturowi to w założeniu teoretyków (i często także w praktyce) ciekawe i wyjątkowe osoby. Mówi się o niezliczonej ilości zalet, jakie można im przypisać, co pozwala odróżniać ich od pozostałych turystów - zwłaszcza masowych turystów pseudo-kulturowych. Cechy te są bardzo pożądane w dzisiejszych czasach i im więcej turystów przybywających do naszego miasta będzie je posiadać, tym wyższą jakość będzie miała turystyka rozwijana w mieście. Ponadto, wymuszają one podniesienie jakości świadczonych w Poznaniu usług turystycznych). Najważniejsze z tych zalet są następujące [Buczkowska 2008]:

- posiadanie dobrego poziomu wiedzy ogólnej;
- merytoryczne przygotowanie do wyjazdów;
- wybieranie miejsc i form wyjazdów w związku z zainteresowaniami, pasjami i wewnętrznymi naturalnymi potrzebami;
- pragnienie poznawania i doświadczenia oraz wewnętrznego wzbogacania się;
- umiejętność doceniania różnic kulturowych pomiędzy społeczeństwami;
- otwartość umysłu na przemiany polityczne, społeczne i kulturowe odwiedzanych społeczności;
- świadomość konieczności dbania o zastane dziedzictwo i środowisko;
- wnoszenie do kontaktów z odwiedzaną społecznością intelektualnej i przyjaznej energii;

- poszukiwanie autentyczności i brak tolerancji dla nijakości;
- konieczność otrzymywania doskonałości przekazu informacji i poziomu imprezy;
- brak oporów przed płaceniem za rzeczy (nie tylko w ujęciu materialnym) wartościowe;
- kupowanie pamiątek z wyjazdów w postaci wyrobów rękodzieła i produktów lokalnych.

Prezentacja wyników badań - polscy turyści kulturowi na Starym Rynku i w Ratuszu

Wspomniana wcześniej grupa 175 polskich turystów odwiedziła latem 2010 r. Stary Rynek - część z tych osób zwiedziła także Muzeum Historii Miasta Poznania. Wszyscy ankietowani wypełniali kwestionariusz przy Ratuszu.

Charakterystyka grupy badanej

- Miejsce zamieszkania:

Polska	90%
zagranica (Niemcy - ponad połowa osób, Wielka Brytania, Szwecja, Francja, Irlandia, Australia, Czechy, Rosja, USA)	10%
- Płeć ankietowanych:

kobiety	55%
mężczyźni	45%
- Wiek ankietowanych:

15 lat i mniej	1,1%
16-19 lat	18,3%
20-29 lat	39,4%
30-39 lat	18,3%
40-49 lat	5,7%
50-59 lat	8,6%
60 lat i więcej	7,4%
brak odpowiedzi	1,2%
- Wykształcenie ankietowanych:

podstawowe	8,0%
zawodowe	3,4%
średnie	26,9%
wyższe zawodowe	19,4%
wyższe	41,1%
(łącznie wyższe zawodowe i wyższe: 60,5%)	
brak odpowiedzi	1,2%
- Aktualna sytuacja zawodowa ankietowanych:

pracownik firmy	28,0%
własna firma	14,3%
emeryt	7,4%
gospodyni domowa	2,9%
student	42,3%
bezrobotny	2,9%
brak odpowiedzi	2,2%

- Aktualna przynależność do wybranej grupy zawodowej ankietowanych:

dyrektor lub menedżer	12,0%
specjalista (lekarz, prawnik, nauczyciel, itp.)	14,9%
pracownik techniczny (technik, pielęgniarka itp.)	9,2%
pracownik biurowy / administracyjny	11,4%
pracownik sektora usług / sprzedaży	8,0%
rzemieślnik / pracownik fizyczny	3,4%
brak odpowiedzi (*odpowiedzi na to pytanie, zgodnie z kwestionariuszem ankiety, nie musieli udzielać studenci)	41,1%
- Obecne lub były zatrudnienie związane z kulturą osób ankietowanych:

tak	15,4%
nie	56,0%
brak odpowiedzi (*odpowiedzi na to pytanie, zgodnie z kwestionariuszem ankiety, nie musieli udzielać studenci)	28,6%
- Roczny dochód brutto gospodarstwa domowego ankietowanych:

20 tys. zł lub mniej	16,6%
20-40 tys. zł	36,6%
40-80 tys. zł	18,9%
80-240 tys. zł	14,9%
240-320 tys. zł	2,3%
powyżej 320 tys. zł	2,9%
brak odpowiedzi	7,8%

2) Informacje ogólne o przyjeździe i pobycie ankietowanych w Poznaniu

- Liczba dotychczasowych pobytów w Poznaniu:

jest to pierwsza wizyta	18%
jest to kolejna wizyta	79%
(ok. 13% ankietowanych było w Poznaniu 1 raz, 10% - 2 razy, 9% - 3 razy, 20% - 4-10 razy, 12% podało, że „wiele razy”; aż 32% nie dało odpowiedzi)	
brak odpowiedzi	3%
- Cel przyjazdu do Poznania:

wakacje	20%
zwiedzanie atrakcji kulturowych	27%
uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych	10%
wizyta u krewnych lub przyjaciół	19%
biznes	7%
konferencja	3%
wydarzenia sportowe	2%
zakupy	6%
inny (np. wizyta u lekarza, pogrzeb, złożenie dokumentów na studia, nieplanowane zatrzymanie na trasie)	6%
- Rodzaj wakacji (jeżeli wakacje były powodem przyjazdu):

wypoczynkowe	29%
zdrowotne / wellness	3%

kulturowe	18%
na łonie natury/ ekoturystyczne	0%
edukacyjne	13%
wycieczka objazdowa	13%
wiejskie [podmiejskie]	2%
wycieczka do miasta	15%
aktywne-usportowione	7%
inne	0%
– Ilość nocy spędzonych w Poznaniu:	
0	13%
1	17%
2	19%
3	17%
4-7	19%
8-14	5%
powyżej 14	7%
brak odpowiedzi	3%
– Rodzaj noclegu:	
apartament	3%
własne mieszkanie / dom wakacyjny	8%
hotel	17%
motel	2%
pensjonat / pokój w prywatnym domu	7%
przyczepa campingowa / namiot / camper	4%
u rodziny lub przyjaciół	38%
hostel / schronisko turystyczne	12%
inny	4%
ankietowani jeszcze nie wiedzieli	5%
– Sposób zorganizowania przyjazdu:	
pakiet all-inclusive	3%
przejazd i zakwaterowanie rezerwowane osobno	33%
bez wstępnej rezerwacji	58%
brak odpowiedzi	6%
– Wykorzystane źródła informacji turystycznej o Poznaniu - przed przyjazdem (średnio każdy ankietowany skorzystał z dwóch źródeł informacji):	
rodzina / przyjaciele	25%
poprzednia wizyta	16%
Internet	38%
informacja turystyczna (IT)	3%
biuro podróży	0% (0,3%)
TV / Radio	4%
gazety / czasopisma	4%
broszury touroperatorów / katalogi biur podróży	2%
przewodniki	8%
inne	0%

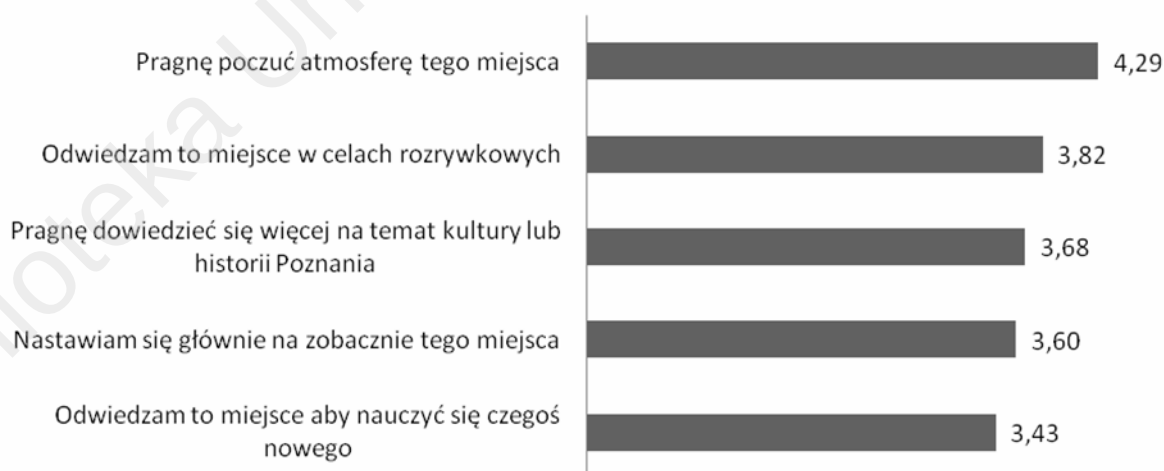
– Wykorzystane źródła informacji turystycznej o Poznaniu - na miejscu (średnio każdy ankietowany skorzystał z dwóch źródeł informacji):

rodzina / przyjaciele	21%
Centrum Informacji Turystycznej/Miejskiej (CIT/CIM)	15%
Internet	18%
biuro podróży	2%
gazety / czasopisma	5%
lokalne broszury	17%
przewodniki	16%
TV / Radio	2%
przewodnik turystyczny (osoba)	3%
inne (mapy, znaki i tablice w mieście, opinie przechodniów)	2%
żadne	1%

3) Motywacje i preferencje turystów kulturowych w Poznaniu

Badając motywacje i preferencje turystyczne ankietowanych zapytano m.in. o subiektywne określenie (w skali 1 do 5; gdzie 1 znaczy najbardziej trafne, a 5 najmniej trafne) pięciu stwierdzeń związanych z pobytem ankietowanych na Starym Rynku lub w Muzeum Historii Miasta Poznania w Ratuszu (wykres 1). Najbardziej trafne w opinii ankietowanych okazało się stwierdzenie, że badani przybyli tam, by poczuć atmosferę tego miejsca (średnia ocena 4,29 pkt.). Kolejne trzy stwierdzenia okazały się trafne na poziomie 3,60-3,82 pkt. i dotyczyły przybycia na Rynek lub do Muzeum by się rozerwać, by dowiedzieć się więcej na temat kultury lub historii Poznania oraz po prostu by zobaczyć dane miejsce. Najmniej trafne (lecz mimo to ocenione na poziomie 3,43 pkt.) okazało się stwierdzenie, że ankietowani turyści odwiedzają badane miejsce, by nauczyć się czegoś nowego.

**Jak określiłby/-łaby Pan/Pani trafność
poniższych stwierdzeń?**
(w skali od 1 do 5, gdzie 1 = najmniej trafne,
a 5 = najbardziej trafne)



Wykres 1. Motywacje związane z przybyciem turystów na Stary Rynek i/lub do Ratusza.

Źródło: opracowanie własne

W pytaniu, o dokonane odwiedzenie lub zamiar odwiedzenia różnych obiektów kultury lub wzięcie udziału w różnych imprezach kulturalnych w Poznaniu, ankietowani wskazali średnio po 4 miejsca lub wydarzenia (wykres 2), co jest zjawiskiem niezwykle pozytywnym. Spośród podanych propozycji, prawie trzy czwarte osób wskazało zabytki, a ponad połowa miejsca historyczne i muzea. Prawie połowa wybrała też miejsca kultu religijnego, a około jedna trzecia galerie sztuki i kino. Prawie co czwarty wybrał także imprezy taneczne, a co piąty festiwale lokalne i teatr. Najmniej osób wskazało centra dziedzictwa i/lub rzemiosła, koncerty muzyki klasycznej, koncerty muzyki pop i międzynarodowe imprezy muzyczne.



Wykres 2. Obiekty i imprezy kulturalne w Poznaniu, będące celem turystów kulturowych

Źródło: opracowanie własne

Spośród różnorodnych aspektów, wskazanych do wyboru jako kojarzących się z Poznaniem (w skali 1-5; gdzie 1 znaczy: niewielki stopień, a 5: duży stopień), ankietowani najwyżej ocenili (wykres 3) przyjazną atmosferę i historyczną architekturę - na poziomie 4 pkt. Najslabiej kojarzy im się z miastem wielokulturowość, niemniej jednak i tak oceniono ją na poziomie 3 pkt. Pozostałe 9 aspektów oceniono w skali 3,46-3,86 pkt., a więc i tak na dość wysokim poziomie. Znacząco to więc, że w Poznaniu turyści odnajdują także festiwale i wydarzenia kulturalne, autentyczność obiektów, gościnność mieszkańców, muzea i atrakcje kulturalne, kulturalną różnorodność atrakcji, a także kuchnię regionalną, zwyczaje i tradycje oraz kulturową różnorodność. Na poziomie 3,5 pkt. oceniono Poznań, jako miejsce modne do bywania.

**W jakim stopniu poniższe aspekty kojarzą się
Panu/Pani z Poznaniem?**
(w skali od 1 do 5, gdzie 1 = niewielki stopień,
a 5 = bardzo duży stopień)

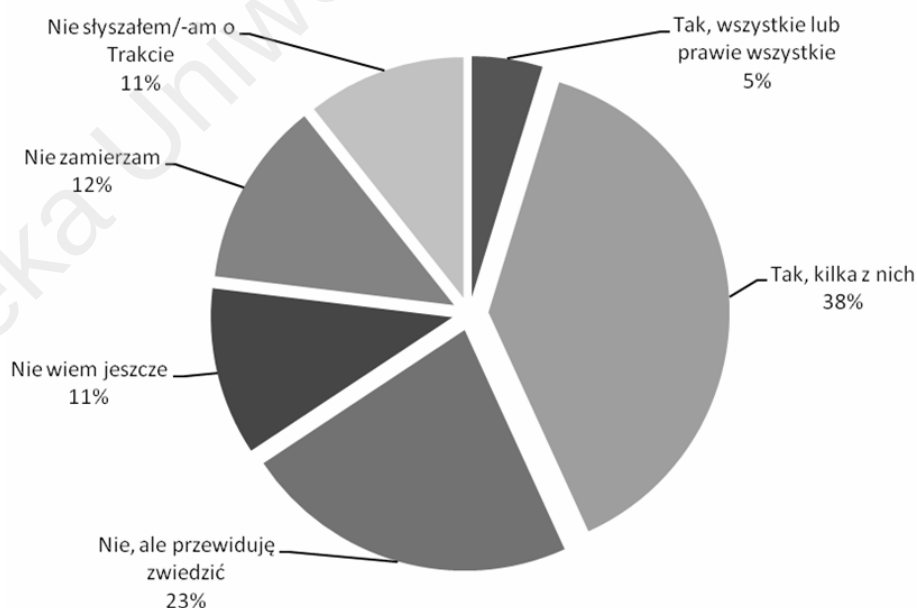


Wykres 3. Stopień kojarzenia wybranych aspektów z Poznaniem

Źródło: opracowanie własne

Markowym produktem turystyki kulturowej Poznania jest funkcjonujący od kilku lat Trakt Królewsko-Cesarski (wykres 4). Jak się okazało, aż 38% ankietowanych odwiedziło już kilka z jego obiektów, a 5% już wszystkie. Jedna czwarta ankietowanych turystów nie była jeszcze na Trakcie, ale przewiduje obiekty na nim obecne odwiedzić (prawdopodobnie ankietowane osoby nie miały świadomości, że Stary Rynek wraz z ratuszem na Trakcie też są obecne). Niestety, 12% ankietowanych nie zamierza Traktu zwiedzić, 11% nigdy o Trakcie nie słyszało, a kolejne 11% jeszcze nie zdecydowało, czy się na niego wybierze.

**Czy zwiedził/-a Pan/Pani już w Poznaniu obiekty
z Traktu Królewsko-Cesarskiego?**

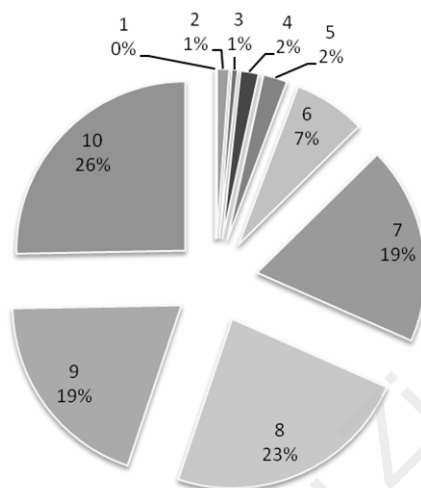


Wykres 4. Dotychczasowy pobyt turystów na Trakcie Królewsko-Cesarskim

Źródło: opracowanie własne

Niezwykłe pozytywne wyniki dało pytanie o poziom zadowolenia polskich turystów, odwiedzających Stary Rynek i Ratusz w Poznaniu, z pobytu w naszym mieście. Aż 87% ankietowanych oceniło swój poziom zadowolenia na poziomie 7-10 pkt. Co czwarty ankietowany wystawił miastu ocenę 10 oraz 8, a co piąty 9 lub 7. Jedynie 13% badanych oceniło swój poziom zadowolenia na 5 lub mniej. Nikt nie wystawił oceny najniższej, a 2 lub 3 pkt. przyznało jedynie po 1% osób.

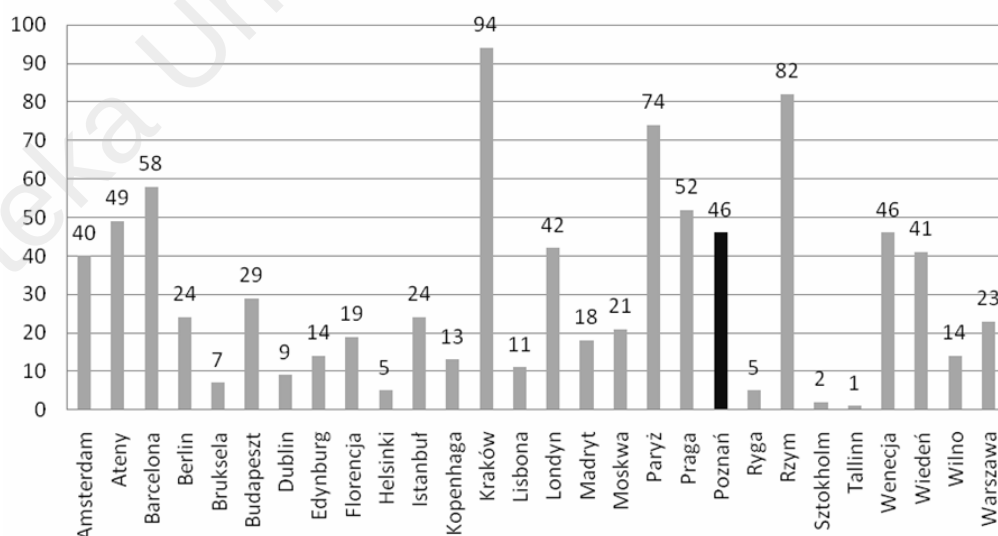
**Proszę ocenić poziom zadowolenia z Pana/Pani
pobytu w Poznaniu (w skali od 1 do 10, gdzie
1 = duże niezadowolenie, a 10 = duże zadowolenie)**



Wykres 5. Poziom zadowolenia turystów z pobytu w Poznaniu. Źródło: opracowanie własne

Spśród podanych 28 miast europejskich, za pięć szczególnie atrakcyjnych do odbycia wakacji kulturowych (wykres 6), ankietowani uznali Kraków, Rzym, Paryż, Barcelonę i Pragę. Cieszy, że Poznań znalazł się już na 7 miejscu, zaraz za Atenami, ex aequo z Wenecją. Dla polskich turystów najmniej atrakcyjne okazały się za to: Tallin, Sztokholm, Ryga, Helsinki i Bruksela.

**Proszę wskazać 5 miast, które według Pana/Pani
są najlepsze do odbycia wakacji kulturowych**



Wykres 6. Miasta atrakcyjne do odbycia wakacji kulturowych dla polskich turystów.

Źródło: opracowanie własne

Profil polskich turystów kulturowych przybywających do Poznania

Na podstawie przeprowadzonych badań - w oparciu o najczęściej i najrzadziej wybierane odpowiedzi - można nakreślić profil polskich turystów kulturowych przybywających do Poznania (tabela 1).

Tabela 1. Profil polskich turystów kulturowych przybywających do Poznania

	NAJCZĘŚCIEJ WYBIERANE - cechy kształtujące profil turysty kulturowego w Poznaniu	NAJRZADZIEJ WYBIERANE - cechy dalekie profilowi turysty kulturowego w Poznaniu
Płeć	nieznacznie więcej kobiet	nieznacznie mniej mężczyzn
Wiek	20-29 lat, 16-19 i 30-39	15 lat i mniej, 40-49, 60 i więcej
Wykształcenie	wyższe, średnie	zawodowe
Aktualna sytuacja zawodowa	studenci, pracownicy firm	gospodynie domowe i bezrobotni, emeryci
Grupa zawodowa poza studentami	specjaliści (nauczyciele, lekarze, prawnicy itp.) oraz dyrektorzy/menadżerowie i pracownicy biurowi /administracyjni	rzemieślnicy /pracownicy fizyczni
Obecne lub były zatrudnienie związane z kulturą	nie	tak
Roczny dochód brutto w gospodarstwie domowym	20-40tys. i 40-80 tys. zł.	pow. 240 tys. zł.
Liczba dotychczasowych pobytów w Poznaniu	kolejny raz w Poznaniu	pierwszy raz w Poznaniu
Cel przyjazdu do Poznania	zwiedzanie atrakcji kulturowych, wakacje, pobyt u rodziny/przyjaciół	wydarzenia sportowe, konferencje, zakupy, biznes
Rodzaj wakacji	wypoczynkowe, kulturowe	ekoturystyczne, wiejskie [podmiejskie], wellness, usportowione
Ilość nocy spędzonych w Poznaniu	2 i 4-7	8-14 i pow. 14
Rodzaj noclegu	u rodziny/przyjaciół, hotel, hostel/schronisko	motel, apartament, camping/camper, inny
Sposób zorganizowania przyjazdu	bez wcześniejszych rezerwacji	pakiet all-inclusive
Wykorzystane źródła informacji turystycznej o Poznaniu - przed przyjazdem	Internet, rodzina/przyjaciele, poprzednia wizyta	biuro podróży, broszury touroperatorów/katalogi biur podróży, IT
Wykorzystane źródła informacji turystycznej o Poznaniu - na miejscu	rodzina/przyjaciele, Internet	żadne, mapy/znaki/opinie przechodniów, TV/radio, biuro podróży
Cel przybycia na Stary Rynek lub do Ratusza	atmosfera, rozrywka, zdobycie informacji na temat kultury lub historii Poznania	nauka czegoś nowego, po prostu zobaczenie miejsca
Obiekty zwiedzone lub planowane do zwiedzenia w Poznaniu	zabytki, miejsca historyczne, muzea	koncerty muzyki klasycznej i pop, inne duże imprezy muzyczne
Skojarzenia różnych aspektów z Poznaniem	przyjazna atmosfera, historyczna architektura, festiwale i wydarzenia kulturalne	wielokulturowość, kulturowa wyjątkowość, miejsce modne do bywania

Dotychczasowy pobyt na Trakcie Królewsko-Cesarskim	zwiedzone kilka obiektów	zwiedzone wszystkie obiekty Traktu; brak informacji o Trakcie, brak zamiaru zwiedzenia, brak decyzji
Zadowolenie z pobytu w Poznaniu	7-10 pkt. (10 pkt.)	0-5 pkt. (0 pkt.)
Miasta atrakcyjne do odbycia wakacji kulturowych	Kraków, Rzym, Paryż, Barcelona, Praga - Poznań już na 7 miejscu z 28 miast	Tallin, Sztokholm, Ryga, Helsinki, Bruksela

Źródło: opracowanie własne.

Analizując zaprezentowane wcześniej ogólne typy turystów kulturowych, tych przybywających do Poznania Polaków można by sklasyfikować:

- w dużej mierze jako turystów popkulturowych, a w mniejszym stopniu jako turystów kulturowych sensu stricto (z podziału K. Buczkowskiej);
- w dużej mierze jako turystów kulturowych powszechnych, a w mniejszym stopniu jako szczególnych turystów kulturowych (z podziału M. Lohmanna);
- w dużej mierze jako turystów kulturowo zainteresowanych, a w mniejszym stopniu jako kulturowo motywowanych (z podziału W. Nahrstedta);
- w największym stopniu jako turystów kulturowych zwiedzających, a mniejszym jako turystów ukierunkowanych na kulturę; są wśród turystów przybywających w Poznaniu do obiektów kultury także turyści z przypadku, pospolici i incydentalni (z podziału B. McKerchera i H. Crosa).

Podsumowanie

Analizując ukształtowany powyżej profil turysty kulturowego, warto porównać go z ogólnoeuropejskim profilem nakreślonym w 2007 r. przez G. Richardsa [2007]. Zgodnie z nim bowiem turyści kulturowi to w dużej mierze osoby:

- które posiadają wyższe wykształcenie (w Poznaniu wyniki wypadły identycznie), a przez to zarabiają więcej i więcej mogą wydać na podróż;
- spośród których ponad 30% posiada tzw. specjalistyczne zawody (w Poznaniu wyniki były o połowę niższe), a 15% sprawuje kierownicze funkcje (w Poznaniu wyniki wypadły bardzo podobnie);
- spośród których prawie 30% wykonuje zawody związane z sektorem kultury (w Poznaniu wyniki wypadły niższe);
- które coraz częściej pochodzą z grupy osób młodych, poniżej 35 roku życia (w Poznaniu wyniki były identyczne).

Innym profilem, na który warto spojrzeć, jest profil francuskich turystów kulturowych opracowany przez B. Barbiera [2005]. Zgodnie z nim turystami kulturowymi są:

- osoby z wyższym i średnim wykształceniem (w Poznaniu wyniki wypadły identycznie);
- w głównej mierze kobiety (w Poznaniu udział kobiet był nieznacznie wyższy od mężczyzn);
- osoby z tzw. wyższej kategorii zawodowej: nauczyciele, lekarze, inżynierowie, przedstawiciele wolnych zawodów (w Poznaniu wyniki wypadły identycznie);
- w znacznym stopniu osoby powyżej 50 roku życia - przy czym przeważają emeryci (w tym przypadku w Poznaniu wyniki wypadły diametralnie inaczej, co wynika zapewne z faktu, że polscy emeryci bardzo mało podróżują).

Jak wynika z przeprowadzonych badań, profil polskich turystów kulturowych przybywających do Poznania nie odbiega zasadniczo od profilu tych turystów w innych europejskich krajach. Jest to grupa dość homogeniczna, odpowiadająca najbardziej cechom turystów popkulturowych, w większości przygotowana do pobytu w naszym mieście i zadowolona z niego, realizująca wyjazdy w oparciu o zasadę „3 x E”: education (nauka), entertainment (rozrywka) i excitement (ekscytacja).

Bibliografia

- Barbier B., 2005, *Wybrane aspekty turystyki kulturowej Francuzów*, „Turyzm”, Nr 15/1-2, ss. 95-120
- Buczkowska K., 2009, *Turysta kulturowy - klient nietuzinkowy*, [w:] Stasiak A. (red.), *Kultura i turystyka - wspólnie zyskać!*, Wyd. Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi, Łódź, ss. 81-94
- Buczkowska K., *Turystyka kreatywna - znaczący trend podróży kulturowych*, [w:] Kazimierczak M. (red.), *Współczesne podróże kulturowe*, Wyd. AWF Poznań, monografia, Poznań 2010
- Buczkowska K., *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Wyd. AWF, Poznań 2008
- Lohmann M. [1999], *Kulturtouristen oder die touristische Nachfrage nach Kulturangeboten*, [w:] T. Heinze T., *Kulturtourismus: Grundlagen, Trends und Fallstudien*, „Oldenbourg“, München-Wien.
- McKercher B., Cros H. [2003], *Testing a Cultural Tourism Typology*, „International Journal of Tourism Research”, nr 5, ss. 45-48.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. GWSHM Milenium, Gniezno
- Pazder J., *Poznań. Stary Rynek*, Wyd. Miejskie, Poznań 2001
- Richards G. (red.), 2007, *Cultural Tourism, Global and local perspectives*, Wyd. Routledge, New York-London
- Więckowska J., *Turyści kulturowi na Starym Rynku w Poznaniu - profil na podstawie badań pilotażowych ATLAS*, praca licencjacka pod kierunkiem dr Karoliny Buczkowskiej, Wydział Turystyki i Rekreacji AWF w Poznaniu, Poznań 2010
- www.atlas-euro.org
- www.tram-research.com

Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego

CZĘŚĆ II

**Na poznańskich przykładach:
formy i metodyka współczesnego
przewodnictwa miejskiego**

Metodyka współczesnego przewodnika miejskiego

1. Zarys dziejów przewodnictwa turystycznego

1.1. U źródeł przewodnictwa...

Nie ulega wątpliwości, że „wodzenie turystyczne”, udzielanie informacji o charakterze krajoznawczym, a więc funkcjonowanie swego rodzaju przewodników, sięga zamierzczłej przeszłości. Podróżowanie do nieznanych miejsc łączyło się zawsze z potrzebą pozyskania informacji. Od najdawniejszych czasów dostarczano ją zainteresowanym w formie pisemnej lub ustnej. Jak można przypuszczać druga z wymienionych poprzedziła pierwszą. Znanie są starożytne opisy Herodota, Hekateusza czy Hannona zawierające wrażenia z podróży oraz wskazówki dla podróżujących. W Rzymie posługiwano się tzw. „itinerariami”, w których zawarte były opisy stacji postojowych, informacje o połączeniach i odległościach oraz ciekawostki. W Imperium Romanum istniał zwyczaj wydawania urzędnikom tzw. „itineraria scripta” czyli szczegółowych opisów podróży z uwzględnieniem czasu przejazdu, miast na trasie oraz możliwości uzyskania posiłku i noclegu [Mariotti 1963, s.43; Schnayder 1959, s.58].

W starożytnym Egipcie, informacji ustnej udzielali w świątyniach kapłani. Na obszarze opanowanej przez Rzymian Grecji, działała liczna grupa przewodników: najwcześniej, funkcjonowali oni w tutejszych świątyniach, gdzie podobnie jak w Egipcie rolę tę pełnili kapłani lub służba świątynna. Z kolei inni oprowadzali zamożnych Rzymian po miejscach, które ci znali z popularnej wśród rzymskiej elity literatury greckiej lub ze studiów nad historią Hellady i chcieli osobiście zobaczyć. Greckich przewodników nazywano objaśnierzami (*exegetai*) lub oprowadzaczami (*periegetai*). Tę grupę, która w widoczny sposób rozszerzyła swoją działalność poza obiekty stricte religijne, uznaje się już za pierwszych historycznie poświadczonych przewodników turystyki kulturowej [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 41]. W chrześcijańskim Rzymie Kościół przydzielał do obsługi przybywających wiernych tzw. *guidones*. Skupiali oni ich uwagę na treściach religijnych, zachęcali wiernych do modlitwy, w swoim przekazie pomijali natomiast treści kojarzące się z pogańską przeszłością Rzymu [Mariotti 1963, ss.51-52]. O średniowiecznych przewodnikach niewiele wiadomo, ale można się domyślać, że funkcjonowali oni zwłaszcza w znaczących centrach pielgrzymkowych. Renesans włoski przyniósł wzrost zainteresowań podróżami poznawczymi, co z kolei sprzyjało pojawieniu się sporej grupy przewodników, określanych mianem *cicerone*, oprowadzających po obfitujących w zabytki miastach Italii. Tym samym po wiekach odrodził się zawód „świeckiego” przewodnika. Nazwa „cicerone” rozpowszechniła się później także i w innych europejskich krajach.

Rok 1603 w Polsce otwiera epokę drukowanej informacji turystycznej. W Krakowie opublikowano wtedy przewodnik autorstwa Hiacynta Pruszcza pt. „Przewodnik albo kościołów krakowskich i rzeczy w nich wiedzenia i widzenia godnych krótkie opisanie”, a Warszawę przybliżyła wierszowana publikacja Adama Jastrzębskiego z 1643 roku pt. „Gościniec albo krótkie opisanie Warszawy z okolicznościami jej” [Lewan 2004, s. 15]. Do jednych z wcześniejszych rodzimych wzmianek na temat pełnienia funkcji przewodnika należy także

zapis z 1655 roku, wspominający kanonika Szymona Starowolskiego oprowadzającego króla Szwecji Karola Gustawa po katedrze krakowskiej na Wawelu.

O początkach przewodnictwa w Polsce i w Europie w pełni jednak można mówić dopiero w odniesieniu do przełomu XVIII i XIX wieku, w związku z pojawieniem się i rozwojem ruchu turystycznego. Przemiany społeczno-gospodarcze: rewolucja przemysłowa, której następstwem było powstanie burżuazji, rozwój nauk geograficznych i historycznych pobudzający zainteresowania poznawcze zwłaszcza warstwy średniej, rewolucja transportu, która zaowocowała powstaniem kolei umożliwiającej szybkie przemieszczanie się sprzyjające zwiedzaniu odległych miejsc. Podróżowano coraz częściej dla przyjemności, zaspokajania ciekawości i urozmaicenia wolnego czasu. Zawodowy czy handlowy charakter podróży nie był już dominującym celem wyjazdów. W 1838 roku Henri Beyle (Stendhal) w swej książce „*Memories d'un touriste*” wprowadził określenie „turystyka” dotyczące podróży bez konkretnego celu, jedynie dla rozrywki.

1.2. Przewodnictwo turystyczne w Polsce w XIX i w I połowie XX w.

Przewodnictwo górskie. Rodzący się ruch turystyczny w Polsce napotkał niestety niekorzystny grunt polityczny w postaci zaborów. Utrata niepodległości w dużym stopniu osłabiła działalność turystyczną na ziemiach polskich w porównaniu z innymi państwami ówczesnej Europy. Stosunkowo najlepsze warunki w zakresie działalności turystycznej mieli Polacy pod zaborem austriackim. Galicja uzyskała autonomię w 1867 roku, a czynnikiem przyciągającym podróżników stały się głównie góry oraz obfitujące w zabytki, historyczne miasta z Krakowem i Lwowem na czele.

Na szerszą skalę turystyczna aktywność Polaków rozwinęła się na terenie Sudetów i Tatr. Wzmianki dotyczące przewodników sudeckich i tatrzańskich pojawiły się w źródłach na początku XIX w¹. Pierwszymi oficjalnie uznanymi byli przewodnicy w Karkonoszach, już w 1817 roku byli poddani organizacyjnemu nadzorowi państwowemu [Kincel 1972, s. 23]. Odnotowano, iż jeden z przewodników - Franciszek Pabel w 1823 roku uzyskał tytuł królewskiego przewodnika i kasjera Szczelińca Wielkiego. Była to pierwsza nominacja urzędowa na przewodnika górskiego w Europie! [Kincel 1986, s. 69; Lewan 2004, s. 32]. W połowie XIX stulecia zainteresowanie Sudetami zaczęło stopniowo spadać. Punkt ciężkości przesunął się w kierunku Tatr. Z pomocą przewodników wędrowali po tatrzańskich szlakach m.in. „ojciec polskiego krajoznawstwa” Stanisław Staszic, a także Julian Ursyn Niemcewicz, czy Wincenty Pol, którzy uznani są za prekursorów wprowadzenia do turystyki elementu poznawczego [Lewan 2004, s. 15].

W tym początkowym, pionierskim okresie nie można jeszcze mówić o zorganizowanym ruchu przewodnickim. Przewodnikami byli górale, doświadczeni pasterze, zbieracze ziół, poszukiwacze kruszców i skarbów, a także kłusownicy i przemysłowcy. Ich wiedza o charakterze krajoznawczym pozostawiała, jak się można domyślać, jeszcze wiele do życzenia. Ograniczali się jedynie do prowadzenia po górach bez uwzględniania komentarza przybliżającego walory przyrodnicze czy uwalniające na piękno Tatr. Mieli jednak dodatkowy obowiązek wobec turystów - bezpłatnego noszenia bagażu swoich klientów. Początkowo rzadko byli

¹ Już Izabela Czartoryska w swych wspomnieniach z podróży (*Dyliansem przez Śląsk...*, s. 189), wspominała chłopca z Piechowic - Piotra Fiedlera, który był przewodnikiem do wodospadu Szklarki i Kamieńczyka.

odnotowywani z imienia i nazwiska w jakichkolwiek zapiskach. Zmieniło się to dopiero od lat 40-tych XIX w.

Schyłek XIX wieku określany jest mianem „złotego wieku przewodnictwa tatrzańskiego”. Z tego czasu utrwaliły się w historii nazwiska rodów górskich trudniących się przewodnictwem (m. in. Gąsienicowie, Krzeptowscy, Rojowie). Ich sławę opiewali poeci (np. Adam Asnyk czy Jan Kasprówic), uwieczniali malarze na portretach (Stanisław Witkiewicz i Leon Wyczółkowski i inni). Coraz silniej dochodziła do głosu potrzeba organizacyjnego uregulowania przewodnictwa górskiego ze względu na zbyt niski poziom umiejętności górali w zakresie ratownictwa górskiego i zwiększającą się co roku ilość wypadków napływających coraz liczniej miłośników tatrzańskich wędrówek. Organizacją przewodnictwa tatrzańskiego zajęło się powstałe w Krakowie w 1873 roku Galicyjskie Towarzystwo Tatrzańskie - pierwsza społeczna organizacja turystyczna na ziemiach polskich. Dwa lata później towarzystwo wydało pierwszy polski regulamin przewodnicki pt. „Urządzenie służby przewodników”. Przewodnicy poddani zostali weryfikacji, najlepsi otrzymali zatwierdzenie i książeczkę określającą posiadane kwalifikacje. Ustalono także system wynagrodzeń za usługi (uzależniony był od celu wycieczki i stopnia trudności), przeprowadzono stosowne szkolenia z zakresu nazewnictwa, przyrody, krajobrazu, zasad bezpieczeństwa w górach. W dalszej kolejności (w 1877 roku) wprowadzono odznaki przewodnickie (tzw. blachy) i podział na trzy klasy (tzw. rzędy) oraz ustalono wagę przenoszonego bagażu w zależności od posiadanej klasy. Istotnym warunkiem zdobycia uprawnień było zdanie egzaminu oraz uzyskanie dobrej opinii samych turystów. Uprawnienia uzyskiwano pod okiem przewodników z I i II klasą. Tylko najlepsi mogli zdobyć I klasę, wykazując się umiejętnością samodzielnego ułożenia trasy, odpowiednim zasobem interesujących informacji, prowadząc wycieczki narciarskie, udzielając fachowo pomocy w nagłych wypadkach. Poważnym jednak mankamentem ówczesnego przewodnictwa był daleko posunięty analfabetyzm górskich przewodników oraz przypadki niedbalstwa, oszustwa czy pijaństwa, które nierzadko pojawiały się podczas pełnienia obowiązków przewodnickich. Do atutów ówczesnych przewodników natomiast zaliczyć można ich umiejętności gawędziarskie (zasłynął pod tym względem w świadomości potomnych chyba najbardziej - Jan Krzeptowski-Sabała częsty towarzysz wędrówek Tytusa Chałubińskiego, Heleny Modrzejewskiej czy Stanisława Witkiewicza), zdolność „odczuwania gór”, talenty artystyczne w tym zwłaszcza muzyczne. W II połowie XIX w. wypadki turystyczne w góry łączyły bowiem aspekt wypoczynkowo-rozrywkowy. Górale wieczorami po rozbiciu obozowiska, umilali turystom czas tańcem i śpiewem oraz barwną opowieścią przy ognisku serwując przy tym tradycyjne potrawy [Ring 1986b, ss.22-27].

Początek XX wieku wniósł kolejne zmiany i unormowania usług przewodnickich. Mieczysław Orłowicz propagował hasło: „W Tatry chodzić bez przewodnika, ale szkolić się w prowadzeniu wycieczek na podstawie poznawania trenu i umiejętności korzystania z informatorów i map” [Orłowicz 1970, s. 293]. Zdobyło ono popularność wśród młodzieży akademickiej nastawionej na wnikliwe poznanie krajoznawcze. Obok przewodników-górali zaczęli pojawiać się nie-górale (ceprzy), którzy choć dysponowali rozległą wiedzą, nie umieli stworzyć klimatu, jak rdzenni mieszkańcy gór.

Pierwsza i druga wojna światowa wpłynęły destrukcyjnie na ruch turystyczny i przewodnicki. Wielkie zasługi położyli przewodnicy tatrzańscy rozwijając działalność kurierską. Po 1945 roku ożywiła się turystyka na terenie Sudetów i Tatr. Przewodnictwo stało się jednak domeną nie-górali. Program szkoleń został znacznie poszerzony. W 1951 roku

powstało Koło Przewodników Tatrzańskich PTTK w Zakopanem obejmujące ok. 50 dotąd nie zorganizowanych przewodników górskich [Ring 1986 b, s. 28].

Przewodnictwo nizinne. Dzieje przewodnictwa nizinnego, tak jak górskiego sięgają doby rozbiorowej. Szersza dokumentacja na ten temat pojawiają się jednak dopiero w 1906 roku od momentu powstania w Warszawie Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego. Istotnym jego celem było organizowanie wycieczek, głównie dla młodzieży, której chciano pokazać piękno ojczystej ziemi, jej historię, walory etnograficzne, geograficzne i przyrodnicze. Hasłem przewodnie brzmiało: „Poznaj swój kraj”. Role przewodników objęli działacze społeczni zwłaszcza nauczyciele (historycy, geografowie, przyrodnicy) zgodnie z zasadami PTK zakładającymi, iż wycieczki mają prowadzić specjaliści z poszczególnych gałęzi krajoznawstwa oraz przedstawiciele organizacji niepodległościowych. Przewodnictwo nizinne miało charakter społeczny, było nastawione na aspekt patriotyczny w odróżnieniu od górskiego - komercyjnego. Pozbawione było też normujących reguł i przepisów oraz organizacji. W 1910 roku w Warszawie utworzona przy PTK Komisja Wycieczkowa, zorganizowała pierwszy kurs dla kandydatów na przewodników miejskich.

W zaborze pruskim rozwój organizacji turystycznych był, z powodu polityki zaborców, znacznie utrudniony. Funkcjonujące tutaj od 1884 roku, a powstałe w 1867 roku w Galicji Towarzystwo gimnastyczne „Sokół” prowadziło oprócz działalności sportowej także turystyczno-krajoznawczą. W 1909 roku w Poznaniu z inicjatywy „Sokoła” założono Towarzystwo Wycieczkowe, istniejące do 1918 roku. Wcześniej, bo w 1913 roku Cyryl Ratajski i Bernard Chrzanowski założyli Poznańskie Towarzystwo Krajoznawcze współpracujące z Polskim Towarzystwem Krajoznawczym. Organizacja krzewiła umiłowanie regionu. Ze względu na zainteresowanie polskich mieszkańców Poznania organizowanymi „przechadzkami” po mieście utworzono Sekcję Miłośników Miasta Poznania (1922 r.).

W zaborze austriackim, z powodu autonomii, jak wyżej wspomniano, istniały względnie sprzyjające warunki do rozwoju także i przewodnictwa nizinnego. Szczególnym zainteresowaniem cieszył się Kraków jako symbol polskości oddziałujący szczególnie silnie w okresie braku niepodległości. Z pobudek patriotycznych pielgrzymowały tutaj wycieczki z pozostałych ziem polskich pod zaborami. Już w latach 70-tych XIX stulecia przewodnikami w Krakowie byli historycy, oprowadzający gości i mieszkańców miasta często bezpłatnie. Pierwszy kurs przewodnicki w podwawelskim grodzie przeprowadziło w 1902 roku Towarzystwo Miłośników Sztuki i Zabytków Krakowa. Dał on początek zorganizowanemu i fachowemu przewodnictwu miejskiemu i nizinnemu na ziemiach polskich [Ring 1986 b, ss. 31-33].

Po uzyskaniu niepodległości PTK objęło swym zasięgiem całą Polskę. Turystyka nizinna stała się bardzo popularna. Dla jej miłośników powołano w 1923 roku we Lwowie pierwsze polskie biuro podróży „Orbis”. W okresie dwudziestolecia międzywojennego notuje się szczególne nasilenie kursów przewodnickich. Modyfikacji uległy wówczas programy szkoleń, które objęły oprócz wiedzy historycznej także zagadnienia z różnych dziedzin gospodarki narodowej. Kursy dla kandydatów odbywały się w Bydgoszczy, Gnieźnie, Poznaniu, Inowrocławiu, Płocku, Grodnie, Kielcach, Lublinie, Łucku, Opatowie, Piotrkowie Trybunalskim, Sandomierzu, Warszawie, Wilnie. W latach 1933-34 miał miejsce w Warszawie pierwszy kurs dla przewodników znających języki obce, przygotowujący do obsługi wycieczek zagranicznych (Polonii amerykańskiej). Do wybuchu II wojny światowej nastąpił wzrost jakości obsługi przewodnickich miejskich i terenowych. Dalszy rozwój niestety zahamowała okupacja hitlerowska [Ring 1986, ss. 33-34].

1.3. Polskie przewodnictwo turystyczne po II wojnie światowej

Rozpoczęła się wówczas w pełni era przewodnictwa zorganizowanego. Zmonopolizowało je Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze powstałe w 1950 roku z połączenia PTT i PTK. Zarysowało ono nowy obraz przewodnictwa w zakresie programu i organizacji. Przepisy wydane w 1955 roku regulowały działalność powstających licznie kół, oddziałów i klubów przewodnickich. Praca przewodnicka miała charakter zlecony, odpłatny w zależności od kwalifikacji. Stopniowo zwiększała się liczba przewodników w Polsce. Od lat 80-tych XX w. zaczęły powstawać inne organizacje przewodnickie tworzone jako stowarzyszenia, jednak większość przewodników w naszym kraju jest do dziś zrzeszona w PTTK.

W 1960 roku wprowadzono w życie zarządzenie nr 173 dotyczące funkcji przewodnika, nadano uprawnienia państwowe, podnoszące rangę przewodnictwa jako instytucji i roli w społeczeństwie. Wprowadzony „Regulamin przewodnicki” obligował do pogłębiania wiedzy, kultury osobistej, lojalności i patriotyzmu. Zobowiązywał społeczność przewodnicką do metodycznego oprowadzania wycieczek. Znaczącym elementem była też odpowiedzialność w zakresie poziomu i formy przekazywania wiedzy [Ring 1986, ss. 11-13; Ring 1986 b, s. 37].

Obecnie podstawowym aktem prawnym regulującym przewodnictwo turystyczne w Polsce jest *Ustawa o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 roku* (ze zmianami z roku 2010). W jej świetle do zadań przewodnika należy: oprowadzanie wycieczek, fachowe udzielanie ich uczestnikom informacji o kraju, odwiedzanych miejscowościach, obszarach i obiektach oraz sprawowanie opieki nad uczestnikami wycieczki. Ten ostatni obowiązek został nałożony po raz pierwszy. Ustawa wprowadziła pewne zmiany, m. in. zniósła funkcjonowanie przewodników muzealnych i zakładowych, pozostawiła podział na podstawowe rodzaje przewodnictwa: miejskie, terenowe, górskie. Zniósła też tradycyjny podział na klasy (z wyjątkiem przewodników górskich). Obniżeniu uległ wiek kandydatów z 20 na 19 lat (obecnie 18 lat). Szczegółowym aktem prawnym regulującym ich działalność na szereg ostatnich lat było Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 26 marca 1999 roku oraz Rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 17 stycznia 2006 roku w sprawie przewodników i pilotów wycieczek. Te uregulowania prawne miały za zadanie przeobrazić i usprawnić polskie przewodnictwo oraz dostosować je do wymogów europejskich [zob. szerzej na ten temat: Kruczek 2010, ss. 177-179]. Aktualnie, po zeszłorocznej (2010)² nowelizacji Ustawy o usługach turystycznych, ukończone zostały prace nad nowymi rozporządzeniami dotyczącymi poszczególnych zakresów przez nią regulowanych. W odniesieniu do uprawnień przewodników nie zawierają one istotnych zmian, jakkolwiek rozszerzają obowiązkowy wymiar czasowy ich szkoleń oraz zmieniają zasady dokumentowania stanu zdrowia zakresie potrzebnym do wykonywania zawodu.

2. Przewodnictwo turystyczne dziś

2.1. Przewodnik turystyczny - pojęcie

Przewodnik był w Polsce rozmaicie nazywany. Pierwotnie w Karkonoszach stosowano określenie: „Gebirgsbote” - „posłaniec górski”. W Tatrach w związku z dodatkowym

² Por. Ustawa z dnia 29 kwietnia 2010 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych oraz o zmianie ustawy - Kodeks wykroczeń.

obowiązkiem noszenia przez góralskich przewodników bagażu turystów, funkcjonowało mało nobilitujące i odległe od dzisiejszego sformułowanie: „chłop pod torbę”. Notuje się już bardziej adekwatne i bliższe dzisiejszemu pojęcie: „prowadek” – jest to męskoosobowa forma powstała od czasownika „prowadzić” i wskazuje na związki z określeniami obcojęzycznymi obecnymi w językach romańskich (angielskim, francuskim, hiszpańskim, włoskim, rumuńskim) stosującymi temat „gui” na oznaczenie czynności prowadzenia. Prowadek poprzedzał przyjętą we współczesnej polszczyźnie formę „przewodnik”, od czasowników „wodzić” lub „przewodzić” [Tyblewski 1979, s. 16]. Dziś mówi się „przewodnik turystyczny”, a zgodnie z podziałem wyróżnia się: „przewodnika górskiego”, „przewodnika miejskiego”, „przewodnika terenowego”.

2.2. Rodzaje przewodników w zależności od uprawnień³

- **przewodnicy górscy** - z uprawnieniami na określone obszary górskie, lub międzynarodowi przewodnicy górscy - bez ograniczenia uprawnień,
- **przewodnicy miejscy** - na poszczególne miasta (w tym przewodnicy z wyłącznymi uprawnieniami na imiennie wymienione w rozporządzeniu: Trójmiasto, aglomerację górnośląską, Kraków, Lublin, Łódź, Poznań, Szczecin, Toruń, Warszawę, Wrocław, w których konieczne jest posiadanie uprawnień właściwych na te miasta),
- **przewodnicy terenowi** - na województwo, region lub trasy turystyczne (w tym miasta leżące na tym terenie i w przestrzeni danego szlaku, o ile nie wyłączają ich odrębne przepisy).

2.3. Rola i podstawowe zadania przewodnika turystycznego

Rola przewodnika zmieniała się na przestrzeni dziejów w zależności od tego, w jakim zakresie i kto ją sprawował. Stosunek do tej profesji kształtował się w zależności od pozycji społecznej osoby, która ją wykonywała oraz jej kompetencji. Ten ostatni czynnik ma aktualnie szczególne znaczenie. Przewodnik w chwili przejęcia wycieczki obdarzony jest dużym kredytem zaufania. Mając świadomość nie tylko informacyjnej (poznawczej) ale i wychowawczej roli, może kształtować skuteczność swego przewodnickiego przekazu. Uczestnicy oczekują od przewodnika nie tylko wiedzy, ale i właściwych postaw, wzoru postępowania, zachowania, przekazu odpowiednich wartości. Przewodnik nieustannie jest „pod ostrzałem” uczestników wycieczki. Jest w każdym momencie obserwowany i oceniany. Często jest jedyną osobą, z którą styka się bezpośrednio grupa turystyczna zwiedzając dane miasto czy teren. Od niego więc zależy bardzo wiele, zwłaszcza to, z jakimi wrażeniami wyjadą turyści, jak zapisze się w ich pamięci odwiedzane miasto, jak oceniać będą jego walory turystyczne, historię, a także mieszkańców, czy będą chcieli w przyszłości powrócić w to miejsce lub polecać je innym. Na przewodniku spoczywa więc duża odpowiedzialność, dlatego powinien on podchodzić do swych zadań sumiennie i rzetelnie. Profesja przewodnicka zobowiązuje go do pełnienia wielu ról równocześnie: prelegenta, nauczyciela, reprezentanta kraju wobec obcokrajowców czyli swego rodzaju kulturowego ambasadora, popularyzatora wiedzy i kultury, wychowawcy i opiekuna grupy, informatora, a także niejednokrotnie pilota wycieczki. Kandydat na przewodnika powinien spełniać określone wymogi, które można podzielić na trzy grupy. Są to: 1. wymogi

³ Stan według obowiązującej ustawy o usługach turystycznych i rozporządzeń wykonawczych z 1997 (z poprawkami z roku 2010).

dotyczące cech osobowości, 2. wymogi formalne (sprecyzowane w przepisach prawnych) oraz 3. wymogi w zakresie wiedzy i umiejętności.

Głównymi zadaniami przewodnika turystycznego są: metodyczne oprowadzanie wycieczek, fachowe udzielanie informacji o kraju, odwiedzanych miejscowościach, obszarach i obiektach turystycznych oraz sprawowanie opieki nad uczestnikami wycieczki [Ustawa, art. 20.1]. Ich zawodowym powołaniem natomiast jest uświadamianie turystom bogactwa kulturalnego i przyrodniczego Polski i konkretnych miejsc poprzez prezentację zabytków, pomników historii, dzieł ludzkiego geniuszu, niematerialnych świadectw kultury, piękna rodzimej natury. Jego zadaniem jest także pobudzanie w zwiedzających świadomości potrzeby ich ochrony. Przewodnik sprawując opiekę nad turystami, w razie potrzeby zobowiązany jest także do udzielenia im pierwszej pomocy. Aby te wszystkie wymagające zadania był w stanie spełnić, przewodnik musi nie tylko zostać dobrze przygotowany, a jego wiedza zweryfikowana, ale także powinien nieustannie doskonalić swój warsztat przewodnicki (metodyczny) poprzez różne formy samokształcenia i rozwoju osobistego. Świadomość pełnionych ról będzie do tego znaczącą motywacją. Zarządzenia gospodarzy województw zobowiązują przewodników turystycznych do noszenia odznaki (identyfikatora) i przestrzegania zasad świadczenia usług przewodnickich, wynikających z rozporządzeń oraz regulaminów obiektów, terenów (np. parków narodowych) i zasad bezpieczeństwa (zawartych m. in. w kodeksie drogowym lub w regulaminach zwiedzania miejsc).

2.4. Pożądane i niepożądane cechy przewodnika turystycznego XXI wieku

Od współczesnego przewodnika, turysta wymaga znacznie więcej niż kiedyś. Odbiorca chciałby w odwiedzanym mieście miło spędzić czas w towarzystwie osoby kompetentnej, profesjonalnej, o szerokich horyzontach, przyjemnej aparycji oraz odpowiednim głosem, która wyczerpie temat, a nie słuchacza, w sposób wyważony przekazując dostosowaną do odbiorcy dawkę wiedzy o oglądanych atrakcjach turystycznych. Przewodnik wyglądem, zachowaniem i sposobem przekazu informacji powinien być na miarę naszych czasów, mówić o historii ale reprezentować współczesność, rozumiejąc jej specyfikę i potrzeby.

Klucz do sukcesu - czyli katalog cech, zachowań i umiejętności nobilitujących przewodnika

Cechy osobowościowe

Idealny (modelowy) przewodnik, aby „przewodzić” i znaleźć uznanie w oczach grupy winien nieustannie się doskonalić. Powinien więc być osobą:

- inteligentną, otwartą, bezpośrednią, serdeczną i sympatyczną,
- umiejącą łatwo nawiązywać kontakt z grupą, obytą towarzysko, błyskotliwą, kreatywną, przejawiającą inicjatywę i mającą poczucie humoru, wprowadzającą dobry nastrój, emanującą pozytywnym nastawieniem do świata i ludzi, a zwłaszcza do swojej profesji; odznaczającą się wysoką kulturą osobistą, grzecznością i uprzejmością,
- posiadającą urok osobisty (swoisty magnes, przyciągający słuchaczy),
- opanowaną i zrównoważoną emocjonalnie, radzącą sobie w sytuacjach stresowych (umiejącą pokonywać treść przed wystąpieniami),
- umiejącą odpowiednio wybrnąć z trudnych sytuacji i łagodzić spory, przewidującą,
- wiarygodną, wzbudzającą szacunek i zaufanie,
- opiekuńczą, wykazującą wrażliwość na potrzeby innych, empatię,

- wykazującą takt i wyrozumiałość dla turystów,
 - punktualną, dokładną, stanowczą, zdyscyplinowaną, uporządkowaną, dobrze zorganizowaną, systematyczną, obowiązkową, sumienną,
 - przejawiającą dbałość o wygląd zewnętrzny w myśl zasady, że ważne jest tzw. „pierwsze wrażenie”, bo - jak głosi sprawdzone w turystyce powiedzenie - „jak cię widzą, tak cię piszą”. Ważne jest, by przewodnik zawsze był ubrany schludnie i estetycznie, przy czym jego ubiór powinien być dostosowany do pełnionych zadań przewodnickich (np. nie musi być galowy podczas wycieczki górskiej),
1. dbającą o kondycję fizyczną i psychiczną, by samemu nie stanowić „słabego ogniwa” np. spowalniającego zwiedzanie lub szczególnie wrażliwego na niektóre widoki, zapachy itd.

Kompetencje i komunikacja

Przewodnik powinien:

- przejawiać nieustanny zapał w kierunku samokształcenia,
- dysponować dobrym wykształceniem ogólnym oraz aktualną, szeroką wiedzą z różnych dziedzin, która umożliwi mu formułowanie złożonych, wielowarstwowych wypowiedzi,
- posiadać orientację w zakresie psychologii, socjologii i pedagogiki, w stopniu potrzebnym do ułatwienia mu kontaktów z ludźmi,
- powinien znać zasady *savoir-vivre*'u (a jeśli oprowadza wycieczki zagraniczne - także obyczaje i specyficzną wrażliwość poszczególnych grup obcokrajowców),
- chętnie, cierpliwie, konkretnie i zrozumiale udzielać odpowiedzi na różne (nieraz zaskakujące) pytania turystów i jednocześnie nie wstydzić się powiedzieć „nie wiem” przy jednoczesnym skierowaniu zainteresowanego do właściwego źródła informacji,
- informować i wskazywać gdzie, jak i dlaczego należy się tak, a nie inaczej zachowywać (np. w miejscach kultu religijnego lub pamięci narodowej),
- jako miłośnik swojej profesji winien umieć i chcieć „zarażać” pasją swoich słuchaczy, nauczyć ich „patrzeć i widzieć” oraz rozumieć miejsca, obiekty, wydarzenia itd.,
- budzić zainteresowanie dziedzictwem kulturowym oraz przyrodą, ich pięknem i koniecznością ochrony,
- mieć poczucie misji wychowawczej, odpowiedzialności za przekazywane treści, poglądy, wartości, postawy,
- odznaczać się umiejętnościami krasomówczymi (a nawet aktorskimi), elokwencją, umieć mówić ciekawie o rzeczach ważnych, nawet obiektywnie nieciekawych,
- sposób przekazu informacji winien dostosowywać do poziomu i wymagań grupy oraz sytuacji,
- operować poprawną polszczyzną (lub językiem obcym), mówić wyraźnie, głośno, żywo, z zaangażowaniem i entuzjazmem, z odpowiednią dykcją,
- mówić krótkimi zdaniami, używać słów pozytywnych, w miarę możliwości unikać negatywnych,
- unikać sformułowań oceniających, szczególnie przy kontrowersyjnych tematach,
- mówiąc używać raczej strony czynnej (łatwiej obrazującej konkret i angażującej wyobraźnię słuchaczy) niż biernej (bezosobowej i generalizującej),
- mówiąc o przeszłości stosować gramatyczny czas przeszły, odpowiednio dokonany lub niedokonany,

- winien posługiwać się językiem literackim, natomiast języka potocznego, młodzieżowego czy sformułowań gwarowych używać tylko w uzasadnionych przypadkach (np. ilustrując przekaz cytatami),
- w miarę potrzeby i możliwości chętnie i często posługiwać się pomocami uzupełniającymi i różnicującymi przekaz słowny jak obrazy i inne kolorowe grafiki, krótkie pokazy slajdów, krótkie nagrania tekstowe dobrej jakości (np. jako ilustracje gwary), itd., a także urządzeniami polepszającymi jakość przekazu - np. wzmacniającymi głos, jak mikrofon, głośniki, urządzenia bezprzewodowe),
- powinien stale utrzymywać kontakt wzrokowy ze słuchaczami.

Gwarancja porażki - czyli katalog cech i zachowań dyskwalifikujących przewodnika

Osobowość i zachowanie

Przewodnik winien wystrzegać się:

- zbytnej pewności siebie, wyniosłości, okazywania swej wyższości, oschłości, nieprzystępności,
- demonstrowania złego nastroju, lekceważenia, zniechęcenia, nadmiernego narzekania, krytykowania, złośliwości, wulgarności, drażliwości, nerwowości,
- kłótni i spieć, podnoszenia głosu na uczestników,
- spóźniania się,
- nieuzasadnionego skracania lub przedłużania czasu zwiedzania,
- niewłaściwego tempa zwiedzania - zbyt wolnego bądź zbyt szybkiego w stosunku do możliwości grupy,
- rutynowego traktowania grupy,
- nieodpowiedniego zwracania się (np. na „ty” w przypadku grupy dorosłych),
- nadmiernego spoufalania się z uczestnikami wycieczki,
- objawów zbytnej „luzu”, np. trzymania rąk w kieszeniach, palenia papierosów podczas np. przejścia z jednego miejsca do innego (przewodnik JEST W PRACY!)
- przesadnej gestykulacji, nieskoordynowanych ruchów,
- patrzenia cały czas pod nogi albo w górę w trakcie mówienia do grupy,
- odwracania się tyłem do grupy, a przodem do omawianego obiektu,
- lekceważenia obowiązku noszenia podczas oprowadzania identyfikatora, legitymacji lub odznaki przewodnickiej,
- niedbałości o wygląd zewnętrzny,
- niestaranności lub niestosowności w ubiorze,

Kompetencje i komunikacja

- przewodnik nie może sobie pozwolić na:
- braki w wiedzy ogólnej i szczegółowej,
- przekazywanie błędnych, niesprawdzonych informacji czy plotek itd.,
- brak znajomości języka obcego (jeśli w nim oprowadza) na właściwym poziomie,
- posługiwanie się niezrozumiałą dla słuchacza terminologią, bez wyjaśniania jej,
- zanudzanie słuchaczy zbyt dużą ilością szczegółów, mało interesujących faktów czy anegdot,

- ciągłe „odpytywanie” uczestników z dat, faktów ze szkodą dla przekazu niezbędnych wiadomości krajoznawczych itd.,
- mówienie zbyt ciche i monotonne, niewyraźne, a także zbyt głośne i szybkie,
- jąkanie się (w szczególności oznaki angofrazji, takie jak częste „yyy”, „eee” i inne),
- powtarzanie się lub nie kończenie rozpoczętej myśli,
- popełnianie błędów językowych, merytorycznych, częste powtarzanie słów, np. „prawda”, „nie”, „no nie”, „co nie”, „właśnie”, „że tak powiem”, „proszę was”, „proszę państwa” itp. jako przerywników czy „wypełniaczy”,
- nadmierny patos i egzaltację,
- mówienie w warunkach słabej słyszalności (podczas przejazdu tramwaju czy karetki pogotowia), mówienie podczas spaceru tylko do najbliższych słuchaczy,
- opowiadanie niesmacznych dowcipów i wyrażanie komentarzy obraźliwych dla danej nacji, samej grupy lub pojedynczych jej uczestników,
- brak empatii - nie wczuwanie się w potrzeby i możliwości percepcyjne oprowadzanej grupy,
- niechęć i niecierpliwość w odpowiadaniu na pytania.

Przygotowując się do swojej pracy przewodnik turystyczny powinien uświadomić sobie, jakie są **najczęstsze bariery w komunikowaniu międzyludzkim**. Znając je i świadomie pokonując można osiągnąć lepsze efekty w kontakcie nadawca (przewodnik) - odbiorca (turysta). Najczęstszymi takimi barierami są:

- słyszenie (przyjmowanie) tylko tego, co się chce usłyszeć,
- ignorowanie niewygodnych dla słuchacza informacji,
- wpływ grupy na odbiorcę informacji,
- brak sympatii słuchacza do nadawcy,
- niezrozumienie znaczenia konkretnych przekazywanych pojęć (albo różne rozumienie tych samych słów przez mówiącego i odbiorcę),
- zakłócenia zewnętrzne słyszalności (hałasy, krzyki, szумы),
- rozbieżność kompetencji komunikacyjnych nadawcy i odbiorcy (inne rejestry językowe),
- nadmierna ambicja własna,
- zawyżona lub zaniżona samoocena,

Skuteczność komunikowania zwiększy się natomiast, jeśli:

- nadawca ma świadomość, jakie treści chce przekazać i temu podporządkowuje poziom strukturę i sposób przekazu,
- odbiorca ma wystarczającą ilość czasu na zrozumienie i zaakceptowanie nadawcy,
- przekaz jest krótki, prosty w formie i treści,
- przekaz jest właściwie adresowany (i od tego, do kogo się mówi zależy także dobór sposobu środków przekazu).

[Gordon, Świątecki, Wandowicz, 1994, s. 293]

3. Metodyka pracy przewodnika turystycznego

„Metodyka” - zbiór wytycznych dotyczących sposobów postępowania, które należy stosować przy wykonywaniu określonej pracy lub dla osiągnięcia określonego celu lub celów”.

Metodyczne oprowadzanie i obsługa wycieczki turystycznej rozumiana jest jako powadzenie grupy w celach turystycznych, w sposób zapewniający spełnienie celu wycieczki, z zagwarantowaniem realizacji zamówionych dla wycieczki usług. Metodyka oprowadzania będzie uzależniona od typu i formy wycieczki: miejska (piesza, autokarowa), terenowa, górską⁴, wielkości grupy turystycznej (15-25; 30-45 os.), pochodzenia uczestników (krajowa, zagraniczna), wieku uczestników (dzieci, młodzież szkolna, dorośli), specjalizacji zawodowej (architektów, wojskowych, nauczycieli itd.). Inaczej rzecz ma się w przypadku grup osób niepełnosprawnych, metodyka oprowadzania dostosowana jest wówczas do rodzaju ich niepełnosprawności.

3.1. Wskazówki ogólne

Percepcja atrakcji turystycznych przez grupę za pośrednictwem przewodnika stanowi pewien proces składający się z połączonych ze sobą czynności odgrywających znaczącą rolę w procesie poznawczym. Poniżej zostały one omówione.

Program zwiedzania. Jest on często przygotowywany przez samego przewodnika, który w ramach zadysponowanego na zwiedzanie czasu uzyskuje wolną rękę odnośnie doboru listy obiektów (a więc poszczególnych „stacji” spaceru), a już niemal zawsze w odniesieniu do przekazywanych treści. Program turystycznego zwiedzania miasta zawsze powinien jednak obejmować realizację wszystkich trzech aspektów przewodnictwa: poznawczego, wypoczynkowego i wychowawczego. Jednak ich wzajemna proporcja może się znacznie zmieniać w zależności od rodzaju grupy (dorośli, dzieci, starsi), typu wycieczki (tematyczna, szkolna, studyjna, typowo miejska) a nawet rodzaju oprowadzania (np. gra miejska, zwiedzanie fabularyzowane, przejazd czy spacer). I tak na przykład aspekt wychowawczy, choć obecny jest zawsze w jakiejś mierze (przecież także dorośli mogą być uwrażliwiani na konieczność ochrony zabytków czy szacunek dla elementów kultury ludowej, jak gwara itd.) to jednak ma z oczywistych względów relatywnie większe znaczenie w oprowadzaniu grup dzieci i młodzieży i do jego realizacji przypisuje się więcej uwagi. Z kolei w wycieczce tematycznej albo w zwiedzaniu będącym realizacją jednego z elementów wyprawy studyjnej - aspekt poznawczy (edukacyjny) zwiedzania z pewnością będzie dominował [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.78, s. 84].

Dobór obiektów, rozkład treści informacji i poziom językowy komentarzy powinien być też dostosowany do wieku, poziomu, potrzeb i możliwości percepcyjnych grupy. Inaczej będzie więc wyglądał program dla dzieci z trzeciej klasy szkoły podstawowej, inaczej dla seniorów, jeszcze inaczej dla wycieczki zagranicznej czy specjalistycznej (tematycznej), gdzie program może być podporządkowany wąskiemu zagadnieniu, np. architekturze XIX wieku. We wszystkich rodzajach wycieczek wiele zależy od inwencji i kompetencji przewodnika, które w dużej, a czasem w decydującej mierze decydują o efekcie finalnym. Jego osobowość i postawa mają także, obok celu poznawczego, duży wpływ na realizację celu wychowawczego, zwłaszcza w stosunku do grup dzieci i młodzieży. Jednorazowy kontakt młodzieży z przewodnikiem powoduje, że jest on dla niej atrakcyjny, a w sprzyjających okolicznościach, może wywrzeć pozytywny wpływ, jaki trudno uzyskać niejednokrotnie nauczycielom w szkole. Dzieje się tak

⁴ Na potrzeby niniejszego opracowania nacisk położony jest na omówienie metod przewodnictwa miejskiego i terenowego. Na temat metodyki oprowadzania wycieczek górskich zob. Z. Kruczek, J. Zdebski, *Metodyka organizowania wycieczek i imprez górskich*, Kraków 1984 lub Z. Kruczek (red.), *Obsługa ruchu turystycznego*, Kraków 2010

z tego powodu, że nauczyciel kojarzy się uczniom z nużącym przymusem, obowiązkiem szkolnej edukacji, związanym z nią nierozdzielnie ocenianiem itd. Natomiast przewodnik przekazujący wiedzę przebywa z grupą krótko podczas wycieczki z dala od szkoły, nie ocenia, lecz raczej uatrakcyjnia pobyt w nowym miejscu.

Przygotowanie. Po uzyskaniu zlecenia na prowadzenie wycieczki, przewodnik powinien się odpowiednio przygotować. Przede wszystkim: zapoznać się z programem i celami wycieczki. Przemyśleć szczegóły organizacyjne i merytoryczne. Sprawdzić czy nie będzie żadnych przeszkód w zwiedzaniu podanych w programie obiektów (np. nabożeństwo w kościele, koncert, remont obiektu, montaż wystawy w muzeum itd.). Dobrze jest dokładnie ustalić przebieg całej wycieczki i mieć przygotowane dodatkowe warianty na wypadek nieprzewidzianych okoliczności (np. zmiana pogody). W dalszej kolejności, w myśl zasady starożytnej: „*repetitio est mater studiorum*”, dobrze jest aby przypominał sobie treści, które będzie prezentował grupie, warto aby sprawdził co aktualnego dzieje się w świecie kultury i nauki, jednym słowem by jego wiedza była uzupełniona o bieżące wydarzenia z życia miasta, regionu.

Przewodnik powinien mieć przy sobie: plan miasta, mapę regionu, w razie potrzeby aktualne notatki krajoznawcze (do których jedynie zagląda oprowadzając, a nie czyta jak referat!). Jeśli chciałby urozmaicić swój przekaz, może przygotować dodatkowe poglądowe materiały wizualne dla słuchaczy (np. widoki określonych miejsc czy obiektów na dawnej fotografii, rycinie, plany budowli, kserokopie dokumentów itd.) czy przygotować cytaty ze źródeł literackich, pamiętników, poezji fragmenty muzyczne, itd. Praktycznie jest mieć również przy sobie trochę materiałów promocyjnych, wizytówkę stowarzyszenia, kota przewodników bądź osobistą, organizera, telefon komórkowy i długopis oraz małą butelkę niegazowanej wody. Coraz powszechniej współcześni przewodnicy posługują się sprzętem nagłaśniającym. Warto się w niego zaopatrzyć jeśli dysponuje się słabym głosem. Należy jednak uważać, aby zbyt głośnym opowiadaniem (a tym bardziej używaniem głośników) nie zakłócać pracy innym przewodnikom lub nie przeszkadzać osobom korzystającym z obiektu, np. robiącym zakupy w galerii lub modlącym się w świątyni.

Strój przewodnika powinien być zgodny z pełnioną funkcją, ostatnio mile widziana jest tzw. sportowa elegancja. Ubiór winien być estetyczny, wygodny, praktyczny, dostosowany do warunków pogodowych. Godny polecenia będzie niewielki plecaczek, gwarantujący swobodę ruchu. Warto zabrać parasol lub kurtkę przeciwdeszczową a latem okulary słoneczne czy czapkę z daszkiem. Ta ostatnia ma dodatkowy atut: jeśli będzie charakterystyczna, wówczas pozwoli uczestnikom lokalizować w tłumie przewodnika. Trzeba pamiętać także o stosowności stroju do odwiedzanych miejsc i sytuacji - w tym przypadku przewodnik musi być wzorem. Wyruszając z grupą na trasę zgodnie z wymogami przepisów przewodnik powinien zabrać identyfikator i legitymację, ewentualnie także odznakę przewodnicką.

Spotkanie z grupą. Na umówione miejsce spotkania z grupą przewodnik powinien przybyć co najmniej 15 minut przed czasem. Ważne jest aby dokonał oględzin miejsca, które będzie prezentował (w przypadku np. spotkania przed katedrą jako pierwszym punktem zwiedzania). Może okazać się, że spotka go jakaś nieprzewidziana sytuacja (z nagłych przyczyn obiekt zamknięty, brak możliwości zakupu biletów z powodu nieobecności kasjera itp.), której będzie trzeba sprostać. Poza tym od przewodnika wymaga się punktualności i zaradności, więc nie może on np. przybiec zziębnięty na miejsce spotkania z wycieczką: jego ocena w takim

przypadku od razu ulegnie obniżeniu i w oczach turystów może jego autorytet ucierpieć. Dobrze jest zamienić kilka słów organizacyjnych z kierownikiem grupy w celu potwierdzenia lub skorygowania programu. Wszelkich ustaleń należy dokonywać na osobności, nie w obecności grupy. W innym przypadku bowiem pozostali uczestnicy mogliby zacząć zgłaszać własne uwagi i propozycje, nie zawsze sprzyjające realizacji programu. Zadaniem przewodnika jest też dążenie do możliwie najbardziej ekonomicznego rozporządzania czasem, aby założony program mógł być przeprowadzony zwłaszcza w najbardziej istotnych jego punktach. Dlatego nie może on dopuścić do dezorganizacji, a w razie potrzeby musi stanowczo (ale zawsze uprzejmie i z uśmiechem) utrzymywać dyscyplinę zwiedzania i punktualność.

Powitanie uczestników. Jest to niezwykle ważny moment w ramach usługi przewodnictwa. Pierwsze wrażenie warunkuje bowiem ustosunkowanie się grupy do przewodnika. Decyduje o tym czy uda mu się uzyskać dobry kontakt ze słuchaczami. Przewodnik wita uczestników wycieczki w sposób bezpośredni i serdeczny, z uśmiechem i entuzjazmem. Przedstawia się lub zostaje przedstawiony przez kierownika grupy, jako przewodnik turystyczny reprezentujący koło przewodników, stowarzyszenie, czy też jako przedstawiciel biura, które zorganizowało imprezę. Dobrze jest, jeśli już w powitaniu, a potem w komentarzu krajoznawczym, przewodnik nawiąże do miejscowości, regionu czy kraju, z którego grupa przyjechała. Tym, z pewnością, zaskarbi sobie uwagę i sympatię słuchaczy. Następnie powinien zapoznać grupę z programem krajoznawczym wycieczki, w tym także ze szczegółami dotyczącymi miejsca i godziny ewentualnych przerw, posiłków itd. Na koniec podać powinien też zasady postępowania (punktualność, zachowanie przepisów bezpieczeństwa, zachęta do zadawania pytań itd.).

Autokar. Miejsce służbowe obok kierowcy (tzw. miejsce pilota) podczas wycieczki miejskiej i terenowej zarezerwowane jest dla przewodnika. Biorąc do ręki mikrofon, przejmuje on kierownictwo i od tej pory decyduje o przebiegu trasy, zatrzymaniu, czy uruchomieniu autokaru. Wskazuje także miejsca parkingowe. Do tego musi być przygotowany pod względem znajomości przepisów kodeksu drogowego oraz topografii miasta czy okolicy. Po uzyskaniu od kierownika wycieczki informacji o obecności wszystkich uczestników w autokarze, przewodnik daje kierowcy sygnał do rozpoczęcia jazdy. Podczas jej trwania podaje grupie niezbędne informacje o mijanych obiektach trzymając się zasady: „od ogółu do szczegółu”. Wypowiedź dostosowuje do okoliczności. Może na przykład ograniczyć się do nazwy mijanego obiektu, jeśli przejazd jest szybki, a potem na najbliższych światłach nawiązać i uzupełnić wypowiedź o kilka innych znaczących szczegółów. Częstym błędem przewodników podczas zwiedzania autokarowego miast jest rozwijanie długiego wywodu na temat jednego zabytku, podczas gdy autokar mija już kolejne, koncentrujące na sobie uwagę słuchaczy. Przewodnik musi przejawiać tutaj błyskotliwość i refleks, aby nie podawać niepotrzebnych w danym momencie informacji ze szkodą dla czołowych, strategicznych z punktu widzenia ich znaczenia turystycznego i historycznego itd. Przy szczególnie istotnych miejscach, jeśli to możliwe, należy zwolnić tempo jazdy, a nawet w miarę możliwości zatrzymać się na chwilę. Jeżeli czas pozwoli przewodnik może zachęcić grupę do krótkiego wyjścia z autokaru w celu dokładniejszej autopsji i szerszego omówienia interesującego miejsca. Powinno to jednak nastąpić najwyżej kilka razy podczas całego zwiedzania, inaczej efektem może być niepotrzebne zmęczenie grupy.

W spacerze autokarowym przez miasto przewodnik często pełni także rolę pilota wobec nie znającego terenu kierowcy. W takiej sytuacji musi stale pamiętać o odpowiednio wcześniejszym podawaniu mu informacji dotyczących skrętów i zmiany kierunku jazdy, potrzebnych często nawet na kilkaset metrów wcześniej dla zajęcia właściwego pasa jezdni i włączenia się do ruchu w danym kierunku. Te informacje dla kierowcy nie powinny być podawane przez mikrofon, lecz podczas krótkich przerw w przekazie wiadomości dla grupy lub przynajmniej z jednoczesnym odchyleniem się od mikrofonu.

Komentarz przewodnicki. Wypowiedź przewodnika powinna być obiektywna, rzeczowa, sformułowana jasno i interesująco. Jej treść musi być dostosowana do typu grupy. W celu osiągnięcia lepszego efektu przewodnik winien nie tylko zdobyć wszystkie możliwe do zdobycia informacje na jej temat już przed zwiedzaniem, ale także w jego trakcie obserwować grupę i na bieżąco dostosowywać przekaz (dobór, formę, długość komentarzy) do jej możliwości percepcyjnych oraz warunków pogodowych. Przykładowo należy uznać za oczywiste, że grupa stojąca latem w promieniach południowego słońca przy temperaturze 30 stopni nie będzie w stanie skupić uwagi na wypowiedzi przewodnika, choćby mówił rewelacyjnie. Empatyczny przewodnik zaproponuje grupie w tej sytuacji miejsce w cieniu, a przy wyraźnych oznakach zmęczenia słuchaczy - nawet krótką przerwę na odpoczynek. Podobnie sytuacja wygląda, gdy grupę zaskoczy deszcz, czy gdy panuje wyjątkowo niska temperatura. Należy wtedy zapewnić odpowiedni komfort zwiedzania, przebywając możliwie częściej w pomieszczeniach i tam kontynuować omówienie tego, co przed chwilą było oglądane na zewnątrz. Przewodnik winien zorientować się kiedy ograniczyć komentarz do niezbędnego minimum - a kiedy poszerzyć - może przy tym korzystać z pomocnego narzędzia, w rodzaju sylabusa⁵. Przede wszystkim nie wskazane jest przemęczenie zbyt przetładowanym zasobem informacji podawanym na dodatek bez przerwy. Idealem jest umożliwianie słuchaczom oddechu myślowego, refleksji, kontemplacji, podziwiania obiektu, wyrażania komentarza. Wskazany jest dialog, wymiana myśli, dyskusja, a nawet polemika. Przewodnik musi stale pamiętać, że mimo swojego przygotowania nie wie wszystkiego i w sytuacji zaskoczenia niewygodnym pytaniem czy nową, nieznaną mu dotychczas informacją powinien wyrazić nie dezaprobatę czy wzburzenie, ale raczej podziękować za zwrócenie na coś uwagi. Można ją skwitować na przykład stwierdzeniem że „człowiek całe życie się uczy”, względnie skierować dyskutanta do odpowiedniej literatury, jeśli chciałby uzyskać odpowiedź, na nieznane nam w danym momencie, nurtujące go zagadnienie.

Prawidłowa struktura pojedynczego komentarza

1. **Wstęp** - powinien słuchaczy zaintrygować, zachęcić do dalszego słuchania, winien wyjaśnić powód, dla którego obiekt/miejsce zwiedzane znalazło się w programie wycieczki; dobry początek wypowiedzi rzutuje na odbiór całości!
2. **Rozwinięcie** - obowiązuje zasada: „od ogółu do szczegółu” - przedstawienie treści właściwej dotyczącej prezentowanego obiektu/miejsca/postaci - komentarz jasny, rzeczowy, obiektywny, rozpoczynający się od informacji ogólnych, podstawowych uzupełnianych w dalszej kolejności szczegółami. Rozpocząć należy od umiejscowienia obiektu w czasie i przestrzeni, dalej przedstawić informacje historyczne i współczesne, po czym przejść do komentarza o charakterze architektoniczno-artystycznym z uwzględnieniem interpretacji dzieła.
3. **Zakończenie** - powtórzenie (wypunktowanie najważniejszych informacji), sprowokowanie słuchaczy do zadawania pytań; ważna jest dobra, inspirująca puenta.

⁵ zob. A. Mikos v. Rohrscheidt, *Klasyczne i nowoczesne...* artykuł w niniejszym tomie.

Uwaga! Jako minimum poprawnego przewodnictwa należy przyjąć, by przewodnik zawsze pamiętał o znanej zasadzie dydaktycznej, która brzmi: „należy wyczerpać temat, a nie słuchacza”. Jednak - uwzględniając specyfikę „uczenia” w czasie wolnym swoich słuchaczy, także do niej powinien on podchodzić ostrożnie. W jego sytuacji lepiej przekazać mniej, niż za dużo. Należy przy tym także zdecydowanie unikać tzw. „lania wody” i podawania informacji niesprawdzonych.

Spacer od obiektu do obiektu. Przemieszczając się na trasie od jednego punktu zwiedzania do drugiego, grupę prowadzi przewodnik. Nikt z uczestników nie powinien go wyprzedzać. Przed wyruszeniem, istotnym jest poinformowanie uczestników dokąd idą. Gdyby ktoś się podczas marszu odłączył powinien wiedzieć, gdzie jest kolejne miejsce postoju. Na końcu grupę zamyka pilot, kierownik lub osoba przez niego upoważniona (w przypadku szkolnych wycieczek często tę funkcję pełnią rodzice uczestniczący jako opiekunowie). Tempo przemarszu powinno być wyważone i dostosowane do warunków terenowych, wielkości grupy, możliwości kondycyjnych uczestników, przy czym jako kryterium przyjmuje się możliwości potencjalnie najwolniejszej osoby (np. osoba o łasce, osoba z małym dzieckiem itd.). Trasa przejścia powinna być możliwie jak najkrótsza, jak najdogodniejsza. Przy przechodzeniu przez ulicę na sygnalizacji świetlnej przewodnik winien zaczekać na wszystkich uczestników przed przejściem dla pieszych i dopiero na „zielonym świetle” przeprowadzić całość grupy. Dopiero gdy wszyscy będą w komplecie, może on kontynuować przekazywanie informacji krajoznawczych.

Grupa przed obiektem. Po dojściu na wyznaczone miejsce przewodnik ustawia grupę w najlepszym punkcie, z którego widoczne są wszystkie walory zwiedzanego obiektu w pełnej okazałości. Musi to być miejsce bezpieczne, nie wchodzące w kolizję z ruchem ulicznym. Przed rozpoczęciem prezentacji zabytku, należy sprawdzić stan liczebny grupy, po czym wyciszyć w niej emocje spowodowane przejściem i znalezieniem się przed nowym obiektem, pozwolić natomiast grupie na moment przyjrzenia się jemu. Jest to faza wstępna w procesie poznawczym. Następnie do tego oglądu włączyć swój komentarz wspomagający wrażenia wzrokowe. Druga faza stanowi już percepcję szczegółową obiektu. Na tym etapie powinno nastąpić pełne zrozumienie istoty budowli na drodze skojarzeń wzrokowych w powiązaniu z usłyszanymi informacjami [Masiak 1970, s. 20]. Przewodnik winien nauczyć uczestników sztuki patrzenia i słuchania aby odnieść właściwy efekt swej pracy. W ostatniej fazie procesu poznawczego powinno nastąpić utrwalenie wrażeń audio-wizualnych. Przydatne jest do tego krótkie repetytorium najważniejszych problemów, podsumowanie ewentualnie zadanie sprawdzającego pytania grupie lub odpowiedzi na pytania ze strony słuchaczy. Jeśli nie ma pytań można zachęcić do ich zadawania bądź do dyskusji jeśli zaistnieje taka potrzeba.

Uwaga! Przed wejściem do wnętrza takich jak podziemia czy wieże, w celu uniknięcia przykrych sytuacji, trzeba uprzedzić grupę o specyfice tych miejsc, warunkach tam panujących, temperaturze itd. Może bowiem okazać się, że małe, ciasne pomieszczenie wywoła u kogoś lęk towarzyszący klaustrofobii czy inne podobne stany. Dlatego należy zasugerować, że kto nie czuje się na siłach, nie musi wchodzić do wnętrza.

Korzystanie ze środków komunikacji miejskiej. W sytuacji braku autokaru można skorzystać z komunikacji miejskiej, aby zyskać na czasie i jak najszybciej znaleźć się w kolejnym,

interesującym poznawczo miejscu. W takim przypadku przewodnik instruuje w kwestii systemu biletów i sposobu ich użycia, a następnie dba o to, by wszyscy weszli do jednego wagonu. Jeśli to niemożliwe, stara się o to, by osoby w innym wagonie wiedziały, kiedy mają wysiąść (mówiąc im np. na którym przystanku muszą to zrobić). W sytuacji korzystania z kilku równych środków transportu (np. grupa nie mieści się w jednym tramwaju) sam przewodnik wysyła jedną część grupy pierwszym z nich, dokładnie instruując tę grupę lub jej kierownika, gdzie mają wysiąść i polecając im czekać na przystanku lub w widocznym miejscu blisko niego, sam zaś jedzie z ostatnią grupą. To umożliwia mu kontrolę i odpowiednią reakcję (wyjście tam, gdzie wysiadła pierwsza grupa) w razie ewentualnej pomyłki. Podczas jazdy środkami komunikacji publicznej nie udziela się informacji krajoznawczych. Natomiast wskazane jest głośne poinformowanie grupy na krótko przed przystankiem, na którym ma ona wysiąść, że należy to uczynić (np. „grupa z Gdańska: będziemy wysiadać na najbliższym przystanku”). W aktualnych warunkach, kiedy niemal wszyscy rozporządzają mobilnymi telefonami, warto w sytuacjach podziału grupy wymienić numery telefonu przewodnika i jednej z osób z grupy oddzielanej, co ułatwi jej sprawne odnalezienie w przypadku jakichkolwiek trudności.

Czas wolny w trakcie zwiedzania. Racjonalny program dłuższej wycieczki miejskiej powinien uwzględnić przerwy w zwiedzaniu. Możliwości percepcyjne i kondycyjne grupy są bowiem ograniczone. Przerwy na tzw. „kolę” lub „kawę” są zazwyczaj krótsze (20-35 min) a grupa jest podczas nich rozproszona na określonym, niewielkim obszarze. Nie ma wówczas większych problemów z jej zebraniem na określoną godzinę ponownej zbiórki. Przed rozejściem się grupy na dłuższą czy krótszą przerwę, trzeba głośno i dobitnie podać czas trwania przerwy oraz dokładną godzinę i miejsce ponownego spotkania. Należy także przekazać informacje o pobliskich lokalach gastronomicznych, gdzie można się posilić (w zależności od potrzeb i zasobności portfela grupy), o położonych w pobliżu toaletach, sklepach z upominkami, urzędzie pocztowym itd. Jeśli czas wolny, na przykład z racji zaplanowanego dla uczestników grupy posiłku we własnym zakresie jest dłuższy (1-2h) zainteresowanym można wskazać dodatkowe, nie uwzględnione w programie atrakcje turystyczne, które mogliby w tym czasie indywidualnie zobaczyć (kościoty, wystawy muzealne itd.).

Zakończenie wycieczki. Pożegnanie grupy powinno odbyć się przed ostatecznym zakończeniem wycieczki, aby uniknąć chaosu, pośpiechu itd. Mile widziane jest krótkie, sympatyczne podsumowanie, przypomnienie najważniejszych punktów imprezy. Następnie przewodnik winien podziękować uczestnikom za uwagę, zachowanie dyscypliny, a kierownictwu za owocną współpracę. W przypadku wycieczki autokarowej nie można zapomnieć o osobnych podziękowaniach dla kierowcy, który bezpiecznie przewiózł grupę po wyznaczonej trasie. Warto aby na koniec przewodnik zaprosił grupę do ponownego przyjazdu, sugerując jak wiele jeszcze możliwości poznawczych kryje zwiedzane miasto lub region.

Ekskurs: Tzw. wycieczki nieudane. Niestety bywa, że oprowadzanie grupy nie daje nawet dobrze przygotowanemu i pracującemu bez zarzutu przewodnikowi oczekiwanej satysfakcji, bowiem zdarzają się turyści czy okoliczności, które skutecznie mogą zakłócić przebieg wycieczki. Należą do nich:

1. brak punktualności turystów,
2. zmęczenie grupy, spowodowane m. in. długim przejazdem lub zbyt intensywnym programem przed rozpoczęciem zwiedzania,

3. zła atmosfera w grupie,
4. słaba kondycja fizyczna grupy lub części jej uczestników,
5. brak znajomości elementarnych zasad dobrego wychowania (tzw. „kinderstuby”),
6. niewłaściwy strój uczestników, determinujący realizację programu,
7. nadużywanie alkoholu przed lub w trakcie zwiedzania,
8. przerywanie prowadzącemu, wybuchy śmiechu, głośne rozmowy,
9. brak wrażliwości na piękno, brak zainteresowań poznawczych,
10. słabe przygotowanie ogólne, niski poziom intelektualny.

Przewodnik musi być świadomy, że jakkolwiek ma on wielki wpływ na powodzenie wycieczki, to jednak nie zależy ono wyłącznie od niego i nawet najlepsze przygotowanie oraz duży wysiłek mogą zostać zniweczone przez jeden lub kilka ze wskazanych czynników negatywnych. Jednak nawet takie zwiedzanie, uznane za „nieudane” w momencie jego realizacji, jeśli sam przewodnik dokłada starań i zachowuje właściwą postawę, pozostawi u przynajmniej niektórych uczestników znaczący zasób wiadomości i choćby częściowe pozytywne wrażenia. Przy późniejszej refleksji zostanie ono uznane za cenne doświadczenie, a szereg elementów odbytej wycieczki ocenionych jako ciekawe i ubogacające.

3.2. Wskazówki szczegółowe

3.2.1. *Metodyka oprowadzania wybranych rodzajów grup turystycznych*

Różne typy grup turystycznych wymagają odmiennego sposobu oprowadzania. Spośród wielu możliwości, poniżej zaprezentowano wskazówki odnoszące się do prowadzenia najczęściej spotykanych grup turystów krajowych: szkolnych, dorosłych i seniorów oraz specjalistycznych i tematycznych.

Grupy młodzieży szkolnej. Wymagają one od przewodnika odpowiedniego przygotowania, dużej cierpliwości, opiekuńczości i umiejętności wychowawczych. Przed oprowadzającym staje niewątpliwie trudne zadanie nawiązania kontaktu z grupą, co często okazuje się skomplikowanym przedsięwzięciem. Na początku przed rozpoczęciem zwiedzania dobrze jest przeprowadzić krótką rozmowę z nauczycielami-opiekunami i dowiedzieć się od nich kilku szczegółów o grupie: skąd przyjechała, z jakiego typu szkoły, w jakim wieku są uczestnicy, jaka jest idea-temat przewodni wycieczki i jej trasa, jakie są aktualne nastroje i nastawienie młodzieży itd. Następnie - po przywitaniu się z grupą - warto nawiązać do tych informacji, jak choćby do miasta, z którego grupa pochodzi, patrona szkoły itd., starając się przy tym szukać punktów wspólnych między np. miastem pochodzenia grupy a aktualnie zwiedzanym. Przewodnik może się także pochwalić znajomością miasta, z którego grupa przyjechała, czym niewątpliwie zaskarbi sobie jej przychylność już na starcie. Ważna jest orientacja przewodnika w szkolnych programach nauczania: w zależności od programu opanowanego przez młodzież lub aktualnie „przerabianego” w szkole przewodnik winien dokonać wyboru przekazywanych treści i sposobu wyrażania myśli. Dobrze, jeśli będzie rozwijał szerzej tematykę znaną uczestnikom, a z umiarem wprowadzał nowe zagadnienia. W miarę możliwości powinien ilustrować praktycznie nabytą w szkole wiedzę (z historii, geografii, biologii, itd.), jak również wykorzystywać posiadany już przez słuchaczy zasób wiedzy do szerszych porównań i formułowania ogólniejszych spostrzeżeń. Pomocni będą w tym towarzyszący grupie nauczyciele, którzy udzielą informacji o aktualnym stanie wiedzy grupy.

Młodzież ery telewizji, Internetu, mp3 i komputerów nastawiona jest na ogląd. Przewodnik powinien zatem dostarczyć jej jak najwięcej wrażeń wzrokowych, posługując się

technikami, które trafiają do młodzieży, a więc materiałami pomocniczymi (poglądowymi). Powinien też - o ile tylko ma wpływ na układanie programu spaceru już wcześniej (na etapie planowania), bo np. jest pytany o opinie i sugestie - uwzględnić coraz liczniejsze propozycje interaktywnego i multimedialnego zwiedzania obiektów i zaproponować skorzystanie z nich organizatorom czy opiekunom grupy. Na przykład w coraz liczniejszych poznańskich placówkach muzealnych warto przy zwiedzaniu z grupą młodzieży korzystać z takich elementów, jeśli tylko jest tam taka możliwość. W naszym mieście są to na przykład: Makieta Dawnego Poznania, prezentacja wizualizacji komputerowej na wystawie w Muzeum Archeologicznym, liczne elementy interaktywne w Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956, ekspozycja w Odwachu, z kolei niedaleko od Poznania - multimedialny pokaz historyczny w gnieźnieńskim Muzeum Początków Państwa Polskiego. Interesujące będzie także obejrzenie (krótkiego!) filmu, kilkuminutowy pokaz „żywej historii” (np. odegrany element fabularny), uczestnictwo w seansie typu „światło i dźwięk” albo udział grupy w innym multimedialnym pokazie. W przekazie przewodnickim skierowanym do grupy młodzieży należy unikać nadmiaru terminologii naukowej i stylu mowy oratorskiej. Wypowiedź powinna być przystępna, ale z drugiej strony nie infantylna. Dobrym, praktycznym zabiegiem jest odwoływanie się w wypowiedziach (przez porównanie, przykład, kontrast) do znanych młodzieży, aktualnych filmów, znanych postaci z kręgów muzycznych, sportowych itd. Słuchacze docenią wówczas przewodnika jako osobę „na czasie” i chętniej wysłuchają pozostałych objaśnień. Na końcu wycieczki można także pokusić się o przeprowadzenie krótkiego quizu, weryfikującego zdobytą wiedzę, z drobnymi nagrodami. Ustalony wcześniej z opiekunami i zapowiedziany już na początku zwiedzania, ma on szansę skłonić zainteresowanych do koncentracji uwagi, a nawet do notowania podawanych faktów i opisywanych postaci lub wydarzeń. Młodzież, lubiąca rywalizację i dopingowanie innym występującym, na pewno przyjmie taki konkurs z aprobatą. Nagrody - które po wcześniejszej konsultacji z przewodnikiem może sfinansować także np. organizator wycieczki - powinny być symboliczne, przy czym dobrze, jeśli będą one związane ze zwiedzaniem miastem, a nawet trasą wspólnego spaceru. Stanowią wtedy miłą pamiątkę z wycieczki.

Nie bez znaczenia jest także struktura płci w grupie młodzieży czyli proporcje ilościowe uczestniczących w wycieczce dziewcząt i chłopców. Dziewczęta wykazują z zasady większą cierpliwość, zainteresowanie szczegółami i faktami, chłopcy są natomiast bardziej motoryczni, mają zdecydowaną łatwość w przyswajaniu pojęć ogólnych i tendencje do formułowania generalizujących wniosków [Piontek 1970, s. 51]. Zadają także z reguły więcej pytań, włączają się do dyskusji, nierzadko też nieumyślnie lub z premedytacją (dla zabawy) utrudniają pracę przewodnikowi. W sytuacji, gdy przewodnik pracuje z grupą z przewagą chłopców, warto skierować ich naturalną aktywność na właściwe tory poprzez pytania, konkursy, zagadki, zaangażowanie do pomocy przy pokazie, odczytaniu napisu na płycie pamiątkowej, fragmentu tekstu literackiego itd.

Zwiedzanie obiektów dziedzictwa kulturowego stwarza okazję do rozbudzania w młodzieży postaw pro-kulturowych, uczy respektu i potrzeby ochrony zabytków, potrzeby uczestnictwa w szeroko rozumianej kulturze. Od przewodnika zależy, jaką postawę ukaże i przybliży młodzieży.

Warto aby przewodnik miał ze sobą sprzęt nagłaśniający, zwłaszcza podczas oprowadzania grup dzieci i młodzieży. Uniknie wówczas - zwłaszcza na wolnej przestrzeni - przekrzykiwania i nadwyrażania głosu.

Grupy dorosłych. Przewodnik powinien starać się zorientować wcześniej, z jaką grupą zawodową lub/i społeczną ma do czynienia i starać się dostosować przekaz do poziomu i doświadczeń zawodowych słuchaczy. Na przykład w przypadku osób z wyższym wykształceniem humanistycznym (np. nauczycieli) można liczyć na szerszą orientację w historii czy literaturze polskiej, nie ma też żadnego powodu obawiać się prezentacji szerokiego kontekstu w omawianiu treści. W przypadku osób z wykształceniem średnim czy zawodowym należy delikatnie wysondować, na ile szeroki przekaz jest przez nie akceptowany. Można w wyjaśnieniach przywoływać przykłady aktualnych wydarzeń, postaci znane z mediów, programów telewizyjnych, a także do specyfiki pracy wykonywanej przez słuchaczy. I w tym przypadku warto „zabłysnąć” znajomością miasta czy regionu pochodzenia grupy. Mniej należy „męczyć” tę grupę słuchaczy fachową terminologią czy zagłębianiem się w historyczne rozważania, albo nadmiernie rozbudowanym przekazem faktografii. Mile widziane są natomiast anegdoty, ciekawostki, które niewątpliwie uatrakcyjnią wypowiedź i przyciągną uwagę. Przewodnik grupy dorosłej powinien unikać pouczania, a zwłaszcza mentorskiego tonu - nie ma bowiem do czynienia z dziećmi i takim zachowaniem może zrazić do siebie słuchaczy. Gdy oprowadza grupę seniorów (np. uczestników Uniwersytetu Trzeciego Wieku), musi z kolei pamiętać o dostosowanym do zainteresowań i możliwości grupy programie wycieczki oraz tempie zwiedzania uwzględniającym odpoczynek połączony z rozrywką i rekreacją. Dobrze jest w takiej grupie pewne informacje organizacyjne (jak czas i miejsce zbiórki) powtórzyć, aby nikt nie zagubił się podczas przerwy w zwiedzaniu. Oprowadzając grupy dorosłych, przewodnik winien być otwarty na pytania i sugestie uczestników, umożliwić im wypowiedzenie swych poglądów na określone tematy. Jednak w razie przedłużania się dyskusji powinien on ją taktownie i delikatnie zakończyć, by wrócić do omawianego tematu.

Grupy specjalistyczne i tematyczne. Oprowadzanie grup specjalistycznych, to znaczy zorientowanych na konkretną dziedzinę, a nawet temat (np. architektów, konserwatorów, botaników, geografów i innych), wymaga szczególnie wysokich kwalifikacji przewodnickich. Przewodnicy, którzy podejmują się oprowadzania tego typu grup powinni mieć więcej niż ogólne rozeznanie w danej dziedzinie, a zwłaszcza w aktualnych jej osiągnięciach. Wymagana jest pogłębiona prezentacja omawianej tematyki, oparta na źródłach naukowych, a nie tylko krajoznawczych. Mile widziane są nawiązania tematyczne. Na przykład, jeśli przewodnik ma do czynienia z grupą architektów z Krakowa, wskazane by było, aby dokonywał w swej wypowiedzi na temat zabytków poznańskich nawiązań do przykładów architektury krakowskiej. Ważna będzie w tym przypadku także doskonała znajomość chronologii dziejów architektury w Europie i w Polsce oraz fachowej terminologii z zakresu architektury i sztuki. Mając do czynienia ze specjalistami dobrze jest uczynić zadość ich zainteresowaniom, przygotowując zawczasu do pokazu plany (rzuty) zwiedzanych obiektów, rysunki czy fotografie prezentujące dawny wygląd omawianych budowli, a nawet ich stan po zniszczeniach wojennych. Grupa nie-specjalistów, realizująca wycieczkę tematyczną nie będzie miała tak wysokich oczekiwań, w jej przypadku zazwyczaj wystarczy prawidłowy, zgodny z tematem dobór obiektów oraz rozwinięcie przekazu o wątki powiązane z tymże tematem, na przykład z pomocą sylabusu.

3.2.2. Zwiedzanie wybranych miejsc i obiektów

Architektura sakralna. Zabytki architektury sakralnej należą do najczęściej uwzględnianych w programach wycieczek. Do architektury sakralnej (służącej kultowi) zalicza się obiekty różnych religii i wyznań: (kościoty, klasztory, kaplice, baptysteria, zbory, cerkwie, bożnice,

meczetu itd.). Obowiązują w nich zasady zachowania związane ze specyfiką religii czy wyznania, które przewodnik winien znać i respektować.

Podstawową sprawą, na którą przewodnik powinien zwrócić uwagę jest strój turystów. Ludzie będąc na tzw. wycieczkowym „luzie” często zapominają o dobrych obyczajach, które obowiązują ich na co dzień. Pozwalają sobie na swobodny strój także wchodząc do świątyni, w ten sposób nierzadko lekceważą panujące tam nakazy i zakazy. Turyści często traktują obiekt sakralny jedynie jako zabytek lub atrakcję, a nie jako miejsce kultu religijnego. Wchodząc do meczetu nie dziwią się, że należy zdjąć buty, a w bożnicy żydowskiej założyć kipe. Natomiast wchodząc do świątyni katolickiej często ignorują plakaty zabraniające zwiedzania jej w tzw. nieskromnym stroju. Przewodnik powinien wcześniej uprzedzić grupę o obowiązku zabrania ze sobą dodatkowych elementów garderoby, które przydadzą się podczas zwiedzania świątyń (np. panie mogą zarzucić na odkryte ramiona chustę lub bluzę, panowie zmienić spodnie krótkie na długie). W kościele przewodnik powinien zalecić grupie stosowne zachowanie - ciszę, zdjęcie czapek z głów, nie przeszkadzanie osobom modlącym się itd. W szczególności należy bezwzględnie respektować zakaz zwiedzania i fotografowania podczas liturgii i nabożeństw. W trakcie ich trwania przewodnik czekając z grupą na zewnątrz, może omówić historię obiektu, jego cechy charakterystyczne. Gdy nabożeństwo się przedłuża, można zarządzić np. niedługą przerwę na kupno pamiątek. Po wejściu, sadzając grupę w ławkach należy rozpocząć omawianie wnętrza. Dobrze jest tak umiejscowić grupę, aby jej obecność w świątyni i komentarz przewodnicki nie zakłócał spokoju wiernym przebywającym na jej terenie. Komentarz we wnętrzu winien być obiektywny, konkretny, bez nadmiernie egzaltowanego zabarwienia religijnego. Niewskazany jest szczególnie nakłanianie grupy do odmawiania modlitw, chyba, że jej członkowie sami wyrażą takie życzenie. Wyjątek stanowią grupy pielgrzymkowe, dla których odwiedziny świątyni mają głównie cel religijny, natomiast cel poznawczy (i tym samym usługa przewodnika) pozostaje na drugim planie: wówczas kierownik takiej grupy czy towarzyszący jej duchowny zazwyczaj sam inicjuje podjęcie modlitwy.

Architektura świecka. Do najczęściej odwiedzanych zabytków architektury świeckiej zaliczyć można obiekty mieszkalne, zwłaszcza: zamki, pałace, dwory, wille, kamienice i inne. Często są one jednocześnie obiektami muzealnymi. Przewodnik w pierwszej kolejności omawia budowlę z zewnątrz, prezentując ją od strony dziedzińca i elewacji ogrodowej, przybliżając jej dzieje, właścicieli i cechy charakterystyczne. Dobrze by było, aby zapoznał słuchaczy także z planem obiektu, a to w celu zapewnienia im lepszej orientacji w układzie pomieszczeń wewnętrznych oraz ich funkcji. Następnie wprowadza grupę do środka, gdzie zgodnie z kierunkiem zwiedzania i zasadami danej placówki przeprowadza ją po kolejnych salach ekspozycyjnych. Gdy grupa w całości przemieści się z jednego pomieszczenia do drugiego, wówczas dopiero przewodnik rozpoczyna swój komentarz, aby wszyscy mogli go usłyszeć. Już na samym początku winien zwrócić turystom uwagę aby nikt nie dotykał eksponatów, o ewentualnym obowiązku (jeśli taki jest) założenia ochronnego obuwia oraz o zasadach związanych z fotografowaniem we wnętrzach.

Muzea. W Polsce ze względu na rangę i zakres terytorialny zbiorów (wg wartości i jakości zbiorów) wyróżnia się muzea: narodowe, tj. posiadające rangę centralną i znaczenie dla całego kraju (w Warszawie, Krakowie, Poznaniu, Wrocławiu, Gdańsku, Szczecinie, Kielcach, Rzeszowie, a także w Przemyślu i Szreniawie pod Poznaniem), okręgowe (o randze wojewódzkiej), regionalne, miejskie, zbiorów specjalnych, lokalne izby regionalne. Ze względu

na specyfikę zbiorów można wyróżnić m.in. muzea: archeologiczne, etnograficzne, historyczne, wnętrz, diecezjalne i sztuki sakralnej, techniki, sztuki, martyrologii i walk narodowo-wyzwoleńczych, przyrodnicze, literatury, rolnicze, teatralne, sportu i turystyki, biograficzne, wojskowe, uniwersyteckie, bursztynu, ikon itd. Ponadto istnieją muzea gromadzące zbiory specjalne np. Muzeum Romantyzmu (Opinogóra), Soli (Wieliczka), Zegarów (Jędrzejów), Instrumentów Muzycznych (Poznań), Karykatury (Warszawa); Muzea PTTK, Izby Regionalne PTTK i inne.

W granicach obszaru, który obejmują jego uprawnienia, przewodnik może oprowadzać po obiektach muzealnych. Z praktyki jednak wiadomo, że często tę usługę wykonują etatowi pracownicy muzealni, zamawiani wcześniej przez grupę. Rzadko bowiem się zdarza, zwłaszcza w odniesieniu do muzeów sztuki, żeby przeciętny przewodnik miał na tyle rozległą wiedzę, by podjąć się prezentacji zbiorów malarstwa w przekroju dziejowym czy dokonać szczegółowej analizy konkretnego dzieła. Podobnie rzecz się ma z innymi specjalistycznymi muzeami, gdzie wymagana jest pogłębiona wiedza fachowa - jak na przykład w poznańskim Muzeum Instrumentów Muzycznych i innych obiektach tego rodzaju. Rozwiązaniem dla przewodnika, dysponującego tylko wiedzą ogólną na temat placówki i jej zbiorów, jest podanie przed wejściem do gmachu muzeum podstawowych informacji na temat jego historii, działów, zgromadzonych zbiorów, aktualnych wystaw czasowych, zasad zwiedzania, cen biletów itp. Oczywiście wiadomości te mogą być przekazane we wnętrzu muzeum w chwili oczekiwania na przewodnika muzealnego, który w dalszej kolejności przeprowadzi grupę po ekspozycji uszczegóławiając komentarz. Innym sposobem oprowadzania przez przewodnika miejskiego po muzeum może być podanie przy wejściu do konkretnej wystawy tematycznej ogólnych informacji na jej temat i zaproponowanie grupie samodzielnego zwiedzania wystawy (sali), przy czym pozostaje on obecny w zwiedzanej sali i wyraża gotowość do odpowiadania na pytania bardziej zainteresowanych w miarę posiadanej wiedzy. Takie rozwiązanie jest często mile widziane także przez uczestników, nie zmusza bowiem tych mniej zainteresowanych szczegółowym komentarzem, do zwiedzania grupowego i pozostawia względną swobodę oraz daje okazję do zatrzymania się przy obiektach i elementach, które przyciągną ich uwagę lub przy interaktywnych informatorach, kioskach multimedialnych itd.

Nekropolie. Nekropolie wyznaniowe w Polsce to głównie cmentarze rzymskokatolickie, zwłaszcza te o szczególnej randze historycznej (jak Powązki w Warszawie, Cmentarz Rakowicki w Krakowie, Cmentarz Zasłużonych w Poznaniu). Z turystycznego punktu widzenia interesujące są też cmentarze mniejszości narodowych i religijnych. Spotykamy w Polsce liczne cmentarze protestanckie (luterańskie, kalwińskie, mennonickie itd.), wyznań lub obrządków wschodnich (prawosławne, staroobrzędowców i greckokatolickie), mariawickie, muzułmańskie, karaïmskie, liczne są także lepiej lub gorzej zachowane kirkuty (cmentarze żydowskie). Podczas zwiedzania cmentarzy na pierwszy plan przekazu przewodnickiego wysuwają się dwa aspekty: biograficzny, dotyczący pochowanych osób lub grupy wyznaniowej, a także artystyczne, związane ze sztuką sepulkralną. Do nekropolii zalicza się miejsca pochówku władców (katedry w Poznaniu, Płocku, Krakowie), groby artystów, pisarzy, działaczy narodowych itp. (Skałka w Krakowie, krypta św. Wojciecha w Poznaniu, krypta katedry św. Jana w Warszawie, krypty wawelskie). Ponadto licznie odwiedzane są miejsca pochówku lub ekspozycji relikwii duchownych, błogosławionych i świętych (Gniezno - św. Wojciech, Kraków - św. Stanisław, Trzebnica - św. Jadwiga i liczne inne), kaplice, grobowce rodowe, groby symboliczne itd. Zachowanie zwiedzających w tych miejscach powinno być stosowne, a więc podobne jak powyżej opisane w odniesieniu do

architektury sakralnej. Przewodnik winien zwrócić uwagę uczestników, aby zachowywali się godnie w miejscu wiecznego spoczynku, zachowując szacunek i należyłą powagę. Komentarz przewodnicki powinien być w tych miejscach nie nazbyt obszerny lecz treściwy. Winien więc przede wszystkim wypuklać zasługi postaci spoczywających w nekropoli, uwrażliwiać na ich znaczenie w dziejach narodu lub w konkretnej dziedzinie kultury. Zbyt długa wypowiedź, nużąca turystów w takim miejscu, powoduje rozprężenie i generuje niepotrzebnie zachowania tj. zniecierpliwienie, rozmowy, własne komentarze itd., których powinno się w takich miejscach unikać. Ważną sprawą jest uprzedzenie turystów przed wejściem do krypt, podziemi, jakie panują tam warunki. Pomieszczenia tego typu mogą bowiem u niektórych zwiedzających wywoływać różne reakcje (lęk, panikę, a nawet omdlenia).

4. Warsztat pracy przewodnika

Ukończenie kursu przewodnickiego, zdanie egzaminu i otrzymanie uprawnień to dopiero początek. Swobodny dostęp do telewizji, prasy, Internetu powoduje coraz wyższy dostępny poziom wiedzy w społeczeństwie. Przewodnik ma więc trudniejsze zadanie przed sobą, bowiem obecnie oczekuje się od niego więcej niż dawniej. Byłoby niekorzystne dla jego wizerunku gdyby na przykład wykazał się słabszą orientacją w zakresie aktualnych problemów związanych z miastem, które prezentuje i reprezentuje, niż niektórzy członkowie oprowadzanej grupy. Posiadanie wiedzy i umiejętności zdobytych poprzez szkolenie przewodnickie stanowi dobrą podstawę, lecz może okazać się dalece niewystarczające do osiągnięcia poziomu w pełni satysfakcjonującego rozmaite grupy klientów i tym samym zapewniającego opinię dobrego i sprawdzonego przewodnika, którego organizatorzy wycieczek doceniają, zapamiętują i chętnie do niego wrócą. Podstawowym warunkiem uzyskania i utrzymania właściwego poziomu i stałej zdolności przekazywania turystom aktualnej i pogłębionej wiedzy opartej na wiarygodnych źródłach, a także do sprostania różnorodnym wymaganiom współczesnych turystów miejskich jest samokształcenie.

Zalecane kierunki samokształcenia przewodnika:

Aby pozostać w tzw. „dobrej formie” przewodnickiej i poprawiać jakość swojej pracy, miejski przewodnik po Poznaniu powinien:

1. Ugruntowywać i poszerzać wiadomości historyczne oraz zdobywać wiedzę bieżącą (w dziedzinie politycznej, gospodarczej, społecznej, kulturalnej) poprzez:
 - uczestnictwo w szkoleniach, kursach, konferencjach, prelekcjach i dyskusjach organizowanych przez: koła przewodników (np. PTTK), stowarzyszenia i grupy przewodnickie, otwarte instytucje kulturalne (np. Towarzystwo Miłośników Miasta Poznania, PTPN, Muzeum Narodowe) oraz poznańskie uczelnie wyższe,
 - udział w szeroko rozumianym życiu kulturalnym miasta (koncerty, spektakle, wernisaże, spotkania literackie, itp.),
 - regularną lekturę publikacji naukowych, popularnonaukowych i krajoznawczych dotyczących miasta i regionu,
 - gromadzenie, aktualizowanie i porządkowanie posiadanej własnej bazy danych,
 - przygotowanie dla własnego użytku, aktualizację i wykorzystanie w pracy tzw. „sylabusów miejsc” (zob. artykuł A. Mikosa von Rohrscheidt w niniejszym opracowaniu).

2. Rozszerzać swoją bazę źródłową poprzez

- wzbogacanie prywatnej biblioteczki o dawną i aktualną literaturę turystyczną (użytkową): przewodniki, foldery, informatory, mapy, plany oraz (uzupełniającą): albumy, monografie, literaturę faktu, poradniki, spisy adresowe. Aktualne publikacje umożliwiają przewodnikowi „bycie na czasie”, posiadanie pełnej orientacji w zakresie rozwoju miasta i jego oferty. Natomiast porównanie tej literatury z publikacjami przewodnikowymi sprzed kilkunastu lub kilkudziesięciu lat umożliwia weryfikację zmian, które zaszły na terenie miasta i tworzenie tzw. narracji kontrastowej, stanowiącej w przypadkach niektórych obiektów (np. poprzedniej ruiny i dzisiejszego Starego Browaru, albo dawnych koszar i dzisiejszych „loftów”) ciekawy element przekazu, przede wszystkim dla głębiej zainteresowanych grup tematycznych,
- korzystanie ze słowników i leksykonów, encyklopedii szczegółowych i ogólnych np. dotyczących historii Polski albo terminologii specjalistycznej z określonych dziedzin (np. architektury),
- gromadzenie literatury naukowej i popularno-naukowej dotyczącej dziejów i współczesnego miasta (np. monografię *Dzieje Poznania*, poszczególne tomy *Kroniki Miasta Poznania*, *Kroniki Wielkopolski*; opracowania typu *Kanon Krajoznawczy Polski*; *Kanon Krajoznawczy Województwa Wielkopolskiego*, tomy serii *Zabytki Poznania*, tomiki serii *Iks*, i szereg innych serii i publikacji),
- korzystanie z *Katalogów Zabytków Sztuki* zawierających opisy historyczne i inwentaryzacyjne obiektów architektury i ich wyposażenia (np. *Miasto Poznań*, pod red. Z. Kurzawy i A. Kusztelskiego),
- systematyczne czytanie prasy lokalnej (w tym turystycznej), korzystanie z filmów krajoznawczych, programów komputerowych, stron internetowych oraz regularne odwiedzanie punktów Informacji Turystycznej i zapoznawanie się z nowościami,
- gromadzenie utworów literackich, których fragmenty można zacytować jako słowną ilustrację twórczości pisarzy czy poetów wspominanych na trasie wycieczki,
- spisywanie legend, anegdot, popularnych powiedzeń, dowcipów, piosenek, utworów poetyckich poświęconych miastu i jego mieszkańcom, poszczególnym miejscom i wydarzeniom,
- zbieranie fotografii lub ich kopii przedstawiających dawne widoki miasta i okolicy, w celu pokazania turystom zmian, jakie zaszły w krajobrazie miasta,
- przygotowanie kserokopii dokumentów archiwalnych, planów budowli architektonicznych dla celów poglądowych,

3. Doskonalić komunikację werbalną poprzez:

- poznawanie i doskonalenie podstawowych zasad przekazu: systematyczności, poglądowości, samodzielności, związku teorii z praktyką, efektywności, przystępności, indywidualizacji i uspołecznienia oraz metod przekazu „podających”, jak opis, opowiadanie, wykład, a także „poszukujących”, jak pogadanka, dyskusja, praca pod kierunkiem [Kruczek, Kurek, Nowacki 2007, s. 95 i n.],
- ewentualnie w razie potrzeby odbycie specjalnego kursu w zakresie emisji głosu, artykulacji itp. [zob. Połęczarz 2005, ss. 110-129].

5. Wskazówki metodyczne do oprowadzania po wybranym obiekcie (Bazylika Archikatedralna Świętych Piotra i Pawła w Poznaniu)

Każdy obiekt zabytkowy ma swą odmienną specyfikę, rangę, znaczenie, wymaga więc nieco innego podejścia do jego prezentacji. W niektórych przypadkach wystarczy ogólne

przygotowanie bez dodatkowego wykorzystania szczegółowych źródeł. Jednak obiekty o największym znaczeniu historycznym i artystycznym w dziejach miasta, regionu i kraju, będące swoistą wizytówką, kluczowym zabytkiem - walorem na określonych trasach turystycznych, powinny być potraktowane przez przewodnika z nadzwyczajną pieczołowitością.

Wiedza przewodnika powinna być w ich przypadku szczególnie mocno pogłębiona, ale sam przekaz informacji musi być każdorazowo odpowiednio dostosowywany do typu, potrzeb i możliwości oprowadzanej grupy, a także do całościowego programu jej pobytu w mieście jako kontekstu zwiedzania obiektu.

Przykładem takiego obiektu jest archikatedra poznańska. Z racji jej znaczenia historyczno-artystycznego w historii Polski i Poznania, kandydat na przewodnika powinien się rzetelnie przygotować do jej omówienia. Winien wykazać się dobrą orientacją w zakresie dziejów Polski i miasta, w celu stworzenia tła historycznego w swoim wywodzie oraz znajomością architektury i sztuki wraz z podstawową terminologią umożliwiającą fachowy komentarz bryły architektonicznej, faz jej budowy oraz opisu wyposażenia wnętrza. Wypowiedź przewodnika w katedrze nie powinna sprowadzać się jedynie do wyliczania, co w danej kaplicy się znajduje, kto i w którym roku wykonał poszczególne dzieła. Przynajmniej w odniesieniu do ważniejszych z nich pożądanym byłby także kontekst przyczynowo-skutkowy. Dobry przewodnik powinien umieć wyjaśnić na przykład, dlaczego nagrobek Górków ma formę piętrową, jak wyglądały nagrobki powstające wcześniej - w stylu gotyckim, gdzie w Polsce spotkać można inne znaczące przykłady takich obiektów sepulkralnych itd. Uwagi metodyczne na temat przewodnictwa po tym obiekcie podzielono na te dotyczące przygotowania przewodnika i samej realizacji wzorcowego oprowadzania.

1. Przygotowanie ogólne powinno uwzględniać:

- przypomnienie najważniejszych wydarzeń z historii Polski, w tym kolejnych dynastii panujących i ich przedstawicieli,
- przygotowanie tła historycznego w oparciu o najnowszą literaturę naukową dotyczącą aktualnych ustaleń (na podstawie badań archeologicznych) z zakresu powstania grodu na Ostrowie Tumskim, ważnych wydarzeń z nim związanych np. Chrztu Polski, Zjazdu Gnieźnieńskiego, pochówku pierwszych władców Polski - Mieszka I i Bolesława Chrobrego oraz dalszych dziejów tego miejsca aż do czasów współczesnych,
- dobre opanowanie periodyzacji dziejów architektury i sztuki oraz cech charakterystycznych każdego ze stylów,

2. Przygotowanie szczegółowe obejmuje:

- dokładne zapoznanie się z obiektem i jego wyposażeniem (kaplice) poprzez uczestnictwo w szkoleniu z wykładowcą/instruktozem,
- indywidualne przestudiowanie dostępnej literatury na ten temat,
- opanowanie terminologii niezbędnej do przygotowania fachowego komentarza,
- wynotowanie podstawowych danych biograficznych postaci związanych z historią katedry (w tym m. in. spoczywających tu władców, biskupów, architektów, twórców znajdujących się tu dzieł sztuki),
- rozpoznanie znaczenia ważniejszych napisów, inskrypcji umieszczonych na płytach nagrobnych, nagrobkach itd. (w przypadku łacińskich - przygotowanie ich polskiego tłumaczenia),

- sporządzenie dla celów pokazu materiału ilustracyjnego/fotograficznego, pozwalającego na porównanie bryły katedry w różnych momentach dziejowych ze stanem obecnym.

3. Orowadzanie grupy: archikatedra poznańska

Przed fasadą katedry

- Wyjaśnienie znaczenia miejsca i rangi obiektu, przed którym stoi grupa,
- Przedstawienie zarysu dziejów Ostrowa Tumskiego i jego zabudowy (dawnej i aktualnej), w tym:
 - lokalizacji przestrzennej grodu i podgrodzia (wzmianka o badaniach archeologicznych),
 - faz budowy katedry (jak zmieniała się sylwetka katedry - ze szczegółowym komentarzem w odniesieniu do obecnej jej postaci jako efekcie regotyżacji),

W razie niepogody lub ograniczeń czasowych można o tym powiedzieć w podziemiach, wykorzystując zamieszczone tam plansze, wówczas można pominąć komentarz na zewnątrz.

Wnętrze - nawa główna

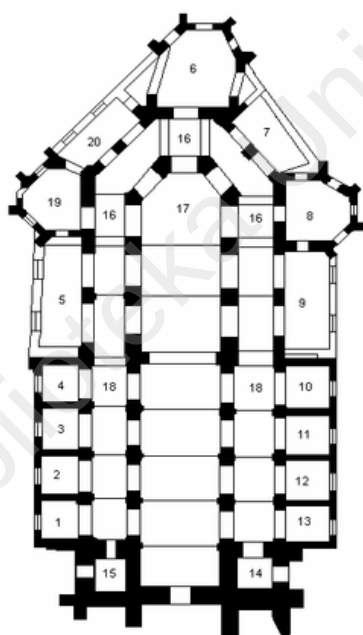
- Po wejściu do świątyni - kontynuacja komentarza dotyczącego zmian stylowych w architekturze i wyposażeniu obiektu (grupa może na moment usiąść w ławkach),
- Prezentacja struktury wnętrza (można podać także jego wymiary), w kontekście dziejów architektury gotyckiej z uwzględnieniem jej najważniejszych cech,
- Wspomnienie o katedrze jako nekropolii władców polskich, wskazanie napisu na posadzce nawy głównej katedry, prezentacja płyty upamiętniającej biskupa Jordana.

Podziemia

- Wchodzi się do nich w celu pokazania relikwów katedry przedromańskiej i romańskiej, domniemanej misy chrzcielnej i pierwotnych miejsc pochówku Mieszka I i Bolesława Chrobrego.

Zwiedzanie kaplic (zgodnie z ustalonym kierunkiem zwiedzania katedry)

Jeśli czas jest ograniczony, należy przedstawić najważniejsze historycznie i zarazem najciekawsze kaplice. Na pewno do tej grupy należą: *kaplica Najświętszego Sakramentu - Górków* (nr 5), *Złota Kaplica* (nr 6) i *kaplica św. Stanisława Biskupa - dawna Królewska* (nr 13).



Rys. Plan katedry poznańskiej
(źródło: pl. wikipedia.org)

Jeżeli nie ma ograniczeń czasowych - zwiedzanie rozpoczyna się od *Kaplicy św. Marcina* - komentarz skupia się wokół obrazu Krzysztofa Boguszewskiego - „Wjazd św. Marcina do Amiens” oraz nagrobka biskupa Wawrzyńca Goślickiego. Wypowiedź powinna uwzględniać kontekst odnoszący się do sztuki baroku, w tym także do autora obrazu.

Kaplica św. Józefa - poza figurą patrona kaplicy w ołtarzu, uwagę słuchaczy należy zwrócić na znaczenie wnętrza jako mauzoleum księży zamordowanych w czasie okupacji, których upamiętnia pomnik autorstwa Kazimierza Bieńkowskiego. Istotny obiekt sepulkralny - nagrobek kard. Mieczysława Ledóchowskiego można skomentować zarówno w kontekście sytuacji Wielkopolski w dobie zaboru pruskiego, w tym problemu Kulturkampfu i roli Ledóchowskiego, jak i w odniesieniu do twórczości autora nagrobka, wybitnego artysty - Władysława Marcinkowskiego przełomu XIX i XX wieku.

Kaplica św. Cecylii - podobnie jak w poprzednich kaplicach, uwaga przewodnika skoncentrowana jest na ołtarzu (w tym przypadku z obrazem przedstawiającym św. Cecylię) oraz nagrobku Zygmunta Raczyńskiego i Jana Wąglikowskiego - przeniesionych tutaj z Bydgoszczy w 1842 r. Komentarz musi zawierać informację o fundatorach kaplicy - Raczyńskich, których herby widnieją w obudowie ołtarza. Nagrobek z postaciami klęczącymi skłania do refleksji nad ewolucją pomnika nagrobnego, w kierunku takiej formy, ukształtowanej w dobie baroku.

Kaplica Matki Boskiej Różańcowej i św. Franciszka Ksawerego - zwraca uwagę cennym obrazem Matki Boskiej w oryginalnej ramie, umieszczonym w ołtarzu. Można pokusić się o kontekst dotyczący wizerunków maryjnych w sztuce. Manierystyczny nagrobek biskupa Łukasza Kościeleckiego z dekoracją o motywach ornamentalnych typu: czaszka, piszczele, klepsydry, skrzyżowane łopaty - wymaga komentarza przybliżającego bliskie barokowi tendencje do akcentowania przemijania i kresu ziemskiej egzystencji. Pod oknem kaplicy klęczący pomnik kardynała Augusta Hlonda - założyciela Towarzystwa Chrystusowego dla Polonii Zagranicznej skłania do omówienia zasług tej postaci dla polskiego Kościoła przed, a zwłaszcza po II wojnie światowej, ewentualnie także w kontekście pobliskiego Wyższego Seminarium Duchownego chrystusowców, wspomnienia poświęconej mu izby pamięci oraz jego pomnika przed gmachem uczelni.

Kaplica Górków - należąca niegdyś do jednej z najzamożniejszych rodzin wielkopolskich mieści nagrobek jej przedstawicieli - Andrzeja Górki i Barbary z Kurozwęk w asyście umieszczonych po bokach: biskupów Łukasza i Uriela Górków oraz dzieci przedstawionych w pozycji klęczącej w partii cokołowej (autorstwa Hieronima Canavesiego). Komentarz przewodnika rozpoczyna się od informacji ogólnych - kto jest autorem obiektu, kiedy, gdzie i z czego został on wykonany, jaki styl reprezentuje i kogo upamiętnia. Dalej następuje opis i odniesienie dzieła do kontekstu historyczno-artystycznego epoki Odrodzenia. Stojąc z grupą przed ołtarzem kaplicy, w którym jest przechowywany Najświętszy Sakrament i stynący cudami oraz czczony przez wiernych późnogotycki krucyfiks, przewodnik winien zwrócić uwagę turystom na właściwe zachowanie w tym zwłaszcza miejscu.

Przechodząc *ambitem* należy wskazać na wiszące nad drzwiami zakrystii portrety trumienne jako przykład istotnego zjawiska artystycznego doby polskiego baroku. Dłuższego wyjaśnienia wymagają one wówczas, gdy nie jest przewidziana wizyta grupy w muzeach poznańskich, posiadających ich kolekcje (Narodowym lub Archidiecezjalnym), wówczas bowiem jest to jedyna okazja do zaprezentowania tematu. Przed grupą obrazów wisi kopia legendarnego miecza św. Piotra (oryginał w zbiorach Muzeum Archidiecezjalnego) skłaniająca do dygresji na temat świętego jako patrona katedry i miasta, ale także roli relikwii w dziejach pobożności (mamy tu bowiem do czynienia z kopią najstarszej polskiej relikwii). Będąc w pobliżu prezbiterium i mając okazję podejścia bliżej, dobrze jest bardziej szczegółowo omówić znajdujący się tu ołtarz gotycki (pentaptyk), przy czym można m. in. porównać go do Ołtarza Mariackiego Wita Stwosza w Krakowie. W tym miejscu bowiem ołtarz katedralny jest lepiej widoczny niż z nawy głównej. Nie można nie wspomnieć również o obiektach wysokiej klasy jakimi są „ *płyty vischerowskie* ” - ich historię i kompozycję można przybliżyć albo już naprzeciw kaplicy Górków - płyta Łukasza Górki), albo przy wejściu do zakrystii na przykładzie kolejnej płyty - poświęconej biskupowi Urielowi Górcie (tutaj przydatna może się okazać znajomość inskrypcji w tłumaczeniu z łaciny).

Przechodząc dalej w kierunku Złotej Kaplicy przewodnik omawia kolejny nagrobek renesansowy, tym razem biskupa Benedykta Izdbieńskiego - uwypuklając znaczenie i cechy artystyczne twórcy dzieła - Jana Michałowicza z Urzędowa.

Złota Kaplica (zob. przykład sylabusu miejsca w artykule A. Mikosa von Rohrscheidt). Niewątpliwie prezentując tę kaplicę, przewodnik winien powrócić do tradycji pochówków monarszych w katedrze poznańskiej, ukazać genezę powstania kaplicy Mauzoleum Mieszka I i Bolesława Chrobrego ale także jej wybitnego inicjatora - Edwarda Raczyńskiego na tle jego zasług dla Poznania.

Naprzeciwko Złotej Kaplicy widnieje nagrobek biskupa Adama Nowodworskiego - który można zestawić z oglądanym wcześniej nagrobkiem biskupa Wawrzyńca Goślickiego oraz pierwowzorem tych dwóch - nagrobkiem renesansowym biskupa Adama Konarskiego - (drugie dzieło H. Canavesiego w katedrze, które będzie oglądane w kaplicy św. Trójcy).

Kaplica Matki Boskiej Częstochowskiej i św. Stanisława Kostki - warto pokazać w niej jeden z pierwszych przykładów nagrobków z postaciami klęczącymi upamiętniający - Jana i Wawrzyńca Powodowskich (1586 r.).

Kaplica Serca Jezusowego - kryje kolejne dzieło Władysława Marcinkowskiego - pomnik przedstawiający arcybiskupa Floriana Stablewskiego, inicjatora przebudowy tego wnętrza z dawnego kapitułarza wg projektu Rogera Ślawnickiego. Rolą przewodnika jest krótkie przedstawienie wystroju z początku XX wieku. Omawiając polichromię i obraz „Pielgrzym” może pokusić się o przekazanie szerszego kontekstu biblijnego.

Przechodząc dalej przewodnik zwraca uwagę grupy na najstarszą zachowaną w katedrze płytę nagrobną wykonaną z piaskowca, upamiętniającą Teodoryka Pradela, dziekana kapituły w II połowie XIV wieku. Z doświadczenia wiadomo, że słuchacze lubią wiedzieć, co jest w danym obiekcie najstarsze, najmniejsze, największe, unikatowe, wyjątkowe itd. Warto zatem, aby przewodnik miał te kwestie dobrze opracowane.

Kaplica Matki Boskiej i Świętych Aniołów (kaplica Szołdrskich) - w ołtarzu barokowym obraz „Niebieskie Jeruzalem” skłania do odwołań w kierunku dzieła „Wjazd św. Marcina do Amiens” bowiem łączy je osoba twórcy - Krzysztofa Boguszelewskiego. Nagrobki powstałe w warsztacie gdańskim z postaciami klęczącymi warto zaakcentować, wskazując na charakterystyczny kontrast elementów architektonicznych z czarnego i czerwonego marmuru w połączeniu z alabastrowymi rzeźbami. Nie można pominąć komentarza do krat z przypomnieniem również tych, które zamykały kaplicę Górków oraz zachowanej polichromii z 1616 roku w podłęczach arkad. Przechodząc dalej dobrze jest wspomnieć o wejściu do krypty z grobowcami arcybiskupów i biskupów, którą grupa oglądała zza krat podczas pobytu w podziemiach katedralnych. Aby wejść od strony nawy do krypty należy przyjść w dzień Wszystkich Świętych lub w Dzień Zaduszny.

Kaplica św. Trójcy - znajdujący się w niej po stronie zachodniej renesansowy nagrobek biskupa Adama Konarskiego dłuta Canavesiego i z obudową autorstwa Jana Baptysty Quadro z Lugano wymaga wzbogacenia komentarza o wspomnienie przebudowy ratusza poznańskiego przez tegoż architekta. Ołtarz opracowany przez rzeźbiarza Augustyna Schöpsa także nasuwa potrzebę choćby tylko wymienienia innych jego realizacji na terenie Poznania.

Kaplica św. Jana Kantego - z nagrobkiem biskupa Jana Lubrańskiego - twórcy Akademii, stanowi okazję do wspomnienia tej fundacji i zaakcentowania jej roli jako pierwszej wyższej uczelni Poznania - szczególnie wtedy, gdy program spaceru nie przewiduje zwiedzania dawnego kolegium Lubrańskiego. Można także przypomnieć postać samego patrona kaplicy - św. Jana z Kęt i jego związków z Krakowem - zwłaszcza Uniwersytetem Jagiellońskim.

Wiszące na ścianie po prawej stronie wejścia do kruchty - epitafium arcybiskupa Juliusza Dindera jest aktualnie trzecim dziełem rzeźbiarza Władysława Marcinkowskiego w katedrze, o czym warto przypomnieć przechodząc do ostatniej kaplicy.

Kaplica św. Stanisława Biskupa (Królewska) - zbudowana przez Przemysła II, mieści obecnie największe w katedrze epitafium (autorstwa Mariana Koniecznego) - poświęcone temu właśnie władcy, a wykonane w rocznicę 700-lecia jego koronacji (1995). Komentarz przewodnicki powinien zawierać wątki historyczne zahaczające o problematykę rozbitcia dzielnicowego i procesu jednoczenia Państwa Polskiego, znaczenie koronacji Przemysła II. Wspomnieć należy o jego pierwszej żonie Ludgardzie oraz Rychezie widniejącej na epitafium, a także o ojcu - Przemysle I, który dokonał lokacji miasta Poznania na prawie magdeburskim w 1253 roku. Zwiedzanie kaplicy należy uzupełnić komentarzem na temat monumentalnego obrazu przedstawiającego adorację Madonny z Dzieciątkiem przez św. Jana Chrzciciela i św. Stanisława Biskupa - kopii pędzla Marcella Bacciarelliego według dzieła Palmy Młodszego. Wizytę w katedrze można zakończyć wspomnieniem o organach katedralnych i nagrobkach pod chórem muzycznym. Jeśli to możliwe, należy grupę wyprowadzić na plac katedralny przez portal zachodni, objaśniając przy okazji krótko brązowe drzwi ze scenami z życia patronów katedry.

Zakończenie

Rola, jaką pełni przewodnik w turystyce, a w turystyce kulturowej w szczególności - jako interpretator kulturowego dziedzictwa - jest istotna nie tylko dla subiektywnie odbieranego przez uczestników powodzenia wycieczki, ale także z uwagi na wartość obiektywną: autentyczne spotkanie z tymże dziedzictwem. Świadom tej roli i wynikających z niej zadań, kandydat na przewodnika miejskiego powinien wszechstronnie i solidnie przygotować się do swych obowiązków wynikających z umowy na oprowadzanie turystów, natomiast już w trakcie pracy w tym zawodzie nieustannie doskonalić swój warsztat. Podchodząc z pasją i zaangażowaniem, uwzględniając wskazówki zawarte w niniejszym tekście oraz w dodatkowej literaturze, kreując jednocześnie swój własny styl w prowadzeniu grup turystycznych, będzie miał szansę stać się przewodnikiem na miarę potrzeb i oczekiwań turystów XXI wieku.

Bibliografia:

- Apollo T., 1985, *Metodyka oprowadzania wycieczek turystycznych*. Materiały metodyczno-szkoleniowe dla przewodników, tom 2, Wyd. PTTK, Warszawa
- Czarnowski A., (red.), 1970, *Poradnik metodyczny dla przewodników*, Wyd. PTTK, Warszawa
- Czartoryska I., 1968, *Dyliżansem przez Śląsk. Dziennik podróży do Cieplic w roku 1916*, Wyd. Ossolineum, Wrocław
- Gordon A., Świątecki A., Wandowicz W., 1994, *Cudze chwalicie..., wybrane elementy geografii turystycznej Polski*, Wyd. Agencja Wydawniczo-Reklamowa DINO, Warszawa
- Kincel R., 1972, *Początki przewodnictwa turystycznego w Karkonoszach*, PTTK, Jelenia Góra
- Kincel R., 1986, *Przewodnictwo turystyczne w Sudetach w XVIII i XIX wieku*, [w]: *Przewodnictwo turystyczne w Polsce*, Wyd. PTTK „Kraj”, Warszawa-Kraków

- Krajski S., 2007, *Savoir-vivre w kościele. Podręcznik dla świeckich*, Wydawnictwo św. Tomasza z Akwinu, Warszawa
- Kruczek Z. (red.), 2010a, *Obsługa ruchu turystycznego*, Wyd. Proksenia, Kraków
- Kruczek Z. (red.), 2010b, *Etyka przewodników turystycznych i pilotów wycieczek*, seria: *Monografie o tematyce turystycznej*, Wyd. Proksenia, Kraków
- Kruczek Z., Zdebski J., 1984, *Metodyka organizowania wycieczek i imprez górskich*, Wyd. Proksenia, Kraków
- Kruczek Z., Kurek A., Nowacki M., 2010, *Krajoznawstwo. Teoria i metodyka*, Wyd. Proksenia, Kraków
- Lewan M., 2004, *Zarys dziejów turystyki w Polsce*, Wyd. Proksenia, Kraków
- Mariotti G., 1963, *Historia turystyki*, Wyd. AWF, Warszawa
- Masiak W., 1970, *Zagadnienia ogólne wspólne dla wszystkich rodzajów przewodnictwa*, [w]: Czarnowski A. (red.), *Poradnik metodyczny dla przewodników*, Wyd. PTTK, Warszawa, ss. 18-45
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. Milenium, Gniezno
- Orłowicz M., 1970, *Moje wspomnienia turystyczne*, Wyd. Ossolineum, Wrocław
- Pilotaż i przewodnictwo w krajach Unii Europejskiej*, 2007, Materiały z III Forum Pilotażu i Przewodnictwa, pod. red. Z. Kruczka, Wyd. Proksenia, Kraków
- Piontek E., 1970, *Rodzaje grup wycieczkowych i metodyka ich oprowadzania*, [w:] *Poradnik metodyczny dla przewodników*, Wyd. PTTK, Warszawa
- Połącarz M., 2005, *Komunikacja werbalna-emisja, impostacja i higiena głosu oraz prawidłowa artykulacja (materiały dydaktyczne)* [w]: *Pilotaż i przewodnictwo - nowe wyzwania*, Materiały z II Forum Pilotażu i Przewodnictwa, pod red. Z. Kruczka, Wyd. Proksenia, Kraków
- Poznań - przewodnik po zabytkach i historii*, 2010, pod red. J. Pazdera, Wydawnictwo Miejskie, Poznań
- Ring W., 1986 b, *Z dziejów przewodnictwa turystycznego w Polsce*, [w:] *Przewodnictwo turystyczne w Polsce*, Wyd. PTTK „Kraj”, Warszawa-Kraków
- Ring W., 1986, *Rola i funkcje przewodnika turystycznego*, [w:] *Przewodnictwo turystyczne w Polsce*, Wyd. PTTK „Kraj”, Warszawa-Kraków
- Schnayder J., 1959, *Podróże i turystyka w starożytności*, Wyd. PZWS, Warszawa
- Swótkowski J., 1997, *Dla przewodnika tylek metodyki*, Wyd. PTTK, Gniezno
- Tyblewski T., 1979, *Rola przewodników turystycznych w wychowaniu*, Wyd. PTTK, Warszawa
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 o usługach turystycznych ze zmianami z 29. kwietnia 2010, (zmiany w: Dziennik Ustaw - rok 2010, nr 106, poz. 672: Ustawa z dnia 29 kwietnia 2010 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych oraz o zmianie ustawy - Kodeks wykroczeń).*

Klasyczne i nowoczesne formy zorganizowanego zwiedzania miasta¹

Wprowadzenie

Badacze zajmujący się problematyką turystów w mieście oraz pracujący w przy ich obsłudze potwierdzają zgodnie, że w ostatnich dziesięcioleciach profil tej grupy ludzi podróżujących w czasie wolnym nie tylko uległ kolejnej zasadniczej przemianie (co w miarę upływu czasu jest oczywiste), ale także najdalej jak dotąd idącemu rozwarstwieniu. Zainteresowania - a co za tym idzie, także potrzeby - turystów podróżujących do miast mogą być zatem bardzo różnorodne. Są wśród nich osoby przyciągane przez którykolwiek z typów walorów, obecnych w przestrzeni miejskiej (m.in. gastronomia, handel), są ci ukierunkowani na konsumpcję ofert bazujących na rozmaitych typach zagospodarowania turystycznego (np. sportowego, wypoczynkowego, rozrywkowego) [Kowalczyk 2005, s. 157, 162n, 170n], czy na możliwości nieszablonowych zakupów a nawet różnorodnych atrakcji miejskiego życia nocnego [Steinecke 2007, s.198-199].

Obok nich można wyróżnić także pokaźną grupę odwiedzających miasta, których na podstawie ich zainteresowań i wybieranych ofert możemy zdefiniować jako miejskich turystów kulturowych. Także i ta grupa nie jest jednorodna. Niektórzy z nich koncentrują swoją uwagę na cennych zbiorach sztuki dawnej i współczesnej, zlokalizowanych w muzeach i na wystawach [Buczkowska 2008, s. 51], inni na interesujących wydarzeniach kulturalnych [Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s. 99-100], jeszcze inni realizują w mieście swoje zainteresowania kulturowe, nie związane z jego przestrzenią, a tylko z konkretnymi typami obiektów, które tu są zlokalizowane [Kowalczyk 2005, s. 157n; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 105]. Zauważalną grupę stanowią także tacy, których głównym celem jest odwiedzanie i poznawanie własnego dziedzictwa kulturowego miasta jako konkretnego miejsca, a nawet miasta JAKO dziedzictwa kulturowego [Kowalczyk 2005, s. 157]. Tych można określić jako świadomych turystów miejskich „wybierających” właśnie miasto jako całość za cel swojej podróży i przestrzeń wakacyjnej/weekendowej przygody. Wielu z nich - inspirowanych motywami kulturowymi - świadomie poszukuje przy tym miejskiego „*genius loci*”- definiowanego jako trudno uchwytne, ale pasjonujący „ukryty wymiar” danego miasta [Kowalczyk 2005, s. 158] lub też jako zespół czynników, decydujących o atmosferze danego miejsca i niepowtarzalności życia i pobytu w nim [Mikos v. Rohrscheidt 2009a, s. 99]. Obok nich - i daleko liczniej, dzięki dobrodziejstwu powszechnej mobilności - w miastach większych i bardziej znanych w światowej czy krajowej skali pojawiają się turyści odwiedzający je niekoniecznie wyłącznie z motywów poznawczych, przeżyciowych czy rozrywkowych, ale również w ramach realizacji pewnego turystycznego

¹ Niektóre fragmenty niniejszego tekstu, dotyczące form przewodnictwa oraz „sylabusu miejsc” zostały zaprezentowane w ramach wystąpienia Autora na Forum Pilotażu i Przewodnictwa, odbywającym się w grudniu 2010 w Szczecinie. Paralelnie do niniejszego zbioru tekst tego wystąpienia jest publikowany w dziele zbiorowym: „*Piloci i przewodnicy na styku kultur*” (red. Z. Kruczek), wyd. Proksenia, Kraków 2011, jako artykuł pod tytułem „*Sylabus miejsc czyli jak atrakcyjnie pokazać miasto współczesnemu turyście kulturowemu*” (s. 97-120). Ze względu na jego tematykę, odnoszącą się wprost do metodyki przewodnictwa, na poznańską genezę jego powstania (dla potrzeb szkolenia miejskich przewodników) oraz na lokalne odniesienie zamieszczonych w nim analiz i przykładów został on - ze znacznymi zmianami i uzupełnieniami - włączony do niniejszego zbioru i stanowi jego część.

„wzorca”, powszechnego na zasadzie „obowiązkowego zaliczenia” dla danego kręgu kulturowego czy kraju. Jednak także oni oczekują w swoich turystycznych miejscowościach docelowych takiego stopnia atrakcyjności i odpowiednich do zainteresowań usług na właściwym poziomie, by mogli spędzić tam przyjemnie swój wolny czas, poświęcony (a tym samym „zainwestowany”) na podróż podjętą przez nich dla zadośćuczynienia kulturowym standardom [Kaczmarek J. i S., 2009, s. 26]. W kręgach zajmujących się analizą rynku turystycznego powszechnie uznawane jest stwierdzenie o przesunięciu się preferencji turystów na elementy rozrywki, osobistego przeżycia i edukacji. Zgodnie z wymaganiami owych 3xE” (*entertainment, excitement i education*)² buduje się coraz częściej trzon współczesnych programów wypraw kulturowych, ale także konkretnego zwiedzania w miastach.

Jakkolwiek niektórzy krajowi organizatorzy zwiedzania miast oraz szkoleń dla przewodników miejskich przynajmniej w części dostosowali swoje oferty do rzeczywistych potrzeb, część młodszej kadry przewodnickiej nawet intuicyjnie potrafi przystosowywać się do licznych z wymienionych wyzwań, a niektóre polskie miejscowości i obiekty historyczne albo muzealne wprowadzają krok po kroku nowe techniki ekspozycyjne, formy zwiedzania i metody prezentacji, to - globalnie patrząc - krajowa metodyka kształcenia kadr dla organizacji i obsługi turystyki miejskiej swój przełom wydaje się mieć dopiero przed sobą. Niniejsze opracowanie ma na celu ukazać najczęściej spotykane oferty zorganizowanego zwiedzania miast i dokonać ich analizy. Jest ono pisane nie tylko z perspektywy teoretyka turystyki kulturowej, ale i praktyka przewodnictwa oraz organizatora i dydaktyka szkoleń miejskich dla przewodników w Poznaniu. Artykuł składa się z dwóch zasadniczych części. Pierwsza stanowi krótki zarys form zwiedzania zorganizowanego w kontekście listy zainteresowań współczesnych turystów miejskich i najczęściej spotykanych typów organizacji turystyki w mieście, przy szczególnym uwzględnieniu elementu przewodnictwa. Druga część obejmuje prezentację jednej wybranej oferty zwiedzania tematycznego (monotematycznej trasy miejskiej) oraz jednego narzędzia metodycznego (sylabusu miejsc) - z uwzględnieniem ich celów, ról, zasad tworzenia, typowej struktury oraz sposobów ich wykorzystania w szkoleniu i praktyce przewodników miejskich. Zamiarem autora jest 1) przyczynienie się do poprawy metodycznej organizacji warsztatu pracy przewodników, realizujących klasyczną formę prezentacji miasta (prowadzenie historyczno-kulturowych spacerów miejskich) oraz 2) wskazanie na potencjał, tkwiący w dobrze zorganizowanych tematycznych trasach miejskich i na możliwości jego wykorzystania dla wprowadzenia atrakcyjnych tematycznych wątków miejskiego „storytelling”.

1. Potrzeby turystów a najczęstsze formy zorganizowanego zwiedzania miasta.

1.1. „Nowi turyści” a oferta zwiedzania miast.

W odpowiedzi na wskazane powyżej zapotrzebowania, miasta posiadające znaczące walory turystyczne lub uznające turystykę za strategiczny czynnik swojego rozwoju, obok informacji i promocji mającej zachęcić do przyjazdu, tworzą lub wspierają tworzenie odpowiedniej oferty dla nowoczesnych turystów. Prócz przygotowanej zgodnie z potrzebami, preferencjami i zasobami finansowymi gości infrastruktury (noclegowej, gastronomicznej i komunikacyjnej) oferta ta obejmuje propozycje odnoszące się bezpośrednio do

² Szerzej na ten temat w: [Alejziak 2000, s.263-264; Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s. 322-323].

zagospodarowania czasu turystów w mieście. Niektóre elementy tej propozycji skierowane są do poszczególnych grup odwiedzających i odpowiadają ich zainteresowaniom, inna jej część odnosi się do wszystkich lub do większości z nich. W tej pierwszej grupie ofert można wskazać m. in. lokalne pakiety tematyczne, eventy kulturalne (zarówno o charakterze elitarnym, jak i popularnym), nowe i zmodyfikowane z użyciem współczesnej techniki wystawy muzealne (wraz z ofertami fachowego przewodnictwa w samym obiekcie), organizowane na zamówienie pokazy historyczne i kulturalne (mikroeventy), miejskie turystyczne trasy monotematyczne [Mikos v. Rohrscheidt 2009a, s. 102-103]. Do grupy drugiej można zaliczyć: podróże pakietowe typu City Break, lokalne wieloopcyjne pakiety pobytowe, inne typy miejskich tras turystycznych (ogólno-historyczne i multitematyczne - do zwiedzenia których próbuje się zachęcić jak najliczniejszych turystów), aktywne projekty turystyczne, jak lokalne „paszporty turystyczne” - motywujące do odwiedzania wybranych miejsc i zdobywania wiedzy o nich) a także zorganizowane przewodnictwo miejskie, dostępne na zamówienie grupowe i indywidualne. Podróż pakietowe, lokalne pakiety pobytowe, imprezy ukierunkowane na udział turystów i oferta muzealna zostały szerzej opisane, a ich poznańska oferta poddana szczegółowej publikacji na innych miejscach w ramach niniejszego zbioru publikacji. Poniżej zamieszczono analizę klasycznych i nowszych form przewodnictwa miejskiego.

Z faktem generalnego ukierunkowania oferty przewodnickiej na wszystkich turystów miejskich związany jest problem jej faktycznej atrakcyjności dla wielu z nich. Klasyczne „oprowadzanie” wciąż jeszcze odbywa się w krytykowanej od lat³, lecz stale obecnej postaci „kanonicznej”, niezmiennej, wydającej się wielu przewodnikom jedynie właściwą. Miewa ona nader często wciąż jeszcze postać znaną pewnie wszystkim, którzy choć kilka razy uczestniczyli w grupowym zwiedzaniu miasta: przekaz odbywający się w atmosferze tradycyjnej lekcji szkolnej i z zachowaniem odpowiedniej powagi oraz dyscypliny zawiera treści, których nie powstydziałaby się encyklopedia lub naukowa monografia miasta, a które znaczna część turystów nie tylko przyjmuje z nieukrywanym znudzeniem, lecz z całą pewnością zapomni je jeszcze przed końcem zwiedzania.

Tymczasem grupa adresatów tego przekazu zmieniła się niemal nie do poznania. Tak zwani „nowi turyści” (a za lat piętnaście, najpóźniej dwadzieścia pojawią się na pewno jeszcze „nowsi”) posiadają inne niż jeszcze niedawno przygotowanie do swoich wypraw, m. in. dzięki śledzeniu licznych kanałów telewizyjnych i zasobom Internetu, rozporządzają innymi możliwościami przemieszczania się, są przyzwyczajeni do innych, bardziej zróżnicowanych środków przekazu. W dużej części przejawiają oni także inne zainteresowania (np. życie codzienne ludzi w dawnych i nie całkiem dawnych czasach, procesy technologiczne i dziedzictwo przemysłowe, biografie znanych postaci żyjących, miejsca i wątki znane z popularnych filmów, wielkie imprezy kultury elitarnej i masowej, rekonstrukcje wydarzeń historycznych). Pod wpływem odebranej (i ukierunkowanej) edukacji wykazują oni inne typy wrażliwości, są bardziej niż dawniej otwarci na dialog kulturowy na każdym poziomie, a nawet sami poszukują doń okazji. Cechują ich mniejszy respekt i bardziej obiektywne (krytyczne ?) podejście do uznanych autorytetów i treści tzw. patriotycznego wychowania czy nawet narodowego dziedzictwa. Ich odbiór jako słuchaczy powoli także staje się inny: pod wpływem wzorców nowoczesnej edukacji stają się śmielsi, łatwiej podejmują dyskusję, bardziej szczerze wyrażają nie tylko swoje uznanie, ale i krytykę w stosunku do przekazu i usługi przewodnika.

³ Por. Grodzieńska, 1970, s. 208; Przecławski, 2004, s. 105-106; Kruczek 2006, s. 115 i 2010, s. 139, Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 134-137.

Z reguły więcej także zdążyli już wcześniej zobaczyć, zatem więcej porównują - i nie kryją rezultatów tych przeprowadzonych na bieżąco porównań. Stanowiący wśród tych współczesnych turystów pewien specyficzny profil „nowy” turysta kulturowy: czy to ten „motywowany”, czy choćby tylko „zainteresowany” kulturowo [Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s.38-39] chce nie tylko już „widzieć” i „dowiedzieć się”, ale także zrozumieć, wejść w dialog z tym „innym” (miejscem, bohaterem, dziełem, historią, kulturą), chce poznać najpierwsze i autentyczne źródła i środowisko powstania obcych sobie albo spotykanych już we własnym otoczeniu i odbieranych dotychczas jako „egzotyczne” wierzeń i przekonań, tradycji, norm, zwyczajów, muzyki, a nawet dań czy mody.

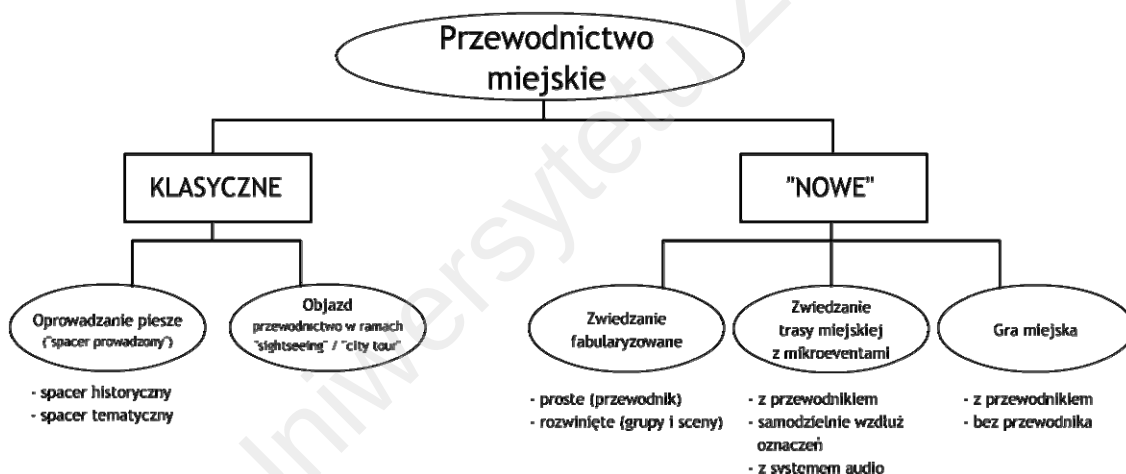
Owa nowa motywacja i nowy zakres zainteresowań dotyczą nie tylko turystyki międzykulturowej czy nawet międzynarodowej w ramach naszego kontynentu. W pewnym zakresie obecne są one także w skali jednego kręgu kulturowego. Np. gość z Warszawy chciałby wreszcie dowiedzieć się, dlaczego poznaniacy mają opinię tak porządną i oszczędnych, poznaniak z kolei chce wiedzieć, dlaczego starsze kobiety na wschodzie Polski wciąż noszą chustki, dlaczego wciąż w tamtejszych wsiach stoją drewniane domy mieszkalne i skąd się tam wzięły cerkwie, obaj natomiast mogą nagle zechcieć posłuchać próbki mówionego czy śpiewanego języka kaszubskiego, o którym jeszcze kilka lat mało kto wiedział, że w ogóle istnieje.... Ludzie przyjeżdżający na Śląsk czy Pomorze dziwią się i każą sobie wyjaśniać, dlaczego w różnych regionach jednego kraju oślawiony „dziadek z Wehrmachtu” może być skrajnie różnie odbierany: tu jako niewyobrażalnie podły „zdrajca Ojczyzny” - tam zaś jako człowiek godny szacunku i zrozumienia, który w ciężkich czasach doświadczył typowego losu młodych mężczyzn z całej okolicy, ale szczęśliwie powrócił, by zbudować swój dom i swoje zwykłe życie w swoim miejscu.

Dla takiego turysty przewodnik nie jest już tylko połączeniem lokalnego systemu nawigacji i mówiącego leksykonu. Jest on odbierany jako „głos” odwiedzanego miejsca, jest tym właśnie koniecznym „drugim głosem” w podejmowanym przez turystę dialogu, a nie tylko rodzajem dźwiękowej i ruchomej wersji „książki dat, nazw i adresów” albo (co może gorsze) inną, „wyjazdową” odmianą szkolnego nauczyciela. Jeśli to oczekiwanie nowego turysty nie zostaje zaspokojone, co bardziej wymagający podróżujący zaczyna uciekać od ofert zbiorowego zwiedzania, a nawet od wszelkiego kontaktu z personelem obsługi turystyki. Zaczyna sobie wówczas organizować zwiedzanie na własną rękę i samodzielnie poszukiwać autentycznego spotkania z duchem miejsca, do którego się udał. Rezultaty tego poszukiwania są oczywiście różne, bo przecież turysta najczęściej nie posiada wiedzy o miejscach, ludziach i instytucjach, historiach, legendach i ciekawych ofertach. Brak mu wiedzy szerokiej na tyle, by jego spotkanie nie było zupełnie powierzchowne i by zawierało minimum kontaktu z tym, co istotne, aby można było mówić o dialogu kultur i miejsc... a nie tylko o powierzchownym kontakcie widza i jego „atrakcji”.

Wnioski są oczywiste: przewodnik miejski musi umieć rozpoznać oczekiwania swoich klientów - turystów, wychodzić naprzeciw ich zainteresowaniom i posługiwać się odpowiadającą im strukturą treści i formami przekazu. Tymczasem (a wniosek ten wynika także z osobistego doświadczenia autora jako organizatora wycieczek i zlecniodawcy usług przewodnickich w wielu polskich miastach) liczni przewodnicy miejscy w naszym kraju wykazują regularnie skłonność do realizacji swoich stałych tras i niezmiennych wersji zwiedzania, niewiele zważając na potrzeby i zainteresowania konkretnych grup turystów. Dla wielu z nich jedyną modyfikacją programu spaceru jest jego czas trwania. Mają więc sztywną wersję na dwie godziny, na trzy, cztery, pięć i więcej. W każdym miejscu można usłyszeć od

nich to samo, w skrajnych przypadkach nawet ujęte w te same słowa, niezależnie od adresatów przekazu, czy są nimi dzieci, czy też akademicy. Ewentualne skargi na jakość usługi takich przewodników rzadko wpływają bezpośrednio do nich, o wiele częściej natomiast do organizatorów całości programu - czyli biur podróży. Większość przewodników miejskich funkcjonujących na polskim rynku usług turystycznych nie jest także w trakcie szkoleń przygotowywana do obsługi nowych form zwiedzania miast. Jeśli pomimo to współpracują z organizatorami takich przedsięwzięć (co trzeba docenić), to czynią to wykorzystując indywidualne umiejętności przystosowywania lub ucząc się od początku. Taki stan „woła” o zmianę: w przygotowaniu kolejnych pokoleń przewodników miejskich konieczne są po pierwsze zajęcia przystosowujące ich do obsługi wskazanych nowych form zwiedzania, ponadto należy wprowadzić nowe treści do metodyki klasycznego przewodnictwa i wypracować zupełnie nowe elementy jego szkolenia. Wśród najczęściej spotykanych form dzisiejszego przewodnictwa miejskiego można wskazać na dwie klasyczne i trzy nowoczesne, które na znacznie większą skalę pojawiły się w ostatnich dwudziestu latach (ryc. 1). Poniżej zostały one krótko opisane, przy czym zestawiono ich główne zalety i wady, elementy metodycznego szkolenia przewodników, niezbędne z punktu widzenia ich prawidłowego przygotowania do realizacji obsługi poszczególnych form. Na koniec określona została skala aktualnego wykorzystania danej formy w obsłudze turystów miejskich w Poznaniu.

Ryc. 1. Najczęstsze formy przewodnictwa miejskiego (opr. własne)



1.2. Formy klasycznego przewodnictwa miejskiego

A. Pieszne oprowadzanie przez przewodnika.

Odbywa się ono niemal zawsze w ograniczonej przestrzeni historycznych centrów miast. Przewodnik przejmuje w nim rolę fizycznego nawigatora grupy w przestrzeni miasta, organizatora spaceru (gwarantującego m.in. wejście do konkretnych obiektów, ustalającego lub wskazującego miejsca rozejścia się i spotkania, często także miejsca i czas ewentualnych zakupów a czasem nawet posiłku). Jest on także w jednej osobie: narratorem historii miasta, interpretatorem jego dziedzictwa kulturowego i jednocześnie ekspertem, odpowiadającym gościom na ich pytania. Przewodnik w tej formie zwiedzania ma dowolność dobierania środków przekazu - może na przykład w wybranym przez siebie zakresie posługiwać się legendą i anegdotą - elementami ożywiającymi i wzbogacającymi przekaz informacji.

Zaletami takiej formy jest osobiste doświadczenie miasta niejako z pierwszej ręki (przez jego reprezentanta) oraz gwarancja co do prawidłowości udzielonych informacji, oparta na atestowanej wiedzy przewodnika, a także możliwość zadawania pytań i przez to realizacji osobistych zainteresowań. Wśród **wad** na pierwszym miejscu należy wskazać wspomnianą wyżej „encyklopedyczność” przekazu, rzadko uwzględniającą różnorodność zainteresowań turystów, zmęczenie wynikające z pokonywania pieszo (i często w tłumie) znacznych odległości, wreszcie odczucie monotonii, spowodowane wielogodzinnym słuchaniem jednej osoby.

Konieczne elementy szkolenia. Obok przekazania oczywistych i uwzględnianych w każdym szkoleniu przewodników: szerokiej wiedzy, szczegółowej orientacji w terenie włącznie z dokładną i aktualną wiedzą na temat godzin dostępności obiektów i ich wewnętrznych regulaminów zwiedzania, lokalizacji sklepów, publicznie dostępnych toalet, obok wysokiego stopnia poprawności językowej i płynności wypowiedzi, prawidłowej emisji głosu, przewodnik powinien posiadać w wysokim stopniu umiejętność selekcji materiału i szybkiego reagowania na ujawniane preferencje grupy. Ten element zostanie szerzej zaprezentowany w części dotyczącej sylabusu miejsc. Poziom znajomości języka obcego dla przewodnika oprowadzającego grupy obcojęzyczne musi być wystarczający, by umożliwić mu merytorycznie poprawny przekaz, swobodną dyskusję oraz posługiwanie się anegdotą. Oznacza to, że powinien on znacznie przekraczać aktualnie obowiązujące w Polsce minimalne wymagania językowe dla przewodników turystów zagranicznych (tzw. europejski poziom B2).

Zastosowanie w Poznaniu. Jest to najszerzej stosowana forma zorganizowanego zwiedzania. Stosują ją wszyscy oferenci usług przewodnickich w sumie w 11 wersjach językowych oraz wszyscy działający na rynku samodzielni przewodnicy miejscy.

B. Objazd miasta z przewodnikiem

Ten rodzaj zwiedzania nie jest ograniczony przestrzennie. Turyści zapoznają się ze zwiedzaną miejscowością z okien autokaru lub tramwaju turystycznego, rzadziej elektrycznej kolejki turystycznej lub innego środka lokomocji. Towarzyszy im przewodnik, pokazujący i objaśniający przez mikrofon mijane miejsca i obiekty.

Zalety: Zwiedzanie może objąć znacznie większe obszary miasta niż w przypadku pieszego spaceru. Zmęczenie uczestników najczęściej odczuwane jest w znacznie mniejszym stopniu.

Wady: Poruszanie się jest zazwyczaj na tyle szybkie, że przewodnik nie jest w stanie opowiedzieć szerzej choćby o wybranych miejscach, obiektach lub osobach, nie może także zastosować w przekazie anegdoty ani legendy, co potęguje wspomniane wrażenie jego „encyklopedyczności”. Brak jest możliwości zadawania pytań. Autokar i tramwaj zazwyczaj nie mają także dostępu do licznych cennych obiektów, znajdujących się w ścisłym historycznym centrum miasta (zakaz wjazdu, wąskie ulice). Żaden obiekt nie jest zwiedzany wewnątrz⁴ co

⁴ Często stosowana jest forma kombinowana zwiedzania z przewodnikiem, polegająca na pieszym spacerze uzupełnionym dojazdem do oddalonych miejsc lub forma będąca generalnie objazdem przerywanym na zwiedzanie kilku miejsc, połączonym z opuszczeniem środka lokomocji (por. typowa turystyczna „Stadtrundfahrt” w Berlinie). W tym wypadku zachowane są zalety objazdu, przede wszystkim redukcja efektu zmęczenia dzięki przejazdom. Dochodzi jednak możliwość zapoznania się z niektórymi obiektami wewnątrz. W ograniczonym zakresie pojawia się także szansa na indywidualizację kontaktu z przewodnikiem przez zadawanie pytań, możliwe jest zastosowanie anegdoty w narracji. Najbardziej odpowiednim środkiem transportu dla takich kombinowanych form zwiedzania jest elektryczna kolejka turystyczna, posiadająca prawo

pozbawia turystów bezpośredniego spotkania z dużą częścią dziedzictwa kulturowego miejscowości. Ponadto miejska kongestia transportowa utrudnia, a w skrajnych przypadkach uniemożliwia realizację zaplanowanego harmonogramu - w godzinach szczytu w większych miastach znaczną część czasu turyści mogą spędzić w korku komunikacyjnym. Powoduje to nieplanowane opóźnienia lub - z drugiej strony - niemożność zatrzymania się na dłuższy okres czasu w danym miejscu.

Konieczne elementy szkolenia. Należą do nich: dokładne zorientowanie przewodnika w sieci komunikacyjnej miasta, w tym w przebiegu wszystkich ciągów komunikacyjnych, w możliwościach przejazdu i parkowania autokarów, w możliwych punktach przystanku i postoju tramwaju turystycznego lub innych pojazdów grupy. Potrzebne jest ćwiczenie umiejętności zwięzłego, szybkiego przekazu zorientowanego na faktyczną prędkość poruszania się w pojeździe (mówi się o tym, co widać). W autokarze „obcym”, nie prowadzonym przez znajomego miasto kierowcę - konieczna u przewodnika jest umiejętność podzielenia uwagi na jednoczesne sterowanie kierowcą i udzielanie informacji grupie. Potrzebna jest także stała aktualizacja wiedzy przewodnika odnośnie dokonywanych remontów ulic i spowodowanych nimi ograniczeń komunikacyjnych a także (dla uniknięcia korków) co do natężenia ruchu w poszczególnych miejscach i godzinach.

Zastosowanie w Poznaniu. Tę formę stosują wszystkie poznańskie firmy oferujące usługi przewodnickie na zamówienie turystów. Odbywa się to albo przez połączenie własnej usługi przewodnickiej i wynajęcie autokaru od zewnętrznego usługodawcy, albo przez wykorzystanie środka transportu używanego przez grupę. Najczęstszymi odbiorcami pierwszej z tych form są grupy zagranicznych turystów, w tym grupy biznesowe i konferencyjne, drugiej - polskie grupy objazdowe, poświęcające relatywnie krótki czas na zwiedzanie Poznania. Z form kombinowanych, obejmujących elementy zwiedzania pieszego oraz objazdu, korzysta duży odsetek polskich grup szkolnych. W mieście brak na dziś turystycznej oferty kolejki elektrycznej.

1.3. Nowsze formy zwiedzania

C. Zwiedzanie fabularyzowane⁵

Jest to spacer historyczny lub tematyczny po mieście z udziałem przewodnika, który odgrywa rolę postaci historycznej. W miastach, gdzie stosuje się ten sposób zwiedzania występuje on najczęściej w jednej z następujących ról: założyciela miasta (np. cesarz August w Augsburgu), bohatera ważnego wydarzenia, które miało tam miejsce (np. Marcin Luter w Wittenberdze) najbardziej znanego historycznego obywatela miasta (Kopernik w Toruniu⁶), albo typowego mieszkańca z ważnego okresu jego dziejów (np. żołnierz rzymski w Trewirze, kupiec w Lubece,

wjazdu do historycznego centrum miast i jednocześnie uczestnictwa w zwykłym ruchu drogowym na jego ulicach.

⁵ Por. opis tej formy zwiedzania [Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s. 352-353].

⁶ Fabularyzowane zwiedzanie Torunia, oferowane przez Biuro „Copernicana” jest pierwszą stałą miejską ofertą fabularyzacji, obejmująca nie tylko element przewodnictwa, ale i inscenizacje scen z interakcjami [Copernicana 2010].

strażnik miejski w Stralsundzie), historycznego kronikarza (Gall Anonim w Gnieźnie)⁷ lub postaci legendarnej („Szcurołap” w Hameln), a w zwiedzaniach tematycznych może odgrywać nawet postać tragiczną (kobieta oskarżona o czary we Freiburgu). Przewodnik jest ubrany w strój z właściwej dla przedstawianej postaci epoki, w miarę możliwości używa także języka stylizowanego na słownictwo typowe dla swoich czasów, przy czym narracje realizuje najczęściej w pierwszej osobie („...dlatego wybrałem to miejsce”, „rozkazałem wybudować”, „odkryłem”, „ujrzałam skradających się w mroku napastników...” itd.). Liczne zwiedzania tego rodzaju są realizowane w odpowiadającej im najlepiej scenerii, np. wieczorem przy świetle pochodni, przy czym przewodnik wykorzystuje dodatkowe elementy tworzenia atmosfery autentycznego przeżycia, np. otwiera kolejne bramy, furty czy pomieszczenia zabytkowym kluczem, wyjmuje ze skrzyń dokumenty czy otwiera stare księgi i odczytuje z nich fragmenty, ujęte w stylizowanym języku. W niektórych miejscach scenariusze takiego zwiedzania obejmują nawet wspólne posiłki o historycznym charakterze, którym „przewodniczy” postać historyczna (np. Luter w Wittenberdze czy hanzeatycki kupiec w swoim historycznym lubeckim domu). Podczas nich możliwa jest swobodna rozmowa z „bohaterem”, znakomicie przygotowanym do swojej roli. Zwiedzanie fabularyzowane może być także wzbogacone o dodatkowe mikroeventy, na przykład w postaci inscenizacji wydarzeń z udziałem kilku aktorów lub statystów. Inne scenariusze obejmują zaangażowanie turystów do aktywnego udziału w poszukiwaniu rozwiązania postawionej im zagadki (jak oferta grupy Fabricum w Łodzi [Fabricum 2011]) lub ratowania bohaterów czy miasta przed grożącą mu katastrofą - te jednak propozycje są rzadkie i droższe, z powodu konieczności zaangażowania większej liczby ludzi i środków.

Zalety: Niecodzienna forma prowadzenia (także językowa) lepiej koncentruje uwagę, nadaje zwiedzaniu przeżyciowy charakter i tym samym lepiej wychodzi naprzeciw potrzebom dzisiejszych turystów. Podczas zwiedzania zostaje nawiązany „osobisty” i osobowy kontakt turysty z historią poprzez jej „świadków”. Nawet minimalne zastosowanie elementów inscenizacji (stroje, klucze, dokumenty) silniej angażuje zmysły zwiedzających, łatwiej zapadając w pamięć. **Wady:** W realizacji dla grup obcojęzycznych fabularyzacja często traci swój ważny atut - wyjątkową archaizowaną formę językową, której zazwyczaj nie są w stanie zaprezentować przewodnicy nie znający bardzo dobrze języka gości. Jednak w przypadku, jeśli przewodnik odgrywa historyczną postać polską, ewentualny obcy akcent w języku grupy może postać dodatkowo „autoryzować” jako Polaka. Innym problemem tej formy zwiedzania jest fakt, że z powodu oporów znacznej grupy przewodników przed „występami” i ewentualną reakcją obserwatorów (np. wyśmiewaniem lub nawet agresją ze strony przedstawicieli grup lub warstw patologicznych, niestety w śródmieściach naszych miast dość licznych i czujących się bezkarnie) nie wszędzie będzie ona możliwa do realizacji. Problemem wynikający z ewentualnego przebrania się w zimie przy niskich temperaturach lub znacznych opadach czyni z tej formy zwiedzania ofertę sezonową, może też uzależnić jej realizację od aktualnej pogody.

Konieczne elementy szkolenia. Przewodnik musi posiadać umiejętność zmiany formy mówienia na pierwszą osobę w opisie wydarzeń, by użyczyć swego głosu postaci historycznej.

⁷ W Gnieźnie od roku 2009 Wydział Nauk o Kulturze i Turystyce GWSM Milenium organizuje w lecie pojedyncze zwiedzania fabularyzowane. Ich narrator wciela się tu w postać Galla Anonima, czytając urywki z jego „Kroniki”, zaś idący na czele grupy przewodnik występuje jako Mieszko I.

Trudniejszym elementem jest ewentualna archaizacja języka albo posługiwanie się gwarą lub językiem typowym dla środowiska albo profesji, którą się „reprezentuje”. Dla ułatwienia można ograniczyć się do przygotowania szczegółowego scenariusza zwiedzania z jednolitym tekstem i nauczenia się go przez przewodników wraz z gotowymi odpowiedziami na najczęściej stawiane pytania. W zwiedzaniu fabularyzowanym dla grupy obcojęzycznej przewodnik musi z kolei posiadać taki poziom znajomości języka grupy, który umożliwi mu wcielenie się w „rolę” w zwiedzaniu fabularyzowanym i odpowiednią archaizację językową wypowiedzi tej osoby.

Zastosowanie w Poznaniu. Dotychczas w stałej ofercie nie znalazła się propozycja zwiedzania fabularyzowanego. Było ono natomiast sporadycznie stosowane z okazji eventów turystycznych, m.in. w roku 2010 w ramach akcji „Poznań za pół ceny” oraz podczas V Weekendu z Historią, poświęconego m.in. 100-leciu Zamku Cesarskiego w Poznaniu.

D. Trasa miejska z mikroeventami⁸

Jest to zwiedzanie przebiegające wzdłuż z góry ustalonej miejskiej trasy turystycznej, wzbogacone inscenizacjami, koncertami [Kędziora 2009, s. 11], pokazami lub innymi elementami multimedialnymi lub interaktywnymi [Mikos v. Rohrscheidt 2009a, s.111,114]. Niektóre miasta, często odwiedzane przez turystów, od dziesiątek lat posiadają ogólnohistoryczne monotematyczne trasy materialne (oznaczone i koordynowane) lub wirtualne (wyznaczone tylko np. na mapkach udostępnianych turystom). Po tych trasach prowadzą przewodnicy, lub też turyści wędrują nimi samodzielnie, przy czym w tym ostatnim przypadku w nielicznych jak dotąd miejscach mogą oni korzystać z audioprzewodników, zaprogramowanych na daną trasę: tak jest m. in. w Nowym Orleanie [Kędziora 2009, s 14].

Liczne **zalety** trasy dla samego miasta i jego turystycznej eksploatacji zostały już szerzej przedstawione w literaturze fachowej [Mikos v. Rohrscheidt 2009a, s.103-105]. Stworzenie materialnej trasy turystycznej w mieście z ośrodkami i punktami koordynacji, informacji i udostępniania urządzeń (np. audioprzewodników, turystycznych „kiosków” multimedialnych) usamodzielnia turystę i w ten sposób zachęca do zwiedzania także tych spośród odwiedzających, którzy nie preferują zwiedzania grupowego. Przy trasach wirtualnych nie posiadających urządzeń typu „audio” przewodnik nadal może zachować swoją rolę prowadzącego i narratora, dostosowując swój program do trasy i wykorzystując stwarzane przez nią możliwości. Dla licznej grupy turystów „zmultimedializowana” i „zeventyzowana” trasa posiada oczywiste atuty, wynikające ze spełnienia wspomnianych postulatów nowoczesnej turystyki kulturowej („3xE”).

Wady. Taka „zeventyzowana” trasa miejska, wymagająca współpracy ludzi realizujących poszczególne mikroeventy, z konieczności funkcjonuje tylko w oznaczonych godzinach, nie jest zatem dostępna w każdej chwili. Z tego samego powodu jej utrzymywanie z mikroeventami stałymi może być kosztowne, przez co jako oferta turystyczna jest ona opłacalna tylko

⁸ Jako mikroevent rozumiana jest każda krótkotrwała (od kilku minut do około godziny) impreza dla turystów, realizowana w trakcie zwiedzania lub programu pobytu, organizowana na zamówienie dla grup lub będąca w zwykłej ofercie obiektu lub miejsca. Takim mikroeventem może być na przykład inscenizacja sceny historycznej, prezentacja multimedialna związana tematycznie z obiektem lub miejscem, prezentacja sposobu funkcjonowania urządzenia, interaktywny pokaz-nauka posługiwania się sprzętem, bronią lub narzędziem, krótki koncert lub występ, pokaz filmu dokumentalnego itp. W zależności od częstotliwości ich realizacji można rozróżnić mikroeventy stałe (codzienne lub inscenizowane wielokrotnie w ciągu dnia w danym miejscu lub obiekcie, często w ramach zwykłego zwiedzania), mikroeventy regularne (tylko w określone dni roku lub tygodnia, o stałych godzinach) albo wykonywane na (wcześniejsze) zamówienie np. dla grupy turystów.

w miastach z dużym natężeniem ruchu turystycznego, w mniejszych zaś tylko w głównym sezonie, ewentualnie tylko w niektóre dni, np. w weekendy w głównym sezonie turystycznym (mikroeventy regularne), co w jakiś sposób ogranicza swobodę zwiedzających. W przypadku pełnej multimedializacji (audioprzewodniki) konieczne jest wprowadzenie punktów dystrybucji i odbierania audioprzewodników, przynajmniej na początku i na końcu trasy, a także systemu zabezpieczeń finansowych dla przekazywanych turystom urządzeń. (np. kaucji). Przy stworzeniu takiej opcji zwiedzania trasy jej funkcjonowanie może także stanowić konkurencję dla przewodników miejskich (chyba że ich usługa zostanie zintegrowana w jej funkcjonowanie, o czym poniżej).

Konieczne elementy szkolenia: W zależności od sposobu organizacji mikroeventów oferowanych na trasie, żeby móc wprowadzić pewien rodzaj „interaktywności” w grupie, a jednocześnie nie stracić nad nią panowania i utrzymać możliwość przekazu najważniejszych treści - przewodnik musi nauczyć się alternatywnego sposobu prowadzenia grupy wzorowanego na prowadzeniu zajęć grupowych w nowoczesnej edukacji. Polega on na rezygnacji z koncentracji własnym przekazie i umiejętnym animowaniu uczestników do różnych form aktywności. Przykładowo: proponując grupie udział w mikroeventach, oferowanych w trakcie zwiedzania lub w programie pobytu w jakimś miejscu, przewodnik sam musi być nie tylko dobrze przygotowany do szybkiego „wejścia” w rolę, która jest dla niego przewidziana, ale także do skutecznego zachęcenia swoich gości do przejęcia innych ról. To z kolei wymaga dalej idących umiejętności: m.in. łączenia zmysłu obserwacji zachowań ludzi z cechami charakteru i wyłaniania na tej podstawie osób o cechach ekstrawertycznych lub po prostu śmielszych, z drugiej strony zdolności do skutecznego i szybkiego przekonywania. Takie umiejętności nie są prawie w ogóle uwzględniane w szkoleniach przewodników.

Zastosowanie w Poznaniu. W mieście oferowane jest zwiedzanie wyłącznie w ramach wirtualnych tras tematycznych. Oferuje je kilka podmiotów na rynku przewodnickim. Zestawienie tematyki tych tras podaje M. Piasta [*Wybrane działania...*, rozdz. 2.8.].

E. Gra miejska.

Ta forma zwiedzania miasta przeznaczona jest dla turystów szczególnie aktywnych i rozporządzających większą ilością czasu. Stosuje się ją często podczas dużych imprez grupowych, w tym także w ramach turystyki motywacyjnej. Gra miejska pojawiła się po raz pierwszy w USA w okresie międzywojennym. Jest to forma spędzania czasu wolnego, ukierunkowana na rozrywkę o charakterze poznawczym, połączoną z elementami konkurencji. Istotą gry miejskiej stanowi wykorzystywanie przestrzeni miejskiej jako obszaru i elementu rozgrywki. Wiodącą tematyką gier miejskich są najczęściej wydarzenia historyczne lub legendy miejskie, znane wątki literackie, elementy sensacyjne ze współczesnej historii miasta lub historie wykreowane przez autorów na użytek gry. Najczęściej przebieg gry obejmuje pobranie karty startowej i wędrowkę po trasie zgodnej z zawartymi w niej wskazówkami, w jej trakcie zaś rozwiązywanie zagadek, odnajdywanie poszczególnych miejsc, przedmiotów lub osób, uzupełnianie haseł. W rozwiniętych wersjach gier biorą często udział ucharakteryzowani „łącznicy”, udzielający potrzebnych uczestnikom informacji, przez co wzmocniony zostaje aspekt poznawczy gry. Element konkurencji ma swoją dominantę na końcu: zwycięża zespół lub osoba, która najszybciej dostarczy wypełnioną poprawnie kartę startową lub rozwiąła tytułowy problem. W Polsce pierwotnie gra była organizowana jako tematyczna miejska odmiana

harcerskich gier terenowych w Warszawie od roku 1971 [Arsenał 2011], następnie w celach komercyjnych przez szereg firm. Po raz pierwszy w Polsce typową grę miejską przeprowadzono niekomercyjnie także w Warszawie, w roku 2005 [Bielecki 2008], co znacznie spopularyzowało ten sposób spędzania wolnego czasu. Także Poznań ma zasługi w rozwoju polskiej wersji gier miejskich jako turystycznej aktywności: to tu pojawiły się miejskie gry turystyczne w wersji uproszczonej, w których indywidualni uczestnicy mogą wziąć udział w dowolnym czasie. Po pobraniu z Internetu albo z Centrum Informacji Turystycznej (CIT) karty gry, uczestnik zwiedza miasto według planu, rozwiązując zadaną zagadkę, przy czym kluczem do jej rozwikłania są m. in. stare inskrypcje, detale architektoniczne, mniej eksponowane dzieła sztuki. W Poznaniu organizowane są także gry w skromniejszym wymiarze, przeznaczone raczej dla mieszkańców miasta, jako forma ich rozrywki połączona z poznawaniem historii własnej dzielnicy. Formą takiej rozrywki była gra eksploatująca znany wątek kradzieży obrazu z Muzeum Narodowego w Poznaniu [Gra Poznań 2011] oraz gry organizowane w ramach „Tryptyku Miejskiego Poznań 2010”, odbywane w kolejne soboty lipca 2010 i obejmujące dzielnice: Wilda, Łazarz oraz Jeżyce [Gra Poznań 2011].

Zalety: Gra jest w najwyższym stopniu intensywną formą kontaktu z dziedzictwem miasta lub (częściej) z jego wybranymi aspektami. Stanowi ona także najbardziej aktywną formę zwiedzania, wymagającą od uczestnika koncentracji, wyobraźni, a nierzadko nawet sprytu. Tym samym gry znakomicie realizują postulat „3xE”. Zachęcają one do zwiedzania i poznawania dziedzictwa kulturowego i historycznego miast znaczną grupę osób preferujących samodzielne odkrywanie świata, niekoniecznie zainteresowanych szkolną wersją historii lub wiedzy o kulturze. Tak pozyskana wiedza w znacznie wyższym stopniu przechowuje się w świadomości uczestników gry niż informacje uzyskane w trakcie klasycznego zwiedzania. Stosowana w edukacji historycznej, kulturalnej i regionalnej gra jest atrakcyjnym sposobem przekazu, preferowanym przez większość uczących się. W kontekście wymagań turystów młodego pokolenia może ona okazać się największą konkurencją dla klasycznych spacerów historycznych.

Wady: Rozwinięta forma gry miejskiej wymaga znacznego zakresu przygotowań. Organizowana w swojej pełnej formie gra wymaga zatrudnienia znaczniejszej ilości osób w danym czasie, co ogranicza możliwości jej zastosowania tylko do wyznaczonych dni w roku⁹. W przypadku wersji indywidualnej (jak przykładowo turystyczna gra poznańska) skala tych przedsięwzięć jest zredukowana do jednorazowych działań i przygotowania materiałów oraz wyznaczenia punktów startu i sposobów ewaluacji i weryfikacji osiągniętych wyników, jednak traci się wówczas szereg atrakcyjnych elementów „akcji” gry. Ponadto wiedza uzyskiwana przez uczestników gry na temat miasta i jego dziedzictwa kulturowego zazwyczaj jest tylko fragmentaryczna, jednak to zastrzeżenie nie jest znaczące, jako że celem zwiedzania nie musi być uzyskanie systematycznego wykładu historii miasta.

Konieczne elementy szkolenia: Przewodnik może uczestniczyć w niektórych typach turystycznej grze miejskiej, stosowanej jako sposób zwiedzania: albo jako kierownik grupy, albo jako „łącznik”, osoba wtajemniczona, udzielająca potrzebnych informacji. Musi on być zatem każdorazowo przygotowany w zakresie scenariusza konkretnej gry. Jednak już na etapie

⁹ To ograniczenie można obejść przez zawarcie stałych porozumień organizatorów z punktami np. sprzedaży i usług na terenie miasta i przygotowaniu ich pracowników do obsługi uczestników gry. W miastach o dużym natężeniu ruchu turystycznego może to okazać się opłacalne nawet w przypadku konieczności opłacania tych usług np. w zależności od ilości uczestników gry.

szkolenia przewodnickiego kandydaci powinni uczyć się określonych umiejętności. Należą do nich z jednej strony zdolność animowania turystów przez własny przykład do aktywnych działań i konkretnych zachowań (np. zespołowego poszukiwania miejsca lub napisu, realizacji konkretnego zadania gry terenowej), z drugiej przystosowanie się do ograniczonej roli kierownika lub łącznika w przekazie informacji, które turyści powinni w większej mierze zdobywać sami. To oznacza także ściśle przestrzeganie obiektywności (m.in. nie pomaganie własnej grupie z wykorzystaniem posiadanej szerszej wiedzy).

Zastosowanie w Poznaniu. Gry miejskie są opracowywane dla Poznania przez działające w mieście dwa wyspecjalizowane przedsiębiorstwa i regularnie, szeroko stosowane w obydwu omówionych wersjach: rozwiniętej i uproszczonej (indywidualnej). Posiadają one w mieście liczne grono przekonanych zwolenników. Ilość propozycji dla Poznania już w roku 2010 przekroczyła 30. Przykłady ich zastosowania podaje M. Piasta [*Wybrane działania... rozdz. 2.9*].

2. Sylabus i trasa tematyczna - propozycje narzędzia i produktu w ramach zorganizowanego zwiedzania miasta

Poniższe rozważania dotyczą dwóch projektów zaproponowanych przez Autora w ostatnich latach i częściowo zrealizowanych w przewodnictwie miejskim na terenie Poznania. Jednym z nich jest sylabus miejsc - narzędzie metodyczne skonstruowane dla potrzeb przewodników, drugim - szczegółowo opracowany projekt materializacji, tematycznych tras miejskich. Dla pełniejszej ilustracji wyводу jest on wzbogacony o studia przypadków z terenu Poznania.

2.1. Sylabus miejsc jako forma zapewnienia atrakcyjności klasycznego spaceru miejskiego.

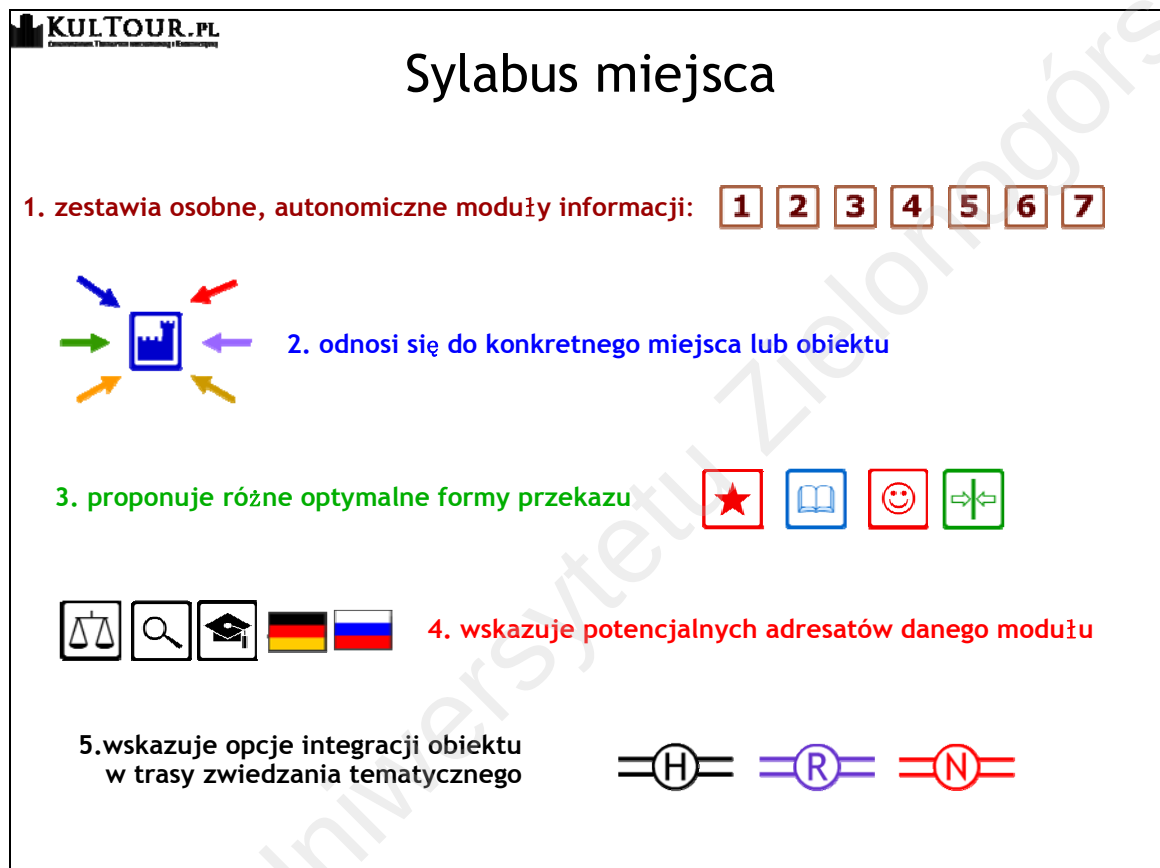
2.1.1. Pojęcie sylabusu miejsc, jego podstawowe funkcje i forma.

Koncepcja "sylabusu miejsc" odnosi się do klasycznego zwiedzania miasta z przewodnikiem i ma w założeniu pomóc w modyfikacji tej formy do standardu zgodnego z oczekiwaniami współczesnych turystów miejskich. Została ona opracowana przez autora niniejszego tekstu w Poznaniu, w latach 2005-2007, w ramach pracy biura turystycznego KulTour.pl z turystami, a później rozwinięta jako element metodyki przewodnictwa w ramach szkoleń przewodników miejskich, prowadzonych przez to biuro.

Jak już stwierdzono powyżej, różne grupy turystów miejskich potrzebują i oczekują różnej narracji. Może to być uwarunkowane m. in. ich przeciętnym wiekiem czy poziomem intelektualnym (na który składa się nie tylko aktualnie posiadana wiedza i tzw. horyzont intelektualny, ale także aktywny i bierny rejestr językowy). Odmienne zainteresowania i oczekiwania podczas zwiedzania wykazują różne grupy narodowościowe, ale też i zawodowe. W konkretnej sytuacji istotną rolę może także odgrywać stopień zmęczenia grupy, zwiedzającej miasto np. w ramach znacznie szerszego i intensywnego programu wielodniowej wycieczki lub po dłuższym przejeździe. W tym samym kontekście wielodniowej wycieczki istotny dla prawidłowego doboru trasy i treści przekazu przewodnika może być także program już zrealizowany lub dalsze jego elementy, które grupa ma dopiero przed sobą. Niektóre wycieczki realizują z kolei program specjalistyczny, w którego ramy przewodnik w miarę możliwości powinien „wpisać” swoją usługę.

Jako pomoc w przyswajaniu sobie przez przewodników i pilotów takich umiejętności, w szkoleniach oferowanych dla kandydatów na przewodników po Poznaniu przez biuro KulTour.pl wypracowano kilka nowych narzędzi. Jednym z nich jest „sylabus miejsca”, rozumiany tu jako zestawienie osobnych, autonomicznych modułów informacji, odnoszących się do jednego konkretnego miejsca lub obiektu i przystosowanych do różnej formy przekazu, z jednoczesnym wskazaniem potencjalnych adresatów poszczególnych modułów oraz z ukazaniem możliwości integracji danego obiektu w większe trasy zwiedzania tematycznego (ryc.2).

Ryc. 2. Funkcje sylabusa miejsca (opr. własne)



Sylabus zastosowany jako instrument pracy z grupą turystów gwarantuje z jednej strony zachowanie rdzenia historycznego opowiadania o mieście, pozwalając jednocześnie na elastyczne użycie pozostałych modułów. Umożliwia on natychmiastową redukcję ilości informacji albo jej zwiększenie, pozwala je także automatycznie wyselekcjonować zgodnie z profilem danej grupy oraz znacznie urozmaicić przez zastosowanie zróżnicowanych środków, jak anegdoty, cytatu literackiego lub legendy. Już na etapie szkolenia praca z sylabusem ułatwia kandydatom na przewodników przygotowanie metodyczne poprzez uczenie się z jego pomocą budowania spójnego opowiadania oraz nabycie umiejętności elastycznego doboru jego poszczególnych modułów. Natomiast przewodnik pracujący z grupą turystów otrzymuje w nim sprawne narzędzie pracy, dzięki któremu ma możliwość przemyślanego konstruowania nie tylko wypowiedzi, ale i całej trasy zwiedzania. Każdy pojedynczy sylabus stanowi przy tym kolejny pojedynczy (i wymienny) moduł tej trasy.

Fizycznie pojedynczy sylabus miejsca ma postać osobnej strony (kartki), podobnej w formie do dawnej fiszki leksykalnej lub źródłowej. Jego wersja stosowana w Poznaniu graficznie przypomina opisy jednostek bibliotecznych znane z dawnych, papierowych katalogów. Formę zapisu informacji narzuca cel wykorzystania sylabusa i grupa jego użytkowników. Ponieważ jest on przeznaczony dla przewodnika w trakcie jego szkolenia lub w trakcie obsługi grup, informacje zamieszczone są w sylabusie w formie skrótowej - są to pojedyncze zdania lub nawet równoważniki zdań, streszczenia legend i anegdot. Wyjątkami są cytaty literackie - te fragmenty są krótkie, lecz zamieszczone w wersji oryginalnej. Przewodnik posiada bowiem z jednej strony szeroką wiedzę na temat danego miejsca lub obiektu, jest więc w stanie samodzielnie skojarzyć i rozwinąć do formy pełnego przekazu podaną w formie hasła informację. Jednocześnie potrzebuje on poręcznego zbioru w postaci małej formatowo książeczki (zeszyciku), który swobodnie mieści się w dłoni, sprawiając wrażenie raczej podręcznego terminarza niż miejskiego leksykonu.

2.1.2. Użyteczność sylabusów miejsc

Korzyści w zakresie metodyki szkolenia. Z użyciem sylabusa łatwiej przekazać adeptowi przewodnictwa przede wszystkim to, jak do kogo powinien mówić, a także - co i ile w jakiej sytuacji należy powiedzieć. Pomaga on nie tylko w kształtowaniu zróżnicowanej FORMY przekazu, ale też w odpowiedniej do warunków i oczekiwań turystów selekcji jego TREŚCI. Oczywiście w tej dziedzinie sylabus nie może być traktowany jako gotowa recepta na doskonałe przewodnictwo. Przewodnik musi niezależnie od pracy z nim nauczyć się posługiwania poprawnym i bogatym językiem, wyraźnego i donośnego mówienia, właściwego stosowania mimiki i gestykulacji, dobrego i interaktywnego kontaktu z turystami, dostosowywania do ich oczekiwań i możliwości trasy zwiedzania (jej długości i stopnia trudności) oraz jego tempa, sposobu ustawiania grupy i technik koncentracji jej uwagi. Niemniej pomoc uzyskiwaną dzięki stosowaniu sylabusa w szkoleniu metodycznym można określić jako wyjątkowo efektywną w odniesieniu do wskazanego zakresu metodyki.

Ekspozycja unikatowych walorów miejsca. Przez zastosowanie sylabusa zagwarantowana jest realizacja przekazu wszystkiego tego, co jest niepowtarzalnym walorem danej miejscowości („unicum”). W przygotowanym, uporządkowanym przekazie własna odrębność oraz miejski „genius loci” nie tylko nie mogą już zostać pominięte, ale nawet zostają zaakcentowane. Przez zamieszczenie w zestawach informacji o miejscach i obiektach i odpowiednie wyeksponowanie ich, włączenie do zbioru tego, co „musi” być powiedziane, sylabus umożliwia przewodnikowi przekaz tego, co naprawdę niezwykle i ciekawe - i co powinno być przekazane różnym grupom turystów.

Urozmaicenie i dydaktyzacja zwiedzania. Zastosowanie sylabusa wspomaga edukacyjny aspekt pracy przewodnika, umożliwiając mu prawidłowy dobór narzędzi i środków przekazu (jak anegdota, ciekawostka, fakt statystyczny, tekst literacki, nawiązanie, asocjacja czy porównanie). W ten sposób nadaje on narracji przewodnika atrakcyjną w odbiorze formę. Turysta nie jest zmuszony do wysłuchiwanie monotonnego opowiadania o kolejnych detalach każdego oglądanego obiektu. To zaś, co słyszy, jest mu podawane w zróżnicowany sposób, co ożywia narrację i pozwala uzyskać lepszy efekt zapamiętania.

Tematyzacja spaceru turystycznego. Przy wykorzystaniu sylabusa można bez dodatkowych przygotowań zrealizować zwiedzanie według jednej z linii (wirtualnych tras) tematycznych,

wybierając nie tylko poszczególne obiekty do zwiedzania, ale i odnoszące się do danego tematu informacje o nich. Z użyciem określonego klucza tematycznego następuje wyodrębnienie z przestrzeni miasta miejsc i obiektów, „zlokalizowanych” według tematów. Tak użyty sylabus okazuje się dla przewodnika użyteczny funkcjonalnie (bo automatycznie „wybiera” trasę, pomaga akcentować określone wątki, wzajemnie powiązać obiekty w jego narracji) i zarazem aspektowo, bo umożliwia podczas zwiedzania rozwijanie lub dominację jednego tematu (np. aspektu etnicznego, tematyki ciekawej dla danej grupy zawodowej) w ramach pewnego ciągu, który w ten sposób stanowi wątek postulowanego w nowoczesnej turystyce i pożądanego przez wielu turystów jednolitego opowiadania jakiejś miejskiej lub biograficznej historii (element „storytelling”). To zaś pozwala przewodnikowi stworzyć atrakcyjną ofertę np. na drugie i kolejne zwiedzanie miasta dla tej samej grupy osób, dostosować się do potrzeb grup o konkretnym profilu i zapotrzebowaniu (np. szkolnych, literackich, uczestników konferencji zawodowych lub naukowych i innych).

2.1.3. Zasada tworzenia sylabusa: „wszystko, ale nie dla wszystkich”

W konkretnym sylabusie zestawione zostają wszystkie informacje najważniejsze, ale także treści szczególnie ciekawe odnośnie danego miejsca lub obiektu (o każdym dacie i fakty, ludzie i przełomowe wydarzenia, a także legendy i anegdoty), w którym zestawia się i odrębnie oznacza propozycje tego, co musi być przekazane (a jest tego zawsze stosunkowo niewiele), tego, co powiedziane być może (jeśli czas i stan oraz poziom koncentracji grupy na to pozwala), co jest niezwykle i unikalne, co z kolei może/powinno szczególnie zainteresować niektóre grupy ludzi (np. zwiedzających tematycznie, grupy zawodowe, przedstawicieli danej nacji). Dla urozmaicenia przekazu przy niektórych obiektach proponowane są odnoszące się do nich legendy i anegdoty. Do tego zestawu w niektórych sylabusach dochodzą porównania z innymi podobnymi obiektami, a w innych przypadkach odnoszące się do danego miejsca krótkie fragmenty znanych lub ważnych tekstów literackich. W ten sposób powstaje zbiór składający się z kilku-kilkunastu niezależnych modułów, umieszczonych na jednej niewielkiej karcie. Graficzny wygląd sylabusa służy sprawnemu wyselekcjonowaniu potrzebnych informacji i błyskawicznemu (niejako automatycznemu) zbudowaniu z tych modułów przekazu dla konkretnej grupy. Dodatkowo w sylabusie umieszczane są sugestie dotyczące włączenia danego obiektu do trasy tematycznej. Ułatwiają one przewodnikowi samodzielne zbudowanie takiej trasy zwiedzania dla zainteresowanej grupy, którą może on np. zaproponować gościom pozostającym w mieście dłużej niż jeden dzień, albo takim grupom lub indywidualnym turystom, którzy już raz zwiedzali miasto według klasycznej trasy historycznego spaceru.

Dla ułatwienia orientacji w strukturze sylabusa poniżej zamieszczona jest legenda symboli opracowanych przez autora i stosowanych w sylabusach szkoleniowych KulTour.pl.

Sylabus miejsca - Legenda



- informacja podstawowa (przekaz obowiązkowy)



- informacja uzupełniająca (przekaz według uznania przewodnika i sytuacji grupy)



- tylko dla zainteresowanych lub motywowanych tematem wycieczki



- informacja specjalistyczna (np. dla grup zainteresowanych zawodowo)



- informacje dla grup etnicznych



- ciekawostka (detal) ogólnie interesujący



- anegdota lub legenda



- tekst literacki (cytat)



- nawiązanie/porównanie z innymi obiektami, miejscami, postaciami

Sugestie uwzględnienia obiektu w ramach tras tematycznych



Historyczna Trasa 1000 lat Poznania



Trasa biograficzna „Wielcy Poznaniacy”



Trasa Poznańskich Organiczników



Trasa Poznańskich Pomników „Komu i za co”



Poznań Piastowski i Średniowieczny



Trasa „Święty Poznań” (miejscza religijne i zabytki sakralne)



Trasa „Dzieje Niemców w Poznaniu”



Trasa „Architektura Poznania”

Typy sylabusów i miejsca ich zastosowania. Ze względu na sposób ich wykorzystania w różnych rodzajach obiektów, a także w rozmaitych momentach zwiedzania, sylabusy zostały opracowane w kilku nieco się różniących typach. Poniżej zamieszczono kilka przykładowych sylabusów wszystkich czterech typów (ryc. 3,4,5,6), stosowanych w szkoleniu przewodnickim w Poznaniu. Obrazują one skalę możliwych do wykorzystania opcji, dobór oraz sposób zamieszczania informacji w przypadku obiektów i miejsc różnego rodzaju. I tak **typ A**. odnosi się do samodzielnych obiektów, omawianych w jednym miejscu (zatem służy do jednorazowego przekazu o charakterze całościowym). Obejmuje on zatem m. in. wszystkie najważniejsze informacje historyczne o obiekcie. **Typ B**. opracowywany jest dla obiektów stanowiących części większych obiektów lub zespołów obiektów. Jako takie traktowane są m. in. cenniejsze pojedyncze wnętrza (np. kaplice) a nawet przedmioty (np. obrazy). Taki sylabus pomija zatem informacje ogólne na temat całego wielkiego obiektu lub zespołu obiektów (np. archikatedry, fary) przekazywane przez przewodnika w innym miejscu z pomocą sylabusa typu A. Natomiast koncentruje się on na większej ilości interesujących szczegółów: szerzej korzysta z anegdot, porównań i cytatów. Sylabus **typu C** służy do formułowania przekazu na temat obiektów małej architektury, w tym przede wszystkim pomników. Podaje on okoliczności i cel ich powstania, a poza samym monumentem i ewentualną interpretacją jego symboliki koncentruje się dodatkowo także na wydarzeniu lub osobie, będącej jego bohaterem. Sylabus **typu D** jest opracowywany przede wszystkim dla ekspozycji muzealnych. Z jego pomocą przewodnik realizuje zadania w przestrzeni muzealnej w stopniu minimalnym, udzielając wprowadzenia do

zwiedzania ekspozycji. Wykorzystując sylabus omawia on pokrótce jej tematykę i sposób organizacji, wskazuje najciekawsze elementy i moduły, zwraca uwagę na znaczenie wybranych elementów lub przedmiotów. Na tym kończy swój przekaz, pozostając w trakcie zwiedzania do dyspozycji gości. Praktyka zwiedzania muzeów z przewodnikiem wykazuje, że ta forma jest najlepiej przyjmowana przez uczestników wycieczek, szczególnie wtedy, gdy zwiedzanie wystawy jest elementem dłuższego oprowadzania po mieście. Każdy z przedstawionych sylabusów został uzupełniony krótkim opisem, wskazującym szczególne cechy danego obiektu lub miejsca oraz sposób ich ujęcia w sylabusie.

Tytułem przykładu zamieszczono poniżej po jednym sylabusie z każdego typu. Na specyficzne różnice między nimi wskazują opisy:

1. **RATUSZ POZNAŃSKI (Sylabus TYPU A).** Jako najważniejsze podane tu zostały informacje dotyczące znaczenia budynku dla miasta oraz podstawowe dane historyczne na jego temat. Jest to uwarunkowane najpierw statusem obiektu jako samodzielnego punktu w programie zwiedzania, a następnie jego znaczeniem w dziejach miasta (jako ośrodka i symbolu miejskiej autonomii i polityki). Z uwagi na znaczenie artystyczne i unikalność rozwiązań część informacji dotyczących tych aspektów została wysunięta na pierwszy plan. Jako uzupełniające informacje dla zainteresowanych podano kolejne informacje dotyczące jego wystroju oraz detali wnętrza. Mogą one służyć rozbudowaniu przekazu w przypadku realizacji zwiedzania po trasie tematycznej, szczególnie odnoszącej się do architektury. W przypadku wejścia do Ratusza i zwiedzania zbiorów muzeum opuszcza się detale dotyczące wnętrza (które będą omawiane według sylabusów ekspozycyjnych typu D), natomiast podaje się wszystkie pozostałe informacje, poza wątkami etnicznymi. Znaczna liczba ciekawostek i anegdot umieszczonych w sylabusie wynika z faktu, że ratusz (znany z Koziołków) zawsze znajduje się na trasie zwiedzania przez grupy dziecięce. W przypadku oczekiwania na pokaz koziołków przewodnik może zając czas opowiadając jedną z tych anegdot.

2. **ZŁOTA KAPLICA ARCHIKATEDRY (Sylabus TYPU B).** Ponieważ dzieje i znaczenie katedry jako całego zespołu obiektów zostały zaprezentowane już przy wejściu (z użyciem sylabusu typu A), w narracji przewodnika znajduje się mniej odniesień do historii lub jest ona przeniesiona do opcji uzupełniających. Natomiast wyeksponowane są ważne detale, które albo przydają kaplicy i całemu obiektowi znaczenia (jak fakt pochówku pierwszych władców i sposób ich upamiętnienia) albo mogą służyć turystom jako punkty „zaczepienia” przekazu w ich wiedzy ogólnej i jego lepszego skojarzenia. (unikalność niektórych rozwiązań, jak podwójny posąg, mozaikowy obraz oraz (neo)bizantyjski styl w katolickim kościele). Zaprezentowane anegdoty, ciekawostki i porównania dotyczące kaplicy i jej detali z jednej strony urozmaicają zwiedzanie katedry jako całości, z drugiej nadają samej kaplicy w oczach turystów status osobnej całości i sprzyjają zapamiętaniu tego miejsca (mauzoleum pierwszych Piastów) poprzez jego specyficzny, unikalny klimat i wydarzenia oraz osoby, związane z jego powstaniem.

3. **POMNIK POZNAŃSKIEGO CZERWCA 1956 (Sylabus TYPU C).** Obiekt bywa często oglądany z większej odległości (z placu bezpośrednio przed nim), dlatego w sylabusie wyeksponowane są fakty podstawowe, które dotyczą monumentu, wyjaśnienie jego lokalizacji oraz dominujących elementów, a także istoty i bohaterów wydarzeń. W sytuacji, gdy grupa podchodzi bliżej, przewodnik podaje informacje uzupełniające. Jako informacje specjalistyczne dla grup

zainteresowanych nowszą historią podano m.in. szczegóły wydarzeń oraz cytaty z przemówienia Cyrankiewicza, obrazujące prawdziwe oblicze rzekomo „ludowej” władzy i dobrze ukazujące jej zakłamanie. Te informacje i cytaty powinny zostać koniecznie wykorzystane przy realizacji zwiedzania trasą tematyczną „Poznańskich Pomników”. Wszystkie lub niemal wszystkie informacje powinny być przekazane podczas zwiedzania tematycznego, odnoszącego się do wydarzeń Poznańskiego czerwca. Dla tego spaceru pomnik jest miejscem centralnym.

4. WYSTAWA „POWSTANIE POZNAŃSKIE 1956” (Sylabus **TYPU D**). Sylabus służy wprowadzeniu do samodzielnego oglądania wystawy przez uczestników. Przewodnik wygłasza je przed wejściem do budynku lub w pierwszym pomieszczeniu ekspozycji. Z racji multimedialnego charakteru wystawy dodatkowa narracja przewodnika w trakcie zwiedzania jest zbędna, ponadto wąskie korytarze i niewielkie pomieszczenia uniemożliwiłyby stały komentarz. W obiekcie tego rodzaju najlepiej ukazuje się przydatność sylabusa typu D: podającego główną tematykę wystawy i zwracającego uwagę na najciekawsze jej moduły lub elementy. W trakcie samego zwiedzania przewodnik spełnia tylko rolę pomocniczego interpretatora: towarzyszy grupie, a w kolejnych pomieszczeniach lub w pobliżu stanowisk ustawia się każdorazowo w widocznym miejscu. Dzięki temu jest dostępny dla ewentualnych pytań uczestników wycieczki.



Zdjęcia obiektów opisanych w sylabusach.

1. Ratusz w Poznaniu. 2. Złota kaplica w katedrze w Poznaniu, fragment sklepienia.
3. Pomnik Poznańskiego Czerwca 1956. 4. Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956, fragment wystawy multimedialnej

Ryc. 3. Sylabus typu A: dla obiektu historycznego prezentowanego jako osobna całość (opr. własne).

RATUSZ POZNAŃSKI
(przy omawianiu tylko z zewnątrz)

 **Ratusz - miejsce pracy rajców miejskich, sądu. Symbol niezależności miasta i serce miejskiej „republiki”. Stąd ozdoby gmachu, wskazujące program dla rady.**

 Pierwszą siedzibą władz zaraz po lokacji był dom wójta (Tomasz z Gubina, pierwszy wójt-zasadźca miasta).

 Pierwsza wzmianka pisemna 1310. Datowanie budowy: w gotyckich piwnicach - najstarszej części Ratusza - na zworniku zachował się herb Przemyślidów (rządzili w Wielkopolsce 1300-1306).

 **1536 pożar i decyzja o przebudowie. Wyk. Jan Baptista Quadro - przebudowa w stylu renesansowym do ok. 1555. Efekt: ratusz poznański to jedna z najpiękniejszych świeckich budowli renesansowych Polski.**

 Rozwinąć poznański wątek G.B. Quadro dla Włochów

 **Fasada: Trójkondygnacyjna loggia - jedna z pierwszych nowożytnych fasad tego typu w Polsce. Kształtem przypomina herb Poznania (mury, wieżyczki).**

 **Freski - opis:**
Parter: personifikacja cnót: Cierpliwość, Radość, Miłość, Sprawiedliwość, Wiara, Nadzieja, Męstwo i Umiarkowanie. Boczne pola: dawniej coś innego, XVII w.: sceny religijne, obecnie władcy piastowscy: dół lewa: Mieszko I, dół prawa: B. Chrobry,
I piętro - lewa Przemysł I (założyciel miasta), I piętro - prawa: Król Przemysł II,
II piętro lewa: Wł. Łokietek i prawa: Kazimierz Wielki
Portrety pod attyką: Jagiellonowie- Jadwiga, Jagiełło, Warneńczyk, Kazimierz Jagiellończyk, J. Olbracht, Aleksander, Zygmunt Stary i Zygmunt August

 Związki W. Jagiełły z Poznaniem, jego zasługi dla miasta
Piętro: zdobią głowy wybitnych ludzi antyku: poetów, filozofów, przywódców, które wraz z cnotami wskazują właściwe ideały i optymalne sposoby kierowania „republiką” miejską.

 **„Mechanizm Błażeński” nad zegarem - słynne „Poznańskie Koziółki”**

 Wykonawca: Bartłomiej Wolff z Gubina - 1551 na zlecenie Rady miejskiej

 **Legenda o koziółkach i ucieczce z której uciekły. Uczta dla wojewody. K. uciekły kucharzowi spod noża i na wieżę ratusza. Wojewodę to ubawiło i kazał je „utaskawić”.**

 Ratuszowy „Tryglaw”. Jego znaczenie niewyjaśnione, kilka możliwych wersji: Jedna: to symbol roztropności, jako rada dla radnych miejskich (patrzeć na wszystkie strony), druga: odwzorowanie laski burmistrza z tym samym znaczeniem, trzecia: Tryglaw, pogańskie bóstwo słowiańskie (mało prawdopodobna).

 **Wyjaśnieniem może być też legenda o Lechu, Czechu i Rusie. To przecież TRZEJ bracia. Tu w Poznaniu po latach się spotkali i z daleka „poznali” idąc sobie naprzeciw. Stąd poszła nazwa grodu, a potem miasta.**

 **Wnętrze: Wielka Sień - bogato zdobione sklepienie z programem ówczesnego świata. To jedno z najcenniejszych renesansowych wnętrz w Polsce**

 Autor (Quadro) wzorował się na słynnym traktacie architektonicznym Sebastiana Serlio

 W „Sieni” Herby Polski, Litwy, Poznania, Habsburgów, Jagiellonów, Sforzów; postacie biblijne i mitologiczne; ciała niebieskie; Chrystus; zwierzęta realnie i fantastyczne - jest kontynuacją wskazówek dobrego sprawowania władzy z elewacji. Wymowa: Potęga państwa (herby Jagiellonów) i pomyślność miasta (herb Poznania) opiera się na cnotach, symbolizowanych przez postacie wyrażone w dekoracjach: Męstwo, poświęcenie i odwaga. Znaki zodiaku itd.: miejsce człowieka w uniwersum. To program humanizmu renesansowego.

 W Sali Sądowej Ratusza jedyny w Polsce pomnik króla Stanisława Augusta Poniatowskiego dłuta Augustyna Schöpsa (ok. 1792). Król był dobroczyńcą miasta przez konstytucje o miastach królewskich (1790).

 W 1923 przed ratuszem uroczyste powitanie Marszałka Ferdynanda Focha, przyjaciela Polski i Wielkopolski w trudnych chwilach podczas Powstania Wielkopolskiego 1919 (dr h.c. Uniwersytetu P.)

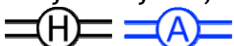
 W lutym 1945, w trakcie walk o Poznań, Ratusz został poważnie zniszczony. Odbudowano go w latach 40-tych i 50-tych XX wieku.

 **W Ratuszu: siedziba Muzeum Historii Miasta Poznania.**

 **Hejnał poznański i legenda o Królu Kruków. Bolko, syn Przemka, trębacz, uratował kruka. Ten okazał się królem kruków, zostawił złotą trąbkę i w potrzebie, wezwany, powrócił z milionami kruków. Rozpędził najeźdźców (brandenburskich) i uratował miasto.**

 Wskazówka na tematykę wystaw stałych Muzeum

Trasy tematyczne, do których obiekt powinien lub może być włączony:



Ryc. 4. Sylabus typu B - dla obiektu stanowiącego część większego zespołu obiektów (opr. własne)

Archikatedra: ŻŁOTA KAPLICA (Kaplica Królów Polskich)

-  Pierwotnie kaplica Wniebowzięcia Matki Bożej i do tego nawiązuje mozaika w ołtarzu
-  Po jednej z wielu katastrof budowlanych w katedrze w roku 1790 (pożar i zawalenie wieży katedralnej na grób Chrobrego) z grobów królewskich pozostała tylko mała trumienka z resztkami kości, przechowywana w kapitułarzu (sali obrad).
-  **Pomysłodawcy godnego miejsca: ks. Teofil Wolicki i hr. Edward Raczyński**
-  Działania od 1815 (Kongres wiedeński) przebudowa od 1834 do 1841
-  Cel przebudowy: przypomnienie w czasach zaborów o wielkości Polski w historii
-  Pieniądze pochodziły ze z zbiorów Polaków wszystkich trzech zaborów
-  **Pratą Teofil Wolicki był b. sprytny. Zwrócił się do Króla Prus jako następcy władców polskich o zgodę i... ofiarę na tę kaplicę i ich pomnik. Sugerował przy tym, że adresat prośby jest ... ich potomkiem. Tak komplementowany Fryderyk Wilhelm III dał 100 dukatów w zlocie. Po czym Wolicki zwrócił się do cara Mikołaja (formalnie króla polskiego) - ten nakazał dać symboliczne 3000 złotych, ale nie przeszkadzał w zbiorze w swoim zaborze, i to było najważniejsze.**
-  **Najmniej dali krakowianie (ich kapituła katedralna w ogóle odmówiła - był skandal).**
-  Tomasz Łubieński, kanonik kwestujący w Krakowie pisał do Poznania: „W ogólności bardzo mam złą opinie o hojności w tej mierze Panów Krakowskich, którzy jedynie tylko zabawami i strojami zajęci, na podobne składki uważać nie będą.
-  **Architekt przebudowy: Franciszek (Francesco) Lanci, Włoch,**
-  **Styl: (neo) bizantyjski**  **z woli E. Raczyńskiego, znanego ekscentryka)**
-  **Miejsce pochówku Bolesława Chrobrego i prawdopodobnie Mieszka I**
-  Sarkofag jest neogotycki, XIX-wieczny, tylko jeden fragment pochodzi z dawnego grobowca Chrobrego z XIV w., jest to płaskorzeźba Apostoła Piotra
-  **Pomnik Mieszka i Bolesława - Christian Rauch (Berlin), 1840**
-  Symboliczna wymowa postaci: krzyż Mieszka (chrzciciel) i miecz Bolesława (twórca potęgi)
-  Forma pomnika to tzw. „Doppelstandbild”, dwóch stojących równorzędnych postaci po raz pierwszy ten typ pomnika, potem kopiowany,
-  **Najb. znany taki pomnik: Weimar (Goethe i Schiller), 7 lat młodszy, pod jego wpływem**
-  Obraz mozaikowy Matki Boskiej Wniebowziętej wg Tycjana -Liborio Salandri, Wenecja
-  Kopuła - Chrystus Pantokrator (władca i sędzia świata) i 20 ówczesnych polskich świętych; wokół 34 herby rodów rycerskich i 8 herbów najstarszych polskich diecezji
-  **Obrazy:**
Januariusz Suchodolski: Mieczysław kruszy bałwany
Edward Brzozowski Otto III i B. Chrobry u Grobu Św. Wojciecha
-  **Na polichromię kaplicy pożłoczonej przez Berlińczyka B. Justi wykorzystano kilka kilogramów czystego złota. Nazwa „Żłota Kaplica” jest więc usprawiedliwiona.**
-  **Hrabia Edward Raczyński, fundator więcej niż połowy pomnika kazał dać napis ze swoim nazwiskiem. Rozpoczęła się nagonka w prasie („polskie piekielko”). Napis kazał skuć, a sam popełnił samobójstwo w efektywny sposób (ówczesne pojęcie honoru).**
- Trasy tematyczne, do których obiekt powinien lub może być włączony:







Ryc 5. Syllabus typu C - dla obiektu małej architektury - Pomnik - (opr. własne)

POMNIK POZNAŃSKIEGO CZERWCA 1956 + wydarzenia 1956

-  Odstonięty w 1981 (25 rocznica wydarzeń), w krótkim okresie 1-szej „Solidarności”.
-  Inne pomniki powstałe w tym samym okresie: w Gdańsku (forma: trzy krzyże) oraz w Gdyni.
-  Upamiętnia pierwsze (1956) i wszystkie kolejne masowe wystąpienia Polaków przeciw komunistycznym rządóm.
-  Daty roczne na pomniku: 1968 (bunt studentów), 1970 (wydarzenia na Wybrzeżu) 1976 (Radom, Ursus), 1980 (strajki na Wybrzeżu, potem w całej Polsce, powstanie „Solidarności”), 1981 (stan wojenny wraz z jego ofiarami). To kronika wystąpień przeciw reżimowi komunistycznemu w Polsce.
-  Wydarzenia: 28 czerwca 1956 w Poznaniu najpierw demonstracja, potem otwarty bunt przeciw partii i „ludowej” władzy, robotnicy żądali godnego życia i politycznych swobód.
-  Bezpośrednia przyczyna strajku: odmowa władz spełnienia żądań obniżenia zawyżonych tzw. norm pracy i cofnięcia obniżek płac.
-  Początek rebelii: poranny strajk 28 czerwca w Zakładach Cegielskiego - wówczas „Zakłady im. Stalina w Poznaniu (ZISPO). Robotnicy, do których dołączyły załogi innych zakładów, przeszli na ten plac, rozpoczęli masowy wiec. W szczytowych momentach na placu mogło być ok. 100 tysięcy osób.
-  W trakcie wydarzeń tego dnia m.in.: masowy strajk w całym mieście, zajęcie komitetu PZPR, więzienia (uwolniono więźniów), zdobycie kilku komisariatów milicji w mieście i okolicy, zniszczenie sprzętu stacji zagłuszającej, oblężenie siedziby Urzędu Bezpieczeństwa.
-  Dla stłumienia buntu władza przysłała gen. Stanisława Poptawskiego (Rosjanin w polskim mundurze) i ponad 10 tys. żołnierzy wojska oraz KBW, w tym ponad 150 czołgów.
-  Rebelię do późnego wieczora krwawo stłumiono z użyciem wojska, liczba ofiar śmiertelnych wyniosła 58, w tym kilku nieletnich, setki ludzi represjonowano, wielu postawiono przed sądem.
-  Jednym z bohaterów i symboli wydarzeń stał się Romek Strzałkowski (13-lat, uczeń szkoły muzycznej). Miał on przejąć polską flagę od rannej tramwajarki przed UB. Został zastrzelony, prawdopodobnie jednak w innym miejscu (przy garażach SB).
-   Następnego dnia premier J. Cyrankiewicz wygłosił przez radio z Poznania kłamiwe przemówienie. W nim. m.in. : „...najgłębszym smutkiem i bólem napętnia nas fakt, że w czasie zajść polegli bohaterscy żołnierze, milicjanci i pracownicy bezpieczeństwa ... jak również robotnicy Poznania, którzy wraz z milicją i wojskiem stawiali czoła napastnikom”. Protestujących nazwał „ciemnymi siłami prowokacji, skrytobójcami i awanturnikami”.
-   Do historii przeszły znamienne słowa Cyrankiewicza: „Każdy prowokator czy szaleniec, który odważy się podnieść rękę przeciw władzy ludowej, niech będzie pewien, że mu tę rękę władza ludowa odrąbie...”.
-  To przemówienie odebrało ostatnie złudzenia wielu ludziom, którzy w Polsce wierzyli w socjalizm.
-  Były procesy w sądach, ostatecznie wyroki łagodne: dzięki postawie poznańskich adwokatów oraz złagodzeniu kursu po październiku 1956 (ekipa W. Gomułki) sprawę „wyciszono”.
-                          Powstanie węgierskie 1956 przeciw władzy komunistycznej rozpoczęło się od demonstracji solidarności z Polakami z Poznania
-  Napis „Za Boga, wolność, prawo i chleb” przypomina żądania robotników Poznania z 1956.
-  Twórcy pomnika: Architekci Adam Graczyk i Włodzimierz Wojciechowski.
-  Wymiary monumentu: 19 i 21 metrów, materiał: stal nierdzewna.
-  W 1982 podczas stanu wojennego pod pomnik nie było wolno podejść z kwiatami (uważano to za demonstrację przeciw władzy). Miejsce było stale pilnowane: milicyjna „suka” i załoga stała z lornetkami w pobliżu. Pewien student I roku nieopatrznie umówił się z dziewczyną pod pomnikiem, przyszedł z kwiatami. Zatrzymano go, na komendzie tłumaczył się do rana. „Ona” przyszła, poczekala, poszła i ... nie uwierzyła w tłumaczenia. Zlekceważona... ostatecznie „chodziła” z innym, wyszła za niego. Żyje do dziś w Poznaniu, on za granicą. Oto jak bezpośrednio polityka wpływa na losy ludzi...
-  O wydarzeniach powstał film Filipa Bajona - "Poznań '56". Do tego dnia nawiązuje także znany utwór muzyki rap „Szacunek dla Poznańskiego Czerwca” (wykonawcy: Mezo i Oval - poznaniacy).

Trasy tematyczne, do których obiekt powinien lub może być włączony

Ryc. 6. Syllabus typu „D” - dla pojedynczej wystawy muzealnej (opr. własne)

WYSTAWA „POWSTANIE POZNAŃSKIE 1956 - OCALONA PAMIĘĆ”
(Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956)

 Wystawa jest w całości poświęcona jednemu wydarzeniu w dziejach XX-wiecznego Poznania: Buntowi robotników i mieszkańców przeciw władzy komunistycznej, który miał miejsce 28 czerwca 1956 i był pierwszym masowym wystąpieniem Polaków przeciw narzuconemu im opresyjnemu systemowi.

 Temu wydarzeniu poświęcony jest także pomnik, postawiony w historycznym miejscu protestu oraz szereg tablic pamiątkowych na terenie miasta.

 Wystawę otwarto w październiku 2007.

 Kuratorem i głównym autorem ekspozycji jest Barbara Fabiańska, współautorem scenariusza wraz z nią jest Jan Szymański, obok nich m. in. poznańscy historycy i artyści.

 W przygotowywaniu wystawy i m. in. w nagrywaniu tekstów wzięło udział kilku uczestników wydarzeń, co nadaje jej walor autentycznego świadectwa z pierwszej ręki.

 Wiodącą ideą wystawy jest pokazać wydarzenie z dnia 28 czerwca 1956 i następujące po nich wielowymiarowo: od strony sytuacji, która je wywołała, zwykłych ludzi, mieszkańców Poznania, którzy w nich uczestniczyli, przebiegu tego dnia na ulicach miasta, represji, które spadły na uczestników.

 Ekspozycję w znacznej części tworzą materiały multimedialne i stanowiska interaktywne. Można więc dotknąć niektórych eksponatów, spowodować emisję nagrania, wejść do wnętrza, usiąść w fotelu przesłuchującego lub na łóżku aresztanta - do czego zwiedzający są zachęcani.

 Zwiedzający wystawę mogą „wejść do typowego mieszkania poznańskiego okresu powojennego z oryginalnym umeblowaniem, na ulicy, gdzie rozgrywały się wydarzenia, w tramwaju, który stał się barykadą, stanąć naprzeciw oryginalnego czołgu, znaleźć się w pokoju przesłuchań, ale także w partyjnej sali konferencyjnej.

 Na wystawie zamieszczono archiwalne zdjęcia zrobione w dzień wydarzeń i często długo ukrywane, a także zebrane specjalnie dla tej ekspozycji portrety uczestników Poznańskiego Czerwca, w tym większości spośród niemal 60 poległych i niemal 750 represjonowanych.

 Zwiedzając można także posłuchać relacji świadków, a nawet oryginalnych partyjnych przemówień przedstawicieli reżimu.

 „Wrażenie było szokujące. Około setki malarzy i lakierników fabryki wagonów Cegielskiego szło w milczeniu, klekocąc drewnianymi chodakami po poznańskim bruku. Poznaniacy na wezwanie pochodu Cegielszczaków podchodzącego pod ich zakład pracy otwierali bramy, dołączali do pochodu i wzywali przed bramami kolejnych zakładów: „Chodźcie z nami” - wspomnienie Zdzisława Jaworskiego z 1981 roku.

 Jedną z najcenniejszych kolekcji eksponatów były oddane tu w depozyt rzeczy osobiste 13-letniego Romka Strzałkowskiego, najmłodszej ofiary powstania, w tym jego przestrzelona koszula. Jego matka wywozła ze sobą tę koszulę za granicę. Aby je zabezpieczyć, powierzyła je księżom marianom, prowadzącym parafię pod Londynem. Po jej likwidacji muzeum uzyskało te pamiątki w depozycie i były to one przez 4 lata. W związku z otwarciem muzeum w ... Licheniu marianie zażądali depozytu z powrotem. Wystawili rzeczy w miejscu, nie mającym nic wspólnego ani ze Strzałkowskim, ani z okolicznościami jego śmierci.

Trasy tematyczne, do których obiekt powinien lub może być włączony



2.1.4. Zasada wykorzystania sylabusu: „sztuka selekcji”

Tak wyartykułowana zasada odnosi się do przewodnika i jej zadaniem jest przypomnieć, że sztuka pokazywania miasta nie polega na wyczerpaniu tematu (w dużych i starych miastach tematu i tak niemożliwego do wyczerpania), lecz na przekazie interesującym dla danej grupy odbiorców i umiejętności przekonania ich do wejścia w dialog z dziedzictwem kulturowym miejsca, które odwiedzają. Ten dialog odbywa się na takim poziomie, na jakim oni (turyści) są do niego zdolni i w stopniu, w którym mają oni na to czas i chęć. Wartość dziedzictwa kulturowego ma przecież nie tylko swój aspekt w miarę obiektywny, mierzony skalą znaczenia wydarzeń historycznych, unikatowością dzieł i rozwiązań, czy ilością i formalnymi

klasyfikacjami nagromadzonych materialnych walorów. Ma ona także aspekt subiektywny, wyrażający się zarówno w nośności poszczególnych przekazów i symboli, ale i aktualnej popularności idei, tematów i postaci, i wreszcie - i to w stopniu decydującym - w momentalnym zainteresowaniu i w możliwościach percepcyjnych samych odbiorców, którzy ostatecznie słuchając i zapamiętując faktycznie określają to, co jest dla nich „wartościowe”, ciekawe i godne zapamiętania w odwiedzanym miejscu.

Warunkiem powodzenia klasycznego zwiedzania jest przestrzeganie kilku podstawowych zasad, które powinno wpajać kształcenie metodyczne przewodników. Pierwszą z nich jest najpierw szybkie rozpoznanie i zdefiniowanie na swój użytek charakteru, profilu i oczekiwań grupy (jeśli nie wynika ono już z samego zlecenia, można zrealizować za pomocą krótkiej wstępnej rozmowy prezentacyjnej). Druga polega na trzymaniu się możliwie jak najdalej od formy klasycznego, wyczerpującego - temat i słuchaczy - wykładu (poza grupami, które z uwagi na swój profil właśnie wykładu oczekują). Trzecia obejmuje dostosowywanie języka i skali trudności przekazu do wieku i intelektualnego wyrobienia odbiorców. Czwarta i być może najważniejsza w danej chwili - to błyskawiczny i trafny dobór zwiedzanych obiektów oraz dostosowanie treści przekazu nie tylko do czasu, którym dysponuje grupa, ale i do jej potencjalnych zainteresowań. Ponadto wśród wykładowców i instruktorów prowadzonego od 7 lat szkolenia dla przewodników miejskich, wykorzystującego sylabusy panuje zgodna opinia, że warto dużo pracować z anegdotą, nie należy bać się porównań, natomiast w miarę możliwości należy korzystać - choćby w niewielkim zakresie czasowym - z własnych lub udostępnionych np. na trasach zwiedzania czy w muzeach narzędzi audiowizualnych tam wszędzie, gdzie mogą one wzbogacić przekaz i rozszerzyć skalę percepcji gościa.

W praktyce poznańskiego szkolenia przewodników miejskich KulTour.pl zajęcia z sylabusem mają już swoje stałe miejsce w ramach metodyki przewodnictwa. Ten element szkolenia nosi nazwę „budowa informacji przewodnickiej”. Nie przekazuje się przy tym przewodnikom wszystkich opracowanych przez KulTour.pl poznańskich sylabusów (a jest ich około 100). Niektóre wybrane z nich, odnoszące się do różnych typów obiektów są natomiast prezentowane, dokładnie analizowane są zawarte w nich treści oraz rodzaje i hierarchia informacji, szczegółowo omawia się zasadę ich tworzenia i użycia. Następnie wybrane sylabusy zostają uczestnikom szkolenia udostępnione jako wzorce. Na ich podstawie w formie warsztatu grupowo dokonuje się zestawienia informacji w formie sylabusu dla wybranych innych miejsc lub obiektów. Podczas wyjść szkoleniowych pokazuje się tryb pracy z grupą turystyczną z użyciem sylabusów. Na koniec zaleca się przewodnikom stworzenie własnych sylabusów na podstawie wiedzy uzyskanej na kursie i podanej literatury fachowej oraz zgodnie z zasadami metodycznymi dotyczącymi oprowadzania. Te mogą oni następnie stosować w swojej praktyce przewodnickiej, zważając zwłaszcza na dobór obiektów i dostosowywanie treści informacji do konkretnej grupy zwiedzających.

Podczas szkolenia z wykorzystaniem sylabusów sugerujemy wybiórcze użycie tego czy właśnie innego zestawu informacji w zależności od sytuacji. Inne narzędzia stosowane podczas szkolenia to m. in. mapa anegdot miejskich, na której zamieszczamy propozycje miejsc, do których dana historia najlepiej pasuje, albo gdzie zgodnie z naszym doświadczeniem wywoła ona największy oddźwięk. Dla celów szkolenia (realizowanego z szerokim użyciem multimediiów) opracowana jest także miejska mapa pomników i tablic pamiątkowych, ułatwiająca dobór pojedynczych elementów do zwiedzania tematycznego. Sylabus wpisuje się w ten projekt „elastycznego przygotowania”. Dzięki niemu przewodnik (który ostatecznie sam

zdecyduje, co, jak i kiedy przekazać zwiedzającym), posiada jednak pewien sprawdzony wzorzec jako wyjściową propozycję.

Doświadczenia instruktorów i zwłaszcza młodych przewodników wykazały, że sylabusy sprawdzają się znakomicie nie tylko jako pomoc dydaktyczna, wdrażająca dyscyplinę przekazu i jednocześnie ucząca każdorazowej selekcji materiału. Przydatne są one także w ciągu pierwszych lat ich samodzielnej pracy. Podczas przeprowadzonych ewaluacji wśród absolwentów szkoleń przewodnickich sylabusy zostały uznane za nieocenioną pomoc szczególnie w warunkach prowadzenia grup specjalistycznych (np. zawodowych), w konfrontacji z nietypowymi grupami, w pierwszych kontaktach z grupami turystów zagranicznych, w sytuacjach artykułowanego ze strony zleceńodawców wymagania stworzenia „ad hoc” tras tematycznych, a także przy oprowadzaniu grup zmęczonych podróżą, czy z różnych innych przyczyn wykazujących słabą motywację do zwiedzania, stanowiącego punkt programu wycieczki.

2.2. Tematyczna trasa miejska. Studium przypadku i koncepcja materializacji produktu

Jak już wspomniano (1.4) w szeregu miast funkcjonują rozmaite typy tras miejskich, które z punktu widzenia zakresu tematycznego można sklasyfikować jako ogólnohistoryczne, monotematyczne i multitematyczne, z kolei w odniesieniu do poziomu organizacji - jako materialne, realne i wirtualne. Poznańska oferta tras tematycznych została w skrócie zaprezentowana w innym opracowaniu tego zbioru¹⁰. W niniejszej części zostanie opisana jedna z oferowanych w Poznaniu wirtualnych tras miejskich, po czym wskazane będą możliwości podniesienia jej poziomu organizacji przez integrację z innymi ofertami turystycznymi oraz wynikające z tego potencjalne korzyści dla turystów i goszczącego ich miasta. Przykład wybranej trasy może być traktowany jako wzorzec dla ewentualnych prac koncepcyjnych i wynikających z nich konkretnych działań, które mogłyby zostać podjęte w stosunku do dowolnej innej w celu utworzenia stałego, spełniającego nowoczesne standardy i atrakcyjnego dla potencjalnych adresatów produktu w zakresie tematycznego zwiedzania miasta. Z uwzględnieniem różnic tematyki i miejsc, różnorodności zasobów oraz możliwości organizacyjnych można go także zastosować jako pewną ogólną agendę wyjściową w dowolnym innym mieście.

2.2.1. Trasa tematyczna "Święty Poznań" - opis oferty

Pełna nazwa: *Trasa „Święty Poznań”* - wyznania religijne w Poznaniu i miejsca kultu religijnego przez 1000 lat dziejów miasta

Typ trasy: Trasa monotematyczna, wirtualna,

Przebieg trasy:

1. **Komandoria** (Kościół Św. Jana Jerozolimskiego) - eksponowane wątki: obecności zakonów rycerskich w Polsce; charytatywnej działalności zakonów średniowiecznych; najstarszego ceglanoego kościoła w Polsce, poznańskiego zwyczaju wielkanocnego „Emaus”,
2. **Archikatedra poznańska** - eksponowane wątki: pierwszej siedziby biskupiej w Polsce; kolejnych historycznych form budowlanych katedry; najstarszej polskiej relikwii (miecz św. Piotra); legendy i dziejów cudownego krzyża z kaplicy Górków; artystycznego panteonu polskich świętych w Złotej Kaplicy; losów pomnika Serca Jezusowego w Poznaniu; nekropolii

¹⁰ Por. Piasta M., *Wybrane działania...* rozdz. 2.8.

pierwszych chrześcijańskich władców Polski oraz szeregu wybitnych prymasów (w podziemiach katedry),

3. Kościół Wszystkich Świętych na. ul. Grobla - eksponowany wątek: dzieje poznańskiej wspólnoty luterańskiej, podstawy doktryny luterańskiej i zasady kultu,

4. Fara i byłe kolegium jezuickie - działalność i zasługi jezuitów poznańskich, m.in. J. Wujka, K. Drużbickiego, J. Rogalińskiego; szkolnictwo jezuickie w Poznaniu i w Polsce; poznański teatr jezuicki; sakralna architektura i sztuka baroku,

5. Pałac Górków (z zewnątrz) - dzieje Reformacji w Poznaniu na przykładzie rodu Górków; działalność zakonów żeńskich w Poznaniu na przykładzie benedyktynek,

6. Kościół Najśw. Krwi P. Jezusa przy ul. Żydowskiej - eksponowane wątki: legenda cudownych hostii; wątek średniowiecznego antyjudyzmu; geneza poznańskiego sanktuarium eucharystycznego,

7. Dawna Nowa Synagoga, ul. Stawna - wątki: dzieje żydowskiej gminy poznańskiej; postać i dzieło żydowskiego teologa Akity Egera, rabbi Maharal i legenda Golema (opcjonalnie możliwe także krótkie spotkanie w siedzibie wspólnoty żydowskiej na ul. Szewskiej);

8. Kościół franciszkanów na Wzgórzu Przemysła - wątek legendy o powstaniu Wzgórza, związanej z początkami chrześcijaństwa w Polsce; dzieje najbardziej znanego sanktuarium maryjnego w Poznaniu i tradycyjne formy kultu MB Poznańskiej w Cudy Wielmożnej,

9. Opcjonalnie (jeśli do dyspozycji jest autokar):

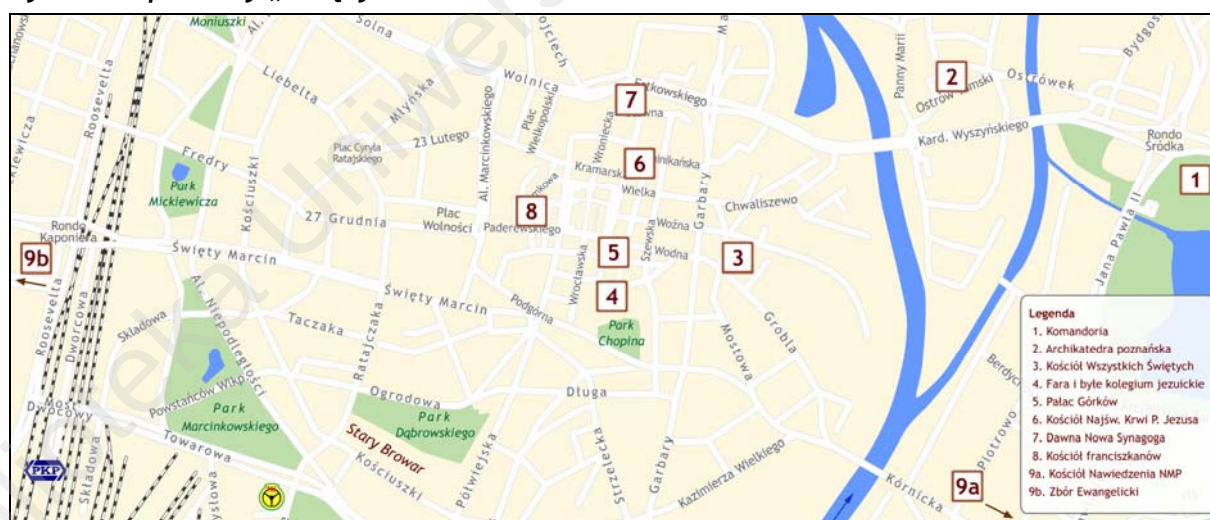
Opcja 1: dla grup zainteresowanych architekturą sakralną:

9a. Kościół Nawiedzenia NMP na os. Bohaterów II Wojny Światowej - przykład nowoczesnej architektury

Opcja 2: dla grup zainteresowanych życiem innych wyznań w Polsce:

9b. Zbór Ewangelicki przy ul. Grunwaldzkiej - przy zainteresowaniu ze strony grupy możliwość spotkania z przedstawicielem tej wspólnoty.

Ryc. 7. Mapa trasy „Święty Poznań”



Opr. własne, wyk: O. Artyshuk, KulTour.pl 2011

Aktualne formy wykorzystania: Biuro KulTour.pl, które opracowało trasę jako propozycję tematycznego spaceru miejskiego z przewodnikiem, utrzymuje ją w swojej stałej ofercie pieszego zwiedzania miasta. Jest ona zamieszczona na portalu internetowym firmy. Grupom zgłaszającym się i wybierającym tę trasę oferuje się usługi przewodnika. W cenie zwiedzania

znajduje się ponadto opłata za wejście do Archikatedry. Przewodnik realizuje zwiedzanie wzdłuż przebiegu trasy i koncentruje przekaz informacji na wątkach tematycznych, w tym *historycznych* (geneza i losy najważniejszych obiektów sakralnych, ich znaczenie, okoliczności powstania miejsc świętych, ich legendy fundacyjne), *religioznawczych* (inne grupy wyznaniowe i podstawy ich doktryny religijnej oraz okoliczności pojawienia się tych grup w Poznaniu), *biograficznych* (wybitne postacie życia religijnego), *kultycznych* (funkcjonowanie miejsc świętych w historii i obecnie, specyficzne formy kultu) oraz *artystycznych* (architektura i sztuka). Zwiedzanie trasy trwa od 3,5 do 4,5 godzin, w zależności od zamówienia i typu grupy.

Skala wykorzystania: Trasa funkcjonuje w ofercie biura od roku 2006. Jest zamawiana od 3 do 5 razy w roku przez grupy i 1-2 razy w roku przez turystów indywidualnych. Większa część odbiorców to grupy osób dorosłych, uczestnicy wycieczek organizowanych przez polskie parafie. Zdarzają się także zamówienia od grup szkolnych (z terenu Poznania lub okolic, organizowanych przez nauczycieli religii, w tym także w ramach rekolekcji szkolnych). W ostatnim roku (2010) ze zwiedzania skorzystała po raz pierwszy grupa uczestników Misterium Męki Pańskiej, organizowanego na poznańskiej Cytadeli, pochodząca spoza Wielkopolski.

Atrakcyjność turystyczna: Trasa przebiega w stosunkowo niewielkiej przestrzeni, co umożliwia jej zwiedzanie bez większego wysiłku. W większości zwiedzane obiekty są dobrze zachowane. Dostęp do wnętrza części obiektów jest utrudniony.

2.2.2. Analiza poziomu organizacji oferty trasy

Analiza zostanie dokonana zgodnie z zaproponowanym przez autora zespołem kryteriów oceny potencjału turystyczno-kulturowego szlaków tematycznych i standardu tras tematycznych [Mikos v. Rohrscheidt 2008b, s. 23-25; 2009a, s. 107-108]. Dla ustalenia podstawowego standardu trasy jako oferty turystycznej zostaną zastosowane cztery wskazane tam kryteria: tematyzacji trasy, jej oznaczenia *in situ*, faktycznej dostępności obiektów oraz koordynacji trasy. Następnie zostaną zestawione ewentualne inne atuty i słabości trasy w jej aktualnej postaci.

Tematyzacja trasy. Z Poznaniem związane są nie tylko początki chrześcijaństwa w Polsce (pierwsza chrześcijańska świątynia i pierwsza siedziba biskupia), ale także dzieje średniowiecznych rycerskich zakonów - joannici wzniesli tu pierwszy ceglany kościół w Polsce, a potem przez setki lat prowadzili hospicjum. W XV i XVI wieku rozwijał się tu szczególny kult Eucharystii (z ośrodkiem przy kościele Bożego Ciała), a Poznań był miejscem pielgrzymek o randze porównywalnej z dzisiejszą Częstochową. W mieście przez wieki istniał także szereg innych otaczanych czcią miejsc świętych, w tym z żywym kultem maryjnym - niektóre z nich do dziś funkcjonują jako lokalne, a nawet regionalne sanktuaria. W okresie Reformacji polscy protestanci mieli w Poznaniu silne oparcie i odbywali nawet swoje ogólnokrajowe synody (Pałac Górków), potem zaś w XVIII wieku wybudowali drugi po Warszawie stały kościół w Rzeczypospolitej. Od trzeciej ćwierci XVI wieku w Poznaniu istniała także największa w Polsce kościelna szkoła (kolegium jezuickie). W XVIII wieku dwie gałęzie jednego zakonu - bernardyny i franciszkanie, utworzyły tu dwa znaczące centra kultu maryjnego. Z kolei liczna poznańska wspólnota żydowska padła w tym mieście w późnym średniowieczu ofiarą typowych wówczas uprzedzeń antyjudajskich. Natomiast na początku XX wieku poznańscy Żydzi wzniesli jedną z najpiękniejszych synagog w Europie. Wreszcie pod koniec XX wieku powstało wiele ciekawych architektonicznie nowych świątyń, z których przynajmniej dwie godne są pokazania gościom z kraju i spoza Polski. Wszystkie te fakty posiadają swoją bogatą literaturę

fachową i popularyzatorską, poszczególne obiekty (poza najnowszymi budowlami sakralnymi) doczekały się swoich naukowych monografii). Nie ma więc wątpliwości w kwestii kulturowego autentyzmu prezentowanych na trasie obiektów i wątków tematycznych.

Faktyczna dostępność obiektów trasy. Tylko część obiektów jest dostępna na co dzień bez utrudnień dla zwiedzania. Stopień dostępności określają znaki umieszczone poniżej przy nazwach obiektów: (+) oznacza pełną dostępność, (-) brak dostępności lub dostępność niepewną, natomiast (?) dostępność ograniczoną. I tak: Kościół Św. Jana na Komandorii (-) oglądany jest tylko z zewnątrz, Archikatedra (?) jest otwarta na co dzień, jednak zdarzają się niezapowiedziane celebry, uniemożliwiające zwiedzanie lub odgradzanie części przestrzeni zwiedzanej (w tym cennej kaplicy Górków) podczas prywatnych nabożeństw grupy wiernych poza godzinami stałych liturgii. Dostępność kościoła Wszystkich Świętych (-) jest zależna od obecności administratora obiektu na miejscu, Fara i teren dawnego kolegium (+) są dostępne bez ograniczeń w podanych godzinach otwarcia, Pałac Górków (+) jest otwarty w godzinach funkcjonowania mieszczącego się w nim muzeum. Kościół na ul. Żydowskiej (?) można generalnie oglądać tylko z zewnątrz (tzw. "dostępność przez kratę" - w tym wypadku wystarczająca), dawna Synagoga Nowa (-) w której funkcjonuje pływalnia, jest generalnie niedostępna, kościół franciszkanów (+) można zwiedzać bez ograniczeń. Natomiast dostępność obydwu obiektów wskazanych opcjonalnie: 9a (-) oraz 9b (-) jest uzależniona od wcześniejszego kontaktu z duszpasterzami i ich obecności na miejscu. Generalnie taki stan należy uznać za niewystarczający dla określenia poziomu organizacji trasy jako typowego dla produktu materialnego.

Oznaczenie trasy i obiektów *in situ*. Trasa nie jest w żaden sposób oznaczona ani w terenie, ani w formie elektronicznej (np. w systemie GPS). Brak także oznaczeń trasy przy samych obiektach. Trasa stanowi zatem tylko powtarzalną ofertę biura podróży, realizowaną na zamówienie przez zatrudnionych przez nie przewodników. Tym samym wykazuje ona typowe cechy lokalnego szlaku wirtualnego [por. Mikos v. Rohrscheidt 2008a, s.309nn]. Natomiast przebieg trasy jest oznaczony w jednej z publikacji KulTour.pl (*Historyczny Poznań, 2006*).

Zakres koordynacji. Jedynym koordynatorem trasy (jako oferty zwiedzania) jest biuro touroperatora (KulTour.pl) dostępne codziennie telefonicznie i w komunikacji elektronicznej w godzinach pracy. Biuro udziela także informacji na temat obiektów trasy, możliwości jej zwiedzania, oferuje usługi przewodnickie na tej trasie, pośredniczy w nabyciu biletów wstępu (do katedry), zapewnia organizację opcjonalnie zamawianych spotkań lub otwarcie obiektów dla zwiedzania na specjalne zamówienie grupy. Tym samym biuro spełnia funkcje koordynatora w więcej niż minimalnym zakresie.

Pozostałe wnioski z przeglądu oferty. W ramach zwiedzania trasy nie ma możliwości uczestnictwa w żadnym tematycznym mikroevencie (np. pokazie, inscenizacji, projekcji filmu). Brak dodatkowych ofert edukacyjnych zbieżnych z tematyką trasy (w postaci np. warsztatu edukacyjnego, lekcji lub prelekcji), nie istnieje oferta zwiedzania fabularyzowanego trasy. Nie ma też w trakcie zwiedzania możliwości zapoznania się z wystawami tematycznymi któregoś z poznańskich muzeów, ani jakiegokolwiek innej wystawy zbieżnej z tematem trasy, chociaż jedno z nich (Muzeum Archidiecezjalne) z pewnością rozporządza potencjałem umożliwiającym zorganizowanie takiej wystawy. Nie istnieje także żaden tematyczny miejski pakiet pobytowy,

zbieżny z profilem trasy lub zawierający jej zwiedzanie jako opcję, trasa nie jest zintegrowana w ofertę żadnego szlaku kulturowego ani w program któregoś z poznańskich eventów kulturalnych.

2.2.3. Koncepcja modyfikacji trasy

Przy opracowywaniu koncepcji zastosowana została zasada, by w pierwszej kolejności wykorzystać zasoby już istniejące, uzupełniając je tylko o nowe formy organizacji, a w następnej stworzyć nowe oferty, nie wymagające znacznie większych środków oraz działań bardziej złożonych i wymagających formalnych pozwoleń albo przetargów oraz wykorzystywania środków publicznych. Przyjęcie takiego założenia i następująca potem analiza możliwości dokonania rozbudowy oferty trasy wykazały, że ta ostatnia możliwa jest w dwóch istotnie różniących się wariantach, które oznaczono jako *minimalny* oraz *optymalny*. W zależności od potrzeb, aktualnego rozpoznania i ewentualnych przyszłych zmian potencjału popytowego oraz od woli partnerów i stojących do dyspozycji środków możliwe byłoby także potraktowanie wariantów jako dwóch kolejnych etapów. W takim przypadku po realizacji pierwszego jako podstawowego możliwa byłaby kontynuacja rozbudowy przez wdrożenie realizacji wariantu drugiego lub przynajmniej części działań przewidzianych w jego ramach.

Wariant pierwszy, wykonywany przy wykorzystaniu zasobów istniejących z użyciem tylko minimalnych nakładów miałby na celu 1) osiągnięcie standardu trasy materialnej i 2) pewne minimum urozmaicenia oferty, 3) powiązanie jej z kilkoma innymi produktami lub pojedynczymi usługami turystycznymi oraz 4) zwiększenie ilości kanałów dystrybucji informacji o nim. Rozbudowa według tej koncepcji mogłaby zostać przeprowadzona siłami aktualnego lub innego koordynatora trasy we współpracy z administratorami obiektów oraz z oferentami ewentualnych usług na zamówienie.

Natomiast wariant drugi, zakładający większe koszty przygotowania stałej oferty, mógłby być realizowany przy współudziale głównego operatora turystyki miejskiej (w Poznaniu jest nim Centrum Turystyki Kulturowej Trakt Królewsko-Cesarski) z zaangażowaniem środków publicznych. Przeprowadzenie takiej szerzej zakrojonej operacji, poza wymienionymi efektami wdrożenia wariantu 1, przyniosłoby w efekcie dodatkowo utworzenie dojrzałego produktu miejskiej turystyki tematycznej: 1) obejmującego szereg rozmaitych ofert mikroeventów: stałych, regularnych i na zamówienie, 2) bogatszą paletę zorganizowanych form zwiedzania, 3) szereg ekspozycji tematycznych 4) zintegrowanego z ofertami pobytu w mieście z okazji szeregu eventów i wreszcie 5) promowanego i dystrybuowanego z wykorzystaniem licznych kanałów informacji.

2.2.3.1. Wariant minimalny:

Realizowana w tym zakresie modyfikacja trasy mogłaby się rozpocząć od listu intencyjnego koordynatora skierowanego do wszystkich potencjalnych partnerów, a następnie oprzeć na szeregu porozumień w konkretnych kwestiach (np. otwierania obiektu) pomiędzy koordynatorem a pozostałymi partnerami, wypracowanych w wyniku dwustronnych konsultacji oraz „uruchamianych” każdorazowo przy realizacji zwiedzania grupowego, realizowanego przez koordynatora. Część porozumień, dotycząca udostępniania obiektów, mogłaby obowiązywać także poza zwiedzaniem grupowym, i tym samym umożliwić zwiedzanie tematyczne również indywidualnym turystom.

Częściowa materializacja trasy

W wariantcie minimalnym nadal nie powstałyby trwałe **oznaczenia** w przestrzeni fizycznej miasta (drogowskazy na miejskich ciągach pieszych i tablice informacyjne lub emblematy na/przy obiektach), ponieważ wymagają one nie tylko znaczniejszych środków, ale i szeregu skomplikowanych zabiegów o wydanie pozwoleń. Natomiast w ramach wyznaczania trasy na portalu internetowym koordynatora powinny pojawić się jej dokładne mapki trasy z krótkim opisem obiektów, które w ramach współpracy lub wspierania turystyki miejskiej mogłyby być powiązane linkami z portalem turystycznym miasta, portalami instytucji i organizacji zajmujących się promocją turystyki w Poznaniu i Wielkopolsce, a także na stronach internetowych obiektów stanowiących kolejne elementy trasy. W ramach współpracy koordynatora z instytucjami miejskimi ulotki z ofertą trasy mogą także pojawić się (wraz z mapkami) w ośrodkach i punktach informacji turystycznej lub zostać opublikowane w ramach aktualizacji map i tras udostępnianych turystom za darmo. Aktualne możliwości techniczne czynią możliwym także wykorzystanie opcji ściągnięcia mapki oraz opisów obiektów z portalu koordynatora na telefon komórkowy indywidualnego turysty za niewielką opłatą ze strony tego ostatniego.

Wprowadzenie lepszego standardu **udostępnienia** dla zwiedzania obiektów na co dzień zamkniętych może dokonać się na podstawie porozumienia o zasadach ich otwarcia dla grup zwiedzających (regulującego także kwestie ewentualnej odpłatności), ze wskazaniem stale dostępnego numeru tzw. „telefonu otwarcia”, który może wykorzystać przewodnik zmierzający z turystami do obiektu. Administrator gwarantowałby otwarcie obiektu w określonym czasie (np. w przeciągu 10 minut od telefonicznej prośby), koordynator trasy natomiast uregulowanie ewentualnej opłaty.

Rozszerzony może zostać zakres **koordynacji** trasy. Koordynator mógłby podjąć stałą współpracę z którymś z korzystnie położonych obiektów na trasie, aby zapewnić turystom także fizyczny dostęp do swoich usług. Przykładowo w punkcie obsługi turystycznej w muzeum lub w „Cafe Misja”, lokalu funkcjonującym przy kolegium jezuickim (już teraz prowadzącym sprzedaż literatury turystycznej oraz pośredniczącym w zamawianiu przewodników po farze) koordynator trasy mógłby pozostawiać materiały dotyczące trasy, wizytówki kontaktowe, porozumieć się w sprawie zamawiania przewodnika po trasie. Innym takim punktem mogłaby być jedna z otwieranych właśnie kawiarenek na Śródce, leżącej w początkowej części trasy albo budowane Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego, zlokalizowane między Komandorią a Archikatedrą.

Wprowadzenie usług dodatkowych

W gestii samego koordynatora lub innego oferenta usług przewodnickich leży uruchomienie oferty tematycznego **zwiedzania fabularyzowanego** w wersji podstawowej. W ramach takiego zwiedzania, realizowanego na zamówienie grupowe, przewodnik przebrany za jedną z wybitnych postaci życia religijnego z dziejów Poznania - na przykład biskupa Jordana - przeprowadziłby gości przez kolejne epoki tej historii opowiadając (w 1. osobie) o początkach chrześcijaństwa w Poznaniu i prezentując legendę relikwii miecza Św. Piotra, a następnie wyjaśniając (jako „ekspert”) kwestie związane z innymi wyznaniem, ich doktryną i kultem. Scenariusz takiego zwiedzania, w tym większość tekstu przekazu przewodnickiego, należałoby opracować z dbałością o szczegóły historyczne, a przewodnika zaopatrzyć w szereg rekwizytów np. nominacyjny dokument papieski, mapkę pierwszych obiektów religijnych w Polsce, model pierwszej katedry lub jego ilustrację, może także kopię miecza lub inne.

Do dyspozycji grup zorganizowanych mogłaby być postawiona możliwość poszerzenia zwiedzania o **zamówienie oferty edukacyjnej** zbieżnej z tematyką trasy (na przykład jednej w formie interaktywnego warsztatu i jednej w formie klasycznej lekcji muzealnej). W tym celu do trasy należałoby **włączyć Muzeum Archidiecezjalne** jako placówkę, która byłaby naturalnym miejscem realizacji takiego modułu i posiada odpowiednie do tego pomieszczenia oraz personel. Oprócz zwiedzania wybranych wystaw (np. naczyń liturgicznych) może ono zaproponować np. lekcje albo warsztaty o początkach chrześcijaństwa na polskiej ziemi. Inny ciekawy warsztat (np. o zwyczajach lub świętach żydowskich) mógłby się odbywać w siedzibie gminy żydowskiej i być realizowany przez jej pracowników albo samego przewodnika, z wykorzystaniem pomieszczeń tej instytucji. Dla grup osób dorosłych o profilu turystyki religijnej lub realizujących programy edukacyjne mogłaby w Muzeum Archidiecezjalnym zostać przygotowana prelekcja na temat chrystianizacji Polski: procesów, postaci i problemów z nią związanych.

Te same instytucje mogłyby również stać się miejscem (a może także gestorami) skromnego **mikroeventu** na zamówienie w postaci pokazu lub inscenizacji związanej z tematyką trasy, np. udzielenia przez księcia zgody na zamieszkanie Żydów w Poznaniu, fundacji jednego z obiektów religijnych trasy (klasztoru franciszkanów, zespołu jezuickiego). Scenariusz takiej sceny mógłby opracować koordynator trasy w konsultacji z fachowcami z dziedziny religii lub historii a jej realizację można by powierzyć personelowi muzeum albo przewodnikowi z pomocą dodatkowego dochodzącego na ten moment przewodnika. Taki mikroevent na dodatkowe zamówienie mógłby zastąpić element fabularyzacji zwiedzania albo stać się jego kulminacją (realizator zwiedzania wchodziłby w interakcję z inną osobą w ramach inscenizacji). Oferta tego rodzaju byłaby skierowana przede wszystkim do grup szkolnych.

Zwiedzanie trasy można włączyć jako element opcjonalny w program pobytu w Poznaniu uczestników niektórych **eventów** o tematyce religijnej. Przykładowo ta oferta zwiedzania mogłaby być na stałe umieszczona na portalu internetowym poznańskiego Misterium Męki Pańskiej, co rok odbywającego się na Cytadeli [Misterium 2011] albo któregoś z ważniejszych świąt religijnych np. dnia Wszystkich Świętych lub uroczystości Św. Piotra i Pawła. W ten ostatni dzień, ze względu na pierwotnego patrona katedry, św. Piotra wspomniane są w Kościele Poznańskim jego początki (patroni katedry są zresztą patronami miasta). Grupy turystów religijnych, w tym parafialne, a także zainteresowani z samego Poznania mogliby wtedy właśnie wyruszać na trasę innego, tematycznego zwiedzania miasta. Trasę mogłyby także regularnie wykorzystywać grupy z parafii poznańskich w ramach urozmaicenia obchodów swoich parafialnych odpustów (np. związane z trasą parafia św. Jana na Komandorii, farna parafia Św. Marii Magdaleny, grupy czynne przy franciszkańskim kościele św. Antoniego na Wzgórzu Przemysła i inne).

Gra miejska może przyczynić się do wzrostu atrakcyjności trasy dla indywidualnych turystów, preferujących indywidualne zwiedzanie miast lub niechętnie uczestniczących w zwiedzaniach prowadzonych. W minimalnym wariantcie rozbudowy oferty - ze względu na koszty - możliwa jest realizacja tylko uproszczonej wersji gry. Mogłaby ona być oparta na indywidualnej karcie gry, pobieranej przez uczestnika na przykład przy pierwszym obiekcie i zdawanej przy ostatnim albo nawet weryfikowanej tylko na podstawie przesłania hasła. Tym samym byłaby ona dostępna w każdym czasie i dla każdego jako opcja samodzielnego zwiedzania trasy. Zlecenie opracowania takiej gry miejskiej i publikacja kart gry to jednorazowy wydatek ze strony gestora trasy, prócz tego dla jej funkcjonowania wystarczy opracować system symbolicznych

nagród (np. wydawnictw promujących turystykę w mieście). Grę może obsługiwać albo jeden z obiektów trasy albo koordynator trasy przy czym dodatkową motywacją dla tego ostatniego do obsługi gry byłaby możliwość pobierania materiałów do gry z jego portalu internetowego za niewielką odpłatnością.

Informacja o trasie, jej przebiegu i ofercie jej zwiedzania z jej różnorodnymi opcjami i kontaktowym adresem dla zamawiania tych usług, niezależnie od jej zamieszczenia na portalu organizatora zwiedzania (koordynatora trasy) powinna ukazać się w przynajmniej kilku różnych miejscach Internetu, trafiając tym samym do różnych grup potencjalnych adresatów. Na pewno powinny ją zamieścić (zlinkować) strony internetowe samych obiektów leżących na trasie, co może przynieść efekt multiplikacji zarówno dla samej oferty, jak i dla popularności tychże obiektów. Dystrybucję informacji o niej i promocję jej oferty w regularnie przez siebie wydawanych materiałach i podejmowanych przedsięwzięciach (np. udział w targach turystycznych) gestor trasy (miejski operator turystyki kulturowej) powinien traktować jako swoje najważniejsze stałe zobowiązanie wobec niej. Z kolei koordynator trasy może zabiegać o dofinansowanie publikacji i dystrybucji materiałów informacyjnych o niej oraz o włączanie swoich materiałów do przedsięwzięć promujących miasto np. w większych, zbiorczych wydawnictwach (turystyczne informatory miejskie, przewodniki turystyczne) oraz na targach turystycznych.

2.2.3.2. Wariant optymalny

W ramach realizacji tej ambitniejszej koncepcji rozwinięcia trasy, prócz wskazanych wyżej należy wymienić: oznaczenie fizyczne trasy, wprowadzenie ekspozycji tematycznych, integrację trasy w złożone produkty turystyczne oraz nasycenie trasy szeregiem dodatkowych ofert, w tym przede wszystkim mikroeventami regularnymi, publikacje przewodnika turystycznego po trasie, wreszcie wprowadzenie usługi rozbudowanego zwiedzania fabularyzowanego i opcji zwiedzania alternatywnego w postaci tematycznej gry miejskiej. Taki zakres działań przekracza skalę możliwości prywatnego organizatora czy koordynatora trasy i wymaga wykorzystania środków publicznych. Dlatego przy ich podjęciu konieczna byłaby daleko idąca modyfikacja organizacji trasy oraz rozszerzenie współpracy w ramach produktu, w tym zawarcie formalnego porozumienia szeregu podmiotów. Z tego powodu na początku rozważań dotyczących realizacji wariantu optymalnego wypada wskazać potencjalnych partnerów takiego porozumienia i jego główne warunki. Z uwagi na swoje instytucjonalne usytuowanie jako główny operator turystyki kulturowej w mieście, wypływające z niego możliwości ingerencji w przestrzeń turystyczną miasta oraz stojące do jego dyspozycji regularne środki pieniężne, głównym partnerem publicznym ważniejszych produktów turystycznych i strategicznym inwestorem oraz podmiotem monitorującym ich funkcjonowanie powinno być Centrum Turystyki Kulturowej „Trakt”. Ono to, po ewentualnym przyjęciu koncepcji dalszej rozbudowy analizowanej trasy tematycznej (lub innych tras) powinno poszukać odpowiedniego partnera, który miałby pełnić funkcje koordynatora tej trasy. Może nim być instytucja (jak jedno z muzeów), organizacja (jak gmina żydowska) lub podmiot prywatny (lokalny touroperator). W kontekście funkcjonowania trasy jako produktu turystycznego wydaje się jednak, dobrze by było, gdyby posiadał on jakieś doświadczenie w zakresie organizowania turystyki w mieście, potwierdzone faktycznymi funkcjonującymi usługami (jak przewodnictwo, pakiety pobytowe, organizacja imprez turystycznych) lub/i zrealizowanymi programami zwiedzania, najlepiej tematycznego. Taki partner może zostać

wyłoniony na podstawie przetargu (co zapewne będzie konieczne w sytuacji wykorzystania środków miejskich) lub innej formy konkursu. Z koordynatorem powinna zostać zawarta formalna umowa, wyszczególniająca zakres zadań jednorazowych związanych z organizacją trasy materialnej oraz termin ich wykonania, wielkość ewentualnego wynagrodzenia lub jednorazowego dofinansowania oraz ewentualne inne zobowiązania ze strony gestora turystyki (CTK „Trakt”).

Na wstępnym etapie organizacji koordynator powinien doprowadzić do porozumienia w kwestii udostępnienia obiektów dla zwiedzania, przejąć bieżące kierowanie trasą w postaci przyjmowania zleceń na wycieczki, wprowadzić rozbudowaną ofertę przewodnicką, w tym zwiedzanie fabularyzowane, uczestniczyć w przygotowaniu i wprowadzeniu oferty edukacyjnej, zapewnić stałe i dostępne przyjmowania zamówień za pomocą zwykłych środków komunikacji (telefon, poczta elektroniczna, fax) oraz przedstawić zaakceptowany przez partnerów właściwy model współpracy i koordynacji w wykonywaniu bardziej złożonych zamówień, wreszcie przygotować i zamieścić w sieci informacje dotyczące nowej oferty. Na realizację niektórych z tych zadań (na przykład przygotowanie zwiedzania fabularyzowanego i wykonanie strojów i rekwizytów, opracowanie scenariuszy tego zwiedzania oraz scenariuszy warsztatów edukacyjnych i ewentualnych mikroeventów) może otrzymać środki finansowe.

Równocześnie gestor trasy (CKT „Trakt”) powinien przeprowadzić jej oznaczenie w terenie i w systemach elektronicznych (GPS) oraz przygotować publikację przewodników, mapek i innych materiałów edukacyjnych. W miarę posiadanych środków powinien zrealizować lub wspomóc realizację jednej lub kilku nowocześnie zorganizowanych ekspozycji, odpowiadających tematyce trasy lub poszczególnych eksploatowanych przez nią wątków tematycznych podjętą przez muzeum (muzea) lub inną (inne) instytucje w obiektach trasy (np. w kolegium jezuickim, w siedzibie gminy żydowskiej). Powinien także zadbać o wykreowanie jednego lub więcej mikroeventu, np. realizacji filmu dokumentalnego, przygotowania powtarzalnej inscenizacji lub pokazu na zamówienie itd. Od tej pory powinien także wpisać trasę i jej ofertę do swojej stałej agendy działań w zakresie informacji i promocji turystyki na terenie miasta i uwzględniać ją przy przygotowywaniu takich materiałów, przy prezentacji miasta na targach turystycznych, w publikacjach takich jak informatory, mapki, programy turystyczne itd.

Dalsza eksploatacja trasy jako oferty zwiedzania leży w gestii koordynatora. Ten powinien skupić się na bieżącej koordynacji działania trasy: świadczeniu usług przewodnickich, aktualizacji ofert zwiedzania, monitoringu usług w poszczególnych obiektach i ewentualnej dystrybucji informacji, a także na koordynowaniu realizacji bardziej złożonych zamówień. Powinien także zadbać o integrację oferty trasy w propozycję szlaków tematycznych, eventów miejskich, pakietów pobytowych dla turystów indywidualnych i innych złożonych produktów i o podtrzymywanie tej współpracy. Od tej pory koordynator nie musiałby już otrzymywać żadnych dodatkowych środków na prowadzenie tej działalności, ponieważ wykonywałby to w ramach własnej oferty opłacanej przez zamawiających i zachowywałby udział w zysku, który zwyczajowo przypada pośrednikowi usług przewodnickich po opłaceniu przewodnika i odprowadzeniu podatków. Jego funkcja jako koordynatora trasy nie byłaby także równoznaczna z jej wyłącznym użytkowaniem: każda grupa turystyczna i każdy przewodnik miejski mogliby realizować zwiedzanie miasta zgodnie z jej przebiegiem oraz korzystać z pojedynczych modułów oferty, jak mikroevent czy lekcja muzealna. Koordynator jedynie gwarantowałby stałe wykonanie zarówno usługi przewodnickiej po trasie, jak i usług uzupełniających, takich jak zwiedzanie fabularyzowane, realizacja zamówienia mikroeventu

w muzeum, realizacja lekcji lub warsztatów edukacyjnych, oprowadzanie po wystawach, zagospodarowanie czasu wycieczce realizującej zwiedzanie trasy jako element wielodniowego wyjazdu (np. po szlaku tematycznym) lub udostępnienie elementów oferty trasy wybranych jako opcji w ramach pakietu albo jako dodatkowych atrakcji dla uczestników któregoś z miejskich eventów. Zapewniałby także kompleksową usługę w postaci pakietu tematycznego zwiedzania miasta i sam przejmowałby na siebie rozliczenia za poszczególne wstępy i usługi. Po ustalonym w umowie okresie (np. 2-4 lat) byłby zobowiązany do złożenia sprawozdania z funkcjonowania trasy, stanu poszczególnych usług i ofert, skali dotychczasowego wykorzystania oferty przez turystów. Następnie - w zależności od przyjętych ustaleń - mógłby kontynuować wykonywanie tej funkcji lub też gestor trasy wyłaniałby innego koordynatora na zasadach podobnych jak poprzednio.

Rozbudowa oferty trasy tematycznej „Święty Poznań” - oprócz działań wskazanych w wariancie minimalnym - mogłaby obejmować:

Wprowadzenie **ekspozycji tematycznych**, na przykład:

W Muzeum Archidiecezjalnym wystawy *o historycznym rozwoju kultu religijnego w Poznaniu* (w tym o czczonych postaciach, miejscach świętych, aspektach i szczególnych wyrazach kultu) - lub wystawę o *okresie początków chrześcijaństwa w Polsce* z pierwszą relikwią - domniemanym mieczem Św. Piotra - w roli centralnego eksponatu. Ta wystawa, z finansowym wsparciem ze strony miasta lub z innych funduszy, uzyskanej dzięki zabiegom gestora trasy, mogłaby uzyskać postać ekspozycji multimedialnej.

Do trasy w tym wariancie mogłoby w ograniczonym zakresie zostać **włączone Muzeum Archeologiczne**, wykazujące w ostatnich latach dużą aktywność w dziedzinie modernizacji wystaw. Mogłoby ono przygotować zbieżną z tematyką trasy niewielką ekspozycję ukazującą dzieje własnej siedziby - **Pałacu Górków**. W takiej wystawie poczesne miejsce zajęłyby wątki związane z tematyką omawianej trasy: budowniczy tej rezydencji, przedstawiciele rodu Górków, byli wszak centralnymi postaciami wielkopolskiej Reformacji, a sam pałac stanowił niejednokrotnie miejsce synodów innowierczych. Kolejne właścicielki pałacu to zakon benedyktynek, które prowadziły w swoim klasztorze szkołę dla dziewcząt. Oba te - wątki - dobrze udokumentowane i ponadto obroste w legendy i anegdoty - znakomicie wpisałyby się w zwiedzanie trasy, mogłyby także stanowić dobry punkt wyjścia dla szeregu mikroeventów.

Na terenie dawnego kolegium jezuickiego lub fary koniecznie powinna pojawić się choćby niewielka wystawa biograficzna, poświęcona **wybitnym poznańskim jezuitom** jak Jakub Wujek, Kasper Drużbicki, Józef Rogaliński, którzy odegrali niebagatelne role w dziejach religii, ale także literatury i nauki w naszym kraju. Mogłaby ona zostać umieszczona w słabo dotąd wykorzystywanych podziemiach fary lub ewentualnie w jednym z należących do Kościoła pomieszczeń w północnym traktie kompleksu kolegium i pozostawać na przykład pod opieką personelu Cafe „Misja”, dla której jej udostępnianie mogłoby być źródłem dodatkowych zysków.

Z wielką korzyścią dla trasy, a także całej oferty turystyki religijnej i etnicznej w Poznaniu byłoby także wsparcie gminy żydowskiej w zorganizowaniu wystawy o niezwykle długich i bogatych w ciekawe postaci **dziejach poznańskiej wspólnoty żydowskiej**.

Eventyzacja trasy mogłaby dokonać się na trzech poziomach:

Z jednej strony przez wprowadzenie do oferty kilku **tematycznych mikroeventów**. Oto kilka propozycji: 1) w pomieszczeniu Cafe „Misja” można by urządzić projekcję dłuższego (15-

20 min) filmu dokumentalnego o religijnych aspektach dziejów Poznania lub 2) krótszego (6-8 min) filmu tylko o poznańskich jezuitach i ich dokonaniach - administratorzy tego lokalu są otwarci na udostępnianie go dla turystów. Z kolei podobną lub inną formę prezentacji materiału o dziejach gminy żydowskiej można przygotować także w siedzibie gminy przy ulicy Szewskiej. Mogłaby to być na przykład 3) multimedialna inscenizacja fragmentu nabożeństwa z dawnej synagogi wraz z jego objaśnieniem albo 4) oferta chanukowego posiłku (deseru) w siedzibie gminy. Takie spotkanie chanukowe jest już teraz corocznie organizowane. W zmodyfikowanej formie można je proponować turystom na grupowe zamówienia i łączyć z krótkim komentarzem lub opowieścią o losach Żydów w Poznaniu. Mikroeventy mogłyby być realizowane głównie na zamówienie. Jednakże jako **wydarzenie regularne** można by także oferować jeden lub dwa z nich (np. w obiekcie bliżej początku trasy, jak Muzeum Archidiecezjalne i drugi bliżej punktu końcowego, jak gmina żydowska). Wówczas odbywałyby się one w odpowiednim odstępie czasowym, umożliwiającym niespieszne przejście trasą oraz poprowadzenie grupy przez przewodnika. Takie realizacje mogłoby mieć miejsce na przykład jeden raz w tygodniu (sobota?) podczas letniego sezonu (więc około 14-17 razy do roku) o określonej godzinie i przy zebraniu minimalnej ilości osób (np. 6-8). W przypadku muzeów do udziału w tym mini-wydarzeniu zapraszano by wszystkich znajdujących się w danej chwili w obiekcie turystów. Takie mikroeventy stałyby się modułami fokusowymi w ramach zwiedzania trasy i jej głównymi atrakcjami z punktu widzenia turystów. Ich funkcjonowanie mogłoby się przyczynić do ożywienia ruchu indywidualnych turystów na trasie, wymagałoby jednak starannej akcji informacyjnej. Wpisywanie tych mikroeventów na listę opcji do wyboru przez turystów korzystających z miejskich pakietów turystycznych mogłoby zarówno podnieść atrakcyjność trasy, jak i samych pakietów.

Ofertę zwiedzania trasy można też **wpisać w program** jednego lub kilku **eventów** albo tradycyjnych obchodów, odbywających się w mieście. Lista potencjalnych eventów lub świąt, których program można wzbogacić o zwiedzanie trasy została podane powyżej w punkcie 2.2.3.1.

Trzecią możliwością byłoby **wykreowanie własnego, dorocznego eventu** dla samej trasy. Jest to oczywiście opcja najbardziej kosztowna, niemniej przyniosłaby ona temu produktowi odpowiedni rozgłos i mogłaby stanowić istotne narzędzie jego promocji. Ponadto data odbywania takiego eventu mogłaby być powiązana z innym regularnie odbywającym się w mieście wydarzeniem kulturalnym lub rozrywkowym, np. czerwcowym Jarmarkiem Świętojańskim albo dniem Św. Piotra i Pawła - imieninami miasta. Event na trasie mógłby w ten sposób uzupełniać obchody takiego dnia. Wiodący temat eventu może być nawiązaniem do ważnej postaci związanej z tematyką trasy. Mógłby to być np. **Dzień Jordana** - z inscenizacją jego przybycia do grodu poznańskiego lub hucznie obchodzona rocznica urodzin księdza **Jakuba Wujka** (Wielkopolanina), albo rocznica przybycia do Poznania **pierwszych jezuitów** pod jego przewodnictwem, uświetniona dodatkowo wystawieniem - koniecznie w staropolskiej wersji językowej - jednej ze sztuk, niegdyś prezentowanych w poznańskim teatrze jezuickim. Dodatkowo, jeśli taka impreza byłaby organizowana na przykład wieczorem, mogłaby się ona przyczynić do zwiększenia zysków miasta z noclegów pozostających tu na noc turystów.

Oferta edukacyjna związana z tematyką trasy może być proponowana w kilku miejscach. Do oferty trasy mogą wejść już funkcjonujące lub nowo opracowane lekcje albo interaktywne warsztaty, wybierane przez grupy z zestawu i realizowane na zamówienie w pomieszczeniach:

- 1) Muzeum Archidiecezjalnego - na przykład na temat religijnej ikonografii na terenie miasta

i diecezji, historycznego rozwoju szat lub naczyń liturgicznych używanych w Wielkopolsce, ważniejszych postaci religijnej historii miasta i inne, 2) Muzeum Archeologicznego - dotyczące historii obiektu i jego mieszkańców, 3) w siedzibie poznańskiej filii gminy żydowskiej - tu na przykład warsztat na temat jednego ze świąt żydowskich albo religijnej symboliki żydowskiej, 4) kolegium jezuickiego - tu takie przedsięwzięcie mogłoby dotyczyć np. życia i dzieła ks. J. Wujka, treści i metod edukacji w dawnych szkołach jezuickich albo poznańskiego teatru jezuickiego, 5) - w klasztorze franciszkańskim - tu tematem mogłyby lekcji, prelekcji lub warsztatu byłyby na przykład dzieje kultu eucharystycznego lub maryjnego w Poznaniu.

Zwiedzanie fabularyzowane może zostać przygotowane i oferowane zarówno w wersji podstawowej (przedstawionej w wariantcie minimalnym), jak i w **wersji rozbudowanej**. Ta druga mogłaby odbywać się na przykład w konwencji dialogu przedstawicieli dwóch lub trzech grup religijnych. Przykładowo: Jeden przewodnik (bp Jordan) przyjmowałby grupę na Ostrowie Tumskim i prowadził ją przez pierwszy okres historii - i pierwszy etap zwiedzania. Następnie, już na terenie Starego Miasta dołączałby do niego „poznański rabin” (np. Akiva Eger) i obaj przebrani przewodnicy mogliby rozmawiać ze sobą i z uczestnikami, nawiązując do wątków znanych z dziejów miasta i prezentując znane postacie oraz opowiadając wydarzenia. Wreszcie pojawiałby się i protestancki predykant lub pastor i spacer-rozmowa wzbogacałby się o nowe wątki. W takim kontekście istotne znaczenie miałoby oczywiście bardzo dokładne opracowanie scenariusza - a nawet dosłowne określenie głównych treści wypowiedzi. W razie potrzeby, wynikającej ze scenariusza zwiedzania można by modyfikować kolejność zwiedzania obiektów, np. te związane z Żydami przed tymi wiążącymi się z Reformacją czy jezuitami.

Gra miejska w wariantcie optymalnym może być wykonana w całości dla tej trasy i tematyki, bądź tylko oparta o tematykę trasy i wychodząca poza jej przestrzeń. Gra może mieć dwie opcje: **uproszczoną** i **rozwiniętą**. Ta pierwsza byłaby realizowana dokładnie tak samo, jak to opisano dla wariantu minimalnego. Ta druga może zawierać element współzawodnictwa w czasie rzeczywistym (na czas) i uwzględniać łączników albo kierowników grup (przewodników). Ci z kolei w określonych momentach mogą także realizować zadania przewodnika: rozwiązania niektórych zadań gry lub wskazówki do rozwiązań mogą kryć się m. in. w ich przekazie. Ze względu na koszty realizacji takiej gry może ona być oferowana 1) raz do roku z okazji wydarzenia na trasie (np. dorocznego eventu) oraz 2) jako opcja realizowana w każdym czasie na zamówienie dla firm, młodzieżowych chrześcijańskich grup formacyjnych (rekolekcyjnych), grup edukacyjnych, jako element szkolenia dla studentów, przewodników itd.

Integracja trasy w złożone produkty turystyczne.

W tym zakresie trasa mogłaby z jednej strony zostać włączona w **szlaki tematyczne**, z drugiej jej zwiedzanie mogłoby stać się elementem **miejskich pakietów** pobytowych. Szlakiem kulturowym, w którego strukturze trasa stanowiłaby atrakcyjny i zgodny pod względem tematycznym moduł oferty byłaby na pewno wielkopolska Droga Św. Jakuba. Poznań znajduje się na tym szlaku i zwiedzanie przez wędrujących nim miasta właśnie w religijnym aspekcie jego dziejów byłoby na pewno urozmaicheniem ich wędrówki. Z drugiej strony przedłużyłoby to ich pobyt w mieście i przyniosło dodatkowy dochód z tym związany, np. wydatki na posiłek, wstępy do obiektów, może także opłatę za nocleg. Niestety - pomimo swojej międzynarodowej rangi - Droga Św. Jakuba w Wielkopolsce jest zorganizowana na poziomie szlaku wirtualnego i cieszy się niewielką popularnością. Dlatego od integracji trasy w ten system penetracji

turystycznej nie należy na dziś dzień oczekiwać zbyt wiele. Ograniczyła by się ona raczej do zlinkowania oferty trasy w elektroniczne portale Drogi, ewentualnie do wprowadzenia informacji o trasie i możliwości potwierdzenia obecności w którymś z jej obiektów w „paszporcie pielgrzyma”, stosowanym przez podróżujących tym szlakiem. Ewentualna oferta rabatowa na usługi świadczone na trasie (wstępy na wystawy, udział w mikroeventach, przewodnictwo) mogłaby w przyszłości zwiększyć zainteresowanie pielgrzymów tematycznym zwiedzaniem Poznania. Przynajmniej część obiektów trasy można zintegrować także ze Szlakiem Piastowskim, dla którego Poznań jest jedną z miejscowości kluczowych. Propozycja zwiedzania miasta tropem życia religijnego, kończąca się na przykład na przybyciu Żydów byłaby zgodna z ramami czasowymi powstania dziedzictwa, eksploatowanego przez Szlak Piastowski, także w kontekście jego aktualnie realizowanej modyfikacji (do 1370). Zatem w informatorach tego szlaku można by umieszczać wskazówki na temat istnienia i oferty tej trasy.

Pakiety pobytowe mogłyby funkcjonować także w ramach samej trasy, trudno sobie jednak wyobrazić, by w związku z tak wąsko zarysowaną tematyką miały one wielu potencjalnych nabywców. Jednak włączenie na przykład zwiedzania trasy z przewodnikiem lub uczestnictwa w regularnych mikroeventach jako opcji do wyboru w ramach weekendowego pakietu typu City Break jest stosunkowo proste w realizacji. Może ono przyciągnąć do trasy jakiś procent konsumentów tych pakietów i tym samym przyczynić się do wykorzystania usług turystycznych w Poznaniu w większym zakresie. Regularne mikroeventy trasy, gdy takie powstaną, można też włączyć w Poznańską Kartę Miejską, rozciągając na nie jej system rabatowy. Ponadto formą włączenia jej w złożony produkt turystyczny) jest także opisany powyżej jeden ze sposobów eventyzacji trasy (oferowanie jej zwiedzania w ramach programu eventów lub jako towarzyszącej im usługi opcjonalnej).

Informacja i promocja. W wariantcie optymalnym, przy poniesieniu znacznie większych wydatków na rozwinięcie trasy jako oferty tematycznej, koniecznością jest także dobre przemyślenie i wdrożenie strategii informacyjno-promocyjnej produktu. Regularna i konsekwentna dystrybucja informacji, prowadzona w imieniu i na rzecz trasy wymagałaby przeznaczania większych środków, niż w wariantcie minimalnym, gdzie ograniczała się ona do udziału w przedsięwzięciach służących całej ofercie miejskiej lub do biernej informacji np. na portalach internetowych. Częścią takiego przedsięwzięcia byłoby na pewno opracowanie w atrakcyjnej formie graficznej różnorodnych materiałów (mapek z opisami, przewodników papierowych po trasie, zbiorów legend i opowiadań), które następnie byłyby w miarę potrzeby regularnie dodrukowywane. Elektroniczny portal trasy mógłby uzyskać formę interaktywną, profesjonalnie wykonaną i w możliwie najwyższym stopniu atrakcyjną graficznie, a także regularnie aktualizowaną oraz „obsługiwaną” jako kanał zamówień, formowania indywidualnych ofert pakietowych i sterowania ruchem turystycznym. Na znacznie większą skalę prowadzono by aktualizację i dystrybucję materiałów informacyjnych o ofercie trasy wśród potencjalnych klientów: w kręgu adresatów znaleźliby się teraz m. in. touroperatorzy, organizacje turystyczne, środowiska przewodnickie, duże środowiska potencjalnie zainteresowanych tematem, np. stowarzyszenia religijne, parafie, biura pielgrzymkowe. Trasa w tej opcji rozbudowy powinna uzyskać stały newsletter, wysyłany regularnie do wszystkich zainteresowanych jej ofertą, w tym także do szkół i parafii miasta i bliższej oraz dalszej okolicy. Regularnie (w ramach oferty miasta i regionu) przygotowywano by i eksponowano materiały promocyjne na regionalnych i krajowych targach turystycznych.

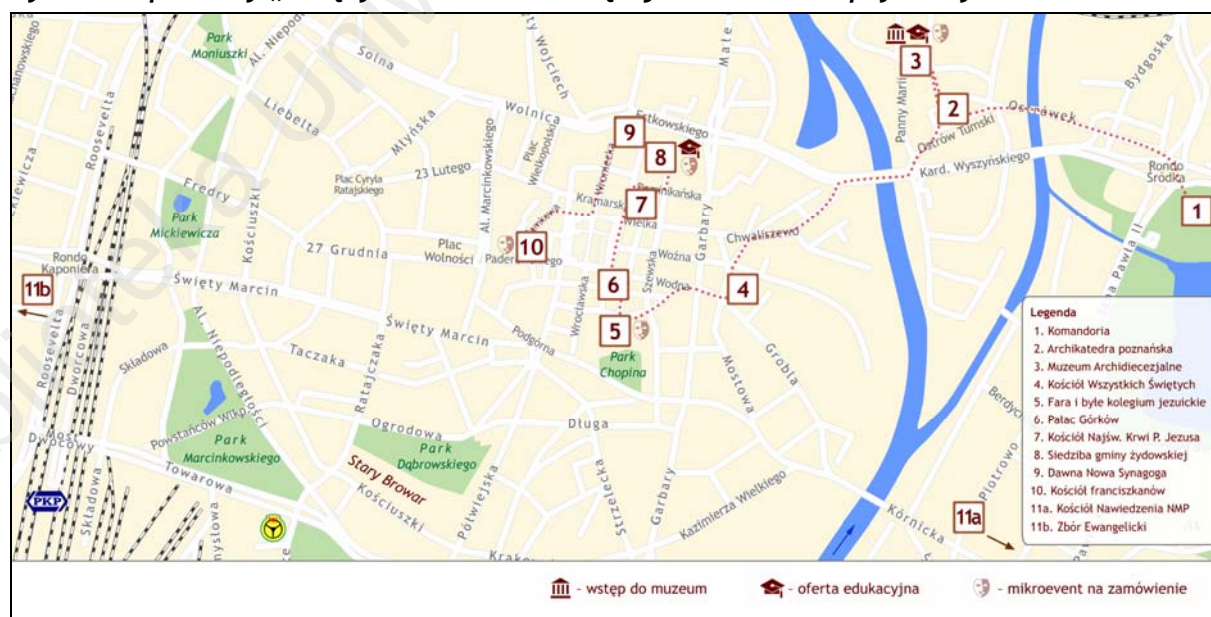
Koordinacja trasy. Ze względu na znaczne rozwinięcie produktu i zwiększenie zakresu skali współpracy z innymi podmiotami oraz na potrzebę stałej aktualizacji danych, ofert i bieżącej obsługi nie tylko grup, ale i pakietów turystycznych, zakres zadań koordynatora w optymalnym wariantie rozbudowy trasy znacznie by się rozrósł. Mogłoby to oznaczać albo konieczność jego zmiany, albo potrzebę nowego określenia obowiązków i wynagrodzenia. Komercyjny operator, zyskujący w wersji minimalnej tylko na marży za poszczególne usługi, byłby bowiem mniej zainteresowany wykonywaniem tak daleko idących obowiązków, do których musiałby zapewne oddelegować osobnego pracownika, co mogłoby mu się po prostu nie opłacać. Rozwiązaniem byłoby stałe finansowanie **jednego miejsca pracy**, związanego z obsługą trasy (lub kilku tras tematycznych, których koordynację zlecono by tej komórce). Ścisłe opisane zadania koordynatora wraz ze środkami przeznaczonymi na finansowanie pracownika można by albo nadal powierzać podmiotom komercyjnym, albo przekazać do którejś z instytucji, żywotnie zainteresowanych sukcesem trasy. W tym wypadku mogłoby to być np. Muzeum Archidiecezjalne. Taka delegacja funkcji koordynatora byłaby połączona ze zobowiązaniem do wyznaczenia konkretnej komórki lub pracownika do obsługi trasy. Inną opcją byłoby stworzenie w strukturze zarządzania turystyką miejską stanowiska do spraw koordynacji (obsługi) kilku tras turystycznych. W każdym z tych przypadków potrzebne wydaje się 1) ściśle zdefiniowanie zakresu zadań koordynatora, 2) wprowadzenie systemu rozliczania go z ich wykonywania oraz 3) przeznaczenie i wypłacanie stałej sumy na personel dla obsługi trasy (tras) tematycznej. Wydaje się, że poważna oferta zwiedzania tematycznego w tak dużym mieście starającym się o zaistnienie jako popularna destynacja turystyki kulturowej prędzej czy później nie będzie się mogła bez tego obejść.

2.2.4. Docelowa wizja trasy po modyfikacji oferty

2.2.4.1 Efekt: realizacji wariantu minimalnego

Trasę rozwiniętą do postaci materialnego szlaku lokalnego zgodnie z założeniami wariantu pierwszego (oszczędnego) prezentuje mapka (Ryc. 7)

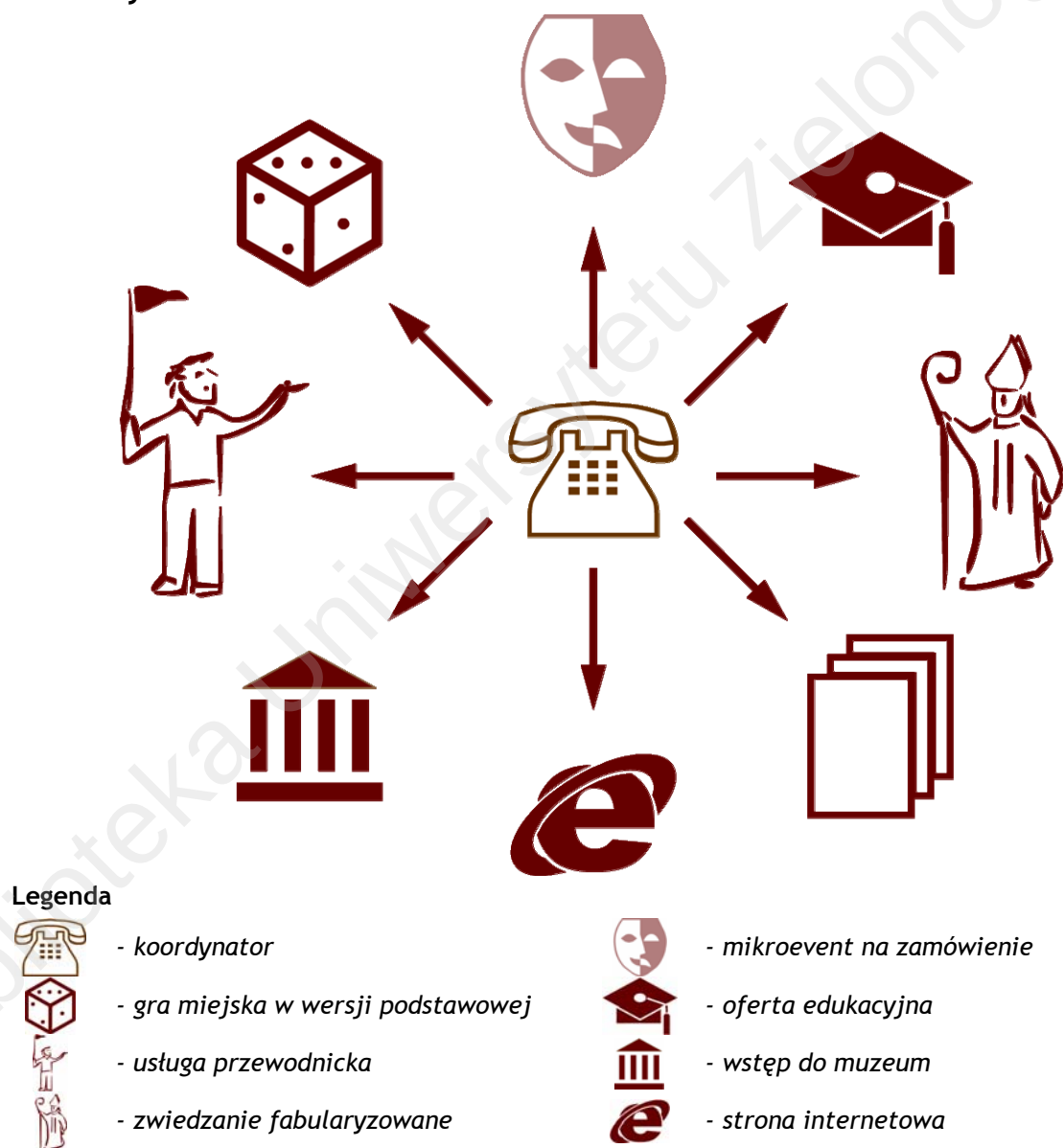
Ryc. 7. Mapa trasy „Święty Poznań” rozwiniętej w wariantie optymalnym



Opr. własne, wyk: O. Artyshtuk, KulTour.pl 2011

Trasa rozwinięta w wariantcie minimalnym spełniałaby wszystkie kryteria lokalnego szlaku materialnego poza oznaczeniem w terenie (jednak dostępne byłyby jej mapki), koordynator trasy obok usług przewodnickich pośredniczyłby także usługą zwiedzania fabularyzowanego w wersji podstawowej i zamawiałby dla grup mikroeventy (przynajmniej jeden) oraz oferty edukacyjne w muzeach i innych miejscach (przynajmniej 2 różne). W ramach trasy funkcjonowałaby przynajmniej jedna wystawa muzealna, swoją tematyką bezpośrednio nawiązująca do profilu trasy. Alternatywną formą zwiedzania byłaby gra miejska w wersji podstawowej (samoobsługowej) z możliwością pobrania karty gry w początkowym punkcie trasy i odesłania hasła - rozwiązania do koordynatora lub oddania karty w punkcie końcowym oraz z symbolicznymi nagrodami. Zwiedzanie trasy z przewodnikiem mogłoby być opcjonalnym modulem niektórych miejskich pakietów turystycznych. Spektrum ofert trasy w tym wariantcie obrazuje schemat (Ryc.8).

Ryc. 8. Schemat oferty trasy tematycznej Święty Poznań rozwiniętej w wariantcie minimalnym.



2.2.4.2. Efekt realizacji wariantu optymalnego

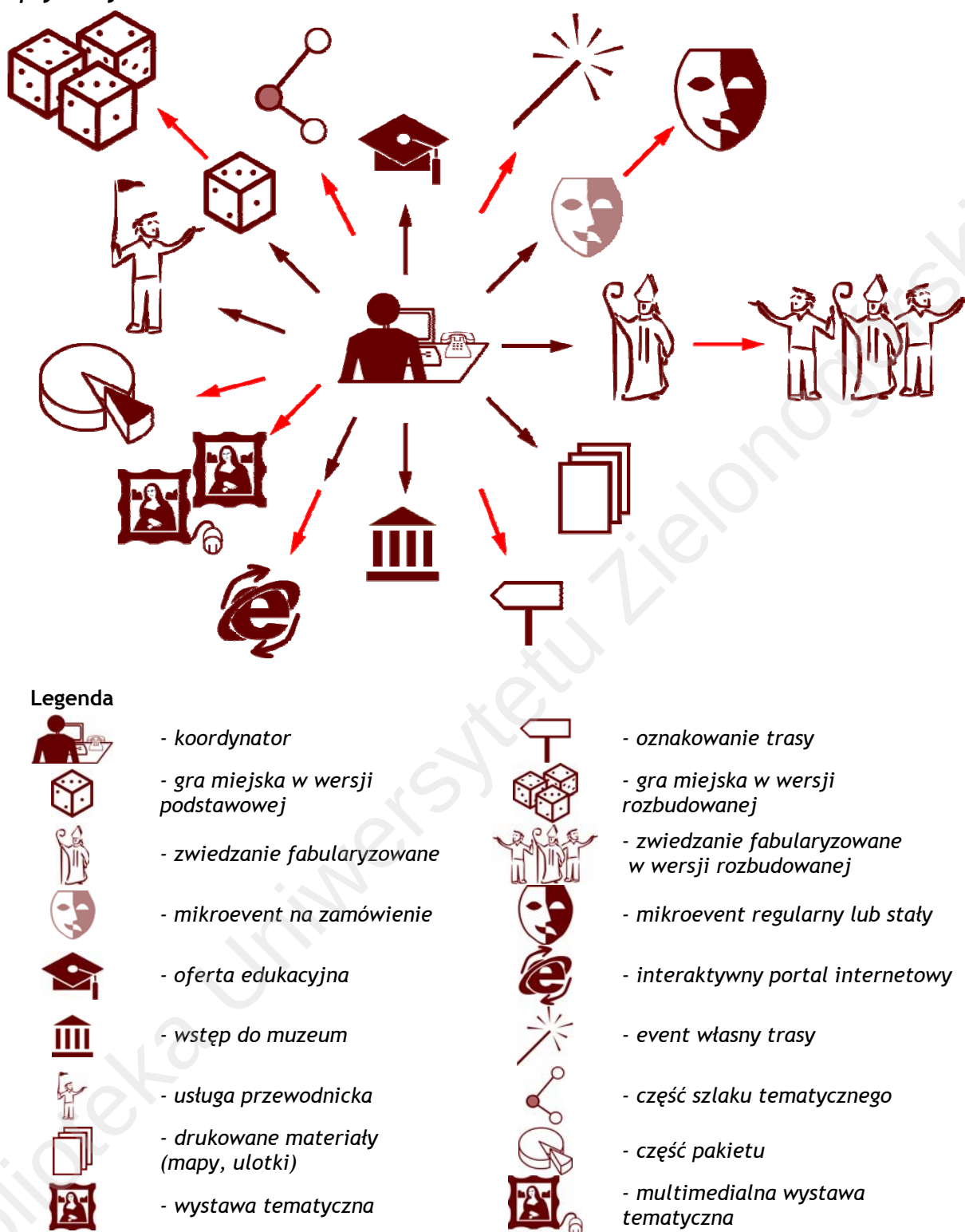
Trasę rozwiniętą do postaci materialnego szlaku lokalnego zgodnie z założeniami wariantu drugiego (zakładającego znacznie większe inwestycje) prezentuje mapka (Ryc. 9).

Ryc. 9. Mapa trasy „Święty Poznań” rozwiniętej w wariantcie optymalnym



Trasa rozwinięta w wariantcie optymalnym spełniałaby wszystkie kryteria lokalnego szlaku materialnego włącznie z oznaczeniem w terenie (ponadto dostępne byłoby jej mapki). Koordynator trasy obok usług przewodnickich pośredniczyłby także zwiedzanie fabularyzowane w wersji podstawowej i rozszerzonej, zamawiałby dla grup mikroeventy (przynajmniej dwa do wyboru) oraz oferty edukacyjne w muzeach i innych miejscach (przynajmniej 5-7 różnych i rozmaitych typów, np. lekcja muzealna, prelekcja i warsztat interaktywny). Kilka mikroeventów na trasie (najmniej dwa, stanowiące jej punkty fokusowe lub bieguny) byłoby oferowanych przynajmniej jako wydarzenia regularne, np. odbywające się w ustalonym czasie raz w tygodniu. W ramach trasy funkcjonowałoby kilka wystaw (niekoniecznie tylko w obiektach muzealnych) bezpośrednio odnoszących się swoją tematyką do poszczególnych aspektów wiodącej tematyki trasy, w tym przynajmniej jedna ekspozycja multimedialna albo interaktywna. Alternatywną formą zwiedzania byłaby gra miejska, oferowana w wersji zarówno podstawowej (samoobsługowej) jak i rozszerzonej, przeznaczonej dla grup współzawodniczących i uwzględniająca funkcje łączników albo towarzyszących grupie ekspertów (w tej roli także przewodnicy), przy czym kwestia nagród byłaby rozwiązywana podobnie jak w wariantcie minimalnym. Zwiedzanie trasy z przewodnikiem oraz udział w regularnych mikroeventach byłoby opcjonalnym modułem kilku miejskich pakietów turystycznych, możliwe byłoby także stworzenie oferty pakietu tematycznego w oparciu o ofertę zwiedzania trasy, obejmującego posiłek, nocleg i usługę turystyczną i oferowanego przez koordynatora trasy. Trasa posiadałaby własny doroczny event, stanowiący kulminację jej rocznego cyklu funkcjonowania. Byłaby też włączona w przynajmniej jedną ofertę kulturowego szlaku regionalnego lub ponadregionalnego o podobnej tematyce. Spektrum ofert trasy w tym wariantcie obrazuje schemat (Ryc. 10).

Ryc. 10. Schemat oferty trasy tematycznej Święty Poznań rozwiniętej w wariantcie optymalnym



2.2.5. Które trasy w jakim standardzie?

W kontekście zarysowanego powyżej przykładu, ukazującego możliwości tworzenia lokalnych ofert tematycznego zwiedzania jako produktów, a także w świetle wykazanej znaczącej różnicy skali działań które musiałyby być podjęte i wielkości środków, które trzeba by przeznaczyć na rozbudowę oferty miejskich tras tematycznych, warto dokonać analizy

aktualnego popytu na poszczególne formy i tematy zwiedzania. Od jej wyniku powinna zależeć decyzja o rozbudowie (tylko) kilku poznańskich tras tematycznych do poziomu materialnego i rozwiniętego produktu. Powinny to być te, które nie tylko 1) posiadają najwyższy potencjał z punktu widzenia istniejących zasobów, ale także 2) mogą wychodzić naprzeciw realnemu zainteresowaniu turystów odwiedzających Poznań w najbliższych latach. Kolejnym ważnym czynnikiem takiej analizy byłyby 3) koszty które musiałyby zostać poniesione dla rozbudowy oferty poszczególnych tras. W wypadku jednych istniejące już ekspozycje, oferty edukacyjne, mikroeventy i eventy obniżają bowiem potencjalne wydatki, w odniesieniu do innych - ich brak generuje większe potrzeby w tym zakresie. Wreszcie istotnym kryterium wyboru tras byłoby - 4) istnienie lub nieistnienie na terenie miasta oferty dla danej grupy turystów, zainteresowanych konkretnym aspektem dziedzictwa kulturowego. W sytuacji istnienia dużego potencjału i jednoczesnego braku oferty w danej dziedzinie materialna trasa tematyczna mogłaby bowiem wypełnić istniejącą lukę. Dokładne przeprowadzenie takiej analizy z pewnością przekracza ramy niniejszego opracowania. Z tego powodu ograniczymy się w tym miejscu do wskazania tych tras, które - naszym zdaniem - powinny być rozbudowane do wariantu optymalnego, a zatem w skali podobnej do zaproponowanej dla trasy „Święty Poznań”, z krótkim uzasadnieniem tego wyboru. Nic nie stoi jednak na przeszkodzie, by pozostałe potencjalnie atrakcyjne oferty tematycznego zwiedzania zaistniały jako produkty częściowo rozwinięte (w wariantcie opisanym jako minimalny). Zgodnie z jego założeniami taka skala rozwinięcia nie generowałaby znaczniejszych kosztów, natomiast na pewno przyczyniłaby się do urozmaicenia miejskiej oferty dla turystów kulturowych.

2.2.5.1. Propozycje tras głównych (rozwiniętych do standardu optymalnego)

Trasa „1000 lat Poznania”. W tym wypadku mielibyśmy do czynienia raczej z trasą historyczną niż monotematyczną. Mogłaby ona być poznańskim produktem „flagowym”, ponieważ już w samej swojej nazwie, ale także w strukturze eksponowałaby prawdziwą markę Poznania, jako miasta związanego z początkami Polski, a jednocześnie posiadającego historię bogatą i pełną zaskakujących zwrotów i ważnych wydarzeń. Jednocześnie byłby to produkt wiodący w tym segmencie oferty turystyki miejskiej, ponieważ koncentrowałby się na nim spacer historyczny - najczęstsza forma zorganizowanego zwiedzania miasta. Podstawą dla określenia przestrzeni turystycznej tej trasy może być wyznaczana nieformalnie w różnych publikacjach i na planach sytuacyjnych tzw. „główna oś” Traktu Królewsko-Cesarskiego¹¹. Biorąc ją za punkt wyjścia przebiegu trasy, wystarczyłoby dookreślić obiekty do niej należące. Nie może ich być za dużo, bo to jest sprzeczne z ideą trasy turystycznej jako konkretnej oferty dla zagospodarowania czasu turysty - w jej przypadku oferta musi być jasna, a przebieg oczywisty [por. Mikos v. Rohrscheidt 2009a, s. 105-n; 116-122]. Potem należałoby przystąpić do pełnej „materializacji” trasy. W tym wypadku koniecznych byłoby stosunkowo niewiele działań, a powstające przez nie koszty dodatkowo obniży tworzone już Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego (mogące oferować przestrzeń dla organizacji części stałych lub regularnych mikroeventów, być punktem startowym dla gry miejskiej i miejscem realizacji części warsztatów edukacyjnych. Dzięki dotychczasowej działalności CTK „Trakt” gotowe są już także scenariusze niektórych eventów na taką trasę, a organizowana przez ten podmiot coroczna

¹¹ Niezależnie od „osi” Traktu jeszcze przed jej powstaniem istniała i funkcjonowała trasa wirtualna Biura KulTour.pl o nazwie identycznej jak proponowana dla trasy - „1000 lat Poznania”. Także ona mogłaby być potraktowana jako podstawa doboru obiektów zwiedzanych na takiej trasie [KulTour.pl 2011].

impieza tematyczna może być uznana za gotowy event doroczny trasy. Możliwa jest integracja przynajmniej pierwszej części trasy w ofertę Szlaku Piastowskiego, a także włączenie jej zwiedzania z przewodnikiem czy uczestnictwa w np. weekendowym zwiedzaniu fabularyzowanym w rozmaite miejskie pakiety pobytowe. Promocja tej trasy mogłaby być jednocześnie głównym punktem promocji Poznania jako miejskiej destynacji turystyki kulturowej.

Trasa etniczna: „Poznań Wielu Narodów”. Taka oferta odpowiada potrzebom turystyki etnicznej, która w Poznaniu ma znaczny potencjał i pokaźne zasoby, natomiast nie posiada żadnego konkretnego produktu dla turystów oferty. W takiej zbiorczej trasie należałoby uwzględnić szczególnie świadectwa obecności i aktywności w Poznaniu Żydów i Niemców (w tym zarówno Bambrów, jak i poznańskich Niemców z XIX wieku, wśród nich wielu ważnych postaci), ale też Włochów (liczni architekci), Francuzów (Napoleon), a w węższym zakresie być może również innych: Greków, Szkotów, Rosjan i Szwedów. Zdecydowanie najważniejsze z punktu widzenia tej trasy jest stworzenie w którymś z obiektów atrakcyjnej wystawy dotyczącej multietniczności społeczeństwa poznańskiego w jego historycznym rozwoju. Byłaby ona centralnym punktem zwiedzania miasta i oferowałaby kulminacyjne przeżycie na trasie w formie regularnego lub stałego mikroeventu.

Trasa Militarna: „Poznań i wojsko”. Tematyka trasy odpowiadałaby zainteresowaniu turystyką militarną, rosnącemu nie tylko od jakiegoś czasu w Europie, ale w ostatnich latach także w samej Polsce. Poznań posiada w tej dziedzinie wiele zasobów (w tym zwłaszcza forty i muzea militarne), natomiast jak dotąd brak konkretnej tematycznej oferty zwiedzania w skali miasta. Podstawą służącą do rozbudowy tej oferty mogłaby być wirtualna trasa KulTour.pl „Fortyfikacje w dziejach Poznania” [2011].

Trasa sławnych Wielkopolan (lub tylko trasa „bohaterów pracy organicznej”). Wykorzystałaby ona znaczne zasoby Poznania w zakresie turystyki biograficznej (jak dotąd nie zintegrowane w żaden produkt złożony). Mogłaby także stanowić kluczowy punkt istniejącego już regionalnego szlaku „Wielkopolska Sławnych Polaków”. Wariant tematyzujący trasę na bohaterów pracy organicznej wpisuje się w ofertę nie tylko turystyki biograficznej, ale i regionalnej. W takim kształcie eksponowałaby ona nader często pomijany, a przecież pasjonujący wątek walki o polskość i o Polskę, prowadzonej innymi środkami niż w pozostałych częściach kraju, natomiast – jak się okazało – bardziej skutecznej. Jednocześnie trasa zapoznawałaby turystów z wielkopolskim „unicum” (dziedzictwem niepowtarzalnym w skali kraju) oraz w części przybliżałaby im poznański „genius loci”: legendarną solidność i organizację pracy.

2.2.5.2. Propozycje tras uzupełniających (rozwiniętych do standardu minimalnego)

Wybór wariantu minimalnego dla tych tras jest podyktowany albo ograniczoną skalą zainteresowania ich tematyką (wynikającą z jej niszowego charakteru (np. trasy o charakterze „branżowym”) albo uznaniem form czy aspektów turystyki, którym ona odpowiada za nie posiadające w przyszłości takiego samego potencjału, jaki mają aktualnie. Oczywiście opinia autora, wynikająca z jego orientacji w aktualnym poznańskim popycie na zwiedzanie tematyczne nie powinna w żadnym razie wpływać na założenia wyjściowe kompleksowej

analizy, o której wspomniano wyżej. Jej wyniki mogłyby uzasadnić np. rozbudowę którejś z wymienionych poniżej tras do wersji optymalnej. Oto lista przykładowych tras tematycznych:

- Trasa: „**Medycyna i Medycy Poznania**” - punkt ogniskujący ofertę i miejsce ewentualnego mikroeventu na zamówienie: rozwinięta i unowocześniona ekspozycja Muzeum Farmacji Wielkopolskiej,

- Trasa **Dawnej i Nowej Architektury Poznania** - punkt ogniskujący: punkt widokowy np. na poznańskim „okrągłaku” lub na Collegium Altum, ewentualnie jeden z salonów Starego Browaru lub biuro jego wystaw,

- Trasa „**Poznańskie Pomniki i ich Bohaterowie**” - trasa może ukazywać zmienne koleje losu wielu monumentów i przy okazji „opowiadać” subiektywną historię miasta z punktu widzenia indywidualnych biografii jego wybitnych mieszkańców lub poprzez pryzmat różnych ciekawych epizodów. Trasa ma już swoją podstawę: „Komu i za co - poznańskie pomniki i ich dzieje” [KulTour.pl 2011].,

- Trasa **Poznańskich Żydów** - skierowana aktualnie do niszowej grupy odbiorców, jednak warto zauważyć, że dzieje Żydów cieszą się rosnącym zainteresowaniem Polaków. Koordynatorem mogłoby być na co dzień obsadzone biuro filii gminy żydowskiej w Poznaniu, posiadające własny lokal naprzeciw dawnej Nowej Synagogi. Podstawą trasy może być propozycja zwiedzania w opracowaniu dotyczącym tej grupy turystów w Części III,

- Trasa **Poznańskiego Czerwca 1956** - z gotowym punktem ogniskującym i naturalnym kandydatem na koordynatora: Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956,

- Trasa „**Powstanie Wielkopolskie w Poznaniu (1918/19)**” - z gotowym punktem ogniskującym i naturalnym kandydatem na koordynatora: Muzeum Powstania Wielkopolskiego w Odwachu,

- Trasa „**Kulinaryny Poznań**” - eksponująca regionalne dziedzictwo kulinarne Wielkopolski i Poznania. Obowiązkowym elementem zwiedzania trasy byłby posiłek w jednej z restauracji z rozwiniętym regionalnym menu - np. Koziołki” na Starym Rynku oraz degustacja Rogali Marcińskich, najlepiej w jednej ze starszych poznańskich cukierni. Przekrojowa historyczna wystawa kulinarna (np. w Muzeum Archeologicznym lub Etnograficznym) pod tytułem „Przez wieki na poznańskim stole” byłaby z pewnością ciekawym elementem porządkującym wiedzę (a przy okazji centralnym ogniwem ewentualnego wielkopolskiego szlaku kulinarnego). Warsztat edukacyjny dla grup mógłby obejmować naukę przyrządzania jednej z prostszych tradycyjnych potraw.

Wymienione przykłady w żadnej mierze nie wyczerpują listy możliwości, opartych na rzeczywistym potencjale - autentycznym dziedzictwie kulturowym miasta.

Podsumowanie

Jest rzeczą oczywistą, że najlepsi przewodnicy miejscy, posiadający wieloletnie doświadczenie w znacznie mniejszym stopniu potrzebują pomocy takich jak sylabus oraz są w stanie sami zaproponować miejskie trasy zwiedzania uwzględniające rozmaite wątki tematyczne. Dzieje się tak dlatego, że dzięki powtarzaniu wiadomości poprzez ich przekaz i stałym przystosowywaniu treści i struktury narracji do potrzeb setek grup, swoje sylabusy i swoje trasy mają już „w głowach” i po prostu je stosują, nie artykułując tego jako osobnych elementów swojej indywidualnej metody pracy. Jednak taką sprawność osiąga się dzięki długiemu stażowi, ponadto wydaje się, że niektórzy nie uzyskują jej nigdy, nadal usiłując przekazywać wszystko i zawsze w ten sam sposób. Podobnie - oprowadzanie trasą martwych budynków i tablic pamiątkowych przez jednego człowieka, mówiącego przez cały czas do słuchaczy, może stawać się z każdym rokiem mniej atrakcyjne dla dzisiejszych turystów,

przyzwyczajanych do coraz wyższych standardów zwiedzania miast. W tym kontekście uprawnione jest przypuszczenie, że zaproponowane przez autora dwa działania: uzupełnienie szkolenia za pomocą zestawów lokalnych sylabusów miejsc oraz „materializacja” niektórych miejskich tras tematycznych, mogą przynieść znaczne korzyści tak w zakresie samej oferty turystycznej, jak i dla jej oferentów i zatrudnianego przez nich personelu obsługi turystów.

Stosowany w Poznaniu od kilku lat „sylabus miejsca” może być 1) ważnym elementem szkoleń adeptów miejskiego przewodnictwa, ale niezależnie od tego mógłby on także stać się dla wielu przewodników już funkcjonujących na rynku usług w turystyce miejskiej 2) narzędziem krytycznej rewizji własnego warsztatu pracy i pomocą w jego modyfikacji. Wprowadzenie sylabusów jako jednego z ważnych elementów metodyki przewodnictwa na szerszą skalę - a więc także w szkoleniach prowadzonych w innych polskich miastach - pozwoliłoby „odświeżyć” klasyczne formy przewodnictwa miejskiego. Pośrednio ich zastosowanie mogłoby więc przyczynić się do ponownego wzrostu zainteresowania spacerem historycznym i tematycznym jako sposobami poznawania miast, ponieważ uczyniłoby je bardziej nowoczesnymi i elastycznymi, a z punktu widzenia konsumentów - turystów: po prostu bardziej atrakcyjnymi. Może to pomóc utrzymać, a może nawet zwiększyć popyt na usługi przewodnickie.

Wprowadzenie oferty materialnych tras tematycznych w mieście może z kolei 1) uroznać jego ofertę turystyczną i odróżnić ją od innych konkurencyjnych ofert przez nadanie jej wyrazistszego oblicza (szereg własnych, niepowtarzalnych „stories”), 2) zwiększyć stopień integracji działań publicznych i prywatnych partnerów w tworzeniu oferty turystycznej miasta, 3) wprowadzić szereg nowych i atrakcyjnych dla turystów modułów (pojedynczych usług) w ramach zwiedzania oraz 4) ułatwić organizatorom turystyki korzystanie z niej przez zaproponowanie im konkretnych gotowych produktów i ich gestorów jako partnerów. To wszystko mogłoby przyczynić się do zainteresowania większej grupy turystów samymi trasami jako produktami, ale przecież także poszczególnymi dziedzinami i aspektami dziedzictwa kulturowego miasta, wreszcie mogłoby przedłużyć pobyt turystów w mieście, co niesie za sobą z kolei konkretne korzyści dla jego gospodarki.

Literatura:

- Alejziak W., 2000, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Wyd. Albis, Kraków
- Bielecki K., 2008, *Miasto to gra*, Wyd. Urban-playground.org, Warszawa
- Buczkowska K., 2008, *Turystyka Kulturowa. Przewodnik metodyczny*. Wyd. AWF, Poznań
- Grodzieńska S., 1970, „*Poznaj świat*” [w:] J. Wittlin (red.) *Przedstawiamy humor polski - pory roku*, Wyd. WAiF Warszawa, s.208
- Kaczmarek J, Kaczmarek S., 2009, *Turystyka Kulturowa - człowiek w miejskiej przestrzeni wymiany*, (w:) Buczkowska K., Mikos v. Rohrscheidt A. (red.), 2009, *współczesne formy turystyki kulturowej*, Wyd. AWF, Poznań, s.7-35
- Kowalczyk A., 2005, *Nowe formy turystyki miejskiej*, „Prace i studia geograficzne”, tom 35, s. 155-195
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2008a, *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjal, perspektywy*, Wyd. GWSHM Milenium, Gniezno

- Mikos v. Rohrscheidt A., 2008b, Kulturowe szlaki turystyczne - próba klasyfikacji oraz postulaty w zakresie ich tworzenia i funkcjonowania „Turystyka Kulturowa” nr 2, s. 17-32
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2009a, *Nowoczesne trasy miejskie jako próba prezentacji historii i kultury oraz oferta turystyczna* [w:] Stasiak A. (red.) *Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać!*, Wyd. WSTH Łódź, s.95-126.
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2010, Głos w dyskusji na Gnieźnieńskim Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej na temat umiejętności i zakresu wiedzy przewodników i pilotów obsługujących turystów kulturowych, „Turystyka Kulturowa”, nr 1-3 (2010), s. 134-137
- Kędziora Ł., 2009, *Organizacja miejskich tras turystycznych Nowego Orleanu jako przykład lokalnej oferty turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa”, Nr 11(2009) s. 3-17
- Kruczek Z., 2006, *Przewodnictwo turystyczne i inne uprawnienia państwowe* [w:] Z. Kruczek (red.) *Obsługa ruchu turystycznego*, Wyd. KSH/Proksenia, Kraków, s. 113-122
- Przeclawski K., 2004, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, wyd. Albis, Kraków.
- Steinecke A., 2007, *Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven*, wyd. Oldenbourg Verlag, München/Wien

Wykorzystane portale internetowe: (dostęp potwierdzony w dniu 3.03. 2011).

Arsenał 2011 - portal imprezy „Rajd Arsenał” www.arsenal.zhp.pl/historia.php

Copernicana 2011 - portal toruńskiego oferenta usług turystycznych
www.copernicana.pl/oferta/odwiedz-torun

Fabricum 2011 - portal Grupy Fabricum: www.fabricum.pl/index_pol.html, w dziale „imprezy”

Gra Poznań 2011 - portal firmy Gra Miejska: www.gramiejska.pl/index.php?id=102

KulTour.pl 2011 - portal poznańskiego touroperatora KulTour.pl, segment oferty dotyczący miejskich

ofert zwiedzania Poznania: www.kultour.pl/pl/?ps=poznan

Misterium 2011 - Portal poznańskiego Misterium Męki Pańskiej - www.misterium.com.pl

Zwiedzanie fabularyzowane w Poznaniu? Plan marketingowy dla kulturowego przewodnictwa miejskiego

Przedmiotem opracowania jest analiza możliwości implementacji zwiedzania fabularyzowanego w ofertę turystyki kulturowej miasta Poznania. Pierwsza część przybliża teoretyczne aspekty kulturowego przewodnictwa miejskiego. Następnie zaprezentowano przykłady turystyki fabularyzowanej, organizowanej już w innych ośrodkach miejskich Europy i Polski. Kluczową część stanowi omówienie sytuacji w mieście Poznaniu w kontekście tego zamierzenia. Zanalizowano otoczenie rynkowe, rynek podaży i popytu na tego typu usługę, scharakteryzowano potencjalne grupy docelowe i charakter samego produktu. Następnie autor koncentruje się na aspektach związanych z realną działalnością przykładowego przedsiębiorstwa, świadczącego usługi w tym zakresie - przeprowadzona zostaje analiza SWOT, a także uproszczony rachunek zysków i strat, zarysowane niektóre elementy strategii. W ostatniej części zaprezentowano problematykę i koncepcje zwiedzania fabularyzowanego, opierające się na ważniejszych i potencjalnie atrakcyjnych dla turystów aspektach dziedzictwa kulturowego miasta Poznania.

1. Wprowadzenie w zagadnienie zwiedzania fabularyzowanego

Jednym z głównych trendów współczesnej turystyki jest zauważalne ukierunkowanie klientów na przeżywanie i odczuwanie emocji. Trend ten określany jest przez badaczy przedmiotu jako „zasada 3xE” - entertainment (rozrywka), excitement (ekscytacja) i education (edukacja) [Alejski 2000, s. 213]. W przeciwieństwie do klasycznej turystyki wypoczynkowej, ten sposób podróżowania kładzie nacisk na aktywne spędzanie wolnego czasu, przeżywanie emocji i edukację poprzez rozrywkę. W obliczu tego nowoczesnego trendu ważną rolę we współczesnej turystyce zająć może turystyka kulturowa. Jej celem jest przybliżenie turystom sfery wytworów kulturalnych człowieka. Najbardziej popularnym wśród konsumentów rodzajem turystyki kulturowej jest powszechna turystyka kulturowa, której oferta kieruje się do najszerszego grona ludzi i posiada najbogatszą, a zarazem najbardziej zestandaryzowaną ofertę. W jej ramach funkcjonują następujące formy wypraw turystycznych: turystyka miejska, turystyka kulturowa obszarów wiejskich, turystyka etniczna i sentymentalna, turystyka militarna, turystyka obiektów przemysłowych i technicznych (industrialna), turystyka historyczna z archeologiczną, turystyka kulturowo-przyrodnicza, kulturowa turystyka egzotyczna, turystyka religijna i pielgrzymkowa, turystyka kulinarna, turystyka hobbystyczna i kulturowa turystyka regionalna [Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 116].

Turystyka miejska jest z punktu widzenia tego opracowania najbardziej istotnym elementem powszechnej turystyki kulturowej. Powiązana ze statyczną przestrzenią miejską, ta forma podróżowania w czasie wolnym znana była już od wieków. W związku z tym, że klasyczne formy turystyki miejskiej¹ tylko w niewielkiej części spełniają postulaty nowoczesnej

¹ Szerzej na ten temat form przewodnictwa miejskiego w zamieszczonym w tej książce opracowaniu A. Mikos v. Rohrscheidt „Klasyczne i nowe formy...”, podrozdział 1.2.

turystyki (w kontekście zasady „3xE” spełniony jest tylko element edukacji), w ostatnim czasie w jej ramach obok tych form pojawiają się na coraz szerszą skalę nowoczesne formy zorganizowanego zwiedzania miast. Najważniejszymi z nich są zwiedzanie fabularyzowane, historyczne i tematyczne trasy miejskie oraz gry miejskie. Ich istota w stosunku do klasycznej formy oprowadzania jest niezmienną. Nowością natomiast jest wniesienie w treść zwiedzania emocji, rywalizacji, elementów zaskoczenia, zagadek lub innych atrybutów, których celem jest zaciekawienie i zainteresowanie osoby zwiedzającej. W ten sposób zapewnione są elementy rozrywki i ekscytacji, a aspekt edukacji - poprzez odpowiedni poziom emocji² - zostaje spełniony dokładniej i w przyjaznej dla zwiedzającego formie. W grze miejskiej nacisk położony jest na rywalizację dostarczającą emocji i rozrywki. Elementy zagadek czy zadań spełniają także rolę edukacyjną. Trasa miejska z mikroeventami to ustalona trasa zwiedzania, w trakcie którego odbywają się pokazy, krótkie koncerty, czy inne elementy multimedialne lub interaktywne. Jest to pewne wzbogacenie klasycznego pieszego oprowadzania, uzupełniające je o elementy rozrywki i ekscytacji aspektami interaktywnymi. Mimo to w tej formie oprowadzania turysta pozostaje w roli widza, która daje mniejsze możliwości zaangażowanego przeżycia.

Jedną z coraz popularniejszych form nowego przewodnictwa miejskiego jest zwiedzanie fabularyzowane. W swej standardowej wersji polega ono na uzupełnieniu klasycznej formy pieszego zwiedzania o charakterystyczną rolę przewodnika i wykorzystaniu wynikających z niej możliwości. Wciela się on w postać historyczną z innej epoki i tym samym „wprowadza” turystów podczas zwiedzania w czas historyczny i realia danej epoki i środowiska. Za pomocą stroju i atrybutów z epoki, stylizowanego (często archaizowanego) słownictwa oraz narracji realizowanej w pierwszej osobie (jako bohater sceny, wydarzeń, świadek czasu) umożliwia im odczuwanie atmosfery minionych wieków, emocji, które przeżywali kiedyś ludzie, przybliża nastrój ważnych wydarzeń w historii miasta i pozwala na inny, niejako osobisty, „przeżyciowy” odbiór przez turystów najważniejszych informacji. Taka prosta forma zwiedzania fabularyzowanego może być dodatkowo wzbogacona o inne elementy, np. inscenizacje wydarzeń historycznych, odgrywanych za pomocą scen przez grupę przewodników lub aktorów, o elementy kulinarne (degustacja, udział w historycznym posiłku) lub pokazy rękodzieła z historycznej epoki, o rywalizację zwiedzających (zagadki, zadania do rozwiązania itp.). Zwiększenie atrakcyjności takiej oferty poprzez rozbudowanie personelu obsługi zwiedzania wiąże się oczywiście ze wzrostem kosztów.

2. Wybrane przykłady zwiedzania fabularyzowanego za granicą i w Polsce

Zwiedzanie fabularyzowane staje się coraz popularniejsze i jest coraz bardziej profesjonalnie organizowane. Poniżej opisane zostaną wybrane przykłady fabularyzacji zwiedzania miejskiego na świecie i w Polsce.

We Freiburgu im. B. (Niemcy) w ofercie biura FreiburgKultour znaleźć można dwie propozycje zwiedzania fabularyzowanego. Wycieczkę oprowadza przewodniczka odgrywająca postać kobiety posądzonej o czary w roku 1599 lub przewodnik wcielający się w rolę

² Średni poziom emocji i natężenia uwagi sprzyja najlepszemu przyswajaniu wiadomości i informacji, zbyt wysoki poziom emocji - np. strach, lub zbyt niski - np. encyklopedyczny przekaz wiedzy podczas klasycznych oprowadzeń - skutkują zmniejszoną koncentracją, uwagą i stopniem przyswojenia wiedzy, w przypadku wielu zwiedzających wpływają również ujemnie na poziom satysfakcji i rozrywki odczuwanej przez osobę oprowadzaną.

mitycznego mnicha-wynalazcy prochu strzelniczego, żyjącego tu w XIV wieku. Za 2-2,5 godziną wycieczkę uczestnicy płacą 10,5 EUR od osoby, przy czym oferowane są upusty w wysokości 2 EUR dla studentów i uczniów, a dzieci poniżej 10 lat uczestniczą w zwiedzaniu za darmo. Ponadto za dopłatą 6 EUR zwiedzający otrzymuje ciasteczka ze średniowiecznej kuchni zakonników. Oferta przeznaczona jest dla grup 20-osobowych. Istnieje także możliwość dołączenia się do otwartego zwiedzania, rezerwując miejsce poprzez Internet. Jak widać, freiburska oferta reprezentuje standardową wersję zwiedzania fabularyzowanego, wzbogaconego o elementy kulinarne. Klient nie ma jednak możliwości znaczącego wpływu na tworzenie oferty. Nie ma także możliwości rozbudowania zwiedzania o elementy gry miejskiej czy aspekty eventowe. W sferze promocji na uwagę zasługuje profesjonalnie wykonana strona internetowa, dzięki której można uzyskać potrzebne informacje (np. o miejscu spotkania), dokonać wszystkich formalności związanych z zakupem usługi oraz (co może być ważne dla zamawiających przedsiębiorstw turystycznych) nawiązać stałą współpracę z odpowiedzialnymi za turystykę w mieście Freiburg [Freiburg Kultour 2010].

W Polsce pierwszą dostępną w otwartej ofercie usługę zwiedzania fabularyzowanego miasta przedstawiło biuro turystyczne Copernicana z Torunia. Oferta składa się z różnych elementów, które turysta może częściowo wybrać - takich jak długość pobytu, czas zwiedzania czy elementy fakultatywne (np. możliwość częstowania piernikami toruńskimi). Wśród przewodników znaleźć można Mikołaja Kopernika, średniowieczną mieszczkę toruńską czy Krzyżaka. Przygotowane zostały również gotowe propozycje zwiedzania: „Krzyżacki patrol”, „Toruń - szlakiem legend”, „Toruński niezbędnik”, „Magiczny Toruń Nocą” i program dla osób niewidomych lub niedowidzących. Zróżnicowanie oferty pociąga za sobą także różnicę ceny - tu turysta lub touroperator ma możliwość swobodnego jej kształtowania poprzez dobieranie i odrzucanie wybranych elementów oferty lub ustalanie liczebności grupy. Elementem wyjątkowym są przebrania dla uczestników (m.in. ubranie dzieci w krzyżackie pelerynki). W aspekcie promocji poza profesjonalnie i estetycznie wykonaną stroną internetową i unikatowym użyciem filmu reklamowego, prezentującego fragmenty zwiedzania fabularyzowanego, stopień wykorzystania Internetu do komunikacji z turystą nie jest znaczący. Klient poprzez portal internetowy nie wybierze oferty, może się z nią jedynie zapoznać, a następnie używając telefonu lub poczty elektronicznej złożyć zamówienie [Copernicana 2010].

W innym polskim mieście, w Bydgoszczy, funkcjonuje od 2008 firma Visite.pl., oferująca nie tylko zwiedzanie fabularyzowane samego miasta, ale także wycieczki po regionie kujawsko-pomorskim. Przykładowa wycieczka Szlakiem Mieszka I zawiera zwiedzanie Kruszwicy, rejs po jeziorze Gopło, wizytę w Strzelnie i w Biskupinie. Opiekunem jest przewodnik w stroju z epoki. Koszt - w zależności od liczebności grupy (20 czy 40 osób) - wynosi 100 lub 80 zł od osoby. Istniejąca możliwość modyfikacji pakietów po skontaktowaniu się z firmą oraz mnogość propozycji ofert pozwalają turystom na swobodny wybór i dopasowanie elementów zwiedzania. Jednak poprzez Internet przedstawiona została tylko oferta i możliwości modyfikacji, brak jest możliwości elektronicznej rezerwacji miejsc czy terminu. W celu promocji tej oferty biuro Visite.pl nawiązało współpracę z licznymi podmiotami regionalnymi (np. Kujawsko-Pomorską Organizacją Turystyczną czy Bydgoską Lokalną Organizacją Turystyczną). Na stronie internetowej istnieje możliwość prezentowania swojej opinii przez turystów za pomocą mini forum oraz obejrzenia szerokiej galerii zdjęć. Sama strona utrzymana jest w niestandardowej konwencji i grafice [Visite.pl 2010].

Z innych rodzimych ofert zwiedzania fabularyzowanego godne zainteresowania są jeszcze propozycje z Łodzi, Gniezna i Ogródzieńca. Oferta zamku w Ogródzieńcu składa się z „Animowanego zwiedzania zamku” czyli zwiedzania z muzyką i pokazami na grupowe zamówienie oraz z „Wieczora z duchami” czyli nocnego zwiedzania zamku [Zamek 2010]. Oferta gnieźnieńska to pojedyncze wycieczki fabularyzowane, organizowane od 2009 roku w lecie przez Wydział Nauk o Kulturze i Turystyce GWSM Milenium. Narrator zwiedzania przebrany jest w kostium kronikarza Gall Anonima i cytuje fragmenty jego kroniki, zaś na czele grupy idzie przewodnik grający rolę Mieszka I³. Inną ciekawą ofertę prezentuje biuro Fabricum z Łodzi. Tu zwiedzanie fabularyzowane wpisuje się w trend nowoczesnej turystyki w najwyższym stopniu, bowiem jego deklarowanym celem jest rozwiązanie zadania postawionego na początku zwiedzania i zawiera ono także moduły gry miejskiej oraz elementy inscenizacji i gry aktorskiej. Te dodatkowe aspekty zwiedzania umożliwiają pełniejsze ukazanie realiów życia w przemysłowym mieście przełomu XIX i XX wieku. Należy jednak stwierdzić, że mimo interesującej strony internetowej, wykorzystanie tego medium do promocji i dystrybucji zostało ograniczone do minimum. Brakuje dokładniejszego opisu oferty, galerii zdjęć, opcji indywidualnego tworzenia oferty przez klienta czy choćby przedstawienia odpowiedzi na najczęstsze pytania (tzw. FAQ) [Fabricum 2010].

Warte wspomnienia są także dwie oferty fabularyzowanych wypraw lub pobytów turystycznych: „Gwiezdne wojny - zostań mistrzem Jedi” i „Wilczy Trop”. Pierwsza z nich to obóz letni/kolonia dla dzieci, której fabuła oparta jest na temacie przewodnim cyklu filmowego „Gwiezdne Wojny”. W jej skład wchodzi takie elementy, jak fabularyzowana gra terenowa „Powrót Jeday”, szkolenie Luka Skywalker (cykl zadań sprawnościowych) czy lekcja z Obi-Wan Kenobim (techniki samoobrony). Oferta podstawowa może zostać rozszerzona o elementy fakultatywne [Ecotravel 2010]. Druga oferta fabularyzowanej imprezy - „Wilczy szlak” jest o tyle interesująca, że łączy w sobie elementy różnych form turystyki kulturowej (turystykę militarną, kulturowo-przyrodniczą, podróże tematyczne czy turystykę żywej historii). Jest to zjazd ludzi na prywatnym terenie z rygorystycznym regulaminem, zabraniającym zabierania ze sobą elementów spoza epoki IX/X wieku. Cała impreza ma określoną fabułę i zawiera wyraźne elementy rywalizacji - przy tym jej program usiłuje jak najwierniej odwzorować atmosferę minionej epoki, minimalizując aspekty nowoczesne. Jednocześnie - poprzez wymienione wymogi - wyłączona jest możliwość powszechnego uczestnictwa w tej imprezie. W roku 2010 odbyła się już druga jej edycja. Finansowanie „ma charakter składkowy i niekomercyjny, bez gapiów i publiczności”. Wydarzenie nastawione jest „na dobrą, trwającą całą dobę, lekko fabularyzowaną zabawę w warunkach możliwie bliskich realiom historycznym” (Regulamin - Zasady ogólne [Freha 2010]), [Wilczy Trop 2010].

3. Analiza ekonomiczna projektu oferty zwiedzania fabularyzowanego dla Poznania

Poznań i jego historia jako kontekst oferty. W Poznaniu obecnie nie funkcjonuje ani jedna stała oferta fabularyzowanego zwiedzania miejskiego. Mimo to zdarza się wykorzystanie elementów zwiedzania fabularyzowanego w ofercie podmiotów związanych z turystyką miejską. Podczas ostatniej imprezy pt. „100-lecie Dzielnicy Zamkowej”, zorganizowanej przez

³ Por. na temat gnieźnieńskiego zwiedzania: Mikos von Rohrscheidt w opracowaniu („Klasyczne i nowe formy...”, 1.3.C).

Centrum Turystyki Kulturowej „Trakt” wprowadzone zostały elementy typowe dla nowoczesnego zwiedzania miejskiego. W rejonie Zamku Cesarskiego obecnych było kilku aktorów przebranych w stroje z epoki (odgrywali oni: cesarzową, ogrodnika, śpiewaczkę operową, chemika, łamacza szyfrów, baletnicę i rektora) a grupy dzieci z przewodnikiem ubranym w strój z epoki lub indywidualni turyści z pomocą mapki z zaznaczoną trasą mogli zwiedzać dzielnicę cesarską, spotykać aktorów, słuchać ich opowieści, odpowiadać na ich pytania i zbierać kawałki pocztówki, za które, po złożeniu wszystkich elementów otrzymywali drobną nagrodę. Była to jednak impreza zorganizowana w ramach pojedynczego eventu i niezwiązana z komercyjnym rynkiem. Natomiast w Poznaniu natknąć się można na inne rodzaje nowoczesnej turystyki miejskiej - gry miejskie⁴. Różnorodność wydarzeń historycznych i bogactwo materialnego dziedzictwa kulturowego, eksploatowanego przez gry miejskie realizowane w Poznaniu wykorzystać można nie tylko przy realizacji tej formy zwiedzania, ale także w zwiedzaniu fabularyzowanym. W celu zanalizowania poznańskiego rynku i określenia możliwości komercyjnego wdrożenia takiego rozwiązania przedstawiona zostanie poniżej analiza sytuacji rynkowej miasta Poznania.

3.1. Analiza sytuacji rynkowej miasta Poznania w kontekście produktu

3.1.1. Analiza makrootoczenia

Otoczenie prawne. Zasady działania na rynku usług turystycznych - w szczególności chodzi o rynek przewodników miejskich - regulowane są w szczególności poprzez Ustawę o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 roku, razem z późniejszymi poprawkami i rozporządzeniami aplikującymi, m. in. Rozporządzeniem Ministra Gospodarki z dnia 17.01.2006 w sprawie przewodników turystycznych i pilotów wycieczek. Zastosowanie w tej branży mają również przepisy Kodeksu Cywilnego z dnia 23 kwietnia 1964 roku, dotyczące w szczególności odpowiedzialności cywilnej osoby świadczącej usługę wobec świadczeniobiorcy, jak również regulacje w zakresie umów cywilnoprawnych dotyczących stosunku pracy między pracodawcą i pracownikiem oraz określające dozwolone formy prawne przedsiębiorstw. W kwestiach szczegółowych stosuje się także poszczególne przepisy z różnych ustaw, związane np. z opodatkowaniem.

Szczególnie istotne znaczenie mają przepisy szczegółowe wynikające z wymienionej powyżej Ustawy o usługach turystycznych, które kwalifikują rynek przewodnictwa miejskiego jako zawód regulowany. Ustawa wymienia miasta oraz rejony, na które nadawane są poszczególne uprawnienia; w tym przypadku jest to obszar miasta Poznania razem z kilkoma najbliższymi miejscowościami (szczególnie chodzi tu o obiekty w miejscowościach Kórnik, Rogalin, Puszczykowo, Szreniawa, Swarzędz). Wymienione są również warunki konieczne do otrzymania uprawnień, wydawanych przez marszałka województwa. Należy mianowicie odbyć szkolenie we właściwym ośrodku, potwierdzone certyfikatem, zdać egzamin przed komisją powoływaną przez Departament Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego, wnieść opłatę, dostarczyć stosowne zaświadczenie z zakładu medycyny pracy o zdolności do wykonywania zawodu oraz wypełnić wskazane formularze.

Poziom regulacji i wymagań może stanowić pewną barierę wejścia - by móc być przewodnikiem i oprowadzać grupy turystów należy zdać egzamin przewodnicki. To wymaga nabycia pewnej wiedzy i z kolei pociąga za sobą znaczny nakład czasu - około pół roku. Jednocześnie konieczność posiadania uprawnień wymagana jest dopiero od momentu

⁴ Szerzej na ten temat: M. Piasta „Wybrane działania miasta...” podrozdział 2.9.

oprowadzania grupy osób większej niż 10 osób. Analizując otoczenie prawne nie należy zapomnieć o nastrojach prawnych i kierunku zmian trendów w regulacji prawa oraz kontrolowania stosowania tego prawa. Mianowicie środowisko przewodnickie wywiera nacisk na zaostrzenie kar dla osób oprowadzających turystów, a nie posiadających uprawnień oraz do zintensyfikowania kontroli tych uprawnień, by wyeliminować „dzikich” przewodników. Taki kierunek przybierały zmiany prawne w ostatnich latach. Z punktu widzenia dowolnego przedsiębiorstwa z branży turystycznej takie otoczenie prawne jest dla niego sprzyjające, zaś spodziewane zmiany regulacji i związana z nimi stopniowa eliminacja nieuprawnionych przewodników również powinny wpłynąć korzystnie na jego sytuację - zmniejszenie konkurencji lub zwiększenie barier wejścia oraz możliwość zwiększenia udziału w rynku usług turystycznych (zorganizowane grupy turystyczne, nie mogąc korzystać z oprowadzania „na dziko” zmuszone będą do zwrócenia się do uprawnionych firm/przewodników, co można wykorzystać).

Otoczenie ekonomiczne. Czynnikiem mającym największy wpływ na to otoczenie jest bezsprzecznie poziom dochodu na osobę. Im wyższy poziom środków, które pozostają do dyspozycji konsumenta, tym większa jego skłonność do cenięcia swojego czasu wolnego i przeznaczania swych pieniędzy na usługi, które będą w stanie ten czas w satysfakcjonujący sposób zapłacić. Omawiany typ usługi należy do rodzaju usług turystyki nowoczesnej (zasada 3xE - entertainment, excitement, education), która znakomicie wpisuje się w ten trend ekonomiczno-społeczny.

Kolejnym czynnikiem jest wzrost cen (inflacja). Stopniowy wzrost cen powoduje spadek realnego dochodu klienta, który zmuszony jest rezygnować z części zaplanowanych wydatków. W niekorzystnym przypadku takim wydatkiem, z którego konsument zrezygnuje, będzie produkt danej firmy. Szczególne znaczenie dla określenia siły wpływu tego czynnika ma porównanie go ze wzrostem dochodu. Otrzymamy wtedy miernik realnego dochodu, który pomoże określić realne zmiany dochodu potencjalnego klienta, a co za tym idzie - będzie można ustalić wpływ i kierunek wpływu otoczenia ekonomicznego na dane przedsiębiorstwo. Dodatkowo inflacja ma znaczny wpływ na poziom stóp procentowych, a tym samym na potencjał inwestycyjny danego przedsiębiorstwa, który może być determinowany poprzez warunki kredytów bankowych. Warunki kredytów natomiast w dużym stopniu uzależnione są od inflacji, czyli poziomu cen, który wpływa na oprocentowanie kredytów. Reasumując - wzrost poziomu cen powoduje wzrost oprocentowania kredytów, a to może ograniczyć inwestycje i rozwój przedsiębiorstwa, zaś w przypadku pesymistycznego scenariusza nawet uniemożliwić osiągnięcie oczekiwanego poziomu zysków.

Ryc. 1. Przeciętne wynagrodzenie w Polsce w latach 2005-2010



Źródło: Bankier.pl 2010 (1):

Ryc. 2. Inflacja roczna w Polsce w latach 2005-2010



Źródło: Bankier.pl 2010 (2)

Powyższe dwa wykresy prezentują zmiany obu czynników w ciągu ostatnich 5 lat. Z wykresów można odczytać, że przez ostatnie lata, po tym jak Polska weszła już do Unii Europejskiej, dochody przeciętnego Polaka rosły szybciej niż inflacja. Początkowo wzrastały dynamicznie zarówno dochody, jak i inflacja, po 2008 roku inflacja zaczęła maleć, zaś tendencja wzrostu dochodów była stała, co oznacza, że realne możliwości nabywcze Polaków zwiększyły się. Jest to oczywiście trend korzystny dla firm oferujących usługi turystyczne, ma on bowiem wpływ na zwiększenie ilości osób mogących pozwolić sobie na tego typu usługę. Wzrost siły nabywczej potencjalnych klientów pozwala także na ustalenie cen na wyższym poziomie. Należy również uwzględnić występowanie kryzysu gospodarczego, który dotknął szczególnie kraje zachodnie - może to spowodować zmniejszenie liczby turystów zagranicznych, którzy również mogliby stać się ważną grupą docelową omawianego produktu. Nie można zapominać także o możliwości pogłębienia się tego kryzysu lub o ewentualności wystąpienia jego skutków w Polsce, co mogłoby skutkować zmniejszeniem dochodu ludności, jak i zmniejszeniem konsumpcji: następstwem tego byłby spadek popytu na ten produkt. W tej sytuacji należy uznać dane otoczenie za szczególnie słabo przewidywalne, a jednocześnie posiadające duże znaczenie dla danej firmy.

Otoczenie społeczne. Najważniejszymi czynnikami otoczenia społecznego są z pewnością **moda** oraz postępująca **zmiana stylu życia ludzi**. Pewien wpływ może mieć również **globalizacja** i **zwiększona mobilność ludzi**. Jak to już wspomniano, w związku ze wzrostem dobrobytu ludzi zmienia się ich sposób życia. Zwiększa się popyt na usługi, dobra luksusowe - w tym te zapewniające oryginalną rozrywkę. Jednocześnie w przedsiębiorstwach modne stają się metody integrowania personelu oraz pozapłacowego motywowania - wycieczka obejmująca zwiedzanie fabularyzowane mogłaby znakomicie spełniać taką właśnie funkcję. Ponadto modne staje się korzystanie z życia i spędzanie czasu w sposób niestandardowy i nieszablonowy. Turystyka z elementami fabularyzacji idealnie spełnia takie oczekiwania.

Także w tym kontekście nie należy zapominać o **turystach zagranicznych**. Fabularyzowane oprowadzanie po mieście byłoby nie tylko znakomitą jego reklamą, ale również innowacyjną formą spędzenia wolnego czasu. Swoboda przemieszczania się ludzi oraz rozwój środków komunikacji pozwalają także na zwiększenie potencjalnej grupy odbiorców. Tu pojawia się jednak nader istotna bariera językowa, mogąca skutkować wieloma problemami. Mianowicie przewodnik oprowadzający zagranicznych turystów musi znać język obcy w stopniu wystarczającym do przekazania turystom nie tylko podstawowych informacji,

ale i anegdot. Dodatkowo, niektórych wykorzystywanych w danym scenariuszu zwrotów lub idiomów o kluczowym nieraz znaczeniu przewodnik nie będzie w stanie w ogóle przekazać w ich pierwotnym wydźwięku. Także ewentualnie konieczna archaizacja języka w zwiedzaniach historycznych może stanowić znaczny problem⁵. Efektem może być zmniejszenie wartości przekazywanych wiadomości, ich atrakcyjności (jako jednej z podstawowych form fabularyzacji) lub nawet utrata wiarygodności fabuły i jej realizacji w oczach turysty.

Ogólna ocena otoczenia społecznego oraz trendu zmian zachodzących w tym otoczeniu sugeruje korzystny wpływ na dane przedsiębiorstwo. Z pewnością popyt na usługi turystyczne tego typu będzie w przyszłych latach wzrastał.

Otoczenie technologiczne. Wspomniane wcześniej zmiany technologiczne ułatwiające komunikację i przemieszczanie się ludzi nie wyczerpują wpływu otoczenia technologicznego na dane przedsiębiorstwo. Oczywiście na ten produkt z racji charakterystycznych cech usługi nie będą tak silnie i bezpośrednio oddziaływać zmiany technologiczne. Jednak wpływ pośredni będzie istniał, np. poprzez możliwość używania urządzeń wysokiej technologii (komunikatory, filmy 3D i 5D, hologramy itp.), które być może zostaną zastosowane w zwiedzaniach fabularyzowanych (a zwłaszcza w ich rozbudowanych wersjach) w najbliższej przyszłości. Otoczenie technologiczne i zmiany w nim zachodzące należy ocenić jako korzystne z punktu widzenia analizowanego przedsięwzięcia.

3.2. Analiza grupy potencjalnych nabywców

Grupy docelowe:

Zostały one wyodrębnione na podstawie następujących kryteriów: wieku, budżetu, celu uczestnictwa i potencjalnego zainteresowania. Są to następujące segmenty: młodzież szkolna, uczestnicy krajowych wycieczek grupowych, uczestnicy wycieczek biznesowych i turyści zagraniczni.

Młodzież szkolna to osoby w wieku od 12 do 18 lat, posiadające zróżnicowany budżet - od wysokiego kieszonkowego do jego braku, z globalną tendencją do zwiększania w miarę bogacenia się społeczeństwa. Głównym celem uczestnictwa w zwiedzaniu fabularyzowanym byłaby nauka. Może ono być traktowane jako alternatywna forma zajęć szkolnych, która swoją odmiennością miałaby sprzyjać lepszemu i pełniejszemu przyswojeniu przez uczniów wiedzy historycznej poprzez rozrywkę. Potencjalne zainteresowanie byłoby zapewne zróżnicowane. W tej grupie znaleźliby się zarówno uczniowie zmuszeni do uczestnictwa w takich zajęciach ze strony uczącego - nie mający przez to wielkiego zainteresowania i motywacji - ale i osoby żywo zainteresowane, które aktywnie brałyby udział we współtworzeniu ostatecznej formy naszego produktu. Warto zauważyć, że - uwzględniając funkcjonowanie regionalistycznych aspektów edukacji szkolnej - w przypadku tej grupy wiekowej można przyjąć, iż znaczny odsetek potencjalnych uczestników zwiedzania stanowiliby młodzi mieszkańcy samego miasta i okolic lub szerzej - Wielkopolski, dla której miasto stanowi centrum historyczne i kulturalne. W odniesieniu do młodych poznaniaków i mieszkańców powiatu poznańskiego nie do końca prawidłowe jest stosowanie określeń „turyści” i odpowiednio „oferta turystyczna”, jako że nie opuszczają oni swojego miejsca codziennego zamieszkania w celu podjęcia takiego zwiedzania⁶.

⁵ Por. Mikos v. Rohrscheidt, „Klasyczne i nowoczesne...”, artykuł w tym zbiorze, podrozdział 1.3.C.

⁶ Tymczasem takie podstawowe kryterium stosuje powszechnie uznawana definicja UNWTO dla określenia pojęć turystyki i turysty.

Zorganizowane grupy krajowe złożone są z osób w różnym wieku i o różnej relacji wzajemnej: mogą to być zarówno najliczniejsze aktualnie grupy zorganizowane przez biura turystyczne, jak i pojawiające się ostatnio liczniej grupy złożone ze znajomych lub nawet większe grupy rodzinne, odbywające swoje spotkania w formie wspólnego wyjazdu lub korzystające ze zwiedzania miasta przy okazji uroczystości rodzinnej, np. wesela). Ich budżet również jest zróżnicowany. Głównym celem takich grup byłaby rozrywka, przeżycie czegoś nowego i zaskakującego. Stąd można wnioskować, że grupy te złożone byłyby z osób zainteresowanych, zaciekawionych i chętnych do uczestnictwa w nietypowej wycieczce po mieście. Należałoby jednak zakładać, że postawa takich osób przeważnie byłaby postawą widza, który oczekuje atrakcji, zaś element interaktywności i związana z nim ewentualna konieczność aktywniejszego udziału uczestnika mogłyby być różnie odbierane.

Grupy biznesowe składają się generalnie z osób w wieku od około 24 do około 45-50 lat. Budżet takich grup, sponsorowanych przez firmy, jest z reguły relatywnie wysoki. Głównym celem zwiedzania byłaby dla nich rozrywka i integracja. Podobnie jak we wcześniejszych grupach poziom zainteresowania i zaangażowania się w wycieczkę zależałby od indywidualnych cech osobowościowych, jednak przy odpowiednim sposobie prowadzenia wycieczki grupa ta chyba najłatwiej i najszybciej zaangażowałaby się aktywnie, przyjmując wyznaczone przez przewodnika role.

Grupy zagraniczne składają się z osób w różnym wieku, jednak przeważają w nich osoby w wieku średnim i starsze. Ich budżet również należy określić jako relatywnie wysoki. Grupa taka uczestniczyłaby w tej formie rozrywki przeważnie z powodów rozrywkowych, ale niemniej ważną rolę odgrywałaby chęć pozyskania nowej wiedzy w niestandardowy sposób. W niektórych przypadkach (tematów z okresu ostatniego stulecia i grup etnicznych, np. Niemców lub przedstawicieli polskiej emigracji) pewną rolę mogłyby odgrywać także osobisty sentyment i aspekt retrospektywny (np. powrót do dawnych wydarzeń, miejsca urodzenia, dzieciństwa...). Jest to grupa szczególnie trudna do oceny, a także do oprowadzania w omawianej formie fabularyzowanej. Powodem tego są różnice językowe, kulturowe, ograniczenie wiedzy historycznej w stosunku do turystów krajowych, co wymaga szczególnie dokładnego opracowania scenariusza. Mogą pojawić się także ograniczenia związane z wiekiem czy różnice w pojmowaniu i odbieraniu jakości usługi, warunkowane poziomem życia w ich krajach pochodzenia (np. w Niemczech wysoka jakość usług jest powszechną normą). Szczególne zainteresowanie merytorycznymi aspektami i prawdziwością podawanych faktów wymuszają doskonałe przygotowanie i brak widocznych błędów w realizacji. Jednocześnie przy nawiązaniu dobrego kontaktu z grupą możliwe jest aktywne zaangażowanie zagranicznych turystów w scenariusz zwiedzania.

3.3. Analiza popytu

Pojemność rynku. Została obliczona dla całości rynku i dla poszczególnych segmentów. Prezentowane poniżej dane pochodzą z danych źródłowych GUS, z raportu wykorzystującego dane BORT PTTK oraz innych podmiotów, zbierających dane na temat przewodnictwa miejskiego w Poznaniu. Natomiast przekształcenie tych danych tak, by wiarygodnie służyły analizie popytu, polegało częściowo na analizie struktury danych z wymienionych źródeł, częściowo zaś na założeniach własnych (jak dokonany podział grupy studencko-uczniowskiej, czy założenie na temat odsetka ludności, mogącej być zainteresowaną zakupem omawianego produktu do całości ludności Poznania i aglomeracji). Inną kwestią jest również brak dostępności do najświeższych danych odnoszących się do wielkości ruchu turystycznego

i popytu na usługi przewodnickie, co skłania do ostrożności w ustalaniu wyników i ich analizie. Kolejnym ważnym założeniem jest przyjęcie procentowych udziałów poszczególnych firm z sektora usług przewodnickich. Uznano mianowicie, że poznańskie Biuro Obsługi Ruchu Turystycznego PTTK obsługuje 40%, Biuro KulTour.pl - 25%, Centrum Informacji Turystycznej (do niedawna CIM) - około 10-15%, zaś pozostałe 20-25% rynku przypada na pięć mniejszych firm i na pojedynczych przewodników⁷. Mimo to tak ustalone dane i wyniki powinny - jakkolwiek z względnie dużym przybliżeniem - w wystarczającym stopniu obrazować sytuację rynkową. Dokładniejsze wyniki możliwe byłyby do wyliczenia, gdyby analizowany produkt zwiedzania fabularyzowanego był już rzeczywiście dostępny i nie trzeba było sięgać do źródeł mówiących o produktach podobnych.

Pojemność całego rynku - liczba produktów, które możemy sprzedać na obszarze Poznania (rozumianych jako usługi dostarczone jednej osobie) - obliczona według metody ilościowej; ilość mieszkańców na obszarze Wielkopolski razy wskaźnik spożycia dobra na 1 mieszkańca na rok plus ilość przyjezdnych (nie-mieszkańców) razy wskaźnik spożycia dobra na 1 rok przez przyjezdnego (przy założeniu, że udział w takiej wycieczce bierze się najwyżej raz w roku bierze. Warto i tutaj zaznaczyć, że potencjalne szanse produktu są rozpatrywane nie tylko w odniesieniu do turystów, ale i samych mieszkańców miasta i okolicy. Na przykładzie wyżej wymienionych ośrodków, gdzie realizuje się tę formę zwiedzania można bowiem stwierdzić, że mogliby oni także być zainteresowani nawet wielokrotnym uczestnictwem w zwiedzaniu fabularyzowanym, oferowanym w różnych wersjach tematycznych.

Źródła danych:

- [Ludność. Stan i struktura... GUS 2010]
- dane z 31 grudnia 2007, Lucyna Nowak, Joanna Stańczyk, Agnieszka Znajewska: „Ludność. Stan i struktura w przekroju terytorialnym (Stan w dniu 31 XII 2007 r.)”. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny, 2008. ISSN 1734-6118. (pol.),
- [Q - Market Research 2004]

Dane:

- liczba mieszkańców aglomeracji poznańskiej - 855.000 (Poznań - 567.000, powiat poznański - 288.000),
- ludność województwa - 3.387.000,
- liczba turystów odwiedzających Poznań w roku - 1.700.000, w tym 800.000 to turyści zagraniczni, 900.000 turyści krajowi.
- powód przyjazdu: 38% sprawy służbowe, 33% rozrywka,
- regularność odwiedzin: turyści krajowi: 75% regularne odwiedziny, turyści zagraniczni: 39%,

Pojemność rynku - metodyka obliczeń:

liczba wszystkich mieszkańców aglomeracji Poznania (855.000) razy wskaźnik zainteresowania (założenie: 0,75) plus turyści krajowi i zagraniczni (1.700.000) razy wskaźnik % przyjeżdżających dla rozrywki (33%) + biznesowa grupa turystów (38%) plus grupa turystów pozostałych (9%) = $855.000 \times 0,75 + 1.700.000 \times 0,80 [0,33+0,38+0,09] = \underline{1.959.000}$ (pojemność całego rynku obszaru wielkopolskiego licząc przyjezdnych) - liczba pojedynczych uczestnictw w wycieczce fabularyzowanej, które mogą być sprzedane na rynku miasta Poznania. Całkowita liczba ludności = ludność Poznania ogółem + turyści ogółem = **2.555.000**, potencjalna pojemność rynku to ok. 76,67% całości populacji.

⁷ Ustalenie własne za rok 2009 na podstawie telefonicznych wywiadów w biurach oraz rozmów z przewodnikami

Pojemność poszczególnych segmentów:

- **młodzież szkolna (wiek 12-18)**, liczba uczniów = pojemność segmentu w Wielkopolsce - **273039** (GUS, dane z 21.11.2010 r.). Rzeczywista ilość wycieczek szkolnych (raport opierający się na danych z PTTK; liczba grup turystów krajowych 350, razy średnia liczba osób w grupie: 20. Z tej liczby osób 14% to uczniowie, zatem $350 \times 20 = 7000$ z kolei $7000 \times 0,14 = 980$ to ilość uczniów obsługiwanych przez PTTK w Poznaniu. Przyjmując, że liczba uczniów obsługiwanych przez PTTK to 40% całości rynku usług przewodnickich w odniesieniu do tej grupy w Poznaniu: $980 \times 2,5 = 2450$.
- **zorganizowane grupy krajowe** zwiedzające Poznań- ilość jest trudna do oszacowania w wyniku faktu, że do krajowych grup zorganizowanych PTTK wlicza szkolne grupy z Poznania. Biuro to obsłużyło 350 grup krajowych (pomniejszone o liczbę grup biznesowych (21) razy średnia liczebność grupy (20 osób) plus liczba turystów w grupach zorganizowanych poza PTTK (jeśli PTTK to 40% całości, a liczba grup PTTK w j. polskim to 350). Przy przeciętnej liczebności zorganizowanych wycieczek daje to około 16500 osób. Odjawszy grupę uczniów (ok. 14%) przybliżona liczba uczestników zorganizowanego zwiedzania miasta z przewodnikami to **14.050** osób.
- **grupa potencjalnych klientów krajowych**, którym można byłoby zorganizować zwiedzanie fabularyzowane - (turyści krajowi razy odsetek przyjeżdżających dla rozrywki) $900000 \times 33\% = 297000$, plus mieszkańcy Poznania (założenie: 50%): 283500, razem: 580 000 osób. Odjawszy od tej liczby potencjalnych uczestników wycieczek szkolnych z samego Poznania i okolic (liczba uczniów na tym terenie) - czyli 69.000 - otrzymujemy liczbę **511.500** osób,
- **grupa biznesowa**: $1.700.000$ turystów razy $0,38 = 646.000$ przyjeżdżających w sprawach biznesowych. W wykazie BORT PTTK na tę grupę przypadało 67 grup (czyli 7,6% ogółu grup). Przy założeniu średniej liczebności grupy (20) daje to 1340 osób. Jeśli przyjąć, że PTTK obsłużyło 40% całości turystów z tej grupy, ilość zainteresowanych zwiedzaniem miasta z przewodnikiem wynosi w niej około **3350** osób,
- **grupa turystów zagranicznych nie-biznesowych**. Jeśli biznesowa grupa zagraniczna to 38% ogółu turystów z zagranicy, to pozostali stanowią $800.000 \times 0,62 = 496.000$. PTTK obsłużyło 480 grup zagranicznych turystów nie-biznesowych. Zakładając średnią liczbę osób w grupie (20 osób) daje to 9600 osób. Przy założeniu udziału BORT PTTK w tym rynku należy (40%) pomnożyć tę liczbę przez 2,5, co daje **24.000**.

Chłonność rynku. Mierzona wskaźnikiem zaspokojenia popytu = podaż istniejąca/popyt (pojemność) **całego rynku**: $\text{podaż cała} / \text{pojemność cała} = 43850 / 1959000 = 0,0224$ (**2,2384%**); chłonność segmentów; szkolny = 0,0090 (0,8973%); krajowych grup zorganizowanych niebiznesowych = 0,0274 (2,7468%); biznesowy = 0,0052 (0,5186%); zagranicznych turystów = 0,048 (4,8387%).

3.4. Analiza podaży

Analiza konkurencji. Poziom lokalny - Biorąc pod uwagę podaż występującą na rynku lokalnym, jeśli chodzi o dany typ produktu konkurencja aktualnie nie istnieje. Najbliższe naszemu produktowi są tradycyjne wycieczki przewodnickie, które świadczy kilka firm (największe z nich to PTTK i KulTour.pl) oraz prywatni przewodnicy miejscy. W fazie początkowej można zatem zakładać brak istotnej konkurencji ze strony innych firm. Stan ten

może potrwać kilka lat do momentu wykształcenia się większego podmiotu związanego z przewodnictwem miejskim, będącego w stanie zarazem reagować na zmieniający się rynek. Z uwagi na fakt, że dotychczas takiej konkurencji nie ma, możliwe jest (podobnie jak to jest widoczne w sektorze gier miejskich) wystąpienie efektów monopolizacji oraz pierwszeństwa na rynku, które spowodują dodatkowe korzyści (powstanie barier wejścia, efekt rozpoznania, marki, tradycji, znajomości itp.).

Analizując aktualny poziom krajowy i zagraniczny oferty w dziedzinie zwiedzania fabularyzowanego, należy najpierw zastanowić się nad samym charakterem tego produktu. Jest on ściśle związany z miejscem, a pod względem prawnym: z obszarem uprawnień. To powoduje, że model zastosowany w Poznaniu - jego elementy merytoryczne - nie nadaje się do użycia na obszarze posiadającym inną specyfikę. Sam model, strukturę pomysłu na produkt, można przenieść na obszar innego miasta, wymaga to jednak wiedzy merytorycznej o danej miejscowości, co niekoniecznie jest łatwe z uwagi na występującą w wielu miejscach szczupłość źródeł. Stąd także niewielkie zagrożenie wejściem na lokalny rynek poznański konkurenta spoza miasta Poznania, a jednocześnie możliwość, by w przypadku pozytywnych efektów przedsiębiorstwa przekazać know-how na teren innych miast lub założyć filie prowadzone przez przewodników z tych miast.

Analiza wewnętrzna firmy - oferenta (pozycja, system dystrybucji, system zaopatrzenia).

Ustalenie pozycji danego przedsiębiorstwa wprowadzającego omawiany produkt na rynek zleżałoby od tego, czy byłaby to firma nowa czy też posiadająca już w rynku pewien udział. Posiadając już w swojej ofercie jeden z produktów rynku usług turystycznych, w tym szczególnie w zakresie przewodnickiej obsługi grup turystów miejskich, takie przedsiębiorstwo miałoby już zbudowany pewien system dystrybucji i zaopatrzenia. Nowy produkt w ofercie wymagałby tylko uzupełnienia lub rozszerzenia systemu zaopatrzenia i dystrybucji o elementy niezbędne do jego oferowania. Przykładowo dla systemu zaopatrzenia należałoby znaleźć przedsiębiorstwo oferujące wypożyczanie, wytworzenie lub pozyskanie z obcych źródeł kostiumów historycznych, zaś internetowy system dystrybucji należałoby rozszerzyć o nową pozycję. W dzisiejszych czasach najbardziej efektywne systemy dystrybucji wykorzystują Internet. Dla sprzedaży i współtworzenia oferty należałoby zatem stworzyć portal internetowy, dzięki któremu klient w łatwy i szybki sposób określiłby swoje potrzeby i wymagania.

3.5. Opis nowego produktu (potrzeby, innowacyjność, konkurencyjność)

Innowacyjna forma zwiedzania - interaktywna metoda poznawania miasta. Historia i kultura miasta będzie przedstawiana przez aktorów lub przewodników miejskich przebranych w stroje z epoki w formie wyreżyserowanych scen. Jest to atrakcyjna alternatywa dla tradycyjnych form zwiedzania, często odbieranych przez klientów jako mało interesujące.

Unikatowa rozrywka - znacznie różniąc się od tradycyjnych form spędzania wolnego czasu. W dobie nieograniczonego dostępu do Internetu, telewizji, kina i innych form rozrywki, wyzwaniem staje się stworzenie oferty zaspokajającej potrzeby wymagającego konsumenta. Zwiedzanie fabularyzowane jako zupełnie innowacyjna na polskim rynku forma rozrywki odpowiadałaby na potrzeby spragnionego „nowych doznań” klienta.

Pełniejszy przekaz informacji dotyczącej historii i kultury miasta. Odgrywanie scenek i przekazywanie informacji przez aktorów używających rekwizytów i strojów pozwoli na pełniejsze wyrażenie treści historycznych i kulturowych. Przykładowo wizualizacja historycznych zdarzeń w formie relacji pierwszoosobowej „bezpośredniego” obserwatora

dokładniej przedstawiłaby odbiorcy fakty historyczne i realia epoki, uruchomiła jego wyobraźnię i wzbudziła zainteresowanie.

Innowacyjność produktu - nowy produkt czerpiący z doświadczeń i różnych elementów - z teatru, turystyki kulturowej, eventowej, gier miejskich itd.

Konkurencyjność - brak bezpośredniej konkurencji. Podmiotami konkurującymi w szerokim znaczeniu są te, które także zapewniają rozrywkę - telewizja, gry komputerowe, kina, wycieczki z przewodnikiem. Wszystkie te „konkurencyjne” formy spędzania czasu nie są na tyle nowe, odmienne czy unikatowe, by wycieczki fabularyzowane nie mogły skutecznie z nimi konkurować.

Potrzeby klienta - potencjalny klient miejskiego przewodnictwa pragnie rozrywki. Szuka czegoś, czym mógłby się pochwalić, co będzie pamiętał i wspominał przez długi czas, a to właśnie daje mu wycieczka fabularyzowana. Dodatkowo dostarcza ona poczucia wspólnoty z grupą (wspólne wykonywanie zadań), wiedzy o tym, jak różni się życie w dzisiejszych czasach od dawnego (poczucie komfortu, satysfakcja) oraz elementu rywalizacji.

3.6. Organizacja oferty zwiedzania fabularyzowanego w Poznaniu

3.6.1. Analiza SWOT

Szanse i zagrożenia - związane z otoczeniem najsilniejsze trendy. Pozytywny wpływ mają: **moda** na nowe produkty, na spędzanie wolnego czasu na aktywnej rozrywce, **bogacenie się** społeczeństwa, które będzie stawać się coraz większym rynkiem kupującym taką usługę. Zwiększenie kar za oprowadzanie wycieczek bez pozwolenia (**regulacje prawne**) i zauważalna tendencja do egzekwowania ich również będą skutkowały zwiększeniem popytu. Kolejnym pozytywnym trendem jest **starzenie się społeczeństwa** - osoby starsze i bogatsze przestające już aktywnie pracować (za kilkanaście lat należy spodziewać się wytworzenia takiej grupy wśród polskich przedsiębiorców) będą miały więcej czasu na rozrywkę, której dotychczas sobie odmawiały. Ponadto wraz z rosnącą zamożnością społeczeństwa należy spodziewać się, że czas wolny będzie coraz bardziej ceniony, **ludzie będą woleli odpocząć** niż pracować i posiadając wystarczające środki będą mogli wybrać między innymi bardziej kosztowne formy rozrywki, jak podróż do miast ze zwiedzaniem fabularyzowanym. Istnieją także trendy mogące negatywnie wpłynąć na działanie omawianego przedsięwzięcia: do takich należy **kryzys**, który może negatywnie wpłynąć na poziom dochodów i wydatków ludzi, ponadto w obliczu zmian zachodzących na przestrzeni ostatnich 20 lat, biorąc pod uwagę rosnącą zamożność ludzi i szybkość z jaką zmieniają się mody i przyzwyczajenia ludzi, **szybkość zmian** preferencji może stanowić negatywny czynnik w przypadku nie dostosowywania się do nich.

Silne i słabe strony. Potencjalne atuty to elastyczność kadry, zespołu ludzkiego, dobre dopasowanie produktu (i poszczególnych ofert) do potrzeb dzisiejszego konsumenta, najprawdopodobniej niskie początkowe potrzeby kapitałowe na zakup najpotrzebniejszych zasobów, wysoka jakość produktu na tle podobnych, zaangażowanie personelu, innowacyjność i unikatowość rozwiązania. Słabą stroną jest przede wszystkim brak doświadczenia w tego typu przedsięwzięciu. Jest to produkt nowy, nikt zatem na lokalnym rynku nie posiada doświadczeń w zakresie takiej usługi, co może skutkować negatywnymi konsekwencjami podczas jej świadczenia. Jednak ta słaba strona po pewnym czasie zaniknie, a rosnące doświadczenie i renoma firmy stanie się kolejnym atutem oferty.

3.6.2. Koszty, zyski, przychody. Przy planowaniu przychodów, kosztów i zysków rozpatrywana będzie tylko standardowa wersja zwiedzania fabularyzowanego. Przedstawiona wersja rachunku zysków i strat została przeprowadzona w formie uproszczonej. Nie będą brane pod uwagę inne koszty prowadzenia działalności niż zakup stroju z epoki. Przy założeniu, że przedsięwzięcie zostałoby podjęte przez już istniejące przedsiębiorstwo, pozostałe koszty prowadzenia działalności także nie będą brane pod uwagę. Jednak można założyć, że gdyby takie wystąpiły, na przykład w przypadku nowego przedsiębiorstwa, byłyby one takie same w obu przypadkach: zwiedzania standardowego i wersji rozbudowanej. Także opracowanie scenariusza zwiedzania nie zostanie wliczone w koszty, jako że jest to zajęcie jednorazowe i można zlecić je pracownikom w ramach wykonywanego przez nich etatu (w większym biurze, jak BORT PTTK lub KulTour.pl) lub wykonać samemu, w przypadku przedsiębiorcy prowadzącego jednoosobową działalność gospodarczą.

Jedyną różnicą zachodzącą między zwiedzaniem klasycznym a fabularyzowanym w wersji standardowej, mającą każdorazowo znaczenie ekonomiczne, jest udział przewodnika w stroju historycznym. Przyjmując aktualnie podawaną średnią cenę zwiedzania z przewodnikiem w wersji klasycznej za 3 godziny w języku polskim (140 zł) i w języku obcym (270 zł)⁸, otrzymujemy przychody dla klasycznej wersji zwiedzania. Przyjmując koszt płacy przewodnika na poziomie 57% ceny usługi brutto⁹, otrzymujemy koszty wynajmu przewodnika na 3h w języku polskim - 80 zł, a w języku obcym - 154 zł. Zysk brutto za zwiedzanie w języku polskim wynosi zatem 60 zł, a w języku obcym: 116 zł. Po odliczeniu najpierw VAT od sumy brutto (32,20 zł dla zwiedzania w języku polskim i 62,10 w języku obcym), a następnie podatku dochodowego, który biuro zwyczajowo bierze na siebie (5,04 zł za zwiedzanie polskie i 9,72 zł za język obcy) - kwoty zysku netto wynoszą odpowiednio 22,96 zł dla zwiedzania w języku polskim i 44,28 zł dla zwiedzania w języku obcym.

Zakładając dwukrotne zwiększenie płacy przewodnika (zaokrąglając do pełnych złotych: 160 za zwiedzanie polskie i 308 za zwiedzanie obcojęzyczne) i dwukrotne zwiększenie ceny zwiedzania fabularyzowanego za 3 godziny standardowego zwiedzania fabularyzowanego w języku polskim otrzymalibyśmy zysk 120 zł, po odjęciu VAT (64,40 zł) wynoszący 55,60 złotych, a po odjęciu podatku dochodowego (10,01 zł) ostatecznie **44,20** złotych. Z kolei za 3 godziny standardowego zwiedzania fabularyzowanego w języku obcym (cena brutto 540 zł), po opłaceniu przewodnika (308 zł) otrzymalibyśmy zysk 232 zł, co po odjęciu VAT od sumy brutto (124,20 zł) oraz podatku dochodowego od pozostałego zysku (19,40 zł) dałoby ostatecznie zł **88,40** zł. Kwoty zysku brutto należy jeszcze obciążyć kosztem zakupu i użytkowania stroju historycznego. Raz kupiony strój historyczny służyć może przez dłuższy okres (dla uproszczenia założmy okres 1 roku). Koszt takiego stroju waha się od około 800 zł do kilku tysięcy złotych. Zależy to także od epoki historycznej, z której dany strój pochodzi. Przyjmijmy przeciętny koszt w wysokości 1600 zł za jeden mundur.

⁸ Średnia cena pięciu największych oferentów zwiedzania w Poznaniu z dnia 31.12.2010 (źródło: portale internetowe poszczególnych usługodawców [BORT PTTK 2010; KulTour.pl 2010; CIM 2010]).

⁹ Obliczenie dokonywane na podstawie rozliczeń z przewodnikami biur BORT PTTK oraz KulTour.pl.

Tab. 1 Zestawienie zysków i wydatków oferty oprowadzania klasycznego i fabularyzowanego dla Poznania

Elementy kosztorysu	Oprowadzanie klasyczne (3 godz. - ceny aktualne)		Zwiedzanie fabularyzowane (3 godz. - cena podwojona)	
	polski	obcy	polski	obcy
Język oprowadzania	polski	obcy	polski	obcy
Cena końcowa brutto	140	270	280	540
VAT	32,2	62,1	64,4	124,2
Cena netto (bez VAT)	107,8	207,9	215,6	415,8
Wynagrodzenie przewodnika brutto	80	154	160	308
Zysk do opodatkowania	27,8	53,9	55,6	107,8
Podatek dochodowy	5	9,7	10,01	19,4
Zysk biura	22,80	44,20	45,59	88,4

Założenia do obliczeń: Ceny usługi z 1.01.2011, VAT: 23%, wynagrodzenie przewodnika: 57% ceny brutto, podatek progresywny 18%

Z obliczeń przedstawionych w tabeli 1 wynika, że koszty zakupu munduru za 1600 zł, używanego przez rok zwrócą się i zwiedzanie zacznie przynosić przychody, jeśli ilość 3-godzinnych wycieczek w języku polskim w ciągu roku będzie nie mniejsza niż 36, zaś w języku obcym nie mniejsza niż 18 (lub na przykład 18 zwiedzań w języku polskim i 9 w języku obcym) plus ewentualne jednorazowe koszty czyszczenia munduru/stroju. Każde kolejne zwiedzanie fabularyzowane w języku polskim przynosiłoby zysk netto wysokości nieco ponad 44 zł za jedno oprowadzanie 3-godzinne i w języku obcym zysk netto w wysokości niemal 90 złotych za jedno 3-godzinne zwiedzanie. Nie jest to suma imponująca, ale w sytuacji uzyskanej przewagi konkurencyjnej w stosunku do innych oferentów zwiedzania - nie do pogardzenia. Oznacza bowiem podwojenie aktualnego zysku z oprowadzania po jednorocznej karencji. Przyjmując, że po roku koszty odnowy stroju historycznego (czyszczenie, reperacja, wymiana elementów) nie musiałyby wynieść tyle samo, ile koszty jego wytworzenia, a najwyżej jedną czwartą tej sumy (więc około 400 złotych), w kolejnym roku działania usługi poniesione na nią dodatkowe wydatki zwracałyby się już po 9 usługach w języku polskim lub 4-5 w języku obcym (czy np. odpowiednio: 2 i 5 usługach obu rodzajów), co oznacza istotny wzrost stopy zysku w skali roku.

3.6.3. Strategia obsługi rynku i zadania rynkowe (cele marketingowe, rynki docelowe, pozycjonowanie produktu, zadania rynkowe, budżet).

Rynkiem docelowym danej oferty byłby przeważnie obszar miasta Poznania i okolic. Spowodowane jest to silnym powiązaniem miejsca wykonywania usługi z samą usługą. Usługa, jaką jest zwiedzanie fabularyzowane, w swej najprostszej wersji - oprowadzania przez przewodnika w stroju historycznym - byłaby produktem skierowanym do szerokiego grona odbiorców. Natomiast rozbudowane wersje zwiedzania, obejmujące pokazy, inscenizacje, sceny wieloosobowe itd. powinny być prezentowane jako luksusowe oferty „z wyższej półki”. To zróżnicowanie w połączeniu z klasyczną ofertą zwiedzania powodowałoby problemy w promocji marketingowej, jak również przy powiązaniu danego produktu z marką przedsiębiorcy (produkt z wyższej półki oraz biuro kojarzone z szeroko dostępnymi,

standardowymi wycieczkami). Stąd wprowadzenie tego produktu do swojej oferty polecać można albo firmom o średniej i wysokiej renomie, albo przedsiębiorstwom zupełnie nowym. Głównym celem marketingowym, przynajmniej w początkowej fazie, byłoby zapoznanie społeczeństwa, a w szczególności grupy potencjalnych odbiorców z nowym rodzajem produktu (czyli dystrybucja informacji o istnieniu tej formy zwiedzania) oraz powiązanie go z marką przedsiębiorstwa. To działanie, w powiązaniu z rzetelnym poziomem jakości oferowanego produktu, pozwoliłoby osiągnąć odpowiednią renomę i rozpoznawalność marki samego produktu, co przełożyłoby się na poziom udziału w rynku. Budżet przeznaczony na promocję zależałby od wielu czynników. Z pewnością w przypadku niewielkiej walki konkurencyjnej nie zachodziłaby silna potrzeba promocji uwarunkowana konkurencją, służyłaby ona raczej tylko zaznajomieniu potencjalnych odbiorców z nowym produktem. Cel ten można oczywiście osiągnąć przy niewielkich nakładach (artykuły prasowe, współpraca z podmiotami władz lokalnych także zainteresowanymi promocją nowych produktów, udział w lokalnych wydarzeniach, świętach itp.).

4. Wykonawcze programy instrumentalne - problematyka zwiedzania fabularyzowanego, koncepcje zwiedzania fabularyzowanego dla miasta Poznania

Zwiedzanie fabularyzowane powinno być produktem mocno zindywidualizowanym, ukierunkowanym na aktualne zainteresowania i potrzeby potencjalnego klienta. Klient powinien mieć możliwość - poprzez Internet, ewentualnie telefonicznie - dobierania poszczególnych możliwych elementów, za każdym razem tworząc unikatową ofertę, określając czas i poszczególne kluczowe punkty zwiedzania.

Forma wycieczki - zawarta w dwóch możliwych koncepcjach - to albo liniowe zwiedzanie wzdłuż określonej trasy z narracją ciągłą, albo zwiedzanie punktowe - od jednego do kolejnego punktu kluczowego (np. budynku, pomnika...). Mając przy tym osobno opracowane poszczególne punkty trasy, drugorzędne znaczenie ma kwestia, czy zwiedzanie odbywa się „od końca” czy „od początku” trasy. Można także prowadzić grupę omijając poszczególne punkty. Mimo zindywidualizowania wyboru przez klienta, pozostawić należy jedną lub dwie wersje „standardowe” - czyli przygotowane, gotowe i opisane pokrótce trasy. Dzięki temu klient, gdyby nie chciał ustalać trasy szczególnie dokładnie lub nie miał na to czasu ani potrzebnej wiedzy, miałby gotowy produkt jako propozycję do nabycia.

Turystyczna grupa zorganizowana musi z reguły podczas zwiedzania pozostawać w całości. W zwiedzaniu fabularyzowanym może to powodować z jednej strony osłabienie motywacji turystów do aktywnego uczestnictwa (warunkowany fizyczną odległością od prowadzącego i będącymi jej skutkiem osłabieniem bodźców wizualnych i poczucia przeżycia) a także problem zbyt dużej liczby osób potrzebnych do wykonywania poszczególnych zadań w ramach rozszerzonej oferty. Z drugiej strony przy tej opcji potrzebnych jest mniej osób do zorganizowania zwiedzania. Między innymi z uwagi na jej niższe koszty dla odbiorcy jest to wersja odpowiednia raczej dla dzieci i szkolnych grup. Alternatywą jest podział uczestników na minimum dwie, ewentualnie trzy grupy. Wzrasta wówczas intensywność bodźca motywacyjnego, można także wykorzystać element rywalizacji między grupami. Z każdą z grup musi pracować jeden przewodnik (w stroju z epoki). Natomiast w bardziej rozbudowanych

wersjach zwiedzania dodatkowe pokazy, sceny i inscenizacje może odgrywać jeden aktor (jedna grupa aktorów) dla wszystkich grup, kolejno zjawiających się na jego stanowisku.

Tematyka zwiedzania fabularyzowanego związana jest z wydarzeniem, epoką, specjalistycznym zagadnieniem - lub pozostaje ogólna i dotyczy wówczas dziejów miasta. Rola uczestników może być albo pasywna (bierne słuchanie), ewentualnie zapytania, albo aktywna (odgrywanie ról, przebranie w kostiumy, wykonywanie zadań itp.). W zależności od tematu i scenariusza można włączyć do zwiedzania także element kulinarny - realizowany w kawiarence lub restauracji, w którym wykorzystuje się dania (przepisy i składniki), scenariusze posiłków lub nawet zachowania kulinarne (np. jedzenie z jednej miski) typowe dla danej epoki.

Pomijając występujące także w klasycznej wersji przewodnictwa miejskiego zmęczenie, znaczącym problemem podczas zwiedzania fabularyzowanego może być otoczenie, w którym odbywa się zwiedzanie. Kwestia nie dotyczy wyłącznie przypadków strojów czy tematów mogących być uznanymi za kontrowersyjne (na przykład strój rabina, strój pruskiego żołnierza) ale także problematyki historycznego ubioru w ogóle. Problemem może okazać się zachowanie niektórych osób postronnych w stosunku do przebranego przewodnika, w szczególności objawiające się zaczepkami, przeszkadzaniem lub innymi formami agresji. Z drugiej strony odzew mieszkańców może być również pozytywny, obrazujący całą gamę postaw od zdziwienia i rozbawienia do pozytywnego zainteresowania.

Innym istotnym aspektem jest współpraca organizatora zwiedzania i jego wykonawcy (przewodnika) z podmiotami w mieście. W przypadku organizowania zwiedzania fabularyzowanego w otwartej przestrzeni (np. na Cytadeli) nie istnieją przeszkody do oprowadzania z przewodnikiem w stroju historycznym czy też do ewentualnej realizacji poszerzonej wersji zwiedzania. Jednak w miejscach, w których istnieje znaczne natężenie ruchu lub w zamkniętych obiektach użyteczności publicznej (np. w muzeum, a zwłaszcza w świątyni), niezwykle ważną kwestią staje się współpraca z podmiotami zarządzającymi taką przestrzenią (np. z władzami miasta, zarządem dróg miejskich, administratorami obiektu). Opierając się na zniechęcających doświadczeniach spotkań z administracją dużych polskich miast, które są na co dzień udziałem zwykłych mieszkańców, stwierdzić należy, że problem ten z pewnością odegra pewną rolę w realizacji opisywanego przedsięwzięcia. Konieczna jest znajomość odpowiednich struktur i kompetencji urzędów, osób, regulaminów i procesów uzyskiwania pozwoleń oraz cierpliwość i sprawność w prezentowaniu swoich racji i korzyści płynących z funkcjonowania unikatowego produktu, wreszcie, i to po obu stronach - wola i umiejętność znajdowania płaszczyzn porozumienia. Z drugiej strony nigdzie nie istnieją regulacje prawne w kwestii ubioru przewodnika podczas oprowadzania turystów, stąd standardowa wersja zwiedzania fabularyzowanego nie powinna napotykać wielu przeszkód formalnych. Te pojawiać się mogą ewentualnie przy dołączaniu elementów interaktywnych oraz wzbogacaniu zwiedzania o elementy inscenizacji.

System motywacyjny dla uczestników. Aktywny udział w zwiedzaniu fabularyzowanym zwiększa nie tylko stopień satysfakcji jego uczestników, ale i pozytywnie wpływa na przyrost ich wiedzy o zwiedzanym mieście (aspekt edukacyjny zwiedzania). W przypadku rozszerzonej wersji zwiedzania fabularyzowanego motywację mogą zapewnić nagrody. Mogą być nimi bezpłatnie pozyskiwane materiały promocyjne (np. CTK Trakt, Urzędu Miejskiego, innych poznańskich instytucji i przedsiębiorstw). Za każde dobrze wykonane zadanie można przyznawać uczestnikom punkty - można je np. wręczać w formie monet z epoki, przy czym i one mogą realizować zadanie promocyjne (awers - logo danej firmy, rewers - promocja

ewentualnego sponsora). Moneta nabrałaby znaczenia jako miernik punktów, pamiątka, środek promocji. W końcowym efekcie uczestnik lub grupa, która zbierze więcej monet - wygrywa i otrzymuje nagrody (np. materiały promocyjne, drobne upominki - same monety mogą także być nagrodą i jednocześnie pamiątką). Przykładowa tematyka zadań: wiedza (ile piwa wypijano w XVI-wiecznym w Poznaniu „na głowę”, pytanie o fakty, miejsca i osoby z historii miasta, o przyczyny lub skutki jakiegoś wydarzenia), umiejętności plastyczne (np. narysowanie na kartce znaku Polski Walczącej, albo jednego z gmerków cechowych), językowe (dla gości zagranicznych, np. historyczne przysłowie), śpiewacze, rękodzielne, dotyczące zwyczajów, „złamanie” szyfru, rozwiązanie zagadki, złożenie hasła lub wiersza. Wszystkie te elementy byłyby bezpośrednio powiązane z wiedzą, którą turyści poznali podczas zwiedzania. Zadania mogą mieć charakter indywidualny lub grupowy.

Tab. 2. Przykładowa tematyka scenariuszy zwiedzania fabularyzowanego w Poznaniu

L p .	zakres tematyki	przykładowy temat zwiedzania	Rodzaj wycieczki	Miejsca i elementy realizacji (przykładowo)
1	Obcokrajowcy i innowiercy	obecność obcokrajowców w Poznaniu: Żydzi, Niemcy, w tym Bambrzy, kalwini, protestanci, żydzi	przekrojowa historyczna	Kościół Wszystkich Świętych., Dzielnica Żydowska, Pływalnia, Bamberka, Muz. Archeologiczne, kamienica Tepperów, Muzeum Bambrów, Dzielnica Cesarska (Zamek, Opera, Pl. Wolności, Arkadia),
2	praca organiczna	Najdłuższa wojna nowoczesnej Europy	epoka	Przedsiębiorczość H.Cegielski, Bazar, kultura, Biblioteka Raczyńskich, Teatr Polski
3	Aspekty militarne	Powstanie Wielkopolskie 1918/1919:- „Jedynе takie powstanie” Twierdza pruska	Wydarzenie Epoka	Przebieg, działania wojenne, komisariat policji, inne ważne miejsca, Ratajczak, dalsze regiony Wlkp(?) Cytadela, jeden z zachowanych fortów
4	Ludzie	XVI wieczni kupcy poznańscy Poznańscy lekarze	epoka przekrojowo: grupa zawodowa	Ratusz, kamieniczki Rynku, ulica Wielka, Waga Miejska, Muzeum Sztuk Użytkowych Stary Rynek, Muzeum Farmacji, ul. Podgórna
5	Przełomowe wydarzenia	Poznański Czerwiec 1956 Chrzest Polski 866	Wydarzenie Wydarzenie	Plac Mickiewicza, ZNTK, HCP, Wilda, Muzeum Czerwca 1956, elementy „robotnicze” Ostrów Tumski, w tym podziemia Katedry
6	Baśnie i legendy	Baśnie i legendy Poznania	specjalistyczna*ogólna * wydarzenie	Legendy („Koziołki”, „król kruków”, Przemysł i Ludgarda, inne), zwyczaje (Rogale Marcińskie), gwara,

Źródło: opracowanie własne

Możliwym problemem w wersji interaktywnej zwiedzania może być zgoda turystów (lub niektórych uczestników grupy) na przejęcie roli, warunkowana przez naturalną psychologiczną barierę nieśmiałości lub wstydu. Dla przezwyciężenia tego konieczne jest posiadanie przez personel przewodnicki wysokiego stopnia komunikatywności oraz znacznego poziomu empatii. Można go uzyskać przez przeprowadzenie jednorazowego szkolenia dla przewodników z udziałem psychologa i/lub doświadczonych uczestników podobnych projektów,

np. aktorów teatrów ulicznych. Liczba zadań w zwiedzaniu interaktywnym powinna być przynajmniej równa liczbie uczestników - każdy powinien wziąć w nim czynny udział, aby w ramach fabularyzacji naprawdę przeżyć „przygodę”. Wynika z tego konieczność zróżnicowania zadań - tak, aby każdy mógł się wykazać, a jednocześnie zważanie na to, by osoby mniej śmiałe nie otrzymały zadań zbyt skomplikowanych - może to wymagać wcześniejszej konsultacji z opiekunem lub kierownikiem grupy. Problemy mogą także wystąpić przy zadaniach przeznaczonych dla grupy, gdy jeden z uczestników „zawali” całe zadanie lub będzie sabotował swoją część. Jak widać, zwiedzanie fabularyzowane, jeśli ma odnieść sukces w oczach uczestników i pozostać w ich pamięci jako udana, wyjątkowa impreza, wymaga zarówno opisanego powyżej szeregu działań w ramach przygotowania dalszego, jak i specyficznie uwarunkowanego typem scenariusza oraz rodzajem grupy przygotowania bezpośredniego, wreszcie stałego monitoringu realizacji ze strony prowadzącego.

Zakończenie:

Z badań potencjału turystyczno-kulturowego Poznania a także z przeprowadzonej przez autora analizy możliwości zorganizowania zwiedzania fabularyzowanego i jego opłacalności wynika, że taka oferta w mieście może mieć szanse powodzenia, a jej realizacja przyczyni się do urozmaicenia jego oferty dla turystów, wprowadzając na lokalny rynek produkt nowy, stosunkowo rzadki na polskim rynku i stanowiący ciekawą alternatywę dla aktualnie oferowanych form zwiedzania.

Wskazane w niniejszym opracowaniu wątki tematyczne - w tym zaproponowana w tabeli 2 lista scenariuszy dla takiego zwiedzania - w żadnej mierze nie wyczerpują potencjalnych możliwości wyboru atrakcyjnych tematów dla zwiedzania fabularyzowanego w Poznaniu. Można ją znacznie wzbogacić w oparciu o potwierdzone historycznie wydarzenia z dziejów miasta, liczne podania i legendy, fikcyjne fabuły literackie oraz pisemne świadectwa i materialne atrakcje miasta, a nawet o niektóre jego ekspozycje muzealne. W tym kontekście potencjalnym zbiorem pomysłów na fabuły zwiedzania mogą być zarówno opracowania historyczne, jak poszczególne tomy Kroniki Miasta Poznania, monografie odnoszące się do pojedynczych tematów lub wydarzeń, publikacje z zakresu literatury pięknej, zbiory legend i inne. Z kolei jako swoiste bazy danych na temat poszczególnych stacji zwiedzania mogą posłużyć zestawienia potencjału turystyczno-kulturowego miasta w odniesieniu do poszczególnych form turystyki kulturowej, zamieszczone w niniejszej publikacji.

Bibliografia:

- Alejziak W., 2000, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Wyd. Albis, Kraków, str. 213.
- Mikos von Rohrscheidt, 2010, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy.*, Wyd. KulTour.pl, Poznań, str. 116.
- Ludność. Stan i struktura w przekroju terytorialnym (Stan w dniu 31 XII 2009 r.), GUS, Warszawa: Główny Urząd Statystyczny, 2010-06, s. 45n., dostęp: 10 października 2010
- Nowak L., Stańczyk J., Znajewska A. (opr.), 2008, *Ludność. Stan i struktura w przekroju terytorialnym (Stan w dniu 31 XII 2007r.), dane z 31 grudnia 2007*, Warszawa, Wyd. Główny Urząd Statystyczny

Wykorzystane oficjalne portale internetowe:

Bankier.pl 2010 - Polski portal finansowy (dostęp: 14.12.2010)

Wynagrodzenia przeciętne

(www.bankier.pl/inwestowanie/notowania/macro/profil.html?id=112)

Inflacja roczna w Polsce (www.bankier.pl/inwestowanie/notowania/macro/profil.html?id=3)

BORT PTTK Poznań - portal biura obsługi ruchu turystycznego w Poznaniu (www.bort.pl),

(dostęp: 22.12.2010)

CIM Poznań 2010, cennik usług: (dostęp: 23. 12.2010)

www.poznan.pl/mim/public/cim/pages.html?co=list&id=18597&ch=18599&instance=1017&lang=pl,

Copernicana 2010 - portal internetowy firmy (www.copernicana.pl/oferta/odwiedz-torun),

dostęp: 4.12.2010

Ecotravel 2010 - portal przedsiębiorstwa

(www.ecotravel.pl/oferta,1853512,polska,kulka,osrodek-kolonijny-kulka-warmia-i-mazury-kulka,gwiezdne-wojny-zostan-mistrzem-jedi.html) (dostęp: 4.12.2010)

Fabricum 2010 - oficjalny portal grupy: (www.fabricum.pl/index_pol.html) (dostęp: 4.12.2010)

Freha 2010 - forum rekreacji historycznych (www.freha.pl/lofiversion/index.php?t20539.html)

(dostęp: 4.12.2010)

Freiburg kultour - portal biura obsługi turystów we Freiburgu im. Breisgau [www.freiburg-](http://www.freiburg-kultour.com/gruppen_angebote_detail.asp?newsID=233&lang=en)

[kultour.com/gruppen_angebote_detail.asp?newsID=233&lang=en](http://www.freiburg-kultour.com/gruppen_angebote_detail.asp?newsID=233&lang=en), (dostęp 4.12.2010).

KulTour.pl 2010 - portal internetowy biura (www.kultour.pl) (dostęp: 22.12.2010)

Q - Market Research 2004, wyniki badań: raport z 11.2004 (dostęp: 17.11 2010)

www.poznan.pl/mim/public/s8a/news.html?co=print&id=4142&instance=1010&lang=pl&parent=0

Visite.pl 2010, portal internetowy biura: (www.visite.pl), (dostęp: 4.12.2010)

Wilczy Trop 2010 - program fabularyzowanej imprezy historycznej:

www.sojuszgroduhorodna.pl/wilczy_trop/index.php (dostęp: 4.12.2010)

Zamek 2010 - oferta stała zamieszczona w portalu internetowym Zamku w Ogródzieńcu:

www.zamek-ogrodzieniec.pl/kategorie/duchy (dostęp: 4.12.2010)

Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego

CZĘŚĆ III

Każdemu - jego Poznań czyli: "obcy" i przewodnicy

Niniejsza część publikacji została opracowana przez doświadczonych poznańskich przewodników, obsługujących wyłącznie lub przede wszystkim turystów z danego obszaru językowego lub/i kulturowego. Do poszczególnych tekstów zostały włączone dane dotyczące profilu grup odwiedzających Poznań i ich najważniejszych cech, ważnych z punktu widzenia usługi przewodnickiej. Zostały one uzyskane za pośrednictwem ankiety przeprowadzonej specjalnie na potrzeby tej publikacji wśród poznańskich przewodników miejskich, pracujących dla różnych zleceniodawców albo świadczących swoje usługi samodzielnie. Kwestionariusz ankiety opracował redaktor niniejszego zbioru. Jej zakres obejmował m. in. pytania o ilość obsługiwanych grup w roku 2009 i 2010 z podziałem na język obsługi, profil prowadzonych grup, główny cel ich wycieczek, przeciętną długość trwania usługi, najczęściej zwiedzane miejsca i obiekty, miesiące roku z największą i najmniejszą liczbą zleceń, pytania najczęściej zadawane przez turystów w trakcie oprowadzania. Ankieta została zrealizowana przy współpracy Stowarzyszenia Pilotów i Przewodników Turystyki Kulturowej, Biura KulTour.pl oraz Centrum Informacji Turystycznej w Poznaniu w okresie od grudnia 2010 do lutego 2011. Odpowiedzi udzieliło 5 podmiotów oferujących usługi przewodnickie oraz 61 osób, które w sumie w latach 2009 i 2010 zrealizowały 1839 zleceń na usługi przewodnickie po Poznaniu. Dane z ankiety zebrał i zestawiał A. Mikos v. Rohrscheidt. W tekście poszczególnych opracowań jako źródło danych podano: [Ankieta 2011].

Obiekty preferowane w zwiedzaniu przez poszczególne grupy turystów lub najczęściej wybierane przez oprowadzających je przewodników zostały także uwzględnione w zestawieniu zwiedzania, proponowanych dla odnośnych grup językowych i zamieszczone na opracowanych do nich mapach, których autorem jest O. Artyshuk.

Polskie grupy turystyczne w Poznaniu

1. Profil typowego turysty polskiego spotykanego w Poznaniu.

Chcąc precyzyjnie scharakteryzować polskich turystów odwiedzających Poznań należy - podążając od ogółu do szczegółu - wyróżnić podstawowe ich grupy. Pierwszy, fundamentalny podział musi rozróżnić tych, którzy przyjeżdżają do Poznania z zamiarem zapoznania się z dziedzictwem kulturowym lub wzięcia udziału w kulturowej ofercie miasta (a zatem turystów miejskich - w całej ich różnorodności) od tych, którzy poznają je niejako „przy okazji”, przebywając w wielkopolskiej metropolii z całkiem innych pobudek. W związku z powyższym, oraz z tematyką niniejszego zbioru, z dalszych rozważań wykluczyć możemy turystów i odwiedzających biznesowych. Pomimo, że z reguły zapoznają się oni w jakimś stopniu z tutejszą ofertą kulturalną, to znajduje się ona na marginesie ich zainteresowań oraz programu pobytu, przez co nie wpisują się w profil turysty kulturowego nawet w jego najszerszym rozumieniu. Podążając dalej można wyodrębnić kolejne podgrupy już z grona osób, których powód przyjazdu związany jest ze świadomym wyborem tego, a nie innego miejsca i tej, a nie innej oferty turystycznej. Nie ulega wątpliwości, że ilościowo najliczniejszą grupą, wytwarzającą popyt na usługi przewodnictwa miejskiego, oferowane w Poznaniu w języku polskim, są grupy szkolne. W dalszej kolejności są to osoby dorosłe w grupach zorganizowanych, zwiedzające miasto w ramach ogólnego programu wycieczki do Poznania, po Szlaku Piastowskim albo tranzytowo (jadąc np. do Berlina), a następnie grupy polonijne i hobbystyczne (ryc. 1). Te cztery grupy zostaną poddane bliższej analizie. Każdą z osobna można podzielić na zainteresowane historią i dziedzictwem Poznania jako motywem centralnym (dla których priorytetowy jest właśnie ten punkt programu) lub jako jednym z liczniejszych elementów ich wyprawy - dla których jest on tylko częścią dłuższego i szerszej zakrojonego programu, lub uzupełnieniem pobytu w teatrze, kinie, czy w centrum handlowym. Dokonanie takiego podziału nie neguje oczywiście obecności w mieście także innych grup turystów (m.in. pielgrzymkowych, studyjnych, osób niepełnosprawnych), które jednak z powodu ich niewielkiej liczby, nie będą tutaj dalej brane pod uwagę. Należy także zaznaczyć, że coraz wyraźniej - szczególnie w trakcie wysokiego sezonu - widoczna jest obecność grup utworzonych z turystów indywidualnych przez Centrum Informacji Turystycznej, w ramach organizowanych „Przechadzek po mieście”. Ze względu na średni wiek uczestników korzystających z tego typu ofert oraz fakt ich włączenia się do proponowanego grupowego programu, możemy przyporządkować ich do kategorii dorosłych zorganizowanych turystów miejskich - opisywanej w dalszej kolejności.

Ryc. 1. Polscy turyści w Poznaniu - podział



Opr. P. Buryan
na podstawie
wyników konsultacji
w środowisku
przewodników

Poza powyższym podziałem istnieje kilka faktów ogólnych, wymagających przytoczenia w tym miejscu. Nie ulega wątpliwości, że wśród odwiedzających miasto większe zainteresowanie historyczną substancją miejską wykazują generalnie osoby pochodzące z uboższych części kraju. Dla nich widok Fary, Zamku Cesarskiego czy Ratusza jest niepowtarzalny i dużo bardziej fascynujący, niż dla osób zamożniejszych, które bywając w innych częściach Polski, Europy, czy nawet świata, zetknęły się już z miejscami i zabytkami podobnej klasy i o zdecydowanie większej skali popularności. Przewodnicy zauważają także pewną prawidłowość, że grupy, które pokonują znaczne odległości, aby zwiedzić Poznań, są miastem i jego zwiedzaniem dużo bardziej zainteresowane niż te, które przyjechały z pobliskich powiatów. Tym, co wyraźnie obniża poziom percepcji jest znudzenie danym miejscem. W takiej sytuacji od przewodnika zależy, czy wykaże się oryginalnością i jakby na nowo zainteresuje miejscem przez kogoś znanym (często tylko powierzchownie). Inne spostrzeżenie oprowadzających to zdecydowanie większa uwaga osób z mniejszych miast, niż tych pochodzących z dużych metropolii, dla których widok wielkomiejskiego budownictwa i rozwiniętej infrastruktury nie jest niczym nowym.

Zasadniczo należy także rozróżnić preferencje organizatorów wycieczek, ustalających program zwiedzania i faktyczne zainteresowania ich uczestników. Znaczący dysonans w tej kwestii występuje zwłaszcza przy wycieczkach szkolnych dzieci z niższych klas. Zazwyczaj cel wycieczki ustala nauczyciel zakładając, że ważniejsze jest nie to, co dzieci chcą zobaczyć, ale to, co zobaczyć „powinny”. Często po wycieczce uczniowie są zobligowani do napisania jakiejś formy sprawozdania, w którym wymaga się obecności odniesień do jak najpełniejszej liczby zwiedzanych obiektów, a nawet elementów przekazu przewodnika. Rzadko nastawia to uczestników pozytywnie do poznawczych elementów wycieczki. Konieczne jest więc z jednej strony ściśle współdziałanie przewodnika z nauczycielami, przy czym często przewodnikowi przypada wykonanie najtrudniejszego zadania, jakim jest zainteresowanie uczniów tym, co zawiera oficjalny program. Z drugiej strony - dla powodzenia wycieczki - należy wysondować faktyczne zainteresowania uczestników lub - co znacznie trudniejsze - w krótkim czasie je wykreować. Rolą przewodnika we współpracy z grupą szkolną jest więc nie tylko narracja historyczna i odpowiadanie na postawione pytania, lecz także zadawanie ważnych pytań i zachęcenie dzieci i nastolatków do poszukiwania odpowiedzi na nie. Podstawowe dane dotyczące grup polskich w latach 2009 i 2010 ilustruje poniższa tabela.

Tabela 1. Obsługiwani przez przewodników turyści polscy w Poznaniu: rok 2009 i 2010

Dane dotyczą:	Rok 2009	Rok 2010
Liczba obsługiwanych grup w danym języku przez badanych	439	414
Średni czas trwania spaceru przewodnikiem w godzinach	3,0	3,0
Przeważające profile obsługiwanych grup	szkolne (64%) dorośli-ogólne (27%)	szkolne (57%) dorośli-ogólne (32%)
Miesiące z największą liczbą zamawianych usług (od najwyższej)	06, 05, 10, 09	06, 05, 09, 10

Źródło: Ankieta 2011

1.1 Grupy szkolne, młodzieżowe

Poznań, ze względu na swoją historyczną atrakcyjność, od dawna stanowił magnes dla grup szkolnych, które uzupełniając program nauczania historii czy innych humanistycznych przedmiotów, chętnie wybierają zwiedzanie tego miasta dla lepszego przyswojenia albo pogłębienia realizowanych zagadnień i uatrakcyjnienia programu edukacyjnego. Rzadko spotyka się w Poznaniu wycieczki małych dzieci z przedszkoli czy klas najmłodszych, jeżeli nie liczyć tych z placówek położonych na terenie miasta. Zdarza się jednak, że po lub przed pobytem w kinie lub w Teatrze Animacji, także opiekunowie grup dzieci w tym wieku (6 - 9 lat) decydują się na przejazd z przewodnikiem zabytkowym tramwajem, czy obejrzenie wspólnie z nim pokazu ratuszowych koziółków i krótki spacer po Starym Rynku.

Są to - rzecz jasna - grupy specyficzne i bardzo trudne do oprowadzania. Mimo, że często grupie najmłodszych turystów towarzyszy spora liczba opiekunów, przewodnik nie może ani przez chwilę zapominać, kto jest głównym odbiorcą jego przekazu i kreować oraz kierować go w sposób przystępny i atrakcyjny przede wszystkim dla dzieci. Nie powinno wówczas zabraknąć legend, barwnych opisów oraz stosowania często odpowiedniego dla grupy wiekowej rejestru językowego wypowiedzi, co nie jest łatwe i wymaga od przewodnika sporych umiejętności. Zlecenia tego rodzaju mają zazwyczaj stosunkowo wąskie ramy czasowe: nie trwają prawie nigdy dłużej niż 2 godziny.

Kolejnym rodzajem grup szkolnych są te z przedziału starszych klas szkoły podstawowej oraz gimnazjum. Grupy te w opinii licznych przewodników nie są tak trudne w obsłudze, jak się je niejednokrotnie przedstawia. Jednak trzeba podchodzić do nich rozważnie i stosować w pracy z nimi zróżnicowany przekaz w zależności od wieku uczestników.

Zwiedzanie:

Zakładając, że wraz z wiekiem rośnie poziom wiedzy i zdolność przyswajania przekazywanych wiadomości oraz przy zastosowaniu przez przewodnika przy pierwszym kontakcie z grupą szybkiej oceny tych możliwości, należy wybrać taki zakres informacji i taki sposób ich przekazu, który trafi do adresatów najlepiej i będzie dla nich atrakcyjny lub przydatny. Każda nasza inicjatywa i każdy dobry „autorski” pomysł może pomóc przewodnikowi w oprowadzeniu grupy szkolnej.

Warto aktywizować uczestników, zadając im pytania lub zlecając wykonanie prostych zadań. Przykładem takiego zadania, które doskonale sprawdza się w przedziale klas 5-6 uczniów szkół podstawowych może być wręczenie pustej kartki i ołówek/pisaka na parę lub większą grupę osób w czasie spaceru po Starym Mieście. Opowiadanie o skomplikowanych zasadach lokacji średniowiecznego miasta będzie dużo bardziej efektywne, jeżeli przewodnik poleci dzieciom rysować akcentowane przez niego informacje. Już ta forma aktywnego słuchania pomaga uczniom zapamiętać, że poznański rynek faktycznie jest kwadratowy, z każdego boku wychodzą trzy ulice, punkt centralny stanowi Ratusz itd. Także wsparcie tradycyjnie zbudowanego przekazu przewodnickiego pomocami dydaktycznymi (np. cytatami z dokumentów, fragmentami utworów poetyckich, pocztówkami, fotografiami obiektów historycznych - zwłaszcza tych już nieistniejących lub przebudowanych) - zwiększa uwagę słuchających oraz rezultaty pracy przewodnika. Efekty wzmacnia jeszcze bardziej pozostawienie takich pomocy uczestnikom (np. w postaci kopii) na pamiątkę. Połączenie tych zajęć z pracą na mapie, planie miasta czy operowaniem busolą pozwala zainteresować młodzież, a ponadto uczy przydatnych umiejętności. Wycieczki z przewodnikiem w historycznej przestrzeni miejskiej - odgrywające znaczącą rolę w szkolnym nauczaniu historii - można

realizować z szerszym zastosowaniem aktywności uczestników, na przykład za pomocą jednej z niekonwencjonalnych metod jak: gra miejska, bieg na orientację, gra uliczna albo marsz patrolowy, czy nawet udział w inscenizacji historycznej. W takich przedsięwzięciach uczestnicy nie tylko przemieszczają się, słuchając przewodnika w czasie krótkich postojów, ale również wykonują zadania (np. odczytują treść tablic, wpisując na przykład ich słowa do diagramu i odgadyując hasło, rozwiązują krzyżówki tematyczne, odpowiadają na przygotowane wcześniej pytania albo wręcz wcielają się w rolę postaci historycznych wydarzeń).

Młodzież w wieku pogimnazjalnym (16 - 19 lat) z reguły posiada już spory zasób wiadomości, co powinno ułatwiać jej zainteresowanie przedstawianymi atrakcjami. Z drugiej jednak strony grupa ta często manifestuje swoją „dorosłość” czy niezależność, ostentacyjnie ignorując starania przewodnika. W tym kontekście istotne jest dopasowanie siebie i swojego stylu mówienia do tej grupy. Pozytywny efekt budzi traktowanie ich przez przewodnika na partnerskich zasadach ze swoją własną osobą, odgrywanie roli „gospodarza miejsca”, ale jednocześnie partnera dla gości, a nie kolejnego nauczyciela. Przekaz uatrakcyjni - a na pewno nie szkodzi - wejście w krótkie dyskusje, porównywanie pewnych obiektów, wydarzeń i sytuacji - unikając krytyki - do miasta, z którego goście pochodzą (jeżeli przewodnik taką wiedzę dysponuje), czy pokazanie Poznania z uwypukleniem tematów, które są w danej chwili dla nich atrakcyjne (np. uwzględnienie przejazdu obok nowego stadionu miejskiego, spacer do Starego Browaru itp.).

Trasy dla grup szkolnych

Cechą wspólną niemal wszystkich grup szkolnych i młodzieżowych jest okres czasu, który przeznaczają one na wycieczkę z przewodnikiem. Najczęściej spędzają z nim 3-4 godziny. Grupy starsze, jeżeli w programie zaplanowane jest więcej czasu w mieście, proszą go dodatkowo o wskazówki gdzie zjeść, dokąd pójść na kawę, pytają o konkretne miejsca, do których chcą jeszcze trafić. Obsługa grup młodszych kończy się dość często pod Nowym ZOO, Palmiarnią (jeżeli nie zamówiono obsługi przewodnika w tych obiektach), czy też pod CH Plaza, gdzie mają one wykupione bilety na seans kinowy. Zdecydowanie rzadziej zdarza się, że przewodnik towarzyszy grupie w trakcie jej całonocnego pobytu w mieście. Niemniej bywa, że uczestniczy on w posiłkach grupy (obiad), podróżuje z nią tramwajem turystycznym lub kolejką maltańską i udziela wyjaśnień, zwiedza ZOO, czy spaceruje nad Małą. Przy tego rodzaju pracy z grupą należy pamiętać, że nie można przez tak długi czas narzucać przesadnie wysokiej intensywności zwiedzania.

Grupy szkolne korzystają najczęściej ze standardowej trasy, którą najłatwiej nazwać „1000 lat historii miasta”. Wpływa na to fakt, że dużym walorem historycznej przestrzeni miejskiej Poznania jest chronologiczność powstania poszczególnych, zabytkowych dzielnic, które łatwo „ułożyć” w plan historycznego spaceru: od położonego na wschód od Starego Miasta Ostrowa Tumskiego - kolebki polskiej państwowości - do XX - wiecznej Dzielnicy Cesarskiej w zachodniej części Śródmieścia. Naturalnym punktem centralnym takiego spaceru jest Stary Rynek, a jego centralnym momentem staje się najczęściej pokaz „ratuszowego mechanizmu błażeńskiego”, czyli popularnych „poznańskich koziołków”. Obok tej atrakcji i obok niewątpliwie interesującej katedry na Ostrowie Tumskim, do obiektów zwiedzanych niemal zawsze przez grupy młodzieżowe należą wybitne poznańskie budowle barokowe, czyli Fara Poznańska z dawnym Kolegium Jezuickim i Kościół Św. Antoniego Padewskiego na Wzgórzu Przemysła. Dobór reszty oglądanych przez tę grupę turystów obiektów zależy zazwyczaj od propozycji przewodnika, który wypełnia pozostały czas zaplanowany na zwiedzanie miasta

miejscami i obiektami, które sam uznaje za ciekawe lub odpowiadające wiekowi albo profilowi, czy przekazany mu wcześniej lub stwierdzonym już w trakcie wspólnego zwiedzania, zainteresowaniom uczestników grupy. Opiekunowie i organizatorzy tego rodzaju grup stosunkowo rzadko zakładają wstępy do placówek muzealnych w mieście. Wyjątkami są tu często odwiedzana (i płatna w ramach wstępu do obiektu) mała ekspozycja archeologiczna w krypcie Archikatedry oraz Palmiarnia, która - szczególnie wśród młodszych turystów - stale pozostaje bardzo popularna. Warto zwrócić uwagę na fakt, że coraz częściej zdarza się kojarzenie Poznania, zwłaszcza przez młodsze osoby, jako miejsca akcji „Jeżycjady” - książkowego cyklu Małgorzaty Musierowicz o rodzinie Borejów. Rzadko jednak miejsca związane z tym cyklem są głównym przedmiotem wizyty turystycznej w mieście.

W okresie letnim grupy dziecięce korzystnie jest kierować nad Maltę albo na Cytadelę. Kolejka Maltanka i Nowe ZOO dostarczą dzieciom niezapomnianych wrażeń. Taka wycieczka zajmuje jednak dużo czasu: przedłuża ona zwiedzanie o minimum 2 godziny. Jeżeli czasu w dyspozycji grupy jest mniej, atrakcyjnym celem może być Cytadela z jej ekspozycją uzbrojenia, która zainteresuje zapewne zarówno dzieci, jak i młodzież, w tym zwłaszcza chłopców. W okresie jesienno - zimowym, albo przy niesprzyjającej aurze najlepszym rozwiązaniem będzie zwiedzanie Palmiarni. Grupom dysponującym nieco wyższym budżetem warto zaproponować Makietę Dawnego Miasta Poznania albo któreś z muzeów, posiadające w swej ekspozycji elementy interaktywne, jak Muzeum Archeologiczne lub (dla nieco starszych uczniów) Muzeum Powstania Poznańskiego 1956.

1.2. Zorganizowane grupy dorosłych.

W dokonany na potrzeby tego artykułu podziale, osoby dorosłe to zarówno te, które niedawno ukończyły etap edukacji, te będące w wieku średnim, jak i w podeszłym wieku, w tym emeryci. Z punktu widzenia specyfiki ich pobytu turystycznego można rozpatrywać je wspólnie, między innymi dlatego, że w Poznaniu często mamy do czynienia z grupami mieszanymi, gdzie rozpiętość wiekowa może być bardzo znaczna oraz dlatego, że zakres przekazywanych im informacji różni się tylko niewiele, natomiast zmienia się jedynie forma przekazu. Dla wielu grup dorosłych polskich turystów Poznań stanowi atrakcję tranzytową, często odwiedzaną przy przejazdach na wycieczki kierujące się dalej, często do Niemiec, do innych zagranicznych destynacji, czy w czasie objazdów po regionie Wielkopolski, zachodniej Polski czy wreszcie po Szlaku Piastowskim. Ze względu na powyższe, zazwyczaj grupy te nie spędzają w Poznaniu nocy i mają ograniczony czas pobytu, który zamyka się przeciętnie w 3 godzinach, pozostawianych do zagospodarowania przewodnikowi. Tym, co odróżnia program zwiedzania z osobami dorosłymi od programu dla młodzieży, jest większa szczegółowość omawiania zabytków i problemów, a także często włączany w te wycieczki aspekt sentymentalny. Wiele spośród zwłaszcza starszych osób studiowało w Poznaniu, podróżowało już kiedyś do stolicy Wielkopolski, czy śledziło w mediach przebieg poznańskiego zrywu w Czerwcu'56 albo innych, bardziej współczesnych wydarzeń. Dlatego podczas spaceru po mieście nie powinno zabraknąć właśnie tego rodzaju akcentów najnowszej historii: odwołań do wymienionego powstania poznańskiego i w ogóle przeszłości powojennej, a także do okresu II Wojny Światowej, Powstania Wielkopolskiego z lat 1918-19 itd. Omawiana grupa turystów polskich zwiedzających Poznań jest przy tym bardzo zróżnicowana i nie zawsze nominalny poziom wykształcenia większości jej uczestników gwarantuje, że wycieczka będzie udana. Nie ma już wprawdzie wycieczek żołnierzy służby zasadniczej, junaków Ochotniczych Hufców Pracy i tym podobnych organizacji. Z grup jednorodnych pojawiają się nadal harcerze, członkowie

organizacji strzeleckich czy podobnych klubów (w tym sporadycznie także Grup Rekonstrukcji Historycznych). W kontekście całego segmentu dorosłych turystów są to grupy bardzo łatwe w oprowadzaniu ze względu na duży stopień zainteresowania i poziom zdyscyplinowania.

Mając do czynienia z osobami starszymi, przewodnik nie może zapominać o ich kondycji fizycznej, zwłaszcza jeżeli znajdują się wśród nich osoby niepełnosprawne ruchowo. W takich grupach należy zaplanować i konsekwentnie realizować wolniejsze tempo zarówno przemieszczania się, jak i mówienia, odpowiednią głośność, częstsze krótkie postoje, możliwość słuchania w pozycji siedzącej (np. w zwiedzanych kościołach) itd.

Zwiedzanie:

W przypadku osób dorosłych trasa zwiedzania może zostać zredukowana pod kątem jej długości, natomiast przekaz przewodnicki można zdecydowanie bardziej rozbudować pod względem treści i poziomu merytorycznego. Najczęstszym miejscem spotkania z takimi grupami jest Stary Rynek lub Ostrów Tumski, a godzina - w przeciwieństwie do grup szkolnych - nie musi być ustalana pod kątem uczestnictwa w pokazie koziółków. Poza podstawowymi obiektami jak Katedra, Ratusz (zazwyczaj tylko z zewnątrz), zabudowa Starego Rynku i Fara poznańska, w kręgu zainteresowań tych grup często pojawiają się takie miejsca, jak Plac Wolności z historią wybuchu Powstania Wielkopolskiego, Dzielnica Cesarska z Uniwersytetem im. Adama Mickiewicza czy Stary Browar. Zdarzają się grupy mieszane, zróżnicowane wiekowo, w których poszczególnych uczestników lub kilkuosobowe grupki interesuje coś innego, przy czym miewają oni nawet w zależności od tego, dość jasno sprecyzowany plan wizyty. O ile nie zadba o to organizator wycieczki lub nie zostanie to już uprzednio ustalone, rolą przewodnika będzie w takich przypadkach zaproponowanie kompromisowej trasy zwiedzania, z zaproponowaniem serii miejsc i obiektów, mogących zadowolić poszczególne grupki lub uczestników, wyrażających swoje preferencje. Musi on zatem być gotowy do przedłożenia takiej propozycji w reakcji na artykułowane przez turystów życzenia.

1.3. Grupy polonijne.

Turystów polonijnych, którzy przyjeżdżają do Poznania w grupach zorganizowanych na zaproszenie różnego rodzaju stowarzyszeń, można z powodzeniem przypisać do jednej z dwóch powyżej opisanych grup dorosłych. Tym, co ich wyróżnia jest na pewno czas, którym dysponują dla zwiedzania. Zazwyczaj jest to więcej niż jeden dzień, dlatego poza dosyć szczegółowym zapoznaniem się z ofertą turystyczną samego miasta, chętnie podróżują do sąsiednich, cennych obiektów, znajdujących się na przykład na tzw. Trasie Kórnickiej. Przewodnik obsługujący tego rodzaju grupy powinien stale pamiętać, że stopień kultywacji języka ojczystego wśród polskich rodzin mieszkających poza granicami kraju jest bardzo różny. Warto wziąć to pod uwagę i profilaktycznie wybierać w narracji słownictwo proste oraz unikać kolokwializmów, skrótów, wyrażen gwarowych czy potocznych itp.

Zwiedzanie:

Grupy polonijne odwiedzają stosunkowo dużą liczbę miejsc i zabytków Poznania. Wyjątkiem mogą być miejsca związane z dziedzictwem militarnym i martyrologią, które są - jak zresztą przez większość odwiedzających nasze miasto - pomijane. Cechą charakterystyczną grup tego rodzaju, co wynika z dużej ilości czasu, jest urozmaicenie programu zwiedzania przez program rekreacyjny. Stąd w ciągu dnia, obok wizyty na Starym Mieście, może pojawić się pobyt na Malcie i przejazd Maltanką, wypad na tor saneczkowy czy bowling.

1.4. Grupy hobbystyczne

Ze wszystkich tutaj wyodrębnionych, grupy hobbystyczne - o ile tylko wiedza przewodnika jest na odpowiednim poziomie - mogą zostać zaliczone do grupy najwdzięczniejszych do oprowadzania. Przede wszystkim uczestnicy takich wycieczek wykazują się dużym zainteresowaniem i sporą wiedzą w zakresie swoich zainteresowań. Oprowadzający ich przewodnik musi rzetelnie przygotować się do pracy z tego rodzaju turystami, mając na uwadze fakt, że w przypadku spaceru tematycznego powinien dysponować wiedzą dużo większą, niż przeciętny poziom potrzebny do obsługi pozostałych grup. W takich sytuacjach właściwa obsługa zależna jest też od wcześniejszego kontaktu z organizatorami wycieczki: przewodnik powinien zostać dokładniej poinformowany o rodzaju grupy, tematyce i oczekiwaniach uczestników. Wspecjalizowana baza, na przykład w postaci materiałów Centrum Informacji Turystycznej wsparta informacjami zawartymi w Internecie, zazwyczaj wystarcza do satysfakcjonującej uczestników realizacji takich wycieczek po mieście lub konkretnych obiektach. Podczas wykonywania usługi nie wolno zapominać, że ludzie, do których kierowany jest przekaz, nie są laikami i nader częste tłumaczenie podstawowych w danym zakresie kwestii - dla nich oczywistych - nie tylko jest niepotrzebne, ale nawet może budzić irytację. Należy zarazem unikać sytuacji, gdy przewodnik ma oprowadzać grupy hobbystów lub tym bardziej specjalistów (jak architekci, historycy sztuki czy wojskowi) w określonych typach obiektów, nie dysponując potrzebną wiedzą.

Zwiedzanie:

Tak wiele, jak istnieje wiele rodzajów grup hobbystycznych, tak dużo można ustalić tras zwiedzania, obejmujących ciekawe z ich punktu widzenia obiekty. Zazwyczaj grupy te są stosunkowo małe, a ich programy oryginalne i nastawione na ściśle określony temat. Warto pamiętać, że spośród wszystkich wymienionych, właśnie hobbysci i specjaliści należą do tych, którzy najchętniej odwiedzają wyspecjalizowane placówki muzealne (np. w Poznaniu: Muzeum Motoryzacji, Instrumentów Muzycznych, Uzbrojenia).

2. Propozycja ogólnej trasy turystycznej z uwzględnieniem wymagań i oczekiwań poszczególnych grup.

Jak wspomniano już wcześniej, położenie zabytków Poznania pozwala przeprowadzić spacer historyczny od wschodu na zachód miasta, posuwając się wzdłuż faktycznej linii rozwoju przestrzennego od X do XX wieku. Stąd - bez względu na rodzaj grupy - trzon trasy turystycznej dla poszczególnych z nich może zawsze stanowić ta właśnie linia. Jednak dobór miejsc pośrednich i tematów pobocznych powinien być uzależniony od profilu grupy i preferencji zwiedzających. Podstawą zaprezentowania proponowanych, atrakcyjnych punktów będzie ich podział na cztery główne sektory historyczne, z kolei w obrębie każdego z nich wyróżnione będą obiekty podstawowe, które pokazywać i interpretować należy obligatoryjnie wszystkim zwiedzającym, oraz obiekty dodatkowe, z sugerowaną grupą odbiorców. Warto pamiętać, że jest to tylko propozycja, zaś finalny wybór zawsze leży po stronie przewodnika. Obiekty zaproponowane tu dla grup szkolnych, mogą oczywiście równie dobrze być atrakcyjne także dla dorosłych, a miejsce generalnie przeznaczone dla dorosłych, grup polonijnych czy hobbystycznych, w określonej sytuacji lub w kontekście tematu wycieczki edukacyjnej może wzbudzić zainteresowanie dzieci.

A. Grupa I - Poznań okresu wczesnopiastowskiego: Śródka i Ostrów Tumski**Obiekty podstawowe**

- Archikatedra - pierwszy polski kościół biskupi, miejsce powstania pierwszego biskupstwa na naszych ziemiach w roku 968, najstarsza z trzech polskich nekropolii monarszych;
- Kościół NMP In summo - domniemane miejsce postawienia kaplicy dla Dąbrowki (pierwszej świątyni obrządku łacińskiego), przypuszczalne miejsce ślubu Mieszka I, ruiny piastowskiego palatium książęcego.

Obiekty dodatkowe

- Śródka - historyczny ośrodek handlowy i dzielnica miasta - *grupy osób dorosłych i starszych*;
- Most Jordana - pierwsza historyczna przeprawa przez Wartę - *grupy hobbyistyczne*;
- Fortyfikacje Twierdzy Poznań - ślady wielkiego założenia obronnego i XIX-wiecznej architektury militarnej - *grupy hobbyistyczne*;
- Akademia Lubrańskiego i Muzeum Archidiecezjalne - druga po Uniwersytecie Jagiellońskim wyższa uczelnia w Polsce - *grupy hobbyistyczne, polonijne, osób dorosłych i starszych*;
- Psalteria - XV-wieczna architektura gotycka i historia psalterzystów - *grupy osób dorosłych i starszych*.

B. Grupa II - Stare Miasto (Miasto Królewskie Poznań)**Obiekty podstawowe**

- Zabudowa Starego Rynku z elementami „małej architektury” (pręgierz, fontanny, rzeźby);
- Ratusz - arcydzieło architektury i sztuki renesansowej XVI wieku;
- Fara - monumentalny barokowy kościół jezuicki z kompleksem uczelni, rezydencja Napoleona, miejsce ważnych wydarzeń politycznych;
- Wzgórze Przemysła - dawny zamek królewski, symbol wysiłków jednoczenia Polski, kościół i klasztor franciszkanów;
- Pozostałości murów miejskich - świadectwo średniowiecznych fortyfikacji miasta.

Obiekty dodatkowe

- Pokaz Koziołków na Ratuszu - *grupy szkolne*;
- Wzgórze Św. Wojciecha, kościół, krypta i cmentarz zasłużonych Wielkopolan - *grupy polonijne, hobbyistyczne, szkolne (przy wycieczkach tematycznych)*;
- Fontanna i historia Prozerpiny - *grupy szkolne*;
- Studzienka Bamberki i historia poznańskich Bambrów - *grupy osób dorosłych i starszych, grupy polonijne z Niemiec*;
- Plac Kolegiacki - rzeźba koziołków - *grupy szkolne*;
- Fara - koncert organowy i organy Ladegasta - organy niemieckiego organmistrza Friedricha Ladegasta - *grupy hobbyistyczne*;
- Pałace Górków, Działyńskich i Mielżyńskich - rezydencje zasłużonych rodów wielkopolskich - *grupy osób dorosłych i starszych, grupy polonijne*.

C. GRUPA III - Poznań w okresie zaborów

Obiekty podstawowe

- Plac Wolności - "Berlin Wschodu" - Niemieckie założenie stworzenia centrum Poznania na wzór stolicy Prus, nowy etap przestrzennego rozwoju miasta po 1793 roku;
- Biblioteka Raczyńskich - pierwsza biblioteka na ziemiach zaboru pruskiego;
- Hotel Bazar - Miejsce kultywowania patriotyzmu i życia towarzyskiego miasta, ważne wydarzenia związane z wybuchem Powstania Wielkopolskiego;
- Dzielnica Cesarska - Teatr Wielki, Collegium Minus Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Zamek Cesarski. Przykład „neo-dzielnicy” z reprezentacją każdego z głównych stylów architektonicznych (neoromanizm, neogotyck, neorenesans, neobarok, neoklasycyzm).

Obiekty dodatkowe

- Muzeum Narodowe (budynek) - ciekawy przykład eklektycznej architektury wystawienniczej;
- Studzienka Higie i historia wodociągów miejskich - *grupy osób dorosłych i starszych*;
- Arkadia, Teatr Polski i historia teatru - *grupy osób dorosłych i starszych, grupy polonijne*;
- Pozostałości I etapu Twierdzy Poznań (twierdza poligonalna) - *grupy hobbystyczne*;
- Dworzec Letni (reprezentacyjny budynek przeznaczony dla Wilhelma II) - *grupy hobbystyczne*;
- Ring Stuebbena, klinowo-pierścieniowy układ miasta - *grupy hobbystyczne, osób dorosłych i starszych*;
- Stary Browar - pod kątem XIX wiecznego browarnictwa - *grupy osób dorosłych i starszych*;
- Relikty II etapu budowy Twierdzy Poznań (twierdza fortowa) - *grupy hobbystyczne*.

D. GRUPA IV - Pozostałe miejsca i obiekty

Obiekty podstawowe

- Plac Mickiewicza i Pomnik Poznańskiego Czerwca - symbol wolnościowego zrywu mieszkańców Poznania;
- Jedna z placówek muzealnych miasta - jeden z oddziałów Muzeum Narodowego, jeden z oddziałów Wielkopolskiego Muzeum Walk Niepodległościowych - w zależności od profilu grupy i wieku jej uczestników.

Obiekty dodatkowe

- Teren Międzynarodowych Targów Poznańskich z historią PeWuKi (Powszechnej Wystawy Krajowej) - pierwszej, zakrojonej na wielką skalę wystawy po odzyskaniu niepodległości - *grupy osób dorosłych i starszych, polonijne*;
- Dzielnica Łazarz (Górny) - pamiątka architektury początku XX wieku,
w tym:
 - Park Wilsona z Palmiarnią - grupy szkolne;
 - Secesyjne kamienice - grupy hobbystyczne;
 - Hala Arena - grupy hobbystyczne;
 - Dzielnica Jeżyce - dzielnica włączona do miasta w 1900r. z zabytkami dawniejszej przeszłości,

w tym:

- zabytki bamberskie - grupy osób dorosłych i starszych, polonijne;
- obiekty związane z wydarzeniami Czerwca '56 - grupy osób dorosłych i starszych, polonijne;
- Trasa „Jeźycjady” - spacer dzielnicą śladami Borejów z cyklu literackiego M. Musierowicz - grupy szkolne;
- Dom Towarowy Okrągłak - przykład budownictwa socjalizmu z przełomu lat 40 - 50 - tych XX w. - grupy hobbystyczne;
- Architektura industrialna miasta - zabytki przemysłowe - CH Stary Browar, Stara Rzeźnia, Gazownia - grupy hobbystyczne;
- Stadion Miejski - grupy hobbystyczne, szkolne;

Poza miastem:

- Zamek i arboretum w Kórniku - grupy szkolne, grupy dorosłych;
- Zespół pałacowy z galerią, park i kościół św. Marcelina w Rogalinie - grupy polonijne, grupy hobbystyczne (architektura, malarstwo);
- Muzeum Rolnictwa w Szreniawie - grupy hobbystyczne, szkolne;
- Muzeum Łowiectwa w Uzarzewie - grupy szkolne, hobbystyczne.

3. Praktyka przewodnicka

Uwzględniając opisane wyżej uwarunkowania oraz propozycje podstawowych i dodatkowych obiektów dokonano zestawienia rodzaju krótkiego poradnika dla przewodnika, pracującego z polskimi grupami turystycznymi w Poznaniu. Składają się na niego przykładowe propozycje tras wycieczkowych dla poszczególnych grup turystów, zbiór legend i anegdot poznańskich wraz z zalecanymi miejscami ich przekazu, spis najczęściej zadawanych przewodnikowi pytań turystów oraz tak zwanych trudnych tematów, w omawianiu których należy zachować ostrożność lub w ogóle ich unikać.

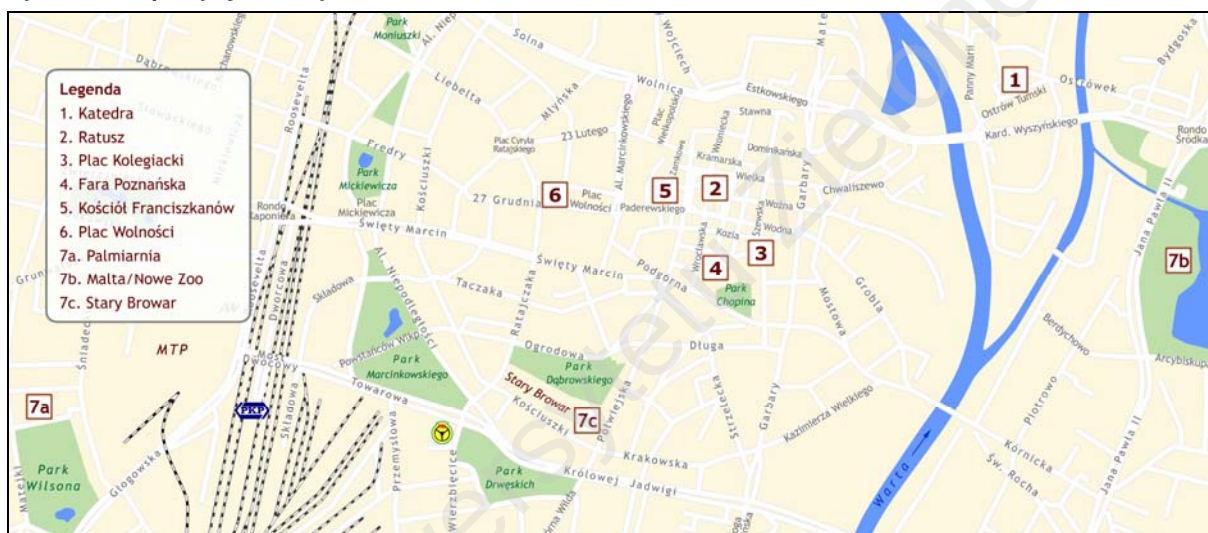
3.1. Propozycje tras specjalnych

Grupy szkolne i młodzieżowe	OPCJA 1 „Historia Miasta” (pożądany autokar) - Katedra na Ostrowie Tumskim z podziemiami - akcent na architekturę oraz historię chrześcijaństwa, pierwszego polskiego biskupstwa. Bez szczegółowego zwiedzania poszczególnych kaplic. - Ratusz - „czytanie fasady”, wyjaśnienie problematyki alegorii, opis architektury renesansu, pokaz koziółków - Plac Kolegiacki - spacer pod rzeźbę koziółków - Fara Poznańska - architektura baroku - bez szczegółowego omawiania działalności zakonu jezuitów przy grupach młodszych, grupy starsze - atrybucja i ikonografia świętych na przykładzie rzeźb apostołów, zasługi J. Wujka i J. Rogalińskiego dla języka polskiego - Kościół Franciszkanów - Makieta Dawnego Poznania - zwłaszcza grupy młodsze - Plac Wolności - historia Powstania Wielkopolskiego - młodzież starsza - <i>Przejazd przez miasto autokarem</i> - Element uzupełniający - Palmiarnia lub Malta/Nowe ZOO dla młodszych, CH Stary Browar dla starszej młodzieży

	OPCJA 2 „Powstanie Wielkopolskie 1918” (przy odbiorze grupy z PKP) - Dworzec Letni - przyjazd I. Paderewskiego do Poznania 26.12.1918r. - Hotel Royal (ul. Św. Marcin) - Sztab Powstania i sąsiednia siedziba Naczelnego Komisarjatu Straży Ludowej - Teatr Polski - nieistniejący budynek prezydium policji, historia pierwszej ofiary powstania - Franciszka Ratajczaka - Plac Wolności - miejsce przysięgi powstańców - Hotel Bazar i plac - miejsce przemówienia Paderewskiego i zamieszek, uznawane za miejsce wybuchu Powstania - Odwach - Muzeum Powstania Wielkopolskiego 1918-1919 - Pasaż Apollo - siedziba Sejmu Dzielnicowego - Park Drwęskich - Pomnik Powstańców Wielkopolskich
Grupy osób dorosłych i starszych	„Królewskie Miasto Poznań” - Stary Rynek - zwrócenie uwagi na gotyckie kamienice oraz zabudowę śródmiejską i jej znaczenie w handlowym charakterze rynku - Ratusz - historia, architektura renesansu oraz wnętrza (gotyckie podziemia, Wielka Sień) - Plac Kolegiacki i Kolegium Jezuickie - historia pierwszej Fary oraz działalność zakonu jezuitów w Poznaniu, Napoleon w Poznaniu - Fara Poznańska - architektura baroku - Wzgórze Przemysła - Zamek Przemysła, ważne osobistości związane z zamkiem (Przemysł II, Kazimierz Wielki, Władysław Jagiełło, Jan Olbracht, ród Górków) - Kościół i klasztor franciszkanów - dzieje zakonu franciszkanów w Poznaniu, architektura baroku, poznańskie sanktuarium - Spacer wzdłuż murów miejskich, brama Wroniecka - świadectwa fortyfikacji dawnego Poznania. - Kościół i klasztor dominikanów - najstarsza świątynia Poznania na lewym brzegu Warty
Grupy polonijne	„Poznań na tle architektury i historii Polski” - Katedra Poznańska - akcent na chrzest Mieszka I w 966r. oraz na misję Jordana i założenie pierwszego biskupstwa na ziemiach polskich w 968r. - Akademia Lubrańskiego - druga polska uczelnia i jej znani absolwenci - Pomnik Jana Pawła II - pielgrzymki papieża do Poznania 1983r., 1997r. - Ratusz - najciekawszy obok ratusza w Zamościu, przykład renesansowej architektury świeckiej w Polsce - Plac Kolegiacki - pobyt Napoleona i powstanie antypruskie 1806r. - Fara Poznańska - z uwzględnieniem tablicy pamiątkowej Jakuba Wujka, rektora poznańskiego kolegium jezuickiego, autora przekładu Biblii na język polski - Odwach oraz Muzeum Powstania Wielkopolskiego - upamiętnienie jedynego zwycięskiego zrywu niepodległościowego Polaków - Bazar i Plac Wolności - kontekst pracy organicznej i Powstania Wielkopolskiego, postacie Ignacego Paderewskiego, F. Ratajczaka - Przejazd autokarem

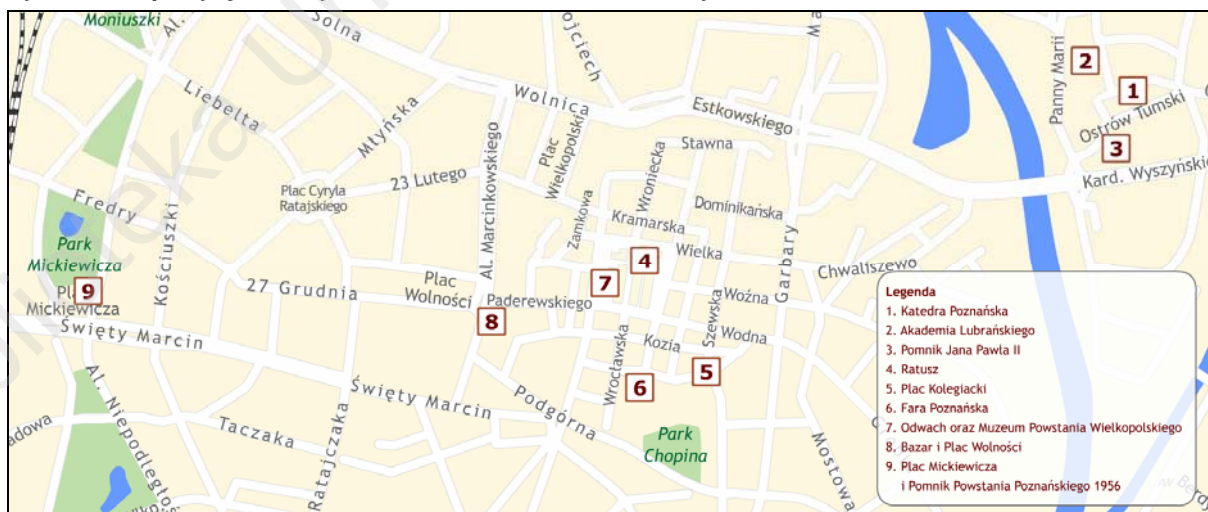
	- Plac Mickiewicza i Pomnik Powstania Poznańskiego 1956 - Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Muzeum Czerwca 1956 w Zamku Cesarskim
Grupy hobbystyczne* * tematyka spacerów dla tych grup musi pozostawać w relacji do ich profilu	„Muzyczny Poznań” - Plac Kolegiacki - budynek Kolegium Jezuickiego, w którym w 1826 roku koncertował Fryderyk Chopin - Muzeum Instrumentów Muzycznych - jedyne tego typu w Polsce - Ratusz - z pokazem koziołków i wystuchaniem hejnału - Fara Poznańska - koncert organowy - Przejazd autokarem przez miasto na Plac Mickiewicza - Collegium Minus (Aula) - miejsce występów Chóru Filharmonii Poznańskiej „Poznańskie Słowiki” oraz historia chórów poznańskich - historia konkursów lutniczych i skrzypcowych im. Wieniawskiego

Ryc. 2. Propozycja trasy „Historia Miasta”



Opr. własne, wyk: O. Artyshtuk 2011

Ryc. 3. Propozycja trasy „Poznań na tle architektury i historii Polski”



Opr. własne, wyk: O. Artyshtuk 2011

3.2. Anegdoty, legendy i opowiadania miejskie

Istotny problem dla przewodnika stanowi podtrzymanie zainteresowania i uwagi uczestników wycieczki w trakcie dłuższego oprowadzania. Sprawdzonym sposobem, z powodzeniem stosowanym nie tylko przy grupach szkolnych, jest urozmaicanie przekazu informacji różnego rodzaju anegdotami i legendami, związanymi z poszczególnymi miejscami w mieście lub postaciami z jego dziejów. Prawie każdą z takich historii można skierować do różnych grup odbiorców, zmieniając jedynie formę wypowiedzi i inaczej dobierając słownictwo. Stąd nie uznajemy za konieczne oceniać, przy oprowadzaniu której z wymienionych powyżej grup turystów, można wykorzystać konkretną historię czy anegdotę. Poniżej zaprezentowano wyłącznie wybór najbardziej znanych z nich, które najchętniej wykorzystują konsultowani przez autorów przewodnicy, wraz ze wskazaniem miejsca, gdzie można je przekazać najwygodniej (z powodu odpowiedniego kontekstu) i z najlepszym efektem:

* *O tajemniczym głazie w cokole kościoła NMP In Summo na Ostrowie Tumskim*, w wersji rycerzy, którzy ostrzyli na nim miecze, aby nadać im magiczną (religijną) moc.

Miejsce: Przed kościołem NMP.

* *O poczuciu honoru i tragicznym samobójstwie Edwarda Raczyńskiego*, który z użyciem kuli armatniej odebrał sobie życie.

Miejsce: Złota Kaplica w katedrze, ewentualnie Studzienka Higie i na Placu Wolności.

* *O świętym krzyżu, który zapłakał*, gdy niesłusznie skazanego wyprowadzano ku miejskiej szubienicy w celu wykonania na nim kary śmierci.

Miejsce: Kaplica Górków (Najśw. Sakramentu) w Katedrze lub przy ul. Wrocławskiej.

* *O św. Marcinie i świętomarcińskich rogalach*, którymi poznaniacy zajądają się 11 listopada każdego roku.

Miejsca: Kaplica św. Marcina w katedrze, obok kościoła św. Marcina lub pod Zamkiem Cesarskim.

* *Misa chrzcielna czy misa do mieszania wapna*, czyli spór o to, czy Mieszko I przyjął chrzest w Poznaniu.

Miejsce: Domniemane baptysterium w podziemiach archikatedry.

* *O kłódkach symbolizujących nierozzerwalność związku*, które na wzór innych europejskich miast pojawiły się w Poznaniu, na moście Jordana.

Miejsce: Most Biskupa Jordana.

* *O koziołkach na wieży ratuszowej*, czyli o pochodzeniu „mechanizmu błazeńskiego”

Miejsce: Przed ratuszem lub przy rzeźbie koziołków na Placu Kolegiackim.

* *O trębaczach i królu kruków*, czyli o cudownym ocaleniu miasta za pomocą gry na trąbce

Miejsce: Przed ratuszem, przed wystuchaniem hejnału.

* *O św. Janie Nepomucenie i jego bezradności wobec Warty*, czyli o odwiecznej walce miasta z rzeką.

Miejsce: Pod pomnikiem Jana Nepomucena na Starym Rynku.

* *O diabelskim planie i wielkim głazie*, czyli o zamiarze zniszczenia poznańskiej katedry i polskiego chrześcijaństwa w zarodku.

Miejsce: Wzgórze Przemysła.

* *O wędrującym pomniku*, czyli o losach studzienki Higie i.

Miejsce: Pod studzienką na Placu Wolności.

* *O J.A. Baczewskim i reklamie firmy OSRAM*, czyli jak przypadkowy układ neonów reklamowych może zmienić ich interpretację.

Miejsce: Plac Wolności, za Arkadią (od strony ul. Ratajczaka).

* *O Teatrze Wielkim, w którym w założeniu nigdy nie miały padać ze sceny polskie słowa a niedługo potem zagrano „Halke”*

Miejsce: Pod Operą.

* *O dziwnych losach niejednego poznańskiego pomnika*

Miejsca: w zależności od obiektu: na miejscu po Pomniku Wdzięczności (Pl. Mickiewicza), pod Pomnikiem 15. Pułku Ułanów (ul. Paderewskiego) lub pod Pomnikiem Jana Kochanowskiego (przed gmachem Muzeum Archidiecezjalnego).

3.3. Pytania najczęściej zadawane w Poznaniu przez turystów polskich

W odniesieniu do wyróżnionych i omówionych powyżej podgrup polskich turystów można dość precyzyjnie określić ogólny charakter i tematykę najczęściej zadawanych przez nich pytań. W poniższym zestawieniu, w ramach pytań specyficznych dla poszczególnych grup wyróżniono te związane bardziej ogólnie z tematyką oprowadzenia, osobno zaś te, które są związane z orientacją w terenie. Wychodząc z powszechnie akceptowanego założenia, że w zasadzie „nie ma pytań niemądrych” - należy przyjąć zasadę, że przewodnik powinien odpowiadać na nie cierpliwie, ze zrozumieniem, że osoba zadająca je ma prawo pewnych kwestii nie znać, zwłaszcza jeżeli jej wiek uniemożliwia, a profil posiadanego wykształcenia lub wykonywana profesja nie wymaga zdobycia lub posługiwania się szerszą wiedzą w tematyce, stanowiącej przystawowy codzienny chleb dla przewodnika.

I. Pytania tematyczne

a) **grupy szkolne** - pytania, które padają podczas oprowadzania grup szkolnych, zwłaszcza tych w młodszym wieku, związane są zazwyczaj z elementami wizualnymi. Interesujące zatem jest dla nich zwłaszcza to, co przyciąga ich wzrok. Zdecydowanie mniej popularne są kwestie dotyczące historii, wydarzeń miejskich, danych statystycznych itp. Oto przykłady najczęściej powtarzające się w zestawieniach przekazanych przez konsultowanych przewodników:

- * Dlaczego w podziemiach Katedry turyści zostawiają pieniądze (drobne monety) i kto je potem stamtąd zabiera?
- * Dlaczego w lapidarium w podziemiach Katedry znajduje się czaszka?
- * Dlaczego koziołki trykają się tylko raz dziennie?
- * Dlaczego niektóre z kaplic w Katedrze oddzielone są kratą?
- * Czym jest ta złocona część posadzki Katedry (chodzi o wejście do krypt w południowej nawie)?
- * Jaka rolę pełniły dwa tajemnicze haki, wbudowane w fasadę Ratusza?
- * Co oznacza napis nad wejściem do fary?
- * Czy dużo Niemców mieszka w Poznaniu?
- * Które miasto było pierwszą stolicą Polski: Poznań czy Gniezno?
- * Jak wygląda w Poznaniu aktualny stan przygotowań na Euro 2012?

b) **grupy osób dorosłych** - osoby z tej grupy zadają dużo więcej pytań, których zakres jest znacznie szerszy, a tematyka wykracza poza to, co widać. Dotyczą one między innymi faktów biograficznych popularnych artystów (np. Magdalena Abakanowicz, Krzysztof Komeda-Trzciński, Zenon Laskowik i Bogdan Smoleń), kwestii aktualnie lub niedawno obecnych w krajowych

mediach (np. sądowy spór o sprzedaż gruntów dla rozbudowy Starego Browaru), czy aktualnych danych statystycznych miasta (wielkość powierzchni, ilość mieszkańców, poziom bezrobocia, średnie ceny mieszkań). Z częstych, a zarazem bardziej nietypowych, przewodnik może usłyszeć m.in. takie pytania:

- * Dlaczego „Okraglak” jest pusty i nie można do niego wejść?
- * W jakim stopniu Poznań był zniszczony w czasie działań wojennych w 1945r.?
- * Które miasto było pierwszą stolicą Polski: Poznań czy Gniezno?
- * Jak wygląda w Poznaniu aktualny stan przygotowań na Euro 2012?
- * W jakim stopniu poznańskie zabytki to rekonstrukcje?
- * Ile kosztują mieszkania w centrum miasta?
- * Dlaczego na rynku stoją budynki, które rażąco nie pasują do reszty zabudowy?
- * Czym jest tajemnicza konstrukcja przed budynkiem Muzeum Narodowego (stela Macka)?
- * Kto jest twórcą hejnału miejskiego?
- * Czy dużo pozostało w Poznaniu potomków Bambrów?
- * Jaki jest największy zakład pracy w mieście (pod względem ilości zatrudnionych lub obrotów)?
- * Jak wygląda przystosowanie miasta dla potrzeb osób niepełnosprawnych?

c) **grupy hobbystyczne** - pytania najczęściej dotyczą stricte tematu wycieczki, ale pojawiają się także i te dotyczące danych statystycznych, demograficznych, czy wydarzeń opisywanych przez media.

d) **grupy polonijne** - pytania w większości pokrywają się z wymienionymi powyżej, jednakże można zaobserwować większą częstotliwość pojawiania się kwestii historycznych. Zdarzają się też takie, które mają na celu poznanie stosunku mieszkańców Polski (Poznania) do aktualnej sytuacji politycznej oraz do innych krajów z polską mniejszością. Poniżej kilka przykładów takich pytań:

- * Jak zapatruje się Pan/i na obecny polski rząd (lub: prezydenta)?
- * Jak odbierana jest w Polsce sytuacja polityczna w ... (konkretne państwo, z którego grupa przyjechała)?
- * Jaki jest stosunek mieszkańców Polski do przedstawicieli danej narodowości?
- * Czy w polskich szkołach uczy się o ... (państwo) i czego mniej więcej się uczy?
- * Który przedstawiciel danej narodowości jest w Polsce aktualnie najbardziej znany?
- * Czy przewodnik był w ... (państwo, region lub miejscowość pochodzenia grupy)?
- * Czy słyszał o ..., zwiedził ... wie coś o (osoba, obiekt lub wydarzenie w miejscu lub kraju pochodzenia grupy, stojąca w jakiejś relacji do informacji przekazywanej przez przewodnika, np. działająca w tej samej profesji, co bohater opowiadania, obiekt porównywalny z obiektem zwiedzanym, impreza o tej samej lub podobnej tematyce i o porównywalnej skali itd.)?

II. Pytania orientacyjne

- * Gdzie można zjeść lub zakupić rogalce marcińskie?
- * Gdzie można zjeść regionalne potrawy wielkopolskie?
- * Gdzie znajduje się ... ? (konkretne punkty gastronomiczne sieci szybkiej obsługi: Mc Donald, KFC itp.)
- * Jak dojechać do ... ? (konkretne miejsca, najczęściej: Stary Browar, Malta, Zoo, Palmiarnia, Stadion Miejski)
- * Do której godziny czynne są muzea lub konkretne muzeum albo inny obiekt?

- * Czy można robić zdjęcia? (pytania zadawane w konkretnych obiektach)
- * Gdzie jest najbliższa toaleta publiczna (lub jakakolwiek dostępna)?
- * Gdzie można nabyć pamiątki, książki czy albumy o Poznaniu, gdzie jest ich większy wybór?

3.4. Sytuacje i tematy „tabu”, których powinien unikać poznański przewodnik

* Jeżeli przewodnik zna miasto bądź region, z którego pochodzi grupa, nie powinien wyrażać wobec grupy jakichkolwiek negatywnych opinii na jego temat. Często nawet w porównaniach przewodnik może np. nieświadomie faworyzować Poznań, zbyt mocno akcentować obiekty, aspekty czy elementy, których brak gdzie indziej. W ten sposób może niechcący stopniowo zwracać jakąś część lub nawet znaczną większość grupy przeciwko sobie, co negatywnie odbije się na atmosferze zwiedzania i gotowości do przyjmowania dalszych informacji.

* Zdarza się, że osoby żyjące w Poznaniu nazbyt emocjonalnie reagują na niedociągnięcia i wady, które zauważają w funkcjonowaniu miasta. Przewodnik nie powinien wyrażać przed grupą swoich negatywnych emocji i ewentualnych frustracji, które kreować mogą niekorzystny wizerunek miasta oraz tworzyć i pozostawić złe wrażenie ogólne.

* Oprowadzając grupy turystów z innych dużych miast polskich należy z dystansem podchodzić do ewentualnych wzajemnych relacji. Przewodnik jest z jednej strony najbardziej intensywnie poznawanym przez turystów przedstawicielem swojego miasta, ale jednocześnie pozostaje on usługodawcą w stosunku do nich - powinien zatem pozostać ponad podziałami związanymi z różnymi preferencjami sportowymi, nie komentować decyzji władz innych miast i nie wchodzić w dyskusje na tematy, które dzielą dane miasta i wielu ich mieszkańców. Często problemy na linii Poznań-Warszawa, albo takie, jak rola Muzeum Narodowego w blokowaniu odbudowy Zamku Królewskiego, proces o zwrot Ratusza, czy niedawna blokada inwestycji rozwoju Poznańskiego Szybkiego Tramwaju albo Portu Lotniczego Ławica przez władze centralne, nie powinny być przedmiotem dyskusji podczas zwiedzania, a co najwyżej rzetelnej, czyli maksymalnie zobiektywizowanej krótkiej informacji udzielanej w odpowiedzi na zadawane pytania.

* Omawiając dzielnicę żydowską, oraz żydowskie wątki w historii miasta należy unikać tematów mogących ewentualnie wskazywać na antysemityzm rodowitych jego historycznych mieszkańców. Niestety faktem pozostaje, że w dziejach Poznania miały miejsce antyżydowskie tumulty, a dzielnicę żydowską w naszym mieście podejrzanie często dotyczyły pożary. Udział w tych ekscesach uczniów dawnej szkoły jezuickiej jest niestety dowiedziony ponad wszelką wątpliwość. Także legenda poznańskich hostii i związane z nią dzieje kościołka Najświętszej Krwi Chrystusa, czy liczne mniejsze konflikty okresu międzywojennego dowodzą istnienia problemu antysemityzmu w dziejach Poznania.

* Neutralnie należy podchodzić do wszelkiego rodzaju delikatnych tematów z aktualnych problemów państwa, takich jak: preferencje polityczne, wyznaniowe, czy problemy ekonomiczne. Wyraziście manifestując zdanie odmienne niż część lub większość grupy turystów, przewodnik może postawić siebie w niekorzystnym świetle.

* Sytuacje, w których przewodnik może się mylić, albo w grupie znajdzie się osoba, której wiedza jest w danej dziedzinie znacznie większa niż jego, mogą się wydarzyć i na pewno

czasem mają miejsce. W sytuacji, gdyby już doszło do słownej potyczki, nie należy forsować swojego zdania, a już na pewno nie wówczas, kiedy przewodnik nie jest go pewien i nie może tego uzasadnić. Zbyt długie i zawile dyskusje wobec grupy negatywnie wpływają na przebieg wycieczki, ponadto nie są interesujące dla większości jej uczestników. Przewodnik nie musi się także wstydzić ani unikać przyznania racji osobie, której poziom wiedzy okaże się dużo wyższy. W takiej sytuacji, jeśli przyzna się do pomyłki od razu, jego autorytet nie powinien ucierpieć.

* Prezentowanie zagadnień historycznych dotyczących najstarszego okresu dziejów Wielkopolski i Polski mieszkańcom Gniezna i okolic wymaga od poznańskich przewodników szczególnego taktu. Oprowadzając tę grupę turystów, powinni oni kwestię stołeczności w państwie wczesnopiastowskim pozostawiać raczej jako temat otwarty dla przyszłych ustaleń historyków. W sytuacji dyskusji bardzo pomocna będzie teza o "stolicy wędrującej" wraz z książęcym czy królewskim dworem lub o wielkopolskim (kolektywnym) ośrodku stołecznym (Gniezno-Ostrów Lednicki- Poznań).

Niemcy w Poznaniu

1. Krótka charakterystyka grupy narodowej

Niemcy to jeden z najstarszych i największych narodów europejskich, a przy okazji również sąsiad Polski, z którym od najdawniejszych czasów i chwilami bardzo dramatycznie przeplatały się nasze dzieje, na co zresztą wiele różnorodnych przykładów może dostarczyć historia Wielkopolski i samego Poznania. Tożsamość narodowa dzisiejszych Niemców i ich samoidentyfikacja, jak w przypadku każdego historycznego narodu - jest tworzona przez kilka kluczowych wydarzeń i ich trwających do dziś skutków.

Pierwszym z nich jest XVI-wieczna Reformacja luterńska i dokonany przez nią podział religijny oraz polityczny Niemców i państw niemieckich na dwa obozy. Skutkiem tego doszło na ich etnicznym terytorium do licznych (niejednokrotnie krwawych) konfliktów, które na kilka wieków rozdarły i bez tego mocno niestabilną jedność polityczną Świętego Cesarstwa (zamieszkiwanego nie tylko przez Niemców) oraz pojawiły się i rozwinęły rosnące różnice kulturowe pomiędzy protestantami a katolikami. Z drugiej jednak strony, z czasem to właśnie Niemcy, doświadczeni przez podziały i wynikającą z nich słabość, najprędzej w Europie zrozumieli wartość tolerancji religijnej i już w wieku XIX realizowali ją w praktyce życia publicznego.

Zjednoczenie Niemiec w II połowie XIX wieku przez Prusy - państwo praworządne i nowoczesne, lecz przejawiające tendencje militarystyczne i hegemonialne - spowodowało narodzenie się w środku Europy państwa - nuworysza, próbującego utwierdzić swoją mocarstwową pozycję kosztem sąsiadów. Stało się to w efekcie najpierw jedną z przyczyn I Wojny Światowej, następnie zaś - w wyniku upokorzenia Niemiec i kryzysu ich państwowości oraz upadku w 1933r. nieugruntowanej demokracji - do dyktatury nazistowskiej i kolejnej wojennej katastrofy w latach 1939-45. Fakty te, pozostające po dziś dzień w świadomości narodów europejskich, kształtują nie tylko przynajmniej ambiwalentny obraz Niemiec i Niemców w odbiorze innych, zwłaszcza sąsiadów (w tym oczywiście także Polaków). Jednak najnowsza historia, przechowywana w świadomości właściwie wszystkich Niemców, do pewnego stopnia jakby „stygmatyzuje” ich we własnych oczach jako grupę narodową i jest przyczyną określonych, nie zawsze uświadomionych zachowań przedstawicieli tej grupy jako turystów na terenie Europy.

Demokracja powojenna od roku 1949 i odniesiony w tym okresie sukces gospodarczy, a także pokojowe zjednoczenie Niemiec po roku 1989, są przedmiotem słusznej dumy Niemców, którzy odbudowali swój kraj z ruin jako jedno z najnowocześniejszych i najzamożniejszych państw świata, a jednocześnie wspólnotę liberalną, tolerancyjną i szanującą swobody jednostki. Także świadomość potęgi gospodarczej Niemiec i ich pozytywnej roli w jednoczeniu Europy po upadku komunizmu, stanowi ważny element ich dzisiejszej zarówno narodowej, jak i bardzo europejskiej identyfikacji.

Niemcy jako turyści w Polsce. Generalnie turyści niemieccy zwiedzający Polskę, będąc świadomi swojej historii i związanych z tym obciążeń w naszych wzajemnych odniesieniach,

będą zachowywali się w naszym kraju ostrożnie w wyrażaniu swoich opinii historycznych i przypominaniu „przewag” dziejowych. Z drugiej strony mogą oni być bardzo wrażliwi na ewentualne generalizacje, przypisujące pewne działania czy cechy osobowościowe całej grupie narodowej. Niełatwo jest wytłumaczyć odwiedzającym z Niemiec bardzo znaczącą rolę religii w historii Polski i dzisiejszym społeczeństwie, w szczególności dominację jednego wyznania katolickiego. Przyzwyczajeni do sprawnego funkcjonowania służb publicznych, ogromnego zakresu finansowania inwestycji infrastrukturalnych oraz do znacznej skali działań skierowanych na konserwację lub rewitalizację zabytków we własnym kraju, Niemcy zwracają często uwagę na niedostatki w tych właśnie dziedzinach, występujące w naszym kraju i mieście (stan dróg i zabytków, zaniedbane ulice i domy). Rolą przewodnika jest delikatne wskazywanie na istniejące różnice w rozwoju historycznym ostatnich 60 lat oraz na wciąż jeszcze niewspółmiernie mniejsze możliwości inwestycji w tego rodzaju działania w naszych warunkach.

2. Profil turystów niemieckich, odwiedzających Poznań

W bardzo zróżnicowanej grupie Niemców, przyjeżdżających do Poznania w celach innych niż zarobkowe, da się wyróżnić kilka kręgów osób posiadających pewne bardziej jednolite profile i związane z nimi zainteresowania oraz preferowane sposoby zwiedzania i grupy obiektów. Poniżej zostaną one bliżej przedstawione:

2.1. Turyści etniczni (sentymentalni).

Stanowią oni wciąż znaczną, choć stopniowo malejącą część turystów niemieckich w Poznaniu. Przyjeżdżają do Poznania w dużych grupach autokarowych, organizowanych przez organizacje ziomkowskie, stowarzyszenia lub rzadziej biura podróży, albo indywidualnie jako turyści samotni lub w małych, 2-3 osobowych grupach rodzinnych. Są to osoby związane z miastem lub jego okolicami (albo szerzej: Wielkopolską) przez fakt pochodzenia stąd ich samych lub członków ich rodzin. Niekoniecznie w składzie grup niemieckich turystów etnicznych znajdziemy wyłącznie osoby w podeszłym wieku (jak sugerowałaby data urodzenia przed rokiem 1945); pewną część tych grup stanowią ludzie w wieku średnim (dzieci urodzonych w Wielkopolsce), spotkamy tam także nielicznych ludzi młodych (najczęściej wnuki). Grupy i indywidualni turyści tego kręgu przyjeżdżają do Wielkopolski na kilkudniowe wycieczki, zwiedzając jej najciekawsze miejsca i obiekty, przy czym pewną część czasu poświęcają na odwiedziny miejsc związanych z biografią własną lub swoich przodków, położonych zazwyczaj poza miastem.

Zwiedzanie Poznania przez nich może być organizowane według zwykłego programu podstawowego (pokrótce wszystkie okresy dziejów miasta), przy czym przewodnik powinien zwrócić szczególną uwagę na dokładne przygotowanie się do prowadzenia grupy po obiektach miasta XIX i szczególnie XX-wiecznego, powtórzyć fakty z tego okresu historii miasta, ponieważ wciąż jeszcze w składzie takiej grupy mogą znajdować się świadkowie czasu, pamiętający miejsca i wydarzenia z własnego dzieciństwa lub młodości. Nie eliminując z programu zwiedzania elementów średniowiecznego (czyli polskiego) Poznania, należy jednak w ich przypadku dzielnicę powstałe w wiekach XIX i XX uwzględnić szerzej, niż w programie dla grup polskich, ponieważ stanowią one w stopniu większym obiekt zainteresowania, zbieżny z osobistą lub rodzinną historią. W przypadku pozostawiania takich gości przez więcej niż jeden

dzień warto zaproponować wyraźniejszy podział: jednego dnia zwiedzanie ogólne z uwypukleniem wątków niemieckich, drugiego zaś trasę o charakterze ściśle etnicznym.

2.2. Grupy studyjne.

To druga licząca się grupa niemieckich turystów w Poznaniu. Jej nazwa nie powinna sugerować akademickiego profilu ich wycieczek. Liczebność tych grup zazwyczaj nie przekracza 20-25 osób, prowadzi je wykwalifikowany pilot, z reguły dobrze znający polskie realia i atrakcje turystyczne (z wiedzą historyczną bywa niestety gorzej). Podróże studyjne to jeden z rodzajów kulturowej turystyki edukacyjnej, w ich (wielodniowym) programie znajduje się intensywne spotkanie z historią i kulturą kraju goszczącego. Pobyt takich grup w Poznaniu i najczęściej w ogóle w Wielkopolsce, trwa zazwyczaj jeden dzień, często z noclegiem na terenie miasta. Ich organizatorzy preferują kilku- (4-5) godzinne zwiedzanie Poznania, przy czym chętnie decydują się na program ogólny, zapoznający gości na podstawie pokazania im wybranych obiektów i miejsc, z tysiącletnią historią miasta oraz jego współczesną rolą jako wielkopolską metropolią.

Zwiedzanie: Warto zaproponować takim grupom program z mniej więcej równomiernym rozłożeniem akcentów, zatem obiekty ukazujące rolę Poznania w okresie powstawania państwa polskiego, średniowieczne miasto królewskie, architektoniczne pamiątki okresu baroku, budowle związane z okresem rządów pruskich oraz z epoką XX-wieczną w dziejach Poznania. Uczestnicy grup studyjnych nie oczekują eksponowania wątków niemieckich, choć będą wdzięczni za wskazanie im tych wątków w trakcie zwiedzania. Grupy te często oczekują pomocy przewodnika (lub organizatora zwiedzania) w zorganizowaniu posiłku z oryginalną wielkopolską lub polską ofertą kulinarną oraz wskazania miejsca, gdzie mogą zakupić wartościową literaturę w języku niemieckim lub pamiątki z pobytu w mieście. Grupy studyjne, pozostające w mieście na więcej niż pół dnia, są potencjalnie najbardziej wdzięcznymi odbiorcami dodatkowych elementów zwiedzania tematycznego, takich jak np. historia poznańskich Bامبرów i wizyta w odnośnym muzeum, czy dzieje Twierdzy Poznań z wizytą na Cytadeli lub w jednym z fortów.

2.3. Typowe grupy objazdowe.

To również grupy autokarowe, realizujące program wielodniowej wycieczki, jednak charakter ich pobytu w Poznaniu jest nieco inny. Zazwyczaj trafiają one do naszego miasta w drodze z Mazur lub na Mazury (które są ich ulubionym celem w Polsce), rzadziej na trasie pomiędzy Wrocławiem a Gdańskiem, w drodze do lub z Warszawy. Preferują krótki program zwiedzania (2-3 godziny), przy czym podobnie jak grupy studyjne nie oczekują szczególnego eksponowania wątków niemieckich w dziejach miasta, a jedynie ich zauważenia i wskazania. Grupy przyjeżdżające do Poznania po południu mogą być zmęczone poprzedzającym programem, z kolei te startujące stąd po śniadaniu i zwiedzaniu - ograniczone przewidzianym programem dziennym lub czasem pracy kierowcy, dlatego od przewodnika oczekiwana jest zdecydowana dyscyplina czasowa.

Zwiedzanie: Grupom objazdowym warto proponować program mieszany, na który składają się np. 2 krótkie spacer (Ostrów Tumski z Katedrą, Stary Rynek z Farą) oraz objazd reszty miasta autokarem, z ewentualnym parominutowym wyjściem na Placu Mickiewicza. Uzyskane w ten sposób ogólne wrażenie o historycznym znaczeniu i turystycznej atrakcyjności miasta jest tym, czego większość z nich oczekuje i może ewentualnie zachęcić niektórych z nich do powtórnej,

dłuższej wizyty. Do takiej przewodnik powinien zachęcić, wymieniając pod koniec swojego spotkania z grupą inne atrakcyjne dla zwiedzania cele w Poznaniu.

2.4. Grupy młodzieżowe.

Poznań, miasto znaczące raczej w kontekście dziejów Polski, niż kulturowych związków europejskich w dużej skali, nie należy do wiodących celów wypraw takich grup na terenie Polski, niemniej wielkość naszego miasta, a tym samym ilość szkół i uczelni na jego terenie oraz stołeczna rola w dużym regionie, jakim jest Wielkopolska, warunkuje istnienie zauważalnego ruchu grup turystycznych tego rodzaju. Należą do nich przede wszystkim grupy przybywające zarówno do samego Poznania, jak i do mniejszych miejscowości Wielkopolski w ramach wymiany pomiędzy (średnimi) szkołami partnerskimi, rzadziej są to typowe dla niemieckiego systemu edukacji ogólnokształcącej tzw. wyprawy klasowe („Klassenfahrten”), czyli wielodniowe wyjazdy starszych klas szkół typu licealnego do któregoś z innych krajów europejskich lub pozaeuropejskich. Inną, niewielką grupę stanowią niemieccy studenci, odwiedzający Poznań w ramach wypraw seminaryjnych, wymian lub zorganizowanych przez organizacje studenckie wycieczek, albo międzynarodowych imprez. Grupy tego rodzaju decydują się zazwyczaj albo na półdniowe zwiedzanie miasta według programu ogólnego (który można by określić hasłem: 1000 lat historii), albo na wycieczkę po mieście w formie zwiedzania mieszanego z elementami ogólnego i „etnicznego”, w znaczniejszym stopniu eksponującego wątki niemieckie.

Zwiedzanie: Dobór celów dokonuje się w zależności od wybranego rodzaju trasy (ogólny lub mieszany: ogólnie-etniczny). Tryb zwiedzania musi uwzględniać rodzaj grupy. Zwiedzanie może odbywać się w zasadzie pieszo, postoje przy poszczególnych obiektach nie powinny być zbyt długie, w każdym punkcie treści historyczne powinny stale przeplatać się z elementami interesującej opowieści o żywym, atrakcyjnym dla młodych ludzi mieście i jego współczesnych symbolach oraz bardziej znanych instytucjach i mieszkańcach. Warto także, w zależności od funduszy, zaproponować takiej grupie skorzystanie z oferty prezentacji multimedialnej (jak Makieta Dawnego Poznania), zastosować techniki projekcji na miejscu, prezentacji, elementów audio, a nawet zorganizować w miarę możliwości zwiedzanie miasta w formie gry miejskiej. To ostatnia forma wymaga zaangażowania większej ilości współpracujących, mając jednak do dyspozycji polskich partnerów niemieckiej grupy przewodnik może sięgnąć po ten bardzo atrakcyjny dla młodych ludzi model penetracji turystycznej. W przypadku grup młodzieżowych zwiedzanie powinno także uwzględniać elementy infrastruktury rekreacyjnej miasta, choćby w postaci krótkiego przystanku z prezentacją terenów maltańskich, w miarę możliwości warto zaproponować element aktywnego wypoczynku po zwiedzaniu (np. pobyt grupy na Malcie po obiedzie).

2.5. Turyści biznesowi.

Stanowią oni zauważalną grupę wśród zwiedzających Poznań osób narodowości niemieckiej. W okresach większych imprez targowych są to głównie turyści indywidualni, zamawiający usługi przewodnika często w ostatniej chwili, natomiast przez cały rok poznańskie i wielkopolskie przedsiębiorstwa utrzymujące kontakt biznesowy ze swoimi odpowiednikami lub firmami-matkami w Niemczech, proponują swoim gościom zza zachodniej granicy w ramach ich kilkudniowego pobytu, parogodzinny spacer historyczny po mieście. Goście biznesowi to z reguły osoby mające znaczne doświadczenie jako turyści, wizytują oni Poznań jako kolejne z dziesiątek lub setek atrakcyjnych miast na całym kontynencie, a często i poza nim. Chętnie

obejrzą oni najważniejsze obiekty historyczne miasta, jednak żywiej interesują się jego współczesnym obliczem, najciekawszymi realizacjami architektonicznymi, życiem codziennym, a także możliwościami ciekawych zakupów w atrakcyjnych miejscach. Goście biznesowi z reguły posiadają własny środek lokomocji (jeśli są w grupie) lub wynajmujący usługę taksówkową (indywidualnie). Wycieczka po mieście ma więc w ich przypadku charakter zwiedzania mieszanego pieszo-samochodowego, trwa najczęściej 3, rzadziej 4 godziny i kończy się zazwyczaj posiłkiem, na który bywa zapraszany także przewodnik.

Zwiedzanie. Także w przypadku turystów biznesowych bardzo ważne jest zachowanie dyscypliny czasowej, wymusza to ich napięty program pobytu lub przewidywany i zamówiony posiłek po zwiedzaniu z udziałem polskich kontrahentów. Dobór celów powinien w miarę możliwości uwzględniać zawodowy profil takiej grupy i jej zainteresowania z niego wynikające. W zwiedzaniu nie jest konieczne koncentrowanie się na poznańskich „germanicach”, choć wskazanie na niemiecką proveniencję niektórych budowli lub wybitne osoby niemieckiego pochodzenia związane z Poznaniem, pobudzi ich zainteresowanie. W miarę ilości czasu stojącego do dyspozycji można zaplanować przerwę kawową w atrakcyjnym miejscu. Goście będą wdzięczni za podawane im w trakcie zwiedzania informacje o miejscach na ciekawe zakupy, tradycyjnych daniach wielkopolskiej kuchni czy miejscach, gdzie można w dobrej atmosferze spędzić wieczór. Przewodnik musi być przygotowany na liczne i idące w detale pytania o realia życia współczesnego w mieście oraz funkcjonujące tu przedsiębiorstwa i infrastrukturę (przykładowo o największych pracodawców, wysokość zarobków w poszczególnych segmentach gospodarki, ceny mieszkań lub wysokość czynszu, połączenia komunikacyjne, ciekawsze imprezy cykliczne).

2.6. Uczestnicy „city breaks”.

Są to z reguły osoby pracujące, często młode, które indywidualnie, w parach lub w małych, kilkusobowych grupach spędzają weekend jako turyści w atrakcyjnym, najczęściej zagranicznym mieście. Stopniowy wzrost dochodów w coraz liczniejszych krajach, umożliwiające częste wyjazdy kulturowe lub wypoczynkowe, niemal zupełne zniesienie barier granicznych w Europie, a także potanie usług w transporcie lotniczym, to czynniki sprzyjające liczebnemu wzrostowi tej grupy. Do niedawna Poznań nie był niemal w ogóle obecny na mapie europejskich celów tego typu wyjazdów. W ostatnich latach skala takich przyjazdów do naszego miasta powoli, ale widocznie rośnie. Zwiększenie liczby połączeń lotniczych, konstrukcja atrakcyjnych pakietów weekendowych przez biura podróży i hotele oraz dokończenie budowy autostrady łączącej Poznań z rosnącym ku rozmiarom europejskiej metropolii Berlinem, w połączeniu z pewnym prądem klasycznymi destynacjami (Paryż, Londyn, Lizbona a nawet Praga) mogą w efekcie przynieść znaczny wzrost liczby weekendowych turystów niemieckich także w naszym mieście. Turyści z tej grupy chętnie odwiedzają główne atrakcje historyczne, aczkolwiek nie są zainteresowani wędrówką dłuższymi miejskimi „szlakami” ani rozbudowywanymi wątkami tematycznymi. Natomiast interesują ich „miejsca magiczne”, niepowtarzalne zaułki oddychające duchem odwiedzanego miasta, unikalne lub nowocześnie zorganizowane muzea i wystawy, atrakcyjne centra i galerie handlowe, restauracje z oryginalną ofertą gastronomiczną i inne lokale z ciekawą propozycją na spędzenie wieczoru. Drugi dzień w ich dyspozycji może być dodatkową szansą dla przewodnika. Niezależnie od tego, czy zdecydują się na wspólne z nim, czy na samodzielne zwiedzanie, należy im zaproponować wyjazd w okolice miasta lub wizytę w paru miejscach, nie pokazanych im w dniu pierwszego spotkania.

Zwiedzanie: Odbywa się pieszo lub z wykorzystaniem usługi taxi albo prywatnego samochodu przewodnika. Niemal zawsze obejmuje kilka wstępów, przy czym warto zapytać gości o ich indywidualne zainteresowania i na bieżąco dopasować do nich program wspólnego spaceru. Goście weekendowi z Niemiec nie wymagają szczególnego akcentowania niemieckich elementów etnicznych w historii Poznania, jakkolwiek chętnie o nich słuchają. Nakierowani na poznanie nowego dla nich miasta, turyści często są wdzięcznymi odbiorcami historycznych i współczesnych anegdot o oglądanych i wizytowanych miejscach oraz ludziach, tworzących klimat miejscowości. Przerwa w zwiedzaniu w ciekawym i atrakcyjnym wizualnie miejscu będzie przez nich mile przyjęta. Zdarza się także, że proszą o dane kontaktowe przewodnika, który potrafił ich zainteresować, aby polecić go swoim znajomym. Podstawowe dane dotyczące grup niemieckich w latach 2009 i 2010 ilustruje poniższa tabela.

Tabela 1. Obsługiwani przez przewodników turyści niemieckojęzyczni w Poznaniu: rok 2009 i 2010

Dane dotyczą:	Rok 2009	Rok 2010
Liczba obsługiwanych grup w danym języku przez badanych	161	183
Średni czas trwania spaceru przewodnikiem w godzinach	3,5	3,5
Przeważające profile obsługiwanych grup	1. dorośli objazdowe (51%) 2. sentymentalne (19%)	1. dorośli objazdowe (56%) 2. szkolne i studenckie (21%)
Miesiące z największą liczbą zamawianych usług (od najwyższej)	05, 06, 09, 10	05, 09, 06, 10

Źródło: Ankieta 2011

3. Obiekty preferowane w zwiedzaniu przez turystów niemieckojęzycznych.

Poznańskie germanica.

W kwestii wyboru zwiedzanych miejsc i obiektów wiele zależy od przewodnika i jego pomysłu na Poznań dla danej grupy. Dzieje się tak dlatego, że podobnie jak w przypadku innych gości, wiele grup niemieckich i niemal wszyscy indywidualni turyści zamawiający przewodnika, określają tylko ramy czasowe, pozostawiając jemu jako osobie kompetentnej wybór szczegółowych celów wspólnego spaceru. Nie zwalnia to jednak przewodnika z dokonania właściwego doboru celów - przeciwnie, takie zaufanie zamawiających wobec niego jako eksperta, powinien on odebrać jako dodatkowe powierzone mu zadanie w ramach umowy o dzieło. Jakkolwiek Niemcy generalnie chętnie przyjmują ofertę zwiedzania obiektów w mieście najważniejszych, najcenniejszych i najciekawszych, powszechnie uznanych za atrakcje turystyczne, to - jak każda grupa narodowościowa - będą bardzo zadowoleni z uwzględnienia w planowanym programie takich elementów, które wiążą się z ich historią narodową (włącznie z jej wydarzeniami dramatycznymi), ważnymi postaciami życia

politycznego, społecznego i kulturalnego Niemiec oraz ze śladami pobytu, życia i wkładu ich rodaków w rozwój Poznania. Zatem mamy w tym wypadku do czynienia z trzema grupami potencjalnie interesujących obiektów, które w zakresie zależnym od ustalonego czasu zwiedzania i (istotnymi w zależności od profilu grupy) czynnikami takimi, jak rodzaj grupy, jej struktura wiekowa, dominujące wykształcenie lub profesja itd., powinny być uwzględniane w programowaniu wycieczki. Są to: miejsca określane jako obiekty dziedzictwa kulturowego (przykładowo: Katedra, Ratusz, Fara poznańska, wybrane ekspozycje muzealne), miejsca atrakcyjne dla współczesnych turystów miejskich (jak Stary Browar, Malta, Palmiarnia, Rynek) oraz poznańskie „germanica”, czyli obiekty i miejsca związane z dziejami i wydarzeniami Niemców jako narodu i Niemców jako historycznych mieszkańców Poznania. Dwie pierwsze grupy omawiane są w osobnych działach, pozostaje zatem zająć się trzecią, specyficzną grupą celów, w przypadku Niemców szczególnie liczną właśnie w naszym mieście ze względu na jego nowszą historię.

Germanica poznańskie. Z ogromnej liczby miejsc i obiektów kojarzonych z przedstawicielami narodowości niemieckiej, historią Niemiec, a także z okresem pruskich i niemieckich rządów w Poznaniu, wybrano i zestawiono poniżej najważniejsze, podzielone na trzy zasadnicze grupy: obiekty związane z ważnymi wydarzeniami, miejsca i obiekty biograficzne a także obiekty i kolekcje, stanowiące najważniejsze dzieła architektury i sztuki, stworzone przez Niemców lub służące poznańskim Niemcom.

3.1. Miejsca i obiekty związane z wydarzeniami:

Studzienka Bamberska i Muzeum Bambrów Poznańskich. Historia osadnictwa bamberskiego pod Poznaniem, symbiozy z Polakami, asymilacji Bambrów i ich udziału w rozwoju Poznania, tradycje bamberskie. Ciekawym miejscem dla tego wątku są także dwa obiekty na Jeżycach: dobrze zachowana zagroda rodziny Muthów przy ul. Dąbrowskiego 137 i niedaleka Zagroda Bamberska przy ul. Kościelnej 43, dziś restauracja oferująca m. in. dania regionalnej kuchni poznańskiej.

Kolegium Jezuickie. W latach 1793-1806 i potem po roku 1815 znajdowała się tu siedziba władz pruskiej prowincji, a potem namiestnika Wielkiego Księstwa Poznańskiego i prezesa naczelnego prowincji. W roku 1806 kompleks był tymczasową rezydencją cesarza Napoleona, który podjął i ogłosił tu także szereg decyzji dotyczących nowego (w części bardzo trwałego) porządku politycznego Niemiec, pozostających po zwycięstwie nad Prusami pod niekwestionowanym francuskim wpływem.

Dawny Hotel Saski (ul. Wrocławska). Budynek był miejscem podpisania 11 i 12 grudnia 1806 roku tzw. „Pokoju w Poznaniu” pomiędzy Francją a Saksonią oraz jednoczesnego podniesienia księstwa elektorskiego Saksonii do rangi Królestwa, a także ustaleń pokojowych pomiędzy napoleońską Francją a księstwem Sachsen-Weimar.

Fort VII przy Al. Polskiej. Tu rozpoczął swoje funkcjonowanie pierwszy nazistowski obóz koncentracyjny na terenie okupowanej Polski. Znajdujące się w tym miejscu Muzeum Martyrologii Wielkopolan posiada bogatą ekspozycję o wydarzeniach z okresu nazistowskiej okupacji Poznania. Fort powinien być włączany w program grup zainteresowanych tą tematyką.

Cytadela Poznańska. Spacer po Cytadeli (kluczowym Forcie Winiary) przybliży turystom dzieje projektu i budowy największej twierdzy pruskiej XIX wieku, a także niemieckiej Festung Posen w roku 1945 i jej oblężenia oraz szturm w lutym tego roku.

Cmentarz na Miłostowie. Znajduje się tu kwatery żołnierzy niemieckich poległych w trakcie walk w 1945 roku. Miejsce to włącza się tylko w program grup i turystów indywidualnych, zainteresowanych tematyką ostatniej wojny.

3.2. Miejsca i obiekty biograficzne, związane ze znanymi postaciami:

Dom przy ul. Podgórnej 6. Miejsce urodzenia Paula Ludwiga von Beneckendorff und von Hindenburg, marszałka z okresu I wojny światowej, który odniósł w niej największe zwycięstwo dla Niemiec, pokonując Rosjan w 1914 roku pod Tannenbergiem (Stębarkiem), późniejszego (1925-34) prezydenta Rzeszy Niemieckiej (Republiki Weimarskiej). W roku urodzenia Hindenburga (1847) adres ten brzmiał inaczej, była to Bergstrasse 7.

Dom na Starym Rynku nr 100. Miejsce zamieszkania rodziny żony dramaturga Ernsta Theodora Amadeusa Hoffmanna (Rynek) i miejsce jego pobytu w Poznaniu (nie zachował się dom na rogu ul. Św. Marcin i alei Marcinkowskiego, gdzie E.T.A. Hoffmann przez dwa lata (1800-1802) mieszkał. Z kolei **kościół Bożego Ciała** przy ul. Krakowskiej jest miejscem jego ślubu z poznanianką, Michaliną Rorer.

Plac Wiosny Ludów. Stojący tu niegdyś Hotel Wiedeński był miejscem śmierci (23.08.1831r.) pruskiego marszałka Augusta von Gneisenau, bohatera wojen przeciw Napoleonowi, który jako dowódca armii pruskiej w Poznaniu zaraził się szalejącą tu wówczas cholerą. Innym miejscem związanym z jego osobą był (nieistniejący dziś) gmach Komendantury V Korpusu u zbiegu ulic Solnej i Działowej, w którym pracował w 1831 roku, jego szefem sztabu był wówczas niemiecki sławny później teoretyk wojskowości i wojny: Karl von Clausewitz.

Kamienica przy ul. Fredry 12. Miejsce urodzenia (1914) znanej w okresie międzywojennym i powojennym niemieckiej aktorki hollywoodzkiej Lilli Palmer (prawdziwe nazwisko: Peiser), córki poznańskiego Niemca pochodzenia żydowskiego, Alfreda Peisera. Zmarła ona w Los Angeles w 1986 roku.

Zamek Cesarski. Ostatnia monumentalna rezydencja monarsza w Europie, wzniesiona przez Franza von Schwechten z inicjatywy cesarza Wilhelma II dla dynastii Hohenzollernów. Zamek był miejscem kilkakrotnych pobytów przedstawicieli tego rodu, w tym samego Wilhelma II (1910 i 1915), ostatniego władcy Niemiec. Podczas II wojny światowej był siedzibą nazistowskiego gauleitera i namiestnika Warthegau, przebudowywano go też na jedną z rezydencji Hitlera.

3.3. Ważniejsze miejsca i obiekty związane z architekturą i sztuką

Kościół Wszystkich Świętych przy ul. Grobla (Dawniej Św. Krzyża). Był on pierwszą stałą siedzibą zboru parafialnego poznańskich ewangelików (prawie wyłącznie pochodzenia niemieckiego), wzniesiona na mocy edyktu tolerancyjnego z roku 1768, w latach 1777-1783. Do dziś w katolickim już kościele w wielkim Poście odbywają się koncerty pasyjne w języku niemieckim, przypominające jego protestancki rodowód.

Dzielnica Cesarska, w tym przede wszystkim dawny Plac Zamkowy. Stanowiła ona na początku XX wieku jeden z najznaczących projektów urbanistycznych w ówczesnej Europie. Wybudowano ją w latach 1913-1913 w ramach planu podniesienia rangi i atrakcyjności Poznania dla jego niemieckich mieszkańców, a także potwierdzenia rzekomo odwiecznie niemieckiego charakteru miasta. Autorem planu dzielnicy był słynny urbanista Joseph von Stübben, autorami poszczególnych projektów tak znani niemieccy architekci, jak Franz von Schwechten (Zamek i Poczta), Max Littmann (Opera), czy Eduard Fürstenau (Akademia Królewska).

Tzw. Miasto Pruskie. Część Śródmieścia Poznania, powstała w okresie 1800 - 1880 na terenie pomiędzy Bazarem i Alejami Marcinkowskiego, a ulicą Fredry oraz ulicą Św. Marcin a ulicą Solną. Na tym terenie zrealizowano pierwszy znaczny projekt urbanistyczny w okresie rządów pruskich. Autorem planów rozbudowy miasta był znany architekt David Gilly. Większość ówczesnych i powstałych tu później budowli wznosili inni Niemcy, jak Karl Hinkendeyn (gmach Muzeum Narodowego i Biblioteki Uniwersyteckiej), August Stüler (kościół Św. Pawła na ul. Fredry), August Soller (dzisiejszy Uniwersytet Artystyczny), Heinrich Koch (gmach poczty). Należy do tej grupy także dawne niemieckie centrum kulturalne w Poznaniu: budynek Arkadii („Empiku”), wzniesiony pierwotnie przez Friedricha Gilly, przebudowany przez Cezara Stenzla, na ul. 27 Grudnia, jako Teatr Niemiecki.

Secesyjne Jeżyce i Górny Łazarz. Po włączeniu terenów jeżyckich do miasta w roku 1900 powstał tutaj dla zamożnych mieszkańców Poznania, w tym licznych niemieckich urzędników, szereg ciekawych realizacji mieszkalnych w modnym wówczas stylu secesyjnym. Wiele z nich zachowało się do dziś, szczególnie przy ul. Roosevelta, Dąbrowskiego (utworzonej zresztą przez Niemców po 1828r. jako Droga Berlińska), oraz na Rynku Jeżyckim. Z kolei tzw. Johow-Gelände (tereny, dzielnica Johowa) na Górnym Łazarzu w obrębie ulic Matejki, Kossaka, Siemiradzkiego, Chelmońskiego i Wyspiańskiego, to miejsce nowatorskiej na skalę europejską realizacji Maxa Johowa, powstałej po roku 1902 dla potrzeb niemieckich rodzin wojskowych i urzędników.

Ważniejsze dzieła sztuki:

Najcenniejszymi z nich są znajdujące się w katedrze XV- i XVI-wieczne tzw. **płyty Vischerowskie** - brązowe płyty nagrobne z rytymi przedstawieniami zmarłych (m.in. z rodu Górków) oraz pomnik Mieszka I i Bolesława Chrobrego, autorstwa znanego berlińskiego artysty **Christiana Raucha**. Warta obejrzenia jest także kolekcja XIX-wiecznego malarstwa niemieckiego w Muzeum Narodowym, gromadząca m.in. obrazy grupy tzw. **nazarejczyków** (Friedricha Overbecka, Corneliusa, Riepenhausena, Steinlego, Führicha, Sohna, Wilhelma von Schadow), a także przedstawicieli najważniejszych niemieckich szkół artystycznych tego okresu: **monachijskiej** (m.in. W. von Kabulach, C. Rottmann), **berlińskiej** (m. in. A. Henning, C. Wach, E. Meyerheim) i **düsseldorfskiej** (m.in. Lessing, Hildebrandt, Stilke).

4. Propozycja trasy wycieczkowej po Poznaniu dla turystów niemieckich

Planowanie trasy zwiedzania Poznania dla niemieckich turystów może odbywać się według jednego z dwóch podstawowych założeń. Jeśli goście są w Poznaniu po raz pierwszy i dysponują ograniczonym czasem, wystarczającym tylko na jeden spacer z przewodnikiem, powinien on być zaplanowany według schematu głównych i charakterystycznych obiektów historycznych i atrakcji poznańskich, z uwzględnieniem kilku „germaników”, nie rozbijając jednolitego przebiegu trasy. Jeśli turyści poszukują wątków niemieckich (np. jest to wyprawa turystyki etnicznej, grupa realizuje program wielodniowej wycieczki tematycznej po Polsce), albo też jeśli turyści mają więcej czasu i zwiedzili już miasto według programu ogólnego, na drugą wycieczkę można zaproponować im trasę specjalną, wiodącą ich do miejsc i obiektów ściśle związanych ze śladami Niemców w Poznaniu. Poniżej przedstawione są propozycje obu wymienionych tras. Stanowią one oczywiście tylko punkt wyjścia, wymagający modyfikacji dla potrzeb konkretnego programu wycieczki. Wynika to z faktu, że przy konstrukcji takiego programu zwiedzania należy dodatkowo pamiętać o konkretnym profilu danej grupy i jej

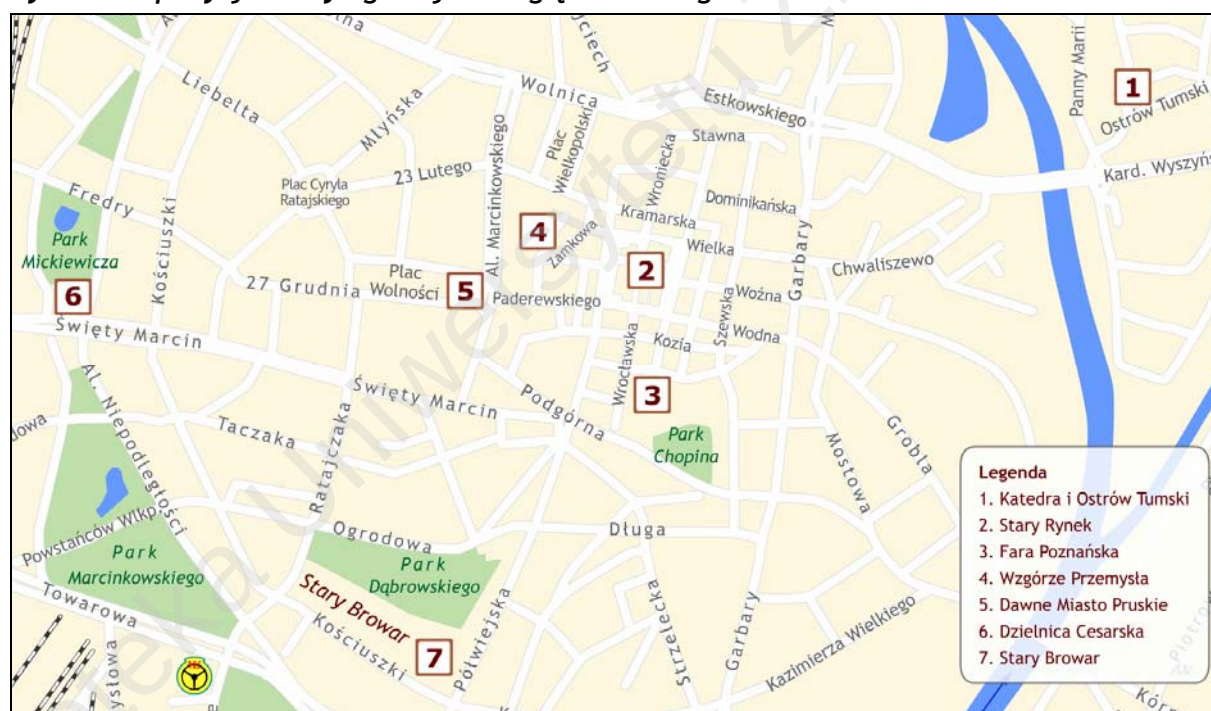
zainteresowaniach oraz możliwościach (por. wyżej). W zależności od tego przewodnik powinien trasę uzupełnić lub skrócić.

4.1. Wersja I: Trasa ogólna z uwzględnieniem germaniców

Założenia: szlak zwiedzania obliczonego na 4-5 godzin. Główne obiekty trasy ogólnej zostają uzupełnione o kilka obiektów lub miejsc związanych z historią i kulturą niemiecką.

1. Katedra i Ostrów Tumski (szerzej płyty Vischerowskie i ich XX-wieczne dzieje),
2. Stary Rynek (wspomnienie roli osadników niemieckich przy lokacji miejskiej, osoby Błażeja Winklera, E.T.A. Hoffmanna, przy Bamberce dłuższy przystanek i prezentacja tematu Bambrów Poznańskich),
3. Fara Poznańska,
4. Wzgórze Przemysła (ewentualnie z wizytą w Makiecie Dawnego Poznania),
5. Dawne Miasto Pruskie (temat wkładu Niemców w rozwój XIX-wiecznego Poznania omawiany przy Muzeum Narodowym lub Arkadii),
6. Dzielnica Cesarska (z szerszym uwzględnieniem dzieł niemieckich architektów),
7. Koniec wycieczki w Starym Browarze, okazja do shoppingu,
- (8. Jeśli zwiedzanie nie zaczęło się objazdem, w tym miejscu ewentualny objazd miasta kończący się w Starym Browarze lub w innym wybranym obiekcie).

Ryc. 1. Propozycja trasy ogólnej z uwzględnieniem germaników



Opr. własne, wyk: O. Artyshtuk 2011

4.2. Wersja II: Trasa specjalna: Śladami Niemców w Poznaniu

Założenie: szlak zwiedzania na 4-5 godzin. Zręb trasy powinny tworzyć wybrane główne miejsca z uwzględnieniem niemieckiego akcentu narodowego (grupa A). Pozostałe zwiedzane miejsca lub obiekty dobierane są w zależności od profilu grupy (grupa B). Niektóre obiekty lub miejsca (grupa C) zwiedza się tylko w wypadku realizacji programu uwzględniającego szczególne zainteresowania turystów (np. zawodowe, naukowe albo edukacyjne, wycieczka tematyczna).

Grupa A: Miejsca odwiedzane z każdą grupą:

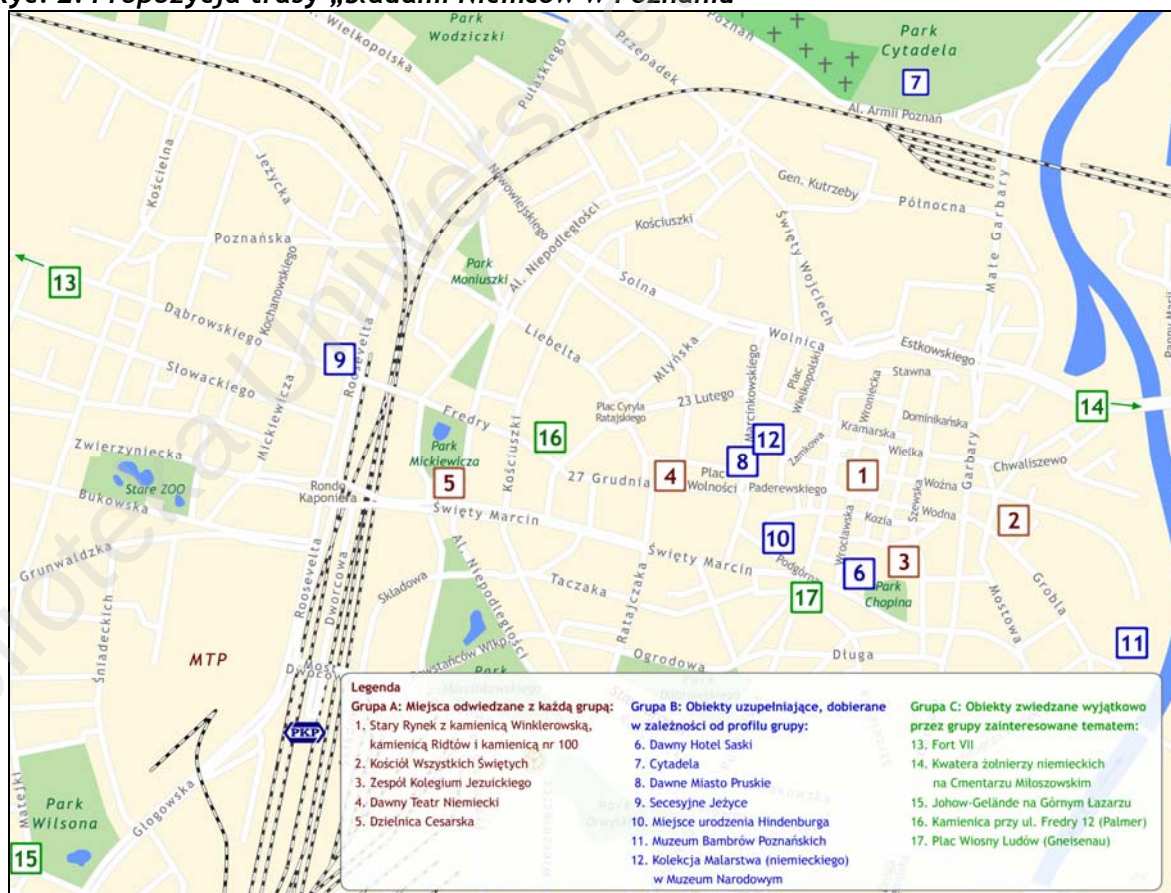
1. Stary Rynek z kamienicą Winklerowską, kamienicą Ridtów i kamienicą nr 100
2. Kościół Wszystkich Świętych (z zewnątrz lub wewnątrz)
3. Zespół Kolegium Jezuickiego (dawna siedziba władz prowincji pruskiej)
4. Dawny Teatr Niemiecki
5. Dzielnica Cesarska

Grupa B: Obiekty uzupełniające, dobierane w zależności od profilu grupy:

1. Dawny Hotel Saski (wątek pokoju 1806r.)
2. Cytadela
3. Dawne Miasto Pruskie (szerzej)
4. Secesyjne Jeżyce
5. Miejsce urodzenia Hindenburga (z zewnątrz)
6. Muzeum Bambrów Poznańskich
7. Kolekcja Malarstwa (niemieckiego) w Muzeum Narodowym

Grupa C: Obiekty zwiedzane wyjątkowo przez grupy zainteresowane tematem:

1. Fort VII
2. Kwatera żołnierzy niemieckich na Cmentarzu Miłoszowskim
3. Johow-Gelände na Górnym Łazarzu
4. Kamienica przy ul. Fredry 12 (Palmer)
5. Plac Wiosny Ludów (Gneisenau)

Ryc. 2. Propozycja trasy „Śladami Niemców w Poznaniu”

Opr. własne, wyk. O. Artyshtuk 2011

5. Najczęstsze pytania niemieckich turystów w Poznaniu

Naturalnym jest, że znaczna część pytań zainteresowanych turystów, stawianych przewodnikom, dotyczy aktualnych wydarzeń w kraju goszczącym ich oraz w samym mieście, o ile za pośrednictwem prasy i mediów wiadomości o nich mogły przedostać się do ich miejsca zamieszkania. Ponieważ nie jest możliwe przewidzieć choćby tematykę głównych wydarzeń najbliższych lat, przewodnik musi na bieżąco samodzielnie selekcjonować istotne jego zdaniem wydarzenia i przygotowywać się do ich ewentualnego zreferowania lub wyjaśnienia pytającym o nie gościom.

Drugą grupą częściej pojawiających się pytań stanowią takie, które na podstawie praktyki przewodnickiej z grupami niemieckimi jesteśmy tu w stanie przedstawić. Wyływają one zarówno z ogólnego zainteresowania turystów zwiedzaniem krajem, regionem i miastem (i tym samym są zapewne wspólne dla turystów z różnych krajów), jak i z istniejącej sytuacji politycznej, ekonomicznej i społecznej w Niemczech oraz jej porównania z zaobserwowaną na miejscu, a także z posiadanej świadomości narodowej i historycznej, posiadanej wiedzy na tematy zbieżne z omawianymi podczas zwiedzania i chęci jej skonfrontowania z nowymi informacjami, uzyskiwanymi podczas spaceru z przewodnikiem. Poniżej przedstawimy takie właśnie kwestie, typowe dla turystów niemieckich zwiedzających nasze miasto:

- W jakim stopniu był zniszczony Poznań w czasie ostatniej wojny?
- Ile kosztuje przeciętnie metr kwadratowy mieszkania w Poznaniu (nowego i z drugiej ręki)?
- Ile wynosi średnia pensja w Polsce, ile w Poznaniu?
- Jacy są najwięksi niemieccy inwestorzy w mieście i regionie, w jakich branżach?
- Jaka gałąź gospodarki jest obecnie najważniejsza w mieście i okolicy?
- Jak wysoka jest stopa bezrobocia w Polsce, w Poznaniu?
- Czy kiedykolwiek Niemcy stanowili większość mieszkańców Poznania?
- Co się stało z niemieckimi obrońcami Cytadeli po jej kapitulacji?
- Czy (i w jakim stopniu) ludność Poznania zachowała antyniemieckie resentymenty po ostatniej wojnie?
- Czy istnieje współpraca/partnerstwo Poznania i Wielkopolski z niemieckimi miastami lub regionami?

6. Anegdoty i legendy poznańskie w oprowadzaniu turystów niemieckich.

Powszechnie wiadomo w kręgach przewodników - a potwierdzają to także turyści zwiedzający miasta - że dobrze dobrane i ciekawie opowiedziane legendy lub anegdoty historyczne czy biograficzne, nie tylko urozmaicają zwiedzanie, lecz także ułatwiają zapamiętanie ważniejszych elementów historycznego lub kulturowego kontekstu miasta. Ponadto zapamiętane legendy i anegdoty „ożywiają” obraz miasta w oczach jego gości, są opowiadane dalej i przez to czynią je atrakcyjnym dla nowych turystów. Legendy i anegdoty w kontekście turystyki w miastach zawsze są związane z konkretnym miejscem. Miejsce bowiem stanowi właściwy kontekst anegdoty lub legendy, która w oderwaniu od niego może nie być zrozumiała, na pewno zaś nie spełnia swojego zadania i z reguły nie zostaje nawet zapamiętana. Ona zaś z kolei „ożywia” samo miejsce w wyobraźni turystów, utrwala jego obraz

i tym samym przyczynia się do wytworzenia urozmaiconego kulturowego obrazu całego miasta. Spośród bardzo licznych poznańskich anegdot historycznych, niektóre odnoszą się do wątków związanych z Niemcami lub okresem niemieckich rządów w Poznaniu, inne z różnych powodów są szczególnie chętnie słuchane przez niemieckich turystów. Poniżej prezentujemy wybrane pod kątem zainteresowań niemieckich turystów poznańskie anegdoty miejskie. Nie przedstawiając pełnych wersji tekstowych anegdot (które przewodnik miejski powinien znać lub bez większych problemów znaleźć w znanej mu literaturze), podajemy za to punkty na terenie miasta, w których można je turystom opowiedzieć.

* O protestanckim królewiczu pruskim Wilhelmie namówionym przez Polaków do ratowania katolickiego kościoła NMP za pomocą... piastowskich przodków.

Miejsce: przed kościołem NMP in Summo na Ostrowie Tumskim.

* O wojennych losach płyt Vischerowskich, odnalezionych w... Petersburgu...

Miejsce: Katedra Poznańska, najlepiej przy kaplicy Górków (płyta Łukasza Górki).

* O praworządnych Prusakach, którzy zezwolili na budowę pomnika polskiego poety, kiedy ich przekonano, że „przecież ongi był tu proboszczem”.

Miejsce: przed Pomnikiem Jana Kochanowskiego na Ostrowie Tumskim.

* O pochodzeniu niemieckiego przysłowia: „Noch ist Polen nicht verloren...” z okazji miejsca pochówku J. Wybickiego w Poznaniu i faktu, że Poznań jest jedynym polskim miastem wspomnianym w naszym hymnie.

Miejsce: Chwaliszewo (napis na ścianie budynku z wyobrażeniem polskiej mapy) lub Wzgórze Św. Wojciecha, jeśli turyści tam się znajdą.

* O „wojnach piwnych” i piwnych rozejmach między Poznaniem a Chwaliszewem.

Miejsce: przy Krzyżu Chwaliszewskim w ramach informacji o dawnym Chwaliszewie.

* O Bambrach, nie chcących się wpisać na niemieckie listy Prusaków „Daitsche san mir, aba keine Saupraisen”.

Miejsce: przed Studzienką Bamberki.

* O Augustie II, którego przez skręceniem karku ocalił daszek nad wejściem do kamienicy.

Miejsce: przed kamienicą „Pod Daszkiem” na Starym Rynku.

* Legenda o Krzysztofie Ridt (luteranin, więc i z nazwiska i wyznania prawdopodobnie Niemiec) i jego sporze z poznańskimi benedyktynkami o ich „wilcze głosy”, a także o dalszych losach bezbożnego kupca.

Miejsce: Przed domem Ridtów na rogu Rynku.

* O pruskim policmajstrze Minutolim, który lubił rysować i pośmiertnie stał się przyczyną dzisiejszego wyglądu Pałacu Górków.

Miejsce: Przed Pałacem Górków od strony ul. Wodnej.

* O nieudanym faworyzowaniu niemieckiego kupiectwa przez władze pruskie jako państwowym psuciu rynku: w 1912 roku sami niemieccy kupcy poznańscy (Verein Posener Detaillisten) w petycji do władz zażądali zakończenia polityki dyskryminowania polskiego handlu w mieście, co kończyło się bojkotem ich przedsiębiorstw i sklepów przez Polaków (większość).

Miejsce: Przed Komisją Kolonizacyjną (Collegium Maius).

* O zamku cesarskim i chłopie z Górczyna, który popędzał robotników do pilniejszej pracy.

Miejsce: Plac Mickiewicza, ul. Św. Marcin przed Zamkiem, ogród na tyłach Zamku.

* O zmiennych losach pomnika Bismarcka, materiału, z którego był odlany i miejsca jego ustawienia.

Miejsce: Plac Mickiewicza.

* O... cholerze, która przyjechała do Poznania jako jeden z pierwszych gości nowo otwartą pierwszą linią kolejową ze Szczecina... .

Miejsce: Stary Dworzec Kolejowy na Jeżycach lub w przejeździe obok Dworca PKP.

* Generalnie niemieccy turyści są wdzięcznymi słuchaczami dobrze dobranych dowcipów, które akcentują specyfikę „poznąskości” - i w których często i z uśmiechem odnajdują oni... własne cechy narodowe. Jednocześnie, opowiedziane przez przedstawiciela Poznania, którym jest przecież dla nich przewodnik, dobrze świadczą one o samych poznaniakach, jako ludziach nie pozbawionych autoironii.

7. Wrażliwość historyczna grup niemieckich

W trakcie kontaktów z przedstawicielami innego narodu mogą wystąpić nieporozumienia, a nawet konflikty na tle różnic w interpretacji faktów historycznych lub po prostu na skutek używania terminów źle kojarzących się w języku danego interlokutora. Każdy naród (choć niekoniecznie wszyscy jego przedstawiciele) posiada takie określone kwestie lub tematy wrażliwe. Należy zatem zwracać na nie uwagę także w kontekście turystyki, w szczególności podczas pracy przewodnika z konkretną grupą cudzoziemców. Są pośród nich takie tematy i wydarzenia, których najlepiej w ogóle nie należy poruszać (tzw. tematy „tabu”) lub też takie, których nie sposób nie dotknąć (np. ważne wydarzenia historyczne), jednak podczas których omawiania należy zachować szczególną delikatność. Oczywiście jest, że istnieją takie tematy i zwroty w odniesieniu do Niemców, których rodacy lub nawet przodkowie przez długie okresy stanowili znaczną część mieszkańców naszego miasta, bywali także jego rządcami, a czasem też - jego okupantami. Poniżej krótka, z pewnością nie wyczerpująca lista tematów drażliwych.

**Utożsamianie Niemców jako całości z nazistami, hitlerowcami.* Niemcy generalnie nie odrzucają kolektywnej winy za wydarzenia ostatniej wojny, jednak bardzo negatywnie przyjmują zamienne używanie pojęcia „Deutsche” (Niemcy) zamiast „Nazis” (naziści) w ramach informacji szczególnie o zbrodniach i terrorze hitlerowskim. Żaden naród nie akceptuje utożsamiania choćby znacznych grup ludzi z całością w kontekstach negatywnych, także współcześni Polacy nie chcą być określani mianem społeczeństwa antysemickiego lub homofobicznego, choć przecież znaczna część społeczeństwa spełnia wszelkie kryteria zaliczenia do takich grup. Tym bardziej w odniesieniu do Niemców dotyczy to ludzi, którzy nie mieli nic wspólnego ze zbrodniami wojennymi, ani w ogóle nie pamiętają tego konfliktu (już dziś 80% naszych niemieckich gości to ludzie urodzeni podczas lub po ostatniej wojnie), natomiast poczuwają się do niemieckości. Przewodnik powinien zatem w narracji takich faktów używać pojęcia „naziści”, „funkcjonariusze reżimu” albo wprost nazwy instytucji jak „SS”, „Gestapo” czy „oddział(y) Wehrmachtu” lub też organu albo osoby wydającej polecenia, jak „gauleiter” lub „pruskie władze miasta”, albo „Nadprezes Prowincji Flotwell” czy też „gauleiter Greiser”, zamiast zbiorowego i krzywdzącego pojęcia „Niemcy”.

**Należy uważać z totalną krytyką osoby i poczynań Ottona von Bismarcka.* Człowiek, który w kontekście stosunków niemiecko-polskich zapisał niechlubną (choć przecież nie haniebną) kartę, i którego Polacy całkiem słusznie mają w niedobrej pamięci, był i pozostaje dla wielu Niemców bohaterem narodowym, dokonał bowiem dzieła zjednoczenia ich kraju po wiekach rozdrobnienia i stworzył istniejące po dziś dzień państwo narodowe. Mówiąc zatem o Bismarcku

choćby w kontekście jego poznańskiego pomnika albo ulicy, okresu kulturkampfu czy wzmożonej germanizacji, należy wyjaśniać niemieckim gościom przyczyny tego zgoła różnego odbioru jego osoby przez mieszkańców Wielkopolski i Poznania. Nie będą mieli wówczas problemów ze zrozumieniem wielostronności oceny historycznej jego działań, zupełnie tak samo przecież my nie zgadzamy się z oceną dzieła Józefa Piłsudskiego przez Litwinów, choć akceptujemy ich prawo do niechęci wobec niego.

*Nie powinno się słowem ani zachowaniem *dezawuować niemieckich ofiar ostatniej wojny*. Dotyczy to zarówno członków niemieckiego ruchu oporu i przeciwników reżimu nazistowskiego, jak i niemieckich żołnierzy walczących na terenie Polski i Poznania, wreszcie Niemców wypędzonych podczas i po wojnie z terenu Polski. Były to osoby o różnych poglądach i postawach i bardzo często bez żadnej winy zostały wplątane w konflikt wojenny, w tym służbę wojskową. Ich śmierć lub wypędzenie z ziemi rodzinnej były dla ich rodzin tragedią nie mniejszą, niż takie same wydarzenia w przypadku Polaków. Ogólnopolityczna kwestia winy i agresji nie odgrywa tu żadnej roli. Ponadto niejednen z naszych gości może być potomkiem osób, które utraciły życie lub mienie podczas wojny lub w jej wyniku.

*Nie należy traktować lekceważąco lub umniejszać znaczenia kwestii *zlikwidowanych niemieckich lub ponemieckich cmentarzy*. Szacunek do zmarłych i długotrwała pamięć o nich jest w Niemczech nie mniej (jeśli nie bardziej) rozwinięty niż w naszym kraju, zatem zamianę cmentarza na ogródek dziecięcy lub park, podczas kiedy żyją jeszcze bezpośredni potomkowie pochowanych tam osób, uważany jest tam za barbarzyństwo. Przy podnoszeniu takich kwestii w odniesieniu do Poznania lub (częściej) jego okolic należy zatem przyznawać fakty i uznać nieprawidłowość takiego działania, wskazując jedynie na ogólny stosunek ich inicjatorów: władarzy okresu komunistycznego do dziedzictwa historycznego w ogóle (nie zaś jakąś szczególną ich nienawiść do pozostałości niemieckich) oraz starych cmentarzy i świątyń różnych wyznań w szczególności. Wszak nie tylko ponemieckie cmentarze i kościoły zostały w Polsce zrujnowane lub przeznaczone na cele nie mające wiele wspólnego z ich powagą, dotknęło to także większości obiektów żydowskich, w niektórych przypadkach również polskich.

*Zawsze należy uważać z dokonanymi w kontekście dzisiejszej sytuacji politycznej lub międzynarodowej współpracy politycznej albo gospodarczej *porównaniami* lub tym bardziej z *otwartą krytyką niektórych poglądów czy partii politycznych*, albo ich przedstawicieli w kraju naszych sąsiadów. Sami Niemcy mogą być i są podzieleni politycznie, jednak - jak pewnie większość innych narodów - nie będą się czuli komfortowo, kiedy ktoś „z zewnątrz” będzie uprawiał taki rodzaj krytyki i wydawał w tym kontekście oceny. Niezależnie od tego wśród naszych gości mogą znajdować się zwolennicy krytykowanej opcji lub grupy społecznej.

Tematy „tabu”. Dzisiejsze społeczeństwo niemieckie jest w swojej masie zdecydowanie bardziej tolerancyjne niż wyobraża to sobie przeciętny mieszkaniec Polski. Istnieją zatem tematy i określenia, które - choć wydają się wielu nie razić w naszym kraju - są niedopuszczalne podczas rozmowy w niemieckim towarzystwie, tym bardziej zaś podczas wykonywania usługi na jego rzecz. Należą do tej grupy między innymi „kawaty” i anegdoty, a nawet określenia o charakterze antysemitycznym, w bardzo złym tonie są opowiadki lub terminy pejoratywnie odnoszące się do gejów i lesbijek jako grup lub insynuacje dotyczące przedstawicieli takich grup, albo złośliwe komentowanie ich zachowań. W przynajmniej

niektórych grupach niemieckich niemile byłaby widziana także krytyka „niemieckiego” papieża, podobnie zresztą jak sami Niemcy w obecności Polaków powstrzymują się od krytyki Jana Pawła II, choć jego pontyfikat nie był poza Polską odbierany tak pozytywnie, jak przez przygniatającą większość naszych rodaków.

Hiszpanie w Poznaniu

Turyści hiszpańskojęzyczni

Dominującą grupę wśród odwiedzających Poznań turystów hiszpańskojęzycznych stanowią przybysze z Półwyspu Iberyjskiego. Jeszcze do sezonu turystycznego 2009 ponad 95% z nich stanowiły grupy zorganizowane. Ci pojedynczy byli turystami indywidualnymi, gośćmi firm lub... gośćmi weselnymi. Od kiedy w sezonie turystycznym 2010 otwarto kolejne połączenia tanich linii lotniczych z Hiszpanią (obecnie są to połączenia z Gironą, Reus, Alicante oraz Barceloną) odsetek turystów indywidualnych wśród turystów hiszpańskojęzycznych wzrósł do ok. 25 - 30%. Pośród tych zorganizowanych przyjeżdżających z hiszpańskimi biurami podróży w dalszym ciągu zdecydowaną większość stanowią Hiszpanie, choć wśród nich zdarzają się także pojedynczy turyści z Portugalii lub nawet z Ameryki Łacińskiej. Rzadko pojawiają się grupy złożone w całości z obywateli państw amerykańskich, a jeśli tak jest, to są one kilkusobowe, podczas gdy Hiszpanie przybywają w grupach od kilku osób (są to grupy typu VIP o podwyższonym standardzie usług) po grupy do ponad 50-ciu osób (głównie uczestników turystyki religijnej). Dlatego też niniejszy tekst będzie poświęcony w głównej mierze samym Hiszpanom, z marginalnym uwzględnieniem przedstawicieli Ameryki Łacińskiej.

Krótką charakterystyka grupy narodowościowej. Tożsamość historyczna Hiszpanów.

Hiszpania jako państwo nie ma szczególnie długiej tradycji. W swym dzisiejszym kształcie terytorialnym powstała dopiero w 1492 roku. Wcześniej na terenie Półwyspu Iberyjskiego znajdował się szereg księstw, królestw i emiratów walczących między sobą o dominację. Do dziś znajduje to odbicie w hiszpańskiej mentalności: niemal każdy Hiszpan najpierw czuje się silnie związany ze swoim miastem i regionem, a dopiero potem z Hiszpanią jako państwem. Niektórzy iberyści mówią nawet, że nie ma jednej Hiszpanii, są za to liczne - choć małe - Hiszpanie.

Owo hiszpańskie zróżnicowanie kultur i mentalności ma swoje początki w okresie, gdy na Półwysep napływały kolejne plemiona, które zamieszkiwały jego tereny przez kolejne setki lat. Osadzali się tu więc Iberowie, Celtowie, Fenicjanie, Grecy, Kartagińczycy, Rzymianie, Wizygoci, a następnie Maurowie. O ile pierwsze dwie grupy nigdy nie założyły jednolitego państwa i funkcjonowały bardziej w systemie organizacji plemiennej (Iberowie, Celtowie), a następne trzy raczej kolonizowały wybrzeża, zachowując silne związki z macierzystymi krajami i miastami (Fenicjanie, Kartagińczycy, Grecy), to trzy ostatnie wymienione, począwszy od Rzymian, przez Wizygotów, aż po Arabów - stworzyły dobrze funkcjonujące organizmy polityczne i gospodarcze. Zarówno Iberowie - którzy dotarli tu jako jedni z pierwszych - jak i Celtowie koncentrowali się głównie na rolnictwie - eksportując wino, oliwę i ziarno, potem także minerały. Fenicjanie przybyli na Półwysep dla zasobnych złóż minerałów w okolicach dzisiejszego Kadyksu. Grecy początkowo zakładali swoje kolonie jedynie w pasie wybrzeża, by stopniowo zapuszczać się coraz głębiej w ląd. Dla Kartagińczyków i Rzymian tereny Półwyspu stanowiły początkowo główny teren sporny, o który przez kilkadziesiąt lat toczyli krwawe boje. Ostatecznie po II Wojnie Punickiej (201 r. p.n.e.) tereny Półwyspu Iberyjskiego zostały wcielone najpierw do Republiki Rzymskiej, a następnie Cesarstwa.

W okresie rzymskim powstały wykorzystywane do dziś prosto biegnące drogi, mosty, akwedukty, amfiteatry i miasta. Kopalnie hiszpańskie dostarczały duże ilości srebra i złota, eksportowanego do Italii. Wtedy również wykształciły się podstawy późniejszego języka hiszpańskiego, który w linii prostej wywodzi się z łaciny. Po raz pierwszy równoległe do procesu kolonizacji nastąpił także proces akulturacji - w tym wypadku stopniowej romanizacji terytorium, wobec której opór stawiali mieszkańcy północnych i północno-zachodnich krańców półwyspu.

Od schyłku III w. n.e. teren tej rzymskiej prowincji od północy zaczęły najeżdżać kolejne germańskie plemiona - Frankowie, Wandalowie, Swewowie, a w końcu (od 409 r.n.e.) Wizygoci. Najazdy te stopniowo zniszczyły misterną sieć społeczną i polityczną, stworzoną przez Rzymian. Wizygoci byli wyjątkowo bezwzględni, okrutni ale... niepiśmienni. Nie dziwi więc dokonana pod ich rządami destrukcja zastanych form gospodarczych z systemem latyfundiarnym na czele oraz podupadanie miast. Żydów, którzy przybyli na tereny dzisiejszej Hiszpanii jeszcze w okresie rzymskim, zmuszano do zmiany religii lub obracano w niewolników. Poza obrębem powstałego na Półwyspie państwa wizygockiego znalazły się ostatecznie zarówno tereny północne - Kantabrii, Asturii i Baskonii, jak i skrajne południe. Czasy wizygockie to dla Półwyspu także okres chrystianizacji, a silna identyfikacja pomiędzy państwem a Kościołem, która wówczas się wytworzyła, odciskała przez kolejne wieki swoje piętno na kulturze oraz stosunkach społecznych Hiszpanii. Okres wizygocki to jednak także przede wszystkim liczne okresy głodów, dynastycznych sporów a nawet walk, ogólnego chaosu i bezprawia.

Złą sytuację polityczną wykorzystał w 711 r. kolejny potężny najeźdźca - arabska armia Berberów, dla której zanarchizowana, ale zamożna Hiszpania była łakomym kąskiem. Dokonany przez nich podbój Półwyspu trwał zaledwie trzy lata. Pod ich rządami i wpływem w ciągu IX wieku język arabski i lokalne romańskie dialekty ostatecznie wyparły łacinę. Nowi władcy szybko podporządkowali sobie lokalną ludność dzięki postępowej polityce gospodarczej oraz ustanowieniu tolerancyjnego prawa, w myśl którego Żydzi i chrześcijanie mogli swobodnie wyznawać swoją religię, pozwolono także na zawieranie małżeństw pomiędzy członkami odrębnych nacji. Zaczęto rozwijać system irygacyjny, co dało możliwość wprowadzenia szeregu nowych upraw. W silnych ośrodkach na południu - Kordowie, Sewilli czy Maladze - rozwijała się nauka, sztuka i filozofia. Na zgłiszczach rzymskich ruin zbudowano nowe miasta z pałacami, meczetami, twierdzami, łaźniami, szkołami, fontannami i ogrodami. Jednak także i ten podbój nie objął swym zasięgiem całego Półwyspu: skuteczny opór - jak poprzednio - stawiały terytoria północne. Od nich też, już po roku 718, rozpoczął się powolny proces odzyskiwania Hiszpanii dla chrześcijaństwa. Przez kolejnych siedem wieków chrześcijanie księżęta, zjednoczeni początkowo pod egidą hrabstwa Barcelony, z czasem pod wodzą królów Leonu, a potem Kastyliei i Aragonii, opierając się na wsparciu autorytetu Kościoła, któremu też udzielali coraz większych przywilejów, odbijali kolejne skrawki całego Półwyspu Iberyjskiego. Moment zdobycia ostatniej mauretańskiej twierdzy - Alhambry w Granadzie (1492) to największy triumf Kastyliei i Aragonii, który wyznacza koniec rekonkwisty (okresu ponownego zdobywania) i początek historii zjednoczonej pod wspólnym berłem katolickiej Hiszpanii.

Kolejnym czynnikiem, który pozostał nie bez znaczenia dla kultury i mentalności Hiszpanów był fakt swoistego dualizmu, który towarzyszył królestwu hiszpańskiemu od momentu jego fundacji w 1492 roku, a mianowicie kontrast ogromnego bogactwa i teatralizacji życia króla i jego najbliższego otoczenia, z powszechną biedą będącej udziałem większości mieszkańców kraju. Wraz z podbojem Nowego Świata na Półwysep zaczęły napływać nieprzebrane bogactwa, które docierały jednak tylko do bardzo wąskiego grona konsumentów.

Ogromna skala obrotu pieniężnego i towarzysząca jej inflacja przyniosły z czasem masowe zadłużenie. Już w drugiej połowie XVI w. olbrzymie powierzchniowo państwo władców Hiszpanii - Habsburgów - obejmujące w Europie obok terenów dzisiejszej Hiszpanii, również południowe Włochy z Sycylią i Sycylią, Niderlandy, a także Amerykę Środkową i Południową od Meksyku po Chile - było kolosem na glinianych nogach, a jego król w 1576 roku musiał nawet formalnie ogłosić bankructwo. Przez kolejne 150 lat dwór hiszpański był permanentnie zadłużony, przy czym wydatki królewskie w żaden sposób nie przystawały do rzeczywistej sytuacji finansowej, a kraj pogrążał się w korupcji.

Panująca w arcykatolickim państwie nietolerancja religijna i wynikające z niej fale masowego wypędzania innowierców: zarówno Żydów, jak i muzułmańskich Maurów, walczyły się do załamania gospodarki na Półwyspie. Dobrze nawadnianie i żyzne w czasach arabskich gleby, stały się na powrót suche i nieprzyjazne w uprawie. Równolegle do trwoniącej miliony warstwy dworskiej i możnowładczej, przeciętny biedny Hiszpan płacił wysokie podatki na utrzymanie państwa i Kościoła. Przyczyniało się to do pogarszania warunków bytowych zwykłych mieszkańców, co prowadziło z kolei do częstych niepokojów społecznych oraz dążeń separatystycznych, szczególnie uwidaczniających się od XVII w. na północno-wschodniej części kraju. Do względnej stabilizacji doprowadziły dopiero rządy Burbonów (od 1704 r.), które przyniosły liczne reformy, zawarcie szeregu traktatów pokojowych - często zresztą niekorzystnych dla Hiszpanii i utratę licznych terytoriów zarówno w Europie, jak i w obu Amerykach.

Istotnym czynnikiem, tworzącym hiszpańską tożsamość historyczną, jest wyjątkowo uprzywilejowana do niedawna pozycja Kościoła Katolickiego. Od XIV wieku praktycznie do wieku XX (a jako zbrojne ramię Kościoła do 1820 roku), funkcjonowała inkwizycja. Kościół towarzyszył wszystkim poczynaniom kolejnych władz, w zamian za przywileje opowiadając się po ich stronie. Sprzyjał również rozwojowi miast i był wielkim mecenasem architektury. Do dziś najokazalsze zabytki na terenie Hiszpanii to te, których geneza jednoznacznie łączy się z Kościołem - katedry, klasztory, albo główne place miejskie, tzw. Plazas Mayores, których specyficzna zabudowa była podyktowana potrzebą organizacji widowisk - od walk byków po *auto da fe*. Krótki okres Republiki a latach 30-tych XX wieku, której przywódcy prowadzili politykę antyklerykalną, zakończył się buntem wojska, popartym przez znaczną część społeczeństwa i przez hiszpański Kościół, a następnie krwawą wojną domową i upadkiem tej formy rządów. Czas dyktatury gen. Franco to okres ponownego wzmocnienia pozycji Kościoła Katolickiego.

Od momentu śmierci "El Caudillo" i przywrócenia konstytucyjnej monarchii (1975) Hiszpania wkroczyła na drogę intensywnego rozwoju i przemian społecznych. Zniesiono silną władzę centralną, przyznając szeroką autonomię regionom, rozbudowano infrastrukturę kraju. Hiszpania wstąpiła do UE, osiągnęła bezsprzeczny sukces gospodarczy, rozwinęła się pod względem kulturalnym. Niestety kraj, który szybko przyzwyczał się do względnego powszechnego dobrobytu, stał się także w 2008 roku jedną z pierwszych ofiar kryzysu ekonomicznego. Dodatkowo kolejne rewolucyjne zmiany polityczne i społeczne, wprowadzane w ostatnich latach przez lewicowy rząd Jose Luisa Rodrigueza Zapatero - m. in. faworyzacja północnych regionów autonomicznych o silnych tendencjach separatystycznych, tj. Katalonii oraz Baskonii, pozwolenie na śluby i adopcję dzieci przez pary homoseksualne, dopłata do zabiegów *in vitro*, a także nagłośnienie wyciszanych od dziesięcioleci urazów i sporów z okresu wojny domowej 1936-39, spotykają się z coraz głośniejszym sprzeciwem tradycjonalistycznie nastawionych Hiszpanów i przyczyniają się do widocznej polaryzacji społeczeństwa.

Profil turystów hiszpańskich odwiedzających Poznań.

Jak już zaznaczono, zasadniczą część hiszpańskich turystów na przestrzeni ostatnich lat stanowią grupy zorganizowane. Dopiero sezon turystyczny 2010 - wraz z otwarciem kolejnych dwóch połączeń tanich linii lotniczych (do Reus i Alicante; loty do Barcelony rozpoczną się w kwietniu 2011) przyniósł znaczący wzrost liczby turystów indywidualnych.

Turyści indywidualni.

Na podstawie ankiety wśród przewodników i innych informacji zebranych w obrębie grupy osób obsługujących turystów (w tym od personelu Centrum Informacji Turystycznej oraz obsługi hoteli i hosteli), można szacować, że obecnie wśród odwiedzających Poznań gości hiszpańskojęzycznych turyści indywidualni z Hiszpanii stanowią aż 25-30%. Są to osoby w różnym wieku, zarówno dojrzałe, jak i młodzi dorośli (20-30 lat), czy też rodziny z małymi dziećmi. Młodzi przyjeżdżają przyciągnięci głównie promocją na przelot lub zainspirowani przez znajomych albo artykuły prasowe, ukazujące Polskę jako kraj ciekawy, o oryginalnej kulturze, często porównujące ją z kulturą hiszpańską. Ich wiedza na temat naszego kraju jest znikoma. Młodzi Hiszpanie zazwyczaj zatrzymują się w hostelach, przy czym bardzo rzadko korzystają z usług przewodnickich. Ze względu na słabą i bardzo słabą znajomość języka angielskiego nie biorą oni także udziału w wycieczkach typu City Walk, organizowanych przez Centrum Informacji Turystycznej, raczej zwiedzają miasto samodzielnie, ciesząc się z każdej informacji czy broszury w języku hiszpańskim. Jedynie starsi dorośli bądź goście i/lub klienci bussinesowi skłonni są wynająć przewodnika. Jest to z kolei grupa wykształconych, raczej dobrze przygotowanych turystów.

Grupy zorganizowane

Dominują dwa rodzaje grup -wycieczki objazdowe oraz wycieczki o charakterze religijno-pielgrzymkowym. Wycieczki objazdowe organizowane są w dwóch standardach - podwyższonym, z noclegami w hotelach pięciogwiazdkowych (Sheraton) lub zwykłym (3 lub 4 gwiazdki - Novotel Centrum, IBB Andersja, Mercure, NH). Hiszpańskie grupy są dobrze zorganizowane - przylatują do Polski samolotami, z obsługą pilocką, (polskiego lub/i hiszpańskiego pilota - przedstawiciela hiszpańskiego touroperatora) lub, rzadziej, przyjeżdżają komfortowym autokarem, zawsze wyposażonym w mikrofon, odtwarzacz muzyki (grupy są „edukowane” zarówno w zakresie muzyki klasycznej jak i współczesnej) oraz telewizor (powszechnie wykorzystywany przez pilotów w celu pokazywania filmów krajoznawczych lub dzieł polskiej kinematografii z tłumaczeniem hiszpańskojęzycznym, ewentualnie pokazów zdjęć). Grupy te zazwyczaj mają wykupione dwa, a czasami nawet trzy posiłki dziennie. Jeśli są to trzy posiłki, wówczas lunch lub obiadokolacja jest zamawiany w restauracji na mieście. Hiszpańskie grupy zorganizowane zazwyczaj wynajmują przewodnika i korzystają z płatnych wstępów. Tylko pojedyncze z takich grup decydują się jedynie na objazd z opieką pilocką i czas wolny w każdym z odwiedzanych miast, zamiast zorganizowanego zwiedzania.

Zasadniczą różnicą pomiędzy grupami o podwyższonym standardzie a tymi, które pozostają przy standardzie ekonomicznym, jest liczebność grupy oraz stopień jej przygotowania. Grupy o podwyższonym standardzie liczą kilka - kilkanaście osób, w większości w przedziale wiekowym od 45 do 65 roku życia, posiadających wyższe wykształcenie, majątnych, dobrze lub bardzo dobrze przygotowanych do wyprawy, zainteresowanych polską kulturą. Większość członków tych grup przed wyjazdem do Polski zaopatruje się w przewodniki, a na miejscu dokupują kolejne, bardziej szczegółowe. Z kolei grupy standardowe są liczne, od

kilkunastu do ponad 40 osób, wśród ich uczestników można spotkać Latynosów oraz Portugalczyków. Są to osoby z szerszego przedziału wiekowego - od około 35 do 70 lat. W większości przyjeżdżają oni do Polski na wakacje, wiedzą minimum lub zgoła nic na temat naszego kraju, w tym oczywiście także Poznania.

Ponieważ Hiszpanie tradycyjnie z okazji Wielkiego Tygodnia oraz Świąt Wielkiej Nocy wyjeżdżają na wycieczki (czy to po kraju, czy zagraniczne), pierwsze grupy pojawiają się w Poznaniu dość wcześnie, bo już w czasie obchodów Wielkiego Tygodnia, a ostatnie z reguły przed połową października. Polska w tym okresie jest dla nich atrakcyjna głównie ze względu na liczne uczestnictwo Polaków w obchodach świątecznych i powszechną opinię o nich jako o narodzie głęboko katolickim.

Na wiosnę (maj) lub wczesną jesienią (przełom września i października) przyjeżdżają grupy seniorów (w wieku powyżej 65 roku życia). Są to osoby, które nadal realizują pełnowymiarowe zwiedzanie i w przeciwieństwie do seniorów z krajów anglojęzycznych, nie robią tego w ramach zajęć uniwersytetu trzeciego wieku lub podobnej instytucji. Co ciekawe, przyjeżdżają oni do Polski autokarami z Hiszpanii. W związku z tym ich pobyt w Polsce jest jednym z przystanków na dłuższej trasie po Europie Środkowej. Powodem przyjazdu do Polski wielu z turystów wszystkich powyżej omówionych typów jest fakt, że Polska jest obecnie w Hiszpanii coraz modniejszą destynacją turystyczną i czują oni potrzebę osobiście się z nią zapoznać oraz wyrobić sobie własną opinię na temat kraju i ludzi.

Obok grup czysto turystycznych Polskę odwiedzają także te o charakterze religijnym, w tym często pielgrzymkowym. Są one dość liczne (od 40 osób wzwyż), w wieku bardzo różnym - od kilkunastu do ponad 70 lat. Wśród uczestników zdarzają się również osoby niepełnosprawne, także psychicznie. Grupy te, podobnie jak turystyczne objazdowe, zazwyczaj przylatują samolotami - na miejscu czeka na nich polski autokar z polską obsługą. Nocują one w hotelach dwugwiazdkowych (głównie Hotel System) i trzygwiazdkowych (Novotel Malta, Novotel Centrum), rzadziej czterogwiazdkowych (Hotel Andersia). Zazwyczaj mają wykupione dwa, rzadziej trzy posiłki dziennie. Oprócz standardowego zwiedzania mają też zarezerwowany czas na msze święte, albo inne nabożeństwa, zazwyczaj w grupie jest ksiądz. Także ci turyści, podobnie jak inni uczestnicy masowej turystyki, raczej niewiele wiedzą na temat Polski, czy Poznania. Pierwsze takie grupy pojawiają się już w czasie obchodów Wielkiego Tygodnia, a ostatnie pod koniec września. Podstawowe dane dotyczące grup hiszpańskojęzycznych w latach 2009 i 2010 ilustruje poniższa tabela

Tabela 1. Obsługiwani przez przewodników turyści hiszpańskojęzyczni w Poznaniu: rok 2009 i 2010

Dane dotyczą:	Rok 2009	Rok 2010
Liczba obsługiwanych grup w danym języku przez badanych	84	112
Średni czas trwania spaceru przewodnikiem w godzinach	2	2
Przeważające profile obsługiwanych grup	dorośli ogólne(91%)	dorośli ogólne(88%)
Miesiące z największą liczbą zamawianych usług (od najwyższej)	06, 09, 08, 05	06, 08, 09, 05

Źródło: Ankieta 2011

Zwiedzanie - czas i obiekty:

Większość hiszpańskich grup zorganizowanych na zwiedzanie Poznania poświęca od 2 do 3 godzin. Nie jest to czas odbiegający od czasu przeznaczanego przez nich na zwiedzanie innych miast na trasie. Tylko w Trójmieście rezerwują oni ok. 5-godzinne zwiedzanie z przewodnikiem, w Warszawie - zazwyczaj 4 godziny, a w pozostałych miastach, w tym także w Krakowie - do 3 godzin. W trakcie zwiedzania Poznania Hiszpanów interesują głównie kościoły, ze szczególnym uwzględnieniem kompleksu pojezuickiego, a także Stary Rynek. Turyci indywidualni z kolei dostosowują swój pobyt głównie do rozkładu lotów, stąd też ich pobyt w Poznaniu trwa 2-3 dni i wówczas oprócz standardowej trasy turystycznej odwiedzają także muzea, czy też organizują sobie wycieczki zamiejscowe, głównie do Kórnik, Gniezna, rzadziej nawet do Torunia.

Hiszpania to kraj tradycyjnie katolicki. Dlatego grupy, w większości składające się z ludzi w dojrzałym wieku, są zainteresowane sztuką sakralną. W trakcie zwiedzania Poznania każda grupa odwiedza kompleks pojezuicki z kościołem farnym. Jezuici, jako zakon założony przez baskijskiego duchownego - Ignacego Loyolę oraz ze względu na osobę św. Franciszka Ksawerego - hiszpańskiego misjonarza, jednego z pierwszych świętych jezuickich - są dla grup hiszpańskojęzycznych niezwykle interesujący. Dodatkowo, większość grup z Hiszpanii pochodzi z północy tego kraju, wówczas przynajmniej kilka osób pochodzi z okolic, gdzie urodził się i wychował Loyola. W Hiszpanii oraz w Ameryce Łacińskiej jezuici wywierali znaczny wpływ przez parę stuleci, wiele renomowanych szkół była i do dziś jest prowadzona przez ten zakon, stąd też niejednen Hiszpan, szczególnie powyżej 45 roku życia, ma osobisty, zazwyczaj pozytywny stosunek do tego zakonu. Styl barokowy, obok gotyku, jest najpopularniejszym w Hiszpanii oraz w Ameryce Łacińskiej, stylem architektury i sztuki sakralnej. Wszystko to sprawia, że poznański kompleks pojezuicki z farą są dla nich niezwykle interesujące. Niejednokrotnie porównują poznański kościół do rzymskiego Il Gesu oraz monumentalnego kościoła jezuickiego w Cusco w Peru.

Hiszpanie chętnie także zwiedzają Archikatedrę. Mimo, że na tle wielkich europejskich katedr - poznańska nie należy do budowli imponujących, to jednak grupom podoba się wystrój jej wnętrza. Niejednokrotnie przyrównują ją przy tym do galerii sztuki. Ich uwagę przykuwa ołtarz główny, barokowa ambona oraz Złota Kaplica. Po omówieniu przez przewodnika katedralnych płyt Vischerowskich, także i je oglądają z dużym zainteresowaniem. Szczególnie duże wrażenie wywiera na nich katedra w okresie przed Świętami Wielkanocnymi, gdy odbywają się uroczystości z licznym udziałem kleru. Zdarza się wtedy, że pojedyncze osoby zostają w kościele i rezygnują z dalszego zwiedzania miasta.

Goście hiszpańscy z kilku powodów lubią odwiedzać również kościół Franciszkanów na Wzgórzu Przemysła, przede wszystkim dlatego, że zakon ten należy do najpopularniejszych w Hiszpanii. Wielu z nich ciekawia lokalne formy kultu maryjnego - stąd duże zainteresowanie Panią Poznania. Zachwyt wśród Hiszpan wzbudza poznański Stary Rynek z Ratuszem, który zazwyczaj w pierwszym momencie identyfikują z kościołem. Jezioro Maltańskie także im się podoba.

Hispanica:

Poznańskie hispanica nie są zbyt liczne. Można je podzielić na trzy grupy: miejsca, osoby oraz wydarzenia, które odbywają się w Poznaniu. Te pierwsze można naturalnie odwiedzać, o tych drugich - raczej opowiadać, do udziału w trzecich można turystów zachęcić, jeśli ich pobyt pokrywa się z terminem tych eventów.

"Hiszpańskie" miejsca:

W Poznaniu jest relatywnie niewiele hiszpańskich śladów i absolutnie żadnych związanych w Ameryką Łacińską, jeśli nie liczyć współczesnych klubów salsy. Do miejsc bezsprzecznie nawiązujących do hiszpańskiej kultury należy zaliczyć **kolekcję malarstwa hiszpańskiego** w Muzeum Narodowym oraz **kopię fontanny lwów** z Alhambry na Dziedzińcu Różanym Zamku Cesarskiego. O ile pierwsze wzbudza na tyle duże zainteresowanie, że niektóre osoby w trakcie czasu wolnego udają się na zwiedzanie kolekcji, a czasem całe grupy zamieniają zwiedzanie zaplanowanych wcześniej obiektów na odwiedziny w muzeum, to zamkowa fontanna lwów nie robi na grupach hiszpańskich większego wrażenia, jako dużo mniejsza i dość nieudolnie kopiująca oryginał. Dodatkowo przeciwko naszej fontannie świadczy fakt, że na świecie jest wiele kopii tego zabytku i na grupach dorosłych, którzy odwiedzili już kilka krajów w Europie czy Ameryce Łacińskiej, ta poznańska nie robi większego wrażenia. Grupy młodzieżowe czy studenckie reagują na jej widok bardziej spontanicznie, choć podziwiają ją z lekkim przymruczeniem oka.

Kościół Karmelitów (Św. Józefa) na Wzgórzu Wojciecha nie jest jak dotąd proponowany hiszpańskim grupom, jednak można go zaliczyć do obiektów potencjalnie interesujących, ponieważ dzieje tego zakonu wiążą się z Hiszpanią, a ponadto po obu stronach prezbiterium zawieszono portrety dwojga jego przedstawicieli i wielkich katolickich mistyków, hiszpańskich świętych - Jana od Krzyża i Teresy z Avila. - Armina, Hiszpanie nie mają czasu na franciszkanów, których lubią, a do odwiedzenia Karmelitów na pewno nie skłonią ich obrazy. Być może fakt umieszczenia tu relikwii Marii Sagrario spowoduje większe zainteresowanie Hiszpanów tym obiektem. Według tego samego kryterium do hispaniców można zaliczyć także **kompleks jezuicki**, choć ani przy jego budowie, ani w dziejach jego funkcjonowania nigdy nie zostały zaangażowane osoby jednoznacznie związane z Hiszpanią. Zaliczenie tego obiektu do grupy hispaniców może nastąpić z uwagi na silne związki historyczne między Hiszpanią i Hiszpanami, a jego genezą i działalnością oraz na emocjonalne zaangażowanie licznych Hiszpanów we współczesne funkcjonowanie zakonu jezuickiego. Na takiej samej zasadzie do grupy obiektów zainteresowania grup hiszpańskich można by także zaliczyć kościół **Najświętszego Serca Jezusowego** i Matki Boskiej Pocieszenia przy ul. Szewskiej - czyli dzisiejszą siedzibę konwentu jezuickiego. Co ciekawe, obiekt ten nie wzbudza wśród turystów zainteresowania dopóki nie dowiedzą się, że pracują w nim jezuici.

Hiszpanie i Hiszpanki

Stosunkowo mało znane są dwie „poznańskie Hiszpanki”. Należy założyć, że w Poznaniu mieszkało i mieszka wiele osób w jakiś sposób związanych z Hiszpanią, jednak do wybitnych spośród nich najprędzej można zaliczyć dwie kobiety - Sofię Casanova oraz Marię Sagrario. Ta pierwsza była poetką, prozaiczką, tłumaczką (przetłumaczyła na hiszpański m.in. „Quo Vadis”) i publicystką, która w trakcie I i II wojny światowej pracowała jako korespondentka wojenna dla hiszpańskiego dziennika „ABC”. Z powodu poziomu swojej twórczości w latach 20 i 30. była ona wymieniana jako kandydatka do Nagrody Nobla. Do Poznania przyjechała dopiero po II wojnie światowej, gdzie do końca życia (1958) mieszkała u swojej córki. Została pochowana na cmentarzu przy ul. Lutyckiej, a jej potomkowie do dziś mieszkają w willi przy ul. Noskowskiego. Wiedza na temat Casanovy w Hiszpanii dziś jest skąpa. Pamiętają o niej uniwersyteccy wykładowcy z dziedziny hispanistyki, hiszpańskiej polonistyki oraz dziennikarstwa. Bardziej znana jest w okolicach La Corunii, gdzie się urodziła i gdzie do dziś wspomina się ją jako wybitną mieszkankę miasta.

Maria Sagrario to z kolei katolicka patronka farmaceutów, której relikwie zostały uroczystie umieszczone w Poznaniu 24 października 2010 roku w kościele oo. Karmelitów. W jej życiu brak jakichkolwiek polskich śladów, jednak o jej relikwie przez lata zabiegało Stowarzyszenie Farmaceutów Katolickich Polski, których główna siedziba znajduje się w Poznaniu. Ta błogosławiona farmaceutka, siostra żeńskiego karmelu, męczennica okresu wojny domowej w Hiszpanii, jest patronką Stowarzyszenia. Jaka będzie świadomość siostry Sagrario wśród turystów hiszpańskich, okaże się od przyszłego sezonu.

Zakochanych w piłce nożnej Hiszpanów może zainteresować także osoba nowego trenera KKS Lech, Jose Maríi Bacero, niegdyś podstawowego zawodnika "dream teamu" FC Barcelona, który w 1992 roku zdobył z nią Puchar Europy. Zaliczył on 30 występów w reprezentacji narodowej i zagrał na dwóch mundialach. Jego popularność będzie jednak zapewne zależna od dalszych wyników zespołu z Bułgarskiej.

Hiszpańskie eventy

Bardziej interesujące dla Hiszpanów są z pewnością wydarzenia bieżące, jak te związane ze współpracą z miastem partnerskim Poznań Pozuelo de Alarcon, organizowany od pięciu lat **Festiwal Flamenco „Duende”**, zajęcia taneczne **flamenco** czy **sevilliany**, które niejednokrotnie mogą podpatrywać w salach szkoły baletowej, występy znanych hiszpańskich grup muzycznych czy teatralnych, a także **przeglądy kina hiszpańskiego**. Interesują ich też liczne flagi hiszpańskie powiewające na frontach szkół językowych i cieszy ich rosnąca popularność ich języka w naszym kraju oraz powszechne zainteresowanie hiszpańską piłką nożną - zarówno w wydaniu klubowym (Real Madryt jak i FC Barcelona) czy reprezentacji narodowej. Turyści hiszpańscy są także zainteresowani informacjami związanymi z hiszpańskimi inwestycjami, głównie budowlanymi, np. Andersia Tower (sygnowana marką IBB z Madrytu), Centrum Handlowe Malta (wybudowane przez firmę Neinever z Barcelony), hotel hiszpańskiej sieci NH (założonej w Madrycie w 1978 roku) czy planowana budowa wieżowca - Poznań Forum, który ma stanąć na Ratajach i mierzyć 285m. Projekt i inwestor miał pochodzić z Hiszpanii, jednak według ostatnich doniesień prasowych realizacja tej inwestycji nie jest pewna.

Proponowane trasy wycieczkowe dla turystów hiszpańskich.

W Poznaniu można zaproponować dwie trasy dla grup hiszpańskojęzycznych - trasę ogólną, uwzględniającą niektóre hispanica oraz ewentualną trasę dla przebywających w mieście dłużej zainteresowanych, koncentrującą się jedynie na tych ostatnich. Poniżej zaprezentowane trasy są raczej niemożliwe do pełnego zwiedzenia w przypadku typowych grup przyjeżdżających do Poznania, głównie ze względu na brak czasu i przewodnik powinien wybrać z nich obiekty, które zdąży pokazać. Jednak przy zaistnieniu sytuacji idealnej (grupy z nielimitowaną ilością czasu i biura, które zechciałoby zapłacić za usługę przewodnicką w taryfie języka obcego do 5h) byłyby one dla grup hiszpańskojęzycznych bardzo interesujące:

Trasa ogólna z uwzględnieniem hispaniców (zwiedzanie: 4 do 5 godzin)

1. Katedra z Ostrowem Tumskim (ok. 1h)
2. Stary Rynek (ok. 45-60 min): Ratusz, Pręgierz, Domki Budnicze, Pomnik Jana Nepomucena, Pałac Działyńskich, Waga Miejska, Bamberka

* Ewentualnie - *Sgraffito z przewodnika Brauna i Hogenberga z 1618 roku*

3. Wzgórze Przemysła z kościołem Franciszkanów (ok. 15-20 min)

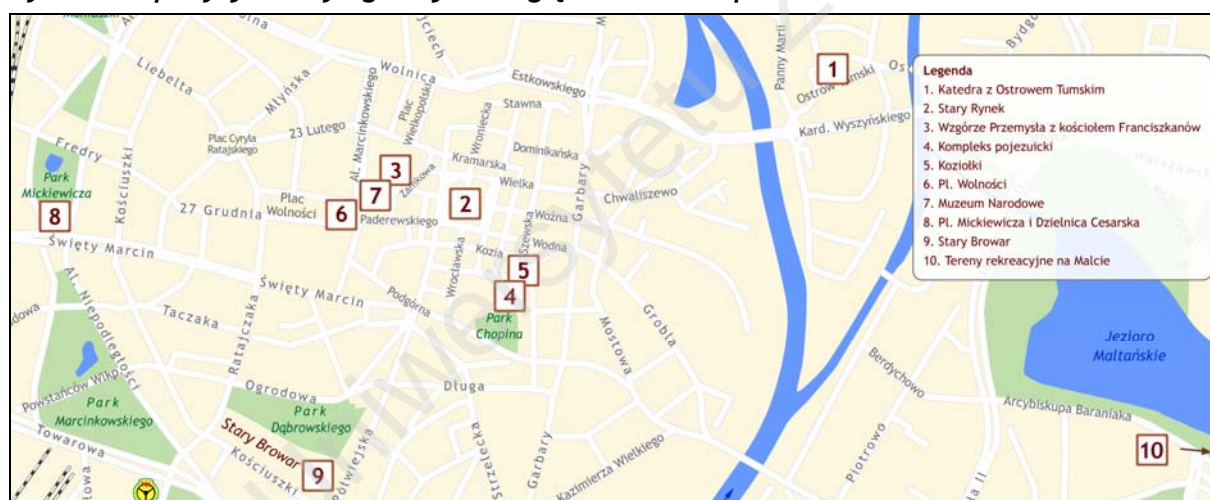
4. Komplex pojezuicki (30 min) - zarówno kościół jak i pozostałe budynki, duże wrażenie robi dziedziniec Urzędu Miasta; organy interesują Hiszpanów bardziej jako instrument do akompaniamentu w czasie mszy, niż instrument koncertowy
5. Koziołki - grupy hiszpańskie nie wywierają presji na uczestnictwo w pokazie o godzinie 12.00, z chęcią natomiast robią sobie zdjęcia przy pomniku Koziołków na Placu Kolegiackim
6. Pl. Wolności (15 min) - Bazar - lepiej zwrócić uwagę na sam budynek i działającą w nim niegdyś restaurację, niż na Powstanie Wielkopolskie
7. Muzeum Narodowe - omówienie z uwzględnieniem kolekcji malarstwa hiszpańskiego
8. Pl. Mickiewicza z Pomnikiem Poznańskiego Czerwca, Dzielnica Cesarska (15 min) - wykazują zainteresowanie i wzruszenie historią wydarzeń z 1956 roku, reszta Dzielnicy mniej ich interesuje, lepiej zatem pokazać w formie krótkiego objazdu niż szczegółowego spaceru. Fontanna lwów na dziedzińcu Zamku budzi ich życzliwe zainteresowanie
8. Stary Browar (30 min) - bardzo się podoba, zarówno z zewnątrz, jak i wewnątrz
9. Tereny rekreacyjne na Malcie (15 min)

Jeśli czas pozwoli, warto przejechać przez ulicę Matejki i zwrócić uwagę na jej zabudowę z początku XX wieku.

Łącznie z przejazdami: 4,5 - 5 h

Wejścia: katedra, fara; ewentualnie: Ratusz, Muzeum Narodowe

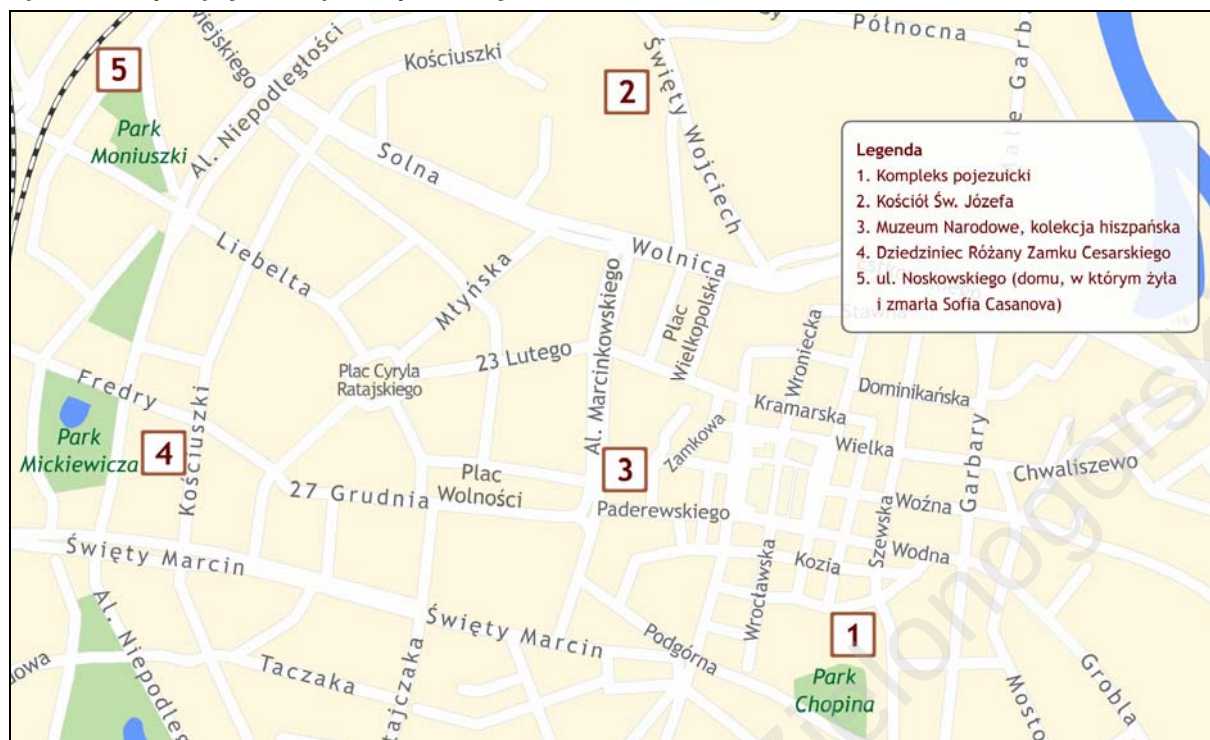
Ryc. 1. Propozycja trasy ogólnej z uwzględnieniem hiszpaników



Opr. własne, wyk. O. Artyschuk 2011

Trasa hiszpańska:

1. Komplex pojezuicki (30 min)
 2. Kościół Św. Józefa (30-40 min z dojściem)
 3. Muzeum Narodowe, kolekcja hiszpańska (50 min)
 4. Dziedziniec Różany Zamku Cesarskiego (5 min)
 5. Ewentualnie, dla grup z okolic La Corunii: spacer ul. Noskowskiego, koło domu, w którym żyła i zmarła Sofia Casanova, odwiedziny na cmentarzu przy ulicy Lutyckiej
- Łącznie z przejazdami: 2,5 godziny, w wersji dla turystów z La Corunii - do 3,5 godziny

Ryc. 2. Propozycja trasy hiszpańskiej

Opr. własne, wyk: O. Artyshtuk 2011

Najczęściej zadawane pytania

Hiszpanie, podobnie jak wszyscy inni zagraniczni turyści, często pytają z jednej strony o aktualną sytuację Polski i bieżące problemy Polaków, z drugiej stawiają pytania należące do typowego kanonu turystycznego - dotyczące historii, zwiedzanych obiektów oraz warunków życia w mieście. Pytania odnoszące się do spraw bieżących dotyczą także wydarzeń kulturalnych, społecznych, inwestycji. Z rzadka pytają o kwestie dotyczące polityki. Ze względu na to, że Hiszpanom dobrobyt jednoznacznie kojarzy się z wysoko rozwiniętym przemysłem, gdy dowiadują się, że Poznań jest miastem zamożnym, często pytają o to, jakie jest główne źródło dochodów miasta, jakie działają tu zakłady przemysłowe, jak wysoki jest dochód na mieszkańca, czy ile kosztuje metr kwadratowy mieszkania. Najczęściej proszą o odpowiedzi porównujące standard życia w Poznaniu i innych dużych polskich miastach.

Typowe pytania hiszpańskich turystów dotyczące kwestii powiązanych ze zwiedzaniem podane zostały wraz z miejscami, gdzie padają i uporządkowane w kolejności od najczęściej do rzadziej zadawanych:

- Co dziś robią w Poznaniu jezuici, czy prowadzą szkołę? (kompleks pojezuicki)
- Czy św. Stanisław Biskup to św. Stanisław Kostka? (fara)
- Skąd na Starym Rynku wzięły się budynki Galerii Arsenał oraz Wielkopolskiego Muzeum Wojskowego i dlaczego nic się z nimi nie robi? (przy figurze Jana Nepomucena)
- Jak bardzo zniszczone było miasto w trakcie II wojny światowej i kto je zniszczył? (Stary Rynek)
- Czy w Polsce lubią hiszpański futbol? (przy zegarze odliczającym dni do Euro)
- Czy w Poznaniu jest dużo zakładów przemysłowych? (jako praktycznie natychmiastowa reakcja na informację, że Poznań jest silnie rozwiniętym ośrodkiem gospodarczym)
- Jakie jest symboliczne znaczenie Nierozpoznanych? (na Działku Różany Zamku)

- Z którym z sąsiadów - Niemcami czy Rosjanami - jest nam się łatwiej porozumieć w kwestiach polityki historycznej oraz w sprawach bieżących? (przy pomniku Ofiar Katyńskich)

Anegdoty i legendy poznańskie wykorzystywane w trakcie oprowadzania grup hiszpańskich.

Jako że legendy są nieodzowną częścią oprowadzania, także hiszpańskie grupy turystyczne lubią ich słuchać. Wśród tych, które interesują ich lub/i bawią szczególnie należy wymienić:

- Żywot św. Stanisława Biskupa, ewentualnie bardziej konkretnie: scena cudu wskrzeszenia Piotrowina (w Farze)
- Legenda o koziołkach poznańskich (na placu Kolegiackim lub przed/ w Ratuszu)
- Historia „ufundowania” pręgierza (pod pręgierzem)
- Jako że Hiszpanie bardzo lubią wszelkie lokalne smaczki i historie, zazwyczaj są bardzo poruszeni historią Bambrów (pomnik Bamberki), ich sporą sympatię zdobywa także Stary Marych i gwara poznańska
- W Dzielnicy Cesarskiej śmieją się z hierarchii polskich uniwersytetów oraz z zakazu mówienia po polsku, który sprytni Polacy przekuli w pozwolenie na śpiewanie
- Wszelkie anegdoty o charakterze ludzkim, podkreślające ludzką małość, np. w kontekście odbudowy fontann na Starym Rynku czy przeznaczenia Wagi Miejskiej na przestrzeni wieków
- Zegar odliczający czas do mistrzostw Europy witany jest powszechnym wybuchem śmiechu i aprobatą, bo dla wielu z nich zegar odlicza czas do zdobycia kolejnego mistrzostwa Europy przez Hiszpanię

Sytuacje budzące problemy lub wywołujące kontrowersje

Istnieją sytuacje, które są w stanie zniszczyć efekt nawet bardzo udanego zwiedzania miasta. Dobry przewodnik powinien wiedzieć, jakich określeń, zwrotów czy sytuacji należy unikać.

Większość grup przyjeżdżających do Poznania z Hiszpanii to tak zwane grupy katalogowe, w związku z tym w ich składzie mogą znajdować się mieszkańcy różnych regionów Hiszpanii. Z tego powodu, w prowadzeniu tych elementów narracji historycznej, które dotyczą dziejów Polski, należy uważać - i to pod wieloma względami - na Katalończyków. Hiszpanie nie do końca rozumieją ideę rozbiorów, natomiast wielu Katalończyków łatwo utożsamia je z problemami ich kraju i narodu w obrębie Hiszpanii. Ci o najbardziej radykalnym nastawieniu twierdzą zatem, że doskonale rozumieją sytuację Polaków w XIX wieku, jako że sami pozostają pod zaborem hiszpańskim już od ponad 370 lat i co roku wspominają dzień utraty niepodległości.

Z drugiej strony Katalończycy ze względu na silne nastroje separatystyczne nie są zbyt lubiani przez mieszkańców innych regionów Hiszpanii. W języku hiszpańskim mówi się nawet czasem o Katalończykach, że to Polacy. Nie należy odbierać tego pejoratywnie - Polska leżąca na drugim końcu Europy, przez wieki była dla przeciętnego Hiszpana krainą praktycznie niemożliwą do zwiedzenia (ze względu na dystans), dlatego pojęcia takie jak "Polska" i "Polacy" bywały tam utożsamiane z pełną obcością i egzotycznością. Stąd też, jeśli Hiszpan mówi, że Katalończyk to Polak, to ma po prostu na myśli, że jest mu obcy kulturowo i że go nie rozumie. Dlatego, nawet jeśli tradycja i wszystkie statystyki podają, że Katalonia jest najlepiej

rozwinęty gospodarczo regionem, a Katalończycy najintensywniej pracującymi Hiszpanami, należy być bardzo ostrożnym na przykład w porównywaniu Wielkopolski z Katalonią. Podczas gdy Katalończyk za tego typu porównanie może pochwalić znajomość Hiszpanii, Hiszpanie z innych regionów zazwyczaj reagują oburzeniem na stwierdzenie „Poznaniak jest pracowity, niczym Katalończyk”, podczas gdy będą się śmiali z porównania „Poznaniak jest oszczędny jak Katalończyk”.

Hiszpanie, mimo że w większości ludzie bardzo sympatyczni i mentalnie podobni do Polaków, podobnie jak Polacy, potrafią nie znać umiaru. Gdy raz potwierdzić ich opinię („ma Pan rację”) będą podrzucać rozwiązania ekonomiczne lub społeczne, jakby to od przewodnika miejskiego zależała przebudowa infrastruktury miejskiej, czy rozwiązanie problemu przykrego zapachu z bram w okolicach Starego Miasta. Oczywiście, w tych poradach zawsze Hiszpanie i Hiszpania to wzór do naśladowania. Do jednych z najczęściej zadawanych w tym kontekście pytań jest „dlaczego ogródki na Starym Rynku są pełne ludzi?”, co traktują jako lenistwo i zagrożenie dla gospodarki całej Unii Europejskiej. Potrafią także dość szybko spoufalać się, co z kolei nie każdemu przewodnikowi i przewodniczce musi się podobać.

Naturalnie jednym z pierwszych pytań, które w trakcie oprowadzania słyszy przewodnik jest „gdzie nauczyłaś/-eś się hiszpańskiego?”. Chętnie pochwalą przewodnika za bardzo dobrą znajomość języka, z drugiej jednak strony dość szybko zaczną poprawiać nawet drobne błędy językowe, np. zamianę rodzajników, rodzaju czy liczby rzeczownika itd. Naturalnie początkowo zapytają, czy mogą zwrócić uwagę, potem jednak potrafią zwracać uwagę na każde najdrobniejsze przejęzyczenie, złe zaakcentowanie słowa, czy podrzucać powszechniej używane synonimy, a nawet związki frazeologiczne, które pasowałyby do danej sytuacji.

Jeśli chodzi o język, to przy grupach dorosłych, szczególnie z Ameryki Łacińskiej, należy używać formy „Ustedes”, a nie „Vosotros”. Z kolei przy grupach młodzieżowych, jeszcze bardziej wyzwolonych seksualnie niż ich polscy rówieśnicy, należy uważać na wszelkie przejęzyczenia czy skojarzenia z podtekstem seksualnym, np. „la copula” (co oznacza „stosunek płciowy”) zamiast „la cúpula” (co oznacza „kopuła”) lub „último polvo” (dosłownie „ostatni pył/ proszek”, w języku kolokwialnym wyrażenie „hasta el último polvo” oznacza „w stosunku seksualnym - do końca”). W przypadku grup z Ameryki Łacińskiej należy zważać na różnice pomiędzy hiszpańskim z Hiszpanii, a hiszpańskim z Ameryki. Choć niewielkie, mogą się czasami okazać zabawne, z rzadka powodować niezrozumienie.

Turyści rosyjskojęzyczni w Poznaniu

1. Krótka charakterystyka grupy

Rosjanie - nasz największy wschodni sąsiad. Jako turyści - to bardzo zróżnicowana grupa osób. „Rosjanami” bądź mniej elegancko: „Ruskimi” przyjęło się w Polsce nazywać wszystkie osoby, które mówią po rosyjsku. Rzeczywistość jest jednak zdecydowanie bardziej skomplikowana.

Początki użycia języka ruskiego można wiązać z jego dawną odmianą, używaną na terenie Rusi Kijowskiej. Z czasem wytworzyły się różne dialekty, na bazie których powstały późniejsze języki: rosyjski, ukraiński i białoruski. Język rosyjski jest dziś powszechnie używany nie tylko w Rosji, w której jest językiem państwowym, ale również na terenie Ukrainy (w znacznej części kraju) i Białorusi (w całym kraju) - czyli w państwach, dla których Ruś Kijowska była wspólną matką. Mówi się w nim powszechnie także w kilku innych krajach, wchodzących jeszcze niedawno w skład Związku Radzieckiego (ZSRR). W celu uniknięcia nieporozumień i nie utożsamiania języka z narodowością, w dalszej części opracowania jako termin podstawowy będzie używane określenie „turyści rosyjskojęzyczni”. Z naszego punktu widzenia ma ono podstawy w podobnych zainteresowaniach, oczekiwaniach i zachowaniach tej grupy turystów, a także w niemal identycznym modelu pobytu turystycznego w Poznaniu i zwiedzania miasta. W dużej mierze łączy ich również - nie tylko najnowsza - historia, warunkująca podobną wrażliwość. Dla Rosji, Ukrainy i Białorusi należy wyróżnić kilka przełomowych etapów historii, które miały istotny wpływ na kształtowanie się tych narodów oraz na dominującą mentalność mieszkańców tych krajów.

1. **Chrzest Rusi**, dokonany w roku 988 w Kijowie przez Włodzimierza Wielkiego. Przyjęty wówczas obrządek wschodni chrześcijaństwa spowodował, że Ruś na stałe związała się z kulturą bizantyjską. Co ważne, we wschodnim odłamie chrześcijaństwa zachowana była znaczna zależność Kościoła od państwa - dokładniej od cesarza wschodniorzymskiego. Po tzw. „wielkiej schizmie”¹ w roku 1054 doszło do ostatecznego rozłamu Kościoła i zerwania pomiędzy Kościołem Katolickim² na czele z Papieżem z siedzibą w Rzymie oraz Kościołem Ortodoksyjnym³ (Cerkwi Prawosławnej) na czele z Patriarchą Konstantynopola, jednak ze znacznym zakresem autonomii poszczególnych Kościołów państwowych podporządkowanych poszczególnym władcom. Zależność Kościoła od państwa stała się tradycją wschodniego chrześcijaństwa, a **ruskie prawosławie** nie jest tutaj wyjątkiem.

2. Po upadku Rusi Kijowskiej, spowodowanym jej podziałem i najazdem mongolskim w I połowie XIII wieku, na czoło ruskich organizmów państwowych wysunęło się stopniowo Wielkie Księstwo Moskiewskie, które w warunkach rywalizacji z Litwą „zbierało ziemie ruskie”.

¹ łac. *schisma*, *schismatis* - odłączenie od jedności z kościołem

² gr. καθολικός *katholikós* - powszechny

³ gr. ὀρθόδοξία, „ortho” - poprawny, „doxa” - zdanie, opinia, ale także i kult, wystawianie, oddawanie chwały
Z tego powodu później przetłumaczone na języki słowiańskie jako *prawosławie*.

Wcześniejsza długotrwała zależność od ord tatarskich odbiła się na *sposobie sprawowania władzy* przez książąt moskiewskich, a następnie w zbudowanym przez nich Imperium Rosyjskim (*car - samodzierżawca*⁴). W państwie rosyjskim nie było na przykład autonomii miast i nie wykształciła się niezależna, tzw. obywatelska opinia, co ostatecznie wpłynęło na bardzo bierną postawę obywatelską mieszkańców dzisiejszej Rosji, Białorusi oraz częściowo Ukrainy. Wielu Rosjan do dnia dzisiejszego tęskni za silnym przywódcą, który byłby jednocześnie ich „dobrym carem”, i potrafiłby sam rozwiązywać wszystkie problemy państwa i społeczeństwa.

3. **Bierność obywatelska** została dodatkowo wzmocniona w czasach Związku Radzieckiego (1922-1990). Masowe mordy na przedstawicielach inteligencji w okresie rewolucji i czystek stalinowskich, zdziesiątkowanie środowiska zamożniejszych chłopów - „kułaków”, nacjonalizacja całej gospodarki, skutkująca powszechną pauperyzacją i zatrata poczucia odpowiedzialności nawet za własną pozycję zawodową i ekonomiczną - walczyły przyczyniły się do pogłębienia tego stanu. Szczególnie mocno nasiliło się także spożycie wódki, które i tak nie jest obce narodom słowiańskim. Widok osób niezdolnych do pracy już w połowie dnia nadal nie jest w Rosji czy Ukrainie rzadkością, szczególnie w mniejszych miejscowościach.

4. Sowiecki **komunizm** prowadził również walkę z religią - zamykano i niszczone cerkwie, nie można było zrobić kariery, jeśli brało się udział w życiu religijnym. Zachowane struktury cerkiewne zostawały obsadzone przez licznych agentów komunistycznych służb bezpieczeństwa. Cerkiew w Związku Radzieckim nigdy nie miała szansy stać się siłą opozycyjną, jako instytucja albo w ogóle nie zabierała głosu, albo wspierała władzę, gdy tylko tej ostatniej było to potrzebne (np. po napaści III Rzeszy na Związek Radziecki w 1941 roku). Taka polityka doprowadziła do znacznej **ateizacji społeczeństwa**. W odczuwaniu Rosjan, Ukraińców i Białorusinów prawosławie z wyznania religijnego przekształciło się w rodzaj rodzinnej tradycji. Nawet w okresie komunistycznym wiele osób było ochrzczonych i chrzcilo później także swoje dzieci, jednakże ogromna większość z nich w cerkwi bywała najwyżej kilka razy w życiu. Boże Narodzenie i Wielkanoc obchodzone były głównie w gronie rodzinnym i najbliższych przyjaciół, ale już bez wizyty w cerkwi, czasem wysyłano tam babcię, żeby przyniosła poświęcone dary. Zmarginalizowanie roli religii i cerkwi w życiu tak wielu ludzi spowodowało, że pojawiła się liczna grupa osób, których określa się (i którzy sami często określają siebie) jako „**prawosławni ateści**”, co można porównać do skrajnej odmiany polskich „wierzących-niepraktykujących”. W ostatnich latach notuje się zjawisko **powrotu do religii** na zauważalną skalę oraz pewne zwiększenie roli Cerkwi w życiu codziennym. Powstają nowe świątynie prawosławne, odbudowywane są stare, coraz więcej ludzi można w nich zobaczyć w święta. Cerkiew jednak nadal nie wychodzi na scenę polityczną - w Rosji i Białorusi dlatego, że trzyma się tradycji i jest posłuszna aktualnej władzy, a w Ukrainie dlatego, że sama jest podzielona na kilka dużych i wzajemnie nieprzyjaznych odłamów, przez co zajmuje się głównie własnymi problemami.

5. Polityka imperialna Rosji a później Związku Radzieckiego oraz przyłączanie kolejnych narodów, często z inną kulturą i religią, doprowadziło do znacznego stopnia **wymiany międzykulturowej** w społeczeństwach, i - przynajmniej w niektórych aspektach - do zwiększenia stopnia tolerancji wobec innych kultur. Na skutek wewnętrznych migracji

⁴ absolutyzm carski - jedna z form monarchii absolutnej

w państwie sowieckim w każdym dużym mieście w Rosji, Białorusi, czy na Ukrainie zamieszkuje dziś znaczny odsetek mieszkańców o innych niż ruskie, korzeniach etnicznych.

W tym kontekście wspomniana już wcześniej bierność obywatelska etnicznych Słowian doprowadziła do dominacji w niektórych branżach, szczególnie handlu i usługach, przedstawicieli takich narodów, jak Żydzi, Ormianie, Gruzini, Azerowie, Czeczeńcy, a obecnie również imigrantów z Dalekiego Wschodu - Wietnamczyków oraz Chińczyków. Spora grupa osób pochodzących z Kaukazu stała się również przywódcami i autorytetami w środowisku kryminalnym, co negatywnie rzutuje na postrzeganie wszystkich „osób o wyglądzie kaukaskim”⁵. Taka sytuacja spowodowała, że Rosjanie czują się „osaczeni” przez „obcych-nie Słowian” we własnym kraju. Na tym tle co najmniej kilka-kilkanaście razy do roku dochodzi w Rosji do pobić i zabójstw na tle rasowym oraz zwiększa się poparcie dla organizacji o charakterze narodowo-faszyzującym.

Rosyjskojęzyczni turyści w Polsce.

Zgodnie ze statystykami Instytutu Turystyki 34% turystów⁶ zza wschodniej granicy przybywa do Polski głównie w celach służbowych, dalsze około 20% przyjeżdża na zakupy i zasięg ich przyjazdów nie wykracza poza strefę przygraniczną, 14% przybywa w odwiedziny, 12% przejeżdża tranzytem i tylko 6% pojawia się w naszym kraju w celach wąsko rozumianej turystyki. Podczas tranzytu przez Polskę najwięcej osób zatrzymuje się w Warszawie, która często jest dla nich pierwszym przystankiem, połączonym z wyjściem z pociągu. Inne miejscowości, odwiedzane przez nich najczęściej to: Kraków, Wrocław oraz Poznań - miasta leżące na głównych trasach tranzytowych, prowadzących ze wschodu na zachód. Ich pobyt w tych miastach trwa zwykle kilka godzin.

Z kolei turyści zainteresowani historią wybierają raczej duże miasta i ich okolice - przede wszystkim Warszawę, Kraków i Gdańsk, nieco rzadziej Wrocław, Toruń i Poznań. Wśród turystów ukierunkowanych na rekreację popularne są miejscowości z rozwiniętą infrastrukturą narciarską, uzdrowską oraz wodną. Prawie każda impreza pobytowa gości ze wschodu zawiera pobyt na basenie. Zdarzają się odosobnione przypadki, że pojedynczy turyści potrafią spędzić na basenie w Krakowie więcej czasu, niż na zwiedzaniu samego miasta. Może to być związane ze zbędnymi formalnościami, które obowiązują w Rosji - żeby wejść na basen, należy tam przynieść aktualne zaświadczenie lekarskie od „lekarza -infekcjonisty” (dermatologa-wirusologa).

2. Profil turystów rosyjskojęzycznych, odwiedzających Poznań

W związku ze znacznym oddaleniem Poznania od wschodniej granicy, struktura celów wizyt tej grupy turystów w naszym mieście jest inna niż w statystykach ogólnopolskich. Niestety nie są dostępne kompletne i wiarygodne dane na temat powodów przyjazdów turystów do Poznania. Natomiast ze struktury zleceń na obsługę przewodnicką grup rosyjskojęzycznych wynika, że większość tych turystów jest w Poznaniu przejazdem (grupy tranzytowe), kolejną ilościowo grupę tworzą klienci oraz partnerzy polskich firm, następnie uczestnicy różnorodnych konferencji. Bez wątpienia w Poznaniu pojawia się także regularnie znaczna liczba gości z tych

⁵ Ros. лицо кавказской национальности.

⁶ Dane statystyczne Instytutu Turystyki za 2009 r. <http://www.intur.com.pl/turysci2009.htm>

krajów w związku z odbywającymi się targami oraz imprezami sportowymi, jednak tacy turyści najczęściej nie są zainteresowani zwiedzaniem miasta lub nie mają na to czasu.

2.1. Typowe grupy tranzytowe

W związku z położeniem Poznania przy głównej arterii tranzytowej wschód-zachód, miasto staje się coraz popularniejszym miejscem dłuższego postoju dla turystów rosyjskojęzycznych, zmierzających do Europy Zachodniej lub stamtąd powracających. Są to najczęściej relatywnie duże grupy autokarowe (od 30 do 50 osób), tworzą je turyści nastawieni na intensywne zwiedzanie jak największej ilości miast i atrakcji w jak najkrótszym czasie. W latach 2009-2010 zauważalne było zwiększenie liczby turystów rosyjskojęzycznych, zatrzymujących się w Poznaniu. Może to być związane z chęcią poznawania nowych miejsc oraz pewnym znużeniem zwiedzania stale tego samego miejsca zbiórki/przesiadki, najczęściej Warszawy⁷. Kolejnym powodem może być chęć uatrakcyjnienia oferty turystycznej: dotychczas w ofertach imprez objazdowych po Polsce Poznań rzadko znajdował się na trasie wycieczki. Turyści tworzący przyjeżdżające tu grupy pochodzą najczęściej z europejskiej części Rosji lub z terenu całej Ukrainy oraz Białorusi.

Zwiedzanie: Czas pobytu turystów tranzytowych w Poznaniu z reguły nie przekracza 2-3 godzin, w związku z czym ilość pokazywanych miejsc i obiektów jest ograniczona. Najczęściej wybierany jest Stary Rynek i jego najbliższa okolica (Fara, Wzgórze Przemysła, dawne mury miejskie od ul. Małe Garbary). Jeśli odbiór grupy następuje w pobliżu Dworca Głównego PKP lub warunki pogodowe są mało sprzyjające dla spaceru pieszego, to zwiedzana jest tylko część Starego Rynku, fara, oraz krótki objazd przez Plac Wolności i zatrzymanie się przy Pl. Mickiewicza. Ważnym elementem w trakcie spaceru są również ogólnodostępne toalety oraz kantory wymiany walut, ponieważ podczas tranzytu przez Polskę takie potrzeby turystów piloci starają się załatwić w trakcie zwiedzania Poznania, w celu uniknięcia kolejnych postojów.

2.2. Turyści biznesowi

Wśród tych turystów biznesowych, którzy zwiedzają Poznań, większość stanowią niewielkie grupy do maksymalnie 20 osób. Są to najczęściej osoby, które przyjechały na zaproszenie firm znajdujących się w Wielkopolsce. Pobyt takich osób w ich miejscu docelowym trwa kilka dni i poświęcony jest głównie szkoleniu lub zwiedzaniu zakładów produkcyjnych. Dopiero ostatni dzień przed powrotem gości do kraju jest poświęcony na zwiedzanie miasta i zakupy. Turyści biznesowi są osobami otwartymi na informacje historyczne, kulturowe, ciekawostki i anegdoty, ale ich największe zainteresowanie budzi współczesne miasto i jego funkcjonowanie.

Zwiedzanie. Odbywa się ono zwykle zgodnie z przebiegiem którejś z klasycznych tras i trwa w zależności od potrzeb od około 3 godzin nawet do całego dnia. W tym ostatnim przypadku oprócz zwiedzania ważnym punktem programu jest czas na zakupy. W związku z poświęceniem przez tę grupę osób większości pobytu w Polsce na sprawy biznesowe lub zawodowe, krótkie zwiedzanie Poznania bywa ich jedynym spotkaniem ze współczesną Polską, dlatego samo zwiedzanie jest zawsze urozmaicone dużą ilością pytań ze strony gości, wśród których wiele ukierunkowanych jest na problematykę związaną z wykonywaną przez nich profesją.

⁷ Z rozmów autora z pilotami wycieczek wynika, że turyści, którzy często odbywają podróże przez Polskę do Europy zachodniej, zwracali się do biur podróży z prośbą o urozmaicenie trasy oraz dodanie nowych miejsc zwiedzania w Polsce. W poszczególnych przypadkach zdarzało się, że pojedynczy turyści podczas wyjazdów zwiedzali Warszawę parokrotnie.

2.3. Grupy pobytowe

Są to - jak dotąd - grupy zdecydowanie rzadsze, niemniej niektóre biura podróży organizują już systematycznie imprezy turystyczne dla swoich klientów w Poznaniu. Ich uczestnicy rekrutują się w większości z grupy osób średniozamożnych, w zróżnicowanym wieku, stosunkowo często trafiają się wśród nich rodziny z dziećmi. Podczas pobytu tego typu goście preferują spokojne zwiedzanie połączone ze stosunkowo dużą ilością czasu wolnego.

Zwiedzanie. W przypadku imprez pobytowych kontakt przewodnika z grupą jest dłuższy. W trakcie pobytu takich grup, oprócz zabytków i niektórych muzeów Poznania i okolic, odwiedzane są również atrakcje przyrodnicze i obszary rekreacyjne Poznania. Nasze miasto traktowane jest także jako baza dla wypadów do Gniezna i Torunia oraz Wrocławia. Jeśli przewodnik pracuje z grupą kilka dni i podczas pierwszego dnia potrafi ją zainteresować, może być pewny, że następnego dnia goście postawią mu bardzo wiele pytań związanych nie tylko z historią i architekturą miasta, ale przede wszystkim z codziennym życiem w Polsce.

2.4. Inni.

Sporadycznie w Poznaniu bywają także rosyjskojęzyczne grupy konferencyjne, grupy wymiany (głównie szkolnej) oraz turyści indywidualni, którzy przyjeżdżają tu ze względu na swoje hobby. Sporadycznie pojawiają się tu także indywidualni turyści, zmęczeni turystyką masową i nie korzystający z jej ofert. Podstawowe dane dotyczące grup rosyjskojęzycznych w latach 2009 i 2010 ilustruje poniższa tabela.

Tabela 1. Obsługiwani przez przewodników turyści rosyjskojęzyczni w Poznaniu: rok 2009 i 2010

Dane dotyczą:	Rok 2009	Rok 2010
Liczba obsługiwanych grup w danym języku przez badanych	31	63
Średni czas trwania spaceru przewodnikiem w godzinach	2	2,5
Przeważające profile obsługiwanych grup	1. dorośli ogólne (58%) 2. biznesowe (27%)	1. dorośli ogólne (62%) 2. biznesowe (24%)
Miesiące z największą liczbą zamawianych usług (od najwyższej)	07, 06, 11, 12	06, 01, 12, 07

Źródło: Ankieta 2011

3. Obiekty preferowane w zwiedzaniu przez turystów rosyjskojęzycznych.

Poznańskie russica.

Zwiedzając Poznań trudno byłoby stworzyć osobną „Trasę Rosjan”, czy też obiektów z nimi związanych. Odległość Rosji od Poznania spowodowała, że tylko znikoma ilość wielkich osobistości i rosyjskich dzieł sztuki docierała do Poznania. Najbardziej intensywne związki tej grupy z Poznaniem w ciągu ostatnich stuleci wiązały się z wojnami, bądź przejazdem monarchów rosyjskich przez miasto. Mimo tak znikomych związków Poznania ze

wschodnioeuropejskimi narodami słowiańskimi, przewodnik może tu wskazać kilka ciekawych dla nich miejsc, a czasem nawet „dokonać” wraz z nimi zaskakujących odkryć.

3.1. Miejsca i obiekty związane z wydarzeniami lub procesami historycznymi

Jedna z najstarszych legend dotyczących Poznania i jego nazwy wiąże się z trzema braćmi - **Lechem, Czechem i Rusem**. Jak głosi legenda, dorósłszy trzej bracia ruszyli każdy w swoją stronę, żeby założyć własne państwa. Po wielu latach rozłąki w miejscu, w którym Cybina wpada do Warty doszło do ich ponownego spotkania, przy którym bracia poznali siebie już z dużej odległości. Lech tak miał się ucieszyć z tego spotkania, że kiedy założył później w tym miejscu gród, na cześć owego radosnego „rozpoznania” nadał mu imię „Poznań”. Można byłoby więc nawet twierdzić, że bez Czecha i Rusa nie byłoby samego „Poznania”.

Bardziej wiarygodne historyczne źródła o przybyszach ze wschodu donoszą w kontekście kontaktów handlowych. Poznań, leżąc na głównym trakcie handlowym ze wschodu do Europy Zachodniej gościł **kupców ruskich**, którzy handlowali tu głównie futrami i skórami. Dzięki temu w Poznaniu jednym najbardziej rozwiniętych był cech garbarzy. W momencie ustabilizowania się regularnych połączeń morskich między ziemiami północnej Rusi (głównie Nowogrodem) a Danią, Niemcami i basenem Morza Północnego, rola Poznania dla kupców ruskich nieco zmalała.

Od wieku XVIII kolejnymi przybyszami nie byli już Rusini, lecz Rosjanie - byli to **żołnierze carscy**, którzy w Poznaniu pojawiali się podczas wojen: tzw. trzeciej północnej (1700-1721), siedmioletniej (1756-63), Konfederacji Barskiej (1768-72) oraz kampanii napoleońskich (1813-15). Wzmianki o tych pobytach, ich przebiegu i skutkach nie są oczywiście specjalnie przychylne, ale podobne opinie dotyczyły wizyt każdej obcej (a często też i polskiej) armii, które odwiedzały, czy też raczej „nawiedzały” miasto.

Pomnik Ułanów Poznańskich jest symbolem walki Wielkopolan przeciwko bolszewikom. Choć tylko w sposób pośredni wiąże Poznań z Rosjanami, to jest on bardzo ważnym obiektem w trakcie oprowadzania grup rosyjskojęzycznych. Słuchając o Bitwie Warszawskiej, jak zresztą o całej wojnie polsko-bolszewickiej roku 1920, turyści w ogromnej większości wkraczają na rodzaj „terra incognita” własnej historii. Zarówno w programach edukacji w okresie Związku Radzieckiego, jak i obecnie, informacja o tej wojnie była i jest podawana w sposób szczątkowy lub brak jej zupełnie, dlatego często pada dużo pytań, których nie należy pozostawiać bez odpowiedzi. Podobną rolę odgrywa **Pomnik Ofiar Katynia i Sybiru**, chociaż zarówno jego położenie, forma i jego związek z Poznaniem budzą kontrowersje⁸.

Cerkiew św. Mikołaja. Po odzyskaniu niepodległości w 1919 roku w Poznaniu z dawnych niemieckich koszar zaczęło korzystać Wojsko Polskie. Granice międzywojennej Rzeczypospolitej znacznie różniły się od dzisiejszych, a skład etniczny i wyznaniowy obywateli był inny. Do Poznania przybywali poborowi i żołnierze zawodowi wyznania prawosławnego ze wschodu Polski, i rzeczą oczywistą stało się, że potrzebują oni własnej świątyni. Na ten cel wojsko wydzieliło dawną... stajnię, która została przebudowana na cerkiew garnizonową. Wyposażenie dla tej świątyni zostało dostarczone z cerkwi św. Piotra i Pawła z Kalisza, która w 1920 roku została rozebrana jako symbol panowania rosyjskiego zaborcy. Uroczyste otwarcie świątyni nastąpiło 13 kwietnia 1924 roku. Obecnie z cerkwi korzystają wierni wyznania

⁸ Ta ostatnia problematyka po katastrofie smoleńskiej w kwietniu 2010 jest Rosjanom znacznie lepiej znana, co nie zmienia faktu, że będąc konfrontowani z polską pamięcią o Katyniu, nie tylko zauważają jej znaczenie dla Polski i Polaków, ale stykają się z inną niż ich własna, wrażliwością historyczną. Polska pamięć o ofiarach totalitaryzmów budzi u wielu rosyjskich turystów nie tyle zdziwienie, ile rodzaj podziwu.

prawosławnego Poznania i okolic, a sama parafia jest częścią Polskiego Autokefalicznego Kościoła Prawosławnego. Podczas największych świąt prawosławnych do cerkwi przybywają również turyści i przejezdni wyznania prawosławnego.

Wyzwolenie Poznania na początku 1945 roku wiąże się z największymi zniszczeniami miasta, które przez poznaniaków bywają wypominane nie tylko Niemcom, ale i Rosjanom do dnia dzisiejszego. Walki o Poznań zaczęły się 22 stycznia 1945 roku, w pierwszych dniach lutego było opanowane już niemal całe miasto oprócz rozległego **Fortu Winiary** (Cytadeli dawnej pruskiej twierdzy), o którą walki toczyły się jeszcze przez dwa tygodnie. Ze strony sowieckiej w boju o Cytadelę uczestniczyło około 8 tysięcy żołnierzy, szacuje się, że porównywalna lub nawet większa liczba Niemców broniła tego wielkiego fortu. W pierwszym etapie nad operacją nadzór sprawował dowódca 8 Armii Gwardii, gen. Wasilij Czujkow, doświadczony w walkach o Stalingrad, uważany za specjalistę od walk w mieście. Ostatecznie większa część tej armii kontynuowała ofensywę w kierunku zachodnim, a dla zdobycia Poznania wydzielono specjalną grupę wojsk pod dowództwem generała Szemienkowa.

Kiedy po pierwszej próbie szturm Cytadeli okazało się, że własnych sił sowieckich nie wystarczy, żeby zdobyć fort, ogłoszono mobilizację cywilów, polskich mieszkańców Poznania. Zgłosiło się około 2 tysiące mężczyzn (niektóre źródła podają jednak, że część z nich zmobilizowano przymusowo), którzy następnie wzięli udział w zdobywaniu Cytadeli. Ostatecznie niemiecka załoga Fortu Winiary skapitulowała po kolejnym nocnym szturmie, nad ranem 23 lutego⁹ 1945 roku. Zdobycie ważnej twierdzy poznańskiej zostało uczczone specjalnym rozkazem dziennym Stalina (uwiecznionym na pomniku) i salutem armatnim, oddanym tego dnia w Moskwie. Na stokach Cytadeli pochowano natomiast setki sowieckich żołnierzy, którzy zginęli podczas szturm, później natomiast przeniesiono tu także pochówki żołnierzy radzieckich walczących o Poznań i okolice - w sumie na tutejszym Cmentarzu Wojennym Armii Czerwonej (inaczej - Cmentarz Bohaterów Radzieckich) spoczywa około 6 tysięcy poległych żołnierzy z krajów ZSRR. Do dnia dzisiejszego 23 lutego, w rocznicę wyzwolenia Poznania, wywieszane są w Poznaniu flagi, żeby upamiętnić to wydarzenie.

Tuż obok, w sąsiedztwie kwater żołnierzy alianckich, zachowały się pozostałości po dawnym poznańskim **cmentarzu prawosławnym**. Na nielicznych grobach, które przetrwały, widoczne są napisy w języku polskim i rosyjskim (pisownia inskrypcji na tych ostatnich zgodna z zasadami jeszcze sprzed reformy gramatycznej). Grupa pochowanych tutaj osób jest bardzo zróżnicowana. W części byli to zamieszkali i zmarli w Poznaniu dawni jeńcy I wojny światowej z armii carskiej, inni to osoby, które wyemigrowały z Rosji po przejęciu władzy przez bolszewików i zatrzymały się tu na stałe, są także - relatywnie nieliczni - obywatele II Rzeczypospolitej wyznania prawosławnego, osiadli w naszym mieście w latach międzywojennych, wreszcie kilka osób to dawni jeńcy z wojska bolszewickiego, którzy po kampanii polsko-bolszewickiej roku 1920 nie chcieli wracać do Związku Radzieckiego i znaleźli swój nowy dom właśnie w Poznaniu.

Jedyny konsulat generalny, funkcjonujący aktualnie w Poznaniu to **konsulat Federacji Rosyjskiej** znajdujący się przy ul. Bukowskiej. Wcześniej mieścił się tu konsulat generalny ZSRR. W roku 1991, podczas demonstracji przed tą placówką przeciwko pacyfikacji

⁹ Dzień 23 lutego obchodzony był w ZSRR jako Dzień Armii Radzieckiej i Marynarki Wojennej, obecnie obchodzi się go w Rosji jako Dzień Obrońców Ojczyzny. Ten fakt już w roku 1945 nadał usilnym próbom zdobycia twierdzy poznańskiej do 23 lutego symbolicznego znaczenia. Wśród historyków pojawiły się także opinie, że nacisk dowództwa na przyspieszenie rozstrzygnięcia w tym boju, który spowodował krwawy szturm we wspomnianą noc, był niepotrzebny i służył głównie celom propagandowym.

protestujących na Litwie przez sowieckie siły milicyjne, doszło do napaści na konsulat, sprofanowana została flaga radziecka, niezidentyfikowani uczestnicy podjęli nawet próbę podpalenia budynku. Jednym ze znanych uczestników tego wydarzenia był radykalny działacz opozycyjny młodego pokolenia Maciej Frankiewicz - późniejszy zasłużony wiceprezydent Poznania. 23 lutego 2000 roku kilku działaczy organizacji anarchistycznej dokonało podobnego czynu, bezczeszcząc flagę (tym razem rosyjską) i wieszając w jej miejscu flagę czeczeńską. Była to akcja protestu przeciwko wojnie w Czeczenii i upamiętnienie rocznicy przymusowego wysiedlenia Czeczeńców w 1944 roku. Przez ten wybryk garstki osób doszło do skandalu dyplomatycznego.

3.2. Miejsca i obiekty biograficzne, związane ze znanymi postaciami

Kroniki wspominają o wizycie w Poznaniu cara **Piotra I** w 1711 roku, oraz o zachwycie, jaki wywołał w nim kościół jezuitów (dzisiejsza fara), a w szczególności jego iluzjonistyczna polichromia. Niektóre wersje znanej poznańskiej legendy podają właśnie biesiadę z Piotrem I jako kontekst wypadnięcia króla Augusta Mocnego z okna kamienicy Pod Daszkiem na Starym Rynku.

Inna legenda miejska związana z Rosjanami, dotyczy nieco wcześniejszego okresu. Mówi ona o duchu zasłużonego dla Poznania XVI-wiecznego biskupa Jana Lubrańskiego, który miał się w gmachu założonej przezeń Akademii ukazać rosyjskiemu żołnierzowi, myszkującemu po piwnicach w poszukiwaniu wina i skutecznie go stamtąd przepłoszyć. Miało się to dziać podczas pobytu wojsk rosyjskich w Poznaniu w trakcie działań tzw. III wojny północnej (1700-1721).

Kolejny car w Poznaniu to **Aleksander I**, później także formalny król polski, który odwiedził miasto 23 października 1805 roku. Podróżował tędy skromnie - w zwykłej karecie. Wiadomo, że zatrzymał się i zjadł obiad w budynku dawnego Kolegium Jezuickiego (wówczas siedzibie władz pruskiej prowincji), a później dokonał przeglądu wojsk na Placu Broni (Kanonenplatz) w pobliżu wzgórza św. Wojciecha.

Znacznie bardziej dramatyczny przebieg miała wizyta cara **Mikołaja I**, kolejnego brata Aleksandra, w roku 1843. Carska karetka, wjeżdżając pędem do miasta „otarła się” o budynek przy skrzyżowaniu Wronieckiej i Kramarskiej, przez co woźnica został potraktowany przez jednego z towarzyszących kozaków batem. Mieszkańcom miasta nie spodobała się ta sytuacja i stając w obronie poturbowanego zaczęli krzyczeć „Tu nie wolno bić! Tu nie Rosja!”. Słowa te musiały na tyle obrazić cara, że nawet nie wysiadł z karety, gdy zatrzymała się ona przed ratuszem i na jego powitanie wyszła delegacja niemieckich władz miejskich, na czele z Carlem Moritzem von Beurmann. Na tym jednak nie skończyły się poznańskie perypetie oślawionego „żandarma Europy”. Gdy wraz ze świtą opuszczał on niegościnne dla niego miasto i jechał przez Chwaliszewo, nagle rozległ się strzał. Nikt nie został ranny ani zabity, ale pruskie władze potraktowały sprawę poważnie, i rozpoczęło śledztwo w sprawie zamachu na rosyjskiego cesarza. Dochodzenie wykazało, że winną incydentu była... droga. Podążająca w ślad za pojazdem cara kolejna karetka wpadła bowiem kołem do głębokiego rynsztoku, nagły wstrząs spowodował, że siedzącemu z tyłu na koźle kozakowi broń sama wystrzeliła.

Z monarszą rodziną Romanowów wiąże się też biografia urodzonej w Poznaniu **Joanny Grudzińskiej**, pochodzącej z Wielkopolski Księżnej Łowickiej. Tytuł ten otrzymała ona od cara Aleksandra I po tym, jak poślubił ją wielki książę Konstanty Pawłowicz Romanow - średni brat Aleksandra I i Mikołaja I i naczelny wódz armii królestwa Polskiego, a w istocie jego prawdziwy - choć nie formalny - namiestnik. Zanim do tego ślubu (1820) doszło - książę Konstanty zrzekł się praw do tronu i rozwiódł ze swoją pierwszą żoną, Julią Sachsen-Coburg-Saalfeld. Księżna

Joanna po swym owdowieniu (czerwiec 1831r.) spędziła ostatnie pół roku życia w Petersburgu, otoczona powszechną sympatią, zmarła w Carskim Siole, gdzie też została pochowana.

Inną osobą, związaną z petersburskim dworem, a goszczącą w Poznaniu kilkakrotnie i serdecznie tu witaną był Polak, **Henryk Wieniawski** - wybitny skrzypek i kompozytor, zmarły zresztą w roku 1880 w Moskwie, którego łączył z dworem przez trzy lata tzw. „kontrakt carski”¹⁰. W Poznaniu bywał on głównie podczas swoich podróży na zachód Europy, m. in. do Brukseli i z powrotem. Mimo, że tego znanego muzyka łączyła z Poznaniem tylko przelotna znajomość, musiał on głęboko zapaść w serca mieszkańców miasta: po ostatniej wojnie drugi międzynarodowy konkurs skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego odbył się w Poznaniu, zamiast w zniszczonej Warszawie - i tak pozostało do dnia dzisiejszego. Konkurs odbywa się co 5 lat w auli Collegium Minus, które stoi przy ulicy... Wieniawskiego. W roku 2006 Wieniawski został również patronem poznańskiego lotniska pasażerskiego Ławica.

3.3. Ważniejsze miejsca i obiekty związane z architekturą i sztuką

Poznań nie posiada znaczniejszej ilości zabytków i pamiątek związanych z Rosją i jej kulturą. Najbogatsze zbiory pod tym względem posiada Muzeum Sztuk Użytkowych na Wzgórzu Przemysła. Jeden z najcenniejszych eksponatów tej placówki to **jajko Fabergé**¹¹ z 1905 roku, wykonane z nefrytu i otulone delikatną srebrną siatką z liści laurowych i dwugłowych orłów rosyjskich. Na co dzień jajko niestety nie jest dostępne dla zwiedzających, głównie ze względu na koszty odpowiedniego zabezpieczenia tak cennego eksponatu. W muzeum znajduje się również kilka innych przedmiotów, wykonanych przez tę petersburską firmę. Do innych ciekawych eksponatów należy podróżny ołtarzyk prawosławny wraz z *discosem*¹², kilka kubków wykonanych w XVI-XVII wiekach oraz bardzo liczne elementy zastawy stołowej z XIX wieku, wykonane zarówno przez ruskich i rosyjskich rzemieślników, jak i przez obcokrajowców - zagranicznych jubilerów, pracujących w Rosji.

Jeden z bardzo rzadkich w skali Polski obrazów przedstawiających osobistości pochodzenia rosyjskiego znajduje się na zamku w Kórniku pod Poznaniem. Jest to **portret** ukazujący **Piotra I** na polowaniu. Obraz jest wyjątkowy z kilku względów - po pierwsze, w Polsce prawie nie ma portretów przedstawiających carów Rosji, po drugie - Piotr Wielki jest tu pokazany nie według zwykłej manieri, jako władca-imperator, lecz jako myśliwy-amator, a znajduje się w stanie, o którym wymownie świadczy jego już mocno rozweselone spojrzenie. Turyści rosyjscy niemal zawsze - i z rozbawieniem - kojarzą ten widok z powszechnym w ich społeczeństwie podejściem do polowania jako tej historycznej rozrywki, która od wieków stanowiła okazję (czy bardziej: pretekst) do spożycia większej niż zwykle ilości alkoholu, co w epoce radzieckiej było nawet przedmiotem kultowych komedii.

Następny okres historii z bardziej intensywną stycznością kultury rosyjskiej i polskiej to lata powojenne, gdy oficjalną doktryną obydwu państw była przyjaźń polsko-radziecka. Najlepszym tego przykładem było „**Towarzystwo Przyjaźni Polsko-Radzieckiej**” (TPPR), którego oddział z rosyjskojęzyczną biblioteką mieścił się przy ul. Ratajczaka i zlokalizowane

¹⁰ Obejmował on zastrzeżenie grania tylko dla cara i jego gości. Wieniawski mógł w ciągu roku wystąpić tylko dwukrotnie nie przed carem - jeden raz w Moskwie i jeden w Petersburgu.

¹¹ Jajka Fabergé - wytwory jubilerskie w kształcie jajka, które od roku 1884 były wykonywane dla cara i jego rodziny na uroczystość Paschy (Wielkanocy). Ich produkcją zajmował się złotnik Peter Carl Fabergé, mający swój zakład w Petersburgu. Zazwyczaj jajka były wykonane ze złota, srebra i kamieni szlachetnych. Wewnątrz jajka zawsze mieściła się niespodzianka, która pozostawała tajemnicą aż do momentu otwarcia jajka.

¹² „discos” - nazwa pochodzi z języka greckiego i oznacza patenę liturgiczną

tamże kino „Przyjaźń”. Pozostałością po tych oficjalnych uczuciach są **dwie płaskorzeźby**, symbolizujące przyjaźń Polaków i Rosjan - jedna z nich przedstawia Mickiewicza i Puszkina, którzy serdecznie ściskają sobie dłonie¹³, druga zaś - żołnierzy radzieckiego i polskiego w podobnym geście.

Innym symbolem związku z Rosją i innymi narodami wschodniostowiańskimi była górująca nad miastem **rubinowa¹⁴ gwiazda**, wieńcząca obelisk na **Cytadeli**. Sam obelisk - pomnik Bohaterów, został odsłonięty 18 listopada 1945 roku, jego wysokość wynosiła 23 metry, przez co górował nad tym fragmentem miasta i był z daleka widoczny. Zamocowana na jego szczycie gwiazda miała średnicę ponad metra i od środka była podświetlana. Po reformach ustrojowych w Polsce w 1989 roku, gwiazda została zdemontowana. Miejskie opowieści przez lata przypisywały ten uczynek jednostce straży pożarnej z remizy przy ul. Masztalarskiej, co ostatnio potwierdziło dziennikarskie dochodzenie. Publicznie długo nie było wiadomo, co stało się z gwiazdą, choć jej zniknięcie było przyczyną dyplomatycznych protestów. Dopiero jesienią roku 2010 odnaleziono ją w magazynach straży pożarnej w jednym z wielkopolskich miasteczek, gdzie została ukryta przez strażaków.

Do Poznania prowadzi również trop jednej z największych rosyjskich „relikwii” kulturowych. Mowa o **pistoletach Aleksandra Puszkina**, który zginął w pojedynku z ich użyciem, z ręki Georga D'Anthesa. Po raz pierwszy wiąże te pistolety z Polską artykuł w numerze 5 magazynu ilustrowanego „Światowid” z 1937 roku, w którym ukazały się też zdjęcia i dokładny opis pistoletów. Magazyn napisał o pistoletach eksponowanych na wystawie w Warszawie z okazji 100 rocznicy śmierci poety. Właścicielem eksponatów był wówczas niejaki Albin Ziemecki, major 15. Pułku Ułanów Poznańskich, który nabył tę broń krótko przed wybuchem pierwszej wojny światowej od pewnego rosyjskiego oficera w Warszawie. Oprócz faktu, że pistolety miały dla Rosjan ogromne znaczenie sentymentalne, stanowiły one również bardzo ciekawe okazy: wyprodukowała je specjalnie dla Puszkina w 1836 roku firma rusznikarska Lepage w Paryżu - ta sama, która wcześniej wytwarzała broń osobistą dla cesarza Napoleona. Mjr Albin Ziemecki trafił do Poznania w 1919 roku i mieszkał tu bez przerwy prawie do samego początku II wojny światowej. Po napadzie Związku Radzieckiego na Polskę w 1939 roku major trafił do niewoli radzieckiej i został rozstrzelany w Katyniu w 1940 roku. Państwo Ziemeccy byli bezdzietni, więc prawdopodobnie nie było już komu przekazać wspomnianych cennych pistoletów. Na Ziemeckim ślad tego skarbu się urywa. Nie wiadomo zatem, czy pozostały one w Poznaniu w czyjejś prywatnej kolekcji, czy też zostały stąd wywiezione w czasie wojny.

4. Propozycja trasy wycieczkowej po Poznaniu dla turystów rosyjskojęzycznych

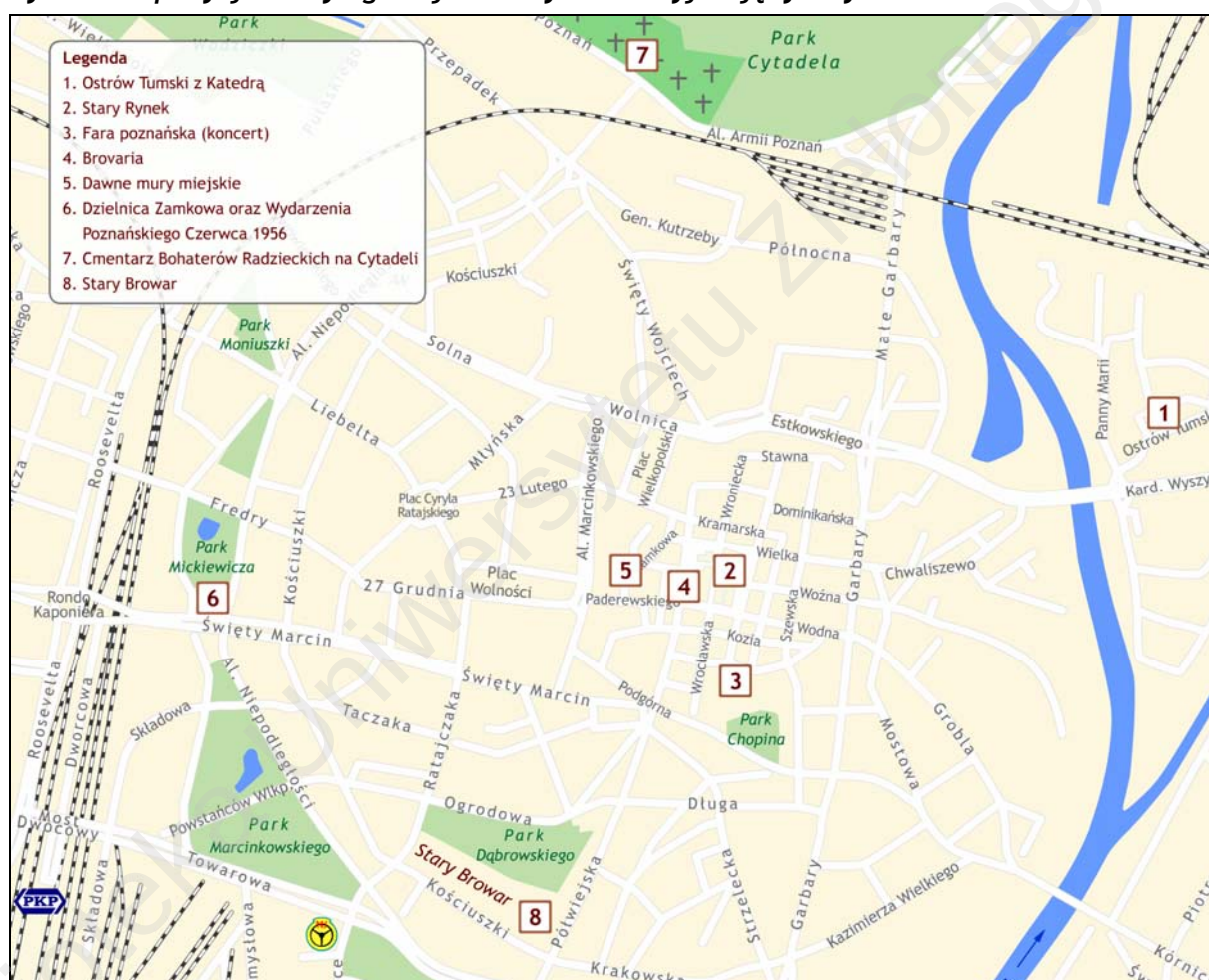
Optymalną propozycją zwiedzania Poznania dla turystów rosyjskojęzycznych wydaje się być jedna z klasycznych tras spacerów historycznych, obejmująca **Ostrów Tumski z Katedrą**, jako miejscem pochówku pierwszych polskich władców oraz jako największą

¹³ Adam Mickiewicz i Aleksander Puszkina byli wielkimi poetami swoich narodów i tworzyli w tym samym czasie. Byli również przyjaciółmi i przekładali nawzajem swoje utwory, o sobie nawzajem pisali ze słowami szacunku.

¹⁴ Gwiazdę potocznie zwano rubinową, w rzeczywistości była ona z masywnego szkła barwionego w kolorze rubinowym.

w Poznaniu świątynią gotycką (ten styl, jako niemal niespotykany na rdzennym terytorium rosyjskim, jest szczególnie interesujący dla Rosjan). Także **Stary Rynek** i jego zabudowa zawsze robią na gościach duże wrażenie: jednocześnie nie czują się oni na nim zupełnie obco i często porównują go do rynku we Lwowie lub do znanych sobie miast „magdeburskich” w krajach nadbałtyckich. Punktem obowiązkowym spaceru dla tej grupy powinna być **Fara poznańska**, wybitne i monumentalne dzieło sakralnego baroku - zupełnie innego niż znany na wschodzie Europy barok cerkiewny. Kulminacyjnym przeżyciem dla tej grupy turystów może stać się **koncert muzyki organowej w Farze**. Organy są na wschodzie instrumentem bardzo rzadkim i zawsze były asocjowane z kulturą zachodnią. Słyszając ten instrument większość gości oczekuje, że za chwilę usłyszy Toccate i Fugę d-moll Bacha. Rosjan zawsze interesowała kultura niemiecka, dlatego też duże wrażenie robi na nich **Dzielnica Zamkowa z Zamkiem Cesarskim**. W tym miejscu chętnie także słuchają nieznanego epizodu polskiej

Ryc. 1. Propozycja trasy ogólnej dla turystów rosyjskojęzycznych



Opr. własne, wyk. O. Artysuk 2011

historii - relacji wydarzeń związanych z poznańskimi kryptologami i odszyfrowaniem przez nich kodu ENIGMY, które rozpoczęło się w ówczesnej siedzibie Uniwersytetu. Zainteresuje ich także opowieść o **wydarzeniach Poznańskiego Czerwca 1956** (ten rok kojarzy się im głównie z wydarzeniami na Węgrzech, ponieważ miała tam miejsce bezpośrednia sowiecka interwencja). Jeśli czas pozwoli, warto zajrzeć z grupą na zbocza na **Cmentarz Bohaterów Radzieckich na Cytadeli**, natomiast koniecznie warto tam pójść lub pojechać w okresie po dniu

Wszystkich Świętych. Zadbany radziecki cmentarz i wielka ilość zniczy robi ogromne wrażenie na gościach ze wschodu i na zawsze pozostaje w ich pamięci. Przy dłuższym zwiedzaniu stałym punktem programu pobytu rosyjskojęzycznych turystów stał się również **Stary Browar**, który także wywiera wrażenie na wszystkich gościach. Mniej ważne, ale lubiane przez gości rosyjskojęzycznych są też pozostałości po dawnych **murach miejskich** od ul. Małe Garbary, mini-browar **Brovaria** w Rynku oraz centra handlowe (jak Galeria Malta) i sklepiki z pamiątkami. Szczególnie lubiany przez panie jest sklep na rogu Starego Rynku i ul. Wrocławskiej.

5. Najczęstsze pytania rosyjskojęzycznych turystów w Poznaniu

W przypadku tych grup pytań często bywa więcej, niż czasu dla udzielenia na nie odpowiedzi. Większość pytań dotyczy ogólnej sytuacji społeczno-ekonomicznej w Polsce i tylko część z nich dotyczy bezpośrednio miasta.

Najczęściej goście pytając o Polskę i Polaków chcą wiedzieć:

- Jaka jest średnia pensja, emerytura w Polsce?
- Ile trzeba zarabiać, żeby żyć godnie?
- Czy nauka w szkołach wyższych jest bezpłatna?
- Czy w Polsce większość to katolicy, i czy są ateści?
- Jaka jest wysokość podatku dochodowego?
- Czy można otrzymać mieszkanie socjalne?
- Dlaczego na drogach jest mało aut osobowych klasy luksusowej i terenowych?
- Czy Polacy przestrzegają katolickich postów?
- Kiedy Polska przystąpi do strefy Euro?

Pytania dotyczące bezpośrednio Poznania:

- Czy mieszkają tu Rosjanie (Ukraińcy/Litwini) a jeśli tak, to ilu, kim są?
- Czy jest cerkiew prawosławna lub świątynie innych wyznań poza katolickim?
- Jak długo Poznań „był niemiecki”?
- Ile kosztuje metr kwadratowy mieszkania w Poznaniu?
- Jaki przemysł jest w mieście najbardziej rozwinięty?
- Gdzie pracują najczęściej młodzi ludzie po ukończeniu studiów?

6. Wrażliwość historyczna grup rosyjskich i tematy „tabu”

Jednym z częstych pytań, które pojawia się u Rosjan i po części Białorusinów podczas pobytu w Polsce jest „dlaczego Polacy nas tak nie lubią”. Wymaga to dłuższego tłumaczenia i warto odwołać się tutaj do okresu rozbiorów i zaboru rosyjskiego, następnie wojny polsko-bolszewickiej, sprawy Katynia i innych miejsc związanych z mordem polskich oficerów oraz do okresu powojennego i czasów PRL. Przedstawione w sposób rozważny fakty przemawiają do turystów. Podczas poruszania tych tematów warto unikać bardziej dosadnych sformułowań, jak *mord*, *zniewolenie*, *okupacja radziecka*, *barbarzyństwo*. Używając takich słów, przewodnik zajmuje jednostronne radykalne stanowisko, co odpycha i drażni słuchaczy.

Żaden naród nie lubi czuć się gorszy, dlatego nie wolno w rozmowach używać protekcjonalnego tonu, czy wytykać błędów albo nielogiczności, które miały miejsce w Rosji kiedyś, a szczególnie mają miejsce teraz, choć nie wyklucza to rozmów na tematy trudne.

Zasadniczo dla Rosjan nie ma tematów tabu, okres *pierestrojki i głasnosti*¹⁵, spowodował, że obecnie panuje tam wolność wypowiedzi i myślenia, chociaż już niekoniecznie wolność zgromadzeń. Z Rosjanami można dziś bez większych obaw rozmawiać o wojnach, mniejszościach narodowych i religijnych, o faszyzmie i komunizmie, a nawet o łapówkarstwie i centralizacji władzy, o religii, preferencjach i kwestiach seksualnych (choć tu akurat mają oni podejście dość konserwatywne).

Jedyne tematy, które pozostają dla nich dość bolesnymi, to ostatnie trzy wojny Rosji - afgańska i dwie czeczeńskie. Zbyt wiele jest osób, które straciły w nich kogoś z krewnych lub bliskich, żeby mogli oni na te problemy patrzeć obiektywnie. Większość może nawet uważać te konflikty za niepotrzebne lub wręcz imperialne, mogą odczuwać za nie wstyd, ale niemal każdy z nich stanie w obronie szacunku dla poległych i nie dopuści, by określać ich na przykład jako najeźdźców.

Inaczej te kwestie wyglądają w przypadku Litwinów i Ukraińców - przedstawiciele tych dwóch narodów w dużym stopniu odcinają się od dziejów carskiej Rosji i ZSSR, ponieważ sami czują się ofiarami najpierw absolutnej monarchii, a później totalitarnego reżimu. Ukraińcy ze wschodniej części kraju mentalnie będą przy tym bardziej zbliżeni do Rosjan, ci ze środkowej Ukrainy będą raczej otwarci na rozmowę o dowolnych kwestiach, w rozmowie z turystami z zachodniej Ukrainy mogą pojawić się załączki sporu w interpretacji historii, ponieważ w oczach wielu z nich Polska międzywojenna była okupantem, podobnie jak dla wielu Litwinów. Dlatego właśnie okres międzywojenny związany z walkami, a potem konfliktami na tzw. Kresach Wschodnich oraz okres II wojny światowej, będą tematem trudnym w ewentualnej dyskusji, gdy zarówno na Zachodniej Ukrainie, jak i na Litwie działały narodowe oddziały zbrojne, podlegające niemieckiemu dowództwu.

7. Anegdoty i legendy poznańskie w oprowadzaniu turystów rosyjskojęzycznych.

Część legend i anegdot została już wspomniana wcześniej, ograniczymy się zatem do ich wyliczenia. Są to historie związane z pobytem wszystkich trzech rosyjskich carów, którzy przebywali w Poznaniu, obowiązkowo należy opowiedzieć wdzięcznie przyjmowaną legendę o Poznańskich Koziółkach oraz podanie o powstaniu tradycji Rogali Marcińskich. Jeśli jest trochę więcej czasu, warto na Ostrowie Tumskim lub przed Ratuszem opowiedzieć legendę o Lechu, Czechu i Rusie oraz o założeniu Poznania. Zdecydowanie prościej jest turystom rosyjskojęzycznym przekazać informacje zawierające historyczną terminologię: np. Ostrów Tumski („*ostrow*” - *ros. ocmpos* - wyspa) nie wymaga tłumaczenia, podobnie imię Mieszko zdecydowanie szybciej kojarzy się z „miszka” (*ros. мишка, медведь* - niedźwiedź), czyli z prawdopodobnym znaczeniem pogańskiego imienia naszego pierwszego historycznego władcy. Z zainteresowaniem słuchają również historii o kacie miejskim, o okolicznościach zainstalowania i o symbolice pelikana na Pałacu Działyńskich, anegdotę o rzekomej czapce

¹⁵ Okres *przebudowy i wolności słowa* - reformy zaprowadzone po 1985r. przez Michaiła Gorbaczowa, które miały zmienić Związek Radziecki od wewnątrz, ale spowodowały upadek ZSSR.

„budionowce” na głowie smoka z pomnika Ułanów Poznańskich. Ta ostatnia często wywołuje uśmiech, ale i niejaką konsternację z powodu nieznamości wydarzeń, stojących u podstaw wystawienia tego pomnika.

Obowiązkiem przewodnika jest również przedstawienie na przykładach i anegdotkach specyfiki Poznaniaków - czyli Polaków o szczególnej mentalności - łączącej niemiecką oszczędność, przedsiębiorczość, solidność i praworządność, z polską zaradnością i pomysłowością. Tutaj na miejscu są historie związane z Bazarem, Hipolitem Cegielskim, Biblioteką Raczyńskich, Teatrem Polskim oraz Powstaniem Wielkopolskim. W tym kontekście warto także przytoczyć kilka znanych dowcipów o Poznaniakach i ich rzekomej oszczędności, żeby pokazać, że mieszkańcy naszego miasta potrafią śmiać się także z siebie samych.

Bibliografia:

- Добро пожаловать в Познань!* (wersja rosyjska), 2009, seria IKS, Wyd. Miejskie, Poznań
- Kmiecik S. 2009, *Rosjanie poszukują pistoletów z pojedynku Puszkina*, www.naszemiasto.pl, Mikos v. Rohrscheidt A. (red.), 2006, *Historyczny Poznań. Przewodnik Interaktywny*, Wyd. KulTour.pl, Poznań.
- Poznań, 2009-11-06. <http://poznan.naszemiasto.pl/artukul/65567,poznan-rosjanie-poszukuj-pistoletow-z-pojedynku-puszkina,id,t.html>
- Olejnik K., 1998, *Wyzwolenie Poznania w 1945 roku*, [w:] J. Topolski, L. Trzeciakowski (red.) *Dzieje Poznania*, t. II, cz. 2 (1918-1945), Wyd. PWN, Warszawa-Poznań, s. 1509-1529
- Toporowski M., 1950, *Puszkina w Polsce, zarys bibliograficzno-literacki*, Wyd. PIW, Kraków

Francuzi jako turyści w Poznaniu

1. Krótka charakterystyka grupy narodowej

Francja, należąca do krajów kultury romańskiej, powstała w obecnej postaci dopiero w XIII w., a niektóre regiony jak Bretania, jeszcze później zostały włączone w obręb państwa. Kultura francuska oparta jest na kulturze celtyckiej i łacińskiej. Najeźdźcy tacy jak Frankowie czy Normanowie, generalnie przyjmowali zastaną kulturę romańską. Mieszkańcy późniejszej Francji przyjęli chrześcijaństwo bardzo wcześnie, bo już w 496 r., a w średniowieczu tutejsza kultura rycerska była - obok dworskiej - wzorem dla innych rodzących się nacji. Tu też zrodził się styl gotycki, a epoka Walezjuszy to rozwój renesansu i doceniania uroków życia doczesnego. Z kolei okres Burbonów (zwłaszcza za panowania Ludwika XIV w XVII wieku) to czas tworzenia podstaw etykiety dworskiej (na której do dziś wzorują się monarchie europejskie), a także podstaw absolutyzmu. Słabe rządy kolejnych władców i rozrzutność dworu doprowadziła do wybuchu rewolucji - jednego z najtragiczniejszych doświadczeń ludzkości. Rewolucja (od 1789 r.) zniszczyła dawną kulturę Francji, jednocześnie jednak, wynosząc do władzy Napoleona Bonapartego, dała Francuzom okazję do wywarcia bodaj najsilniejszego wpływu na przemiany Europy i w konsekwencji całego świata. W połowie XIX w. za wschodnią granicą Francji wyrasta groźna dla niej potęga jednoczących się Niemiec, a klęska 1871 r. i kontrybucja płacona bismarckowskiej Rzeszy do dzisiaj stanowi wielką traumę państwa, porównywalną z I Wojną Światową, której główne pola bitewne były położone na terenie Francji i spłynęły krwią milionów Francuzów.

W konstytucji Francji istnieje zapis, że jest ona republiką laicką, tolerancyjną wobec religii i światopoglądów, a kodeks cywilny z czasów Napoleona stał się podstawą wielu aktów prawnych innych państw. Po II Wojnie Światowej z jednej strony następuje pojednanie z wielkim wschodnim sąsiadem - Niemcami, a z drugiej gwałtowne wyzwalamie się dawnych francuskich kolonii i napływ imigrantów z tamtych regionów do metropolii. Obecna Francja jest państwem wielokulturowym i wielorasowym. Islam stał się drugim po chrześcijaństwie wyznaniem we Francji. Z jednej strony obowiązuje zakaz publicznego używania symboli religijnych, a z drugiej wyznawcy islamu domagają się respektowania swoich praw. Francja jest jednocześnie jednym z głównych celów nielegalnych imigrantów zarobkowych. Brak wykształcenia i frustracje powodują zamieszki w dzielnicach zamieszkałych przez nich i ich potomków. Potężną siłą są w tym kraju związki zawodowe - stąd częste strajki i masowe protesty w obronie poszczególnych grup społecznych lub ich przywilejów. Francuzi chlubią się swą nowoczesnością w telekomunikacji i komunikacji (m.in. najszybszy pociąg świata: TGV). Ułatwienia dla ludzi niepełnosprawnych i starszych są tu ogólnodostępne. Liczne są także udogodnienia dla rodzin z małymi dziećmi, a także zwierząt domowych. Widok osób wprowadzających ulubione zwierzęta do hoteli, restauracji czy nawet świątyń, nie należy tu do rzadkości. Francuzi czują się zagrożeni w swojej tożsamości przez coraz mocniej obecną kulturę anglojęzyczną. Przez ostatnie trzy wieki kultura francuska dominowała w Europie, a język francuski był językiem dyplomacji i europejskich oraz światowych elit. Teraz Francuzi czują się spychani na drugi tor, ich reakcje w obronie stanu posiadania i pozycji powodują

z kolei opinie, jakoby byli szowinistami, ksenofobami i ludźmi zadufanymi w sobie. W rzeczywistości są to jednak raczej próby rozładowania własnych kompleksów.

2. Profil grup francuskich odwiedzających Poznań

Francuzi, często przywiązani do „małej ojczyzny” - ziem rodzinnych i własnego kraju, nie należą do nacji szczególnie chętnie podróżujących. Kiedy już jednak zdecydują się na zagraniczną wyprawę, są klientami wymagającymi, ceniącymi swoją prywatność. Niechętnie też podróżują w dużych grupach, preferując wyjazdy rodzinne lub tematyczne. Wśród grup odwiedzających Poznań można sklasyfikować kilka rodzajów:

2.1 Grupy zorganizowane przez touroperatorów (tzw. grupy objazdowe).

Najczęściej taka grupa liczy od 15 - 30 osób. Towarzyszy jej profesjonalny pilot francuskojęzyczny lub francuski tourleader. Często w grupie są osoby starsze o różnych zainteresowaniach i różnym przygotowaniu, od bardzo ogólnej wiedzy na temat Polski do kwestii bardzo szczegółowych. Wśród takich grup spotkać można często przedstawicieli francuskiej Polonii, mogą to być osoby posługujące się językiem polskim, należące do dawnej emigracji lub tej z nieodległej czasowo przeszłości. W tej grupie trafiają się zarówno poszukujący swoich korzeni, jak i osoby wracające po kilkunastu latach. Zwiedzanie miasta odbywa się najczęściej autokarem według zaplanowanego schematu i trwa najczęściej 2-3 godziny. Grupy które przyjeżdżają w dzień poprzedzający, często już były z pilotem na Starym Rynku na spacerze lub kolacji. Z kolei grupy popołudniowe mają za sobą zwiedzanie innego miasta (Wrocław lub Toruń) i są zmęczone, zatem z reguły zwiedzanie nie jest długie.

2.2 Grupy biznesowe.

Są to goście firm, delegacje oficjalne, samorządowcy itp. Przeważnie rezerwuje się dla nich krótkie zwiedzanie ograniczające się do spaceru po Starym Rynku lub objazdu wybranych obiektów autokarem, samochodem gospodarzy czy taksówką. Często zwiedzanie traktowane jest jako dodatek do pobytu „w miarę możliwości czasowych”. Ze względu na chroniczny brak czasu przewodnik bywa także proszony o wskazanie miejsca zakupów souvenirów, wódki oraz podanie najważniejszych informacji dotyczących miasta. Czasem proszony również jest o pomoc w dokonaniu zakupów.

2.3. Grupy rodzinne.

Ci goście przyjeżdżają wynajętym bądź własnym samochodem, często z dziećmi. Czasem są to osoby przebywające na wakacjach w okolicy Poznania, na przykład w gospodarstwie agroturystycznym. Część z tych klientów realizuje także zorganizowany przez touroperatora (pakietowy) program objazdu i pobytu w Polsce. Prócz standardowego zwiedzania szukają oni często unikalnych doświadczeń - proszą zatem o wskazanie im specjalnych restauracji, typowych sklepów lub obiektów rzadko odwiedzanych przez innych. Są niejednokrotnie przygotowani, dysponują własnymi książkami oraz mapami, albo planami miasta. Koncentrują się często na wybranych obiektach, o których wcześniej czytali w przewodniku czy na portalu informacyjnym.

2.4. Grupy tranzytowe

Taka grupa często podróżuje np. z Berlina do Warszawy, a w Poznaniu zatrzymuje się na posiłek. Touroperator dodatkowo włącza do programu krótkie, jednogodzinne zwiedzanie. Najczęściej jest to spacer po Starym Rynku. Ze względu na niepunktualne przyjazdy grup, spowodowane długimi odległościami i stanem naszych dróg, zwiedzanie odbywa się z konieczności w ekspresowym tempie. Ogranicza się zatem do wskazania kilku obiektów (Ratusz, Fara, Plac Kolegiacki), krótkiej sesji zdjęciowej i ewentualnie zakupów.

2.5. Grupy wymiany młodzieżowej

W latach 90-tych - dzięki ożywionej działalności poznańskiego Domu Bretanii i Kuratorium Oświaty pojawił się znaczny ruch w tym segmencie rynku turystycznego w Poznaniu. Obecnie obserwuje się pewien zastój wymiany z Bretanią, za to nieco częściej zdarzają się grupy młodzieży z innych regionów Francji. Ich pobyt obejmuje zazwyczaj kilka dni, przy czym młodzież mieszka w polskich rodzinach, co między innymi sprzyja przełamywaniu stereotypów. Organizatorzy, szkoła i rodzice serwują dość często ambitne programy zwiedzania, nie zawsze dobrze odbierane przez młodzież. Zwiedzanie często odbywa się etapami, tj. jednego dnia Stary Rynek, innego Katedra, a jeszcze innego Muzeum Narodowe. Przy tych grupach przewodnik musi uwzględnić pewną specyfikę, w tym zwłaszcza:

- dość ogólne wykształcenie i nikłą wiedzę o historii i geografii Polski
- braki w wykształceniu religijnym i konieczność tłumaczenia podstawowych pojęć z tej tematyki
- słabą kondycję fizyczną - stąd konieczność częstych przerw w zwiedzaniu
- konieczność regularnych posiłków (dotyczy to zresztą wszystkich grup francuskich), a więc przerwy na obiad około godziny 12-13 tej.

Dla zwiększenia atrakcyjności zwiedzania miasta przez tę grupę turystów często do minimum ograniczany jest przekaz słowny, natomiast znaczniejsza rola przypada elementom wizualnym (jak makietą Dawnego Poznania czy Koziołki). Podstawowe dane dotyczące grup francuskojęzycznych w latach 2009 i 2010 ilustruje poniższa tabela.

Tabela 1. Obsługiwani przez przewodników turyści francuskojęzyczni w Poznaniu: rok 2009 i 2010

Dane dotyczą:	Rok 2009	Rok 2010
Liczba obsługiwanych grup w danym języku przez badanych	18	21
Średni czas trwania spaceru przewodnikiem w godzinach	3	2,5
Przeważające profile obsługiwanych grup	dorośli objazdowe (84%)	dorośli objazdowe (79%)
Miesiące z największą liczbą zamawianych usług (od najwyższej)	07, 08, 09, 05	08, 06, 07, 09

Źródło: Ankieta 2011

3. Obiekty preferowane w zwiedzaniu przez turystów francuskich.

Poznańskie franconica.

W przypadku wszystkich wskazanych typów grup turystycznych zwiedzanie dotyczy miejsc szczególnych na mapie Poznania, a więc Starego Rynku z Placem Kolegiackim i Farą. Ze względów czasowych, ale i finansowych (niechęć do opłacania wstępów przez organizatora wycieczki), coraz częściej można zaobserwować eliminowanie z programu zwiedzania Katedry. Wówczas przewodnik o Katedrze opowiada tylko z autokaru. Francuzi lubią połączenia nowej i starej architektury. Stąd podoba im się Stary Browar, są zachwyceni Malcią, a także często zatrzymują się na placu A. Mickiewicza, gdyż dobrze kojarzą wydarzenie Solidarności czy nazwisko Lecha Wałęsy. Na placu Mickiewicza i przed jego pomnikiem warto wspomnieć o pobycie poety w Paryżu i miejscach z nim związanych. Tak jak dla każdej grupy narodowościowej, dla Francuzów ważne jest odnalezienie śladów własnej kultury czy związków z odwiedzanym regionem, a także miejsc pobytu wybitnych rodaków. W przypadku grup francuskich śladów tych jest nieporównywalnie mniej niż na przykład grup niemieckich, niemniej całkiem sporo takich miejsc na mapie Poznania odnaleźć się udaje.

3.1. Miejsca związane z wydarzeniami oraz wybitnymi francuzami przebywającymi w Poznaniu:

- Plac Kolegiacki oraz Hotel Saski przy ul. Wrocławskiej - związane z kilkukrotnymi wizytami Napoleona Bonaparte oraz Joachima Murata. Należy też podkreślić, że w 1806r. Kolegium Jezuickie Francuzi nazywali Chateau de Posen i przez trzy tygodnie, dzięki pobytowi Napoleona mieściło się tu polityczne centrum Europy. Tutaj także podpisano pokój między Francją a Saksonią.
- Plac Kolegiacki - Kolegium Jezuickie związane z pobytem F. Chopina w 1828r.
- Zamek Królewski na Wzgórzu Przemysła - w lutym 1574r. zatrzymał się w nim, w drodze na koronację do Krakowa, Henryk Walezy, król Polski, a potem ostatni Walezjusz na tronie Francji.
- Cytadela Poznańska - po wojnie francusko - pruskiej 1870 - 1871 przebudowywana przy udziale jeńców francuskich. Przy głównym wejściu znajduje się pomnik 133 Francuzów zmarłych w niewoli pruskiej.
- Kawiarnia Cocorico przy ul. Świętosławskiej, gdzie roboczy obiad jadł Michel Platini.

3.2 Miejsca związane z Polakami działającymi we Francji:

- Plac Kolegiacki - dawne Kolegium Jezuickie związane z pobytem F. Chopina w 1828r.
- Plac A. Mickiewicza - pomnik wieszczki, który był profesorem College de France w Paryżu, a jego muzeum znajduje się w tym mieście na wyspie Św. Ludwika.
- Katedra - pomnik prymasa Hłonda, który w latach 1940 - 1943 przebywał w Lourdes, a potem był przez gestapo internowany w Paryżu.
- Arkadia - dawny teatr miejski, w którym przebywał Napoleon na uroczystym balu, wydanym 28.11.1806r. na jego cześć, przez Jana H. Dąbrowskiego.

3.3. Gmachy i inne obiekty związane z kulturą francuską:

- Biblioteka Raczyńskich, wzorowana na fasadzie paryskiego Luwru (w szczególności kolumnada Perraulta).

- Cytadela - w pierwotnym założeniu wzorowana na twierdzach planowanych przez francuskiego architekta Vauban. Przebudowana po wojnie francusko - pruskiej przez jeńców wojennych.
- Szkoła podstawowa przy ul. Estkowskiego, budowana za pieniądze z kontrybucji francuskiej po wojnie 1870 -1871.
- Sala Chopinowska w Muzeum Instrumentów Muzycznych, a w niej: fortepian, na którym według tradycji grał kompozytor u Radziwiłłów, odlew ręki, maska pośmiertna, kopia głowy z pomnika w warszawskich Łazienkach.
- Portret Stanisława Leszczyńskiego w sali sądowej Ratusza przypomina tego niegdysiejszego wojewodę poznańskiego, a potem króla Polski, teścia Ludwika XV i księcia Lotaryngii oraz wielkiego mecenasa miasta Nancy.
- Ślady emalii z Limoges (m in. XIII-wieczny pastorał biskupi, przechowywany w Muzeum Historycznym Miasta Poznania). Te eksponaty, pochodzące z powojennych wykopalisk w podziemiach Katedry, mówią o wczesnośredniowiecznych kontaktach Wielkopolski ze środkową Francją.
- Obraz Krzysztofa Boguszewskiego „Wjazd Św. Marcina do Amiens” w kaplicy Św. Marcina w Katedrze. Rolę tytułowego francuskiego miasta „gra” w nim panorama ówczesnego Poznania.
- Kolekcja malarstwa francuskiego w Muzeum Narodowym - szczególnie portrecistów: Jean Clouet, Francois Quesnel, Francois Millet oraz największa atrakcja: obraz Moneta „Plaża w Pourville”, ostatnio odzyskany po spektakularnej kradzieży. Warto przy okazji wspomnieć gościom o malarzach polskich działających we Francji, a zwłaszcza w Paryżu: Gersonie, Boznańskiej, Gierzyńskich.
- Dom Bretanii na Starym Rynku: od czasu otwarcia (1993) znaczący ośrodek kultury francuskiej i celtyckiej, inicjator wymiany grup młodzieżowych i samorządowych w ramach partnerstwa Poznania z bretońskim Renes i Wielkopolski z Bretanią.

4. Propozycje tras wycieczkowych po Poznaniu dla turystów francuskich.

Można je ująć w kilka zasadniczych opcji:

4.1. Trasa dla grup typowo objazdowych.

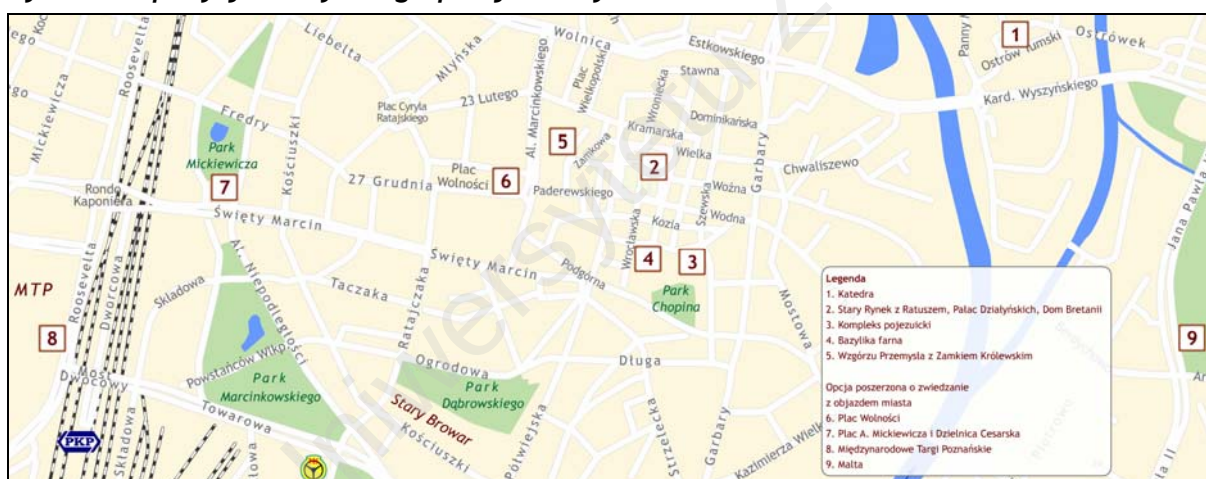
Ci turyści są po raz pierwszy, może także i jedyny w Poznaniu. W związku z tym, w krótkim czasie zwiedzania należy uwzględnić najbardziej reprezentatywne zabytki wraz z Katedrą (i relacją o formowaniu się państwowości polskiej), przy czym warto tutaj dodatkowo zwrócić uwagę na kontakty z Limoges, Amiens (obraz św. Marcina), czy na francuski epizod w biografii prymasa Hłonda. **Stary Rynek z Ratuszem**, Pałac Działyńskich, **Dom Bretanii**, dla grup przedpołudniowych: **Koziołki**. Koniecznie **kompleks pojezuicki** (związany z pobytem Napoleona Bonaparte i Chopina). Bazylika farna z organami Ladegasta, gdzie można wskazać na pobyt Napoleona na nabożeństwie dziękczynnym w dniu 2.12.1806r. z okazji rocznicy zwycięstwa pod Austerlitz. Spacer po Wzgórzu Przemysła z Zamkiem Królewskim (związany z pobytem Henryka Walezego w 1574r.). Najczęściej organizatorzy proszą o zakończenie zwiedzania na Starym Rynku w celu zrealizowania zakupów lub czasu wolnego. W takim przypadku warto

wskazać gościom także Centrum Informacji Miejskiej z francuskojęzycznymi publikacjami o Poznaniu. Czasem zwiedzanie kończy się posiłkiem w restauracji.

4.2. Opcja poszerzona o zwiedzanie panoramiczne z objazdem miasta

... i najczęściej także krótkim spacerem po placu A. Mickiewicza. Za pomnikiem wieszca warto pokazać buk, który został posadzony w lutym 2010r. dla uczczenia 200-lecia urodzin F. Chopina. O ile czas pozwala, można jeszcze przejść do Teatru Wielkiego oraz na Dziedziniec Różany Zamku Cesarskiego i tu pokazać fontannę lwów, grupę rzeźb M. Abakanowicz oraz Pomnik Katyński i zakończyć spacer przy pomniku Czerwca 1956. Przy poszerzonym zwiedzaniu można przejechać przez Plac Wolności, pokazując gościom gmach Biblioteki Raczyńskich, wzorowany na paryskim Luwrze oraz dawny Teatr Miejski (Arkadia), związany z pobytem Napoleona. Warto napomknąć, że w 1806r. Plac Wolności nazwano Placem Napoleona, a dzisiejsze Aleje Marcinkowskiego - „Rue Napoleon”. Podczas objazdu pokazuje się również tereny Międzynarodowych Targów Poznańskich i przy tej okazji wspomina, że obecna ul. Głogowska w międzywojniu nosiła imię marszałka Francji i Polski, Ferdynanda Focha, bohatera I wojny światowej. Trasa objazdu będzie dalej wzdłuż Starego Browaru na Malte i z powrotem na Stary Rynek. Takie zwiedzanie (plus wejście do Katedry) zajmuje około 3 - 3,5 godziny, z reguły kończy się ono na Starym Rynku, rzadziej w innym miejscu.

Ryc. 1. Propozycja trasy dla grup objazdowych



Opr. własne, wyk. O. Artysuk 2011

4.3. Programy dłuższe lub na sprecyzowane zamówienie.

Ten typ wycieczki spotykany jest w Poznaniu rzadko. Planując go można wyżej wspomniane programy połączyć i wzbogacić dodatkowo o zwiedzanie Cytadeli (tu: Pomnik Jeńców Francuskich), zwiedzanie Palmiarni, lub o pobyt na Malcie (kompleks rekreacyjny zawsze robi na turystach duże i pozytywne wrażenie). Taki wzbogacony program trwa około 5 godzin.

4.4. Trasa dla grup studyjnych.

Ten typ wypraw nazywany jest po francusku często „Art et vie” - sztuka i życie. Tu prócz wyżej wymienionych, standardowych programów, uwzględnia się dodatkowo wejścia do Muzeum Narodowego (Galeria Malarstwa Polskiego oraz ewentualnie Galeria Francuska) i/lub Muzeum Instrumentów Muzycznych z uwzględnieniem sali pamiątek po Chopinie. Rzadziej francuskie grupy studyjne zwiedzają Muzeum Historii Miasta Poznania: wówczas należy zwrócić ich uwagę

na zamieszczone tam franconica (np. przedmioty zdobione emalią z Limoges, portret Stanisława Leszczyńskiego, przy czym wtedy konieczne należy wskazać na wielkopolskie korzenie królowej Francji Marii Leszczyńskiej).

5. Anegdoty i legendy poznańskie w oprowadzaniu turystów francuskich.

Francuzi uwielbiają komentarze podane „lekko, łatwo i przyjemnie”, nawet z przymrużeniem oka i typowym francuskim „esprit”. Stąd podawany komentarz powinien być przez przewodnika okraszony anegdotami. Prócz ogólnych historii związanych z miastem, opowiadanych wszystkim turystom (jak legenda o koziołkach, Wzgórzu Przemysła, białym orle itp.), z przyjemnością wysłuchają anegdot o Francuzach, nawet jeżeli nieco uszczypliwie ukaze się przy tym ich wady narodowe. Do najczęściej opowiadanych anegdot należą:

- o Napoleonie Bonaparte, który w czasie balu w Teatrze Miejskim zaglądał w głębokie dekolty poznanianek (na Placu Wolności pod Arkadią),
- o Napoleonie Bonaparte, który w czasie przejażdżki konnej ugrzązł w bagnach na Golęcinie (Na Placu Kolegiackim),
- o Napoleonie Bonaparte, który uciekając z Moskwy, w hotelu Saskim, gdzie przebywał incognito, zostawił parę złotych nożyczek (pl. Kolegiacki lub ul. Wrocławska),
- o łuku triumfalnym, wybudowanym ku czci Joachima Murata przy Bramie Wrocławskiej (ul. Wrocławska),
- o Henryku Walezym (Henri III de Valois), który wyjechawszy z Paryża w letnich szarawarach przybył do Poznania 4 lutego 1574r. - w największy mróz, podobno nawet „oszroniony”, a następnie grzanym piwem był „ożywiany” na Zamku (na Wzgórzu Przemysła),
- o tymże Henryku Walezym, który 5.02.1574r. w Katedrze do chrztu trzymał Żydówkę (na Wzgórzu Przemysła lub w Katedrze),
- O Marii Leszczyńskiej, która za francuskie pieniądze odnowiła Szkołę Jezuicką po wojnie północnej (ul. Gołębia),
- o gen. De Tonqedec, który w czasie II Wojny Światowej zakochał się w poznaniance, co w latach 90-tych zaowocowało otwarciem Domu Bretanii (na Starym Rynku przed Domem Bretanii).

6. Najczęstsze pytania turystów francuskich w Poznaniu

Tak jak grupy innych nacji, Francuzi pytają chętnie i często o sprawy bieżące. Do „dyżurnych” tematów grup francuskich należą: polityka i oczywiście kuchnia. Pytania można podzielić na kilka grup:

pytania polityczne dotyczące bieżącej sytuacji:

- *dotyczące systemu politycznego Polski*
- *dotyczące wyborów prezydenckich, parlamentarnych, samorządowych itp.*
- *dotyczące najnowszej historii, w szczególności okresu Solidarności, Lecha Wałęsy, epoki komunizmu, problemów sowietyzacji, roli Kościoła w poprzednim systemie, potem dekomunizacji*

pytania dotyczące II wojny światowej:

- *jak bardzo zniszczony był Poznań podczas ostatniej wojny*

- *kto zniszczył Poznań: Niemcy czy Rosjanie*
- *kto i z jakich funduszy odbudowywał Poznań, w tym jego kościoły i pozostałe zabytki*
- *o martyrologię narodu polskiego i polskich Żydów w czasie okupacji*
- *jak wyglądała okupacja hitlerowska w Poznaniu*
- *czy przed wojną Poznań był miastem polskim (?)*
- *gdzie podpisano układ kończący II wojnę światową w 1945r. (tu często należy sprostować, że chodzi o Poczdam, a nie o Poznań)*

pytania natury bytowej:

- *o średnie zarobki w Polsce i w Poznaniu*
- *o zarobki w różnych grupach zawodowych (np. lekarze, nauczyciele)*
- *o średni poziom życia w Polsce, w Poznaniu*
- *o wysokość opłat miesięcznych*
- *o stopę bezrobocia w kraju i w mieście*
- *o główne źródła zatrudnienia i największych pracodawców w Poznaniu*
- *o francuskich inwestorów w Poznaniu*
- *o to, ilu Francuzów mieszka i pracuje w Poznaniu*
- *o problematykę wejścia Polski do strefy euro*

pytania dotyczące religii i Kościoła:

- *rola Kościoła w Polsce obecnie*
- *czy są inne wyznania w Poznaniu, w Polsce prócz katolickiego*
- *czy można zobaczyć w Poznaniu cerkiew prawosławną*
- *kto utrzymuje kościoły w Poznaniu i Polsce*
- *czy w Polsce, w Poznaniu są szkoły wyznaniowe*
- *czy większość małżeństw to konkordatowe, kościelne i cywilne, czy tylko cywilne*
- *jaka jest skala rozwodów w Polsce*

pytania inne:

- *jakie jest typowe tradycyjne rzemiosło w Poznaniu i jakie są typowe pamiątki stąd oraz gdzie można je kupić*
- *gdzie można kupić polską wódkę (najczęściej Żubrówkę), bursztyn, wyroby z drewna*
- *czy język francuski jest uczony i wykładany w polskich szkołach i w jakiej skali*
- *jak wygląda zima w Polsce i czy jest wówczas bardzo zimno*

Tematy drażliwe i tematy „tabu”

*Francuzi są wybitnie uczuleni na deprecjację znaczenia kultury francuskiej, kwestie dotyczące francuskiej historii oraz na interpretację ich własnych wad narodowych. Należy zatem być ostrożnym w formułowaniu ocen, na przykład francuskiego poczucia historycznej roli Francji w historii Europy, nawet jeśli się jest proszonym o zrelacjonowanie obrazu Francji i Francuzów w oczach Polaków.

*Należy także bardzo ostrożnie podchodzić do tematów żydowskich. Przy omawianiu wielonarodowości dawnego Poznania i pokazywaniu dawnej dzielnicy żydowskiej lepiej ewentualne uwagi lub anegdoty historyczne dozować z umiarem, by nie zostać posądzonym o „polski” antysemityzm.

* W konstytucji Francji istnieje zapis, mówiący o świeckości państwa, który uważany jest za rodzaj szczególnego dobra narodowego. Stąd przewodnik raczej nie powinien podejmować dyskusji na tematy mniejszości rasowych, napływu imigrantów, wyznawców islamu, a także dotyczących laicyzacji życia we Francji.

*Nigdy nie wolno krytykować poczynań rządu czy prezydenta Francji, nawet jeżeli sami Francuzi czynią to chętnie i często. Każdorazowa krytyka z ust obcych będzie przez nich uznana za niegrzeczność, a nawet obrazę.

*Z dużą cierpliwością należy tłumaczyć kwestie i bardzo delikatnie prostować pewne błędne wyobrażenia gości dotyczące najnowszej historii, na przykład prawdziwego obrazu stalinizmu (Stalin był we Francji dość popularny), ucisku Kościoła w czasach komunizmu itp.

*Drażliwym tematem może być francuski stereotyp Polaka-pijaka (istnieje nawet francuskie przysłowie mówiące: „pijany jak Polak”). Każdorazowe pokazanie się w pobliżu człowieka podchmielonego może wywołać idący w tym kierunku komentarz.

*Nie wolno nigdy negować pół-francuskiego pochodzenia Fryderyka Chopina. Dla Francuzów to bardzo ważne, należy zatem o polskim patriotyzmie Chopina mówić z dużym wyczuciem.

*Często można spotkać się z uwagami dotyczącymi ochrony środowiska. Turysta francuski niemal zawsze zwróci uwagę na dymiący komin albo kopący autobus, czy ciężarówkę. Francuzi bardzo dbają także o zdrowy tryb życia i regularność posiłków. Stąd w miarę możliwości nie należy opóźniać godzin obiadu, gdyż turyści się niecierpliwią, a w skrajnych przypadkach mogą nawet odmówić zjedzenia posiłku w późniejszym terminie.

*Nigdy nie wolno powierzać obsługi grupy francuskiej przewodnikowi nie posługującemu się językiem francuskim, gdyż zawsze będzie to uznawane za nietakt. Wyjątek stanowią grupy międzynarodowe, w których Francuzi są mniejszością spośród wielu innych uczestników.

Turyści anglojęzyczni w Poznaniu

Turyści anglojęzyczni to obok gości niemieckich, największa spośród wszystkich grup turystów przyjeżdżających do Poznania. Jest to jednak, w przeciwieństwie do tych ostatnich, grupa bardzo niejednorodna. Tylko niewielki procent stanowią w niej rodowici Anglicy, Amerykanie czy Kanadyjczycy. Jeszcze mniej jest Australijczyków, a obywatele Nowej Zelandii czy RPA pojawiają się tylko sporadycznie. Większość klientów zamawiających w Poznaniu usługi przewodnika w języku angielskim stanowią Holendrzy, Skandynawowie (przede wszystkim Norwegowie oraz Szwedzi), ostatnio częściej także pojawiają się Japończycy i inni Azjaci. Klientami przewodników są pojedynczy Hindusi czy Arabowie. Natomiast dwie znaczące grupy stanowią: wielonarodowe grupy gości konferencyjnych (zwłaszcza naukowych konferencji uniwersyteckich, PAN-u, kongresów medycznych oraz politycznych), grupy z kręgów biznesowych (goście poznańskich i wielkopolskich firm oraz uczestnicy targów), zlecenia przewodnickie wystawia się także na rzecz zagranicznych gości poznańskich i wielkopolskich urzędów. Taka struktura popytu sprawia, że z jednej strony przewodnik anglojęzyczny jest najczęściej poszukiwanym przewodnikiem obcojęzycznym w mieście, z drugiej jednak niestety stosunkowo rzadko ma on możliwość oprowadzać grupy native speakerów. Podstawowe dane dotyczące grup anglojęzycznych w latach 2009 i 2010 ilustruje poniższa tabela.

Tabela 1. Obsługiwani przez przewodników turyści anglojęzyczni w Poznaniu: rok 2009 i 2010

Dane dotyczą:	Rok 2009	Rok 2010
Liczba obsłużonych grup w danym języku przez badanych	118	139
Średni czas trwania spaceru przewodnikiem w godzinach	4	3,5
Przeważające profile obsłużonych grup	1. biznesowe i konferencyjne (36%) 2. dorośli -ogólne (33%)	1. biznesowe i konferencyjne (38%) 2. dorośli - tematyczne i hobby (31%)
Miesiące z największą liczbą zamawianych usług (od najwyższej)	09, 06, 05, 08	09, 06, 08, 05

Źródło: Ankieta 2011

1. Mieszkańcy Wielkiej Brytanii oraz Irlandii

1.1. Profil typowego turysty z Wysp Brytyjskich.

Stosunkowo rzadkim zjawiskiem w Poznaniu są grupy turystyczne z Wysp Brytyjskich, realizujące regularny objazd turystyczny po Polsce. Grupy zorganizowane, które przyjeżdżają do Poznania to raczej goście, którzy przyjeżdżają tu w konkretnym celu, jak poszukiwanie przodków lub ich śladów (szczególnie w związku z okresem II wojny światowej). Równie często są to grupy z segmentu klasycznej turystyki kulturowej, zainteresowane konkretnym aspektem

kultury - np. muzyką, architekturą czy teatrem. Zwiedzanie z nimi odbywa się zgodnie ze standardowymi programami spacerów miejskich, jednak często uzupełnia się je dodatkowymi elementami, odpowiadającymi wyartykułowanym zainteresowaniom danej grupy, jak konkretne pomniki, budynki, a nawet groby, przez co niektóre spacery zdecydowanie wykraczają poza podstawowy poznański schemat turystyczny. Ponieważ grupy anglojęzyczne (albo polscy organizatorzy ich pobytu) przywiązują dużą wagę do wysokiego standardu obsługi, w sytuacjach, gdy zależy im na ekstraordynaryjnym elemencie lub module zwiedzania, zazwyczaj informują o tym z wyprzedzeniem, dając przewodnikowi czas na odpowiednie przygotowanie się do wycieczki. Omawiane grupy są raczej nieduże (generalnie liczą do 20-25 osób). W większości są to osoby dojrzałe, często powyżej 55 roku życia. Na drugim biegunie pojawiają się - jak dotąd nieliczne, choć dość regularnie - grupy młodzieży z dobrych szkół średnich i uczelni, które odwiedzają Poznań w ramach konkursów wiedzy, kół zainteresowań, albo własnych wystąpień, jak udział w zawodach czy w koncertach. Indywidualni turyści anglojęzyczni odwiedzający Poznań należą do wszystkich przedziałów wiekowych osób dorosłych, poczynając od wieku studenckiego wzwyż, przy czym górna granica praktycznie nie istnieje.

Turyści brytyjscy spędzają w Poznaniu nieco więcej czasu niż standardowe grupy turystyczne. Nawet grupy realizujące wycieczki objazdowe po Polsce wykupują w naszym mieście przynajmniej jeden nocleg (jego standard jest bardzo różny - od hosteli, poprzez hotele 2-3-gwiazdkowe, aż do 5 gwiazdek) oraz przynajmniej 1 posiłek w restauracji. Jako że wycieczki te mają zazwyczaj na celu uzyskanie poszerzonej wiedzy, czas przeznaczony przez nie na zwiedzanie z przewodnikiem wynosi od około 3 do 5 godzin, w tym stosunkowo często zdarzają się przerwy na lunch lub przynajmniej na kawę. Zarówno grupy, jak i turyści indywidualni bardzo często oprócz samego Poznania, odwiedzają również Kórnik i/lub Rogalin, czasami wybierają się na Szlak Piastowski. Goście indywidualni, którzy przyjeżdżają do Poznania na 4-5 dniowy pobyt, traktują miasto jako bazę do dalszych wypraw - jak np. do Wrocławia czy Torunia. W okresie ostatnich 4-5 lat można zauważyć pewną pozytywną zmianę: dzięki fali polskiej emigracji zarobkowej i kontaktom z Polakami, Brytyjczycy zaczęli nieco bardziej interesować się Polską, a co za tym idzie, przyjeżdżają tutaj coraz lepiej przygotowani.

Fakt ominięcia Poznania przez pewne trendy występujące w europejskiej turystyce miejskiej, można postrzegać jako zjawisko pozytywne. Należy do nich, zauważalna od około 3-4 lat, fala przyjazdów do polskich miast grup Brytyjczyków na tzw. wieczory kawalerskie, a później po prostu na tanie i mocno zakrapiane weekendy. Naturalnie zdarzają się i tutaj klienci tego typu, ale jest ich stosunkowo niedużo - w porównaniu z innymi dużymi miastami w kraju jest to zjawisko marginalne - i są to raczej niewielkie grupy znajomych, liczące od kilku do maksymalnie kilkunastu osób. Niekiedy ich wyjazdy są organizowane przez biura podróży, wówczas usługi zamawiane na miejscu obejmują wyżywienie (częściowo w restauracjach na mieście), nocleg w hotelach, zazwyczaj 2-gwiazdkowych (bardzo popularny jest tu Ibis, ze względu na świetną lokalizację, przystępne ceny i relatywnie wysoki standard), a gdy wyjazdy organizowane są indywidualnie - w hostelach. Usługa przewodnicka wykupowana jest rzadko, jeśli wyjazd jest organizowany przez pośrednika, wtedy pojawia się raczej usługa typu opiekuńczo - doradczego, wykonywana w ramach obowiązków pilockich.

Osobnej charakterystyki wymagają grupy biznesowe, goście urzędów, czy coraz częściej spotykane grupy ślubne. Brytyjskich grup biznesowych oraz gości urzędów jest w Poznaniu - na tle innych nacji - stosunkowo niewielu. Jednak ci, którzy się pojawiają, należą

do klasy klientów elitarnych: są doskonale wykształceni, posiadają znaczne doświadczenia turystyczne, wysoki poziom wiedzy kulturowej i rozwinięte potrzeby w tej dziedzinie, są także otwarci na nową wiedzę. Zamawiają oni usługi o najwyższym standardzie - hotele 4- i 5-gwiazdkowe, kolacje w najwykwintniejszych restauracjach, wydłużoną usługę przewodnicką (minimum 4 godziny z przerwą kawową), a także wstępy do przynajmniej 2 obiektów (katedra i ratusz). Stosunkowo często pojawiają się również goście zaproszeni przez poszczególne poznańskie uniwersytety i inne uczelnie. Ich gospodarze, zamawiający dla nich usługi przewodnika, proszą często o uwzględnienie w ramach standardowego zwiedzania, wątków bliskich danej placówce, a więc na przykład o zwrócenie uwagi na konkretną dziedzinę życia, czy osobistość ważną dla danej uczelni lub wydziału, o wejście do muzeum, czy pokazanie konkretnej wystawy. Orowadzanie na zlecenie uczelni zamyka się zazwyczaj w ramach czasowych 2-3 godzin - ten krótki czas jest uwarunkowany zazwyczaj napiętym terminarzem pobytu gości w partnerskiej uczelni.

Goście ślubni to stosunkowo niewielka, jednak regularnie powiększająca się grupa osób, które przyjeżdżają do Poznania lub niedalekich miejscowości na ślub i wesele angielskiego krewnego, albo przyjaciela z polskim partnerem lub partnerką. Ze względu na rozkład lotów, zostają oni w Poznaniu parę dni i traktują taki pobyt jako krótki urlop lub formę przedłużonego weekendu, zatem także okazję do zwiedzenia miasta. W związku z posiadaną większą ilością czasu, często podejmują oni wyprawy w niedaleką okolicę: na przykład do Kórnik, Rogalina czy Gniezna.

W przypadku wszystkich powyższych grup przeciętny wiek turystów sięga od około 30 lat do wieku emerytalnego. Odnosnie grup ślubnych - bardzo często są to całe rodziny, począwszy od dzieci, a na dziadkach skończywszy.

1.2. Obiekty preferowane przez Brytyjczyków w zwiedzaniu Poznania.

Grupy brytyjskie zazwyczaj wybierają tradycyjną trasę z Archikatedrą, Starym Rynkiem, kompleksem pojezuickim, Dzielnicą Cesarską, Placem Wolności oraz Starym Browarem. Jeśli mają własny transport, zwiedzają często także tereny przy Malcie. Ogólnie miasto, o którym przed przyjazdem wiedzą niewiele, robi na nich bardzo dobre wrażenie - często spotykamy się z określeniem go jako „europejskie”. Obiektami, które niezmiennie wywierają największe wrażenie w ramach standardowej trasy są: Fara, Stary Browar i Malta.

Gdy czas zwiedzania na to pozwala, można zaplanować wizytę w jednym z muzeów. Najpopularniejsze wśród turystów brytyjskich są: Galeria Malarstwa i Rzeźby Muzeum Narodowego (ze szczególnym uwzględnieniem malarstwa polskiego), Muzeum Sztuk Użytkowych, Muzeum Archeologiczne oraz Muzeum Archidiecezjalne. Ponieważ grupy brytyjskie, szczególnie te posiadające profil ściśle turystyczny, zadają stosunkowo wiele pytań o okres komunistyczny, dlatego - gdy dowiedzą się o istnieniu Muzeum Czerwca 1956 - zdarzają się zmiany planów w trakcie wycieczki, polegające na decyzji zwiedzania tej placówki. W grupach o bardziej elastycznym programie i budżecie, takie uzupełnienia założonego wstępnego programu dotyczą także Palmiarni, Cmentarza Żołnierzy Alianckich na Cytadeli, rzadziej Fortu VII. Inni goście odwiedzają te obiekty już poza czasem spędzanym z przewodnikiem, ewentualnie reagując na jego sugestie.

W Poznaniu czy jego najbliższych okolicach, jest niestety stosunkowo niewiele obiektów, które moglibyśmy określić mianem „britanników”: wśród obiektów miejskich należy wyróżnić ewentualnie te specjalnie odwiedzane i takie, o których wspomina się w toku standardowego spaceru lub przejazdu przez miasto. Do pierwszych należy Cmentarz Żołnierzy

Alianckich na Cytadeli, a poza Poznaniem - dla turystów dobrze orientujących się w polskiej historii - pałac w Rogalinie z tzw. londyńskim gabinetem prezydenta Raczyńskiego. Do drugich można zaliczyć instytucje mające na celu promowanie kultury brytyjskiej i firmy działające na terenie miasta, jak centrum egzaminacyjne British Council, Biblioteka Brytyjska UAM, honorowy konsulat brytyjski oraz osobny - irlandzki, a także zakłady Glaxo Smith Kline. Jako ciekawostkę goście traktują fakt partnerstwa Poznania z hrabstwem Nottinghamshire. Umowa pomiędzy Poznaniem a Nottinghamshire została podpisana 23 maja 1994 roku. Jako zakres współpracy określono: edukację gospodarczą i szkolenia, współpracę Izby Handlowo - Gospodarczych oraz Towarzystw Budowlanych, doskonalenie sposobu zarządzania władz lokalnych, zagadnienia transportowe, ochronę energii, opiekę społeczną ze szczególnym uwzględnieniem pomocy ludziom starszym, współpracę organizacji kobiecych, popieranie związków między uczelniami, współpracę siedmiu szkół poznańskich z ich brytyjskimi odpowiednikami.

1.3. Propozycja trasy dla turystów brytyjskich.

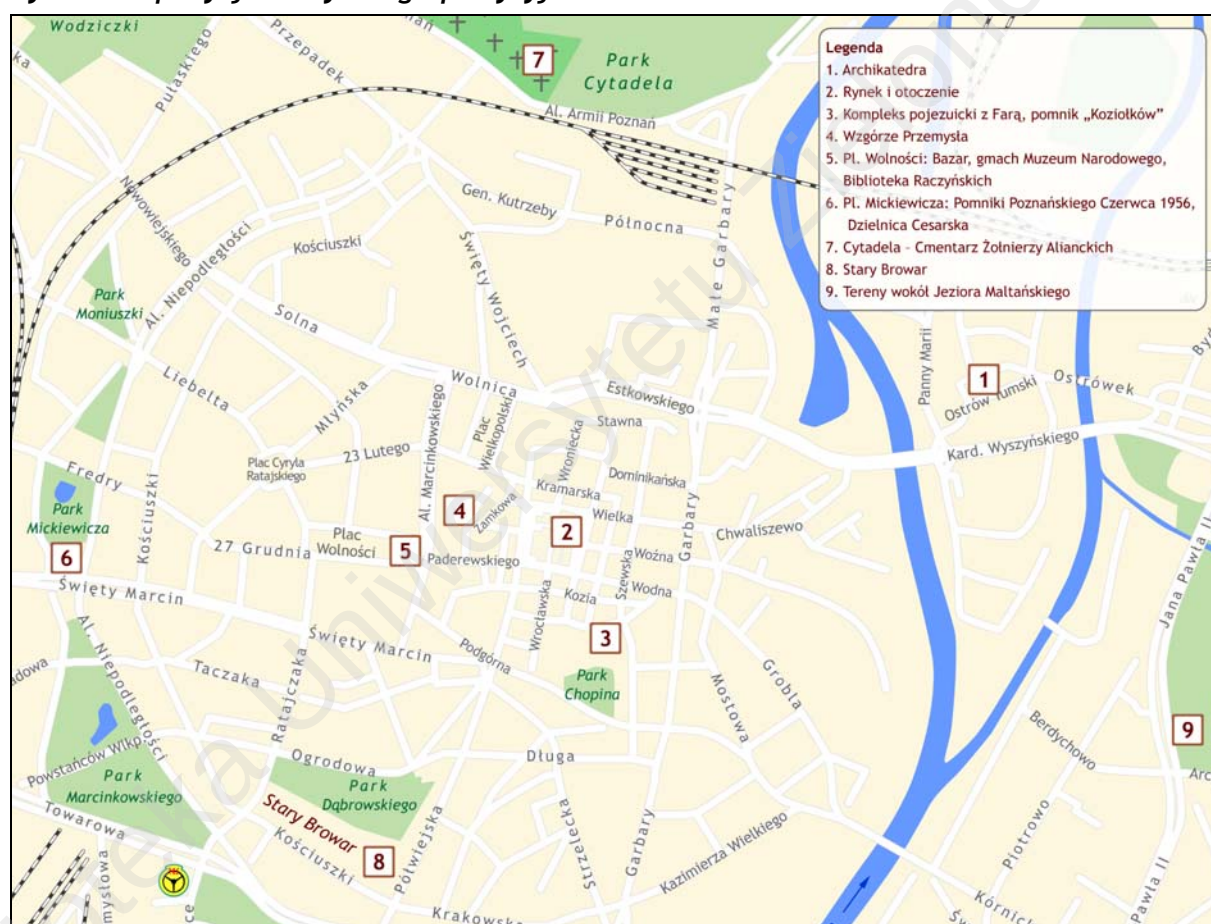
Dla grup brytyjskich należy układać trasy bazujące na podstawowym schemacie: katedra - rynek z okolicami - dzielnica cesarska - Stary Browar, dobierając poszczególne elementy według indywidualnych wymagań grupy oraz ilości czasu, który mogą przeznaczyć na zwiedzanie. Naturalnie można wzbogacić go o kilka elementów ważnych czy to dla grupy, czy ogólnie dla całej nacji. Będą to jednak bardziej drobne, ubarwiające standardową trasę ozdobniki, niż specjalna trasa brytyjska. Niestety, ze względu na znikomą ilość obiektów i miejsc bezsprzecznie znaczących, nie da się wytyczyć trasy brytyjskiej *sensu stricte*.

Standardowa trasa przeznaczona dla turystów brytyjskich powinna być ok. 4-5 - godzinnym zwiedzaniem, obejmującym Archikatedrę, Stary Rynek, Dzielnicę Cesarską oraz Stary Browar. Po wcześniejszej sugestii przewodnika i uzgodnieniu z organizatorem wycieczki lub kierownikiem grupy albo zamawiającym, można ją rozbudować o Cmentarz Żołnierzy Alianckich. W katedrze, na Rynku lub w innych zwiedzanych miejscach warto zwrócić uwagę na liczną obecność herbów rodowych. Ze względu na status monarchii oraz obecność wciąż silnej i - na tle europejskim - licznej arystokracji, dla Brytyjczyków interesujące są wątki dotyczące polskiej arystokracji i związanej z nią heraldyki.

- Archikatedra z uwzględnieniem płyt Vischerowskich (ok. 1 godziny).
- Rynek (ok. 45-60 min): ratusz, pręgierz, domki budnicze, fontanny, pomnik Jana Nepomucena, Odwach, Pałac Działyńskich, Waga, Bamberka, rysunek z przewodnika Brauna i Hogenberga z 1618 roku; przy większej ilości czasu i zainteresowaniu grupy można przy ul. Paderewskiego nawiązać do osoby Arkadego Fiedlera i jego „Dywizjonu 303”.
- Kompleks pojezuicki (30 min) - zarówno Fara z organami, jak i pozostałe budynki. Duże wrażenie robi na Brytyjczykach dziedziniec Urzędu Miasta.
- Ewentualnie Wzgórze Przemysła, przy czym bardziej niż kościół Franciszkanów, interesująca dla tej grupy gości jest historia Zamku Królewskiego oraz punkt widokowy (ok. 15-20 min).
- Pomnik „Koziołków” na pl. Kolegiackim - brytyjscy turyści chętnie robią sobie zdjęcia przy tym pomniku, czasem proszą także o alternatywne wersje tej legendy.
- Pl. Wolności (15 min): Bazar - podoba się zarówno sam budynek, jak i związane z nim historie, także te dotyczące Powstania Wielkopolskiego, gmach Muzeum Narodowego, interesująca jest dla nich również historia Biblioteki Raczyńskich.

- Pl. Mickiewicza z Pomnikiem Poznańskiego Czerwca 1956, Dzielnica Cesarska (30 min) - bardzo duże zainteresowanie historią Czerwca 1956 oraz historią katyńską, której świadomość po katastrofie smoleńskiej znacząco wzrosła (choć z drugiej strony - zapewne jedyna grupa turystów, którzy nie słyszeli ani o Katyniu, ani o Smoleńsku, to także Brytyjczycy - tyle że dużo młodszy turyści indywidualni). W ramach zwiedzania tej dzielnicy koniecznie trzeba gości zaprowadzić przed pomnik poznańskich kryptologów, jako że większość Brytyjczyków do dziś jest przekonana, że złamanie kodu Enigmy to wyłącznie zasługa ich rodaków.
 - Cytadela - Cmentarz Żołnierzy Alianckich (30 min).
 - Stary Browar (30 min).
 - Tereny wokół Jeziora Maltańskiego (15-25 min).
- Łącznie z przejazdami: 4,5 - 5 godzin.
Wejścia: Archikatedra, Fara, ewentualnie Ratusz

Ryc. 1. Propozycja trasy dla grup brytyjskich



Opr. własne, wyk: O. Artyshtuk 2011

Wątki, albo raczej nawiązania o charakterze biograficznym, o których warto wspomnieć przy grupach brytyjskich to: pobyt księcia Wellingtona i bale, które organizował w Poznaniu - anegdota nadaje się jako dobry kontrpunkt dla nielubianego przez nich Napoleona, a ze współczesnych biografii - Ray Willson, były solista grupy Genesis - od kilku lat mieszkający w Poznaniu. Jako że futbol w Wielkiej Brytanii jest traktowany jako sport

narodowy, można w ramach anegdot opowiedzieć o rywalizacji KKS Lech z Manchesterem City, jak długo temat pozostanie „nośny”.

1.5. Najczęstsze pytania.

Jak wszyscy inni turyści, także Brytyjczycy zadają pytania, i - jak w przypadku innych gości zagranicznych - można je podzielić na te, dotyczące spraw bieżących i te, należące do typowego kanonu turystycznego - zatem odnoszące się do historii, zwiedzanych obiektów oraz ogólnych warunków życia w naszym kraju i mieście. Pytania odnośnie spraw bieżących zazwyczaj dotyczą polityki, ekonomii, inwestycji oraz kwestii społecznych, rzadziej - wydarzeń kulturalnych. Jak wielu innych, Brytyjczycy pytają o główne źródła dochodów miasta, o największe zakłady przemysłowe w Poznaniu, o wysokość przeciętnego dochodu mieszkańca czy o koszt zakupu metra kwadratowego mieszkania. Często proszą także o odpowiedzi zawierające porównanie standardu życia w Poznaniu i w innych dużych polskich miastach.

Poniżej zestawiono najczęściej zadawane przez tę grupę turystów pytania, uporządkowane w kolejności od najczęściej do rzadziej zadawanych.

- Skąd przewodnik zna angielski? Czy angielski jest najpopularniejszym językiem obcym w Polsce? W jakim wieku dzieci zaczynają naukę języków obcych?
- Jak bardzo zniszczony był Poznań w czasie II wojny światowej?
- Dlaczego komuniści po wojnie pozwolili odbudować kościoły?
- Warunki życia w mieście - płace różnych grup zawodowych, płaca osób dobrze wykształconych, ale dopiero zaczynających samodzielne życie; cena metra kwadratowego mieszkań, inne wydatki - samochód, pralka, telewizor.
- Skąd miasto ma pieniądze, jakie są zakłady przemysłowe?

1.6. Anegdoty i legendy. Tematy „tabu”.

Ze względu na brak wątków bezpośrednio związanych z Brytyjczykami, anegdoty, które najbardziej ich interesują i bawią to te, które odnoszą się do ogólnoludzkich przywar, jak napis na fasadzie ratusza biegnący powyżej pierwszego piętra loggi, powód wyboru wykonanego projektu Apolla, historie związane z pręgiem. Oprawdając brytyjskich turystów warto mieć także w zanadrzu anegdoty z czasów komunistycznych - barwne opisy komitetów kolejkowych, pustych półek sklepowych, jednakowych trampek czy koszulek, noszonych przez połowę szkoły itd. Jako ciekawostkę można pokazać np. historyczną kartkę na mięso. Goście najbardziej doceniają dobrze opowiedziane historie i ogólną sprawność językową. W przypadku oprowadzania grup brytyjskich nie pojawiają się żadne tematy zapalne, choć naturalnie lepiej nie wspominać braku rzeczywistej brytyjskiej interwencji militarnej jesienią 1939 roku i unikać przesadnie pochwalnych ocen pod adresem Napoleona Bonapartego.

2. Amerykanie, Kanadyjczycy i pozostali przedstawiciele Nowego Świata:

2.1. Profil typowego turysty z Nowego Świata.

Turyści z Nowego Świata - Stanów Zjednoczonych, Kanady, Australii, Nowej Zelandii, RPA - to osoby raczej majątne, które przyjeżdżają nie tylko do Polski, ale ogólnie na krótki objazd Europy. W ostatnich 3-4 latach ilość amerykańskich turystów (z USA oraz Kanady - jako że bardzo często grupy te są grupami mieszanymi) znacząco zmalała. Zorganizowane grupy

turystyczne realizujące regularne objazdy naszego kraju, należą obecnie w Poznaniu do rzadkości. Wśród klientów grupowych pojawiają się za to wycieczki zorganizowane wokół konkretnego tematu - przede wszystkim wokół idei poszukiwania swoich przodków (przyjeżdża drugie, trzecie, a czasami nawet piąte pokolenie!) lub przybyli w ramach partnerstwa miast. Większość gości amerykańskich stanowią turyści indywidualni - wśród nich etniczni/sentymentalni, biznesowi (albo nawet łączący obydwa te aspekty) lub tacy, którzy po prostu spędzają trochę więcej czasu w Europie i w trakcie tego pobytu starają się odwiedzić przynajmniej kilka, jeśli nie kilkanaście miejsc, polecanych przez znajomych lub znalezionych na portalach internetowych. Są to osoby raczej starsze, w większości powyżej 50 roku życia. Charakterystyczną cechą łączącą niemal wszystkich amerykańskich turystów, w szczególności zaś uczestników grup zorganizowanych, jest ich chroniczna wręcz niechęć do chodzenia. Osobną kwestią jest przy tym zagadnienie, na ile jest to faktyczny problem tych grup, a na ile nadgorliwość obsługujących ich polskich organizatorów, którzy zamawiają dla nich środki lokomocji nawet na bardzo krótkie odcinki.

Australijczycy oraz Nowozelandczycy pojawiają się w Poznaniu jak dotąd wyłącznie jako turyści indywidualni. Są to osoby zazwyczaj z grupy wiekowej 50+, majątne, przyjeżdżające do Polski w interesach lub motywowane rodzinie. Nie mają one problemu z długimi spacerami. Tym, co ujemnie odróżnia sentymentalnych turystów indywidualnych z Nowego Świata od Brytyjczyków jest fakt, iż bardzo rzadko uprzedzają oni wcześniej, że będzie trzeba odwiedzić z nimi miejsca spoza turystycznego kanonu, potem zaś potrafią wyrazić zdziwienie, kiedy przewodnik nie zna małej miejscowości położonej 70 km od Poznania, kiedy okazuje się, że Archiwum Państwowe działa w określonych godzinach i że trzeba mieć minimum informacji o poszukiwanej osobie, by odnaleźć jej dane, wreszcie gdy dowiadują się, że w Poznaniu jest więcej niż jeden cmentarz i znając jedynie nazwisko, a często jedynie przybliżone nazwisko bez dodatkowych personaliów, trudno jest odnaleźć czyjś grób.

Omawianą grupę turystów charakteryzuje też brak choćby ogólnej wiedzy na temat geografii, kultury, historii czy teraźniejszości nie tylko polskiej, ale choćby europejskiej. Przy oprowadzaniu turystów z Nowego Świata problematycznym będzie zatem nawiązywanie do jakichkolwiek kontekstów. Przykładowo nie da się użyć tytułem wyjaśnienia historycznego kontekstu lokacji miejskiej pojęcia miejskiego prawa magdeburskiego, czy odniesienia do innych miast europejskich, jak np. Praga. Słabo albo najwyżej przeciętnie goście z tej grupy orientują się także w stylach architektonicznych. Zupełnie również nie kojarzą popularnych w Europie stereotypów, jak np. określenie Poznaniaka jako „polskiego Szkota” czy „polskiego Niemca”. Dodatkowo Amerykanie z jednej strony chcą wszystko poznać, a najlepiej przeżyć (np. cieszą się z możliwości wejścia do Sali Kominkowej - Gabinetu Hitlera), ale z drugiej strony boją się na przykład wejść do baru mlecznego lub tzw. klimatycznej knajpki - bo nie wydaje im się ona sterylnie czysta lub pojawiają się tam potrawy, których oni nie znają. Chcą, aby odwiedzane przez nich miejsce miało swój urok, jednak potrafią się zdziwić, że Poznań, Polska czy w ogóle Europa, nie przypominają im... Ameryki.

2.2. Obiekty preferowane w zwiedzaniu Poznania przez grupy z Nowego Świata.

Omawiane grupy gości, ze względu na brak odpowiedników w ich własnych krajach, a zapewne także z powodu słabego przygotowania do zwiedzania Polski czy naszego miasta, są skłonne uznać za atrakcyjne niemal wszystko, co im się pokaże. Najbardziej podoba im się Stary Rynek z okolicą oraz Katedra - głównie dlatego, że na terenie Ameryki nie ma budynków

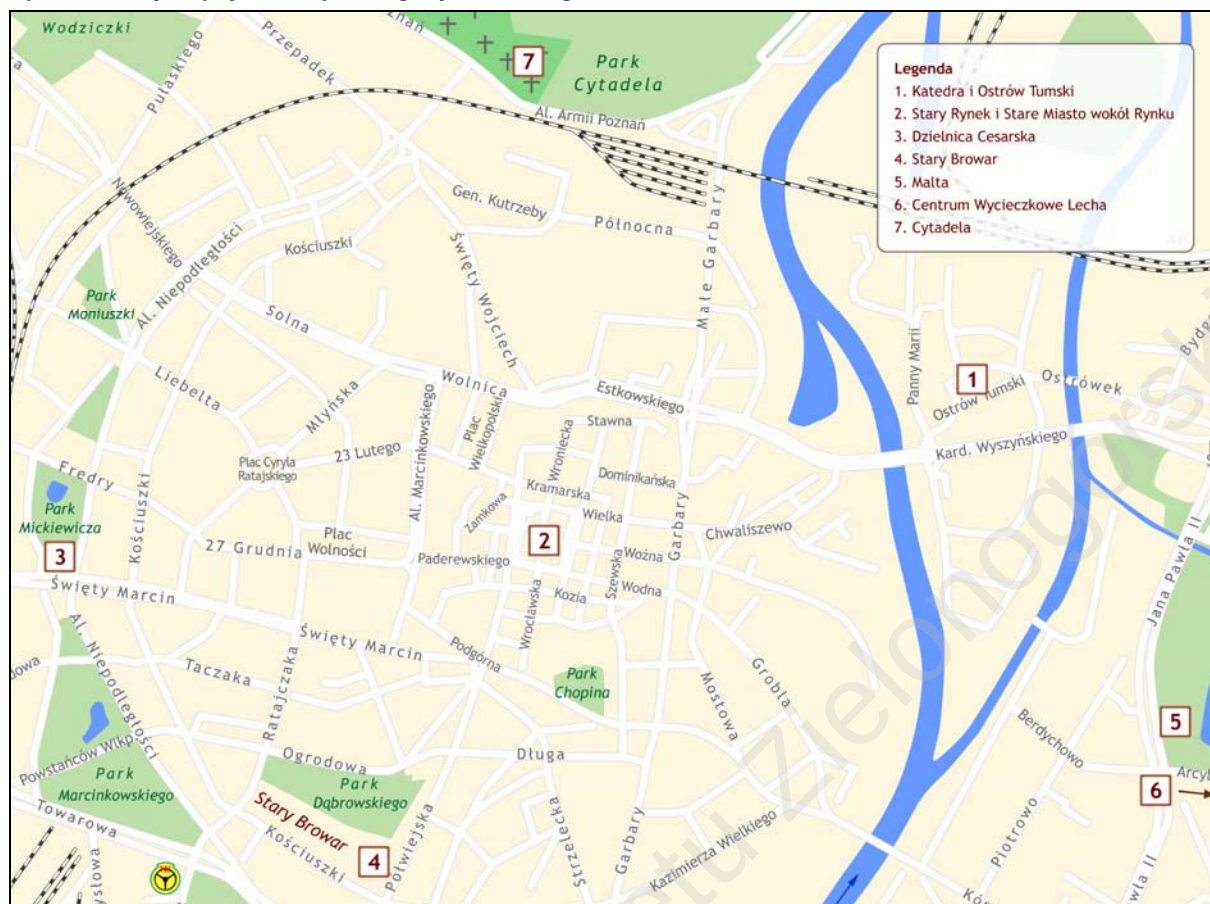
w tych stylach architektonicznych. W trakcie zwiedzania Ostrowa Tumskiego bardzo duże wrażenie robi już sama informacja o wieku katedry. Nieco mniej zainteresowania goście wykazują w Dzielnicy Cesarskiej, za to zarówno Malta jak i Stary Browar są dla nich bardzo atrakcyjne. Amerykańscy turyści relatywnie często wybierają się także na zwiedzanie Centrum Wycieczkowego Lecha, a samą trasę odbierają bardzo pozytywnie. Część turystów - zarówno w grupach zorganizowanych, jak i indywidualnych - decyduje się na odwiedzenie Kórnik, a niektórzy również Rogalina.

Goście z Nowego Świata zawsze są zafascynowani historiami związanymi z okresem komunistycznym, dlatego w okolicach Zamku Cesarskiego bardziej interesują ich krzyże poznańskie niż okres pruski i pozostałości inwestycji z czasów Cesarstwa Niemieckiego. Bardzo podoba im się, gdy obok opowieści o pustych półkach, przewodnik pokaże także zdjęcia z tego okresu, szczególnie te z rodzinnego albumu. Bardzo wzruszają ich opowieści z okresu zaborów i II wojny światowej, bawią wszelkie sposoby przechytrzenia Prusaków przez polskich mieszkańców miasta. Lubią słuchać miejskich legend i historii o duchach, przy czym wykazują (lub może dobrze odgrywają?) pewien poziom naiwności oraz reagują bardzo spontanicznie. Na przykład, przy legendzie o Koziołkach bardzo często... klaszczą.

W naszym mieście nie ma obiektów historycznie związanych z Nowym Światem. Warto więc wspomnieć o osobach znanych w danej kulturze - jak Tadeusz Kościuszko w Ameryce czy Paweł Strzelecki w Australii. Życzliwe zainteresowanie wzbudza także Arkady Fiedler i jego pasja podróżnicza oraz pomysł Kazimierza Nowaka na przejechanie Afryki rowerem. Amerykanom można także przekazać informacje o miejscach upamiętniających ich wybitnych rodaków: dawnym Placu Hoovera (i tablicy temu poświęconej na Pl. Wiosny Ludów), ulicy Roosevelta, Parku i pomniku T. W. Wilsona, oraz wskazać siedzibę Agencji Konsularnej USA przy ul. Paderewskiego. Ze współczesnych powiązań można wymienić funkcjonowanie stypendium Billa Gatesa dla zdolnych studentów informatyki Politechniki Poznańskiej, największą polską bazę samolotów F16 na Krzesinach i związaną z tym ożywioną współpracę wojskową, a także firmy wywodzące się z USA - np. centrum księgowości Microsoftu, zakłady Wrigley's Spirmint i Unilever, powiązania z koncernem Exide oraz Kimball Electronics Group, jak również fakt, że MTP jest członkiem World Trade Centers Association (WTCA) z siedzibą w Nowym Jorku. Warto opowiedzieć o ożywionej współpracy Poznania z jego amerykańskim miastem partnerskim - Toledo w Ohio (od 1991 roku) oraz odbywających się w jej ramach, stosunkowo częstych wzajemnych wizytach i wymianie kulturalnej. Klientów z RPA zainteresować może z kolei fakt, że Browary Lecha od 2007 roku należą do grupy kapitałowej SAB Miller.

2.3. Propozycja trasy dla turystów z Nowego Świata.

W przypadku tych grup trudno jest mówić o specjalnej trasie czy wręcz trasie śladami danej narodowości. Trudno jest także wskazać konkretne wątki biograficzne. Przewodnikowi pozostaje zatem pokazać im Poznań zgodnie ze standardowym schematem - w tym katedrę i Ostrów Tumski, Stare Miasto wokół Rynku oraz Dzielnicę Cesarską. W zależności od zainteresowania i czasu, którym dysponują, można zwiedzanie rozbudować o wizytę w Starym Browarze, na Malcie, w Centrum Wycieczkowych Lecha. Najbardziej amerykańskim miejscem w Poznaniu może stać się Cmentarz Żołnierzy Alianckich na Cytadeli, gdzie pośród żołnierzy brytyjskich pochowani zostali także nieliczni Amerykanie.

Ryc. 2. Propozycja trasy dla grup z Nowego Świata

Opr. własne, wyk: O. Artyshtuk 2011

2.4. Najczęstsze pytania turystów.

Turyści z Nowego Świata zadają pytania bardzo podobne do tych, stawianych przez Brytyjczyków. Jak zwykle pada cała grupa pytań dotyczących warunków życia w Poznaniu i w Polsce w ogóle oraz te, związane bezpośrednio ze zwiedzaniem - dotyczące historii i zwiedzanych obiektów. Szczególnie Amerykanie dopytują się o tematy, o których wiedzą niewiele. Pytają także o to, jakie jest główne źródło dochodów miasta, jakie duże zakłady przemysłowe działają w Poznaniu, jaki jest przeciętny dochód mieszkańca, ile kosztuje metr kwadratowy mieszkania. Najczęściej proszą także o odpowiedzi porównujące standard życia w Poznaniu i innych dużych miastach. Jeśli goście mają polsko brzmiące nazwisko pytają często, czy ono coś znaczy, czy jest popularne, czy byli lub są jacyś znani ludzie o tym nazwisku.

2.5. Anegdoty i legendy. Tematy „tabu”.

Ze względu na brak wątków bezpośrednio związanych z Ameryką czy w ogóle Nowym Światem, anegdoty, które najbardziej zainteresują lub rozbawią gości z tej grupy to takie, które ukazują ludzkie słabości, przywary, albo funkcjonowanie miejskiej społeczności w dawniejszej historii, np. historia życia i okoliczności śmierci J. B. Quadro, pozycja kata w społeczeństwie i - jak wspomniano - opowieści o zjawach i duchach. Warto mieć także w zanadrzu anegdoty z czasów komunistycznych - jak fenomen świątecznego „rzucania” na rynek pomarańczy, „polowania” na towary takie, jak papier toaletowy oraz istotę i definicję produktów „czekoladopodobnych”. Jako ciekawostkę można i w tej grupie pokazać kartkę na

mięso. Turyści amerykańscy doceniają ogólną sprawność językową przewodnika. W przypadku oprowadzania tych klientów nie pojawiają się żadne tematy zapalne.

3. Skandynawowie i Holendrzy.

Stosunkowo liczną grupę wśród turystów anglojęzycznych stanowią Skandynawowie i Holendrzy, którzy w większości świetnie znają angielski, generalnie nie liczą na to, że znajdą przewodnika mogącego oprowadzać w ich językach narodowych. Holendrzy przyjeżdżają zarówno w grupach zorganizowanych jak i indywidualnie, w kontekście biznesowym, w ramach podróży typowo turystycznej, rzadziej w ramach odwiedzin u mieszkającej lub pracującej w Polsce rodziny. Są to zazwyczaj osoby dorosłe. W grupach zorganizowanych przeważają osoby w wieku 60+, wśród turystów indywidualnych rozpiętość sięga od studentów aż po osoby do około 70 roku życia. Zdarzają się także wycieczki szkolne - zarówno w formie wycieczki zorganizowanej przez szkołę z Holandii jak i w ramach wymiany młodzieżowej. Skandynawowie przyjeżdżają prawie wyłącznie indywidualnie, głównie w celach biznesowych. Zdarza się, że motywacją przyjazdu do Poznania jest istnienie konkretnego połączenia lotniczego. Są to w większości osoby z grupy wiekowej 40+, choć bywają również pojedyncze grupy studenckie lub szkolne.

Turyści grupowi z omawianych krajów na zwiedzanie miasta z przewodnikiem przeznaczają zazwyczaj 2-3 godziny, indywidualni 2-5, choć zdarzają się i tacy, którzy chcą zwiedzać z przewodnikiem przez dwa lub trzy kolejne popołudnia, odwiedzając zarówno samo miasto, jak i bliższe i nieco dalsze okolice (Kórnik, Rogalin, Gniezno). Wynajmują najróżniejsze miejsca noclegowe - od hosteli, po hotele 5-cio gwiazdkowe. Chętnie jedzą na mieście, praktycznie wszystkie posiłki. Wiezorami dają także możliwość zarobienia obsłudze poznańskich pubów.

Grupy te najczęściej decydują się na zwiedzanie Starego Rynku z kompleksem pojezuickim oraz Dzielnicy Cesarskiej. Zaglądają też do Starego Browaru czy do Browarów Lecha. Gdy jest więcej czasu odwiedzają również Katedrę i któreś z muzeów - w zależności od indywidualnych preferencji. Ogólnie są to grupy wdzięczne w obsłudze, nie męczą ich kilkugodzinne chodzenie. Dominują osoby wykształcone, które już wiedzą o Polsce sporo, a chcą dowiedzieć się jeszcze więcej. Dlatego chętnie słuchają przewodnika i zadają mu sporo pytań.

W mieście nie występuje zbyt dużo bezpośrednich nawiązań - czy to do historii, czy wręcz bezpośrednich śladów narodowościowych, ani w przypadku Holendrów, ani Skandynawów. Tych pierwszych można zainteresować obecnością Olendrów i ich pozytywnym przyjęciem oraz szybką asymilacją na terenie Wielkopolski. Ze względu na brak jakichkolwiek namacalnych śladów Olendrów w centrum Poznania, Holendrzy przyjmują te informacje jako interesującą ciekawostkę. W katedrze warto zwrócić uwagę na płyty Vischerowskie, jako że wyroby z tego warsztatu są dobrze znane na terenie Holandii. Warto wspomnieć także skromną kolekcję malarstwa niderlandzkiego w Muzeum Narodowym. Zaciekać ich może partnerstwo z Assen czy holenderskie inwestycje prowadzone przez firmę Von der Heyden - właścicieli hiszpańskiej marki hoteli IBB, a w Poznaniu - całego kompleksu „Andersii”. Śladów skandynawskich jest minimalnie więcej - szczególnie tych szwedzkich. Na rynku warto zwrócić uwagę na kamieniczki nr 50 (gdzie tym razem w ramach opowiadanej anegdoty przez okno wypada... Karol XII - zagorzały abstynent, który miewał napady furii), nr 55 (gdzie przez ponad 3 miesiące przebywał Jan Kazimierz Waza), a w Katedrze - kaplicę św. Marcina z uwiecznionymi na obrazie Boguszewskiego postaciami Zygmunta III i Władysława IV oraz

kaplicę św. Stanisława (Królewską) z przedstawieniem drugiej żony Przemysła II - Ryksy, córki króla Szwecji, Waldemara. Duńczyków można zainteresować informacją o pobycie na poznańskim zamku króla Danii, Szwecji i Norwegii - Eryka Pomorskiego, a z czasów nam współczesnych - o tutejszym centrum księgowości Carlsberga. Z kolei Finów - informacja o mieście partnerskim - Jyväskylä (od 1979r.). Zarówno Holendrzy, jak i Duńczycy mają w Poznaniu swoje konsulaty honorowe.

Dla tego typu grup trudno ułożyć indywidualną trasę. Raczej pokazuje im się standardowe obiekty z uwzględnieniem wyżej wymienionych atrakcji dla poszczególnych nacji. Z powodu braku wątków bezpośrednio związanych z Holandią czy Skandynawią nie ma anegdot szczególnie polecanych i dobór warto przeprowadzić na podstawie sytuacji, ogólnego wrażenia jakie przewodnik uzyskał o grupie. Jeśli przewodnik nie będzie wyraźnie akcentował szwedzkich obłężeń Poznania i okresu potopu, w przypadku oprowadzania tych grup lub klientów indywidualnych, nie pojawiają się żadne tematy zapalne.

Naturalnie, turyści z Holandii i Skandynawii zadają wiele pytań. Jak inni - zwykle pytają o warunki życia w Poznaniu i w Polsce w ogóle oraz stawiają też typowo turystyczne zapytania - dotyczące historii i zwiedzanych obiektów. Jak wielu innych pytają o źródła dochodów miasta, o zakłady przemysłowe w Poznaniu, o średni dochód na mieszkańca w Poznaniu, o ceny mieszkań. Interesuje ich także stopień zniszczenia miasta w czasie II wojny światowej, warunki życia w czasach komunistycznych a także, z którym z dwóch wielkich sąsiadów łatwiej się dziś Polsce współżyje i jakie jest ogólne nastawienie Polaków do Niemców i Rosjan.

4. Azjaci: Japończycy, Hindusi i Arabowie.

Turyści z Azji przybywają do Poznania prawie wyłącznie w grupach zorganizowanych. W większości są to grupy turystyczne w ścisłym znaczeniu, ale sporadycznie wśród nich zdarzają się i takie, o szczególnych zainteresowaniach kulturowych, religijnych, a już zupełnie rzadko o charakterze sentymentalnym. Grupy są stosunkowo małe. Nieliczni turyści indywidualni to zazwyczaj goście biznesowi oraz uczestnicy konferencji. Najczęściej przyjeżdżają Japończycy, czasem pojawiają się Chińczycy, głównie z Hongkongu albo z Tajwanu.

Zwiedzanie w wydaniu azjatyckim bardzo różni się od tego dla turystów z kręgu tzw. kultury zachodnioeuropejskiej. Przede wszystkim przewodnik ma stosunkowo słaby bezpośredni kontakt językowy z grupą, bo tylko nieliczni turyści faktycznie płynnie władają językiem angielskim. Zazwyczaj przewodnik mówi do pilota, który tłumaczy na język docelowy. Znajomość angielskiego przez pilotów też jest przy tym zróżnicowana. Niestety, dość często zdarza się, że pilot nie jest zainteresowany pomocą wynajętego przewodnika i czyta grupie teksty z przewodnika, ewentualnie dopytując się o rzeczy, których nie jest pewien, lub których nie rozumie. Ogólnie, azjatyccy turyści rzadko są zainteresowani wiedzą pogłębioną - dlatego rola przewodnika sprowadza się do podprowadzenia do obiektów oraz kilkudzaniowego wprowadzenia do danej przestrzeni, a następnie należy dać czas wolny na zdjęcia. Goście chińscy blisko połowę czasu przeznaczonego na zwiedzanie miasta spędzają w Starym Browarze na zakupach. Przewodnik oprowadzający wycieczkę przeciętnie przez 2-3 godziny, efektywnie udziela informacji przez maksymalnie 30 - 40 minut.

Ogólnie przy grupach azjatyckich należy pamiętać o proporcjonalnym zmniejszeniu czasu przeznaczonego na zwiedzanie obiektów sakralnych. W Katedrze lub Farze - zamiast opowiadać o niuansach architektonicznych - należy raczej skupić się na tłumaczeniu historii

i struktury kościoła chrześcijańskiego oraz funkcji obrzędowej danego elementu, czy w ogóle budynku. By móc tłumaczyć je za pomocą analogii, przewodnik powinien dobrze znać podstawy buddyzmu, konfucjanizmu, a w przypadku Japończyków - shintoizmu. Azjaci generalnie słabo orientują się w historii i geografii Europy oraz w historycznych europejskich stylach architektonicznych. Wycieczkom, a szczególnie klientom indywidualnym z Japonii, można wspomnieć o tradycjach muzycznych miasta oraz miejscach związanych z Chopinem. Należy również pamiętać o silnym zhierarchizowaniu i podporządkowaniu się grupy jej przywódcy - przełożonemu lub pilotowi. Także przewodnik powinien respektować artykułowane przez niego potrzeby, np. sygnały o czasie na posiłek czy toaletę.

W takich samych kategoriach można rozważać turystów z Indii oraz świata arabskiego - z założeniem, że są to niemal wyłącznie turyści biznesowi. Jest ich jak dotychczas bardzo niewiele, skala ich znajomości kultury europejskiej jest podobna do tej, opisaną przy poprzedniej grupie. Największe problemy - obok znajomości samego języka - pojawiają się tu w kontekście obiektów sakralnych, gdzie należy w pierwszym rzędzie wytłumaczyć gościom, na czym polega chrześcijaństwo. Przewodnikowi przydaje się ogólna znajomość hinduizmu, buddyzmu albo islamu, pożyteczna przy tłumaczeniu poprzez analogię konkretnych fragmentów budynku, wyposażenia czy obrzędów.

5. Grupy konferencyjne.

Jako bardzo specyficzne i dość skomplikowane w obsłudze przez anglojęzycznego przewodnika, należy wymienić grupy konferencyjne, których w Poznaniu jest relatywnie sporo. Tworzą je głównie uczestnicy konferencji uniwersyteckich, organizowanych przez inne placówki naukowe (w tym ośrodek PAN-u w Będlewie), szczególnie często odbywających się konferencji i kongresów medycznych lub jednorazowych wydarzeń międzynarodowych, jak Konferencja Klimatyczna z 2008 roku czy Spotkanie Ministrów Kultury Europy i Azji. Są to grupy o tyle trudne, gdyż zazwyczaj liczą wiele osób. Często zdarza się nawet, że wynajmowanych jest równocześnie kilku przewodników, którzy w tym samym czasie realizują ten sam program. Dodatkową przeszkodą jest bardzo różna znajomość języka angielskiego - od native speakerów po osoby ledwo się komunikujące, oraz niejednorodny poziom wiedzy na temat realiów kulturowo-historycznych i konfliktów na tle narodowościowym. Inny problem w budowaniu treści przekazu przewodnickiego pojawia się, gdy w tej samej grupie znajdują się przedstawiciele narodów, w stosunku do których zachodzi sytuacja konkretnej wrażliwości historycznej, jak Niemcy, Rosjanie, a jednocześnie Włosi czy Francuzi. Ci ostatni dodatkowo zazwyczaj mówią bardzo słabo po angielsku i wszelkie wiadomości należy podawać im językiem uproszczonym do minimum słownictwa. Z kolei Azjatom trzeba tłumaczyć podstawy kultury i historii Europy, czego zupełnie nie potrzebują goście pochodzący z Europy.

Program zwiedzania dla takich grup uzależniony bywa od profilu konferencji, a także czasu (zazwyczaj 2-4 godzin), który organizator przeznaczył na zwiedzanie. Zazwyczaj pokazywane są obiekty standardowe - Stary Rynek z kompleksem pojezuickim oraz Dzielnica Cesarska lub dodatkowo Katedra. Stosunkowo rzadko grupy tego rodzaju decydują się na odwiedzinę Starego Browaru, Małty czy Browarów Lecha. Szczególnie rezygnacja z dwóch ostatnich obiektów, podobnie jak relatywnie rzadkie wizyty w Katedrze, podyktowane są dość częstym brakiem autokaru. Pojawiają się natomiast prośby o uwzględnienie w trakcie zwiedzania obiektów, wątków biograficznych lub ogólnej tematyki związanej z zagadnieniami konferencyjnymi. Jeśli na przykład są to konferencje organizowane przez uniwersytety - zwiedza się również obiekty danej uczelni, szczególnie te najnowsze.

Ze względu na praktycznie nieograniczony możliwy skład etniczny tych grup trudno mówić o standardowych pytaniach, wykorzystaniu typowych anegdot oraz o ewentualnych tematach zapalnych. Przewodnik musi wykazać się tutaj olbrzymim wyczuciem, dlatego przed wyruszeniem na zwiedzanie dobrze jest porozmawiać z organizatorem i szczegółowo wypytać go o skład narodowościowy grupy, gdyż głównie od tego powinien uzależnić sposób jej oprowadzenia.

Włosi w Poznaniu

1. Krótka charakterystyka grupy narodowej

Włosi w skali świata to rzesza około 140 mln ludzi, z czego niemal 60 milionów zamieszkuje Półwysep Apeniński, pozostali natomiast to obywatele głównie obu Ameryk. Mieszkańcy Italii są wyjątkowo dumni ze swoich zabytków i dziedzictwa kulturowego, które na ich terenie silnie rozwijało się już od Starożytności. Monarchia, Republika i w końcu Cesarstwo Rzymskie pozostawiły po sobie wielką spuściznę umiejętności i wiedzy starożytnych przodków Włochów. Rozwój chrześcijaństwa po upadku Cesarstwa Rzymskiego zdeteterminował sytuację polityczną i społeczną na dobrych dziesięć wieków. Obszar Półwyspu podzielony został na szereg małych i większych republik i monarchii, w tym tak znane, jak Wenecja, Genua i Florencja, Królestwo Neapolu czy papieskie Państwo Kościelne. Między tymi państewkami często dochodziło do zbrojnych konfliktów. To w sercu Toskanii - we Florencji, pod okiem możnego rodu Medyceuszów narodził się i rozwijał renesans. Bogactwo Republiki Weneckiej, pochodzące głównie z handlu z Bliskim Wschodem, pozwoliło jej mieszkańcom przez kilka setek lat oddawać się rozwojowi architektury, kultury i sztuki. Najważniejszym wydarzeniem z punktu widzenia współczesnego Włocha jest jednak polityczne zjednoczenie Italii, które nastąpiło w drugiej połowie XIX w. Silnie rozczłonkowany Półwysep Apeniński został wówczas scalony w jedno państwo - Królestwo Włoch. Wiodącą siłą tego procesu było Królestwo Sardynii, na czele z królem Wiktorem Emanuelem II oraz premierem Camillo di Cavour. Natomiast bohaterem narodowym został samozwańczy generał Giuseppe Garibaldi, który stanął na czele ruchu wyzwolenczego i obalił zmurzone reżimy południowych Włoch. Po odebraniu Rzymu papieżowi w 1871 roku wieczne miasto stało się stolicą zjednoczonego państwa.

Dzisiejsze Włochy to kraj 20 silnych kulturowo regionów, z odrębnymi tradycjami i dialektami, kraj wielkich kontrastów i nadal zauważalnego historycznego podziału społeczno-ekonomicznego na bogatą północ (z jej silnie rozwiniętym przemysłem i rolnictwem), oraz biedne południe, gdzie organizacje mafijne kontrolują liczne dziedziny życia publicznego i gdzie nadal szerzy się korupcja. Ta historyczna kraina cesarzy i papieży wywarła ogromny wpływ na Europę i Świat. Jednak jej mieszkańcy nie ograniczają się tylko do poznawania własnych nieprzebranych atrakcji, ale jako turyści potrafią docenić piękno i walory innych krajów, w tym Polski oraz Wielkopolski, do której w ostatnich latach zagląдают coraz częściej.

2. Profil turystów włoskich odwiedzających Poznań

Wśród Włochów, którzy docierają do Poznania można wyróżnić kilka bardziej jednolitych kręgów, w zależności od celu ich podróży oraz sposobu organizowania wyjazdu. Poniżej przedstawiona została krótka charakterystyka poszczególnych kategorii.

2. 1. Typowe grupy objazdowe

Są to grupy autokarowe realizujące program wielodniowego zwiedzania Polski. Organizatorami tego typu wycieczek są najczęściej warszawskie (rzadziej krakowskie) biura podróży. Prawie zawsze towarzyszy im polski pilot, pracujący dla polskiego biura podróży. Zdarzają się również grupy pilotowane przez kogoś z ramienia włoskiego organizatora wyjazdu

i może być to osoba narodowości włoskiej lub osoba narodowości polskiej mieszkająca na terenie Włoch. Turyści docierają do Polski drogą lotniczą, a następnie poruszają się polskim autokarem prowadzonym przez polskiego kierowcę. Najczęściej Poznań stanowi dla nich tylko jeden z punktów programu, przeważnie na trasie Gdańsk - Wrocław.

Pod względem realizowanej trasy grupy objazdowe podzielić można na dwie główne podkategorie:

2.1.1. Grupy realizujące trasę ogólnopolską.

Stanowią one zdecydowaną większość odwiedzających Poznań grup włoskojęzycznych. Program zwiedzania obejmuje swym zasięgiem teren całego kraju, a nie tylko wybranej jego części. Głównymi jego punktami są: Kraków (celowo wymieniony na pierwszym miejscu, gdyż - w przeciwieństwie do stolicy - nigdy nie jest pomijany), Warszawa, Gdańsk, Poznań, Wrocław, Toruń, Jasna Góra, Oświęcim. W większości przypadków na realizację podobnego programu przeznaczają się około tygodnia. Na Poznań nigdy nie przypada więcej niż pół dnia, zwykle łączy się go z jakimś innym, mniej absorbującym czasowo miejscem. W ekstremalnych przypadkach w ramach jednego dnia odbywa się zwiedzanie Poznania i Wrocławia. Nietrudno więc sobie wyobrazić, jak bardzo tego typu programy bywają napięte czasowo i jak wielką uwagę piloci tych grup przywiązują do terminowej realizacji zlecenia przewodnickiego.

Przeważnie grupa nocuje w Poznaniu i rano wyrusza na zwiedzanie miasta, zaplanowane zazwyczaj na 3-4 godzin. Jest to jednak czas czysto teoretyczny, przewidziany przez organizatora imprezy, bez uwzględnienia bieżących okoliczności, takich jak opóźnienia spowodowane remontem dróg, wypadkami losowymi. Dlatego często zdarza się, że pilot zmuszony jest skrócić czas przeznaczony na zwiedzanie naszego miasta, np. do 2 godzin. Innym powodem tego typu tendencji może być fakt, że dla niektórych grup w ogóle nie przewidziano w Poznaniu czasu wolnego (bądź przewidziano go zbyt mało), gdy tymczasem wiele osób zgłasza taką potrzebę. W takim przypadku pilot z góry postanawia skrócić czas zwiedzania, aby dać „odetchnąć” zmęczonym napiętym programem turystom. Bywa i tak, że bezpośrednio po zakończonym zwiedzaniu, grupa musi wyruszyć w dalszą trasę i nie ma możliwości zobaczenia nawet poznańskich koziółków. Wówczas motyw koziółków (lub innych nie zwiedzonych atrakcji) zostaje się na prośbę pilota pominięty, albo pilot wręcz prosi przewodnika, by powiedział, że właśnie są w remoncie. Wszystko po służy temu, by grupa nie zorientowała się, że z powodu kilkudziesięciu minut różnicy ominie ich jakaś niespotykana w innych miejscach atrakcja.

2.1.2. Grupy realizujące program Polski Północnej

Zdarzają się również, choć jak dotychczas o wiele rzadziej, wycieczki objazdowe z podziałem na Polskę północną i południową. Wówczas zamiast całej Polski, program obejmuje jedynie jej północną lub południową część, przy czym zostaje wzbogacony o dodatkowe punkty i bywa zwykle mniej „napięty”. W przypadku naszego regionu (Wielkopolska wchodzi dla tych wycieczek w sektor „Polski północnej”) grupa zatrzymuje się również w Gnieźnie, które zwykle nie jest uwzględniane w przypadku typowych „objazdówek” ogólnopolskich, a na zwiedzenie Poznania przeznaczają się pół dnia, po czym następuje czas wolny.

Specyficzny przypadek wśród wycieczek objazdowych stanowią grupy dwujęzyczne (najczęściej włosko - hiszpańskie), złożone z osób włoskojęzycznych oraz osób porozumiewających się w innym języku. Tego typu sytuacja powoduje dodatkowe utrudnienia, ponieważ potrzebnych jest dwóch przewodników. W autobusie mówią oni na zmianę przez mikrofon i w konsekwencji każdemu z nich przypada jedynie połowa czasu, w stosunku do tego,

jakim zwykle dysponuje, przy czym dodatkowe cenne sekundy traci się na przekazywanie mikrofonu. Aby nie dopuścić do sytuacji, że w międzyczasie komentowane obiekty bezpowrotnie uciekną grupie z pola widzenia, przewodnicy muszą wykazać się bardzo dobrym refleksem i zdolnością współpracy. Nierzadko zlecniodawcy oczekują również, że wiadomości przekazywane przez mikrofon w obu językach będą, jeśli nie identyczne, to bardzo do siebie zbliżone, ponieważ w przypadku języków pokrewnych (np. włoski i hiszpański) przekaz jest w dużej mierze zrozumiały nawet dla drugiej podgrupy, a wszelkie różnice wychwytywane. Stanowi to bez wątpienia pewne utrudnienie w pracy, gdyż z reguły każdy przewodnik posiada własny, niepowtarzalny styl oprowadzania. Jednak w trakcie szybkiego komentowania obiektów widzianych z okien autokaru informacje zazwyczaj się pokrywają. Podczas postojów w poszczególnych punktach miasta grupy językowe rozdzielają się na dwie podgrupy, z których każda podąża za własnym przewodnikiem. Tego typu sytuacja wymaga od przewodników dobrego zgrania w czasie tak, aby obie podgrupy równocześnie dotarły z powrotem do autokaru (przed wyruszeniem w dalszą trasę) i by jedna nie musiała zbyt długo czekać na drugą.

Pod względem zakresu zainteresowań wycieczki objazdowe są zwykle bardzo zróżnicowane. Od przewodnika oczekuje się sprawnego i ciekawego oprowadzania po najważniejszych zabytkach, bez szczegółowego rozwijania tematów, ani zbytniego eksponowania wątków włoskich. Przeważnie program jest odgórnie narzucany przez organizatorów oraz przez samą sytuację. Mając do dyspozycji niepełne 2 godziny i przewidzianą w programie katedrę i Stary Rynek, przewodnik nie ma dużego pola do dodatkowej inwencji. Zdarza się, że grupy otrzymują od organizatora imprezy pisemny program z wymienionymi najważniejszymi punktami zwiedzania, których nie można absolutnie pominąć.

Również z geograficznego punktu widzenia włoskie grupy przeważnie nie są jednorodne, w ich skład wchodzi najczęściej osoby pochodzące z różnych regionów Włoch. Grupy złożone z mieszkańców jednego regionu lub miasta, zdarzają się stosunkowo rzadziej. Większą jednorodność można zauważyć w kwestii przedziału wiekowego. Średni wiek uczestników zorganizowanych włoskich grup wycieczkowych waha się zazwyczaj w granicach od 50 do 70 lat. Zdarzają się także osoby młodsze, oraz nastolatki podróżujące w towarzystwie rodziców.

Ze względu na nie najmłodszy wiek większości uczestników tego typu imprez oraz bardzo intensywne programy, nierzadko można zaobserwować pojawiające się zmęczenie fizyczne bądź znużenie (szczególnie, jeśli znajdują się w końcowej fazie imprezy). Stan taki powoduje spowolnienie tempa zwiedzania i niekorzystnie wpływa na percepcję. Zbyt szybkie tempo, jak również znikoma ilość czasu wolnego, wywołują pewnego rodzaju poczucie niedosytu, np. brak możliwości „nacieszenia” się atmosferą Starego Rynku. Nie wspominając już o braku możliwości odwiedzenia w czasie wolnym któregoś z muzeów lub jakiegoś dodatkowego obiektu zgodnie z własnymi zainteresowaniami (który mógłby im polecić przewodnik).

Owo zmęczenie lub znużenie może stać się jedną z przyczyn sporego spowolnienia grupy pod względem przemieszczania się i gromadzenia przy omawianych obiektach. Dzieje się tak pomimo narzuconego przez program dość szybkiego tempa (znając ogólną tendencję Włochów do automatycznego odrzucania tego, co zostaje im odgórnie narzucone może należałoby to uznać za formę podświadomego protestu przeciwko niemu). Generalnie można zaobserwować, że osoby z Południa przemieszczają się nieco wolniej i prezentują niższy poziom ogólnej dyscypliny w grupie. Najczęściej jest to jednak kwestia indywidualna i zależy po prostu od tego, jakie osoby „trafiły się” w grupie - tak więc przewodnik ma do czynienia

z czynnikiem czysto losowym, niemożliwym do przewidzenia a priori. Generalnie jednak w przypadku włoskich wycieczek, wpajana na kursach dla przewodników zasada, że należy zaczekać na całą grupę, zanim zacznie się mówić, może okazać się czystą utopią, gdyż zawsze znajdzie się kilka osób, które będą docierać do miejsca zatrzymania z dużym opóźnieniem, lub wyłaniać się „znikąd” w momencie, gdy przewodnik właśnie skończył mówić, a grupa rusza dalej. Zbyt długie czekanie na notorycznych spóźnialskich może irytować turystów zdyscyplinowanych, którzy czasem sami otwarcie sygnalizują, które z osób przewodnik powinien „spisać na straty” (tj. nie czekać na nie z przekazem). Oczywiście powyższa uwaga dotyczy jedynie osób, które spóźniają się z własnej woli, a nie np. z powodu złego stanu zdrowia. Jeśli przewodnik zorientuje się, że ma do czynienia z typem grupy „wolno schodzącej się” dobrym rozwiązaniem mogłoby być pewne ograniczenie ilości punktów zatrzymań (np. zamiast zatrzymywać się przed 2-3 obiektami z osobna może wybrać jedno takie miejsce, z którego widać wszystkie te obiekty).

Zwiedzanie: Grupom objazdowym warto proponować program mieszany (Ostrów Tumski z Katedrą oraz Stary Rynek z Farą), ewentualnie z kilkuminutowym wyjściem na Placu Mickiewicza. W przypadku grup włoskich odcinek pomiędzy Ostrowem Tumskim a Starym Rynkiem powinien być pokonywany autokarem. Dla wycieczek dysponujących po zwiedzaniu czasem wolnym ostatnim punktem programu powinien być Stary Rynek. Od przewodnika oczekuje się wówczas wskazania lokali, gdzie można np. odpocząć w miłej atmosferze, wypić dobre polskie piwo czy prawdziwą włoską kawę, a jeśli grupa pozostaje na obiad, to gdzie można skosztować najlepszych dań kuchni polskiej lub regionalnej.

2.2. Włoscy indywidualni turyści kulturowi

Turyści indywidualni to najczęściej pary lub niewielkie grupki podróżujących razem znajomych. Są to w większości osoby młode. Przeważnie są wstępnie przygotowani i wyposażeni w przewodnik o Polsce, zakupiony jeszcze we Włoszech, w którym na temat Poznania jest tylko kilka stron. Pomimo tego niechętnie nabywają materiały o Poznaniu. Bardzo rzadko korzystają też z usług przewodnika.

Zazwyczaj Poznań stanowi tylko jeden z etapów ich podróży po Polsce, a powodem ich wizyty w naszym kraju (podobnie jak w przypadku zorganizowanych grup objazdowych) nie jest jedynie chęć zwiedzania, ale również ciekawość zobaczenia życia w Polsce, o której dość dużo słyszeli. Podróżują głównie w sierpniu, gdyż właśnie ten miesiąc jest typowym miesiącem urlopowym we Włoszech.

Specyficzną podgrupę wśród turystów indywidualnych stanowią osoby przybywające w gościnę do mieszkających w Polsce rodzin lub znajomych. We Włoszech jest dużo mieszanych małżeństw (polsko-włoskich), wielu Polaków także mieszkało lub podróżowało po Włoszech, stąd nawiązało się dużo przyjaźni lub innych relacji międzyludzkich, które owocują teraz wizytami Włochów w naszym kraju. Osoby takie często odwiedzają wielokrotnie jedno miejsce (np. Poznań czy okolice), więc ich pobyty w naszym kraju nie mają absolutnie turystycznego nastawienia. Jednak wizyta u rodziny/przyjaciół może stać się świetną okazją do zwiedzenia miasta lub regionu, w którym się przebywa i wielu Włochów ją wykorzystuje. Wówczas prawie nigdy nie korzystają z usług przewodnika, w jego rolę wciela się bowiem ktoś z rodziny lub przyjaciół. Wynika to najczęściej nie tyle ze względów finansowych, co raczej z mentalności zarówno Włochów, jak i goszczących ich Polaków, gdyż osobiste oprowadzenie stanowi dla nas i jest odbierane przez nich jako jeden z elementów gościnności, podobnie jak np. poczęstowanie własnoręcznie ugotowanym posiłkiem.

Wśród form turystyki indywidualnej wyróżnić również można spontaniczne „wypadki lokalowe zabawowe” polegające na korzystaniu z uroków nocnego życia, które Poznań oferuje. I choć nasze miasto nie jest najbardziej popularnym celem tego typu wypraw, to w wyniku wprowadzania coraz atrakcyjniejszych ofert tanich linii lotniczych ta tendencja może się w bliskiej przyszłości nasilać. Uczestnikami takich wypadów są najczęściej młodzi mężczyźni w wieku 20-40 lat, a czas ich trwania to zwykle kilka dni (przy czym termin zawsze obejmuje weekend). Osoby te zainteresowane są aktywnym uczestnictwem w nocnym życiu miasta, a rosnąca ilość lokali i nadal bardzo przystępne ceny dla osób ze strefy euro oraz pewne stereotypy działają na nich jak magnes. Oczywiście ta grupa turystów nie będzie zbyt aktywna w ciągu następnego dnia i pozostanie im niewiele energii na zwiedzanie zabytków. Niemniej jednak bywają oni zainteresowani przewodnikiem po lokalach, który mógłby im wskazać najbardziej atrakcyjne (pod różnymi względami) lokale gastronomiczne i taneczne.

Zwiedzanie: turystom indywidualnym, którzy po raz pierwszy zwiedzają miasto z wykwalifikowanym przewodnikiem warto proponować trasę ogólną, wzbogaconą o dodatkowe elementy w zależności od zainteresowań oraz możliwości czasowych i finansowych. Turyści ci, podobnie jak w przypadku grup objazdowych, nie są szczególnie nastawieni na wątki włoskie.

2. 3. Włoscy turyści biznesowi

Istnieje wiele relacji o charakterze biznesowym pomiędzy firmami mającymi w Poznaniu swoje siedziby a firmami włoskimi, tak więc często dochodzi do wizyt szefów lub pracowników włoskich firm (spotkania biznesowe, transfer personelu technicznego). Niemniej jednak korzystanie przez tego typu osoby z usług wykwalifikowanego przewodnika należy do rzadkości. Przeważnie przyczyną jest nie tyle brak zainteresowania, lecz bardzo napięty program, podczas gdy priorytetem pozostają kwestie służbowe. Zdarzają się jednak sporadycznie sytuacje, gdy polski przedsiębiorca postanawia zafundować swoim zagranicznym gościom zwiedzanie miasta z licencjonowanym przewodnikiem.

Zwiedzanie: W przypadku turystów biznesowych wybór trasy/obiektów powierza się zazwyczaj przewodnikowi jako osobie kompetentnej. Przy jej wyborze powinien on uwzględnić ramy czasowe, dostępność środka transportu (samochód służbowy/budżet na przejazd taksówką) oraz porę dnia. W przypadku zwiedzania przed zmrokiem najlepiej zaproponować trasę standardową: Ostrów Tumski z katedrą i Stary Rynek z Farą, przy czym przemieszczenie się pomiędzy tymi dwoma punktami nie powinno odbywać się pieszo. Trasę tę można wzbogacić o Plac Mickiewicza lub wschodnią pierzeję Placu Wolności. Dla turystów biznesowych umówionych na dalsze spotkania bardzo ważne jest, aby przewodnik zmieścić zwiedzanie w wyznaczonych przez klientów/uczestników ramach czasowych.

Generalnie wśród tego typu turystów zainteresowanie historią i architekturą jest nieco niższe, niż w przypadku turystów o nastawieniu typowo poznawczym (np. grup objazdowych). Dlatego zwiedzanie powinno mieć charakter nieco bardziej relaksujący. Aby to osiągnąć, najlepiej ograniczyć ilość przekazywanych informacji oraz starać się rozwijać wątki zgodne z profilem zawodowym lub zainteresowaniami oprowadzanej grupy. Warto też wzbogacić przekaz o większą ilość elementów relaksacyjnych, na przykład zabawnych anegdot. Bardzo ważnym jest jednak, aby przewodnik nie klasyfikował a priori turystów biznesowych jako mniej chłonnych wiedzy. Stopień zainteresowania zwiedzaniem jest kwestią bardzo indywidualną i może się zdarzyć, że takie osoby będą wykazywać żywe zainteresowanie architekturą/sztuką/historią. Co ważniejsze, tego typu zainteresowania bywają czasem zupełnie niezależnie od poziomu ani profilu wykształcenia (można to odnieść do każdego

narodu, ale w przypadku Włochów jest to zjawisko szczególnie). Tak więc w przypadku Włochów potwierdza się nader często, że ktoś wykonujący np. zawód tokarza czy kierowcy może w wolnym czasie interesować się historią lub architekturą i poszczycić się godną pozazdroszczenia wiedzą na konkretny temat. Dlatego w takich sytuacjach rola przewodnika polega na delikatnym wyczuciu stopnia i zakresu zainteresowań uczestników, a następnie na odpowiednim dostosowaniu trasy oraz ilości/sposobu i poziomu fachowości języka w przekazywaniu informacji.

2. 4. Włoskie grupy młodzieżowe.

Do Poznania dociera stosunkowo niewiele tego rodzaju grup. VI LO w Poznaniu prowadzi od wielu lat wymianę młodzieży, w ramach której raz do roku docierają grupy z Włoch. Zdarzają się też wizyty innego rodzaju grup młodzieżowych (rzadziej dziecięcych), np. chórów, zespołów tańca itp., które przyjeżdżają do Poznania w związku z konkretnymi wydarzeniami artystyczno-kulturalnymi organizowanymi na terenie miasta lub regionu (np. koncerty gościnne, festiwale). W takich przypadkach zamawiającym usługę przewodnicką jest zazwyczaj instytucja goszcząca.

Zwiedzanie: W kwestii wyboru trasy/obiektów często instytucja goszcząca ma już swój z góry ustalony plan, bądź pomysł na to, jak dane zwiedzanie miałyby wyglądać. Program obejmuje przeważnie główne zabytki i atrakcje miasta (Ostrów Tumski z Katedrą, Stary Rynek z Farą), nierzadko Stary Browar (okazja do zrobienia zakupów). W innych przypadkach wybór trasy powierza się przewodnikowi. Można wówczas zaproponować standardową trasę, warto jednak starać się ją uatrakcyjnić pod kontem młodzieży. Przewodnik nie powinien się zbyt sugerować młodym wiekiem zwiedzających i mieć na uwadze, że młodzież włoska zwykle przemieszcza się nieco wolniej od polskiej i łatwiej męczy, dlatego odradza się pokonywanie zbyt długich odcinków pieszo i zaleca korzystanie z autokaru (jeśli jest dostępny).

Zachowanie młodzieży włoskiej nie odbiega wiele od tego, jakie charakteryzuje młodzież polską. Ogólny poziom percepcji i skupienia jest nieco niższy niż u osób dorosłych, i szybciej następuje znużenie kolejnymi przekazywanymi informacjami. Dlatego rola przewodnika (podobnie jak w przypadku młodzieży polskiej) polega na umiejętności zainteresowania tematem, m.in. poprzez ciekawy sposób przekazywania oraz różnorodność informacji, przytaczania zabawnych anegdotek itp. Również i tym razem nie należy jednak zbyt generalizować, gdyż w ramach jednej grupy można spotkać różne osoby, a ogólny poziom wiedzy historycznej oraz wrażliwość na sztukę we Włoszech są wyjątkowo wysokie, jak na współczesne europejskie standardy. Może się zdarzyć (np. w przypadku wymiany pomiędzy szkołami), że młodzieży włoskiej towarzyszyć będzie także młodzież polska. Wówczas organizatorzy mogą poprosić przewodnika o dwie wersje językowe: włoską i polską (choćby w skróconej postaci), co znacząco utrudnia wykonywanie zlecenia. Podstawowe dane dotyczące grup włoskich w latach 2009 i 2010 ilustruje poniższa tabela.

Tabela 1. Obsługiwanie przez przewodników turyści włoskojęzyczni w Poznaniu: rok 2009 i 2010

Dane dotyczą:	Rok 2009	Rok 2010
Liczba obsługiwanych grup w danym języku przez badanych	17	19
Średni czas trwania spaceru przewodnikiem w godzinach	2,5	2
Przeważające profile obsługiwanych grup	dorośli objazdowe (73%)	dorośli objazdowe (77%)
Miesiące z największą liczbą zamawianych usług (od najwyższej)	07, 08, 06, 09	08, 07, 06, 09

Źródło: Ankieta 2011

3. Obiekty preferowane przez turystów włoskich w zwiedzaniu Poznania.

Dokonując wyboru trasy przewodnik powinien mieć na uwadze zainteresowania swoich „podopiecznych”. Jego autonomia decyzyjna w tym względzie zależy jednak w dużej mierze od rodzaju grupy. W przypadku typowych grup objazdowych program jest zazwyczaj odgórnie narzucany przez organizatora (polskie biuro podróży). Ponadto podczas zwiedzania grupie prawie zawsze towarzyszy polski pilot, który bacznie obserwuje poczynania przewodnika, a czasem nawet wprowadza ad hoc zmiany w programie. Przewodnik nie ma więc pełnej swobody co do wyboru samej trasy, może jednak decydować, ile czasu poświęcić poszczególnym obiektom oraz które wątki warto rozwinąć. Podobna sytuacja może zaistnieć w przypadku grup goszczonych przez polskie instytucje czy organizacje. Inaczej wygląda to oczywiście, gdy mamy do czynienia z turystami indywidualnymi lub biznesowymi. Wówczas określone są jedynie ramy czasowe, a wybór ogólnej trasy oraz szczegółowych celów powierza się przewodnikowi, jako osobie kompetentnej, dlatego powinien się on starać, aby nie zawieść zaufania zleceniodawcy i jak najlepiej wywiązać się z zadania.

W przypadku turystów włoskojęzycznych ustalając program zwiedzania, oprócz standardowo stosowanych kryteriów warto uwzględnić czynniki wymienione poniżej.

Pod względem historycznym Włochów bardziej interesuje najnowsza historia Polski, niż dawniejsze dzieje. Z ich punktu widzenia jesteśmy państwem stosunkowo młodym. Cenią Polaków głównie za to, co uczynili oni dla Europy 30 lat temu. Oczywiście nie oznacza to, by przewodnik nie opowiadał o najstarszej historii Polski, albo - co gorsza - miał przejawiać jakiegokolwiek kompleksy narodowe. Jednak czas poświęcony tej tematyce powinien być zdecydowanie krótszy niż w trakcie oprowadzania polskich wycieczek. Ponadto należy pamiętać, że wiele obiektów, które mogą być atrakcyjne dla grup niektórych narodowości ze względu na sam ich wiek (np. podziemia katedry), na Włochach nie robią niemal żadnego wrażenia, gdyż np. w Rzymie ludzie w drodze do pracy napotykają na co dzień dużo starsze relikty przeszłości. Dlatego również na terenie samego Ostrowa Tumskiego przewodnik nie powinien stronić od tematyki związanej z mniej odległymi dziejami naszego kraju. Okazją do tego może być liczna grupa poznańskich obiektów, jak np. pomnik Jana Pawła II (wizyty Papieża w Poznaniu), przecięte trasą szybkiego ruchu ogrody arcybiskupie (motyw

antagonizmów pomiędzy władzami komunistycznymi a instytucjami kościelnymi), czy też najnowsze, wojenne i powojenne dzieje katedralnych *platt vischerowskich*.

Włochom oczywiście, tak jak i innym narodom, sprawia przyjemność oglądanie dzieł pozostawionych w naszym mieście przez ich rodaków. Co za tym idzie, ich wkład w architekturę naszego miasta powinien być jak najbardziej eksponowany. Jednak w przeciwieństwie do wielu innych nacji, są oni przyzwyczajeni do faktu, że ich kraj był przez wieki kolebką sztuki i prawdziwą wylęgarnią działających później w innych krajach artystów, dlatego nie wydaje się to robić na nich zbyt dużego wrażenia. Ponadto pojawiające się nazwiska, takie jak Giovanni Battista di Quadro czy Pompeo Ferrari są im z reguły zupełnie nieznane. Należy również pamiętać, że turyści włoscy generalnie przyjeżdżają do naszego kraju nie po to, by śledzić wątki włoskie, lecz by poznawać to, co polskie. Dlatego bardzo ważnym jest, aby przewodnik eksponując motywy włoskie, nie zaniedbywał polskiego dziedzictwa. Tytułem przykładu, oprowadzając po katedrze, obok będącego dziełem Canavesiego nagrobka Górków, nie powinno się pomijać pomnika nagrobnego bp. B. Izdbieńskiego, prezentowanego zresztą przez szereg włoskojęzycznych przewodników.

Bardziej ciekawe mogą okazać się podobieństwa do niektórych obiektów włoskich (np. poznańskiej Fary do kościoła *Il Gesù*) pod warunkiem oczywiście, iż włoski odpowiednik jest danej grupie znany. Warto więc, by przewodnik zorientował się wcześniej odnośnie pochodzenia osób zwiedzających. Przykładowo: wspomnienie o nieistniejącej już kopii *Cappella Palatina* di Palermo w wieży Zamku Cesarskiego robi zwykle większe wrażenie na osobach pochodzących z Sycylii, niż na kimś z odległej północy.

Włosi, podobnie jak Polacy są w przeważającej większości katolikami, dlatego interesują ich najważniejsze wydarzenia i obiekty związane ze wspólną dla obu naszych narodów religią (miecz św. Piotra, którego kopia znajduje się w katedrze, oraz data wprowadzenia w Polsce chrześcijaństwa). Ponadto we Włoszech nadal wyjątkowo żywy jest wiekowy kult świętych patronów, a co za tym idzie wielu turystów interesuje się tego typu tematyką (np. św. Marcin jako patron ważnej poznańskiej ulicy, relikwie św. Rozalii, patronki Palermo w Farze itp.) oraz związanymi z tym obrzędami i tradycjami o charakterze świeckim (np. rogate świętomarcińskie, imieniny ulicy). Ponadto, jeśli przewodnik zauważy, że sporo osób w grupie przejawia duże zainteresowanie tematyką religijną, może rozwinąć dodatkowe wątki (np. historia krzyża z Bramy Wrocławskiej w Katedrze, pielgrzymki Jana Pawła II do Poznania).

Z pewnością każdego włoskiego turystę zainteresuje tematyka kulinarna, a w szczególności motyw regionalnej kuchni wielkopolskiej. We Włoszech każdy z regionów słynie z konkretnych potraw lub wyrobów, w których się specjalizuje. Dlatego informacje na temat tego, jakie potrawy są typowe dla naszego regionu, nie będą dla nich obojętne. Na włoskich turystach (zwłaszcza tych z południa kraju) duże wrażenie robi także zieleni, szczególnie jeśli jest ona odpowiednio pielęgnowana. Warto więc ją jak najbardziej eksponować, zarówno na etapie wyboru tras, jak i w trakcie przechadzek pieszych. Przykładem może być plac Mickiewicza, gdzie dobrze jest poświęcić trochę czasu na podejście w kierunku opery, gdyż widok obszernego parku z fontanną w samym centrum zazwyczaj budzi zachwyt. To właśnie z zieleni można zrobić jeden z głównych walorów Poznania po to, by pozostawić wrażenie obfitującego w roślinność, przyjaznego środowisku miasta.

Odnośnie gustów i preferencji mieszkańców Włoch warto zauważyć, że pomimo, iż są oni narodem bardzo komunikatywnym, mogą wystąpić problemy w kwestii *feedback-u* informacji. Ogólnie we Włoszech panuje wysoka kultura odnośnie relacji gospodarz-gość,

dlatego osoby tej narodowości przywiązują zwykle dużą wagę do pewnego rodzaju zasad i konwenansów w tym względzie. W naszym kraju są oni gośćmi, i tak właśnie się czują i zachowują. Przez wzgląd na szacunek dla gospodarzy, albo przez zwyczajną grzeczność powstrzymują się od wyrażania negatywnych uwag i bardzo rzadko mówią wprost, że coś ich nie interesuje lub im się nie podoba (wyjątek stanowi budynek Arsenatu na Starym Rynku, przy którego wysadzeniu w powietrze wielu włoskich turystów oferowało już żartobliwie swą pomoc). Dlatego przewodnik powinien uważać, aby nie dać się zwieść brakiem negatywnych komentarzy czy otwartych oznak niezadowolenia. Powinien wykazać się umiejętnością wychwytywania pewnych pozawerbalnych sygnałów (czasem bardzo subtelnych), które mogą stanowić cenne wskazówki odnośnie gustów i preferencji tej grupy narodowościowej.

Italianika poznańskie.

Najwięcej elementów w mieście związanych z Włochami będzie można odnaleźć w architekturze i sztuce. To właśnie z Italii przybywali do Polski architekci, rzeźbiarze, sztukatorzy. W Poznaniu pozostawili oni po sobie znaczące włoskie dziedzictwo, w tym dzieła sztuki lub przywożone przez nich przedmioty pochodzące z Włoch. Wiele wzorców czerpali Polacy z włoskich doświadczeń. Mieszkający w Poznaniu Włosi, a przynajmniej kilku z nich, zostali na dłużej zapamiętani, jeśli już nie w powszechnej pamięci poznańczyków, to w Kronikach Miasta Poznania. Poniżej zaprezentowanych zostało kilka przykładów tych miejsc i obiektów, podzielone zostały one na dwie podgrupy.

Miejsca i obiekty biograficzne związane ze znanymi postaciami:

Kamienica nr 84 na Starym Rynku - dom architekta miejskiego Giovanniego Battisty Quadro na Starym Rynku. W okresie międzywojennym dom należał do Cyryla Ratajskiego, prezydenta Poznania. On to ufundował figurę Quadro w narożniku, wykonaną przez Władysława Marcinkowskiego. Obecnie w kamienicy znajduje się Muzeum Henryka Sienkiewicza, założone przez zamożnego kupca, Ignacego Mosia.

Kamienica nr 55 na Starym Rynku - należała niegdyś do burmistrza Poznania, Mikołaja Pinocci - krewnego Hieronima Pinocci, sekretarza króla Jana Kazimierza. Zimą 1657/58, przez kilka miesięcy mieszkał w niej król Jan Kazimierz. Rodzeństwo Pinocci (Hieronim, Kacper i Mikołaj) pochodzące z Lukki w Toskanii, przybyło w latach trzydziestych XVII w. najpierw do Krakowa, głównego skupiska włoskiej emigracji.

Kamienica nr 51 na Starym Rynku - jej właścicielem w 1496 r. był Kallimach (Filip Buonacorsi), najbardziej znany włoski humanista działający w Polsce na dworze królewskim na Wawelu. Otrzymał ją od Kazimierza Jagiellończyka po tym, jak w 1487 r. spłonął jego dom w Krakowie. Co prawda, posiadał on ją tylko przez kilka tygodni, bo później sprzedał ją włoskim kupcom - Pawłowi i Stefanowi di Promontorio.

Miejsca i obiekty związane z architekturą, sztuką i muzyką.

Ratusz Poznański - najznamienitsza świecka renesansowa budowla publiczna, jedno z najbardziej znanych dzieł włoskich architektów w Polsce (projekt i realizacja: Giovanni Battista di Quadro). Polichromia ratusza czerpała z kolei z założeń słynnego teoretycznego traktatu architektonicznego, którego autorem był bolończyk Sebastiano Serlio.

Poznańska Fara (kościół pojezuicki św. Stanisława Bpa) - wzorowany na rzymskiej świątyni Il Gesu (kościół wzorcowy dla klasztorów jezuickich). Prace początkowo prowadził Tomasz Poncino de Goricia z Lugano - zwolniono go, gdy doszło do pęknięcia świeżo wzniesionej części

murów. Włoch Alberto Bianco wykonał prace sztukatorskie. W latach 1727-33 Pompeo Ferrari wykonał zachowany do dziś ołtarz główny oraz dwa największe ołtarze boczne w transepcie. W wyposażeniu kościoła znajduje się m. in. figurka św. Rozalii - to święta pochodząca z Włoch, patronka miasta Palermo.

Kolegium jezuickie - dziś siedziba Urzędu Miejskiego i Prezydenta Miasta, jest dziełem kolejnego Włocha - Giovanniego Catenazziego.

Archikatedra:

Nagrobek rodziny Górków oraz biskupa Konarskiego w Katedrze - wykonany został przez znanego włoskiego artystę Hieronima Canavesiego, nadwornego artystę Zygmunta Augusta.

Złota Kaplica: neobizantyjską przebudowę kaplicy zrealizował przed rokiem 1840 Francesco Lanci, a mozaika Wniebowziętej Madonny z jej ołtarza pochodzi z Wenecji (autor: Liborio Salandri) i jest wykonaną w innej technice kopią znanego obrazu „Madonna Assunta” Tycjana.

Kościół Bożego Ciała - ołtarz główny (wykonany ze sztucznego marmuru) oraz kaplica Matki Bożej Szkaplerznej wg projektu Pompeo Ferrari. Późniejsza wieża kościoła wzniesiona została przez pochodzącego z Włoch architekta Krzysztofa Bandurę Starszego.

Kościół Bernardynów na Placu Bernardyńskim - dzieło Krzysztofa Bonadury Starszego i Giorgio Catenazziego.

Kościół Poreformacki na Śródcie (Św. Kazimierza) - dzieło Giorgio Catenazziego i Krzysztofa Bonadury Młodsze.

Kościół św. Józefa na Wzgórzu św. Wojciecha - budowniczym kościoła był sprowadzony z Włoch do Wielkopolski przez Jana Opalińskiego, Krzysztof Bonadura Starszy. Później projekt kontynuowali kolejni Włosi: Giorgio Catenazzi oraz Krzysztof Bonadura Młodszy (syn K.B. Starszego).

Kaplica w wieży Zamku Cesarskiego - nieistniejąca już kaplica w wieży zamku wzorowana była na Cappella Palatina z sycylijskiego Palermo.

Kamienica nr 37 na Starym Rynku - w latach 1652-1654 przebudowana w stylu barokowym wg projektu Tomasza Poncino - aktualnie Dom Bretanii.

Malarstwo włoskie w Muzeum Narodowym - bogata kolekcja malarstwa włoskiego renesansu i baroku, od XIV do XVIII w. Szczególną uwagę zwracają dzieła takich znanych artystów, jak np.: Francesco i Jacopo Bassano, Bernardo Strozzi, Domenichino, Giovanni Bellini, Vincenzo Catena, Palma Vecchio.

Skrzypce w Muzeum Instrumentów Muzycznych - licznie reprezentowane są tu skrzypce pochodzące ze szkoły włoskiej, m.in. autorstwa Andrea Amati, Bartolomeo Giuseppe Guarneri del Gesu, Andrea Guarneri, Giovanni Baptista Guadagnini. W muzeum powstała także pierwsza polska publikacja poświęcona Antonio Stradivariemu, mistrzowi z Cremony.

Arena Poznańska - kształt jest wzorowany na powstałym w 1958 roku w Rzymie Pałacu Sportu, zaprojektowanym przez Pier Luigi Nerki.

Ulica Wenecjańska na Chwaliszewie - dawniej nadwarciańska ulica, po zasypaniu starego koryta rzeki straciła swój „wenecki”, wodny charakter.

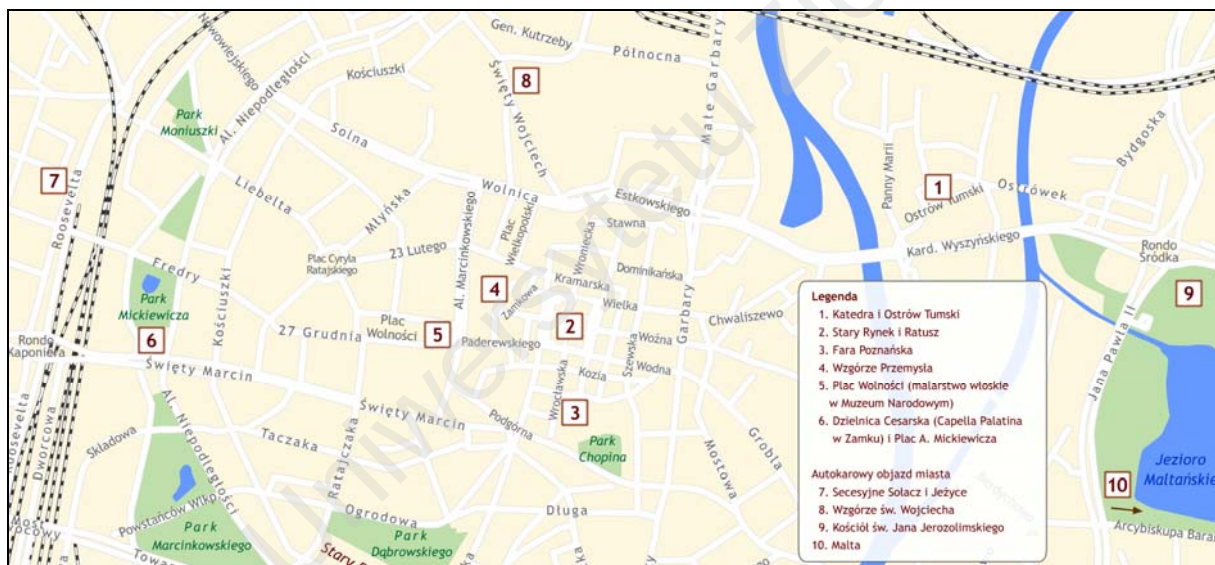
4. Propozycja trasy wycieczkowej po Poznaniu dla turystów włoskich.

4.1. Wersja I, trasa ogólna z uwzględnieniem italianików.

Trasa zaplanowana jest na ok. 5 godzin, uwzględnione są najważniejsze obiekty miasta z miejscami związanymi z Włochami.

1. Katedra i Ostrów Tumski (H. Canavesi) - nagrobki, legenda miecza św. Piotra)
2. Stary Rynek (Ratusz - G. B. Quadro oraz anegdoty z nim związane + jego figurka, kamienice zamieszkiwane przez Włochów, Muzeum Instrumentów Muzycznych)
3. Fara Poznańska (architekci włoscy, Il Gesu - wzorzec)
4. Wzgórze Przemysła
5. Plac Wolności (malarstwo włoskie w Muzeum Narodowym)
6. Dzielnica Cesarska (Capella Palatina w Zamku)
7. Plac A. Mickiewicza (nacisk na najnowszą historię Polski, krzyże, Jan Paweł II)
8. Autokarowy objazd miasta (secesyjne Sołacz i Jeżyce z dojazdem pod Halę Arena, przejazd na Wzgórze św. Wojciecha oraz nad Maltę + kościół Jana Jerozolimskiego)

Ryc. 1. Propozycja trasy ogólnej z uwzględnieniem italianików

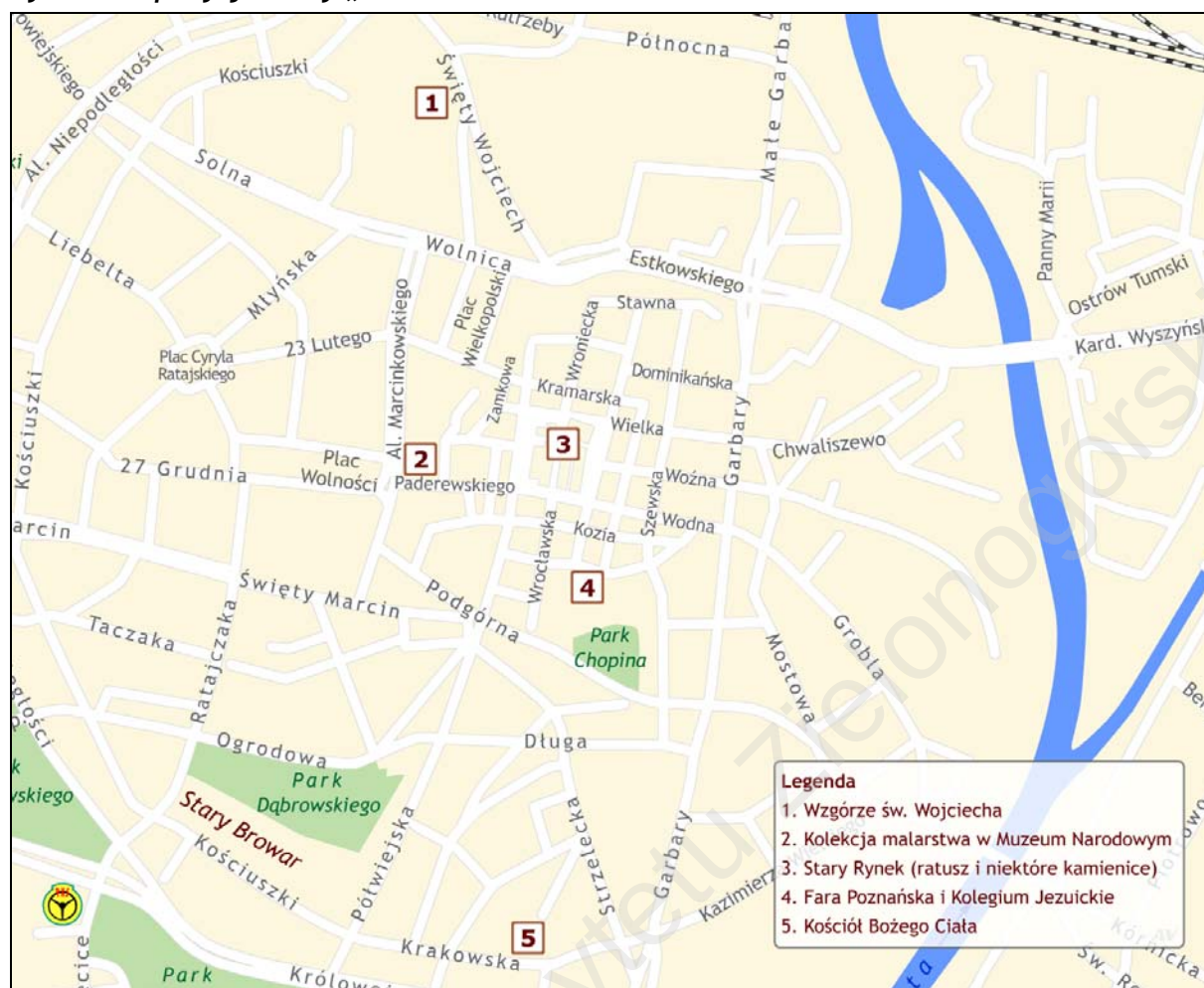


Opr. własne, wyk: O. Artyshtuk 2011

4.2. Wersja II, trasa specjalna. „Śladami Włochów w Poznaniu”.

Trasa: 3-4 godziny, z uwzględnieniem obiektów i miejsc związanych z działalnością Włochów w Poznaniu.

1. Wzgórze św. Wojciecha (Kościół św. Józefa - architekci: Bonadura Starszy i Młodszy)
2. Kolekcja malarstwa w Muzeum Narodowym
3. Stary Rynek (Ratusz + Kamienica nr 84 - dom Giovanniego Battisty Quadro, Kamienica nr 55 - kamienica rodziny Pinocci, Kamienica nr 51)
4. Fara Poznańska (jezuici - Il Gesu z Rzymu, architekci: Tomasz Poncino, Alberto Bianco, Pompeo Ferrari, figurka św. Rozalii - patronka Palermo), Kolegium: arch. G. Catenazzi.
5. Kościół Bożego Ciała (arch. Pompeo Ferrari, Bonadura Starszy)

Ryc. 2. Propozycja trasy „Śladami Włochów w Poznaniu”

Opr. własne, wyk. O. Artyszuk 2011

5. Najczęstsze pytania włoskich turystów w Poznaniu.

Turystów włoskojęzycznych często wiedzie do Polski nie tylko chęć zwiedzenia znajdujących się na jej terenie zabytków, ale również czysta ciekawość. Pragną bowiem na własne oczy ujrzeć kraj, o którym tak wiele słyszeli, i to zarówno z przekazów medialnych, jak i od mieszkających we Włoszech Polaków (których w ostatnim trzydziestoleciu przybyły tysiące). Z osób publicznych najbardziej im znani są: Jan Paweł II, Lech Wałęsa, ZB (czytaj: zibi) czyli Zbigniew Boniek, oraz główne postaci aktualnej sceny politycznej.

Najczęściej zadawane przez nich pytania rzadziej dotyczą samego miasta, częściej natomiast odnoszą się ogólnie do polskich realiów lub do najnowszej historii naszego kraju. Włosi przeważnie są pozytywnie zaskoczeni poziomem życia w Polsce, gdyż widząc u siebie tylu polskich emigrantów, wykonujących najczęściej mało atrakcyjne dla nich prace, wyobrażają sobie nasz kraj jako o wiele biedniejszy i bardziej zacofany.

W przypadku tego typu pytań głównym „filtrem” staje się polski pilot, do którego kierowana jest zwykle ich pierwsza fala, czasem jednak turyści ciekawi są opinii innej osoby, bądź po prostu nie zdążyli porozmawiać na dany temat z pilotem.

Przykładowe, często przewijające się pytania to:

- Ile obecnie wynosi średnia pensja w Polsce/w Poznaniu?

- Jaka jest stopa bezrobocia w Polsce/Poznaniu?
- Jak ludziom się teraz żyje?
- Kiedy będą następne wybory prezydenckie/do Parlamentu?
- Pytania mogą też dotyczyć znanych Włochom osób publicznych, bądź hierarchów kościelnych:
- Czym zajmuje się obecnie Lech Wałęsa, czy jest na emeryturze?
- Kto jest aktualnie prymasem Polski?

Najbardziej delikatną kwestią są prośby o opinię na jakiś konkretny temat, które zaczynają się zwykle od słów „Co ludzie w Polsce myślą o ...”. Na przykład:

- Co ludzie w Polsce myślą o katastrofie smoleńskiej?
- Czy premier cieszy się poparciem społeczeństwa?

Zwykle nie ma czasu na rozwijanie takich wątków. Ponadto ważnym jest, aby przewodnik, odpowiadając na tego typu pytania w wyraźny sposób sygnalizował, kiedy relacjonuje ogólnie panujące opinie czy nastroje, a kiedy wypowiada się we własnym imieniu i wyraża swoje osobiste zdanie na dany temat (którego turysta zresztą często jest ciekawy).

Nie wszystkie pytania ogólne dotyczą sytuacji społeczno-gospodarczej kraju. Wielu z nich nie da się przewidzieć, a odpowiedź na szereg innych wymaga specjalistycznej wiedzy z określonej dziedziny. Włochów interesują nierzadko nazwy pewnych roślin lub krzewów, które w ich kraju, albo regionie nie występują. Stąd pytania w rodzaju: *Jak nazywa się ten krzew? Ile razy dziennie należy podlewać takie kwiaty (ogródki na Starym Rynku)?*

Druga kategoria pytań dotyczy konkretnych, zwiedzanych obiektów. Główne przedmioty zainteresowania to:

- materiały z jakich wykonano poszczególne detale np. ołtarzy (głównie srebro czy złoto, czy są prawdziwe)
- Czy w ołtarzu św. Cecylii w Farze faktycznie znajdują się relikwie świętej? (częste pytanie ze strony osób z Palermo, gdyż jest ona patronką tego miasta)
- obecność figur świętych na ul. Świętosławskiej oraz krzyży na „kamienicy pod daszkiem”
- symbolika krzyży i liny z pomnika Poznańskiego Czerwca 1956
- stopień zniszczeń wojennych zwiedzanych obiektów.

W końcowej fazie zwiedzania pada zwykle dużo pytań praktycznych:

- Gdzie można kupić znaczki/widokówki/pamiątki/karty pamięci do aparatów?
- Gdzie optaca się wymienić walutę?

Najwięcej pytań tego typu dotyczy jednak kwestii gastronomicznych, np.:

- - Gdzie można skosztować rogalików świętomarcińskich?
- - Których dań kuchni regionalnej warto spróbować i gdzie?
- - Gdzie serwowane jest prawdziwe włoskie espresso?

Rzadziej padają pytania o lokale serwujące oryginalną kuchnię włoską.

6. Anegdoty i legendy poznańskie w oprowadzaniu włoskich turystów.

Włosi chętnie wysłuchają anegdotę bądź legendę, wręcz wskazane jest, aby po dawce historycznych, architektonicznych i innych dość „sztywnych” danych rozluźnić atmosferę jakąś ciekawą anegdotą, bądź legendą. Nie musi być ona związana z Włochami, ale taką goście wysłuchają z większym zaciekawieniem. W porównaniu np. z Niemcami anegdoty związanych

z Włochami jest w Poznaniu zdecydowanie mniej. Poniżej wymieniono kilka, które warto grupie włoskiej powiedzieć

**O mieczu św. Piotra - darze papieża Stefana dla pierwszego biskupa Jordana.*

Miejsce: Archikatedra poznańska, przy kopii miecza (lub Muzeum Archidiecezjalne).

**O zazdrosnej Włoszce Izabelli, która wybrankę Giovanniego Battisty Quadro, Kachnę posądza o czary.*

Miejsce: przed ratuszem poznańskim

**O hulaszczym życiu Giovanniego Battisty Quadro - który nawet ubranie potrafił przegrać w karty.*

Miejsce: Rynek poznański: dom Quadro lub przy ratuszu

**O koziołkach.*

Miejsce: przed ratuszem poznańskim

**O hymnie polskim - "z ziemi włoskiej do Polskiej" i Poznaniu jako jedynym mieście, wspomnianym w tekście hymnu.*

Miejsce: na Chwaliszewie lub przez Pałacem Mielżyńskich

7. Wrażliwość historyczna i postępowanie z włoskimi turystami.

Ponieważ Włosi i Polacy nie posiadają i nigdy nie posiadali wspólnych granic, a losy obu państw w niewielkiej mierze przeplatały się na przestrzeni dziejów, trudno mówić o jakichś specjalnie drażliwych punktach dotyczących wspólnej historii. Jednym z niewielu tematów, przy których może dojść do pewnej rozbieżności poglądów, jest rola Włoch podczas II Wojny Światowej. Włosi wykazują czasem skłonność do stawiania siebie wśród ofiar tego światowego konfliktu, na równi z innymi narodami i nie poczuwają się do odpowiedzialności za jego wywołanie. Jednocześnie lubią podkreślać własne zasługi odnośnie prowadzonych na ich terenie walk partyzanckich. Dlatego II Wojna Światowa nie stanowi dla nich tematu tabu.

Natomiast postrzeganie historii oraz obecnej sytuacji Włoch zależy w głównej mierze od regionu z jakiego pochodzi dana osoba oraz od jej orientacji politycznej.

Sposoby zachowania:

**Stosowanie odpowiedniej formy podczas bezpośredniego zwracania się do poszczególnych osób.*

Poniższa uwaga skierowana jest do osób, które w wystarczającym stopniu władają językiem włoskim, ale gorzej znają realia tego kraju. We Włoszech (podobnie jak w Polsce) istnieją dwa sposoby zwracania się do siebie tj. forma „na ty” („tu”) oraz „na Pan/Pani” („Lei”). Główna różnica polega jednak na tym, iż można zaobserwować pewnego rodzaju „nierówność praw” jeśli chodzi o ich stosowanie, spowodowana różnicą wieku i/lub pozycji społecznej. Generalnie osoby starsze zwracają się do młodszych na „ty”, co jednak nie upoważnia rozmówcy do stosowania takiej samej formy w drugą stronę. Tak więc przewodnik powinien uważać, aby nie przechodzić samoistnie na „ty” z osobą, która może sobie tego nie życzyć. Będąc za granicą i rozmawiając z kimś w swoim języku Włosi automatycznie stosują zasady zachowania obowiązujące w ich ojczyźnie, zakładając, że są one dobrze znane rozmówcy.

** Używanie klasycznego języka włoskiego*

Kolejna uwaga dotyczy języka, jakim przewodnik powinien się posługiwać podczas oprowadzania i skierowana jest do osób, które mieszkały niegdyś we Włoszech i przejęły

bardziej lub mniej słyszalne naleciałości dialektalne. Wprawdzie samej intonacji nie da się wyeliminować (podobnie jak u samych Włochów) i nie ma nawet takiej potrzeby, należy jednak pamiętać, że w kontekstach profesjonalnych wymaga się używania klasycznego języka włoskiego, a nie dialektu. Dużo większa swoboda panuje w tym względzie w kontekstach mniej formalnych, np. podczas indywidualnej rozmowy przewodnika z osobą wypowiadającą się w tym samym bądź w pokrewnym dialekcie.

**Pozostawianie swobody zachowań*

Charakterystyczną cechą Włochów (która nie stanowi dla nich powodu do wstydu, lecz do dumy) jest to, że duch tego narodu jest niezależny, a momentami wręcz buntowniczy. Dlatego wszelkie narzucane z góry zakazy czy nakazy mogą być odczuwane jako swoista forma opresji. Dotyczy to w szczególności osób z południowych regionów tego kraju. Tytułem przykładu: fakt, że dana osoba w danym momencie nie słucha przewodnika, nie musi wcale oznaczać, że nie ceni sobie jego pracy albo, że nie jest zainteresowana tematem. Może po prostu akurat w danej chwili nie ma na słuchanie ochoty i nie należy w żadnym wypadku starać się na siłę wzbudzić jej zainteresowanie, gdyż zostałoby to z pewnością odebrane jako swego rodzaju ingerencję w wolność osobistą.

**Tłumaczenie zbyt oczywistych rzeczy.*

Aby odpowiednio dostosować sposób oraz ilość przekazywanych informacji należy mieć na względzie wysoki poziom ogólnej wiedzy historycznej we Włoszech, dobry poziom czytelnictwa oraz wyjątkową wrażliwość tego narodu na architekturę i sztukę. Dlatego tłumaczenie zbyt prostych kwestii z zakresu ogólnej wiedzy historycznej (np. kim byli jezuici, lub czym charakteryzuje się barok) mogłoby zostać odebrane jako irytujące, a wręcz obraźliwe.

**Powstrzymywanie się od negatywnych komentarzy na temat krajów czy narodów.*

Inną delikatną kwestią, na którą przewodnik powinien uważać w rozmowach z turystami włoskimi jest wyrażanie opinii na temat Italii. Wprawdzie sami Włosi lubią krytycznie wyrażać się o swoim kraju (szczególnie narzekać na sytuację gospodarczą w ostatnich latach) i pożartować z własnych cech narodowych, jednak w głębi serca są bardzo dumni z bycia Włochami i nie lubią być krytykowani przez inne nacje. To samo dotyczy poszczególnych regionów tego kraju.

Przewodnik powinien także uważać na opinie, jakie wygłasza na temat innych narodów. Należy pamiętać, że w wyniku nasilającej się na przestrzeni ostatnich dziesięcioleci fali emigracji (nie tylko tej zarobkowej), Włosi stali się społeczeństwem multinarodowym i wieloetnicznym. We włoskiej grupie może znajdować się osoba/osoby praktycznie każdej innej narodowości (w tym także rosyjskiej czy niemieckiej). Dlatego nie należy stawiać znaku równości pomiędzy turystą włoskojęzycznym, a etnicznym Włochem.

Największą jednak uwagę przewodnik powinien przywiązywać do tego, co mówi o samej Polsce. Nie chodzi tu o idealizowanie własnego kraju, czy o zaprzeczanie pewnym negatywnym zjawiskom, lecz o wystrzeganie się wygłaszania nadmiernej ilości negatywnych komentarzy na temat wszystkiego, co nas otacza. Mówienie źle o nas samych dyskredytuje nas w oczach innych narodów.

**Walka ze stereotypami.*

Pomimo ogólnej przychylnej opinii Włochów ta temat Polski i Polaków, od pewnego czasu pokutują we Włoszech pewne niekorzystne dla nas stereotypy, z których najczęstsze to:

**Polski antysemityzm.*

Najbardziej dla nas niekorzystnym jest powstały stosunkowo niedawno mit Polaka -antysemity (w dużej mierze w wyniku publikacji włoskiego wydania książki J. Grossa „Sąsiedzi”, czy

pojawiających się notorycznie w prasie określeń „polskie obozy zagłady” w odniesieniu np. do Auschwitz). I choć stereotyp ten pojawia się również w wielu innych krajach, we Włoszech jest on wyjątkowo silny. Wprawdzie nie można negować zjawiska antysemityzmu, ani go usprawiedliwiać, trudno jednak pogodzić się ze stawianiem znaku równości pomiędzy pojęciem Polaka i antysemitę. Z tej perspektywy wybór trasy uwzględniającej obiekty takie, jak kościół Najświętszej Krwi Pana Jezusa czy kościół Bożego Ciała mógłby nie tylko umocnić w zwiedzających wrażenie ogólnej niechęci Polaków do Żydów, ale wręcz stworzyć okazję do zadawania bardzo trudnych pytań, czy wręcz formułowania oskarżeń. Oczywiście przewodnik ma prawo wybrać te obiekty, jednak wówczas powinien być dobrze przygotowany pod kątem wiedzy historycznej na bardzo trudne dyskusje oraz liczyć się z tym, że to, co powie, może zostać potraktowane jako zwykłe usprawiedliwianie się, bądź nawet kłamstwo (bo przecież jakiś włoski dziennikarz napisał kiedyś coś innego). Jedynym doświadczeniem, jakie wyniesie włoski uczestnik z takiego spaceru będzie to, że polski antysemityzm jest jeszcze bardziej namacalny i atawistyczny, niż wcześniej przypuszczał. W tym kontekście, odnośnie dawnej Nowej Synagogi przy ul. Stawnej koniecznym jest, podkreślenie faktu, iż nie należy już ona do miasta i została zwrócona gminie żydowskiej.

**Stereotypy na temat polskich kobiet.*

Istnieje od lat wiele stereotypów (większość już na szczęście w zaniku) na temat polskich pań, a dokładniej ich prowadzenia się. Dlatego ważnym jest, aby strój pań przewodniczek był stosowny do sytuacji, a co za tym idzie - nie był nadmiernie wyzywający. To samo dotyczy również makijażu oraz sposobu zachowania.

**Witanie i żegnanie się przewodnika z grupą/turystami.*

Włosi zwracają dużą uwagę na pewne rytuały społeczne takie, jak np. witanie się czy żegnanie. Istotnym jest więc, by przewodnik po zakończeniu zwiedzania nie zapomniał pożegnać się z całą grupą i np. życzyć miłej dalszej podróży. Mieszkańcy Włoch przywiązują bardzo dużą uwagę do takich konwenansów, dlatego brak pożegnania ze strony osoby, z którą spędzili ostatnie kilka godzin mógłby zepsuć miłe wrażenie, jakie powinni zabrać ze sobą z Poznania. Często po oficjalnym pożegnaniu Włosi potrafią żegnać się indywidualnie, np. podając rękę i osobiście dziękując za miłą wycieczkę. Potrafią przy tym także wyrazić swą wdzięczność komplementami, a czasem nawet gromkimi oklaskami. Są to bardzo miłe gesty, dzięki którym przewodnik łatwo zapomina o różnych niewielkich, a typowych niedogodnościach, takich jak np. „guzdranie się” i brak dyscypliny. Pozostawiają po sobie dobre wrażenie, które sprawia, że przewodnik chętnie będzie czekać na kolejne, trochę niesubordynowane, ale jakże ciepłe i spontaniczne w swych zachowaniach grupy rodaków twórcy poznańskiego Ratusza.

Turyści pochodzenia żydowskiego w Poznaniu

Osoby z tej grupy to krąg pod wieloma względami bardzo zróżnicowany. Powodem tego są rozmaite kraje ich pochodzenia oraz różne doświadczenia historyczne, nierówny stopień asymilacji z ich drugą - czy może właśnie pierwszą, bo właściwą ojczyzną, języki, których używają na co dzień, stosunek do religii, która w ich przypadku może, ale nie musi odgrywać rolę spoiwa i elementu identyfikującego. Generalnie zwiedzają oni Poznań, korzystając z usług przewodników anglo- lub niemieckojęzycznych. Jednak ze względów historycznych i religijnych są to turyści wykazujący znaczną odrębność zainteresowań, zachowań i reakcji, w stosunku do pozostałych gości obsługiwanych w tych językach. Ponadto - w odróżnieniu m.in. od innych turystów mówiących po angielsku - istnieje wyraźny związek tej grupy etnicznej z dziejami naszego miasta, można wskazać kilka znaczących postaci pochodzenia żydowskiego, jak również szereg obiektów oraz miejsc może być zwiedzanych w kontekście wielowiekowej obecności i aktywności Żydów. Z uwagi na powyższe, grupa ta jest omawiana osobno w niniejszym rozdziale (A.M.R.).

1. Krótka charakterystyka grupy etnicznej (A.M.R.)

Dzieje Żydów. Nie do przecenienia jest wpływ długiej i skomplikowanej historii Izraela oraz narodu żydowskiego na mentalność i wrażliwość historyczną osób deklarujących swoją żydowską narodowość. Fakt zakorzenienia tych ludzi w środowisku kulturowym i etnicznym, którego nieprzerwane dzieje sięgają z pewnością okresu sprzed nieco ponad 3 tysięcy lat (a prawdopodobnie jeszcze kilkaset lat dłużej), inaczej kształtuje ich perspektywę historyczną - warunkuje postrzeganie tzw. dawnych wydarzeń w innej skali odniesienia. Między innymi głęboko ugruntowana tożsamość narodowa warunkuje ich odmienne spojrzenie na różne historyczne przejawy kształtowania się, manifestowania i oddziaływania tożsamości narodowych oraz na fenomen nacjonalizmu. W szczególności członkowie tej grupy etnicznej z reguły bardziej krytycznie oceniają wydarzenia i postacie historyczne, związane z narodowymi rewolucjami i powstaniami, co może mieć związek z ich własnymi doświadczeniami nieudanych powstań, pociągających katastrofalne dla nich skutki na przełomie epok (I w. n.e. tzw. „wojna żydowska i II w. n.e.: powstanie Bar Kochby).

Silne poczucie odrębności religijnej i kulturowej. Jest ono uwarunkowane po pierwsze wielowiekową wiernością Żydów w stosunku do własnej tradycji religijnej i - jeszcze do niedawna - do nakazanych przez prawo religijne zasad zakładania rodzin we własnym gronie, po drugie dążnością do integracji pomiędzy „swoimi” wśród obcych, motywowaną naturalną solidarnością etniczną lub wymuszoną dyskryminacyjnymi praktykami (antyjudaizm i segregacja religijna w średniowiecznej i nowożytnej chrześcijańskiej Europie oraz Nowym Świecie, społeczny lub nawet instytucjonalny antysemityzm w nowoczesnych społeczeństwach m.in. Europy). Głęboka świadomość wzajemnej więzi i solidarności z innymi przedstawicielami tej samej grupy etnicznej była dodatkowo przez wieki wspomagana przez oddziaływanie czynników zewnętrznych, takich jak permanentna dyskryminacja w licznych społeczeństwach oraz ustawicznie pojawiające się okresy prześladowań w niektórych krajach i przez niektóre ustroje

polityczne (do niedawna np. w Rosji Sowieckiej i w krajach byłego bloku postkomunistycznego, do dziś w niektórych krajach arabskich). Powoduje to uwrażliwienie przedstawicieli tej grupy na kwestie tolerancji religijnej i kulturowej oraz wyostrenie ich uwagi na wszelkie przejawy nietolerancji i dyskryminacji w tym zakresie, a także z reguły częstsze niż w przypadku innych turystów, otwarte negatywne reakcje na nie. Warto przy tym zaznaczyć, że przynależność do żydowskiej wspólnoty religijnej lub (w przypadku licznych obywateli państw Europy zachodniej żydowskiego pochodzenia) przynajmniej poczucie solidarności z tą wspólnotą, wcale nie oznacza jednoznacznego identyfikowania się turystów z konkretnymi przejawami żydowskiego życia religijnego. Jest ono bowiem bardzo zróżnicowane i np. osoby należące do liberalnych denominacji lub gmin religijnych w krajach zachodnioeuropejskich, w USA, lub przygniatająca większość młodszych generacji obywateli Izraela, nie tylko nie utożsamiają się ze stylem życia, obyczajowością i formami kultu społeczności Żydów ortodoksyjnych lub grup chasydzkich, ale są one dla nich jakby obcym, „paralelnym światem żydowskim”, egzystującym w zupełnej izolacji od ich własnego środowiska i posługującym się na co dzień nawet innymi językami (np. jidysz w społeczności chasydów). Poza poczuciem wspólnych, nieraz bardzo odległych korzeni, łączy ich tylko wspomniana solidarność etniczna.

Sytuacja światowej diaspory. Jak mało który naród, Żydzi są rozproszeni po wszystkich kontynentach, a na terytorium ich narodowego państwa, powstałego stosunkowo niedawno (1948) żyje ich zdecydowana mniejszość, w dodatku zazwyczaj nie dawniej niż od dwóch pokoleń. Sytuacja przymusowego rozproszenia, która zresztą nie po raz pierwszy stała się ich udziałem, ostatecznie już w starożytności (najpóźniej za czasów Hadriana, po roku 135 n.e.) uwarunkowała powszechne w tej grupie doświadczenie podwójnej identyfikacji: ze swoją społecznością etniczną i religijną oraz z krajami i społeczeństwami, w których i wśród których się osiedlali. Częste poczucie niepewności i konieczność ponownej emigracji, wymuszona przez ucisk natury ekonomicznej, politycznej lub religijnej silnie oddziaływała i nadal oddziałuje na ich mentalność. Warunkuje ona pewien zauważalny dystans do fenomenów tzw. gorącego patriotyzmu oraz poczucia terytorialnej identyfikacji i związanych z nim poglądów (jak np. „stąd nasz ród”), koncepcji i ruchów politycznych, ale także odnoszących się do nich atrakcji turystycznych, jak pomniki, ekspozycje, muzea, eventy o tematyce historycznej. Odzyskanie własnego państwa i reemigracja części Żydów na teren Izraela nieco zmieniła ten stan rzeczy (obywatele tego żydowskiego państwa są bardziej skłonni do afirmacji różnych przejawów państwowego patriotyzmu). Jednocześnie jednak dalsze trwanie diaspory, najliczniejszej na terenie USA, Rosji, Francji, Ukrainy, Kanady, Argentyny, Wielkiej Brytanii, Niemiec, skąd grupy turystów przyjeżdżają do Polski, w tym do Poznania, ale obecnej także w innych licznych krajach Europy, obu Ameryk, Afryki i Australii, powoduje, że na tle tego rodzaju walorów turystycznych omawiane środowisko jest silnie spolaryzowane i zainteresowanie nimi oraz reakcja na nie są silnie uzależnione od miejsca pochodzenia danej grupy lub indywidualnych turystów. Poczucie związku z przedstawicielami historycznej diaspory cechuje jednak niemal wszystkie osoby pochodzenia żydowskiego i w ich zachowaniach turystycznych przekłada się na silne zainteresowanie obecnością własnej grupy narodowej w dziejach, kulturze i różnych dziedzinach życia publicznego zwiedzanych krajów i miejscowości. Czasem może to przybrać wręcz formę „fokuszacji” - niemal pełnej koncentracji programu zwiedzania na tych właśnie wątkach, przez co turyści pochodzenia żydowskiego są częstymi i wdzięcznymi uczestnikami wycieczek i prowadzonych spacerów tematycznych (np. biograficznych) lub etnicznych.

2. Zarys dziejów Żydów w Poznaniu (A.M.R.)

Poznań przez wieki należał do tych miast polskich, które posiadały największą liczebnie społeczność żydowską. Dziś, u początku XXI wieku żyje w mieście tylko symboliczna garstka osób żydowskiego pochodzenia. Jednak z powodu znaczenia tej gminy w zachodniej Polsce, a także unikalnych wydarzeń i historycznych zwrotów w jej długich dziejach, wreszcie z uwagi na wywodzących się stąd sławnych Żydów - zdecydowanie warto przejść ulicami wielkopolskiej metropolii, szlakiem przypominającym jej żydowskich obywateli.

Początki: Pierwszymi Żydami odwiedzającymi Poznań już w połowie wieku X, mogli być kupcy odbywający dalekie wyprawy z mauretańskiej Hiszpanii do Europy Wschodniej. Wszak to właśnie Żyd, Ibrahīm ibn Jakub, pozostawił jeden z pierwszych opisów polańskiego państwa Mieszka I na krótko przed jego chrztem w roku 966. Poznań należał wówczas do centralnych ośrodków politycznych tego państwa. Także początki stałego osadnictwa żydowskiego w naszym mieście związane są już z epoką piastowską. Przy tym nie było ono na pewno pierwszym miejscem w Wielkopolsce, w którym mieszkali Żydzi: wiadomo, że już pod koniec XII wieku służący Mieszkowi III Staremu, księciu Wielkopolski, żydowscy mincerze i poborcy podatków żyli w niedalekim Kaliszu. Ślady stałego pobytu Żydów, datowane na rok około 1200, odkryto także w Gnieźnie. To właśnie w Wielkopolsce, w Kaliszu, nadano Żydom polskim po raz pierwszy dokument monarszy. W tzw. Statucie Kaliskim, wydanym w roku 1264, książę Wielkopolski Bolesław Pobożny (władający wówczas także Poznaniem) uregulował w około 40 artykułach ich stan prawny, zrównał ich prawa do handlu z prawami kupców chrześcijańskich i wziął ich pod osobistą opiekę władcy.

Poznańska gmina żydowska. Prawdopodobnie początki poznańskiego osadnictwa żydowskiego związane były z lokacją miasta na prawie magdeburskim w roku 1253. Jednak pierwsze pewne przekazy o samodzielnej gminie żydowskiej pochodzą dopiero z roku 1367, kiedy to opisany jest tzw. tumult antyżydowski w Poznaniu. W 1399 roku pojawiają się wzmianki o rzekomym zbezczeszczeniu hostii przez żydowskich mieszkańców naszego miasta. Legenda ta - niepotwierdzona faktami - dała początek budowie dwóch zespołów sakralnych oraz długiej historii sanktuarium eucharystycznego w mieście Poznaniu. W XVI wieku gmina poznańska liczyła 10% ogólnej liczby mieszkańców (około 700-900 osób) i należała do tzw. „*kehillot rasijjot*”, głównych i największych gmin żydowskich w ówczesnej Polsce. To tutaj miał od 1519 roku siedzibę żydowski sejmik, obejmujący wszystkie wyznaniowe gminy Wielkopolski. Poznańscy Żydzi, którzy w niektórych okresach stanowili nawet do 30% populacji miasta w murach, aż do początku wieku XIX mieszkali w wyznaczonej im dzielnicy, na północ od Rynku, otaczającej klasztor dominikanów. Osią tej dzielnicy była dzisiejsza ulica Żydowska. Dopiero po wielkim pożarze tej części miasta w roku 1803, król pruski pozwolił im zamieszkiwać na terenie całego miasta. Przyspieszyło to ich emancypację względem innych mieszkańców miasta (Polaków i Niemców) oraz tzw. naturalizację zwłaszcza zamożniejszych spośród nich, na co dzień używających państwowego języka niemieckiego. Z czasem większość z nich zasymilowała się społecznie ze społecznością chrześcijańską, pozostając tylko mniejszością religijną. W Poznaniu ta asymilacja dokonała się zresztą - inaczej niż w pozostałych wielkich miastach Polski - jako zespolenie z żywiołem niemieckim, nie zaś polskim. Żydzi poznańscy pod koniec XIX wieku byli prawie wyłącznie niemieckojęzyczni, określali się chętnie jako „Niemcy wiary mojżeszowej” („*Deutsche mosaischen Glaubens*”).

Swój lojalizm wobec władzy niemieckiej podkreślili m.in. wyjątkowym gestem na początku XX wieku, inicjując i współ-fundując pierwszy na terenie Rzeszy pomnik Ottona von Bismarcka. Nie mogło to im zjednać życzliwości dyskryminowanej polskiej większości, co było jedną z przyczyn późniejszej niechęci wielu mieszkańców Poznania wobec Żydów. Około roku 1900 na skutek znacznego wzrostu liczby ludności Poznania, Żydzi, których było tu około 6000, stanowili już tylko 5% mieszkańców miasta, jednak wielu z nich należało do poznańskiej elity finansowej - byli właścicielami banków, kilku fabryk i większości wielkich domów towarowych. Należała do nich na przykład znaczna liczba domów na poznańskim Rynku. Swój dobrobyt finansowy i znakomite stosunki z władzami gmina żydowska ukazała w latach 1905-07, wznosząc monumentalną Nową Synagogę przy ulicy Stawnej, czyli niemal w sercu Starego Miasta. Był to największy żydowski budynek sakralny na obszarze między Berlinem a Warszawą. Jednak już niedługo potem, po I wojnie światowej i powrocie Poznania w granice Polski, znaczna większość Żydów poznańskich (ponad 70%), odczuwając swoją przynależność do kultury niemieckiej, w latach 1919-21 opuściła miasto podobnie jak znakomita większość Niemców. W Poznaniu pozostało tylko około 2000 osób religii mojżeszowej, zresztą niektórzy z nich także wyjechali do początków lat 30-tych. Jednak w okresie międzywojennym przybyła do miasta również spora grupa polskich Żydów, ze wschodu i południa kraju. W znacznym stopniu spolonizowali oni oblicze poznańskiej Gminy Żydowskiej. W chwili wybuchu II wojny światowej w Poznaniu zamieszkiwało około 2000 Żydów, czyli niespełna 1% ludności.

Likwidacja mniejszości żydowskiej w Poznaniu 1939-43: Po zajęciu Poznania przez Niemców, dnia 10 września 1939 roku natychmiast została zamknięta synagoga, wkrótce zresztą przebudowana na basen pływacki dla żołnierzy Wehrmachtu. Obok zwykłych w całym państwie nazistowskim szykan, we wcielonym do Rzeszy Poznaniu bardzo wcześnie rozpoczęto akcję eksterminacyjną: w październiku 1939 roku aresztowano i rozstrzelano w Forcie VII około 40 Żydów wielkopolskich, którzy mieli jakikolwiek udział w polskim powstaniu 1918-19 i polskich organizacjach patriotycznych. W listopadzie 1939 roku przy ulicy Bałtyckiej utworzono obóz przejściowy dla mających być wysiedlonymi Żydów. Ponad 800 (większość z nich) deportowano stąd 13 grudnia 1939 roku do Ostrowa Lubelskiego, potem podzielili los innych polskich Żydów - zostali zgładzeni. W latach 1940 i 1941 setki Żydów z Wielkopolski przebywało w Poznaniu, w licznych małych obozach pracy (m. in. na Krzesinach, na Junikowie i na przedwojennym Stadionie Miejskim, za dzisiejszym Multikinem). Pracowali oni przymusowo na terenie miasta. Około 200 z nich zginęło tutaj. Między sierpniem a październikiem 1943 roku zlikwidowano wszystkie te obozy, a przebywających w nich Żydów wywieziono (w większości do Oświęcimia). Wkrótce prawie wszyscy zostali zamordowani. Wojnę przeżyło tylko około stu spośród blisko ponad 2000 wszystkich żyjących w 1939 roku poznańskich Żydów.

Żydzi w Poznaniu po II Wojnie Światowej: Tylko kilkudziesięciu spośród i tak nielicznych uratowanych poznańskich Żydów powróciło po roku 1945 do miasta. Po odblokowaniu przez polskie władze komunistyczne możliwości emigracji, większa część z nich wyjechała po roku 1956 do Izraela, USA i krajów Europy Zachodniej. Od połowy lat 80-tych nieliczni poznańscy Żydzi zbierali się regularnie w udostępnianych im pomieszczeniach parafii jezuickiej. W roku 1998, odtworzona została poznańska wspólnota żydowska. A sensie administracyjnym jest ona filią Związku Gmin Wyznaniowych Żydowskich RP. Obecnie liczy ona niewiele ponad 40 członków, z tego około połowy w samym mieście, pozostali z innych miejscowości Wielkopolski. Wspólnota posiada siedzibę przy ulicy Stawnej, naprzeciw gmachu dawnej Nowej

Synagogi, którego własność odzyskała. We współpracy z Kościołem Katolickim współorganizuje coroczne Dni Kultury Żydowskiej, a także szereg spotkań kulturalnych w swojej siedzibie, koncerty muzyki żydowskiej, w tym niektóre w dawnej synagodze.

3. Sławni poznańscy Żydzi (A.M.R.)

Podróżnik **Caspar da Gama** (lub: Gaspar da India). Znany podróżnik i kartograf. Urodził się między rokiem 1444 a 1450 w Poznaniu. W młodym wieku opuścił swoje miasto i przez Palestynę udał się aż do Indii. Tam współpracował z Portugalczykami. Usynowiony przez Vasco da Gamę, przyjął chrześcijaństwo i jego nazwisko. Badał wybrzeża Indii, Afryki Wschodniej, Indochin, Ceylonu i Jawy, najprawdopodobniej także Brazylii - był zatem pierwszym znanym z imienia Żydem, który zobaczył Południową Amerykę. Sporządził liczne mapy wybrzeży nowo odkrytych terytoriów. Wiele nich było pierwszymi wykonanymi przez białego człowieka. Zmarł prawdopodobnie w Indiach między rokiem 1510 a 1520.

Sędzia **Samuel Margoloth**. Dajan, czyli sędzia świecki był protoplastą znanej europejskiej rodziny uczonych rabinów. Pełnił on swój urząd w Poznaniu w latach 1527 - 1551. Jego trzeci syn, Mojżesz Mordechaj Margoloth, działał w Krakowie i dał początek prawdziwej dynastii talmudystów.

Rabbi **Juda Loew ben Bezalel**. Znany jako **Maharal** z Pragi, jeden z najważniejszych znawców Talmudu, żydowskiej filozofii i mistyki, twórca legendarnego Golema, urodził się w Poznaniu w roku 1525 i tu spędził swoje dzieciństwo. Choć większość życia związany był z Morawami i Czechami, zwłaszcza z Pragą, powrócił do Poznania najpierw jako rabin w latach 1585-88, a następnie po raz drugi w roku 1592, kiedy to znów przez 5 lat (do 1597 roku) był tu rabinem. Następnie przeniósł się ostatecznie do Pragi, gdzie zmarł w roku 1609.

Rabbi **Akiva Eger**. Urodzony w 1761 roku w Eisenstadt (wówczas na terenie Węgier), od roku 1770 żył i działał w Wielkopolsce (Leszno, Rawicz, Mirosławiec), aż w 1814 roku został w Poznaniu wybrany nadrabinem Wielkopolski. Tu zmarł w roku 1837. Akiva Eger był jednym z najstojniejszych ortodoksyjnych teologów żydowskich, jednym z najgłośniejszych przeciwników Haskali. Stał jednak jednocześnie na czele zwolenników naturalizacji Żydów w Wielkopolsce, należącej do państwa pruskiego. Jego osobisty autorytet dał przykład setkom współwyznawców i przyczynił się do szybkiej emancypacji poznańskich i wielkopolskich Żydów.

Lekarz i polityk **Julius Moses** (1868-1942). Jeden z najwybitniejszych przedstawicieli krytyki medycznej z pozycji socjalnych przed I wojną światową i w okresie międzywojennym. Wydawca wielkonakładowej prasy żydowskiej i medycznej w Berlinie. Pionier higieny seksualnej i głośny zwolennik socjalnej opieki zdrowotnej. Wybitny członek SPD, poseł do Reichstagu. Wczesny przeciwnik narodowego socjalizmu. Zginął w obozie koncentracyjnym w Terezynie.

Profesor **Zygmunt Bauman**. Światowej sławy socjolog, wykładający w Wielkiej Brytanii, urodził się w 1925 roku w Poznaniu i żył tutaj do 1939 roku, kiedy to jego rodzina uciekła przed nadciągającą wojną do Związku Sowieckiego. Bauman uczęszczał w Poznaniu do szkoły podstawowej i rozpoczął tutaj edukację w szkole średniej. Do dziś odwiedza swoje rodzinne miasto.

Aktorka **Lilli Palmer** (Lillie Marie Peiser). Znana wykonawczyni wielkich ról teatralnych i filmowych, ale także śpiewaczka. Po ukończeniu szkoły aktorskiej w Berlinie, jej artystyczna kariera przebiegała najpierw w Darmstadt, potem w Paryżu, Londynie, a następnie w Hollywood. Tam też aktorka zmarła w roku 1986. Urodziła się jednak w Poznaniu (1914). Grała między innymi role w filmach Alfreda Hitchcocka.

4. Formy pobytu w Poznaniu i zwiedzania miasta przez turystów pochodzenia żydowskiego (P.R i A.M.R.)

(P.R.) Turyści anglojęzyczni pochodzenia żydowskiego stosunkowo rzadko przyjeżdżają do Poznania w dużych grupach zorganizowanych. Częściej są to pojedyncze osoby, np. wśród grup turystów amerykańskich, czy wśród gości konferencyjnych, gości urzędów lub studentów zagranicznych. Całkiem sporo jest także turystów indywidualnych - zarówno tych, przyjeżdżających na krótkie pobyty typu city break, jak i korzystających z możliwości zwiedzania w ramach wizyt biznesowych. Zazwyczaj są to osoby dojrzałe lub nawet w zaawansowanym wieku, raczej majątne i dobrze wykształcone. Co ciekawe, mimo kilku wybitnych przedstawicieli poznańskiej gminy żydowskiej, większość Żydów anglojęzycznych nie pamięta dziś o istnieniu tej diaspory. Są oni raczej mile zaskoczeni obecnością wątków żydowskich, które odnajdują w naszym mieście, natomiast bardzo rzadko przyjeżdżają tutaj właśnie ze względu na nie.

(A.M.R.) Inaczej sprawa ma się z turystami niemieckojęzycznymi, pochodzącymi z Niemiec i Szwajcarii, a częściowo także z Izraela. W ostatnich latach pojawiły się grupy organizowane m.in. przez żydowskie muzea i wspólnoty kulturalne, np. w Niemczech (Berlin), Szwajcarii (Zurych, Bazylea), Austrii (Hohenems), a także biura podróży specjalizujące się w wyprawach etnicznych (jak szwajcarskie *Jewish Culture Tours* z Zurychu czy niemieckie *Milk and Honey Tours* z Berlina). Turyści ci z reguły częściej uczestniczą w wielodniowych wycieczkach o charakterze kulturowo-etnicznym i pobyt w Poznaniu, jak zresztą w ogóle w Polsce, jest dla nich kolejną tego typu wyprawą. Z tego powodu można u nich stwierdzić wysoki poziom wiedzy o dziejach polskich Żydów. Niektórzy z nich są także bardzo dobrze przygotowani do pobytu w naszym mieście, orientują się w najważniejszych wydarzeniach i biografiach lokalnej historii żydowskiej, stawiają konkretne pytania i bardzo chętnie słuchają dłuższych wyjaśnień. Z kolei spory odsetek indywidualnych turystów z tej grupy językowej pojawia się w Poznaniu podróżując śladami swoich bliskich, często też ich wyprawy nie kończą się w samym mieście, lecz proszą oni przewodnika o towarzyszenie im do którejś z mniejszych miejscowości w Wielkopolsce lub nawet poza nią, do miejsc skąd pochodzili ich przodkowie.

5. O co pytają turyści żydowskiego pochodzenia? (P.R. i A.R.M.)

Anglojęzyczni (P.R.). Kiedy Żydzi anglojęzyczni dowiadują się o historycznej obecności gminy i jej wielkich przedstawicieli, pytają głównie o nich - zwłaszcza o losy Jehudy Lowa ben Bekalela i - w tym kontekście - o pomnik Golema, o życie i dzieło Akivy Egera czy o ślady Lilli Palmer. Obok poszczególnych wybitnych postaci interesuje ich także historia Żydów, ich rola w życiu miasta, powody, dla których dziś są praktycznie niewidoczni, czasy wojenne, oraz co dalej stanie się z poznańską synagogą, a także jaka jest możliwość wejścia do środka. Poniżej zestawienie najczęstszych pytań turystów z tej grupy:

- Dlaczego nie ma w Poznaniu pomnika Jehudy Low ben Bekalela, skoro jest tu pomnik Golema?
- Dlaczego ogólnie wielcy poznańscy Żydzi są tak słabo upamiętnieni w mieście?
- Gdzie jest pochowany Akiva Eger i czy można tam wejść?
- Jak liczna była gmina w poszczególnych okresach? Ilu Żydów było w Poznaniu przed wojną i co się z nimi stało?
- Jakie są dalsze plany w stosunku do Nowej Synagogi? Czy poznańska gmina już coś robi w celu zamknięcia pływalni? Czy można wejść do Synagogi, żeby się pomodlić? Jakie wydarzenia kulturalne są organizowane dziś w synagodze i czy przychodzi na nie wiele osób?
- Czy w mieście jest Tora?
- Dlaczego gmina żydowska dziś tak mało robi w celu upamiętnienia obecności Żydów w Poznaniu i odzyskania utraconego mienia?
- Czy jest w mieście żydowska restauracja? Czy prowadzą ją Żydzi? Dlaczego nie jest ona prowadzona na terenie dawnej gminy żydowskiej?

Niemieckojęzyczni (A.M.R.). Większość pytań tej grupy dotyczy czterech tematów: codziennego życia i statusu prawnego historycznej gminy żydowskiej w Poznaniu, sytuacji Żydów w latach międzywojennych oraz podczas hitlerowskiej okupacji (w tym miejsc ich ostatecznej zagłady), szczegółów z biografii lub dokonań wybitniejszych postaci, wreszcie liczebności, statusu i funkcjonowania dzisiejszej gminy, w tym przejawów żydowskiego życia kulturalnego i religijnego w mieście i w Wielkopolsce. Najbardziej interesują się postaciami z nowszej historii, w tym Akivą Egerem, Lilią Palmer, Julusem Mosesem i - rzadziej - Zygmuntem Baumannem. Najczęściej zadawane przez nich pytania to:

- Ilu Żydów mieszkało kiedyś w Poznaniu (w różnych okresach), jaki był ich odsetek?
- Czym się głównie zajmowali? Jakimi mieli prawami?
- Czy były w dawniejszej historii miasta przypadki prześladowań, zorganizowanych pogromów?
- Czy w okresie międzywojennym dyskryminowano Żydów w Poznaniu?
- Czy podczas okupacji polscy poznaniacy pomagali Żydom?
- Ilu poznańskich Żydów przeżyło ostatnią wojnę, ilu powróciło do Poznania?
- Ilu Żydów obecnie mieszka w Poznaniu, ilu z nich przyznaje się do tego pochodzenia, narodowości, religii?
- Czy gmina żydowska prowadzi życie religijne (liturgiczne), czy jest dom modlitwy, rabin, cmentarz?
- W jakim stanie są cmentarze i groby żydowskie?
- Dlaczego w Synagodze jest basen, a nie - na przykład - muzeum?
- Jakimi są dzisiaj stosunki Żydów i pozostałej ludności miasta?

6. Wrażliwość, uprzedzenia i „tabu” (A.R.M. i P.R.)

(A.M.R.) „Holocaust” i szczególna **wrażliwość**. Bezprzykładny, zaplanowany genocyd, dokonany przez hitlerowskich nazistów podczas ostatniej wojny w głównej mierze na historycznych ziemiach Polski, stanowił faktyczny kres masowej i różnorodnej żydowskiej obecności wśród Polaków. To wydarzenie, stanowiące największy bodaj wstrząs w długiej

historii narodu żydowskiego, pozostaje odtąd jednocześnie nieuniknionym kontekstem wszystkich wyjazdów przedstawicieli tego narodu do Polski. Nie zawsze jest on wyartykułowany w programie podróży i nie musi być nawet nazwany w trakcie zwiedzania - ale niezależnie od tego będzie stale obecny w myślach i osobistych przeżyciach każdego przyjeżdżającego tutaj Żyda, bez względu na miejsce jego urodzenia. Wszystkie informacje przekazywane i uzyskiwane w trakcie zwiedzania, a nawet wszystkie osobiste doświadczenia gościa w trakcie pobytu, jak zachowania osób, z którymi się kontaktuje, przekaz medialny, będą - świadomie lub nieświadomie - konfrontowane z tkwiącą głęboko w przedstawicielach tego narodu, świadomością ogromnej historycznej krzywdy, której doświadczyli na polskiej ziemi, jeśli nawet nie była ona uczyniona rękami Polaków. Z tego powodu żydowscy turyści są szczególnie uczuleni na najdrobniejsze przejawy nie tylko antysemityzmu, ale każdego rodzaju ksenofobii, silnie, a nawet nierzadko przesadnie reagują na ewentualne nieuprzejme odnoszenie się do nich lub nawet używanie zbyt protekcyjnych wyrażen w narracji przewodnickiej, informacjach pisanych, treściach prezentacji (np. podczas eventów i przedstawień) czy opisach ekspozycji. Absolutnym „tabu” dla personelu obsługującego turystów są oczywiście w tym kontekście jakiegokolwiek dowcipy, godzące w godność narodową, religijną lub osobistą Żydów, i to niezależnie od ewentualnego stopnia otwartości lub osiągniętej zażyłości przewodnika z grupą lub gośćmi indywidualnymi.

(P.R.). Największe zdziwienie i kontrowersje w trakcie zwiedzania wzbudza zazwyczaj sytuacja poznańskiej Nowej Synagogi - aktualnie wciąż jeszcze pływalni. W zależności od tego, skąd przyjeżdżają goście, ich zaangażowanie w tej kwestii jest różne. Żydzi mieszkający w Ameryce są zazwyczaj poruszeni historią i obecnym stanem tego budynku i próbują dowiedzieć się, czy i jak mogliby pomóc. Żydzi przyjeżdżający z Izraela z kolei bardziej angażują się emocjonalnie, nie kryją swego oburzenia w stosunku do zaistniałego stanu rzeczy i potrafią wręcz atakować, czy krytykować miasto, które według nich, dopuściło do takiej sytuacji. Historyczne tłumaczenie, zarówno dotyczące samego momentu dewastacji budynku, jak i późniejszego zaakceptowania stanu rzeczy przez władze komunistyczne, w tym gronie raczej dolewa oliwy do ognia, niż uspokaja sytuację. Zdarzają się nawet - pojedyncze - reakcje, próbujące wytłumaczyć, że to przewodnik się myli, bo przecież, według grup izraelskich, nawet komunistyczny rząd nie mógł być na tyle bezduszny, by przyklasnąć takiemu przeznaczeniu budynku, a model wykorzystania synagogi dziś jest raczej winą antysemitów mieszkańców miasta, którzy celowo przychodzą do budynku, by go bezcześcić. Goście niemieckojęzyczni częściej rozumieją aktualną sytuację, wyjaśnienie o niewielkiej liczebności poznańskiej wspólnoty żydowskiej i braku środków na większe inwestycje zazwyczaj im wystarcza, choć dyskusje w tej kwestii toczą się jeszcze znacznie później, na przykład podczas posiłku. Dość powszechna jest prośba ze strony turystów żydowskich, by mówić wszystkim odwiedzającym miasto o planach, jakie ma poznańska gmina oraz o wykorzystaniu kulturalnym gmachu.

Mniej kontrowersyjna jest kwestia miejsca pochówku Akivy Egera. Oczywiście pojawiają się głosy zdumienia, rzadziej nawet oburzenia, kierowane pod adresem miejskich władarzy, że nie zadbano o cmentarz żydowski, i że na jego miejscu znajdują się dziś tereny targowe, a szczątki cmentarza ukryte są dziś na podwórku bloku. Z drugiej strony gościom często podoba się sposób rekonstrukcji kilku stojących macew oraz dbałość o ich wykonanie. Kwestia zamkniętej bramy bywa zarówno krytykowana - jako bariera dla turystów, jak i chwalona - jako forma ochrony obiektu.

7. Trasy zwiedzania Poznania dla grup żydowskich (A.M.R)

Wielowiekowe dzieje Żydów oraz ich wyjątkowo duży udział w populacji przedwojennej Polski powoduje szczególne zainteresowanie przedstawicieli tego narodu naszym krajem. Odzwierciedla się to także w ich aktywności turystycznej. W przypadku tej właśnie grupy etnicznej (obok środowiska polonijnego i licznych Niemców) można w odniesieniu do przyjazdów do Polski mówić jako o turystyce etnicznej (w tym sentymentalnej i tzw. „roots tourism”), ze wszystkimi jej typowymi cechami i wszystkimi uwarunkowaniami. Wielu turystów z tej grupy będzie zatem poszukiwało w Polsce, w Wielkopolsce, rzadziej natomiast w samym Poznaniu miejsc związanych z historią własnej rodziny. Będą chcieli zwiedzać obszary zamieszkania, dawne miejsca kultu i pochówku żydowskich mieszkańców naszego miasta. Zainteresują ich procesy historyczne (jak np. sposób i kierunek przebiegania asymilacji Żydów poznańskich), mające czasem konkretny związek z kształtowaniem się tożsamości ich rodzinnego środowiska. Będą także zainteresowani bardziej znanymi lub typowymi przedstawicielami diaspory żydowskiej, którzy odegrali liczącą się rolę w historii kraju i miasta, albo w dziejach wspólnoty żydowskiej pozostawili po sobie materialne ślady. Z zaciekawieniem wysłuchają legend związanych z poznańskimi Żydami. Niektórzy będą poszukiwali kontaktu z przedstawicielami tutejszej wspólnoty żydowskiej i chętnie złożą wizytę w jej siedzibie. Jak wszyscy turyści etniczni, wykazują oni oczywiście szczególną wrażliwość na odnoszenie się do śladów obecności Żydów, na sposoby upamiętniania dziedzictwa ich społeczności w naszym kraju i mieście, a także na szacunek dla świętych miejsc (w ich przypadku będą to synagogi i cmentarze).

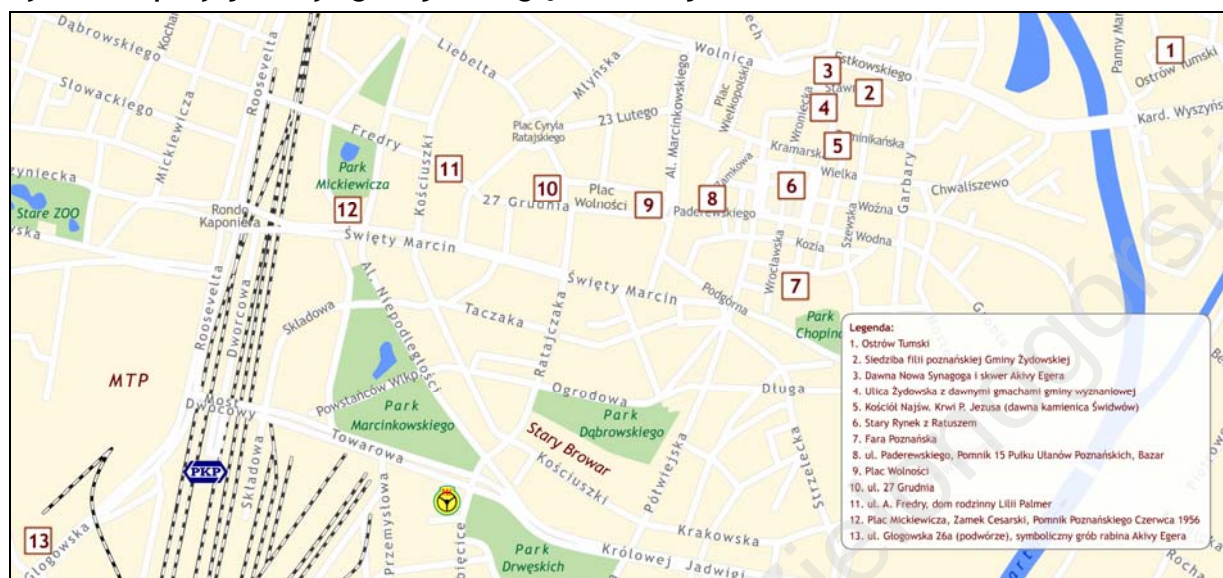
To wszystko warunkuje zainteresowania tej grupy gości: Żydami poznańskimi, biografiami i dziełami ich wybitnych przedstawicieli, miejscami związanymi z historią gminy żydowskiej, okresem II wojny światowej w Polsce i w szczególności w Poznaniu, a w tym kontekście losami Żydów, świadectwami materialnymi życia i historii żydowskich współmieszkańców w ekspozycjach muzealnych, wreszcie dzisiejszym funkcjonowaniem lokalnej gminy żydowskiej. Poniżej umieszczono dwie propozycje tras dla żydowskich grup turystycznych. Pierwsza z nich to ogólna trasa historyczno-kulturowa, w szerszym zakresie uwzględniająca poznańskie judaica. Druga to odrębna trasa tematyczna dla grup wycieczkowych i gości indywidualnych szczególnie zainteresowanych kulturą i dziejami tej grupy etnicznej i religijnej lub realizujących program tematycznych podróży etnicznych po Polsce śladami Żydów.

7.1. Propozycja trasy ogólnej z uwzględnieniem judaiców:

1. Ostrów Tumski (kościół NMP in Summo- relikty palatium, Archikatedra)
2. Siedziba filii poznańskiej **Gminy Żydowskiej**, ul. Stawna (opcjonalnie: wejście)
3. Dawna **Nowa Synagoga** i skwer Akivy Egera
4. **Ulica Żydowska** z dawnymi gmachami gminy wyznaniowej
5. **Kościół Najświętszej Krwi P. Jezusa** (dawna kamienica Świdwów)
6. Stary Rynek z Ratuszem, zwrócenie uwagi na wybitniejszych żydowskich mieszkańców Rynku w XIX i XX w., m. in. R. Petersdorfera
7. Fara Poznańska
8. ul. Paderewskiego, Pomnik 15 Pułku Ułanów Poznańskich, Bazar
9. Plac Wolności (wątek Powstania Wielkopolskiego 1918-19)
10. ul. 27 Grudnia, **Teatr Niemiecki**, **Teatr Polski**

11. ul. A. Fredry, dom rodzinny Lilii Palmer
12. Plac Mickiewicza, Zamek Cesarski, Pomnik Poznańskiego Czerwca 1956
13. ul. Głogowska 26a (podwórze), symboliczny grób rabina Akivy Egera

Ryc. 1. Propozycja trasy ogólnej z uwzględnieniem judaiców



Opr. własne, wyk: O. Artyshuk 2011

7.2. Propozycja osobnej trasy tematycznej poznańskich Żydów

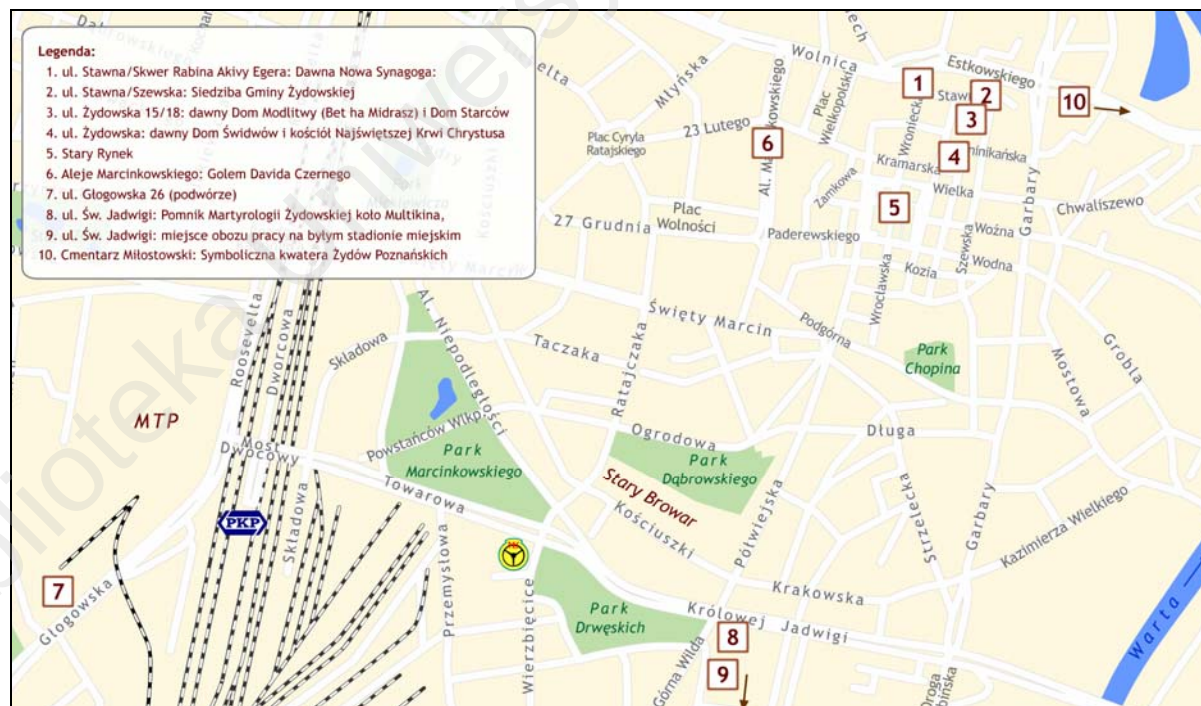
W kontekście wyartykułowanych powyżej szczególnie silnych związków turystów pochodzenia żydowskiego z Polską, a w wielu przypadkach także z Wielkopolską oraz rozwiniętych wśród nich zainteresowań historią własnej grupy etnicznej, propozycja specjalnej trasy tematycznej, odnoszącej się do żydowskiej obecności i jej dziejów w Poznaniu, może zostać przyjęta bardzo chętnie. Poniżej wymienione zostały obiekty, które powinny znaleźć się na tej trasie. Przygotowanie przewodnika do oprowadzania po niej musi obejmować: poszerzenie wiedzy o dziejach poznańskiej diaspory żydowskiej, usystematyzowanie najważniejszych faktów i wydarzeń z historii zwiedzanych miejsc i obiektów oraz ich związki z wybitnymi postaciami religii i kultury żydowskiej i innymi znanymi poznańskimi Żydami, a także ustalenie najkorzystniejszych miejsc dla przekazania legend i anegdot, odnoszących się do nich.

Optymalny przebieg trasy obejmuje 10 stacji:

1. ulica **Stawna/Skwer Rabina Akivy Egera**: Dawna Nowa Synagoga:
2. tu można przekazać główne fakty z dziejów gminy żydowskiej w Poznaniu i jej liczebności oraz dotyczące samej budowli. Dla kontrastu warto pokazać zdjęcie jej oryginalnego wyglądu z roku 1907. Tu można wspomnieć o Tygodniach Ekumenicznych oraz o chrześcijańskich gestach pamięci o Żydach (obecność arcybiskupa na synagogałnych koncertach żydowskich), a także o imprezie „Tzadik Poznań Festiwal”, odbywającej się między innymi we wnętrzu dawnej Nowej Synagogi,
2. ulica Stawna/Szewska: **Siedziba Gminy Żydowskiej** (ewentualnie możliwość spotkania, nabycia literatury na temat poznańskich Żydów. Informacja o organizowanych tu przez miejscową wspólnotę żydowską np. obchodach święta Chanuki, otwartych dla Poznaniaków),
3. ulica Żydowska 15/18: dawny **Dom Modlitwy** (Bet ha Midrasz) i Dom Starców, (główne

- fakty z dziejów i funkcjonowania poznańskiej wspólnoty żydowskiej oraz jej znaczących budowli, jak Stara Synagoga),
4. ulica Żydowska: dawny **Dom Świdwów i kościół Najświętszej Krwi Chrystusa** (legenda o rzekomym zbezczeszczeniu Hostii powinna być opowiedziana w kontekście średniowiecznego antyjudazmu i wcześniejszych podobnych przykładów w innych krajach Europy),
 5. **Stary Rynek**: tu warto pokazać kilka spośród kamienic, w XIX i na początku XX wieku należących do Żydów oraz dom, w którym w 1901 roku otwarto pierwszy poznański dom handlowy Petersdorfera. Ze szczególnie zainteresowanymi gośćmi można ewentualnie zwiedzić wnętrze Ratusza, omawiając dokładniej model Nowej Synagogi oraz zwrócić uwagę na obraz Juliusza Knorra „Rynek Poznański” z 1838 roku, wskazując na ukazaną tam postać Akivy Egera,
 6. Aleje Marcinkowskiego: **Golem Davida Czernego** - informacja o poznańskim pochodzeniu rabina Judy Bezelela ben Löwa,
 7. ulica **Głogowska 26** (podwórze): symboliczny grób Rabina Akivy Egera: tu można krótko opowiedzieć o historii przywracania pamięci o tym wybitnym teologu i uczonym w Poznaniu, a także o innych najwybitniejszych przedstawicielach żydowskiej diaspory: np. o Casparze da Gama, Juliusu Moses, i Zygmuncie Baumann,
 8. ul. Św. Jadwigi: **Pomnik Martyrologii Żydowskiej** koło Multikina,
 9. ul. Św. Jadwigi: **miejsce obozu pracy** na byłym stadionie miejskim. W tym miejscu można opowiedzieć o losie poznańskich Żydów podczas II wojny światowej i głównych miejscach ich eksterminacji poza Poznaniem: łódzkim getcie, Chełmnie nad Nerem, Oświęcimiu,
 10. **Cmentarz Miłostowski**: Symboliczna kwatera Żydów Poznańskich (lapidarium macew) i zbiorowe groby ponad 1000 Żydów wielkopolskich.

Ryc. 2. Propozycja trasy poznańskich Żydów



Opr. własne, wyk: O. Artyschuk 2011

Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego

CZĘŚĆ IV

Organizacja turystyki: poznańskie przedsięwzięcia i produkty

Wybrane działania miasta Poznania i innych podmiotów na rzecz turystyki w mieście

Wstęp

Turystyka miejska jest jedną z najpowszechniej uprawianych form turystyki kulturowej. Miasta - jako duże i często historyczne ośrodki koncentracji ludności oraz świadectwa jej kultury - zwykle posiadają bogatą ofertę turystyczną, atrakcyjną dla różnych grup potencjalnych odbiorców, tak więc niemal każdy może w ich przestrzeni znaleźć coś dla siebie. Jednakże dzisiejsi turyści bardzo często są odbiorcami wybrednymi, chcącymi poznawać nowe miejsca w inny, indywidualny i coraz bardziej niestandardowy sposób. Dostosowując się do zmian popytu turystycznego miasta muszą z kolei stale modyfikować swoją ofertę, nieustannie poszukiwać nowych impulsów i kreować nowe atrakcje oraz gotowe produkty i poszczególne usługi. Co więcej, większość miast znajduje się w sytuacji bezpośredniej konkurencji z innymi ośrodkami. W jej kontekście odpowiedzialni za turystykę i promocję muszą podejmować działania, mające na celu skłonienie turystów do przyjazdu właśnie do ich miejscowości, ci zaś wybierają niejednokrotnie jako cele swoich wypraw. Z kolei turyści wybierają właśnie te miasta, które organizują projekty, akcje i imprezy najbardziej oryginalne, zapadające w pamięć lub też z punktu widzenia gości najbardziej korzystne.

W niniejszym tekście zostaną opisane ważniejsze działania na rzecz turystyki, podejmowane w Poznaniu oraz będzie podjęta próba oceny ich efektywności. Po przedstawieniu przedsięwzięć służących bezpośredniej promocji turystycznej miasta, zaprezentowane zostaną regularnie organizowane poznańskie imprezy turystyczne i ich organizatorzy, a następnie niektóre gotowe funkcjonujące stale produkty lub usługi, których głównym modulem jest zwiedzanie miasta lub pobyt turystyczny w jego przestrzeni.

1. Przedsięwzięcia służące promocji turystycznej miasta

W Polsce najbardziej znanymi destynacjami turystyki miejskiej są Kraków, Warszawa oraz Gdańsk (lub szerzej: całe Trójmiasto). Te właśnie miasta posiadają nie tylko znaczący potencjał kulturowo-turystyczny, ale także od dawna znaną „markę” typowych celów wycieczek. Przeglądając zagraniczne przewodniki turystyczne po Polsce oraz katalogi ofert zagranicznych i polskich biur podróży uczestniczących w targach turystycznych można stwierdzić, że to właśnie wymienionym miejscowościom poświęca się najobszerniejsze rozdziały tych pierwszych i to właśnie one najczęściej pojawiają się jako cele lub etapy wycieczek w tych drugich. Pozostałe duże, historyczne miasta w naszym kraju, jak Wrocław, Toruń, Lublin czy stanowiący przedmiot naszej analizy Poznań, posiadając porównywalny potencjał, nadal pozostają niedoceniane w zakresie ofert i przez to w niewielkim tylko stopniu są „odkrywane” przez miejskich turystów: zarówno tych przybywających z zagranicy, jak i tych krajowych. Z obserwacji m.in. miejskich przewodników, prowadzących wycieczki po Poznaniu wynika, iż turyści, którzy zdecydowali się to miasto odwiedzić, prawie nigdy nie są wizytą w nim rozczarowani. Nie szczędzą oni z reguły pochwał odnoszących się do uroku historycznej części miasta, do jego zabytków i pozostałych zasobów kulturowych, generalnie także są

usatysfakcjonowani ofertą spędzania czasu wolnego. Jednak stosunkowo niski stopień rozpoznawalności tych destynacji wymusza podejmowanie akcji promocyjnych, które mają na celu wyróżnienie ich oferty wśród konkurencji i zachęcenie potencjalnych gości do przyjazdu. Poniżej zostanie opisanych kilka regularnie podejmowanych przedsięwzięć, których głównym celem jest promowanie Poznania jako ośrodka turystycznego, w szczególności dla turystów kulturowych, w tym miejskich.

1.1. „Poznań za pół ceny”

Poznań jako miasto biznesowe musi borykać się z wysoką zmiennością czasową popytu turystycznego w przeciągu tygodnia. Odbывające się tutaj liczne imprezy targowe powodują duże wahanie przyjazdów. *Według danych PLOT w weekendy, w których nie odbywają się imprezy targowe, obserwuje się minimalne natężenie ruchu turystycznego (wskaźniki obciążenia obiektów noclegowych na poziomie poniżej 10%)* [Mazurczak, Olszewski, Zmysłony 2010]. Z tego powodu Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna zainicjowała w 2008 roku i odtąd corocznie koordynuje akcję „Poznań za pół ceny! Nie do wiary!”. Odbywa się ona w ostatni weekend maja. Termin ten wybrano nieprzypadkowo, jako że pozostałe miasta i liczne inne destynacje turystyczne zaplanowały swe akcje w pierwszym tygodniu tego miesiąca, podczas tzw. długiego weekendu majowego.

Na etapie koncepcyjnym omawianej akcji wskazano jej cztery bezpośrednie cele. Po pierwsze jest to zwiększenie liczby zarówno turystów odwiedzających Poznań jak i liczby mieszkańców, którzy korzystają z oferty kulturalnej i gastronomicznej podczas trwania akcji. Drugim celem jest zaprezentowanie uczestnikom różnorodnych możliwości spędzenia wolnego czasu w Poznaniu. Po trzecie, chodzi o ukazanie w mediach atrakcyjności miasta oraz rozpropagowanie jego turystycznego potencjału. Ostatnim, czwartym celem organizatorów akcji było zachęcenie podmiotów z branży turystycznej do zwiększenia aktywności marketingowej i uelastycznienia swych ofert [Mazurczak, Olszewski, Zmysłony 2010, s. 3]. Celami drugorzędnymi były m.in. zmiana wizerunku miasta i jego mieszkańców oraz - co oczywiste - zwiększenie dochodu z turystyki.

Istotą akcji, jak sugeruje jej nazwa, jest obniżenie o połowę cen za usługi turystyczne (oraz powiązane z turystyką, jak gastronomiczne). Partnerów przedsięwzięcia podzielono na grupy: hotele, gastronomia, muzea oraz pozostali (m. in. Palmiarnia, Centrum Wycieczkowe „Lech”, Nowe Zoo). Z roku na rok liczba podmiotów uczestniczących w akcji rośnie: w roku 2010 brało w niej udział w sumie 113 podmiotów, z czego największą grupę (45) stanowiły obiekty gastronomiczne, za nią (33) uplasowały się hotele [Smatuła, Zmysłony 2010, s. 22]. W opinii konsumentów, w grupie podmiotów uczestniczących nadal brakuje m.in. poznańskich kin oraz Miejskiego Przedsiębiorstwa Komunikacyjnego. Jednym z głównych problemów, jakie napotkała akcja, była praktyka obniżania cen tylko za niektóre usługi, wybrane dania z menu itp. Turyści byli tym samym wprowadzani w błąd, gdyż - nieuprzedzeni o tym fakcie - z góry zakładali, iż w ofercie każdego podmiotu-uczestnika akcji obniżka dotyczy wszystkich usług. Z drugiej strony zdecydowanie pozytywnie ocenia się stworzoną w ramach przedsięwzięcia możliwość zwiedzania obiektów i miejsc, które zwykle są niedostępne dla turystów. Darmowe wycieczki z przewodnikami cieszą się tak znacznym zainteresowaniem, że obsłużenie wszystkich chętnych okazało się niemożliwe. Przeprowadzający badanie przebiegu i ocen akcji w roku 2010 stwierdzili fakt częstego uskarżania się konsumentów na zatłoczenie miasta i obiektów, co jednak w przypadku tej właśnie ostatniej edycji mogło wynikać z faktu,

że zbiegła się ona w czasie z początkiem tradycyjnego poznańskiego Jarmarku Świętojańskiego. Wystąpiła także obawa, że w roku 2010 może już nie wystarczyć oferowanych miejsc w hotelach i restauracjach dla tych wszystkich gości, których zachęciły poprzednie akcje i rozległa skala promocji. Generalnie jednak „Poznań za Pół Ceny” jest oceniany bardzo pozytywnie. Z roku na rok notuje się wzrost liczby zarówno podmiotów uczestniczących jak i konsumentów, badania wykazują także wzrost liczby osób deklarujących chęć ponownego skorzystania z tej oferty. Prawie wszystkim gościom Poznań się spodobał i zadeklarowali, że będą zachęcać znajomych do jego (ponownego) odwiedzenia [Szmatała, Zmysłony 2010, ss. 17-20]. Również partnerzy akcji odnotowali znaczący wzrost zainteresowania ich ofertą w porównaniu z weekendem poprzedzającym. Organizatorzy deklarują kontynuację tego przedsięwzięcia w kolejnych latach. Jako swoje najważniejsze zadanie definiują oni poprawę akcji promocyjnej przedsięwzięcia, której skalę oddziaływania na chwilę obecną oceniają krytycznie. Autorzy raportu poznańskiego PLOT stwierdzają: należy położyć nacisk na promocję zewnętrzną, szczególnie zagraniczną. Nie ma natomiast potrzeby większej promocji wewnętrznej, gdyż aktualna liczba osób zainteresowanych skorzystaniem z promocyjnej oferty przerasta możliwości obiektów uczestniczących w akcji. To ich pojemność limituje jej zasięg - zwiększanie liczby uczestników może nastąpić tylko pod warunkiem zwiększenia liczby podmiotów [Szmatała, Zmysłony, 2010]. Z raportu wynika że należy nadal zwiększać liczbę partnerów akcji, szczególnie w grupie placówek muzealnych, instytucji kulturalnych, a także powiększyć grupę uczestniczących w akcji przewodników (jako że stwierdzono zbyt małą liczbę oferowanych wycieczek po mieście i obiektach).

Akcja „Poznań za pół ceny” została wyróżniona przez Polską Organizację Turystyczną w konkursie na najlepszy produkt turystyczny podczas 20. Tour Salonu [PLOT 2010].

1.2. „Zjedz Poznań za pół ceny”

Przedsięwzięciem pokrewnym do powyżej opisanej akcji jest projekt „Zjedz Poznań za pół ceny”. Jakkolwiek ta akcja, odbywa się na znacznie mniejszą skalę, to jej częstotliwość jest znacznie większa. Ma ona mianowicie miejsce co tydzień. Każdorazowo jedna z partnerskich restauracji, w wybranym przez siebie dniu, oferuje o połowę tańsze menu. [PLOT 2010].

1.3. Promocja miasta na targach turystycznych

Dla promocji miasta jako celu turystyki równie ważne, jak opisane powyżej działania na terenie Poznania, są akcje podejmowane na zewnątrz. Dotyczy to zarówno promocji w obrębie województwa jak i kraju oraz za granicą. Poznań od lat aktywnie realizuje swoją promocję w targach turystycznych i w ramach innych imprez na terenie niemal całej Europy. Dla przykładu poniżej lista ważniejszych branżowych imprez targowych, w ramach których miasto było promowane oficjalnie tylko w roku 2010:

- RegionTour, Brno, Czechy
- Vakantiebeurs, Utrecht, Holandia
- CMT, Stuttgart, Niemcy
- Reisen, Hamburg, Niemcy
- ITB, Berlin, Niemcy
- Glob, Katowice, Polska
- Thames Festival, Londyn, Wielka Brytania

- EIBTM, Barcelona, Hiszpania
- Międzynarodowe Targi Turystyczne, Charków, Ukraina
- Międzynarodowe Targi Turystyczne, Wrocław, Polska
- Touristik & Caravaning International, Lipsk, Niemcy
- Toursalon, Poznań, Polska
- oraz szereg innych

Foldery informacyjne miasta, dystrybuowane na targach turystycznych, skupiają się przede wszystkim na informacjach o noclegach oraz wyżywieniu, natomiast jego ważniejsze atrakcje są opisane bardziej ogólnie. Dużą popularnością cieszą się rozdawane darmowe mapy miasta. W niewielkiej ilości są również dostępne foldery opisujące poszczególne typy atrakcji, na przykład pierścień fortyfikacji, przeznaczone dla osób szczególnie zainteresowanych danymi obiektami czy tematami. Na berlińskie ITB w roku 2011, którego gościem strategicznym jest Polska, przygotowano z kolei serię różnorodnych zestawów rabatowych dla turystów, które - stanowiąc dominującą grupę materiałów - mają wyróżniać ofertę Poznania spośród innych polskich miast.

Oprócz targów turystycznych miasto promuje się również podczas różnych wydarzeń, m.in. o charakterze kulturalnym i sportowym, przede wszystkim tych odbywających się na terenie Wielkopolski. Poniższe wyliczenie niektórych imprez odbywających się tylko w roku 2010 ukazuje różnorodność grup docelowych tak organizowanej promocji:

- Jarmark Wielkanocny, Szreniawa
- Dni Konina, Konin
- Skania Maraton Lang Team, Chodzież
- Parada Parowozów, Wolsztyn
- Wielkopolska Gospodarcza Wystawa Małych i Dużych Przedsiębiorstw, Piła
- Motorowodne Mistrzostwa Europy w klasie 0-500, Śrem
- Międzynarodowe Zawody Sikawek Konnych, Cichów
- Dzień Spieczonego Bliźniaka, Czarnków

W okresie od marca do sierpnia 2010 roku Poznań prowadził swoją promocję turystyczną w ramach 15 masowych imprez sportowych i kulturalnych. Gdy dodać zagraniczne targi turystyczne, a także inne wydarzenia o mniejszej skali, łatwo dostrzec skalę zaangażowania miasta w promocję turystyczną. W najbliższej przyszłości pomocna w realizacji promocji Poznania może okazać się nowa zsynchronizowana kampania promocyjna, opisana poniżej.

1.4. Miasto Know-How

W kwietniu 2009 roku Poznań zmienił profil i hasło swojej kampanii promocyjnej, z dotychczasowego „Poznań - tu warto żyć” na „POZnań - miasto know-how”. Nowa kampania przed jej premierą była dobrze pilnowaną tajemnicą, której towarzyszyła świadomie podtrzymywana atmosfera przedsięwzięcia nowatorskiego i oryginalnego. Jednak w momencie zapoznania się poznańskiej opinii publicznej z nowym sloganem oraz jego z logo pojawiły się liczne głosy krytyki. Najważniejszym z nich było nie do końca jasne przestanie hasła wiodącego: „know-how” jest powszechnie rozumiane jako posiadanie wiedzy o tym, jak stworzyć dobrą firmę bądź dobrą markę. Takie zdefiniowanie akcji promocyjnej nawiązuje raczej do stereotypowego postrzegania poznaniaków jako ludzi uporządkowanych, dbających o czystość i pracowitych. Także aktualne użycie tego sformułowania wiąże się najczęściej ze sferą

biznesu, przez co i hasło wydaje się być skierowane głównie do turystów biznesowych, pomijając zainteresowania i oczekiwania typowych turystów miejskich (ukierunkowanych na wrażenia o charakterze kulturowym). Zastosowana w sloganie zmiana zapisu nazwy miasta na POZnań wiąże się bezpośrednio z zapisem w liniach lotniczych. Każde miasto, a dokładniej port lotniczy, jest określone skrótem składającym się z trzech liter. W przypadku poznańskiego portu Ławica jest to właśnie POZ. Wykorzystanie tego w logo pozwoli łatwiej skojarzyć nazwę miasta osobom przylatującym do Poznania. Ostatnim elementem nowego promocyjnego logo jest niebieska gwiazdka, znajdująca się w miejscu kreski nad „n” w nazwie Poznań. Pełni ona rolę mniejszej wersji logo i pojawia się często w rogach korespondencji bądź plakatów, stanowiąc najbardziej charakterystyczny i najlepiej rozpoznawalny element nowej grafiki.

Ryc. 1. Logo Poznania w aktualnej kampanii promocyjnej.



Źródło: www.awzr.pl

Pierwszym krokiem kampanii była promocja firm wywodzących się z Poznania, a będących znanymi markami przynajmniej w skali kraju: m.in. Allegro, Bridgestone, GlaxoSmithKline Pharmaceuticals, Kompanii Piwowarskiej, Międzynarodowych Targów Poznańskich, sieci sklepów Piotr i Paweł, zakładów Solaris Bus&Coach, CSB Stary Browar czy firmy jubilerskiej „W. Kruk”. Na ich siedzibach, obok nazwy danego przedsiębiorstwa pojawiła się niebieska gwiazdka oraz krótki tekst promocyjny. Wkrótce wszystkie plakaty promujące wydarzenia kulturalne i sportowe w Poznaniu otrzymały ściśle określone wzory, z użyciem kojarzonej z nowym sloganem i grafiką niebieskiej czcionki typu PT Magistral Eastern European, specjalnej kolorystyki oraz z odpowiednio dobranym układem tekstu [Logo 2010].

Pomimo początkowych kontrowersji wokół logo i sloganu akcji, zauważalne są jej pozytywne rezultaty. Charakterystyczna niebieska czcionka na białym tle powoduje, że odbiorcy zaczynają kojarzyć Poznań jako miejsce odbywania się danego wydarzenia już po pierwszym spojrzeniu na plakat. Dotyczy to w szczególności samych mieszkańców miasta i bliższej okolicy, turyści i mieszkańcy innych regionów Polski potrzebują zapewne więcej czasu, by móc tworzyć asocjacje z taką łatwością. Jeśli jednak w dalszym ciągu poznańscy organizatorzy imprez i pozostali reklamodawcy będą ściśle trzymać się norm wyznaczonych przez miejską promocję, zamierzony cel może się udać.

„POZnań - miasto know-how” skierowane jest do odbiorców w Polsce, natomiast dla obcokrajowców przewidziano inne hasło: „POZnań - energia wschodu, zachodni styl” (w wersji angielskiej: „POZnan - eastern energy, western style”). Wygląd graficzny logo jest praktycznie identyczny jak jego polskiej wersji. Ideą hasła jest wskazanie, że miasto leży na styku dwóch kultur, reprezentując zalety ich obydwu. Tym samym „energia wschodu” oznacza ośrodek ze znacznym, przyszłościowym potencjałem, z szansami na szybki rozwój i dużą siłą ekonomiczną. Europejczycy z krajów tzw. „starej Unii” kojarzą Polskę jako część wschodniej Europy, dlatego też, jako przeciwwaga w sloganie promocyjnym występuje „zachodni styl”. Użycie tego zwrotu

ma uświadamiać, że Poznań charakteryzuje wysoka jakość życia, poziom oferty kulturalnej oraz zachodnie standardy np. zachowań, a tym samym bliżej nam pod tym względem do zachodu niż do wschodu [Energia wschodu styl zachodu 2010].

2. Regularne eventy turystyczne w mieście.

Sama promocja w oczywisty sposób nie jest w stanie zapewnić sukcesu miasta jako obszaru recepcji turystycznej. Turystom trzeba w mieście zaproponować atrakcyjny pobyt. Jako że dzisiejsi turyści miejscy coraz częściej stawiają na zwiedzanie indywidualne i tym samym samodzielnie wybierają miejsca i obiekty, które chcą zobaczyć, albo imprezy, w których chcą uczestniczyć, taka oferta musi być bogata i zróżnicowana, ale jednocześnie elastyczna. Temu zadaniu najczęściej próbuje się sprostać z jednej strony przez organizację większych eventów, zawierających w sobie punkty programu przeznaczone dla różnych odbiorców, z drugiej przez oferowanie indywidualnych pakietów turystycznych, realizujących ideę „city break”. W Poznaniu głównym organizatorem tematycznych imprez turystycznych jest Centrum Turystyki Kulturowej „TRAKT”. W ich ramach indywidualny turysta może dołączyć do grup oprowadzanych przez przewodnika (a więc uczestniczyć w niektórych formach turystyki masowej), jednak zachowuje jednocześnie pełną dowolność co do wyboru wydarzeń i miejsc, w których chce uczestniczyć.

2.1 Przedsięwzięcia Centrum Turystyki Kulturowej „TRAKT”.

Przed przystąpieniem do analizy działalności Centrum Turystyki Kulturowej „TRAKT” warto pokrótce przedstawić jego genezę i wiodące idee. Projekt Traktu Królewsko-Cesarskiego w Poznaniu powstał pierwotnie na zlecenie Ministra Kultury. *21 września 2004 roku Rada Ministrów przyjęła Narodową Strategię Rozwoju Kultury na lata 2004-2013. Aby zrealizować założenia strategii utworzono Narodowy Program Kultury: „Ochrona Zabytków Dziedzictwa kulturowego na lata 2004-2013”, który to program przewiduje tworzenie markowych produktów turystyki kulturowej [Trakt 2010].*

Jako jeden z tego rodzaju produktów postanowiono utworzyć Trakty Królewskie w najważniejszych pod kątem turystycznym miastach Polski. Zadaniem tych produktów było nie tylko utworzenie trasy, którą mogli przemieszczać się turyści, lecz także stworzenie platformy organizacji wydarzeń artystycznych czy edukacyjnych w historycznej przestrzeni miejskiej. Co niezwykle ważne - trakty miały być przeznaczone nie tylko dla turystów, lecz także dla samych mieszkańców miasta. W pewnym zakresie ich działalność nawet bardziej niż na turystach miała się skupiać na uświadamianiu mieszkańców na temat unikalnych cech i walorów ich miejscowości.

W Warszawie, Krakowie i Gdańsku trakty królewskie już istniały, ale jako wyznaczone trasy, którymi przemieszczali się turyści, a nie zintegrowane produkty turystyczne. Z kolei Narodowa Strategia Rozwoju Kultury zakładała organizację tych ostatnich w Warszawie, Krakowie, Wrocławiu, Poznaniu i Gdańsku. Pierwszym miejscem realizacji projektu stała się Warszawa, a obok niej Trakt - od roku 2005 - tworzony jest w Poznaniu.

Dla poznańskiego Traktu wybrano nazwę Królewsko-Cesarski. W zamyśle inicjatorów i organizatorów ma to po pierwsze wyróżnić go wśród podobnych produktów turystycznych w innych miastach, po drugie wskazuje na unikalność Poznania, w którym przebywali zarówno królowie polscy, jak i cesarze rzymsko-niemieccy, Niemiec i cesarz Francuzów. Odpowiedzialne za funkcjonowanie Traktu Biuro Programu "Trakt Królewsko-Cesarski w Poznaniu" zostało

utworzone w 2007 r. i do końca września 2009 r. organizacyjnie podlegało Wydziałowi Rozwoju w Urzędzie Miasta Poznania. Od 1 10. 2009 poznańskie biuro przekształciło się w miejską instytucję kultury - Centrum Turystyki Kulturowej "TRAKT" [Trakt 2010].

2.2. Weekend z historią

Odwołując się do słów przedstawicieli CTK „TRAKT”, *„Weekend z Historią” jest imprezą edukacyjno-kulturalną, związaną tematycznie z przypadającą w danym roku rocznicą ważnych dla Poznania wydarzeń historycznych*¹. Punktem ogniskującym eventu jest przy tym każdorazowo inna część przestrzeni Traktu. Impreza odbywa się raz do roku i miała dotychczas następujące edycje

- 2006 - „Tu się Polska zaczęła” oraz „Weekend z Napoleonem”
- 2007 - „Dni grodu Przemysła”
- 2008 - „Jak Czarniecki do Poznania”
- 2009 - „Poznaj Raczyńskich”
- 2010 - „Odkryj Dzielnice Zamkową”

Głównym założeniem poznańskich „Weekendów z historią” jest odkrywanie i prezentacja ważnych wydarzeń z historii miasta. Główną grupą adresatów imprezy są nie tyle turyści, co sami mieszkańcy miasta, w myśl wiodącej zasady „bądź turystą w swoim mieście”. Najprawdopodobniej dlatego imprezy te nie odbywają się w okresie wakacji szkolnych (czyli głównego w Polsce sezonu turystycznego), a we wrześniu bądź w październiku. Dzięki temu większa jest szansa zainteresowania nimi i przyciągnięcia do uczestnictwa mieszkańców, którzy powrócili już z urlopów. Event jest zawsze poprzedzony projektem edukacyjnym dla dzieci z poznańskich przedszkoli i szkół. Projekt - składający się z zajęć edukacyjnych i konkursów - ma na celu przybliżenie dzieciom tematyki historycznej. W przygotowanie programu kolejnych „Weekendów z Historią” włączają się instytucje partnerów programu, jak również inne podmioty zajmujące się działalnością kulturalną. Dla lepszego zrozumienia idei i sposobu organizacji tej grupy imprez poniżej zostanie w skrócie przedstawiony przebieg kilku z nich.

„Tu się Polska zaczęła... Dni Ostrowa Tumskiego i Śródkę” to tytuł trzydniowej imprezy edukacyjno-kulturalnej, która odbyła się w dniach 5-7 października 2006 roku [Weekend 2010]. Patronat merytoryczny sprawowała prof. dr hab. Hanna Kočka-Krenz, uznany autorytet w zakresie historii poznańskiego Ostrowa Tumskiego, kierownik badań archeologicznych na tym terenie. Zgodnie z ideą produktu turystycznego Trakt Królewsko-Cesarski, partnerami byli przedstawiciele różnych branż, np. Kino Malta, Klub Miłośników Pojazdów Szynowych, Poznańska Ogólnokształcąca Szkoła Muzyczna czy poznańska Kuria Metropolitalna.

Trzydniowy program był przeznaczony dla maksymalnie szerokiego spektrum adresatów, od dzieci szkół podstawowych po osoby pozostające poza cyklem kształcenia, żywo zainteresowane historią Ostrowa Tumskiego. Do tych ostatnich skierowana była konferencja popularnonaukowa z udziałem 11 prelegentów, dotycząca m. in. dawnej historii omawianych miejsc, w tym okresu początków chrześcijaństwa w Polsce, a także dziejów Akademii Lubrańskiego oraz planów rewitalizacji Śródkę [Weekend 2010]. Konferencja otwierała imprezę, jednak największym zainteresowaniem cieszył się program dnia następnego. Według danych Traktu z bezpłatnych, rozpoczynających się co godzinę wycieczek z przewodnikiem po Ostrowie Tumskich skorzystało łącznie ponad 300 osób. Przez cały dzień zabytkowy tramwaj za darmo dowoził mieszkańców różnych części miasta na Śródkę. Dla dzieci zorganizowano m.in.

¹ Małolepszy B., prezentacja oferty traktu dla przewodników miejskich, wrzesień 2010

warsztaty ceramiczne, malarskie, czytano legendy o mieście, a w kinie Malta miała miejsce projekcja filmu o Poznaniu. Wieczorami można było wybrać się na koncerty, odbywające się w Bazylice Archikatedralnej. Dodatkowo odbywała się wystawa tematyczna o Ostrowie Tumskim, a także miało miejsce pierwszy publiczny pokaz multimedialnej makiety dawnego grodu poznańskiego [Weekend 2010].

Inną imprezą z cyklu „Weekend z historią” był zorganizowany w dniach 26-28 września 2008 r. event pod hasłem: „Jak Czarniecki do Poznania”. Były to obchody 350. rocznicy wydarzeń upamiętnionych w hymnie narodowym, czyli zimowej przeprawy wojsk polskich przez Bałtyk podczas potopu szwedzkiego. Ideą Weekendu było przybliżenie sylwetki Stefana Czarnieckiego i realiów epoki, w której żył. Impreza rozpoczęła się konferencją popularnonaukową w Bibliotece Raczyńskich przybliżającą między innymi postać Czarnieckiego, przebieg wydarzeń okresu wojen szwedzkich w Wielkopolsce i literacką wizję tamtych czasów zawartą w twórczości Henryka Sienkiewicza. Najbardziej popularnym punktem programu okazał się sobotni piknik wojskowo-militarny połączony z dniem otwartym koszar w Centrum Szkolenia Wojsk Lądowych im. Stefana Czarnieckiego. *Podczas pikniku, który trwał od rana do późnego popołudnia, można było odwiedzić Izbę Pamięci Stefana Czarnieckiego, w której wystawione zostały m.in. rekwizyty i stroje z filmu „Ogniem i Mieczem”, Muzeum Broni Pancernej oraz współczesny sprzęt wojskowy. Zaprezentowane zostały również potyczki zbrojne wykonane przez Grupy Rekonstrukcji Historycznych oraz elementy współczesnego szkolenia w wykonaniu żołnierzy Centrum. Piknik zakończył poczęstunek prosto z żołnierskiej kuchni. Na to wydarzenie w Centrum Szkolenia Wojsk Lądowych przybyło ponad 5000 osób* [Weekend 2010]. Tematyczne wycieczki z przewodnikiem ruszyły tym razem śladami poznańskich wątków hymnu narodowego. Jak rok wcześniej odbyła się także specjalna edycja imprezy z cyklu „Verba Sacra” z czytaniem fragmentów „Potopu”. W poznańskim muzeum Henryka Sienkiewicza miało miejsce spotkanie z wnukiem pisarza, ponownie odbyły się warsztaty plastyczne dla dzieci, a także koncerty. Wyróżniającym się elementem była parada historyczno-wojskowa ulicami miasta, podczas której członkowie Grup Rekonstrukcji Historycznych przeszli, a załogi współczesnych pojazdów wojskowych przejechały przez miasto. Na Placu Wolności prezentowana była musztra wojskowa z czasów Czarnieckiego, a chętni mogli wziąć udział w okolicznościowej edycji Gry Miejskiej. Ogółem w obchodach wzięło udział około 8500 osób.

Ostatnia jak dotąd imprezą z cyklu „Weekend z historią” było „100 lat Dzielnicy Zamkowej”. Celem było tym razem zwrócenie uwagi na fakt, iż dzisiejsza Dzielnica Zamkowa - pozbawiona już swojego pierwotnego wymiaru ideologicznego - stała się forum oświaty i kultury, a jednocześnie stanowi wielowymiarową przestrzeń dla integracji europejskiej. Impreza miała w swym założeniu przyczynić się do przetamania stereotypowego postrzegania Forum Cesarskiego jako symbolu dawnej pruskiej dominacji [Weekend 2010]. Jak we wszystkich poprzednich edycjach tak i tym razem obchody rozpoczęły się od konferencji popularnonaukowej, a główna ich część przypadła na weekend. Centrum wydarzeń była oczywiście Dzielnica Zamkowa, a ten rok wyróżnił się znacznie większą liczbą obiektów, które można było zwiedzać z przewodnikiem - Collegium Minus, Teatr Wielki, Akademia Muzyczna, Uniwersytet Ekonomiczny czy Muzeum Powstania Poznańskiego Czerwca 1956. Umożliwiono nawet nocne zwiedzanie Zamku. W tej edycji znacznie bardziej skoncentrowano się na najmłodszych uczestnikach: duża część programu była przeznaczona właśnie dla nich. Ponownie odbyła się tematyczna Gra Miejska, zorganizowano kilka wystaw tematycznych oraz koncertów.

Poznańskie „Weekendy z historią” stanowią oryginalną i interesującą propozycję innego, bardziej atrakcyjnego poznawania poszczególnych części miasta i aspektów albo konkretnych wydarzeń z jego historii. Koncentrowanie się co roku na niewielkich fragmentach lokalnego dziedzictwa daje możliwość zwiedzenia i doświadczenia miejsc, które nie są dostępne na co dzień, bądź też nie zwraca się na nie większej uwagi. Rosnąca z roku na rok popularność imprezy pokazuje, iż w Poznaniu istnieje zapotrzebowanie na tego typu atrakcje.

2.3. „Tropem...”

Założenia produktu turystycznego „Trakt Królewsko-Cesarski” definiują cztery tak zwane wymiary (nazywane też „wątkami”) poznańskiego Traktu. Są to wątki tematyczne, które zostały określone w oparciu o wiodące walory kulturowe miasta. *Wyłonięte wątki odnoszą się do elementów charakterystycznych dla Poznania, podkreślają ich unikatowość w skali regionu i kraju. Każdy wątek określono również tzw. wyróżnikami, elementami budującymi markę i oryginalność Poznania - jedyne takiego miasta w Polsce* [Tropem 2010]. Są to: (1) wątek historii, (2) zabytków architektury (3), artystyczny oraz (4) tradycji wielkopolskich. Wymiar historii nie potrzebuje obszerniejszego komentarza, skupia się on na dziejach danego miejsca w przestrzeni Traktu bądź określonego okresu w przeszłości miasta. Wymiar zabytków architektury koncentruje się nie tylko na samych budowlach, ale także na ich inicjatorach i twórcach oraz dawnych mieszkańcach (w tym postaciach historycznych). Wymiar artystyczny, określane także mianem kulturalnego, skupia się na ofercie artystycznej miasta. Dotyczy on zarówno znanych i docenianych instytucji jak Teatr Wielki, jak i teatrów offowych, galerii sztuki, imprezy Malta Festiwal czy nawet poszczególnych artystów poznańskich. Wątek tradycji wielkopolskich koncentruje się na lokalnych zwyczajach, kuchni, gwarze oraz wartościach (np. pracowitość, rzetelność, gospodarność), które podkreślają swoistą odrębność miasta i wyróżniające aspekty regionalne na tle kulturowego dziedzictwa Polski. „Tropem..” to zainaugurowany w 2009 roku cykl imprez kulturalno-edukacyjnych nawiązujących do poszczególnych wymiarów, pokazujący znane i mniej znane miejsca oraz zabytki od innej, rzadko uwzględnianej strony.

Pierwsza impreza z cyklu „Tropem...” skoncentrowała się wątku Tradycji, tak więc nazywała się „Tropem Tradycji - ratuszowe rocznice”. Event trwał dwa dni (18-19 czerwca 2009) i koncentrował się całkowicie na poznańskim Ratuszu. Rozpoczęły go w piątkowy wieczór prelekcja historyczna, koncert i okolicznościowa wystawa. W sobotę odbyła się główna część, której program można podzielić na przeznaczony dla dorosłych oraz skierowany do dzieci. W jej ramach można było m.in. obejrzeć niemy film o Poznaniu w okresie dwudziestolecia międzywojennego. Dla najmłodszych przeznaczono przede wszystkim spektakle oraz warsztat edukacyjny. Ratusz można było zwiedzić z przewodnikiem, przy czym jedna wersja wycieczki przeznaczona była dla dzieci, a druga dla dorosłych.

„Tropem Zabytków - Spotkanie w Teatrze Polskim w Poznaniu” była to jednodniowa impreza z okazji 135 lat istnienia tego teatru. Organizatorzy skupili się na historii placówki oraz jej znaczeniu w zachowaniu kultury polskiej w Poznaniu. Dla dorosłych przygotowano serię prelekcji, a także spektakl. Dzieci z kolei mogły brać udział w warsztatach teatralnych. Dla dzieci i dorosłych przygotowano też osobne wersje zwiedzania budynku teatru.

Jeśli chodzi o wątek historii, to dotychczas realizowano go dwukrotnie. Obie imprezy odbyły się we wrześniu 2009 roku. Pierwsza z nich to „Tropem Historii - Spotkanie na Ostrowie Tumskim”. Była to dwudniowa impreza, podczas której chętni mogli uczestniczyć w szeregu prelekcji, wycieczek z przewodnikami oraz wystaw. Część z prelekcji była poświęcona nie tylko

historii Ostrowa, ale także jego przyszłości. Można było zobaczyć wizualizację zwycięskiego projektu Interaktywnego Centrum Ostrowa Tumskiego czy projekt rezerwatu archeologicznego. Uczestnicy mogli się również dowiedzieć więcej o samym Trakcie. Druga impreza to „Tropem Historii - Dzień otwartych koszar w Centrum Szkolenia Wojsk Lądowych”. Program był bardzo podobny do Weekendu z Historią - „Jak Czarniecki do Poznania”. Można więc było obejrzeć musztrę, defiladę, paradę, a także pozwiedzać wystawy. Innymi imprezami z tego cyklu były „Tropem Tradycji - Mikołajki na Trakcie” (grudzień 2009 i 2010), „Tropem Tradycji - gra miejska na Trakcie Królewsko-Cesarskim: Gdzie jest Gwiazdor?” (grudzień 2009) oraz „Tropem Kultury. Souvenir de Henri. Wieniawskiemu na urodziny” (lipiec 2010) - zorganizowana z okazji 175. rocznicy urodzin artysty [Tropem 2010.].

Imprezy z cyklu „Tropem...” z oczywistych względów nie mogą pod względem atrakcyjności równać się z „Weekendem z Historią”. Są one tworzone na znacznie mniejszą skalę, z mniejszą ilością partnerów. Z drugiej strony pozwalają każdorazowo skoncentrować się na jednym, konkretnym miejscu czy wydarzeniu.

2.4. Przechadzki po mieście²

Projekt, którego organizatorem jest CTK „TRAKT”, oferuje turystom darmowe zwiedzanie miasta z przewodnikami. Przechadzki charakteryzuje fakt, że są one jako oferta skierowane do osób szczególnie zainteresowanych jednym z dziesięciu historycznych obszarów Poznania. Nie jest to więc standardowe oprowadzanie po wszystkich najważniejszych punktach. Z tego powodu i ta oferta jest skierowana raczej do samych mieszkańców, zainteresowanych historią miasta, a dopiero w dalszej kolejności jej adresatami są turyści. W niedziele zwiedzanie proponowane jest raz, a co dwa tygodnie - w sobotę - dwukrotnie, przedpołudniem oraz wieczorem.

Przechadzki odbywają się w okresie od maja do października. Nie jest to długie oprowadzanie, gdyż trwa ono dwie godziny i koncentruje się na bardzo niewielkim powierzchniowo obszarze, zwykle tylko na jednym obiekcie. W ramach 10 historycznych obszarów za każdym razem zwiedza się inne miejsca. Dla przykładu wycieczki po obszarze Jeżyc koncentrują raz na Zajezdni Gajowa, innym razem na pracowni K. Iłłakowiczówny, jeszcze kiedy indziej zwiedza się kościół pw. św. Floriana. W ważniejszych obiektach, np. Archikatedrze Poznańskiej, przechadzki odbywają się kilka razy w roku [Przechadzki po mieście 2010].

2.5. Przechadzki po Poznaniu (Poznań City Walk)

O ile *przechadzki traktem* są propozycją skierowaną bardziej do mieszkańców, to już oferta podlegającego Urzędowi Miasta Centrum Informacji Miejskiej kieruje się zdecydowanie do turystów. Oprowadzanie, które odbywa się po polsku lub po angielsku, koncentruje się na pokazaniu części najbardziej znanych zabytków miasta. Podczas dwóch godzin zwiedzania turyści poznają Stary Rynek, Dzielnicę Cesarską oraz Plac Wolności. Należy zaznaczyć, iż w chwili obecnej (stan na 4.10.2010) w elektronicznym informatorze projektu [Przechadzki po Poznaniu 2010] turyści są wprowadzani w błąd informacją, iż zwiedzanie obejmuje Śródkę oraz Archikatedrę. Przechadzki prowadzone przez przewodników miejskich odbywają się od maja do września, w każdą sobotę (a dodatkowo także w dniach 2 i 3 maja) i zaczynają się o godzinie

² Nazwa oferty obowiązująca do końca roku 2010

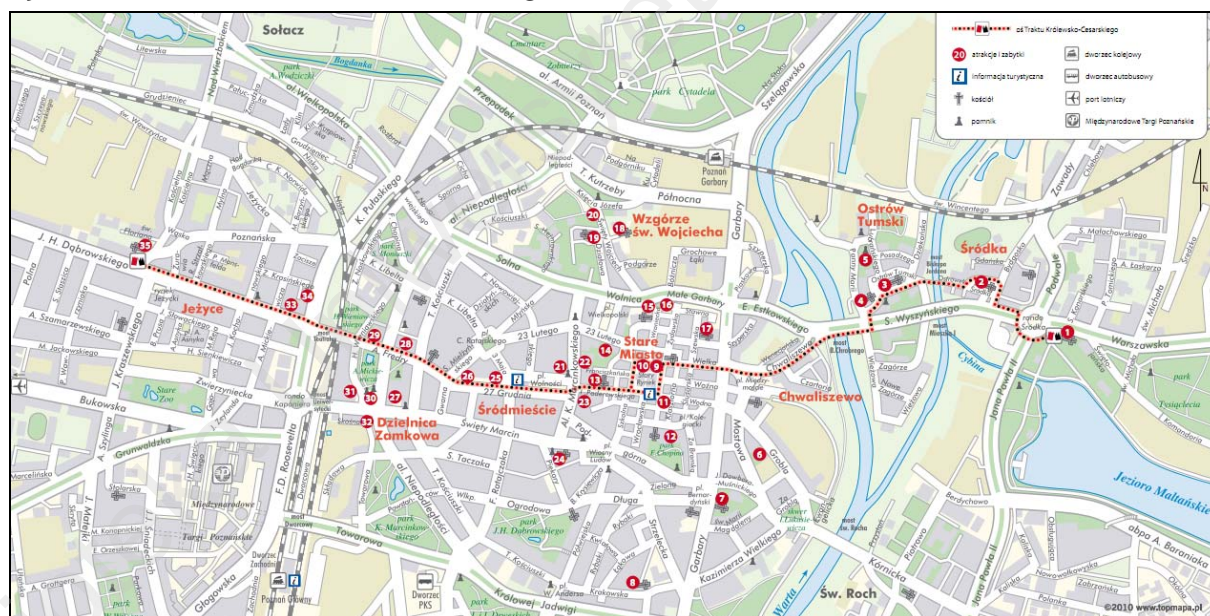
13-tej. W przeciwieństwie do *przechadzek traktem* za udział w City Walk trzeba zapłacić: osoby dorosłe - 10 zł; studenci, renciści, dzieci powyżej 10. roku życia - 5 zł). Konieczna jest także wcześniejsza rezerwacja miejsca w Centrum Informacji Miejskiej lub w Centrum Informacji Turystycznej.

2.8. Miejskie trasy turystyczne

Próba opisu istniejących w Poznaniu tras dla turystów, oznaczonych materialnie (In situ) natrafia na problem: okazuje się, że poza kilkoma szlakami turystycznymi, prowadzącymi niemal wyłącznie przez miejskie tereny zielone i wytyczonymi głównie z myślą o rowerzystach - takich tras jak dotąd po prostu nie ma. Nie oznacza to jednak, iż w Poznaniu nie funkcjonują trasy, z wykorzystaniem których zwiedzający mogliby poznawać najbardziej znaczące miejsca i cenniejsze zabytki. Są to trasy wirtualne [Mikos v. Rohrscheidt 2009].

Najbardziej znanym produktem jest opisany powyżej **Trakt Królewsko-Cesarski**. W okresie powstawania niniejszego tekstu (listopad 2010) poza wielkoformatowymi planami wywieszonymi w kilku miejscach, odwiedzanych przez turystów (jak Ostrów Tumski, Stary Rynek) nie funkcjonowały inne oznaczenia przebiegu tej trasy w mieście, które wskazywałyby jej przebieg, choć oznaczone i opisane są niektóre poszczególne obiekty oraz istnieją plany stworzenia oznaczeń samej trasy (drogowskazów). Trakt jest produktem specyficznym, który należałoby traktować raczej jako instytucję odniesioną do przestrzeni miejskiej, niż klasyczną miejską trasę turystyczną. Niniejsza analiza skoncentruje się na jego głównej osi, zaczynającej się na Komandorii, a kończącej na Jeżycach. Jej dokładniejszy przebieg jest ukazany poniżej.

Rys. 2. Oś Traktu Królewsko-Cesarskiego



Źródło: Trakt Królewsko-Cesarski w Poznaniu. Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT, 2010.

Trakt, jak wskazuje jego nazwa, składa się z dwóch części - królewskiej i cesarskiej. Pierwsza kieruje turystów na dawną trasę, którą wjeżdżali królowie polscy i najwyżsi dostojnicy, przybywający do miasta z terenów na wschód od Poznania (czyli praktycznie z obszaru całej dawnej Rzeczypospolitej). Podążając historycznym traktem mijali oni kolejno Śródkę, Ostrówek, Ostrów Tumski, Chwaliszewo i ulicą Wielką docierali na Stary Rynek, nad którym góruje Wzgórze Przemysła z dawnym zamkiem królewskim - ówczesną rezydencją

monarchów i ich namiestników. Od tego miejsca trasa nawiązuje już do wątków cesarskich. W jej wypadku jest to raczej założenie, gdyż trudno potwierdzić, iż związani z Poznaniem cesarze (np. Napoleon) podążali na terenie miasta dokładnie tą drogą, choć ze względu na wcześniejsze założenia komunikacyjne jest to bardzo prawdopodobne. Droga cesarska prowadzi od Wzgórza Przemysła przez Plac Wolności (dawniej Wilhelmski), Dzielnicę Cesarską (zbudowana z inicjatywy Wilhelma II) i kończy się na Jeżycach, przy kościele św. Floriana, leżącego przy dawnej drodze w kierunku Berlina, którą na pewno wjeżdżał do Poznania w roku 1806 Napoleon [www.poznan.pl/trakt]. Przestrzeń Traktu i lista obiektów do niego zaliczanych, jak również sposób jego koordynacji i nawet oznaczenia obiektów stanowią kwestie kontrowersyjne [Mikos v. Rohrscheidt 2009, s. 122-125], niemniej dzięki intensywnej promocji jego główna oś jest coraz bardziej znana i bywa wykorzystywana w zorganizowanej turystyce. Dlatego został on tu wymieniony jako główna spośród wirtualnych tras Poznania.

W ostatnich latach Urząd Miejski opublikował serię darmowych folderów „**Poznaj Poznań w dwie godziny**”. Prezentowały one krótkie trasy po poszczególnych częściach historycznego Poznania wraz z ogólnym opisem zlokalizowanych tam zabytków. Opisy są sformułowane w trzech wersjach językowych: polskiej, angielskiej oraz niemieckiej i dostępne za darmo w punktach informacji turystycznej. Wyznaczono łącznie 10 takich tras.

- 1) Okolice Starego Rynku - część południowo-wschodnia - kościół farny, kolegium jezuickie, pałac Górków.
- 2) Stary Rynek - ratusz, Odwach, Wielkopolskie Muzeum Wojskowe.
- 3) Muzea Starego Rynku - Muzeum Instrumentów Muzycznych, Muzeum Literackie Henryka Sienkiewicza, Pracownia-Muzeum J.I. Kraszewskiego.
- 4) Stary Rynek i okolice - część zachodnia - Pałac Działyńskich, kościół franciszkanów, Zamek Królewski, Muzeum Narodowe.
- 5) Okolice starego koryta Warty - kościół Wszystkich Świętych, Muzeum Etnograficzne, kościół bernardynów.
- 6) Centrum miasta - Zamek Cesarski, Biblioteka Raczyńskich, kościół św. Marcina, pomnik Starego Marycha.
- 7) Międzynarodowe Targi Poznańskie i okolice - Międzynarodowe Targi Poznańskie, Stare Zoo, Palmiarnia Poznańska.
- 8) Ostrów Tumski i okolice - kościół św. Kazimierza, kościół św. Małgorzaty.
- 9) U stóp Cytadeli - kościół św. Wojciecha, kościół św. Józefa, Muzeum Armii „Poznań”, Muzeum Uzbrojenia.
- 10) Jezioro Maltańskie i okolice - Jezioro Maltańskie, Kolejka Parkowa Maltanka, Malta Ski, Nowe ZOO.

Jak można to stwierdzić po opisach, trasy są w większej części bardzo krótkie i tylko niewiele osób faktycznie zużyłoby na ich przejście tytułowe dwie godziny. Dotyczy to zwłaszcza okolic Starego Rynku, które bez wysiłku można byłoby połączyć w jedną trasę, a jej zwiedzenie zajęłoby również dwie godziny. Oczywiście czas zwiedzania znacznie wydłużyłby się (jednak znacznie ponad założone 2 godziny), gdyby turyści zdecydowali się na zwiedzanie opisanych w ramach tras obiektów także wewnątrz oraz ekspozycji muzeów. Opisy obiektów zamieszczone w ulotkach są krótkie, ale rzeczowe, pozwalają zapoznać się z minimum informacji niezbędnym mniej zmotywowanemu turyście. Dodatkowo każda z ulotek zawiera mapkę z zaznaczonymi pozostałymi trasami, przez co nie jest konieczne posiadanie całego kompletu, by zwiedzać miasto zgodnie koncepcją zaproponowaną dla jego poszczególnych

dzielnic. Aktualnie występują problemy z materiałami, których z powodu wyczerpania nakładu nie można zdobyć w niektórych z punktów informacji turystycznej. Najprawdopodobniej wkrótce zostanie wznowiony druk z nieco zmienioną oprawą graficzną, ale identyczną zawartością. Istnieje także wersja cyfrowa mapek i opisów, dostępna na stronie internetowej miasta [Poznaj Poznań 2010].

Podobny produkt w postaci tras wirtualnych oferuje poznańskie biuro podróży Kultour.pl. Jego **Wirtualny przewodnik po Poznaniu**, dostępny jest w języku polskim, niemieckim oraz rosyjskim [Kultour.pl 2010]. Jednym z jego elementów są trasy tematyczne po mieście, których biuro oferuje 17:

- 1000 lat historii Poznania - Śródka, Ostrów Tumski, dawny kościół dominikanów, Stary Rynek, Fara, Wzgórze Przemysła, Plac Wolności, Dzielnica Cesarska, Stary Browar.
- Trasa poznańskich pomników - Ostrów Tumski (m.in. Jan Kochanowski), Stary Rynek, „Stary Marych”, Plac Wolności, PTPN, Plac Mickiewicza.
- Trasa znanych Poznaniaków - Ostrów Tumski, pomnik Cegielskiego, Plac Wolności, aleje i pomnik K. Marcinkowskiego, Wzgórze św. Wojciecha i krypta Zasłużonych Wielkopolan.
- Trasa poznańskich organiczników - Cmentarz Zasłużonych, Stary Rynek, kościół św. Marcina, Plac Wolności, PTPN.
- Rezydencje Poznania - dawne Kolegium Jezuickie, Stary Rynek, Wzgórze Przemysła, Plac Wolności, Zamek Cesarski, a także pałace w Kórniku i Rogalinie
- „Święty Poznań” - Komandoria, Ostrów Tumski z katedrą, Plac Bernardyński, kościół Bożego Ciała, Fara, dzielnica żydowska, kościół franciszkanów na Wzgórzu Przemysła.
- Trasa poznańskich Niemców - Stary Rynek, ul. Podgórna, kościół Wszystkich Świętych, Muzeum Bambrów, Cytadela, Plac Wolności, Dzielnica Cesarska.
- Trasa poznańskich fortyfikacji - Ostrów Tumski, ulica Wielka, Stary Rynek, Plac Wielkopolski, Wzgórze Przemysła, Cytadela, Fort II lub Fort VII.
- Poznań Piastowski i Średniowieczny (miasto królewskie) - Ostrów Tumski, Stary Rynek, Fara, Wzgórze Przemysła.

Pozostałe trasy, proponowane przez KulTour.pl to: Cesarskie Miasto w Poznaniu, Secesja Poznańska, „Piwny Poznań”, Sztuka w muzeach Poznania, „Poznań walczy o wolność”, „Dzieje miasta wodą pisane”, „Jak było dawniej” (o zmianach urbanistycznych w przestrzeni miejskiej).

Jak widać, trasy są zróżnicowane i nawet jeśli miejscami ich przebieg się pokrywa, to koncentrują się one na różnych aspektach i obiektach kulturowego dziedzictwa miasta. Z tego powodu niektóre z nich są bardziej ukierunkowane na mieszkańców (np. uczących się historii regionalnej) inne na turystów z regionu lub z pozostałych części Polski, choć ich docelową grupą są turyści kulturowi jako całość. Problemem na pewno jest fakt, że dokładniejszy ich opis w wersji PDF oraz PowerPoint są dostępne tylko na płatnym CD (posiadającym dodatkowo wersję angielską). Dodatkowo trasy nie są promowane przez miasto, jako że Kultour.pl jest prywatną firmą, oferującą usługi przewodnickie. Natomiast mocnym atutem tych tras wirtualnych jest fakt, że biuro jest w każdej chwili gotowe do świadczenia na zamówienie usług przewodnickich na każdej z tych tras (w sześciu wersjach językowych), co sprawia, że można ich zwiedzanie zamówić i z pomocą przewodnika przekształcić wirtualną propozycję w namiastkę produktu materialnego. Biuro oferuje także pośrednictwo usług uzupełniających, jak zamówienie obiadu, wstęp do obiektów itd.

Na zakończenie warto wspomnieć o interesującej propozycji firmy kartograficznej Hotplan.pl. Oferuje ona niewielkie plany miasta w dwóch wersjach: nocnej oraz dziennej. Na mapie „Poznań Day” są zaznaczone grafiki najbardziej interesujących zabytków, przebieg głównej osi Traktu Królewsko-Cesarskiego, a także lokalizacja wybranych oferentów usług gastronomicznych (w zdecydowanej większości), noclegowych oraz transportowych. Na planie wytyczono również tzw. szlak winny po mieście. Prowadzi on przez restauracje oferujące szeroką gamę tych trunków. W legendzie mapy, przy każdej z restauracji na szlaku są podane kraje pochodzenia win, a także liczba gatunków. Plan „Night Poznań” utrzymany jest w ciemnej szacie graficznej i koncentruje się na usługodawcach działających w godzinach nocnych. Dominują puby, kluby, ale także m. in. kina. W wersji nocnej zamiast szlaku winnego zaznaczony jest szlak piwny. Zasady opisu pubów oraz restauracji są identyczne jak w przypadku szlaku winnego: kraj pochodzenia piwa oraz liczba oferowanych gatunków. Obydwie wersje są opisane w trzech językach: po polsku, angielsku oraz niemiecku. Mapy wydawane w nakładzie 15 tys. egzemplarzy są darmowe. Co dwa miesiące wydawana jest kolejna seria, wzbogacona o nowych partnerów hotplan.pl. Plany dostępne są również na stronie usługodawcy [Hotplan 2010]. W pierwszych wersjach plan historycznego Poznania nie obejmował niestety szeregu zabytków o kapitalnym znaczeniu dla miasta, jak Archikatedra i Ostrów Tumski oraz Wzgórze i kościół Św. Wojciecha, w ostatnich wersjach to poważne niedopatrzenie zostało usunięte.

2.9. Poznańskie gry miejskie

Częstym problemem tradycyjnego zwiedzania miasta jest brak zainteresowania ze strony uczestniczących w nim dzieci i młodzieży. Standardowe wycieczki z przewodnikami, przypominające swoim przebiegiem i sposobem przekazu szkolne lekcje, dla wielu z nich okazują się nużące. Sposobem zmiany formy zwiedzania na bardziej aktywną, zgodnie z zasadą: „nauki przez zabawę” są między innymi gry miejskie.

W Poznaniu gry miejskie o charakterze eventowym tworzone są przez zespół gramiejska.pl od 2006 roku. Jak dotychczas powstało ponad 30 ich wersji dla Poznania i kilkanaście dla innych polskich miast, udostępnianych klientom grupowym lub nawet stworzonych na ich zamówienie. Stałe funkcjonowanie profesjonalnego zespołu twórców gier miejskich³ oraz nieustannie wzbogacana oferta dla miasta dają Poznaniowi niekwestionowaną pozycję pioniera i lidera („stolicy”) turystycznych gier miejskich w naszym kraju, od kilku lat traktowanego jako pole eksperymentów i weryfikacji pomysłów oraz dostawca sprawdzonych i chętnie kopiowanych wzorców. W zamyśle jej poznańskich kreatorów gra miejska ma być *nowym rodzajem rozrywki, łączącym w sobie elementy gier komputerowych, gier typu RPG oraz happeningów ulicznych* [Gra Miejska 2010]. Gracze otrzymują karty startowe wraz z instrukcjami i przemierzają miasto, rozwiązując zagadki bądź wykonując rozmaite zadania. Poznańskie gry miejskie podzielone są zazwyczaj na dwa etapy: internetowy oraz uliczny. Pierwszy z nich rozpoczyna się na kilka dni przed samą grą główną. Jego zadaniem jest przede wszystkim wprowadzenie graczy w klimat gry oraz zapoznanie ich z materiałami historycznymi. Na tym etapie zgłoszone do gry drużyny rozwiązują pierwsze zagadki i po pomyślnym przejściu tego progu otrzymują od organizatorów informacje o miejscu rozpoczęcia etapu ulicznego. Należy zaznaczyć, że zadania etapu wstępnego skonstruowane są w taki sposób, że ich stopień

³ W ostatnich miesiącach pojawił się w Poznaniu drugi zespół tworzący gry miejskie: przygoda.edu.pl.

trudności umożliwia wykonanie praktycznie każdemu uczestnikowi, nie wymagają one także praktycznie żadnej wiedzy historycznej.

Właściwa gra miejska rozpoczyna się wraz z etapem ulicznym. Jest to kilkugodzinna zabawa, której elementami są zabytki miasta, a także mniej lub bardziej fikcyjne postacie historyczne, które w tym czasie można spotkać różnych miejscach. Drużyny rozpoczynają grę w miejscu podanym przez organizatorów, przy czym uczestnikom przekazane zostają karty gry i inne potrzebne materiały wraz z pierwszymi wskazówkami służącymi do rozwikłania tajemnicy. Grę wygrywa drużyna, która pierwsza rozwiąże postawione zadania [Gra Miejska 2010]. Jako nagrodę przewidziano różnorodne gadżety, książki, albo możliwość zwiedzenia miejsc zwykle niedostępnych dla turystów. Każda gra ma swój temat przewodni, najczęściej nawiązujący do wydarzeń historycznych Poznania (wyjątkiem jest niedawno zorganizowana gra dotycząca Euro 2012). W ten sposób uczestnicy poznają historię miasta w bardzo aktywny i interesujący dla nich sposób. Co więcej, przez konieczność dokładnego przyglądania się budynkom i detalom podczas poszukiwań wskazówek, także sami mieszkańcy odkrywają miejsca, na które nigdy nie zwróciliby uwagi, bądź też nigdy dotąd tam nie byli. Dodatkowo trasy są tak zaplanowane, że w trakcie gry zwiedza się wszystkie ważne miejsca, dotyczące jej wiodącego tematu, na przykład Powstania Wielkopolskiego. Tym samym spełnione zostaje główne założenie tego produktu: nauka przez zabawę.

Gry miejskie w swej klasycznej formie opisanej powyżej to projekty jednorazowe, stosunkowo kosztowne i czasochłonne w przygotowaniu. Dodatkowo „*odbywają się one nieregularnie, mają ograniczoną liczbę miejsc lub są po prostu zamknięte dla osób niewtajemniczonych. W efekcie pozostały prawie niedostępne dla turystów*” [Dąbrowski, Mazurczak 2009, s. 1]. Takie gry, organizowane z konkretnych dniach, odbywają się w Poznaniu od 2006 roku. Jednak począwszy od roku 2009 zespoły organizatorów: gramiejska.pl oraz przygoda.edu.pl wraz z Poznańską Lokalną Organizacją Turystyczną postanowiły wprowadzić drugą wersję tych popularnych ofert, która nazywa się „Zwiedzaj grając - Graj zwiedzając!” (bądź też „gra bezobsługowa”). Jej ideą jest umożliwienie grania wszystkim chętnym, z możliwością realizacji o każdej porze dnia i nocy. Jedynym warunkiem ich odbycia jest wydrukowanie ze strony gry miejskiej karty. Następnie należy podążać za jej wskazówkami, odpowiadać na pytania i rozwiązywać zagadki. Po przejściu wszystkich etapów można wpisać się na listę zwycięzców, spośród których losowane są co miesiąc nagrody traktowe. Gry mają różny stopień trudności (podzielone są ze względu na zalecany przedział wiekowy uczestników), klika tematów oraz dwie dodatkowe wersje językowe: angielską niemiecką. Po przejściu gry, której celem jest zwykle odkrycie kodu złożonego z liter i cyfr, można wysłać ten kod SMSem na wskazany numer, przez co uzyskuje się możliwość otrzymania drobnych nagród [Gra Miejska 2010].

Gry miejskie, proponowane w ostatnich latach w Poznaniu, miały różnorodną tematykę. Powstanie Wielkopolskie, Enigma, Czerwiec '56, czasy potopu szwedzkiego, szlak poznańskich fortyfikacji (rowerowa gra miejska) to tylko część tematyki wykorzystanej do stworzenia gier miejskich⁴.

Istnieją także stałe warianty gry miejskiej dla dzieci i młodzieży, zamawiane i organizowane przez Trakt Królewsko-Cesarski. Jedną z nich jest „Bractwo Odkrywców” dla dzieci w wieku przedszkolnym i dla poziomu klas 0-VI szkół podstawowych z rodzicami, drugą -

⁴ www.gramiejska.pl/index.php?id=3, (dostęp: 11.01.2011 r.) oraz własne doświadczenia autora.

„Traktem Królów i Cesarzy” przeznaczona dla młodzieży i uczniów starszych klas szkoły podstawowej.

Poznańskie gry miejskie wykorzystują jako swoje impulsy i tematy nie tylko dziedzictwo kulturowe, ale nawiązują także do współczesnych wydarzeń w mieście. Przykładem gry miejskiej, eksploatującej aktualny wątek eventowy, była gra „POZnań 2012” - związana z nadchodzącą organizacją Mistrzostw Europy w 2012 roku w Polsce, między innymi w Poznaniu. Składała się ona z etapu internetowego i terenowego i odbyła się w dniach 24-28 sierpnia 2010 roku. Do etapu terenowego zakwalifikowały się 33 zespoły, przy czym każdy z nich reprezentował w grze miejskiej jedno z państw europejskich. Etap terenowy składał się ze znalezienia punktów kontrolnych zaznaczonych na planie oraz wykonania zadań związanych z piłką nożną (np. strzał do bramki, wyrzut piłki z autu) oraz zadań związanych ze znalezieniem odpowiedniej tablicy, napisu, liczby lub wyrazu zgodnie ze wskazówkami. Punkt kontrolny, z którego wzięto się kartę z zadaniami, należało zaliczyć, by móc kontynuować grę. Do etapu finałowego przechodziły 3 drużyny, które rozwiązały najwięcej zadań. Finał polegał na strzeleniu największej liczby goli w określonym czasie.

Tak lub podobnie skonstruowane gry miejskie w swej prostszej wersji spełniają zadanie alternatywnej formy zwiedzania miasta i cieszą się rosnącą popularnością na całym świecie.

2.10. Funkcjonowanie turystycznych linii komunikacyjnych

W Poznaniu nie kursują specjalnie przygotowane dla obwożenia turystów nowoczesne autokary, których regularne kursy oferuje się turystom w Londynie, Berlinie i szeregu innych miast europejskich. Nie oznacza to jednak, że zwiedzający są zdani na odkrywanie miasta wyłącznie pieszo. Dla miłośników komunikacji miejskiej, a także dla dzieci, otwarto linie turystyczne. Projekt działa przy współpracy Klubu Miłośników Pojazdów Szynowych, MPK Poznań oraz Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT. Główną ideą tej oferty turystycznej jest zwiedzanie miasta z pokładu zabytkowych tramwajów oraz autobusów. Dochód jest przeznaczany na ratowanie i przywracanie do dawnej świetności starych pojazdów komunikacji miejskiej.

Linie turystyczne pierwszy raz pojawiły się w Poznaniu w 1999 roku i były wówczas obsługiwane przez jeden tramwaj typu N. Później tabor wzbogacił się o inny tramwaj, a wkrótce poszerzono ofertę o autobus Jelcz 043, popularnie nazywany „ogórkiem”. Obecnie linie są obsługiwane przez dwa tramwaje (wagony N, 102N) oraz dwa autobusy (Jelcz 043, PR110). Przed końcem 2010 roku ma do nich dołączyć przegubowy Ikarus [MPK 2010].

W zakresie trasy zwiedzania turyści mogą wybrać między linią turystyczną „0”, czyli tramwajową, oraz autobusową linią „100”. Kursują one od kwietnia do końca września w każdą niedzielę. Linia „0” ma dwa warianty trasy, a przy uwzględnieniu wersji nocnej jest ich trzy. Pierwsza z nich nazywa się „Śladami tramwajów poznańskich”. Stosunkowo krótka trasa wiedzie z najstarszej czynnej zajezdni w Polsce do poznańskiego Muzeum Komunikacji. Tam goście są zapoznawani z historią poznańskiego MPK. Dodatkowo organizatorzy przewidują każdorazowo niespodziankę. Druga wersja to „Poznaj Poznań z okien zabytkowej bimby”. W tym wypadku tramwaj jedzie najbardziej interesującą pod kątem zabytków trasą, mijając m.in. Dzielnicę Cesarską, Rynek Wildecki, Farę oraz Plac Wolności. W trakcie przejazdu przewodnik znajdujący się na pokładzie opowiada o mijanych miejscach (prócz wersji polskiej są też opcje komentarza w językach angielskim i niemieckim). Ostatnią, specjalną trasą jest „Poznaj Poznań nocą!”. W przeciwieństwie do poprzednich przejazd odbywa się tylko

w wybrane soboty miesiąca, a także podczas Nocy Muzeów. W tym wypadku trasa jest najdłuższa, a tym samym najciekawsza. Z okien tramwaju można zobaczyć dodatkowo Archikatedrę czy poznański Zamek Królewski. Trasa autobusowa linii „100”, ma tylko jeden wariant. Podczas przejażdżki można zobaczyć m.in. Plac Wolności, Stary Browar, Śródkę, Katedrę i Dzielnicę Cesarską. Zarówno na trasach tramwajowych jak i autobusowych znajdują się przystanki, na których turyści mogą wysiąść i dalej zwiedzać pieszo - nie ma zatem konieczności przejeżdżania całej trasy. Autobus dodatkowo jest skomunikowany z podlegającą MPK Poznań kolejką parkową Maltanka i jest możliwe wykupienie wspólnego biletu na linię turystyczną oraz poznańską „ciuchcie” [KMPS 2010].

Regularne linie turystyczne nie są w Poznaniu jedyną okazją dla turysty miejskiego, by móc odbyć przejażdżkę zabytkowym taborzem. Klub Miłośników Pojazdów Szynowych aktywnie uczestniczy w akcjach z cyklu „Weekend z historią”, w Nocy Muzeów i innych. Bardzo często podróż zabytkowymi pojazdami stanowi także alternatywną formę dojazdu na miejsce eventów kulturalnych. Istnieje również możliwość zamówienia taboru dla zorganizowanych grup wycieczek w innych terminach.

2.11. Oferta przewodnicka

Zgodnie z rozporządzeniem Ministra Gospodarki z 28 czerwca 2001 r. [Dz. U. Nr 72, poz. 752], Poznań znajduje się w wykazie miast, w których do oprowadzania wycieczek są potrzebne uprawnienia przewodnika miejskiego. W Poznaniu głównymi oferentami usług przewodników są: Biuro Obsługi Ruchu Turystycznego PTTK, Centrum Informacji Miejskiej oraz biuro podróży Kultour.pl. Pokróćce zostanie opisana oferta każdego z nich, zgodnie z informacjami zawartymi na oficjalnych portalach internetowych usługodawców.

Biuro Obsługi Ruchu Turystycznego PTTK (BORT) oferuje swoje usługi w następujących językach: polskim, niemieckim, angielskim, francuskim, hiszpańskim, włoskim, czeskim oraz rosyjskim. Podstawowy wymiar czasowy usługi wynosi od jednej do pięciu godzin, za każdą następną trzeba dodatkowo płacić zgodnie z cennikiem. Oferowane trasy spacerów z przewodnikiem są podzielone na jedno-, dwu-, trzy-, pięcio- i dziesięciogodzinne. Dodatkowo każda z nich (z wyjątkiem dziesięciogodzinnej) posiada cztery warianty, ta ostatnia natomiast obejmuje kompleksowe zwiedzanie całego Poznania. Dla przykładu 4 warianty wycieczek jednogodzinnych to: (1) Stary Rynek, (2) Ostrów Tumski, (3) Plac Adama Mickiewicza i (4) Cytadela. Każdy z wariantów może być jednak odpowiednio zmodyfikowany w zależności od zamówienia grupy. Choć ceny wszystkich oferentów są porównywalne, oferta BORT jest jednak najdroższa w odniesieniu do niektórych segmentów usług [BORT 2010].

Centrum Informacji Miejskiej (CIM) oferuje swoje usługi w językach: polskim, niemieckim, angielskim, hiszpańskim, francuskim, włoskim i rosyjskim. Dodatkowo, w przypadku specjalnych zleceń, biuro może wyszukać przewodników operujących takimi językami jak: czeski, szwedzki czy chorwacki. Podstawowy wymiar godzin to od jednej do pięciu, za dodatkowe standardowo dopłaca się. CIM nie ma w ofercie proponowanych tras, są one każdorazowo ustalane przy zamówieniu. Oferta Centrum jest cenowo porównywalna, jednak w niektórych typach usług tańsza od opisywanych [CIM 2010].

Kultour.pl ma w swej ofercie następujące języki: polski, niemiecki, angielski, hiszpański, rosyjski oraz ukraiński. Jak zapewnia na swej stronie, wycieczki w językach obcych oprowadzają wyłącznie absolwenci kierunków filologicznych, osoby o statusie „native speaker” lub długoletnio zatrudnione w krajach pochodzenia turystów, co gwarantuje językową jakość ich świadczeń. W przeciwieństwie do CIM oraz BORT podstawowy wymiar godzinowy oferty

KulTour.pl rozpoczyna się od dwóch (a nie jednej) i kończy na czterech (a nie pięciu) godzinach, przy czym oczywiście można dopłacić za dodatkowe godziny. Oferta KulTour.pl wyróżnia się proponowanymi tematycznymi trasami zwiedzania (por wyżej, p. 2.4). Każda z nich ma z góry przewidziany czas zwiedzania, możliwy do modyfikacji według uznania grupy [KulTour.pl 2010]. Ceny tego oferenta są generalnie porównywalne z cenami dwóch poprzednich, a w przypadku niektórych wersji językowych lub okresów trwania wycieczki różnią się na korzyść klienta.

Wymieniona trójka usługodawców dominuje w Poznaniu w kwestii usług przewodnickich. Przykładem mniejszego oferenta może być **Hotplan.pl**, koncentrujący się głównie na tworzeniu atrakcyjnych planów miast. Od maja 2010 w ramach usług tej firmy działa także grupa przewodników miejskich. Oferują oni swoje usługi w językach: polskim, niemieckim oraz angielskim. W przeciwieństwie do pozostałych opisanych usługodawców, Hotplan.pl ma tylko sześciu przewodników, lecz każdy z nich jest obszernie, imiennie promowany na głównym portalu firmy. Nie są przez to anonimowi, więc odbiorca usługi może samodzielnie wybrać osobę jego zdaniem najbardziej odpowiednią do oprowadzania jego grupy. Wkrótce mają zostać dodane do oferty także trasy tematyczne, m.in. literacka: „Poznań Borejów”. Ceny usług Hotplan.pl są nieznacznie niższe od opisanych powyżej usługodawców, lecz jest to firma jak dotąd mało znana na poznańskim rynku usług przewodnickich [Hotplan.pl 2010].

Pozostałymi oferentami przewodnictwa miejskiego są pojedyncze osoby (przewodnicy) z zarejestrowaną działalnością gospodarczą lub małe biura podróży, proponujące te usługi w ramach swoich produktów. Należy jednak zaznaczyć, że oferenci usług przewodnickich nie zatrudniają (poza pojedynczymi przypadkami) przewodników na pełny etat, przez co nie monopolizują ich pracy. Dlatego wielu czynnych przewodników miejskich nie ogranicza swojej aktywności do współpracy z jednym z usługodawców. Często spotykaną formą współpracy jest także bezpośrednie zawieranie umów między przewodnikami a grupami turystycznymi (umowa-zlecenie). Ułatwiać to mogą działające w Poznaniu stowarzyszenia przewodnickie.

W Poznaniu działają aktualnie dwa takie stowarzyszenia: Koło Przewodników PTTK [PTTK 2010] oraz Stowarzyszenie Pilotów i Przewodników Turystyki Kulturowej [Stowarzyszenie 2010]. Mogące się pochwalić wieloletnią tradycją Koło Przewodników jest w oczywisty sposób związane z opisywanym Biurem Obsługi Ruchu Turystycznego. Praktycznie najważniejszą działalnością Koła jest prowadzenie szkoleń przewodnickich. Można dzięki temu uzyskać uprawnienia przewodników miejskich (na miasto Poznań, a także terenowych na Wielkopolskę lub Szlak Piastowski). Znacznie młodsze Stowarzyszenie Pilotów i Przewodników Turystyki Kulturowej jest z kolei - lecz znacznie luźniej - powiązane z biurem podróży KulTour.pl przez fakt, że większość jego założycieli i członków stanowią absolwenci szkoleń przewodników, prowadzonego przez to biuro. W Stowarzyszeniu funkcjonuje kilka sekcji, w tym sekcja przewodników. Natomiast samo Stowarzyszenie nie prowadzi szkoleń przewodnickich (wykonuje to od lat KulTour.pl). Zamiast tego grupa ta skupia się na dalszym kształceniu przewodników, ich specjalizacji tematycznej oraz na indywidualnym promowaniu każdego z członków sekcji. Przewodnicy, będący członkami Stowarzyszenia posiadają profile na jego portalu internetowym, w ramach których opisane są ich własne osiągnięcia i kwalifikacje, preferencje i formy kontaktu oraz współpracy. Za pośrednictwem tego portalu klient sam może wybrać i zamówić usługę danego przewodnika.

Zarówno Koło Przewodników jak i Stowarzyszenie Pilotów i Przewodników Turystyki Kulturowej aktywnie zajmują się dalszym doskonaleniem umiejętności i standardu usług

własnych członków. Odbywa się to przez regularne prelekcje bądź wyjścia terenowe. Takie działania sprzyjają podnoszeniu jakości usług przewodnickich w mieście.

2.12. Poznańskie grupy rekonstrukcyjne

Zwykle aktywność grup rekonstrukcji historycznej nie jest ściśle ukierunkowana na turystykę. Ich działania mają charakter hobbystyczny i najczęściej także ich cel nie jest zarobkowy. Z tego powodu będzie tu wspomniany tylko ten aspekt ich działalności, który ma związek z turystyką w przestrzeni miejskiej Poznania. Powyżej wspomniano już, iż grupy rekonstrukcyjne uczestniczyły w niektórych imprezach turystycznych, jak pochody czy jarmarki. Przykładem aktywnego włączania się w eventy miejskie, wzbogacania ich programu i tym samym zwiększania ich atrakcyjności, jest działalność Stowarzyszenia Grupa Rekonstrukcji Historycznej „3 Bastion Grolman”. Jego nazwa wywodzi się od jednego z elementów fortyfikacji wewnętrznego pierścienia obronnego Twierdzy Poznań, została natomiast wybrana dla uczczenia młodych skautów, którzy w pierwszych dniach Powstania Wielkopolskiego opanowali ten fort [Grolman 2010]. Przedmiotem zainteresowań grupy jest okres I i II Wojny Światowej, ze szczególnym naciskiem na Powstanie Wielkopolskie. Koncentruje się ona głównie na inscenizacjach bitew oraz odgrywaniu epizodów walk, które stara się odtwarzać wiernie, zachowując prawdę historyczną (nie tylko w odniesieniu do przebiegu odgrywanego zdarzenia, lecz także np. do detali umundurowania uczestników) [tamże]. Jednak działalność Grupy wykracza poza organizację inscenizacji starć. Jak można przeczytać w sprawozdaniu merytorycznym za rok 2009, dostępnym na portalu „Bastionu” członkowie grupy brali również m.in. udział w wydaniu płyt CD o Powstaniu Wielkopolskim, kręceniu filmów, tworzeniu obozów polowych z kuchnią (a także wystawianiu takich np. w szkołach), w pracach porządkowych na grobach powstańców, prelekcjach historycznych i innych. Jakkolwiek działania podejmowane przez Grupę nie mają rozgłosu wychodzącego poza miasto i jego bliższą okolicę, to zdecydowanie przyczyniają się one do uatrakcyjnienia oferty turystycznej w konkretne dni w roku, a także - pielęgnując pamięć o wydarzeniach związanych z walkami Polaków podczas I i II Wojny Światowej - pośrednio współtworzą motywację uczestników i widzów do zwiedzania odnośnych miejsc w Poznaniu i okolicy. W tym kontekście wspomnieć należy także o Sekcji Historycznej Towarzystwa Miłośników Miasta Lubonia, regularnie organizującej rajdy piesze i rowerowe po fortyfikacjach poznańskich, podczas których można zobaczyć inscenizacje bitew, a także zwiedzić niedostępne zwykle forty [Miłośnicy Miasta Lubonia 2010].

W opisie grup rekonstrukcyjnych, uczestniczących w tworzeniu eventów żywej historii na terenie miasta należy wspomnieć o Stowarzyszeniu Edukacji i Odtwórstwa Historycznego Okresu Monarchii Wczesnopiastowskiej „Aurea Tempora” i jego sekcji - „Acies Curialis”. Nazwa Stowarzyszenia nawiązuje do łacińskiej nazwy „złoty czasów”. Tak Gall Anonim opisał w swej „Kronice” okres panowania Mieszka I oraz Bolesława Chrobrego. Podstawowym celem działalności jest upowszechnianie i rozwijanie wiedzy o wczesnym średniowieczu w Polsce. Cel ten jest realizowany głównie poprzez realizowanie projektów skierowanych dla dzieci i młodzieży, a także uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych. Szczególną rolę w spełnianiu celów Stowarzyszenia pełnią akcje określane jako odtwórstwo historyczne (historical reenactment). Polegają one na wizualnej próbie prezentacji przeszłości, w której dodatkowo aktywnie uczestniczą odbiorcy. Z akcji podejmowanych przez Stowarzyszenie warto wymienić m.in. „żywe lekcje” historii w szkołach podstawowych, udział w targach edukacyjnych, warsztaty praktyczne z wyrobem przedmiotów oraz aktywny udział w większych imprezach

żywej historii. Z kolei *Grupa Historyczna „Acies Curialis”* poprzez działania z zakresu odtwórstwa historycznego, współrealizuje popularyzatorsko-edukacyjne cele *Stowarzyszenia [Aurea Tempora 2010]*. Trzon grupy stanowią doktoranci i studenci Wydziału Historycznego Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

W Poznaniu działa również Stowarzyszenie Rekonstrukcji Historycznych Wojsk II Rzeczypospolitej Polskiej „Odwach”. Koncentruje się ono na odtwarzaniu oddziałów polskich z lat 1918-1947. Cele Stowarzyszenia są bardzo podobne do tych, które wyznaczyły sobie podobne jednostki spoza Poznania. Jego członkowie uczestniczyli m.in. w obchodach Dnia Ułana czy Święta Centrum Szkolenia Wojsk Lądowych w Poznaniu [Odwach 2010].

Integralną częścią oferty turystycznej w miastach SA także pakiety turystyczne (w tym pobytowe ogólne, tematyczne i okazjonalne. Ponieważ zostały one opisane w osobnym opracowaniu (Artyshuk, *Pakiety indywidualne w turystyce...*), w tym miejscu wystarczy tylko wskazać na ten artykuł., zamieszczony w niniejszym zbiorze.

Zakończenie

Analizując działania na rzecz turystyki miejskiej w Poznaniu można stwierdzić, że z jednej strony oferta z roku na rok staje się bardziej różnorodna i interesująca, z drugiej strony jednak w licznych swoich aspektach pozostaje nadal zbyt uboga w odniesieniu do rozpoznawanych w badaniach lub artykułowanych przez samych turystów oczekiwań. Wiele spośród opisanych działań jest także skierowanych raczej do samych mieszkańców, niż do turystów. Mają one na pewno swoje pozytywne skutki, gdyż pozwalają poznaniakom docenić ich własne dziedzictwo, a przez to skłaniają ich do dbania o nie, trudno jednak zaliczyć tę grupę przedsięwzięć do oferty turystycznej w sensie ścisłym. Oceniając zakres omawianego segmentu usług w mieście można odczuć znaczący niedosyt. Aktualnie organizowane akcje oraz stałe oferty, nie są w stanie wypromować miasta w pożądanej skali i stworzyć w jego przestrzeni oferty o popularności i atrakcyjności porównywalnej na przykład z Gdańskiem. Wciąż jeszcze także liczne atrakcje miasta (jak choćby pierścień fortów czy często pomijana podczas zwiedzania Dzielnicą Cesarską) nie są wystarczająco wykorzystywane w ofertach turystycznych. W ostatnim czasie widoczne są jednak ze strony różnych podmiotów działania zmierzające z jednej strony do sprostania oczekiwaniom osób przybywających w celach turystycznych, z drugiej poszerzenia, unowocześnienia i urozmaicenia aktywności promocyjnej. Z kolei opinie zebrane wśród turystów w Poznaniu wskazują, że na zdecydowanej większości z nich miasto wywiera jednoznacznie pozytywne wrażenie i jest - tymi, czy innymi słowami - określana jako „miejsce warte... poznania”.

Bibliografia

- Artyshuk O., 2010, *Indywidualne pakiety turystyczne w turystyce kulturowej*, „Turystyka Kulturowa” Nr 7-9, s. 69-89.
- Dąbrowski S., Mazurczak J., 2009, *Poznańskie Gry Miejskie czyli turystyka 2*, materiały PLOT, Poznań.

- Mazurczak J., Olszewski M., Zmysłony P., 2010, *Poznań za Pół Ceny: Przykład Promocji Sprzedaży Produktu Turystycznego Miasta*, materiały PLOT.
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2009, *Nowoczesne trasy miejskie jako forma prezentacji historii i kultury oraz oferta turystyczna* [w:] Stasiak A., (red.) *Turystyka i Kultura*, wspólnie zyskać, Wyd. WSTH Łódź, s. 95-126
- Szmatuła P., Zmysłony P., 2010, *Ocena skuteczności akcji „Poznań za pół ceny”*, materiały PLOT, Poznań.

Wykorzystane oficjalne portale internetowe z datami dostępu:

- Aurea Tempora 2010 - oficjalna strona Stowarzyszenia Edukacji i Odtwórstwa Historycznego Okresu Monarchii Wczesnopiastowskiej, Poznań, www.aureatempora.eu
- BORT 2010 - strona Biura Obsługi Ruchu Turystycznego PTTK, Poznań, www.bort.pl/index.php/a/6/lan/pl (30.09.2010)
- CIM 2010 - portal Centrum Informacji Miejskiej, Poznań, www.poznan.pl/mim/public/cim/pages.html?co=list&id=18597&ch=18599&instance=1017&lang=pl (30.09.2010)
- Energia wschodu styl zachodu 2010 - strona promocyjna miasta Poznania w języku angielskim, www.easternenergywesternstyle.pl
- Gra Miejska 2010 - oficjalny portal Gry Miejskiej, Poznań, www.gramiejska.pl (23.09.2010)
- Grolman 2010 - portal grupy rekonstrukcyjnej Bastion Grolman, www.bastiongrolman.org (5.10.2010)
- Hotplan 2010 - oficjalny portal firmy hotplan.pl, Poznań, www.hotplan.pl (21.10.2010)
- Karta Miejska 2010 - portal Poznańskiej Karty Miejskiej www.poznan.pl/mim/public/turystyka/pages.html?co=list&id=581&ch=582&instance=1017&lang=pl (26.09.2010)
- KMPS 2010 - strona Klubu Miłośników Pojazdów Szynowych o liniach turystycznych, Poznań www.kmps.org.pl/linieturystyczne/index.php (26.09.2010)
- Kultour.pl 2010 - oficjalny portal touroperatora Kultour.pl, Poznań, www.kultour.pl/pl/?ps=cennik (30.09.2010)
- Logo 2010 - oficjalna strona internetowa Miasta Poznania dotycząca akcji promocyjnej, Poznań, www.poznan.pl/mim/public/publikacje/?id=14357&instance=1017&parent=0/ (25.09.2010)
- Miłośnicy Miasta Lubonia 2010 - strona Miłośników Miasta Lubonia, Luboń, www.tidgp.pl (4.10.2010)
- MPK 2010 - strona MPK Poznań o liniach turystycznych, Poznań, www.mpk.poznan.pl/turystyka (26.09.2010)
- Odwach 2010 - główna strona Stowarzyszenia Rekonstrukcji Historycznych wojsk II Rzeczypospolitej Polskiej „Odwach”, Poznań, www.odwach.pl/stowarzyszenie (22.10.2010)
- Pakiety 2010 - strona Kultour.pl o pakietach, Poznań, www.pakietypoznan.kultour.pl (26.09.2010)
- PLOT 2010 - oficjalny portal Poznańskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej, Poznań, <http://www.plot.poznan.pl> (data dostępu 23.09.2010)
- Poznaj Poznań 2010 - strona o akcji Poznaj Poznań w dwie godziny, Poznań, <http://www.poznan.pl/mim/public/turystyka/pages.html?co=list&id=661&ch=662&instance=1017&lang=pl> (data dostępu 4.10.2010)

- Przechadzki po mieście - portal tematyczny CTK Trakt, Poznań, 2010,
www.poznan.pl/mim/public/trakt/pages.html?co=list&id=3162&ch=11001&instance=1017&lang=pl&lhs=trakt (22.09.2010)
- Przechadzki po Poznaniu 2010 - portal tematyczny m. Poznania
www.poznan.pl/mim/public/trakt/pages.html?co=list&id=3162&ch=11001&instance=1017&lang=pl&lhs=trakt (22.09.2010)
- PTTK - oficjalna strona Koła Przewodników PTTK, Poznań, www.przewodnicy-pttk.org/
(30.09.2010)
- Stowarzyszenie 2010 - strona Stowarzyszenia Pilotów i Przewodników Turystyki Kulturowej,
Poznań, www.grupa.turystykakulturowa.org (30.09.2010)
- Trakt 2010 - oficjalny portal Centrum Turystyki Kulturowej Trakt, Poznań,
www.poznan.pl/trakt (20.09.2010).
- Tropem 2010 - portal Traktu Królewsko-Cesarskiego dotycząca akcji „Tropem”, Poznań,
www.poznan.pl/mim/public/trakt/pages.html?co=list&id=15646&ch=15680&instance=1017&lang=pl&lhs=trakt (22.09.2010)
- Weekend 2010 - portal Traktu Królewsko-Cesarskiego dotycząca akcji Weekend z historią,
www.poznan.pl/mim/public/trakt/pages.html?co=list&id=16996&ch=16997&instance=1017&lang=pl&lhs=trakt (21.09.2010)

Pakiety indywidualne w turystyce miejskiej. Poznań: analiza stanu i potrzeb.

Wprowadzenie

Zarówno w Polsce jak i na świecie miasta stanowią istotną grupę najważniejszych celów wyjazdów turystycznych. Większość atrakcji oferowanych w mieście należy do zakresu turystyki kulturowej. W Polsce i na świecie z roku na rok wzrasta zainteresowanie zwiedzaniem miast - w szczególności dynamiczny jest wzrost liczby indywidualnych turystów miejskich [Alejziak W. 2000, s.268; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 48]. Ta tendencja przekłada się na zapotrzebowanie na konkretne usługi turystyczne, co z kolei wpływa na tworzenie specjalnych produktów. Między nimi są pakiety turystyczne, skierowane właśnie do turystów indywidualnych. Dalsza indywidualizacja turystyki będzie miała ogromny wpływ na kierunki zmian form i produktów miejskiej turystyki kulturowej - przy czym można przyjąć, że znaczenie pakietów turystycznych będzie nadal wzrastało. Poznań ze względu na swoje bogate dziedzictwo kulturowe, szeroką, urozmaiconą ofertę dla różnych grup turystów kulturowych oraz nową, akcentującą ten segment turystyki strategię rozwoju - może stać się już wkrótce jednym z wiodących ośrodków tego rodzaju turystyki w Polsce. Dynamika rozwoju oferty turystycznej i atrakcyjności miasta będzie jednak w najbliższych latach w istotnym stopniu zależała od zauważenia grupy indywidualnych turystów i uwzględnienia ich potrzeb - w tym także wykreowania urozmaiconej oferty pakietów pobytowych - lub ich dalszego zaniedbywania, w wyniku czego będą oni zwracali swoje zainteresowanie ku konkurencyjnym ośrodkom bliskiej zagranicy i w samym kraju.

Niniejszy artykuł ma dwa zasadnicze cele,. Pierwszym jest krótka charakterystyka jednej z ofert związanych z indywidualną turystyką miejską: indywidualnych pakietów miejskich jako specyficznej formy produktu turystycznego, drugim: analiza obecnego stanu indywidualizacji oferty turystycznej w Poznaniu. Empiryczną podstawą analizy są studia przypadków istniejących pakietów z terenu miasta oraz pakietów proponowanych w innych miastach, których oferta wydaje się być bardziej dostosowana do indywidualnych potrzeb dzisiejszego turysty. W zakończeniu zostaną przedstawione wnioski z przeprowadzonej analizy oraz sformułowane na ich podstawie postulaty. Mogą one być pomocne przy planowaniu kierunków rozwoju i wiodących tematów turystycznej oferty miasta oraz przy tworzeniu konkretnych produktów.

1. Pakiet indywidualny jako specyficzny obszarowy produkt turystyczny

1.1. Popyt, definicja, znaczenie.

Dostępne statystyki ruchu turystycznego w Polsce pokazują, że indywidualni turyści zagraniczni, mimo iż w liczbach absolutnych jest ich nieco mniej niż 10 lat temu, nadal stanowią większą część turystów, przybywających do naszego kraju. W tej grupie zauważalna jest jednak wzrastająca tendencja do nabywania pakietów turystycznych (indywidualna turystyka zorganizowana) oraz rezerwacji części usług. Najczęściej odbywa się to tak, że

turysta, zanim przyjedzie do jakiegoś miasta, już wcześniej, często za pośrednictwem Internetu (a więc nie wychodząc z domu i nie korzystając z pośredników w swojej miejscowości i nawet w swoim kraju) wynajmuje hotel, samochód, rezerwuje lot lub zamawia usługę przewodnicką.

Tab. 1. Sposób organizacji przyjazdu do Polski (%) oraz liczba turystów w mln. w latach 2000-2009

Turyści ogółem (%)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010*
pakiet	7,2	6	7	6	6,2	10	11	9	15	13	14
część usług	3,7	2	4	3	0,9				8	10	8
tylko rezerwacja	10,2	9	12	8	10,2	12	17	14	9	10	9
samodzielnie	78,6	82	76	83	82,1	78	72	76	68	67	69
brak danych	0,3	0	0	0	0,5						
Liczba turystów	17,4	15	13,98	13,72	14,29	15,2	15,67	14,98	12,96	15	9,5*

Źródło: zestawienie wyników badań Instytutu Turystyki 2000-2010.

**dane za trzy kwartały 2010 r.*

O istocie pakietów turystycznych oraz indywidualnych pakietów turystycznych, a także o kwestiach prawnych związanych z ich tworzeniem i dystrybucją traktuje osobne opracowanie autora [Artyshuk, 2010]. Odsyłając Czytelnika do tego tekstu, w tym miejscu wystarczy podać definicję indywidualnego pakietu turystycznego i wskazać na jego rolę w budowaniu współczesnych produktów turystycznych.

Indywidualny pakiet turystyczny to gotowy zestaw modułów pakietu turystycznego dostosowany do potrzeb turysty indywidualnego, ukierunkowanego w dużej mierze na samodzielne korzystanie z walorów turystycznych, pozwalający mu na zachowanie znacznej niezależności w jego konstruowaniu, oraz w odniesieniu do czasu i sposobu jego realizacji¹.

Inaczej mówiąc, tam, gdzie istnieje tak opisana oferta, turysta indywidualny posiada możliwość nabycia gotowego pakietu turystycznego, lub też sam go konstruuje za pomocą narzędzi (najczęściej internetowych), korzystając przy jego budowaniu z modułów udostępnionych przez organizatora pakietu. Są to najczęściej elementy uprzednio zdefiniowane i nie podlegające zmianie albo negocjacji (np. zestaw obiadowy, standard i wyposażenie pokoju hotelowego itd.). Korzyść nabywcy jest oczywista i wieloraka. Po pierwsze: otrzymuje on w ramach pakietu podstawowe usługi związane z pobytem turystycznym (jak, np. przejazd, nocleg, częściowe lub całkowite wyżywienie, wstęp do obiektów z limitowaną liczbą zwiedzających lub udział w rezerwowanych imprezach) uzyskując tym samym komfort typowy dla turystyki zorganizowanej. Po drugie: poszczególne elementy tej oferty zazwyczaj są w całości zgodne z jego preferencjami (a nie są tylko rezultatem kalkulacji atrakcyjności i ekonomicznego rachunku, przeprowadzonej przez touroperatora i przedłożonej konsumentowi grupowemu. Wreszcie po trzecie: moduły pakietu nie wypełniają całego czasu jego pobytu

¹ W tej definicji mieszczą się także pakiety okolicznościowe, przy czym w ich przypadku nie musi być spełnione kryterium elastyczności czasowej, ponieważ ich istotą jest ograniczony czas trwania - ze względu na długotrwałość atrakcji, którym towarzyszy pakiet [por. Artyshuk 2010, s. 72].

w odwiedzanej miejscowości - dzięki czemu zachowuje on duży zakres swobody i szanse na dalszą serię wyborów już w czasie wyjazdu. Turysta sam decyduje także, w jakim terminie chce skorzystać z danego produktu, i nie musi dostosowywać się do terminów wyjazdów narzuconych np. przez touroperatora. Podobnie sam decyduje, w jakiej kolejności skorzysta z wykupionych składowych produktu.

W świetle wykazanej powyżej rosnącej skali indywidualizacji turystyki przyjazdowej do Polski (por. tabela 1) tworzenie i dystrybucja pakietów tego rodzaju stanowią z jednej strony szansę poszczególnych destynacji, w tym miast, na przyciągnięcie poszukującego „interaktywnej” oferty potencjalnego turysty, z drugiej zaś - dla organizatorów turystyki i oferentów jej poszczególnych usług - szansę na utrzymanie się na zmieniającym się rynku przez wprowadzenie nowego typu produktu, z którego skorzystają ci, którzy nie kupią masowych wycieczek. Jeśli ten kierunek i dynamika zmian popytowych w turystyce europejskiej utrzymają się, to nie jest wykluczone, że tworzenie różnorodnych, atrakcyjnych pakietów indywidualnych skierowanych do ceniącego swoją swobodę wyboru odbiorcy będzie decydowało zarówno o przeżyciu przedsiębiorstw i funkcjonujących w nich miejsc pracy, jak i o pozycji poszczególnych obszarów (regionów) systemów zwiedzania (szlaków) i ośrodków turystycznych (m. in. miasta) na tym rynku [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 48-49].

W miastach, w których ze względu na ich potencjał kulturowy turystyka jest ważnym aspektem funkcjonowania gospodarczego i rozwoju, zauważa się dynamiczny wzrost tak ilości, jak i różnorodności ofert dla indywidualnych turystów. Generalnie tę grupę stanowią osoby, które preferują program pobytu i tryb zwiedzania nie podporządkowany sztywnemu rozkładowi dnia wycieczki grupowej, cenią sobie nie tylko wolność wyboru, co i kiedy będą robić, nie lubią z jednej strony ograniczać swojej aktywności (w tym także listy zwiedzanych miejsc) do z góry ustalonego planu dnia. Cenią sobie czas wolny zwłaszcza wtedy, gdy odczuwają jego potrzebę, wybór posiłków, na które mają ochotę. Realizując swoje wyjazdy niezależnie od touroperatora częściej niż uczestnicy grup zorganizowanych mają okazję do realizacji swoich indywidualnych zainteresowań, odwiedzając muzea, atrakcje, eventy, które im odpowiadają [Prylińska, Ratkowska 2009, s. 6]. Są to też osoby dłużej niż uczestnicy wycieczek zorganizowanych pozostające w odwiedzanym mieście, a w związku z tym i ze swoimi preferencjami organizacji własnego pobytu także częściej i chętniej próbujące miejscowych specjałów kulinarnych, kupujące pamiątki, upominki lub nawet dzieła lokalnej sztuki. Nieodłączną częścią turystyki miejskiej jest shopping [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 100n]. I w tym aspekcie także indywidualny turysta miejski, ze względu na swoją autonomię w zakresie czasu i doboru celów, jest najczęściej bardziej aktywny niż tzw. „grupowy” - z korzyścią dla odwiedzanego miasta.

1.2. Pakiet indywidualny, czyli trzy sposoby na turystę.

Z ekonomicznego punktu widzenia celem każdego obszarowego produktu turystycznego - w tym także pakietu indywidualnego - jest zatrzymanie turysty na miejscu jak najdłużej, spowodowanie, żeby skorzystał z jak największej ilości atrakcji i usług, a tym samym pozostawił u lokalnych usługodawców więcej pieniędzy.

Pierwszy sposób na turystę - cena

Indywidualny turysta, nie mogący wykorzystać grupowych rabatów, jest z góry skazany na droższe usługi niż klient grupowy - począwszy od biletów wstępu, poprzez koszt posiłków, aż po ceny noclegów. Dlatego oprócz ciekawego zestawienia atrakcji i usług, pakiety indywidualne

powinny również posiadać korzyści podobne do tych, jakie są udziałem organizatorów turystyki grupowej w hotelach i restauracjach. Oczywiście rzeczą jest przy tym, że w przypadkach takich pakietów uzyskiwane rabaty i zniżki nie będą tak duże jak te udzielane grupom zorganizowanym. Pomimo to zastosowanie zauważalnego upustu cenowego jest istotnym czynnikiem wpływającym na popularność pakietów indywidualnych, w szczególności w kraju z większością relatywnie niezamożnych mieszkańców, jakim jeszcze przez pewien czas pozostanie Polska. Na temat cen jako kryterium atrakcyjności produktu turystycznego w zależności od zamożności nabywcy szerzej pisze Renata Seweryn [2005, s.81], natomiast o psychologicznych aspektach ceny - Kaczmarek, Stasiak i Włodarczyk [2005, s.216-217].

Analizę oszczędności wynikających z nabycia pakietu można przeprowadzić na przykładzie Poznańskiej Karty Miejskiej. Dla jasności prezentacji dokonano przy tym wyboru tylko części opcji spośród licznych proponowanych w tym pakiecie możliwości. Zakładamy zatem, że konkretny turysta, interesujący się dziedzictwem kultury przyjeżdża do Poznania na trzy dni, zobaczy kilka ciekawych muzeów, Palmiarnię, Nowe Zoo i jedną z makiet dawnego Poznania, skorzysta z 3 posiłków poza śniadaniami oraz wykorzysta jedną z ofert Malta Ski.

Tab. 2. Poznańska Karta Miejska - analiza korzyści cenowych.

Usługa	Cena* podstawowa	Rabat wynikający z karty turystycznej	Cena po zniżce
Poznańska Karta Miejska 3 dniowa			45
Bilet komunikacji miejskiej 72 godziny	20	Bezpłatnie	0
Muzeum Narodowe w Poznaniu	12	Bezpłatnie	0
Muzeum Archeologiczne	8	Bezpłatnie	0
Muzeum Historii Miasta-Ratusz	7	Bezpłatnie	0
Muzeum Poznańskiego Czerwca 1956	4	Bezpłatnie	0
Makieta Dawnego Poznania	14	Bezpłatnie	10
Palmiarnia	5,50	bilet ulgowy	4
Nowe Zoo (cena weekendowa)	20	bilet ulgowy	10
Tor saneczkowy Malta Ski (3 zjazdy)	24	25%	18
Trzy posiłki (zakładana średnia cena to ok. 50 zł za posiłek)	150	rabat uśredniony 15%	127,50
Suma	264,50	18,9%	214,50

* - ceny z dnia 01.02.2011 podane są w polskich złotych.

Źródło: Ceny na podstawie informacji zawartych na stronach instytucji akceptujących kartę oraz informacji o rabatach na stronie Urzędu Miasta Poznania

Oszczędność dzięki wykorzystaniu pakietu wynosi w tym wypadku 50 zł, co stanowi prawie 19% całości kosztów. Dodatkowo turysta może wykorzystać 5-10-procentowe rabaty cenowe w wybranych hotelach. Jedyną ofertą, która dla turystów indywidualnych jest pod względem cenowym atrakcyjna jeszcze bardziej niż pakiet, są popularne ostatnio w Polsce i za granicą akcje „miast za pół ceny”, kiedy oszczędność indywidualnego konsumenta może wynosić nawet 50%. Dotyczą one jednak tylko jednego weekendu w skali roku, podczas gdy pakiet może być wykorzystany w ciągu całego lub niemal całego roku. Warto przypomnieć, że po raz pierwszy w Polsce akcja „... pół ceny” odbyła się właśnie w Poznaniu w 2008 roku.

Drugi sposób na turystę - zróżnicowanie oferty

Kolejnym ważnym elementem jest zróżnicowanie pakietu. Inaczej mówiąc: atrakcyjny pakiet powinien zawierać elementy pochodzące z różnych źródeł (najlepiej od różnych usługodawców). Im bardziej różnorodny zbiór usług i atrakcji proponowany jest w pakiecie, tym większa jest szansa na przyciągnięcie turysty do miejsca jego realizacji i pokazanie, że miasto (region) posiada szeroką ofertę, która potrafi zaspokoić potrzeby większości turystów.

Zazwyczaj im większe jest miasto, tym większa może być ilość składowych pakietu, ponieważ wzrasta liczba usługodawców, którzy posiadają turystyczną lub paraturystyczną ofertę. Takimi składowymi pakietów, atrakcyjnymi dla typowego turysty kulturowego mogą być usługi podstawowe, jak noclegi, gastronomia i transport oraz elementy, które określimy tutaj jako ofertę kulturową, w tym zwiedzanie (udział w zwiedzającej grupie lub ekskluzywna usługa przewodnicka), bilety wstępów do muzeów, uczestnictwo w evencie.

Oprócz urozmaicenia oferty pakietów pod względem tematyki i ilości elementów należałoby również dostosować ją pod względem cenowym do różnych grup odbiorców. Dobrze przygotowana oferta pakietowa będzie dostępna nie tylko dla „klientów z wyższej półki”, ale również dla gości coraz bardziej rozwijających się hosteli i hoteli niższego standardu a nawet schronisk turystycznych. Szczegółowa analiza zróżnicowania zostanie przedstawiona poniżej po przeanalizowaniu dostępnych na omawianym terenie pakietów turystycznych.

Trzeci sposób na turystę - interaktywność

Chcąc wprowadzić ciekawą ofertę, a jednocześnie dbając o jej zróżnicowanie, oferenci pakietów mogą spotkać się z problemem udostępnienia tak szerokiej palety usług konkretnemu turyście i dostosowania jej do jego indywidualnych potrzeb. Tutaj z pomocą mogą przyjść internetowe narzędzia interaktywne, dzięki którym konsument pakietu może sam wybrać te konkretne moduły, które go interesują. Jednocześnie może on już na etapie przygotowania podróży kontrolować ich ilość, rodzaj i ostateczną cenę - taką, która będzie mu odpowiadała. Ilość i rodzaj składowych pakietu, które będą udostępnione, zależą od umów zawartych pomiędzy oferentem pakietu oraz jego podwykonawcami (dostawcami poszczególnych usług). Zastosowanie takich narzędzi jest korzystne nie tylko dla klienta, który w ten sposób otrzymuje szeroką paletę usług dostępnych w pakiecie. Zyskuje także oferent pakietu, ponieważ oferta jest generowana przez samego turystę, co oszczędza nie tylko czas poświęcony na przygotowanie oferty dla każdego konkretnego odbiorcy, ale również eliminuje konieczność drukowania materiałów reklamowych ze wszystkimi dostępnymi kombinacjami. Umieszczenie interaktywnych narzędzi w Internecie rozszerza również grono odbiorców oferty, dzięki czemu można zamówić pakiet turystyczny, nie wychodząc z domu. Przykładem interaktywności przy tworzeniu pakietu turystycznego sjest oferta „Pakiet Turystyczny w Poznaniu” biura KulTour.pl [2010] oraz oferty typu „city break” biura Expedia Inc. [2011].

1.3. Gestorzy pakietów indywidualnych.

Pakiet lokalny może zostać stworzony zarówno w wyniku decyzji odgórnej, jak również wskutek inicjatywy oddolnej. Nie wszystkie dostępne atrakcje muszą wchodzić w jego skład. Żeby ostateczna oferta nie przypominała przypadkowego zbioru dostępnych atrakcji, już na poziomie tworzenia pakietu należy przeprowadzić konieczne ustalenia:

1. Jaki rodzaj pakietu ma zostać stworzony (np. pobytowy ogólny, okazjonalny, tematyczny)?
2. W jaki sposób pakiet zostanie zintegrowany z istniejącą ofertą miasta/mikroregionu (lub czy stworzy on nową wartość w regionie)?
3. Kto będzie adresatem pakietu (turystę o jakich zainteresowaniach ma przyciągnąć)?
4. Jaki ma być zasięg oddziaływania pakietu (czyli: skąd ma pochodzić docelowa grupa jego konsumentów i czy jesteśmy w stanie do nich dotrzeć z jego promocją i dystrybucją)?
5. Jaka ma być dostępność lub czas trwania pakietu? Czy będzie to pakiet dostępny dla każdego czy tylko np. dla uczestników określonego eventu albo korzystających z oferty szlaku.
A także: czy będzie możliwość skorzystania z niego przez cały rok, czy tylko w określonym czasie (np. w sezonie albo podczas trwania danego eventu)?
6. Kto ma się znaleźć w grupie oferentów składowych usług (dobór partnerów pakietu)?
7. Co będzie magnesem własnym pakietu (czyli wskazanie czynnika warunkującego jego atrakcyjność dla konsumenta poza składowymi, które mają własną atrakcyjność niezależną od pakietu. Zatem: czy pakiet będzie dawał zniżki, bezpłatne wejścia, umożliwiał otrzymanie upominków, udział w losowaniu nagród, czy może gwarantował nadzwyczajną usługę ekstra itd.).
8. Wybór koordynatora projektu lub strony nadzorującej jego wdrażanie i funkcjonowanie (o ile nie jest nim jednostka komercyjna, którą dla odróżnienia nazwiemy „organizatorem pakietu”).

Na podstawie powyższego wyliczenia mogłoby się wydawać, że pakiet turystyczny jest raczej instrumentem wymagającym więcej pracy na etapie realizacji (koordynacja) niż skomplikowanym w konstrukcji. Niemniej jednak warto zauważyć, że podlega on także pewnym ograniczeniom prawnym. W szczególności dotyczy to ofert zawierających nocleg lub transport do docelowej miejscowości, gdy oferowane usługi są objęte wspólną ceną. Streszczając wywody zawarte w opracowaniu autora na temat indywidualnych pakietów turystycznych [Artyshuk, 2010] należałoby podkreślić, że jeżeli pakiet spełnia kryteria definicji **imprezy turystycznej**, to w naszym kraju może go oferować tylko taki podmiot, który jest organizatorem turystyki w rozumieniu polskiego prawa - czyli biuro podróży posiadające wpis do rejestru organizatorów turystyki.

Analizowana wcześniej Poznańska Karta Miejska nie spełnia kryteriów tzw. imprezy turystycznej, tym samym więc nie podlega prawnym ograniczeniom, jeśli chodzi o organizatora. Karta nie zawiera bowiem wprost opcji świadczenia noclegów i w odniesieniu do tej usługi jest wykorzystywana jedynie jako karta rabatowa w hotelach i restauracjach. Przykładem pakietu stosującego podobne rozwiązania jest Tatrzańska Karta Rabatowa [Karta Tatrzańska 2010], która jest kartą nieodpłatną dającą wiele zniżek na poszczególne usługi. Jednak warunkiem jej otrzymania jest „...*dokonanie rezerwacji pobytu w jednym z obiektów noclegowych, których aktualna lista znajduje się na oficjalnej stronie programu...*” [wyciąg z regulaminu]. W świetle przytoczonej regulacji karta rozpoczyna swoje funkcjonowanie PO wykorzystaniu noclegu, może także dawać zniżki w kolejnych obiektach noclegowych. Tych jednak jej posiadacz nie musi jednak wykorzystywać. Konstrukcja tego pakietu jest zatem bardzo dobrze pomyślanym sposobem zachęcenia do nabycia noclegu, jednak bez włączania go do ceny pakietu (funkcjonuje on jako warunek, a nie składowy element!), co wiązałoby się już z koniecznością spełnienia dodatkowych wymogów prawnych.

1.4. Budowa i organizacja lokalnego pakietu turystycznego dla turysty indywidualnego

Przed podjęciem analizy grupy funkcjonujących pakietów miejskich należy przypomnieć kilka najczęściej spotykanych modeli integracji usług turystycznych i współpracy ich gestorów w ramach takich pakietów:

Model centralny² - jest typowy dla pakietów tworzonych przez touroperatora, gdyż jest on wówczas jednocześnie zarówno organizatorem, jak i koordynatorem projektu (a także może być właścicielem marki tego produktu). Organizator najczęściej nie wnosi do takiego pakietu żadnych innych swoich usług oprócz koordynacji zamówionych przez turystę składowych. Wszystkie moduły pakietu nabywa zatem w imieniu turysty, pobierając zysk za ich zintegrowanie (na etapie konstrukcji) ich zestawienie jako konkretnej oferty (na etapie wyboru przez turystę) wreszcie za umożliwienie ich konsumpcji w danym czasie i miejscu (na etapie realizacji), czyli zapewnienie możliwości wykorzystania dobranej oferty imiennie przez danego turystę i w trakcie jego wyjazdu.

Model rozproszony. Charakterystyczną cechą modelu jest jego „demokratyczny” charakter, ponieważ powstaje on w wyniku porozumienia wielu podmiotów, które sprzedają swoje usługi pod wspólnym szyldem za cenę zryczałtowaną. Wszystkie strony pakietu są rzeczywistymi, równorzędnymi partnerami produktu. Oznacza to także najczęściej, że konsument może go nabyć za pośrednictwem każdego z wykonawców (np. w hotelu, w muzeum, w biurze eventu, w biurze podróży), przy czym sprzedawca może przy tej okazji obok zysku za własną usługę jako element całości pobrać dla siebie (odliczyć) z ceny pakietu ustaloną dodatkową premię za sprzedaż pakietu w postaci nieznacznego zysku.

Model większościowy. Często stosowany bywa w miejscowościach i regionach, które nie przyciągają wielkich mas turystów. W tym modelu niektórzy oferenci usług (nazwijmy ich tu koordynatorem-gospodarzem pakietu), pragnąc zwiększyć swoją sprzedaż, a jednocześnie zadowolić istniejące zapotrzebowanie turystów - nie dostrzegane i nie wykorzystywane przez organizatorów turystyki - tworzą pakiety wokół własnej oferty turystycznej, uatrakcyjnając ją dodatkowo usługami pozostałych partnerów pakietu lub w niektórych sytuacjach tylko rozszerzając ofertę własną i sprzedając ją w postaci zespołu różnych usług. Najczęstszymi gospodarzami pakietów o modelu większościowym są hotele, którym z oczywistych względów najbardziej zależy na zatrzymaniu klienta u siebie w miejscowości (regionie) nie tylko na kilka godzin, lecz dłużej. To bowiem w konsekwencji generuje jego dodatkowe wydatki związane z noclegiem, a tym samym większe zyski samego hotelu i jego partnerów. W przypadku pełnienia funkcji koordynatora-gospodarza pakietu większościowego podmioty inne niż oferujące noclegi (na przykład lokalne organizacje turystyczne, obiekty zwiedzane przez turystów) mogą zyskać nieproporcjonalnie więcej w stosunku do zwykłej ceny swojej usługi (np. przewodnictwa po miejscowości, wstępu do obiektu), co może stanowić znaczącą motywację do organizowania przez nie pakietów według takiego modelu.

² Struktura przedstawionych tu modeli pakietów lokalnych odpowiada w znacznej mierze modelom klastrów turystycznych, prezentowanych i analizowanych w [Staszewska 2009 s.63-69], we wskazanym opracowaniu używane są nazwy wskazujące na pochodzenie danego modelu klastra: duński (dla modelu centralnego) i amerykański (dla modelu rozproszonego). Natomiast model większościowy nie jest zbliżony z prezentowanymi przez Staszewską modelami klastrów - został on opracowany na podstawie bardzo licznych polskich propozycji pakietów po analizie przeprowadzonej przez autora na użytek niniejszego artykułu.

2. Rodzaje indywidualnych pakietów³ turystycznych

Ze względu na typ usługi podstawowej, wśród najczęściej występujących indywidualnych pakietów turystycznych należy wyróżnić kilka rodzajów:

- pakiety tematyczne
- pakiety lokalne (o charakterze ogólnym)
- pakiety jednoźródłowe
- pakiety okolicznościowe

Każdy z tych rodzajów może mieć swój własny model organizacji i specyficzną strukturę produktu. Granice pomiędzy poszczególnymi rodzajami pakietów mogą też czasem okazać się płynne. Na przykład w sytuacji dużej i atrakcyjnej turystycznie miejscowości typowe pakiety o charakterze ogólnopobytowym (np. lokalne pakiety weekendowe) mogą zawierać na tyle szeroki wachlarz modułów do wyboru, że wykorzystanie w pełni przez konsumenta jednej grupy opcji przy minimalnym wykorzystaniu innych typów modułów przekształca wybrany ostatecznie pakiet w istocie w pakiet tematyczny, ograniczony do konkretnej lub wiodącej tematyki, w zakresie wchodzących w jego skład atrakcji. W celu ilustracji poszczególnych typów pakietów poniżej zostały przeprowadzone krótkie studia przypadku ofert dla turystów indywidualnych, dostępnych na poznańskim rynku ofert turystycznych, które mogą klasyfikować się jako pakiet indywidualny. W przypadku, gdy któryś z rodzajów nie jest dostępny dla Poznania, dla uzyskania pełnego obrazu tego typu miejskiego produktu podane zostają przykłady z innych ośrodków turystyki miejskiej lub z oferty pozostałych form turystyki kulturowej z terenu Polski albo innych krajów Europy.

2.1. Pakiety tematyczne (typ „czerwonych koralików”)

Są to pakiety skierowane do turystów zainteresowanych konkretnym tematem. W konstrukcji pakietu tematycznego bardzo ważne jest odpowiednie dobranie składowych atrakcji. Niektóre dobra mające na celu zaspokojenie podstawowych potrzeb turysty mogą przy tym również pełnić rolę atrakcji, np. posiłek w restauracji oferującej miejscowe/regionalne potrawy, szczególnie, jeśli nie są one znane w innych krajach lub regionach. Innym przykładem może być nocleg w hotelu mieszczącym się w dawnych koszarach lub forcie, w ramach pakietu skierowanego do zwolenników turystyki kulturowo-militarnej czy po prostu miłośników wojskowości. Czasem głównym magnesem jest jeden unikatowy w skali kraju, kontynentu lub świata obiekt o określonej tematyce (turystyczne „unicum”)⁴, który na tyle mocno przyciąga turystów, że wokół tej atrakcji powstaje szereg dodatkowych świadczeń, powiązanych z nim tematycznie, które następnie łączone są w pakiety tematyczne. Klasycznym przykładem pakietów tematycznych są także indywidualne oferty pakietowe w ramach zwiedzania szlaków tematycznych. Przez badaczy tej grupy produktów turystycznych uważane są one nawet za istotny element organizacji szlaków [Mikos von Rohrscheidt 2010, s. 66n, s. 363].

Dostępność na poznańskim rynku turystycznym: Brak

Pakiet tematyczny, przykład 1.

Nazwa pakietu: *Urzekający świat pałaców i dworów* [TMB 2005]

Miejscowość/region: Brandenburgia, Niemcy

³ W dalszej części artykułu określenie „pakiet” będzie dotyczyło tylko indywidualnych pakietów turystycznych

⁴ Szerzej na temat „unicum” i jego roli w turystyce por. [Mikos v. Rohrscheidt 2009, s. 104-105]

Krótki opis: Wycieczki po pałacach, dworach i ogrodach Brandenburgii urozmaicone lokalną historią i kuchnią.

Składowe pakietu:

- 3 noclegi ze śniadaniem i obiadową kolacją w pałacu w Ziethen,
- spotkanie z twórczością T. Fontane,
- zwiedzanie z przewodnikiem Neuruppina oraz wycieczki do pałaców, dworów i parków: Oranienburg, Liebenberg, Demerthin, Paretz, Caputh, Reckhahn, Kleßen.
- Kawa i ciasto z oprawą muzyczną
- występ „Drağala”- przedstawiciela straży przybocznej Fryderyka Wilhelma I.
- transport podczas wycieczki

Dostępność: stała, na życzenie klienta (*abrufbereit*).

Oferent: TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

Model pakietu: centralny

Pakiet tematyczny, przykład 2.

Nazwa pakietu: *Szlak Bursztynowy* [Orbis 2010]

Miejscowość/region: Gdańsk

Krótki opis: Pakiet zestawia usługi oferowane w ramach zwiedzania miejskiej (wirtualnej) trasy tematycznej, prowadzącej przez Starówkę Gdańską z uwzględnieniem historii obróbki bursztynu. Obejmuje m.in. wizyty w Muzeum Bursztynu oraz w warsztacie bursztynniczym (gdzie turyści mogą sami spróbować obróbki bursztynu oraz kupić wyroby w cenie producenta).

Składowe pakietu:

- opłata za wstęp do Św. Kościoła Brygidy z bursztynowym ołtarzem,
- opłata za wstęp do Muzeum Bursztynu,
- wizyta w galerii bursztynu (w warsztacie bursztynniczym),
- oprowadzanie i opieka przewodnika,

Dostępność: nie podano

Oferent: Orbis Travel, Gdańsk

Model pakietu: centralny

Pakiet tematyczny, przykład 3

Nazwa pakietu: *Krótką podróż przez Wittenbergę szlakiem Reformacji* [ACRON 2010]

Miejscowość/region: Wittenberg, Niemcy

Krótki opis: Wycieczka z przewodnikiem przez Wittenbergę - miasto Lutra - wpisane na listę UNESCO. Oprowadzanie ma formę zwiedzania fabularyzowanego.

Składowe pakietu:

- 2 noclegi ze śniadaniem,
- jeden tematyczny, fabularyzowany posiłek „Obiad jak za czasów Lutra” w piwnicach zamkowych,
- zwiedzanie fabularyzowane miasta (poza sezonem zwiedzanie z audioprzewodnikiem),
- zwiedzanie domu Lutra z ok. 1000 oryginalnymi eksponatami od okresu życia i pracy Marcina Lutra po dzień dzisiejszy,
- zwiedzanie domu Melanchtona z zabytkową zielarnią,

Dostępność: na życzenie klienta

Oferent: ACRON Hotel Wittenberg,

Model pakietu: większościowy

Analiza powyżej wymienionych pakietów pozwala stwierdzić ich podobną budowę, przypominającą model ozdobnych koralików. Temat przewodni służy za nitkę (fabułę), na którą - jak poszczególne koraliki - są nanizane poszczególne atrakcje. Różnią się one między sobą typem, profilem, sposobem realizacji - wszystkie jednak poza modułami typowo bytowymi (jak ewentualny nocleg, transport) wykazują zbieżność tematyczną z wiodącym wątkiem pakietu. Każdy z pakietów ma różną ilość składowych, ale w każdym z nich obecny jest przewodnik, funkcjonujący tu jako „specjalista” w zakresie danego tematu. Oznacza to, że istotnym elementem pakietu tematycznego może być także człowiek, pełniący rolę interpretatora (kulturowego) wątku tematycznego. Zatem także sukces pakietu będzie w dużym stopniu zależny od cech osobowościowych oraz kompetencji merytorycznych przewodnika. Koordynatorami pakietów jak widać nie zawsze muszą być biura podróży - przykład Wittenbergi pokazuje, że w dość szerokim zakresie może to być także hotel.

Z doniesień prasowych wynika, że w 2005 roku istniała ciekawa tematyczna oferta pakietowa w wielkopolskim Wolsztynie. Niestety nie można było jej zweryfikować, ponieważ nie udało się odnaleźć koordynatora, który zajmował się tym pakietem. Oto jej opis: *„Poznańskie biuro turystyczne Retrotrans wraz z PKP Cargo promują pakiet pod nazwą „Powrót do tradycji”. To już nie tylko zwiedzanie parowozowni w Wolsztynie czy wycieczki pociągami retro po okolicy (Wolsztyn-Boszkowo, Wolsztyn-Konotop, Wolsztyn-Grodzisk i z powrotem połączone z pieszymi wycieczkami po okolicy). Prawdziwym hitem jest ośmiodniowy kurs nauki obsługi parowozu połączony z praktyczną jazdą pod okiem starych maszynistów. Kursanci dostają specjalne umundurowanie, materiały informacyjne, mają zapewniony nocleg i wyżywienie. Na zakończenie otrzymują certyfikat potwierdzający zdobyte umiejętności.”* [Rewiński 2005].

2.2. Pakiety lokalne ogólne (typ „klocków Lego”)

Głównym zadaniem pakietów lokalnych jest zwiększenie sprzedaży rozmaitych dóbr turystycznych na danym obszarze. Taka potrzeba jest spowodowana przede wszystkim okresowym zmniejszeniem obłożenia bazy turystycznej (najczęściej hotelowej) poza sezonem turystycznym „w miastach o sporej popularności turystycznej oraz bogatej i atrakcyjnej ofercie kulturalno-turystycznej” [Prylińska, Ratkowska 2009, s. 4]. W miastach mniej popularnych wśród turystów wiąże się to z małą znajomością atrakcji regionu/miasta przez odwiedzających. Kupując pakiet lokalny turysta otrzymuje coś w rodzaju kompletu klocków Lego i tylko od jego wyobraźni i preferencji zależy w ostateczności, jaka formę będzie miał jego ostatecznie zrealizowany, indywidualny pakiet. Do najbardziej popularnych pakietów tego typu należą turystyczne karty miejskie, klasyczne pakiety miejskie oraz indywidualne pakiety krótkotrwałych wyjazdów do miast typu City Break.

Dostępność na poznańskim rynku turystycznym: jest.

Pakiet lokalny, przykład 1

Nazwa pakietu: *City Break* [Expedia 2011]

Miejscowość/region: Poznań, (możliwość wyboru innych miast)

Krótki opis: Klasyczny pakiet typu „City Break”. Możliwość indywidualnego wyboru różnych godzin lotów (różni przewoźnicy) oraz wyboru hotelu.

Składowe pakiety:

- przelot

- zakwaterowanie
- (dodatkowo) możliwość wynajęcia samochodu

Dostępność: domyślnie proponowany jest drugi kolejny weekend w stosunku do dnia wyszukiwania, ale jest możliwy także wybór terminu według indywidualnych potrzeb.

Oferent: Expedia Inc.

Typ modelu: rozproszony.

Pakiet lokalny, przykład 2

Nazwa pakietu: *Pakiet turystyczny w Poznaniu* [KulTour.pl 2010]

Miejscowość/region: Poznań, Polska

Krótki opis: Pakiet miejski dla Poznania składający się z modułu podstawowego i rozszerzonego

Składowe pakietu:

moduły podstawowe:

- nocleg w wybranym hotelu,
- usługa przewodnicka,

moduły dodatkowe:

- degustacja Rogala Marcińskiego w tradycyjnej cukierni,
- Poznańska Karta Miejska.

Dostępność: możliwość wyboru dowolnego terminu, rezerwacja terminu jest potwierdzana po weryfikacji możliwości realizacji w wybranym hotelu.

Oferent: KulTour.pl Organizator Turystyki Kulturowej i Edukacyjnej, Poznań

Typ modelu: rozproszony

Pakiet lokalny, przykład 3

Nazwa pakietu: *Poznańska Karta Miejska* [UMP 2003]

Miejscowość/region: Poznań, Polska

Krótki opis: Imienna karta dostępna do nabycia w centrach informacji turystycznej rozmieszczonych w centrum miasta, na dworcu PKP, na lotnisku, w wybranych hotelach i księgarniach.

Składowe pakietu:

- bezpłatne przejazdy komunikacją miejską,
- bezpłatne wstępy lub zniżki przy zwiedzaniu większości poznańskich muzeów,
- upusty cenowe w restauracjach, hotelach i obiektach rekreacyjnych.

Dostępność: cały rok, ważność karty od 1 do 3 dni

Oferent: Urząd Miasta Poznania

Typ modelu: rozproszony

Z powyższych ofert widać, że koordynator tworząc pakiet lokalny ma za zadanie zebranie szeregu ciekawych atrakcji i takie ustalenie zasad współpracy z partnerami pakietu, żeby ostateczny produkt miał wyjątkowy charakter, a jednocześnie zachęcał do skorzystania z jak największej ilości dostępnych w pakiecie atrakcji. Najczęstszym kryterium atrakcyjności pakietu lokalnego jest jego cena: przy sprawdzeniu oferty i cen poszczególnych usług (modułów) składających się na pakiet turysta zauważy, że w pakiecie całość otrzymuje taniej, niż zapłaciłby przy zakupie poszczególnych modułów osobno. Karty miejskie potrafią łączyć w sobie wiele zalet - w naszym przykładzie (3) jest to bilet komunikacji miejskiej, bilet wstępu do muzeum, a także karta rabatowa. Istnieją również oferty typu City Break, które są znacznie

bardziej rozwinięte i oprócz przelotu oraz noclegu zawierają również transfer z lotniska i usługę przewodnicką [Almatur 2010].

Jak widać, w segmencie pakietów ogólnych Poznań posiada już funkcjonującą ofertę dla turystów indywidualnych. Niemniej na poznańskim rynku turystycznym jest ona jeszcze bardzo uboga i mało urozmaicona.

2.3. Pakiety jednoźródłowe (typ „z jednego pieca”)

Kolejnym rodzajem pakietów są oferty, których składowe np. nocleg, wyżywienie i inne atrakcje proponowane są przez jeden podmiot gospodarczy po zryczałtowanej cenie. Przykładowo, liczne pakiety, sprzedawane przez hotele i sanatoria najczęściej nie posiadają ani koordynatora, ani partnerów pakietu, ponieważ podstawowym celem ich tworzenia jest sprzedaż głównej usługi ich wspólnego, jedyne go oferenta - noclegu lub zabiegów zdrowotnych. Taki pakiet przez dołączenie elementów uzupełniających przyczynia się tylko do wzrostu atrakcyjności głównej usługi („wszystko z jednego pieca”). Jego organizatorowi i jednocześnie wytwórcy wszystkich elementów składających się na pakiet nie jest do jego wytworzenia potrzebna współpraca z innymi podmiotami rynku turystycznego. W szczególnych przypadkach, m.in. pakietów uzdrowiskowych lub pobytowych o dłuższym czasie trwania niż pakiety weekendowe w hotelach, jako elementy fakultatywne, uzupełniające mogą jednak być oferowane dodatkowe atrakcje w postaci wycieczek lub biletów do obiektów kulturalno-rozrywkowych.

Dostępność na poznańskim rynku turystycznym: jest

Pakiet jednoźródłowy (hotelowy), przykład 1

Nazwa pakietu: „*Bamberski Weekend dla dwojga*” [Traper 2010]

Miejscowość/region: Poznań, Polska

Krótki opis: typowy pakiet hotelowy oparty na własnej bazie usługowej noclegi i wyżywienie, na życzenie klienta jest możliwość rozwinienia pakietu o dodatkowe usługi.

Podstawowe składowe pakietu:

- 2 noclegi dla 2 osób w hotelu Zagroda Bamberska (w pokoju: butelka wina musującego, bukiet kwiatów, kosz owoców),
- wyżywienie w ciągu dwóch dni (2 śniadania i 2 uroczyste kolacje).

Dodatkowe składowe

- Romantyczna przejażdżka po Poznaniu powozem konnym (2h) lub stylowym samochodem (1h)
- Zwiedzanie miasta z przewodnikiem,
- Wizyta w SPA dla dwojga,
- Bilety do opery, teatru, kina,

Dostępność: w każdy weekend, zamówienie na minimum 7 dni przez przyjazdem

Oferent: Biuro Traper (Poznań)

Typ modelu: większościowy

Pakiet jednoźródłowy (hotelowy), przykład 2

Nazwa pakietu: *Pakiet rodzinny* [Andersia 2011]

Miejscowość/region: Poznań, Polska

Krótki opis: Pakiet hotelowy rozszerzony o zabiegi SPA dla całej rodziny oraz o usługę opieki nad dzieckiem przez kilka godzin. Proponowane są również odmiany tego pakietu: „Moda,

Uroda i Damskie Plotki” z nauką tańca latynoamerykańskiego, „Romantyczny Weekend We Dwoje” z romantycznym poczęstunkiem oraz „Weekend w SPA”.

Składowe pakietu:

- 2 noclegi w apartamencie rodzinnym podczas weekendu,
- 2 śniadania w formie bufetu w Restauracji Flavoria,
- 2 posiłki dla rodziców oraz dzieci w Restauracji Mosaica,
- na powitanie miły upominek dla dziecka,
- 4 godziny profesjonalnej opieki nad dziećmi w hotelowym Baby Room,
- relaks dla rodziców i dzieci w Harmonia Wellness Club & Pool: basen z hydromasażem oraz przeciwprądem, jacuzzi, sauny fińska i parowa, sala relaksu, nowoczesną salą do aerobiku, siłownia oraz bar,
- Dla dzieci: zabawki oraz sprzęt wodny, obszerne jacuzzi z temperaturą 37C, dla dzieci poniżej 3 lat - dmuchany basenik z letnią wodą,

Dodatkowo pakiet umożliwia późniejsze wymeldowania się z hotelu (do godz. 16.00).

Dostępność: dowolnie wybrany termin

Oferent: IBB Andersia Hotel

Typ modelu: większościowy

Pakiet jednoźródłowy (uzdrowiskowy), przykład 3

Nazwa pakietu: *Narciarski weekend w Poznaniu* [Novotel 2010]

Miejscowość/region: Poznań, Polska

Krótki opis: Klasyczna oferta hotelowa wzbogacona o skorzystanie na preferencyjnych warunkach z pobliskiego stoku narciarskiego. Dostępny również pakiet „Nocna serenada smaków dla Dwojga”

Składowe pakietu:

- zakwaterowanie na 2 noce w przytulnym i komfortowym pokoju,
- śniadanie w formie ciepłego bufetu,
- voucher z 20% rabatem na jazdę na nartach i snowboardzie w Centrum Rekreacji Malta Ski,
- bezpłatne wypożyczenie sprzętu,
- bezpłatny parking strzeżony,
- inne atrakcje hotelu

Dostępność: Oferta ważna od 30/11/2010 do 31/03/2011

Oferent: Novotel Poznań Malta

Typ modelu: większościowy

Analiza tego typu pakietów wykazuje, że uzdrowiska i hotele najczęściej nie wykazują większego zainteresowania współpracą z innymi usługodawcami w celu tworzenia pakietów turystycznych. Być może jest to wynik ograniczeń prawnych, ponieważ sprzedając swoje noclegi razem z jakąkolwiek usługą obcą tworzyłyby imprezę turystyczną, której realizacja w wielu krajach europejskich (w tym w Polsce) jest z mocy ustawy zastrzeżona dla organizatorów turystyki. Dlatego miejscowi organizatorzy turystyki, uzupełniając te oferty, często oferują szeroką paletę wycieczek trwających od kilku do kilkunastu godzin. Tutaj można podać przykład Krynicy Zdrój, w której zarówno miejscowy oddział PTTK, jak i inni oferenci, stworzyli imponującą liczbę ofert dla kuracjuszy [PTTK 2011; BT Jaworzyna 2011].

Prezentowany poznański pakiet rodzinny dostępny w hotelu Andersia należałoby uznać za ofertę stosunkowo ubogą, ponieważ cała jego tytułowa „rodzinnosc” ogranicza się do zaoferowania gościom 4-godzinnej profesjonalnej opieki nad dziećmi w hotelowym Baby Room oraz udostępnieniu im zabawek, podczas kiedy rodzice - realizując inną opcję pakietu - korzystają z udostępnionych im zabiegów SPA. Zdecydowanie lepszą ofertą pakietu rodzinnego jest przykład z Brna w Czechach [VISTA 2010], bowiem pakiet zawiera wstępy dla całej rodziny do wesołego miasteczka oraz ZOO. Z kolei Novotel Malta z „Narciarskim weekendem w Poznaniu” jako jeden z pierwszych „pozwała” klientowi wyjść z hotelu, proponując mu bezpłatne wypożyczenie sprzętu narciarskiego oraz voucher z 20% rabatem na jazdę na nartach i snowboardzie w pobliskim Centrum Rekreacji Malta Ski.

2.4. Pakiety okolicznościowe (typ „z tej okazji”)

Jako pierwsze na polskim rynku pobytowych ofert indywidualnych zaistniały pakiety okolicznościowe (okazyjne). Powstawały one w związku z organizacją większych zjazdów, festiwali lub innych wydarzeń kulturalnych, a po ich zakończeniu były usuwane z oferty organizatora. Taki typ pakietów jest nadal dostępny na rynku turystycznym i towarzyszą one liczным regularnie organizowanym lub jednorazowym eventom różnego rodzaju, ściągającym turystów do poszczególnych miejsc.

Dostępność na poznańskim rynku: jest

Pakiet okolicznościowy, przykład 1

Nazwa pakietu: *Trail of the origins of the polish state* [Weiss-Travel 2008]

Miejscowość/region: Okolice Poznania

Krótki opis: Oferta skierowana do uczestników konferencji klimatycznej COP 14, która odbyła się w Poznaniu w grudniu 2008 roku. Oprócz pieszych wycieczek po Poznaniu oraz jednej połączonej z przejazdem autokarem oferowano również wyjazdy do atrakcji kulturowych położonych w niedalekich miejscowościach.

Składowe pakietu:

- transfer autokarem na trasie: Dziekanowice- Ostrów Lednicki- Gniezno-Biskupin,
- usługa przewodnicka (j. angielski),
- miejscowy przewodnik w Biskupinie,
- bilety wstępu do zwiedzanych obiektów,
- powitalny kieliszek wina.

Dostępność: 2008-12-07

Oferent: WEISS-TRAVEL

Typ modelu: rozproszony

Pakiet okolicznościowy, przykład 2

Nazwa pakietu: *MŚ_M Volleyball/FINAL/RZYM_2010* [C&T 2010]

Miejscowość/region: Rzym, Włochy

Krótki opis: Oferta pakietowa dla miłośników siatkówki

Składowe pakietu:

- przelot samolotem rejsowym na trasie WAW - Rzym - Warszawa,
- zakwaterowanie w hotelu 3* (3 doby) w terminie 08-11.10.2010 ze śniadaniem,
- transfery zgodnie w w/w programem,
- bilet wstępu na mecz FINAŁOWY MŚ w kat. 1,

- ubezpieczenie turystyczne NW, KL i utrata bagażu,
- opieka polskojęzycznego pilota podczas całego wyjazdu.

Dostępność: 08 - 10.10.2010

Oferent: Club & Travel Sp. z o.o.

Typ modelu: Centralny

Pakiet okolicznościowy, przykład 3

Nazwa pakietu: *Romantik in Rot* (Romantycznie w czerwieni) [Rüdesheim 2010]

Miejscowość/region: Assmannshausen (Rüdesheim), Niemcy

Krótki opis: „Impreza, która ma odbyć się pod znakiem czerwieni w dzielnicy czerwonego wina Assmannshausen w Rüdesheim: czerwone zimne ognie, „czerwone” potrawy i napoje, czerwony fajerwerk z muzyką - wszystko to dostarczy Państwu niezapomnianych wrażeń.”⁵

Składowe pakietu:

- 2 noclegi w Rüdesheim lub Assmannshausen (nad Renem)
- napój powitalny,
- kolacja w ramach HB,
- romantyczna wycieczka kolejką linową i stateczkiem do zamku Rheinstein,
- pokaz fajerwerku z podkładem muzycznym,
- transport powrotny z wycieczki do hotelu,

Dostępność: 27.-29.05.2011

Oferent: Rüdesheim Tourist AG

Typ modelu: centralny

Powyższe zestawienie ofert okolicznościowych pokazuje, że cechą wyróżniającą ten typ pakietów jest ich z góry ograniczony czas trwania - od kilku dni do kilku miesięcy, oraz fakt, że mają one charakter jednorazowy.

Analizując poznańskie przykłady trudno było znaleźć nawet archiwalne propozycje okolicznościowe. Może to oznaczać, że poznańscy oferenci usług turystycznych albo nie zauważyli popytu na nie, który wynika z potencjału takich wydarzeń, albo nie potrafią skojarzyć konkretnych imprez odbywających się w naszym mieście z ewentualną możliwością sprzedaży takich pakietów towarzyszącym tym imprezom. Inny problem może stanowić brak kanału przekazu danych (np. via portal internetowy eventu lub jego biuro organizacyjne) między potencjalnym oferentem usługi a docelową grupą konsumentów pakietu. Może on wynikać z nieświadomości organizatorów różnych kulturalnych i sportowych wydarzeń w Poznaniu, że taka oferta jest potrzebna i że należałoby ją umieścić na oficjalnych stronach internetowych eventu oraz w materiałach informacyjnych, poświęconych danemu wydarzeniu.

3. Atrakcyjność indywidualnych pakietów dla turysty kulturowego.

Powyżej wskazano już na kilka podstawowych cech pakietu, które mogą skłonić potencjalnego turystę do skorzystania z oferty pakietowej. Były to: cena, interaktywność oraz zróżnicowanie oferty. Właśnie zróżnicowanie otwiera pakietowi drogę do najszerszego grona turystów. Po dokonaniu przeglądu dostępnych ofert można pokusić się o ocenę stopnia zróżnicowania opisanych pakietów. W tabeli 3 zostały podsumowane możliwości każdej z ofert,

⁵ Wolne tłumaczenie z języka niemieckiego przez autora

przy czym ich zestawienie pozwala zauważyć, że większość z nich jest oparta na noclegach, usługach przewodnickich i biletach wstępu oraz tzw. „innych” usługach, specyficznych dla charakteru pakietu.

Tab. 3. Analiza zawartości modułów turystycznych w wybranych pakietach turystycznych.

Typ pakietu	Nazwa pakietu		Nocleg	Usługi gastronomiczne	Transport		Elementy kulturowe			Elementy		Rabaty	inne	Suma opcji
					lokalny	na miejsce	Bilety wstępu	Usługi przewodnickie	eventy	aktywny	zdrowotny			
Tematyczny	Urzekający świat pałaców i dworów		+	+	+	-	+	+	+	-	-	-	+	7
	Szlak Bursztynowy		-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	+	3
	Krótka podróż szlakiem reformacji		+	+	-	-	+	+	+	-	-	-	+	6
Lokalny	City Break London - Poznań		+	-	(+)	+	-	-	-	-	-	-	-	2(3)
	Pakiet turystyczny w Poznaniu ⁶	Podstawowy	+	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	2
		pełny	+	-	+	-	+	+	-	-	-	+	+	6
	Poznańska Karta Miejska		-	-	+	-	+	-	-	-	-	+	-	3
Jedno-źródłowy	Bamberski Weekend dla dwojga		+	+	-	-	(+)	(+)	(+)	-	+	-	+	4(7)
	Pakiet rodzinny		+	+	-	-	-	-	-	-	+	-	+	4
	Narciarski weekend		+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	+	4
Okazjonalny	COP 14 Okolice poznania		-	+	+	-	+	+	-	-	-	-	+	5
	MŚ_M Volleyball		+	-	+	+	+	-	-	-	-	-	+	5
	Romantik in Rot		+	+	+	-	-	-	+	-	-	-	+	5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie dostępnych aktualnych i archiwalnych ofert.

4. Pakiety indywidualne w Poznaniu: stan, potrzeby i postulaty

Z analizy istniejącej oferty pakietów indywidualnych wynika, że w zakresie oferty pakietów turystycznych dla klientów indywidualnych na poznańskim lokalnym rynku turystycznym występują zauważalne braki.

⁶ Pakiet podstawowy: nocleg i usługa przewodnicka, pakiet pełny zawiera dodatkowo degustację Marcińskiego rogała oraz Poznańską Kartę Miejską wraz ze wszystkimi korzyściami z niej wynikającymi.

4.1. Pakiety tematyczne

Tej grupy ofert na dzień dzisiejszy w Poznaniu zupełnie brak, chociaż np. oferty przewodnickie są bogate w tematyczne zwiedzanie Poznania i okolic. Na początek zalecane byłoby stworzenie pakietów, odpowiadających na stwierdzony popyt, czyli opartych na tematach już eksploatowanych w turystyce miejskiej.

Postulaty:

Stworzenie pakietów tematycznych nie musiałoby być przedsięwzięciem kosztownym, a jednocześnie pozwoliłyby ożywić ruch turystyczny bazujący albo na elementach dziedzictwa kulturowego dotychczas mało eksploatowanych, albo niedocenianych właśnie w Poznaniu, albo wreszcie - w kontekście swojego niszowego charakteru - niosących ryzyko strat dla organizatorów wycieczek grupowych.

- Można między innymi wykorzystać fakt położenia Poznania w przestrzeni najstarszego polskiego szlaku kulturowego - Szlaku Piastowskiego. Pakiet miejski obejmowałby wówczas oprócz noclegu i przewodnictwa na przykład wstęp i zwiedzanie tych obiektów, które zaliczają się do Szlaku.
- Podstawą pakietu może być także temat interesujący dla turystów etnicznych, na przykład bazujący na historii poznańskich Niemców (zarówno Bambrów, jak i Prusaków) oraz poznańskich Żydów.
- Także szersze udostępnienie dla turystyki XIX-wiecznych fortyfikacji Twierdzy Poznań mogłoby sprzyjać stworzeniu ofert pakietowych opartych o tematykę historyczno-militarną.
- Warte przemyślenia byłoby celowe współdziałanie kilku lokali gastronomicznych i piwiarni z różnorodną ofertą na rzecz stworzenia **pakietów kulinarnych**, wykorzystujących ewentualną miejską trasę kulinarną. Ważnym elementem takiej trasy byłby każdorazowo regionalny lub lokalny charakter serwowanych w ramach jej zwiedzania dań i napojów. Turyści mogliby przy okazji nabyć opracowany w ramach organizacji pakietu przewodnik po gastronomii regionalnej (w obu znaczeniach: po typowych daniach wraz z recepturami i po oferujących je lokalach, wraz z ich opisami), możliwe byłoby także zaangażowanie przewodnika w celu „kulinarnego zwiedzania Poznania” taką trasą.
- Ciekawą ofertą dla grupy turystów motywowanych kulturowo byłby **poznański pakiet muzealny**, obejmujący zbiorczy bilet muzealny, mapę muzeów poznańskich z opisami ich wystaw stałych, opis szczególnie atrakcyjnych wystaw multimedialnych. W przypadku pojawienia się takich ofert w muzeach pakiet objąłby także możliwość uczestniczenia w regularnym mikroevencie muzealnym (projekcja filmu, inscenizacja tematyczna itd.). Byłby on dostępny albo w ramach opcji pakietu albo jako pokaz specjalny dla posiadaczy pakietu (wówczas o określonej godzinie). Urozmaiceniem tego pakietu, zawierającym ceniony przez turystów kulturowych element ekskluzywności byłaby opcja specjalnego pokazu muzealnego (np. co weekend w innym muzeum: rzadko udostępniany, szczególnie cenny eksponat w wprowadzeniu lub filmem dokumentalnym). Pakiet mógłby zawierać opcjonalnie także usługę przewodnika miejskiego, prowadzącego turystów na przykład do konkretnych, szczególnie ciekawych eksponatów różnych muzeów. Tymczasowo, z braku pakietu muzealnego, potrzebna byłaby bardziej intensywna promocja Poznańskiej Karty Miejskiej, która

w ograniczonym zakresie już pełni tę rolę. Pożądanym działaniem byłoby również stworzenie biletów zbiorczych całorocznych⁷, które miałyby zachęcać turystę do przyjazdu do Poznania ponownie w celu obejrzenia kolejnego muzeum lub ponownego obejrzenia muzeum, które go szczególnie zainteresowało. Ciekawym pomysłem rozwiązania na skalę krajową byłoby skopiowanie modelu brytyjskiego. W tym kraju funkcjonują karty członkowskie Dziedzictwa Angielskiego, które uprawniają do bezpłatnych wstępów przez rok do wszystkich zabytków „English Heritage”, dając też zniżki do około 100 obiektów zaprzyjaźnionych oraz inne rabaty [English Heritage 2010].

- Innymi nośnymi tematami dla pakietu tematycznego w Poznaniu mogłyby być przykładowo tradycje tutejszego browarnictwa albo dzieje architektury, w tym. m. in., secesji poznańskiej.

4.2. Pakiety lokalne

Analiza przykładów z tej grupy ofert ukazuje, że pakiet indywidualny może stanowić zarówno rodzaj minimalnego „zaplecza logistycznego” dla samodzielnego penetrowania miejscowości i okolicy przez turystę (jak w analizowanym przykładzie City Break), jak również może w wyższym stopniu organizować pobyt i ułatwić zdobywanie głębszej wiedzy o regionie. Oferty lokalne, choć stanowią najliczniejszą grupę pakietów na poznańskim rynku, nadal nie są ani zbyt liczne, ani szczególnie urozmaicone. Bardzo dobrą podstawę dla takich pakietów może stanowić Poznańska Karta Miejska. Właśnie jeden z poznańskich przykładów pokazuje, jak gotowe pakiety mogą się wzajemnie uzupełniać. Pakiet turystyczny dla Poznania, oferowany przez KulTour.pl w swoim module rozszerzonym proponuje nabycie turystycznej karty miejskiej (która sama w sobie jest już pakietem), przez co znacząco zwiększa się lista korzyści wynikających z nabycia tej oferty.

Postulaty:

- Wskazana jest zdecydowanie bardziej intensywna promocja Poznańskiej Karty Miejskiej. Powinna ona zaczynać się już na etapie wyboru Poznania przez turystę jako miejsca spędzenia wolnego czasu. Najdogodniejszym miejscem reklamy Karty byłyby strony i katalogi biur proponujących oferty typu City Break. Promocja poznańskich pakietów (w tym karty turystycznej) powinna być prowadzona w miastach, z którymi Poznań ma bezpośrednie połączenie lotnicze. Sprzedaż karty należałoby rozszerzyć na wszystkie hotele i restauracje akceptujące kartę, informacje o niej powinny być umieszczane także na ich stronach internetowych.
- Istniejące lokalne pakiety pobytowe powinny zostać rozbudowane o nowe opcje, uwzględniające zainteresowania różnych grup turystów. W ten sposób automatycznie zostanie zwiększona ich atrakcyjność.

4.3. Pakiety jednoźródłowe

Na dzień dzisiejszy dla turysty zainteresowanego miastem jest to najmniej atrakcyjny rodzaj pakietu. Poznańskie hotele ze względu na swoją specyfikę - ukierunkowanie na klienta

⁷. Przykład wzięty z York Castle Museum. Bilet muzealny jest ważny przez rok od chwili nabycia i może być wykorzystywany dowolną ilość razy. Dodatkowo jest możliwość zakupu biletu łączonego z wstępem do innego muzeum. [York 2010]

biznesowego, brak większych kompleksów usługowych typu SPA - w tworzonych ofertach pakietowych ograniczają się do powielania mało oryginalnych i nie mających odniesienia do miejsca realizacji (Poznania) wzorów typu „weekend dla zakochanych” lub „pakiet walentynkowy”. Pakiet dla pary z odniesieniem do miasta pobytu jest ofertą dostępną przez cały rok w hotelu Zeppelin w Gdańsku, w jego ramach hotel „zachęca” zakochanych do opuszczenia pokoju wieczorem i proponuje bilety do teatru lub Filharmonii Bałtyckiej [Zeppelin 2010]. Z kolei na przykładzie „pakietu rodzinnego” z Czech widać, że nie tylko zakochana para może być klientem dla hotelu.

Postulat:

Podjęcie przez hotele w ramach budowy pakietów szerzej zakrojonej współpracy z miejscowymi instytucjami kultury, centrami rekreacji oraz biurami przewodnickimi. W Poznaniu możliwe jest m. in. stworzenie atrakcyjnego pakietu dla aktywnych np. na bazie kompleksu rekreacyjnego Malta oraz ofert kilku klubów i firm (wspinaczka, bowling, paintball itd.); pakietu dla rodzin na bazie ZOO i Palmiarni. Natomiast niemal każdy weekend można urozmaicić gościom pobyt wizytą w teatrze, operze lub uczestnictwem w koncercie.

4.4. Pakiety okolicznościowe

Jak widać z analizowanych przypadków, powód (okoliczność) dla tworzenia takich pakietów może być bardzo różny. W Poznaniu nie brakuje wydarzeń o różnorodnym charakterze, ściągających rozmaite grupy gości - z kolei brakuje towarzyszących im ofert pakietowych, a te, które sporadycznie się pojawiają, mają jedynie formę sugestii dla uczestników: „co jeszcze można zobaczyć” w Poznaniu. Tak było np. w przypadku 2011 FISA Masters Rowing Regatta, Poznań, Poland [FISA 2011]. Żadnych ofert zwiedzania miasta nie ma także na oficjalnych stronach internetowych największego poznańskiego eventu: „maltafestival poznań” - zupełnie tak, jakby miasto (dotując tę imprezę niemałymi środkami) zgola nie istniało. Może niemal dziwić, że odpowiedzialni za ten stan przez lata nie poczuli choć pewnego stopnia dyskomfortu, oglądając portale internetowe innych podobnych imprez w pozostałych krajach europejskich pod kątem obecnej tam promocji miasta-gospodarza oraz towarzyszącej im oferty pobytu w nim.

Postulaty:

1. Pakiety okolicznościowe nie muszą być ofertą tworzoną za każdym razem od podstaw. Jako ofertę podstawową wystarczyłoby stworzyć pewną liczbę ogólnych pakietów lokalnych, a informację o nich zamieszczać nie tylko w ofercie miejskiej, lecz także na stronach informacyjnych eventu, w jego materiałach promocyjnych, wreszcie w katalogach i informatorach poznańskich touroperatorów i hoteli przy każdej z takich okazji. Obok tego można skonstruować kilka pakietów tematycznych związanych z konkretnym wydarzeniem i umożliwiających bardziej intensywne uzupełnienie pobytu o inne związane z nim wątki miejscowego dziedzictwa lub atrakcje. Mógłby tego dokonać dowolny lokalny touroperator we współpracy z biurem eventu, przy czym top ostatnie nie musiałoby ponieść jakichkolwiek kosztów - wystarczyłoby tylko zagwarantowanie umieszczenia oferty pakietów przekierowanie na tę ofertę w swoich kanałach dystrybucji informacji.
2. Z punktu widzenia turystyki przyjazdowej dobrym posunięciem byłoby uchwalenie lokalnego prawa, uzależniającego wsparcie finansowe ze środków miejskich dla imprez

kulturalnych lub sportowych od umieszczenia przez organizatorów na oficjalnych stronach linków do pełnowartościowych, czyli obejmujących nocleg - własnych lub obcych - pakietów, możliwych do zamówienia oraz do informacji o ofercie turystycznej miasta. Oczywiście nie wiązałoby się to w żadnej mierze z obowiązkiem nabycia takich świadczeń ani nie stosowano by rozliczenia organizatorów za efekty tego działania. Takie działanie w powiązaniu z atrakcyjną ofertą pakietów mogłoby nie tylko urozmaicić turystom eventowym ich pobyt w mieście podczas imprezy, ale także zachęcić niektórych z nich do pozostania w Poznaniu o kilka dni dłużej.

Poniżej umieszczona tabela 4 zestawia przykładowe grupy podmiotów, które mogłyby nawiązać ze sobą współpracę przy tworzeniu poznańskich pakietów indywidualnych. Ilość pakietów, która mogłoby powstać już tylko na podstawie usług świadczonych przez tę grupę podmiotów mogłaby być imponująca.

Tab. 4. Potencjalne grupy oferentów poszczególnych modułów pakietów turystycznych w Poznaniu

Moduły turystyczne		Potencjalni usługodawcy lub już istniejące produkty
Noclegi		hotele, hostele i inne obiekty noclegowe
Usługi gastronomiczne		Restauracje, kawiarnie, cukiernie, piwiarnie, pizzerie itd.
Transport	lokalny	MPK, przewoźnicy podpoznańskich gmin, Poznańska Karta Miejska, taxi, wypożyczalnie samochodów
	Do i z Poznania	przewoźnicy kolejowi, linie lotnicze
Elementy kulturowe	Bilety wstępu	Muzea, teatry, kina, ZOO, Palmiarnia, CK Zamek, Poznańska Karta Miejska, organizatorzy imprez sportowych i artystycznych
	Usługi przewodnickie	touropreatorzy, przedsiębiorstwa przewodnickie, stowarzyszenia przewodnickie, samodzielni przewodnicy
	eventy	grupy rekonstrukcyjne, zespoły i grupy teatralne
Elementy	aktywne	kompleks rekreacyjny wokół jeziora Malta, pływalnie, centra sportu i rekreacji (np. NIKU), korty tenisowe, lodowiska, prywatni trenerzy
	zdrowotne	pływalnie, kluby fitness i salony SPA, prywatne formy typu „grota solna”
Rabaty		Poznańska Karta Miejska, książki rabatowe typu Qpony.pl lub serwisy typu Groupon.pl, księgarnie, sklepy i poszczególni usługodawcy

Źródło: Opracowanie własne

Zamiast zakończenia: Promocja dźwignią... jak zawsze.

Jeden z podstawowych problemów zarówno w kontekście turystyki miejskiej, jak i samych pakietów turystycznych stanowi - częściowo zawiniona przez własną politykę informacyjną - słaba rozpoznawalność Poznania jako miasta atrakcyjnego dla turystyki kulturowej. Przez lata Poznań reklamował się jako miasto stawiające na biznes i sport. Trudno sobie przypomnieć jakąkolwiek skuteczną kampanię reklamową Poznania w ciągu minionych 20 lat, która zachęcałaby do zobaczenia miasta i skorzystania z jego poszczególnych atrakcji.

Tymczasem przykładowo Kraków w 2010 roku zarobił na turystach 3,5 mld zł [TUR-INFO.PL 2011]. Jest to w przeliczeniu na rok zdecydowanie więcej niż przeciętne roczne inwestycje zagraniczne w Poznaniu razem wzięte: od roku 1990 wyniosły one w naszym mieście 6,6 mld USD [UMP 2010], czyli niecały 1 mld zł rocznie. Takie zestawienie wydaje się

uprawnione w kontekście powszechnie wyrażanych opinii, widzących w pierwszym z wymienionych miast ośrodek „turystyczny” a w drugim „biznesowy”. Przy wszystkich możliwych różnicach aktualnego potencjału obydwu miast, z pewnością znaczącą część tej szokującej różnicy wpływów z racji funkcjonowania najbardziej promowanego profilu miasta zawdzięczamy wieloletniemu zaniedbaniu turystyki miejskiej jako coraz bardziej zyskowej gałęzi lokalnej gospodarki. Zaniedbanie to wyrażało się nie tylko w ograniczaniu promocji Poznania jako destynacji turystycznej, ale także w rezygnacji ze wspierania na większą skalę i z użyciem większych środków lokalnych produktów turystycznych, choćby w minimalnej formie, na przykład poprzez ich promocję na zewnątrz.

Sami zresztą mieszkańcy Poznania w swojej większości nie są świadomi tego, co mijają na co dzień, a - jak wiadomo - także i oni mogliby być skutecznymi nośnikami turystycznej promocji miasta: reklamy, pochodzącej „z pierwszej ręki”, zatem odbieranej jako szczególnie wiarygodna. Przystępując po latach zaniedbań do promocji miasta należałoby najpierw przeprowadzić reklamę wartości turystycznych Poznania wśród samych mieszkańców, następnie przeprowadzić szeroko zakrojoną reklamę *turystyczną* w polskich i zagranicznych mediach, mogących mieć w swym zasięgu potencjalnych konsumentów oferty. Warto może przy tej okazji zaznaczyć, że reklama wykupiona w... CNN, z uwagi na rynek odbiorców tego medium wcale nie jest skierowana do szerokiego grona potencjalnych odwiedzających, natomiast na pewno jest... bardzo droga. Daleko skuteczniejsza byłaby zapewne reklama miasta i jego atrakcji na lotniskach mających aktualnie połączenia z Poznaniem, w katalogach turystycznych, albo na stronach www i w samych wnętrzach budynków sieci hoteli, posiadających swoje obiekty także w Poznaniu. Efekt może przynieść również wprowadzenie wspomnianego powyżej wymagania od organizatorów festiwali, zawodów i mistrzostw odbywających się w mieście i przez nie wspieranych, by w jakiegokolwiek formie umieszczali słowo POZNAŃ na swoich oficjalnych materiałach, a ofertę turystyczną miasta na oficjalnych portalach internetowych.

Na koniec przykład działania kontrproduktywnego. Oto obraz ukazujący, jak duże instytucje miejskie „wyrzekają się” Poznania. W 2010 roku ukazała się świetnie przygotowana reklama nowego poznańskiego stadionu przy ul. Bułgarskiej [YouTube 2010]. Reklama nazywa się nawet „Bulgarska Street”, a udźwiękowiona jest w języku angielskim, należałoby więc wnioskować, że jest skierowana do odbiorcy zagranicznego. Niestety, zlecniodawcy nie zadbali o to, żeby na końcu reklamy dodać, w jakim mieście i w jakim państwie owa reklamowana Bulgarska Street leży. Na ośłodę warto dodać, że niektóre firmy związane z Poznaniem reklamując swoją markę nie wstydzą się swojej poznańskości. Tak jest w przypadku znanej marki samochodowej, która swoją główną siedzibę w Polsce ma właśnie w Poznaniu, i której samochody w reklamach zawsze mają poznańskie rejestracje. Chociaż być może jest to odwołanie się do PO-znańskiej solidności pracy, która sama w sobie była kiedyś marką? Dlaczego jednak prywatna firma o zagranicznej proveniencji potrafi chlubić się tym, że jest związana z Poznaniem, a instytucje dofinansowywane z pieniędzy poznaniaków tak łatwo - i bezkarnie - mogą o tym zapominać?

Posiadanie walorów nie gwarantuje jeszcze sukcesu w turystyce miejskiej. Można wiele zrobić i - jak wynika to z niniejszego tekstu - wiele jest jeszcze do zrobienia w dziedzinie atrakcyjnej turystycznej oferty. Jednak skala wykorzystania samej oferty i płynące z jej sprzedaży zyski mogą wzrosnąć niepomniernie, jeśli także wokół niej wszystko i wszyscy, do których to należy i od których powinno się tego wymagać, zrobią dla swojego miasta i dla wsparcia jego rozwoju choćby tylko to, co z sukcesem robi się gdzie indziej.

Bibliografia:

- Alejski W., 2000, Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku, Wyd Albis, Kraków
- Artyszuk O. 2010, Indywidualne pakiety turystyczne w turystyce kulturowej, „Turystyka kulturowa” nr. 7-9/2010, s. 69-89.
- Burzynski T. [red.], Dryglas D., Bartosik A. Golba J., 2005, Czynniki wpływające na jakość i konkurencyjność usług turystycznych w miejscowościach uzdrowiskowych, Instytut Turystyki w Krakowie Sp. z o.o. i Stowarzyszenie Gmin Uzdrowiskowych RP, Kraków, www.sgurp.pl/Dokumenty/2006-03-24_opracowanie_czesc_i.pdf
- Gołębowski G. [pod.red.], 2006, Kompendium wiedzy o turystyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005, Produkt turystyczny. Pomyśl, organizacja, zarządzanie, Wyd. PWE, Warszawa
- Medlik S., 1995, Leksykon podróży, turystyki i hotelarstwa, PWN, Warszawa
- Middleton V.T.C., 1996, Marketing w turystyce, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2008, Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy, Wyd. GWSHM Milenium, Gniezno
- Mikos von Rohrscheidt A., 2009a, Nowoczesne trasy miejskie jako forma prezentacji historii i kultury oraz oferta turystyczna [w:] Stasiak A. (red.) Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać!, Wyd WSTH Łódź, s.95-126
- Mikos von Rohrscheidt A., 2009b, Region jako cel współczesnej turystyki kulturowej, „Folia Turistica” Nr 21 (2009), s.71-94
- Mikos von Rohrscheidt A., 2010, Regionalne szlaki tematyczne. Idea, potencjał, organizacja, Wyd. Proksenia, Kraków 2010
- Prylińska M., Ratkowska P., 2009, City break - próba wyjaśnienia i zdefiniowania zjawiska w odniesieniu do polskiego rynku usług turystycznych, „Turystyka kulturowa” nr. 9/2009, s. 3-15
- Seweryn R. 2005, Produkt turystyczny i wyznaczniki jego atrakcyjności, Zeszyty Naukowe nr 697, Akademia Ekonomiczna w Krakowie s.71-84
- Ustawa o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 r. (Dziennik Ustaw RP z 2004 r. Nr 223, poz. 2268 ze zm.)
- Ustawa z dnia 29 kwietnia 2010 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych oraz o zmianie ustawy - Kodeks wykroczeń (Dziennik Ustaw RP z 2010 r. Nr 106 poz. 672)

Wykorzystane źródła internetowe

(dostęp: 2.01.2011-10.02.2011, jeśli nie podano inaczej)

- ACRON 2010, ACRON Hotel Wittenberg, www.harz-online.de/buchung/pauschalreisen/paurei_ausgabe_einzel2.php?npr=3499&zurueckvariableeinzel=../../staedtereisen.php#d
- Almatur 2010. City break in Poznan, Almatur-Opole, www.excitingpoland.com/en/k1-682/k2-687/index.html

- Andersia 2011, Pakiet Rodzinny, IBB Andersia Hotel, Poznań,
www.andersiahotel.pl/hotel/offers/offer.php?_PagelD=21765&OfferID=3151&CategoryID=77
- BT Jaworzyna 2011, Aktualny program Wycieczek, Biuro Turystyczne JAWORZYNA 2011,
www.btjaworzyna.pl/oferta/aktualny-program-wycieczek.html
- C&T 2010, MŚ_M Volleyball/FINAL/RZYM_2010, Club & Travel Sp. z o.o.,
www.clubandtravel.pl/storage/fck/File/Oferta%20MŚ%20SIATKOWKA%202010%20FINAL%208_11OCT_2010%20standard.pdf (data dostępu: 10.08.2010)
- English Heritage 2010, Karta członkowska - opis, English Heritage, www.english-heritage.org.uk/support-us/join/
- Expedia 2011, wybór City Break z Londynu do Poznania w terminie 10-12 maja 2011 na portalu www.expedia.co.uk należącym do Expedia Inc.
- FISA 2011, Poznań, Poland, Propozycje turystyczne. 2011 FISA Masters Rowing Regatta, Poznań,
www.2011fisamasters.poznan.pl/pl/pakiet-turystyczny.html (data dostępu: 10.01.2011)
- Instytutu Turystyki, Dane statystyczne na stronie internetowej Instytutu Turystyki w Warszawie,
www.intur.com.pl (dostęp z dnia: 10.01.2011.)
- Karta Tatrzańska 2010, Program lojalnościowy Tatrzańska Karta Rabatowa firmy PROMOFIT, rozpoczęcie programu 01.12.2010. www.kartatatrzańska.pl, dostęp z dnia 01.02.2011
- KulTour.pl 2010, „Pakiet Turystyczny w Poznaniu” oferta biura KulTour.pl w Poznaniu,
www.pakietypoznania.kultour.pl (data dostępu: 10.08.2010)
- Malta Ski, Cennik usług w sezonie letnim, Poznań, www.maltaski.pl/Cennik_letni,138,138.html
- Muzeum Archeologiczne w Poznaniu, Informacje dla zwiedzających, Poznań 2011,
www.muzarp.poznan.pl/muzeum_new/muz_pol/zwiedzanie.html
- Muzeum Narodowe w Poznaniu, Galeria malarstwa i rzeźby, cennik, Poznań 2011,
www.mnp.art.pl/oddzialy/gmir/index.php?view=page4
- Muzeum Narodowe w Poznaniu, Muzeum Miasta Poznania, cennik, Poznań 2011,
www.mnp.art.pl/oddzialy/ratusz/index.php?view=page4
- Muzeum Narodowe w Poznaniu, Pałac w Rogalinie, cennik, Rogalin 2011,
www.mnp.art.pl/oddzialy/rogalin/index.php?view=page4
- Novotel 2010, Narciarski weekend w Poznaniu, Novotel Poznan Malta 2010,
www.accorhotels.com/pl/hotel-activities/package-1454-narciarski-weekend-w-poznaniu.shtml
- Nowe Zoo, Ceny biletów, Poznań 2011, www.zoo.poznan.pl/info.php
- Orbis 2010, Szlak Bursztynowy, Biuro OrbisTravel z Gdańska,
www.poznaj3miasto.pl/pl/gdansk_przewodnik/zwiedzanie_z_przewodnikiem/szlakiem_bursztynowym (data dostępu: 10.08.2010)
- Palmiarnia Poznańska, Zwiedzanie Palmiarni Poznańskiej, POznań 2011,
www.palmiarnia.poznan.pl/oferta/zwiedzanie.html
- PTTK 2011, Wycieczki - 2011, Oddział PTTK w Krynicy Zdroju 2011,
www.krynica.pttk.pl/?pl_aktualne-wycieczki,4
- Robert Rewiński, Nauka jazdy parowozem dla wszystkich, Gazeta Wyborcza, data publikacji 2005-03-13, <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,61085,2598930.html>
- Rüdesheim 2010, Romantik in Rot, Rüdesheim Tourist AG 2010,
www.ruedesheim.de/cms/index.php?option=com_content&task=view&id=2036&Itemid=194 (data dostępu: 10.08.2010)

- TMB 2005, Wycieczki tematyczne - Pałace, parki i ogrody, biuro TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, publikacja programu 11.10.2005 www.brandenburgia-turystyka.pl/media/Thementouren_polnisch.pdf
- Traper 2010, "Bamberski Weekend dla dwojga", Traper, Poznań, Źródło: www.poznan.name/pakiet_poznan_bamberski.htm (data dostępu: 10.01.2011)
- TUR-INFO.PL 2011, Kraków zarobił na turystach 3,5 mld zł, TUR-INFO.PL 2011, www.tur-info.pl/p/ak_id,9327,,krakow,do_krakowa,przyjechalozarobil,na_turystach,liczba,ilosc,turystow,w.html
- UMP 2003, Poznańska Karta Miejska, Urząd Miasta Poznania, www.poznan.pl/mim/public/turystyka/pages.html?co=list&id=581&ch=582&instance=1017&lang=pl (data dostępu: 10.08.2010)
- UMP 2010. MIM - Fakty i liczby - Aktualności. Inwestycje zagraniczne w Poznaniu. 2010-11-27. www.poznan.pl/mim/public/s8a/news.html?co=print&id=41361&instance=1010&lang=pl&parent=0
- VISTA 2010, Pakiet rodzinny, Hotel VISTA, Brno, Czechy, www.vista-hotel.cz/pl/pobytove-balicky.php
- Weiss-Travel 2008, Trail of the origins of the polish state, WEISS-TRAVEL 2008, Wielkopolskiego Muzeum Walk Niepodległościowych w Poznaniu, Bilety i godziny otwarcia Oddziałów, Poznań 2011, www.muzeumniepodleglosci.poznan.pl/index.php?module=htmlpages&func=display&pid=14
- www.harz-online.de/buchung/pauschalreisen/paurei_ausgabe_einzel2.php?nrp=3499&zurueckvariableeinzel=.../.../staedtereisen.php#d (data dostępu: 10.08.2010)
- York 2010, Cennik i zasady zwiedzania, York Castle Museum 2011, www.yorkcastlemuseum.org.uk/Page/Visiting.aspx
- YouTube 2010, Bułgarska Street - Film promocyjny. YouTube, Data publikacji: 23.09.2010, www.youtube.com/watch?v=_0VPfzHsyV8
- Zarząd Transportu miejskiego w Poznaniu, Cennik biletów obowiązujący od 19 kwietnia 2010 roku, Poznań 2010, www.ztm.poznan.pl/cennik2010/
- Zeppelin 2010, Romantyczny weekend w Gdańsku, Hotel Zeppelin w Gdańsku 2010, www.zeppelin.gdansk.pl/restauracje-gdansk-romantyczny-weekend-zeppelin-gdansk,178,2,101.html (data dostępu: 10.08.2010)

Poznańskie muzea w kontekście standardów i potrzeb współczesnej turystyki kulturowej.

Wprowadzenie

Dzieje muzeów to historia zmieniających się form prezentacji. Dlatego jej znawcy twierdzą, że pojawiająca się przy okazji dalej idących zmian krytyka orientacji na odbiorcę i jego zainteresowania oraz nowoczesnych (w tym multimedialnych) form ekspozycji, a także pejoratywne określanie takich przedsięwzięć jako „disneylandyzacji” muzeów jest dowodem na faktyczne niezrozumienie zarówno problemów, jak i potrzeb wystawiennictwa i samych muzeów [Korff 1985, s. 251; Heinze 2002, s.88]. Problematyką turystycznego aspektu działalności muzeów oraz analizy ich oferty z punktu widzenia turystyki kulturowej zajmował się w ostatnich latach szereg zagranicznych i polskich badaczy [Herremann 1998; Kotler (N. i P.) 1998; McKercher i DuCros 2002; Heinze 2002; Kriegner 2004; Benediktsson 2004; Steinecke 2007; Kowalczyk 1995; Białek 2000; Stasiak 2000; 2007, Nowacki 2007; 2009a; 2009b, Torowska 2008; Mikos v. Rohrscheidt 2008; Leśniewski 2009]. Główne powody odwiedzania muzeów przez turystów zestawili m. in. Kowalczyk [1995, s. 14-15] i Stasiak [2000, s. 173], natomiast szerszą analizę różnorodnych potrzeb współczesnej publiczności muzealnej przeprowadził P. Idziak [2009]. Kompleksowe badania oferty i poziomu obsługi polskich muzeów podjął Marek Nowacki [2007], prezentując na ich podstawie mało optymistyczny obraz tradycyjnego podejścia osób kierujących nimi, koncentrującego się na samym muzeum i jego zasobach, a nie na zwiedzających i ich zainteresowaniach [s. 100-103, 110], a także przejawiania niewielkiej aktywności w lokalnym środowisku [s. 110-111]. Na podstawie kryteriów uwzględniających współczesne standardy i rzeczywisty popyt turystyczny, Nowacki dokonał także segmentacji tego sektora kultury [s. 103-105]. Ten sam autor zbadał też tendencje ostatnich lat w zakresie wykorzystania oferty polskich muzeów oraz aktualnych preferencji konsumentów w odniesieniu do sposobu ich zwiedzania [Nowacki 2009a, s. 268-272], a także politykę cenową tych placówek [Nowacki 2009b]. Temat nowoczesnych standardów muzeów, w tym multimedializacji i interaktywności wystaw rozwija szerzej A. Stasiak [2007]. Wskazując na związek frekwencji z jakością oferty muzealnej i z koniecznością jej konkurowania z innymi ofertami spędzania czasu wolnego [s. 120-121] opowiada się on jednoznacznie za potrzebą daleko idącej modernizacji polskich placówek muzealnych [s.121n]. Jako warunek efektywnego funkcjonowania muzeów w warunkach gospodarki rynkowej i w bezpośredniej konkurencji na „rynku czasu wolnego” Stasiak wskazuje produktowe podejście do zasobów i oferty muzeum, wyrażające się w zdefiniowaniu konkretnego produktu danej placówki i konsekwentnym jego doskonaleniu, rozwijaniu [s. 123n], a obok tego w poszukiwaniu potencjalnych odbiorców tego produktu i skierowanej do nich informacji oraz promocji [s. 126-128]. W kontekście tych samych potrzeb i oczekiwań, a także w świetle analizowanych zainteresowań wyspecjalizowanej grupy turystów „muzealnych” [s. 61-66] i generalnie oczekiwań turystów kulturowych i organizatorów zbiorowych wypraw kulturowych jako rosnącego kręgu odbiorców [s. 353-362] te same oczekiwania, wraz z konkretnymi postulatami formułuje także A. Mikos v. Rohrscheidt [2008].

Na podstawie wymienionych publikacji autor niniejszego opracowania podejmuje w pierwszym rozdziale próbę zarysowania głównych typów wzajemnych relacji oraz szerszego zdefiniowania pola współpracy współczesnych muzeów i turystyki, wynikającej zarówno z misji i zadań muzeów, jak i z zainteresowań oraz potrzeb turystyki kulturowej, w tym zwłaszcza miejskiej i muzealnej. Następnie zestawione zostają postulaty i oczekiwania, artykułowane przez badaczy turystyki w odniesieniu do sektora muzealnego. Z tak określonym zapotrzebowaniem zostaje w drugiej części pracy skonfrontowana aktualna oferta muzeów poznańskich, ustalona na podstawie kompleksowych badań ankietowych. Ostatnia, trzecia część artykułu stanowi zestawienie mniej i bardziej szczegółowych wniosków i postulatów odnoszących się do przebudowy i modernizacji tej oferty i jej ściślejszej integracji w funkcjonujące i planowane miejskie i regionalne produkty turystyczno-kulturowe. Ich realizacja powinna doprowadzić do znaczącego zwiększenia atrakcyjności muzeów i w konsekwencji znacznego zwiększenia skali wykorzystania zasobów muzeów miasta przez turystów kulturowych.

1. Muzea a turystyka: relacje, szanse i oczekiwania

1.1. Definicje i funkcje muzeów w kontekście zainteresowań turystyki kulturowej

W lakonicznej definicji standardowej polskiej encyklopedii muzeum to „instytucja, której zadaniem jest **gromadzenie i przechowywanie** materialnych świadectw cywilizacji człowieka i jego otoczenia, ich **naukowe opracowywanie**, konserwowanie i **udostępnianie** w celu badań, nauczania i rozrywki” [Wielka Encyklopedia PWN, 2003]. Muzeum określono zatem jako instytucję powołaną do wykonania określonych zadań, przy czym imiennie wskazano cztery istotne funkcje muzeum, identyfikujące je jako takie i określające tym samym zakres i profil jego działalności. Regulująca funkcjonowanie sektora muzeów publicznych w Polsce obowiązująca ustawa o muzeach w swoim pierwszym artykule definiuje muzeum z kolei jako „jednostkę organizacyjną nienastawioną na osiąganie zysku, której celem jest gromadzenie i trwała ochrona dóbr naturalnego i kulturalnego dziedzictwa ludzkości o charakterze materialnym i niematerialnym, informowanie o wartościach i treściach gromadzonych zbiorów, upowszechnianie podstawowych wartości historii, nauki i kultury polskiej oraz światowej, kształtowanie wrażliwości poznawczej i estetycznej oraz umożliwianie korzystania ze zgromadzonych zbiorów” [Ustawa 2007, art 1]¹. Jakkolwiek w tym sformułowaniu główne cele istnienia muzeów wyartykułowano podobnie, to jednak uwzględnione są tutaj także inne aspekty ich funkcjonowania, naturalne w dokumencie o charakterze prawnym: ustawa uznaje za muzeum jedynie jednostkę niekomercyjną (choć mogącą w myśl art. 9. uzyskiwać dochód na swoje statutowe cele), posiadającą jednocześnie **instytucjonalne podstawy**, czyli osobowość prawną, zapewniającą jej trwałe istnienie oraz dysponującą wykwalifikowaną grupą zawodową **muzealników** (rozdział 5). Do placówek nie spełniających powyższych kryteriów ustawa się nie

¹ Dla porównania definicja ICOM (międzynarodowej Rady ds. Muzeów) „*A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment [Icom Statutes, 2007].* Przy dużym podobieństwie obydwu definicji warto zwrócić uwagę na dwa istotne aspekty identyfikacji muzeum, nieuwzględnione w polskiej ustawie: jego funkcję służebną w odniesieniu do społeczeństwa i jego (dalszego) rozwoju, nie ograniczającego się tylko do (osobno wymienionej) edukacji, oraz obecność elementu „przyjemności” (rozumianego jako rekreacja i rozrywka) w liście zadań muzeum.

odnosi, choć zaznacza, że muzea mogą być zakładane także przez osoby fizyczne i jednostki organizacyjne nie posiadające osobowości prawnej (art. 5.1). Art 2. ustawy wylicza bardzo szczegółowo zadania tak definiowanych muzeów, rozumiane jako sposoby realizacji określonych w art. 1 celów ich zakładania i funkcjonowania. W jego aktualnie obowiązującym brzmieniu, po ostatnich poprawkach z roku 2007 są nimi: 1) gromadzenie zabytków w statutowo określonym zakresie, 2) katalogowanie i naukowe opracowywanie zgromadzonych zbiorów, 3) przechowywanie gromadzonych zabytków w odpowiednich warunkach, umożliwiających dostęp do nich także dla celów naukowych, 4) zabezpieczanie i konserwację zbiorów i innych obiektów kultury materialnej, a nawet przyrody, 5) urządzenie wystaw stałych i czasowych, 6) organizowanie badań i ekspedycji naukowych, 7) prowadzenie działalności edukacyjnej, 7a) popieranie i prowadzenie działalności artystycznej i upowszechniającej kulturę, 8) udostępnianie zbiorów do celów edukacyjnych i naukowych, 9) zapewnianie właściwych warunków zwiedzania oraz korzystania ze zbiorów i zgromadzonych informacji, 10) prowadzenie działalności wydawniczej.

Takie zakreślenie i sformułowanie zarówno misji polskich muzeów (art. 1) jak i listy ich zadań (art. 2) poddaje krytyce m. in. M. Nowacki, podnosząc, że w tej pierwszej brak uwzględnienia powszechnie w świecie uznawanych potrzeb społecznych, jak *służenie społeczności lokalnej* czy *dostarczanie rekreacji* [por. *ICOM Statutes 2007*], natomiast w grupie tych drugich - elementów wynikających ze współczesnych reguł zarządzania rynkowego, jak *sprawne finansowanie*, *dbałość o konsumenta* oraz o *jakość świadczonych usług* [Nowacki 2007, s. 97]. W konsekwencji niejednokrotnie duże muzea nie poczuwają się do tej misji służenia społeczności lokalnej, w czym często muszą wyręczać je inne placówki typu muzealnego, w tym tzw. muzea społeczne [Leśniewski 2009, s. 13]. Są to „jednostki organizacyjne, instytucje, samodzielne obiekty, wyodrębnione lokale prowadzone przez osobę/osoby posiadające lub nie posiadające osobowości prawnej, przy czym celem ich prowadzenia jest trwała ochrona dóbr kultury, świadectw cywilizacji człowieka i jego otoczenia, realizowana przez: 1) gromadzenie, przechowywanie i zabezpieczanie zbiorów, 2. ich konserwację i udostępnianie oraz naukowe opracowywanie, 3. informowanie o ich wartościach i związanych z nimi treściach poznawczych, 4. ustanowienie opiekunów zbiorów, 5. pozyskiwanie niezbędnych do realizacji tych zadań funduszy [Leśniewski 2009, s. 13]. Tak rozumiana placówka muzealna nie spełnia wszystkich ustawowych kryteriów muzeum, jej celem są jednak aktywności o charakterze muzealnym. Osiągane rezultaty jej działalności bywają niejednokrotnie porównywalne lub nawet większe niż w przypadku muzeum, szczególnie z punktu widzenia 1) pożytku dla lokalnej społeczności na miejscu działania placówki, 2) efektu zachowania określonego typu walorów dziedzictwa kulturowego, nie objętego opieką przez profesjonalne muzea albo 3) korzyści edukacyjnej i rekreacyjnej odwiedzających, rozważanej także subiektywnie, to znaczy w odniesieniu do ich osobistych zainteresowań. Często spotykaną formą funkcjonowania placówek muzealnych są **izby pamięci** (popularne zwłaszcza dawniej) lub **lokalne muzea społeczne** albo **prywatne galerie tematyczne**. Obiekty te nierzadko chronią wartości wręcz unikatowe, bo przecież związane z jednym niepowtarzalnym miejscem na ziemi [Torowska, 2008, s. 21], tym samym również mające kapitalne znaczenie dla tożsamości regionalnej i lokalnej, a także interesujące z punktu widzenia szeregu form turystyki kulturowej. Należy jednak zauważyć, że znakomita większość tego rodzaju placówek w naszym kraju działa w oparciu o osobiste pasje pojedynczych ludzi lub lokalnych grup, pozbawionych znaczniejszego i regularnego wsparcia mecenatu prywatnego i (z powodu szczupłości środków) niedostatecznie wspieranych przez

samorządy lokalne, co powoduje, że nie posiadają one środków wystarczających na realizację swoich celów. W szczególności tylko w rzadkich przypadkach stać je na nowoczesną i atrakcyjną ekspozycję zbiorów oraz na szerzej zakrojone przedsięwzięcia informacyjne i promocyjne. W niniejszym opracowaniu, podobnie jak w analizie potencjału poznańskich muzeów, potencjał i oferta tego typu placówek zostały uwzględnione.

W efekcie obowiązywania w Polsce regulacji prawnych, nie liczących się z potrzebami lokalnych odbiorców oferty kulturalnej oraz nie uwzględniających znaczenia muzeów dla czynnej rekreacji i dla turystyki mamy w wielu miejscach w naszym kraju do czynienia z kuriozalną sytuacją w tym sektorze kultury. Z jednej strony składa się na nią wydawanie (także przez samorządy wojewódzkie i lokalne) znacznych środków na (publiczną) działalność muzealniczą bez konkretnych efektów, zauważalnych i docenianych ze strony miejscowej społeczności, a to dlatego, że strategie i programy nie uwzględniają jej rzeczywistych potrzeb kulturalnych. Jednocześnie zaś brak jest działań lub zbyt mało środków przeznaczanych jest na przedsięwzięcia służące budowaniu oferty muzealnej dla turystów, umożliwiającej osiągnięcie dochodów i poprawę warunków na lokalnym rynku pracy. Wreszcie faktycznie brak jest instytucjonalnego i prywatnego wsparcia dla cennych i wynikających z faktycznych potrzeb kulturalnych inicjatyw społecznych i prywatnych, podejmowanych przez placówki społeczne [Leśniewski 2009, s. 16-20].

1.2. Wzajemne relacje muzeów i turystyki (zarys historyczny)

Przez długi czas w swoim historycznym rozwoju większość znanych obiektów, które w świetle dzisiejszych klasyfikacji można określić jako placówki typu muzealnego, nie była ukierunkowana na masy zwiedzających, i to nie ich zainteresowania czy potrzeby stanowiły główne kryteria kształtowania ich ekspozycji. Tak było w sławnym aleksandryjskim Museionie (pełniącym obok funkcji sakralnej przede wszystkim rolę ośrodka artystycznego), niewiele także wspólnego z rzadkimi wówczas podróżami o turystycznym charakterze miały znacznie późniejsze królewskie i książęce „Kunstkamery”, zbierające rzeźby, księgi, minerały, rzadkie okazy zwierząt i inne curiosa. Służyły one raczej podniesieniu osobistego prestiżu ich właścicieli i tylko rzadko były udostępniane większym grupom zwiedzających. Wyjątkiem pod tym względem były niektóre kolekcje kościelne, umieszczane już od czasów średniowiecznych przy ważniejszych sanktuariach lub katedrach. Miały one zazwyczaj charakter skarbcza (wówczas wybrane przedmioty eksponowano podczas wielkich świąt, w ramach celebr i procesji) albo zbioru relikwii - i jako takie bywały prezentowane pielgrzymom [Steinecke 2007, s. 124n]. Dopiero oświeceniowe idee wieku XVIII, w tym postulaty szerokiej edukacji wpłynęły najpierw na trwałe otwarcie największych kolekcji prywatnych lub doprowadziły do utworzenia instytucji publicznych (w 1753 powstaje British Museum, w 1779 Museum Fridericianum w Kassel) [s. 125]. Rok 1793 i udostępnienie przez rewolucyjny rząd francuski „ludowi” do codziennego zwiedzania dawnych królewskich zbiorów Luwru [Oliver 2007, s. 35] może być uznane za symbol przełomu: to, co dawniej zastrzeżone wąskiej elicie, staje się teraz przywilejem wszystkich. Jednocześnie rewolucja polityczna „organizuje” przełom w postrzeganiu i dystrybucji dawnej „wysokiej” kultury. W wiekach XIX i XX proces „muzealizacji” dziedzictwa kulturowego połączonej z jego masowym udostępnianiem był kontynuowany z wielkim rozmachem, w szczególności w państwach pretendujących do miana „nowoczesnych”. I tak najpierw Prusy Hohenzollernów stworzyły monumentalny zespół muzeów na „Museumsinsel” w Berlinie, a znacznie później „państwo robotników i chłopów” (ZSRR)

udostępniło narodowi carskie rezydencje, zaś dużą liczbę dawnych cerkwi, meczetów i kościołów zamieniło na muzea, w tym ideologiczne „muzea religii i ateizmu”, wprzęgając je tym samym w służbę oficjalnej propagandy i inżynierii społecznej. Ze swojej strony także lokalne społeczności obywatelskie (jak m. in. liczne miasta niemieckie i amerykańskie) zaczęły tworzyć niezależne instytucje komunalne (tak było w Hamburgu, Frankfurtu n. M., Filadelfii, Nowym Jorku czy Wiedniu), początkowo mające za zadanie pokazać głodnym wiedzy i nowości zwiedzającym to wszystko, czego nie mogą oni zobaczyć „za morzem” w naturalnym środowisku [Steinecke 2007, s. 125]. Można zatem stwierdzić, że przynajmniej ten typ muzeów spełniał funkcje zastępcze w stosunku do turystyki (*Ersatztourismus*). Jednocześnie poszerzał się zakres muzealnych zbiorów i ekspozycji: od czasów otwarcia przez Artura Hazeliusa sztokholmskiego „*skansenu*” w 1891 zaczęto dokumentować dziedzictwo kulturowe wsi i małych miasteczek, praktycznie rozszerzając tym samym nie tylko pojęcie muzeum (o obiekty na wolnym powietrzu), ale także pojmowanie tego, co warto pokazywać i zwiedzać [Świąch 2009, s.56]. Przełomem w dalszym rozszerzaniu profilu oferty muzealnej było pojawienie się muzeów sztuki współczesnej, m. in. w Berlinie, Nowym Jorku, Londynie i Paryżu [Idziak 2009, s.219]. Wraz z gwałtownym rozwojem masowej komunikacji w wieku XIX, a potem w II połowie XX wieku - ze skokowym zwiększeniem mobilności ludzi i jednoczesnym stopniowym powiększaniem się ilości czasu wolnego - a także na skutek podnoszenia poziomu życia w coraz liczniejszych społeczeństwach, pojawiło się zjawisko masowej turystyki [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 48]. Fakt, że tej społecznej rewolucji, dokonującej się w globalnej skali, ostatnio towarzyszy także ogólny wzrost poziomu wykształcenia i rozszerzenie sfery zainteresowań setek milionów ludzi, powoduje w interesującej nas dziedzinie dwa równoległe zjawiska. Z jednej strony od dziesiątków lat muzea w coraz większej mierze są wykorzystywane w ramach zorganizowanej turystyki masowej, której uczestnicy stali się już na stałe drugą - obok mieszkańców - główną grupą odbiorców ich oferty. Z drugiej strony potrzeby turystów w coraz wyższym stopniu wpływają na sektor muzeów [Kotler 1998, s. 104]. Ma to swoje konsekwencje w postaci m. in. 1) pojawiania się nowych typów muzeów i 2) w nieustannej modernizacji ich ekspozycji oraz stopniowym uzupełnianiu jej o elementy usług, dopasowane do zainteresowań, preferencji i standardów, akceptowanych przez kolejne generacje odbiorców. Zestawiając obie grupy potencjalnych adresatów swojej oferty (mieszkańców i turystów), muzea coraz częściej dostrzegają pomiędzy nimi różnicę, korzystną ze swego punktu widzenia: o ile bowiem dla przyciągnięcia mieszkańców więcej niż jeden raz konieczne są częste i kosztowne wysiłki odnawiania i zmieniania ekspozycji, angażowanie znacznych środków na wystawy czasowe i realizacja dużej liczby programów publicznych, to ruch turystyczny stanowi rodzaj „odnawialnego źródła” znacznej grupy zwiedzających jednorazowych, dla których nie trzeba dokonywać tak wielu zmian i związanych z nimi inwestycji [Kotler 1998, s. 104-5; Benediktsson 2004, s. 18], ponieważ wystarczy im dobry standard ekspozycji stałych. Jednak rosnąca w ostatnim dziesięcioleciu także w Europie popularność obiektów paramuzealnych, takich jak parki tematyczne, kojarzonych dotychczas raczej z amerykańskimi wzorcami turystyki rodzinnej [Pisarski 2009, s. 289-292] z jednej strony ukazuje ogromne zapotrzebowanie na zorganizowane udostępnianie kultury i rozrywki (co od dawna jest zadaniem domeną muzeów), z drugiej stanowi dla tej grupy obiektów poważne memento. W zgodzie z wnioskami przytoczonych powyżej badaczy tematyki można je sformułować jak następuje: nieuwzględnianie przez klasyczne muzea aktualnych potrzeb głównej grupy potencjalnych zwiedzających i ogólnie akceptowanych przez nich standardów

(w tym zwłaszcza zaniechanie stałej modyfikacji kolekcji oraz modernizacji wystaw, rezygnacja z organizacji wydarzeń muzealnych i aktywnej promocji swoich walorów) może spowodować ich odpływ do nowoczesnych obiektów tego samego lub innego (parki) typu, a tym samym marginalizację ich dotychczasowej roli w udostępnianiu kultury [Steinecke 2007, s. 336n]. To z kolei - w sytuacji społecznej kontroli nad wydatkami publicznymi - może doprowadzić do drastycznego ograniczenia środków na nieefektywne w oczach rosnącej grupy obywateli finansowanie wielu z nich i ostatecznie skończy się ich upadkiem.

1.3. Funkcja turystyczna muzeów w przestrzeni miejskiej

Najpełniej ten wymiar funkcjonowania muzeów został opisany w opracowaniu Beckera i Höcklin [2000, 301n]. W opinii autorów tej pracy muzea we współczesnych miastach:

- przyciągają aktywność kulturalną na obszar swojej lokalizacji, organizują ją, ponieważ same nie tylko tworzą niektóre oferty (wystawy), ale i kreują kolejne potrzeby z nimi związane (np. eventy muzealne, służące promocji zbiorów),
- poprawiają walory estetyczne obszarów miejskich i czynią je atrakcyjnymi miejscami spędzania czasu wolnego (dostosowane do estetyki siedziby muzeum ukształtowanie otaczającej go przestrzeni, w tym tereny zielone, rozwiązania komunikacyjne, w tym drogi rowerowe i ścieżki piesze z miejscami do odstawienia rowerów, wpisywanie dużych obiektów muzealnych i ich otoczenia w miejską sieć komunikacji z przystankami, stacjami metra itd.),
- przyciągają dodatkową aktywność gospodarczą, zwłaszcza usługową, związaną z turystyką i w ogóle czasem wolnym (sklepy i kioski muzealne, lokale i punkty gastronomiczne, płatne parkingi itd.),
- na skutek oddziaływania poszczególnych wymienionych efektów zauważalny jest nawet wzrost atrakcyjności nieruchomości w ich pobliżu (a tym samym wzrost ich wartości),
- kreują markę miasta w kontekście kultury i turystyki kulturowej, istotną dla podejmowania decyzji o podróżach kulturowych, a także wpływającą na wybór celów takich podróży (s. 302-303); ten element jest szczególnie ważny w przypadku miast nie posiadających szeroko rozpoznawanej „marki” w zakresie dziedzictwa historycznego lub kultury, albo kojarzących się dotąd powszechnie z innymi niż kultura dziedzinami życia (może to być ważne dla Poznania, przez długie lata kreowanego na miasto biznesu),

W innych opracowaniach zwraca się dodatkowo uwagę na:

- funkcjonalną rolę muzeów w przestrzeni turystycznej, mianowicie na element *sterowania potokiem turystów*, umożliwiający korzystne dla miasta rozgęszczenie tego rodzaju ruchu osób [Steinecke 2007, s. 136; Mikos v. Rohrscheidt 2009, s. 104]. Ten czynnik ma duże znaczenie w miastach masowo odwiedzanych przez turystów, takich jak np. Londyn, Berlin, Madryt, Wenecja (ale i Kraków) - dobra lokalizacja muzeów i dostosowanie sieci oraz rozkładu komunikacji miejskiej odgrywa bowiem pozytywną i ważną rolę w zapewnieniu drożności przestrzeni miejskiej. Ten element wpływa także na odciążenie szczególnie cennych zabytków dziedzictwa kulturowego - istnienie w ich bezpośredniej bliskości muzeum eksploatującego ten sam wątek kulturowy umożliwia udostępnianie części zwiedzających np. replik dzieł sztuki i ochronę oryginałów przed nadmierną eksploatacją turystyczną [Steinecke 2007, s. 48n, s. 136].

- w ostatnich latach jako istotna jest także postrzegana także rola wielkomiejskich muzeów w *organizowaniu programu turystycznego pobytu* w mieście [Steinecke 2007, s. 138] w tym ich wpływ na porządek dnia turystów miejskich. Ewentualne powiązanie oferty muzeum z propozycjami innego typu, np. umożliwienie zwiedzającym w ramach pakietu uczestnictwa w eventach kulturalnych lub nawet sportowych [Heinze 2002, s. 90] albo szczególnie korzystnych zakupów w określonych miejscach, czy zaoferowanie im rabatów lub dodatkowych świadczeń w restauracjach i hotelach - powoduje nie tylko zwiększenie atrakcyjności ich pobytu w mieście, przedłużenie go z korzyścią dla miasta i jego usługodawców (sektor noclegowy i gastronomiczny), ale także uzgodnienie zachowań i kierunków przemieszczania się dużego odsetka turystów z programem uznanym za optymalny z punktu widzenia przede wszystkim miejskiego organizmu jako całości, ale w szczególności także miejskiego rynku usług (i to zarówno pod kątem jego geografii, jak i potrzeb poszczególnych sektorów).

Z powyżej przytoczonego zestawienia wynika, że odpowiednio koordynowana współpraca sektora muzeów i miast, w których są one zlokalizowane (w tym także funkcjonujących w nich usług) kryje w sobie szereg potencjalnych korzyści dla tych ostatnich.

1.4. Turyści w polskich muzeach

W dniu 1. stycznia 2010 w Polsce funkcjonowały 774 muzea², z czego 83,3% to placówki o charakterze publicznym, natomiast pozostałe 16,7% - prywatnym. Największa liczba muzeów była w tym dniu zlokalizowana w województwie mazowieckim (113 - w większości w samej Warszawie) oraz małopolskim (111), w następnej kolejności w wielkopolskim (86). Najmniej muzeów posiadały województwa lubuskie (15) i opolskie (13) [Kultura w 2009, s. 99n]. W roku 2007 liczba odwiedzających polskie muzea wyniosła niespełna 20,5 miliona osób i była najwyższa od 17 lat, jednak znacząco niższa niż w ostatnich latach przed politycznym przełomem [Nowacki 2009a, s.268]. W zestawieniu z rokiem 1989 ten spadek wynosi aż 13% [2009a, s. 271], przy czym w ostatnich 7 latach widać lekką tendencję wzrostową. M. in. W 2008 muzea odwiedziło 20,7 mln osób, a w 2009: 21,2mln [GUS 2010, s. 271, tab 4], jednak uwzględniając jednoczesny wzrost liczby muzeów w kraju (z 563 w roku 1990 do 774 w roku 2010), średnia liczba zwiedzających polski obiekt muzealny w ciągu roku od 1989 do 2009 zmniejszyła się z niemal 42 tysięcy do około 27,4 tysiąca, czyli aż o około 34%. W przeliczeniu na liczbę mieszkańców obraz jest mało optymistyczny: aż 80,4% Polaków nie odwiedziło w ciągu roku 2009 ani jednego muzeum, kolejne 18,3% było w takiej placówce od jednego do trzech razy. Tylko 0,9% mieszkańców Polski było w muzeach pomiędzy 4 a 6 razy do roku, a zaledwie 0,4% odwiedziło je 7 razy i więcej, zatem można uważać ich za regularnych bywalców placówek tego rodzaju [Kultura w 2009, s. 106]. Prezentujący szczegółowo obraz przyrostu liczby muzeów z rozpisaniem na poszczególne profile A. Stasiak [2007, s. 116n] jest zdania, że tak długo utrzymującego się spadku nie można już tłumaczyć przemianami ustrojowymi i wynikającymi z nich zmianami w organizacji masowej turystyki [s. 117]. Oznacza to konieczność poszukiwania innych powodów spadku zainteresowania ofertą muzeów. Wśród osób zwiedzających muzea maleje udział grup zorganizowanych: o ile w roku 1990 uczestnicy wycieczek grupowych stanowili jeszcze 60% zwiedzających muzea, to w latach w latach 2002-

² Raport o Muzeach [2008] podaje na koniec roku 2008 inną liczbę instytucji muzealnych działających w Polsce (1025), jednak wynika to z metodologii ich liczenia, według oddziały posiadające niezależne siedziby były uwzględniane osobno.

2006 było ich średnio już tylko 47% [Nowacki 2009a, s. 270]. Spadek ilościowy w liczbach absolutnych i jednocześnie trwałe zmniejszenie udziału w ogóle zwiedzających muzea następuje także w odniesieniu do najliczniejszych jeszcze niedawno gości muzealnych: grup szkolnych. Ich udział procentowy w liczbie grup ogółem malą z 47,4% zwiedzających w roku 1991 do 33,3% w roku 2006 [Nowacki 2009a, s. 270] 30,3% w roku 2008 [Instytucje...2008s. 3] i zaledwie 28,6% w 2009 [Kultura w 2009, s. 102], natomiast mierząc w liczbach absolutnych - pomiędzy rokiem 1990 a 2004 liczba uczniów zwiedzających muzea polskie zmniejszyła się z 7,26 mln [Stasiak 2007, s. 119] do 5,9 mln [Kultura w 2009, s. 103], czyli o niecałe 19%. Ten spadek pomimo nieznacznych wahań w ostatnich latach wydaje się posiadać trwały charakter.

Z początkiem roku 2010 najliczniejszą grupą muzeów w Polsce były placówki o profilu regionalnym (25,6%), kolejną grupą były historyczne (15,9%), następnie artystyczne (11,5%), techniki i przemysłu (7,1%), etnograficzne (w tym skanseny): (7,0%), biograficzne (6,6%), przyrodnicze (5,7%), archeologiczne (2,8%), martyrologiczne (2,7%). Wszystkie inne profile (w tym sakralne, kolekcjonerskie, a także nie posiadające wyraźnego profilu ze względu na brak przewagi określonego typu zbiorów - składały się łącznie na pozostałych 15,1%) [Kultura w 2009, s.101]. Stwierdzoną znaczną skalę zmian w strukturze tematycznej muzeów badacze wiążą z jednoczesnym oddziaływaniem kilku czynników: ze zmianą zainteresowań turystów, ale także z polityką kulturalną państwa oraz z dokonującym się stopniowo procesem odkrywania na nowo zarówno historii narodowej, jak i tożsamości, w tym tej etnicznej i regionalnej. Te właśnie czynniki powodują wyraźnie ukierunkowane zmiany w strukturze tematycznej muzeów: najwięcej nowo zakładanych w Polsce placówek ma profil techniczny i industrialny (zainteresowania osobiste), historyczny (polityka „historyczna”) oraz regionalny i etnograficzny (tożsamość) [Nowacki 2009a, s. 270-271]. Jednak struktura frekwencji wygląda nieco inaczej: Najczęściej odwiedzane są ekspozycje muzeów o profilu artystycznym (23,2% zwiedzających), następnie historycznych (19,1%) [Instytucje...2008, s. 2], z kolei najliczniejsze muzea regionalne cieszą się zainteresowaniem zaledwie 8,7% zwiedzających [Kultura w 2009, s. 104].

Dla uzyskania przez Czytelnika porównania turystycznej atrakcyjności najpopularniejszych muzeów europejskich i ich odpowiedników w skali polskiej warto porównać liczby odwiedzających. W muzeach należących do najczęściej odwiedzanych w Europie posiada jest to rząd wielkości milionów. Oto dane z roku 2006 lub 2007 (za: Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.65.(lista niepełna): najliczniej odwiedzane Muzeum Luwru (Paryż) - odwiedziło 7,3 mln, National Gallery (Londyn) - 5 mln, British Museum (Londyn) - 4,87 mln, Muzea Watykańskie (Rzym-Watykan) - 3,8 mln, National History Museum (Londyn) - 3,25 mln, Science Museum, (Londyn) - 2,15 mln, Museo del Prado (Madryt) - 2 mln, Van Gogh Museum (Amsterdam) - 1,4 mln, Kunsthistorisches Museum (Wiedeń) - 1,4 mln, Deutsches Museum (Monachium) - 1,36 mln.

W porównaniu z tymi muzeami najczęściej odwiedzane polskie obiekty muzealne odnotowały w roku 2009 następujące liczby zwiedzających³: Auschwitz-Birkenau (Oświęcim) - 1,38 mln, Kraków - Wawel (2008) - 1,25 mln, Kopalnia Soli w Wieliczce: 970 tys, Zamek w Malborku - 550 tys. (2008), Muzeum Powstania Warszawskiego w Warszawie: 501 tys, Zamek Królewski w Warszawie: 430 tys. Najliczniej odwiedzana placówka Poznania odnotowała natomiast w roku 2009 (dane z ankiety - por. rozdz. 2.2.2.) niecałe 77 tysięcy zwiedzających.

³ Dane podawane za oficjalnymi raportami, umieszczonymi na portalach www poszczególnych muzeów.

Profil odwiedzających polskie muzea. Zamieszczona poniżej klasyfikacja nie opiera się na badaniach kompleksowych, ponieważ w odniesieniu do polskich muzeów takie nie zostały dotąd przeprowadzone (m. in. poza raportami nielicznych placówek, jak muzeum w Oświęcimiu, zupełnie brak danych na temat udziału obcokrajowców w grupie zwiedzających). Zestawienie sporządzono w oparciu o przytoczone wyżej dane oraz na podstawie wywiadów z muzeach poznańskich i wielkopolskich, poddanych badaniu ankietowemu (por. rozdział 2). Grupy zostały wymienione według ich stwierdzonego (jak grupy szkolne) lub tylko przypuszczalnego ilościowego udziału w ogólnej liczbie odwiedzających.

1. grupy szkolne i pozostałe grupy edukacyjne (w tym studenci i uczestnicy społecznych inicjatyw edukacyjnych) - to grupa powoli zmniejszająca się, ale stale stanowiąca istotny ułamek,

2. zorganizowane grupy uczestników turystyki kulturowej (głównie: wypraw tematycznych (w tym biograficznych) i po szlakach kulturowych, turystyki miejskiej, historycznej i archeologicznej, kulturowo-militarnej).

3. okoliczni mieszkańcy nie objęci procesem edukacji. Ta grupa nie mieści się w definicjach turysty, podawanych przez UNWTO. Stanowią ją w większości indywidualni zwiedzający, przyciągani ofertą wystaw okazjonalnych i czasowych, dotyczących dziejów i życia kulturalnego okolicy a także tematów aktualnie „nośnych” społecznie. W muzeach regionalnych a także w społecznych placówkach muzealnych proporcjonalny udział tej grupy jest znacznie wyższy niż w innych typach muzeów, a w niektórych z nich stanowi ona najliczniejszą grupę odwiedzających.

4. indywidualni turyści miejscy (szczególnie przebywający w okolicy przez okres dłuższy niż jeden dzień i tym samym korzystający z więcej niż minimalnej oferty). Wprawdzie brak prowadzonych kompleksowych badań nie pozwala na stwierdzenie ich udziału w liczbach absolutnych, jednak powolny wzrost liczby ofert pakietów miejskich (w tym ofert typu city break) zawierających moduły zwiedzania muzeów może świadczyć o wzroście tej grupy.

5. indywidualni uczestnicy pozostałych form turystyki kulturowej - liczba ta powoli, lecz stale wzrasta, równoważąc powolne zmniejszanie się udziału grup zorganizowanych. Podjęcie działań na rzecz rozwinięcia oferty szlaków kulturowych dla turystów indywidualnych przy jednoczesnym integrowaniu coraz większej liczby muzeów w przestrzeń i ofertę takich szlaków może spowodować zwiększenie się ich udziału w tej grupie.

6. typowi uczestnicy turystyki muzealnej. Turyści, dla których głównym celem wyprawy w czasie wolnym jest odwiedzenie jednego lub kilku muzeów, są w Polsce aktualnie jeszcze bardzo nieliczni. Wprawdzie ta wyspecjalizowana forma turystyki kulturowej uzyskała w ostatnich latach dodatkowy impuls w postaci regularnie organizowanych i rozpowszechniających się z każdym rokiem na nowe ośrodki projektów Nocy Muzeów, jednak niezależnie od jego istotnego znaczenia promocyjnego (oddziałującego zapewne znacznie szerzej niż w ramach tego jednego weekendu) - faktor ten pozostaje na razie zbyt słabym, by w zauważalnym stopniu móc wpływać na kondycję muzeów. Dzieje się tak m. in. także z tego powodu, że uczestnictwo w nocach muzealnych - w tym wstęp na wystawy i prelekcje - jest najczęściej bezpłatne. W Polsce są one o wiele zbyt rzadko uzupełniane własnymi imprezami poszczególnych muzeów, przyciągającym turystów muzealnych (jak specjalne wystawy). Ponadto nie znajdują one dla siebie specjalnych propozycji, które normalnie tworzą standard tego rodzaju wypraw [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 62, 64]. Dostępne wyniki fragmentarycznych badań ujawniają, że polskie Noce Muzeów jak dotychczas pozostają

eventami o lokalnym znaczeniu, w ledwie tylko zauważalnym stopniu przekładającymi się na wzrost ruchu turystycznego. I tak w roku 2006 tylko 28% gości zwiedzających podczas tej imprezy Galerię Malarstwa i Rzeźby (główny oddział) poznańskiego Muzeum Narodowego nie pochodziła z terenu miasta, w roku 2007 takich osób było z kolei tylko 13% ogółu zwiedzających, przy czym w znacznej większości pochodzili oni z podpoznańskich miejscowości [Szelaąg 2008, s. 296, 299]. Oznacza to, że wśród uczestników nocy muzealnej tylko bardzo nikomy był odsetek gości, których moglibyśmy określić jako turystów muzealnych.

1.5. Postulaty turystyki w stosunku do muzeów

Autorzy opracowań naukowych, analizujących relacje muzeów i turystyki (w tym rolę muzeów w turystyce, ofertę turystyczną muzeów oraz turystykę z muzeach i turystykę muzealną) wychodzą od podobnego jak w międzynarodowych definicjach oraz w polskim ustawodawstwie zdefiniowania zadań muzeów. Jako najważniejsze z nich wymieniają generalnie: zbieranie i chronienie, badania, oraz edukację przez udostępnianie zbiorów [Becker, Höcklin 2000, s. 309, Steinecke 2007, s. 123; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.61]. Badacze turystyki z uwagi na przedmiot swoich analiz koncentrują się oczywiście przede wszystkim na owym „udostępnianiu” i konfrontują jego standardy z oczekiwaniami turystów, w tym szczególnej grupy turystów kulturowych, a nawet „wyspecjalizowanych” turystów muzealnych [Herremann 1998 s. 11-12, Steinecke 2007, s. 124-126, Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 61nn; Buczkowska 2008, s. 49n]. Niektórzy autorzy analizują przy tym bardziej szczegółowo rolę i zadania poszczególnych typów muzeów (np. regionalne, [Nowacki 2006], muzea sztuki [Mosz 2006], muzea martyrologiczne [Baran 2006], społeczne placówki muzealne [Leśniewski 2009]) albo jednostek realizujących nowe podejście edukacyjne jak muzea narracyjne [Małkowska-Bieniek 2009], wreszcie nowoczesnych obiektów paramuzealnych, jak parki tematyczne [Pisarski 2009]. W polskich analizach z oczywistych powodów poświęca się sporo miejsca wpływowi statusu danego muzeum lub typu muzeów (tzw. ministerialne, narodowe, samorządowe regionalne i lokalne, społeczne, prywatne) i wynikających z niego uwarunkowań formalnych oraz ekonomicznych na działalność i możliwości muzeów.

Na podstawie wyników analiz i wniosków sformułowanych przez autorów wskazanych poniżej opracowań, dotyczących stanu sektora muzealnego oraz jego współpracy z turystyką, w niniejszym podrozdziale zostały zestawione poszczególne grupy postulatów odnoszących się do modyfikacji ich sposobu funkcjonowania oraz do modernizacji oferty. Można je pogrupować w następujący sposób: wnioski dotyczące **produktowego podejścia do oferty muzealnej** [Stasiak 2000; Heinze 2002; Steinecke 2007; Stasiak 2007; Nowacki 2009; Mikos v. Rohrscheidt; Artyshuk 2010], **aktywnej i dobrze ukierunkowanej działalności informacyjnej i promocyjnej** [Stasiak 2007; Mikos v. Rohrscheidt 2008], **poprawy poziomu obsługi turystów** [Heinze 2002; Steinecke 2007; Stasiak 2007; Mikos v. Rohrscheidt 2008, Jędrzyak 2009], **modernizacji ekspozycji muzealnej**, w tym wprowadzenia elementów multimedialnych i interaktywnych [Benediktsson 2004; Stasiak 2007, Mikos v. Rohrscheidt 2008; 2009; Jędrzyak 2009], **„eventyzacji”** (włączenia w większe eventy i wprowadzenie mikroeventów do oferty) [Mikos v. Rohrscheidt 2008], **integracji oferty muzeów w złożone produkty turystyczne** [Steinecke 2007; Mikos v. Rohrscheidt, 2008; 2009; 2010, Artyshuk 2010]. Poniżej zostaną wymienione najważniejsze konkretne przedsięwzięcia w ramach danego typu działania, proponowane przez poszczególnych autorów. Ich szersze uzasadnienie przekraczałoby ramy niniejszego opracowania, dlatego zainteresowanych szczegółami odsyłamy do wymienionych w zestawieniu publikacji.

1.5.1. Muzeum: podejście produktowe

Konkretne przedsięwzięcia postulowane w ramach takiego podejścia to: 1) **zdefiniowanie produktu danej placówki**, czyli jednoznaczne określenie profilu muzeum, zbiorów i ich ekspozycji na podstawie dominujących walorów (zasobów) obiektu, rozpoznanego popytu, badania zwiedzających i ich zainteresowań [Stasiak 2000; 2007, 122-124; Steinecke 2007, s. 39, 141n], 2) **doskonalenie produktu**, zgodnie z zasadą „3xE”, więc wprowadzanie nowych form zwiedzania, w tym elementów osobistego przeżycia i rozrywki, przewodnictwa fabularyzowanego, wprowadzanie sklepów muzealnych itd. [Heinze 2002, s. 90nn; 120nn; Stasiak 2007, s. 124n; Steinecke 2007, s. 60n, 140n; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.360], 3) **„kontraktacja” zakupów i rozwijanie produktu** jako sposób rozwiązania problemów mecenatu i sponsoringu [Heinze 2002, s. 63-87], 4) **przygotowywanie wariantów dla różnych segmentów rynku turystycznego** - traktowanych jako grupy potencjalnych odbiorców, m. in. dzieci, seniorów, „wyspecjalizowanych” turystów muzealnych i innych [Steinecke 2007, s. 134, 144; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 355], 5) **stosowanie elastycznego czasu otwarcia muzeów** - sezony, dni i godziny faktycznie korzystne dla docelowych grup zwiedzających, ustalone na podstawie badań ich preferencji, w razie potrzeby systemy rezerwacyjne [Steinecke 2007, s. 50n, 143; Stasiak 2007, s. 130nn; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 358], 6) **elastyczna polityka cenowa muzeów** - stosowanie cen grupowych, uczniowskich i studenckich, cen uzależnionych od sezonu i pory dnia, specjalnych cen dla uczestników eventów, cen „sieciowanych” cen „pakietowych” [Steinecke 2007, s. 51, 139n; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 357n, Nowacki 2009b, s. 207-217, Artyshtuk 2010, s. 75], wreszcie 7) **fachowe zarządzanie obiektem**, wykorzystujące znajomość rachunku ekonomicznego i dostosowujące organizację pracy do potrzeb odbiorców [Heinze 2002, s. 15-21; Białek 2005; Stasiak 2007, s. 129n; Steinecke 2007, 143n; Nowacki 2007, s. 97].

1.5.2. Muzeum: promocja i informacja

Jako podstawa prawidłowo realizowanej informacji o działalności muzeum i promocji jego oferty widziane jest właściwe **zdefiniowanie adresatów, kanałów i wiodących motywów informacji i promocji**. Z kolei jako sposoby wykonania wymieniane są między innymi 1) **identyfikacja wizualna** (przez stosowanie jednoznacznego logo) [Stasiak 2007, s. 127], 2) **informacja wizualna** - czytelne i przyjazne użytkownikom tablice informacyjne [Steinecke 2007, s. 44; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 356n], 3) **regularna współpraca z mediami, w tym lokalnymi** [Heinze 2002, s. 91; Stasiak 2007, s. 126n; Steinecke 2007, s. 42-45; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.402nn], 4) **udział w targach turystycznych** [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.405n], 5) **promowanie własnej ekskluzywności** jako metoda rywalizacji o klienta [Heinze 1999, s. 95; Kriegner 2004, s. 14; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 361], 6) **stosowanie newsletterów muzealnych ze stale aktualizowaną listą adresatów** [Stasiak 2007, s. 126; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 410], 7) **prowadzenie własnych internetowych portali informacyjnych** [Heinze 2002, s. 98n; Stasiak 2007, s. 127; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 408nn], z dodatkowym wskazaniem na znaczenie ich regularnej aktualizacji i interaktywności, tj. istnienia m. in. możliwości rezerwacji usług, 8) **zakładanie i wspieranie grup i stowarzyszeń „przyjaciół muzeów”** wraz z merytoryczną i aktywną opieką nad nimi [Stasiak 2007, s. 127; Mikos v. Rohrscheidt 2008], 9) **współpraca z instytucjami i organizacjami** działającymi w innych sektorach usług czasu wolnego, w tym m. in. sportu [Heinze 1999, s. 91; Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s. 391].

1.5.3. Muzeum: standardy obsługi turystów

Ich podniesienie może być uzyskane przez: 1) **przyjazne użytkownikom urządzenie ekspozycji i formułowanie informacji muzealnej** [Heinze 2002, s. 91, Urry 2007, s. 192n; Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s. 80n], 2) **zmianę koncepcji podejścia do zwiedzających**, m. in. przez wdrożenie w miarę możliwości zasady „touch me”, wprowadzającej interaktywność zwiedzających

[Urry 2007, s. 192; Steinecke 2007, s. 47; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 359], 3) **dbałość o kompetencję fachową personelu** (w tym jej podnoszenie) oraz o jego **właściwe odniesienie do zwiedzających i ich potrzeb** [Stasiak 2007, s. 128n; Steinecke 2007, s. 39; Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s.80], 4) **sterowanie potokiem zwiedzających**, m. in. przez **wprowadzenie rezerwacji zwiedzania i zamawiania mikroeventów** [Steinecke 2007, s. 49n; Stasiak 2007, s. 132; Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s. 388], 5) **otwieranie punktów gastronomicznych w obiektach muzealnych**

[Heinze 2002, s. 94; Stasiak 2007, s. 131; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.355n], 6) **dbałość o wygodę dostępu do muzeum**, w tym oznaczenia i odznaczenia obiektów w ich otoczeniu oraz dróg dojazdowych, wygodne i bliskie parkingi dla zwiedzających [Stasiak 2007, s. 130; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 356n].

1.5.4. Muzeum: modernizacja ekspozycji

Postulowane działania w tym kierunku obejmują m. in. 1) **wprowadzenie standardów umieszczania zrozumiałych i atrakcyjnych opisów ekspozycji**, w tym także opisów w obcych językach [Heinze 2002, s. 95; Benediktsson 2004, Stasiak 2007, s. 133; Steinecke 2007, s.43n], 2) **wprowadzenie multimediiów w opisie ekspozycji** [Mosz 2006, s.47; Steinecke 2007, s. 47; Stasiak 2007, s. 125; Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s. 388n], 3) **wprowadzenie samodzielnych multimedialnych i interaktywnych elementów ekspozycji** - jak np. kioski multimedialne [Steinecke 2007, s. 134; Stasiak 2007, s. 125], 4) **wprowadzenie multimedialnych pomocy w zwiedzaniu ekspozycji**, w tym przewodników audiowizualnych [Heinze 2002, s.93; Steinecke 2007, s. 47; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 360], 5) **wprowadzenie interaktywnych portali muzealnych w Internecie z elektroniczną wizytówką ekspozycji** („e-muzeum”, „muzeum online”) [Mosz 2006, s. 48; Stasiak 2007; Mikos v. Rohrscheidt 2010a], wreszcie 6) **wprowadzanie elementu narracyjnego do ekspozycji** lub wręcz zmianę profilu niektórych muzeów na narracyjne [Maksymowicz 2006, s. 57, Małkowska-Bieniek 2009, s. 297n, 302n; Ukielski, Mazur 2007, s.180].

1.5.5. Eventyzacja Muzeów

Nasycenie wystaw muzealnych elementami przeżyciowymi, realizującymi jeden z postulatów nowoczesnej turystyki „edukacji przez przeżycie” i jednocześnie zapewniającymi rozrywkę może być zrealizowane przez 1) **włączanie muzeów do oferty lokalnych eventów kulturowych**, w tym Nocy Muzeów [Steinecke 2007, s.58-60; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.63; 2010b, s.79], 2) **wprowadzanie w muzeach własnej oferty eventów** - imprez cyklicznych, jak „dni muzeum”, „dni eksponatu”, „dni tematyczne” [Steinecke 2007, s. 130; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 362; 2010a, s. 361n], 3) **wprowadzenie mikroeventów do oferty muzeum** - jak pokazy z użyciem techniki dla wszystkich zwiedzających lub (opcjonalnie) mikroeventy „żywe” w ustalonych terminach lub na zamówienie grup [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 359n; 2010a, s. 65; 2010a, s. 146n, 362, 3201b, s. 389], oraz 4) **organizowanie**

zwiedzania fabularyzowanego w muzeum w regularnych terminach, a w małych placówkach na zamówienie grupowe [Steinecke 2007, s. 45n, Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 360].

1.5.6. Integracja oferty muzeum w złożone produkty turystyczne

Najczęściej jako efektywne działania w tym kierunku wymieniono: 1) **łączenie oferty muzeów między sobą**, w tym m. in. „sieciowanie oferty” [Steinecke 2007, s., Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.333n s. 354], 2) **włączanie w lokalne pakiety turystyczne**, w tym głównie tematyczne [Steinecke 2007, s. 31 (karty miejskie); Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 355; Artyshtuk 2010, s. 75-81 (pakiety, oferty „city break”)], 3) **włączanie do tras miejskich: tematycznych i historycznych** [Mikos v. Rohrscheidt 2009, s.114], 4) **włączanie w ofertę szlaków kulturowych, zwłaszcza tematycznych** [Steinecke 2007, s. 32n; Mikos v. Rohrscheidt, 2008, s. 356; 2010a s. 60, 65], 5) **włączanie do oferty wypraw muzealnych i innych wypraw kulturowych** [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 66n; 2010a, s. 363], 6) **współpraca muzeów z touroperatorami** [Maksymowicz 2006, s. 56; Stasiak 2007, s. 132; Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 355].

1.6. Rozwój oferty turystyki muzealnej jako szansa dla polskich muzeów

Problematyką wyspecjalizowanych ofert wypraw turystycznych i kręgu korzystających z nich turystów kulturowych zajmują się między innymi Becker/Steinecke [1997, s. 28-37], Herremann [1998, s. 8nn], Kriegner [2004] i Steinecke [2007, s. 131n, 143nn]. W polskiej literaturze fachowej tym segmentem turystyki zajęli się: Maksymowicz [2006, s.53n], Mikos v. Rohrscheidt [2008, s. 61-67] Buczkowska [2008, s. 49n] i Jędrysiak [2009, s. 36-58]. Poniższy fragment niniejszego opracowania oparty jest na analizie Autora [2008], zawartej w jego obszernym opracowaniu na temat turystyki kulturowej. Jako turystyka muzealna określone są tam „te przedsięwzięcia o charakterze turystycznym, dla których głównym motywem podjęcia podróży i celem tejże jest wizyta w jednym lub kilku obiektach muzealnych” [s. 61]. Typowymi uczestnikami grupowych wypraw muzealnych są zorganizowane grupy szkolne, grupy studenckie, uczestnicy zbiorowych wycieczek na imprezy w rodzaju „nocy muzeów”, grupy odwiedzające wystawy czasowe albo okolicznościowe, wreszcie członkowie grup i stowarzyszeń „przyjaciół muzeów”⁴.

Ci ostatni są najbardziej regularnymi uczestnikami wypraw muzealnych; z pewnością można ich także zaliczyć do wąskiego kręgu turystów motywowanych kulturowo [por. Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s. 54], jednak ich liczba w Polsce jest jak na razie znikoma. Wśród indywidualnych turystów muzealnych dominują: miłośnicy muzeów, realizujący samodzielne podróże (i tych można zaliczyć tu grona turystów muzealnych w sensie ścisłym), indywidualni uczestnicy „nocy muzeów” lub wydarzeń muzealnych, jak wernisaże czy wystawy czasowe, podejmujący podróż w celu uczestnictwa w nich w innej miejscowości niż miejsce ich zamieszkania a także

⁴ Przykładowo w Niemczech przy znacznej grupie muzeów funkcjonują formalnie zarejestrowane grupy lub stowarzyszenia „przyjaciół muzeum” (Freundeskreis des X-Museums). Członkowie tych stowarzyszeń opłacają rocznie niewielkie składki, w ramach których mają darmowy wstęp do muzeum, są zapraszani na wszystkie jego wystawy czasowe i wernisaże. W tym kręgu osób organizuje się sporadycznie specjalne składki pieniężne na zakup konkretnych cenniejszych eksponatów, uzupełniających tematyczne kolekcje muzeum. Działalność tych stowarzyszeń zawiera także zazwyczaj aspekt turystyczny: Ich członkowie otrzymują corocznie parę propozycji wycieczek organizowanych przez muzeum, których celem są inne muzea na terenie Niemiec lub bliskiej zagranicy. Wycieczki te mają urozmaicony program zwiedzania, zawierający moduły, przygotowane specjalnie dla nich, jak pokazy, prelekcje, niewielkie wystawy tematyczne. Poszczególne muzea współpracują ze sobą w wysyłaniu takich grup wzajemnie do siebie.

konsumenci modułów oferty muzealnej w ramach pakietów „city break” (obie te grupy można określić, jako okazjonalnych turystów muzealnych). Wśród najczęstszych organizatorów turystyki muzealnej znajdują się: touroperatorzy wyspecjalizowani w dziedzinie turystyki kulturowej, organizatorzy wystaw i zatrudnione przez nich firmy ds. promocji kultury, sztuki oraz muzea prowadzące aktywną działalność promocyjną i opiekę nad grupami i stowarzyszeniami „przyjaciół muzeów”. Do charakterystycznych cech wypraw muzealnych należą ich krótkotrwałość (w tym duży udział wycieczek jednodniowych), silna koncentracja programu wycieczki na muzeum (muzeach) i ich ofercie, a w przypadku wycieczek grupowych - specjalny program zwiedzania muzeum oraz wykorzystanie w znacznym wymiarze jego oferty edukacyjnej, w tym także specjalnych pokazów i prelekcji, organizowanych specjalnie dla tej grupy turystów. Oczekiwania organizatorów wycieczek muzealnych a także indywidualnych turystów z tej grupy w stosunku do obiektów, będących celem ich wycieczek obejmują najczęściej: całodzienną i całotygodniową dostępność obiektów, nowoczesne wyposażenie i oświetlenie sal wystawienniczych, wysoki stopień multimedialności i interaktywności wystaw, fachowe, wielojęzyczne przewodnictwo po obiekcie na życzenie [Steinecke 2007, s. 44], ofertę wielojęzycznych przewodników elektronicznych po obiekcie [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 359], funkcjonowanie sklepu muzealnego z literaturą dotyczącą obiektu i zbiorów, wydaną w wysokiej jakości graficznej, ofertę gastronomiczną na dobrym poziomie w samym muzeum lub w bezpośredniej bliskości. W odniesieniu do organizacji podróży lub pobytu są to z kolei: zapewnienie hotelu w standardzie przynajmniej przeciętnym (2**), najczęściej klasy 3* i wyższej, fachowy pilotaż lub przewodnictwo, w tym zaawansowana wiedza prowadzącego o zwiedzanych muzeach i ich zbiorach. Indywidualni turyści muzealni poszukują natomiast oferty biletów wielofunkcyjnych (obejmujących liczne usługi) lub lokalnych pakietów muzealnych. Ponieważ należy przypuszczać, że - w miarę stopniowego wzrostu zamożności polskiego społeczeństwa, powiększenia się faktycznej ilości czasu wolnego w skali roku i tygodnia, poprawy standardów organizacji ekspozycji muzealnych oraz pojawiania się społeczności wspierających lokalne muzea i uczestniczących w ich aktywnościach - w niedalekiej przyszłości grupa turystów muzealnych będzie się także w Polsce dynamicznie powiększać, muzea i ośrodki miejskie, dysponujące znaczniejszym potencjałem w zakresie muzealnictwa powinny już teraz uwzględniać oczekiwania tej grupy turystów i przystąpić do konstruowania atrakcyjnej dla nich oferty, zawierającej wskazane powyżej elementy.

2. Muzea Poznania: niewykorzystane szanse?

2.1. Muzea w Poznaniu i najbliższej okolicy

Poznań jest jednym z tych ośrodków miejskich w Polsce, które dysponują największym potencjałem zarówno w zakresie wystaw stałych, jak i czasowych oraz specjalnych. Jest to zrozumiałe zarówno w kontekście wielkości miasta, jak i jego długiej historii oraz związanego z nią zróżnicowanego dziedzictwa kulturowego. Ilość poznańskich placówek muzealnych (licząc osobno oddziały zlokalizowane w osobnych siedzibach i posiadające wyspecjalizowany profil tematyczny)⁵ wynosiła na dzień 31 grudnia 2010: 25

⁵ Zgodnie z metodyką przyjętą przez *Raport o muzeach* [2008], oddziały muzeów mieszczące się w niezależnych siedzibach i mające odrębne adresy policzone zostały jako osobne jednostki muzealne.

Muzeum Archeologiczne (Pałac Górków, ul. Wodna 27),
Muzeum Archidiecezjalne (Akademia Lubrańskiego, ul. Lubrańskiego 1),
Muzeum Bambrów Poznańskich (ul. Mostowa 7),
Muzeum Broni Pancernej Centrum Szkolenia Wojsk Lądowych, (ul. Wojska Polskiego 84),
Muzeum Farmacji Wielkopolskiej (al. Marcinkowskiego 11),
Muzeum Narodowe, Galeria Malarstwa i Rzeźby (siedziba główna, al. Marcinkowskiego 9),
Muzeum Etnograficzne (Oddział Muzeum Narodowego, ul. Grobla 25),
Muzeum Historii Miasta Poznania (Oddział Muzeum Narodowego, Ratusz, Stary Rynek 1),
Muzeum Instrumentów Muzycznych (Oddział Muzeum Narodowego, Stary Rynek 45),
Muzeum Sztuk Użytkowych (Oddział Muzeum Narodowego, Góra Przemysłu 1),
Wielkopolskie Muzeum Wojskowe (Oddział Muzeum Narodowego, Stary Rynek 9),
Muzeum Martyrologii Wielkopolan Fort VII (Oddział Wielkopolskiego Muzeum Walk Niepodległościowych w Poznaniu, al. Polska),
Muzeum Armii "Poznań" (Oddział Wielkopolskiego Muzeum Walk Niepodległościowych, Cytadela, Mała Śluza),
Muzeum Powstania Wielkopolskiego 1918-1919 (Oddział Wielkopolskiego Muzeum Walk Niepodległościowych, Odwach, Stary Rynek 3),
Muzeum Uzbrojenia (Oddział Wielkopolskiego Muzeum Walk Niepodległościowych w Poznaniu, Park Cytadela),
Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956 r. (Oddział Wielkopolskiego Muzeum Walk Niepodległościowych w Poznaniu, Zamek Cesarski, ul. Św. Marcin 80/82),
Mieszkanie-Pracownia Kazimierza Iłkowińskiego (Oddział Biblioteki Raczyńskich, ul. Gajowa 4),
Muzeum Literackie Henryka Sienkiewicza (Oddział Biblioteki Raczyńskich, Stary Rynek 84),
Pracownia-Muzeum Józefa I. Kraszewskiego (Oddział Biblioteki Raczyńskich, ul. Wroniecka 14),
Muzeum Motoryzacji Automobilklubu Wielkopolski (Rondo Kaponiera),
Muzeum Wiedzy o Środowisku (przy Zakładzie Badań Środowiska Rolniczego i Leśnego PAN, ul. Bukowska 19),
Muzeum Komunikacji Miejskiej MPK Poznań, (ul. Głogowska 131/133),
Muzeum Uniwersytetu Medycznego w Poznaniu, (Collegium Stomatologicum, ul. Bukowska 70),
Muzeum Broni w Poznaniu (kolekcja prywatna, Piotr Urbaniak, Pasaż Apollo, ul. Ratajczaka 18),
Salon Muzyczny Feliksa Nowowiejskiego, (al. Wielkopolska 11).

Ponadto profil edukacyjny posiada prywatna placówka o charakterze narracyjnym: Makieta Dawnego Poznania, funkcjonująca w podziemiach Klasztoru Franciszkanów przy ul. Ludgardy, a w siedzibie Kompanii Piwowarskiej (browar) funkcjonuje Centrum Wycieczkowe Lecha z ekspozycją tematyczną. Poza obszarem miasta, lecz w przestrzeni aglomeracji poznańskiej znajduje się szereg obiektów muzealnych, których zbiory posiadają istotny lub przynajmniej znaczny związek z dziejami Poznania lub postaciami ważnymi dla kultury miasta. Należy wśród nich wymienić: Muzeum Martyrologii w Żabikowie-Luboniu (dawny poznański obóz koncentracyjny), Zamek w Kórniku wraz z muzeum i arboretum, Muzeum Pod Totemem - Pracownię Literacką Arkadego Fiedlera w Puszczykowie, Pałac w Rogalinie (Oddział Muzeum Narodowego w Poznaniu) wraz z ekspozycją wewnątrz, galerią malarstwa, powozownią i parkiem, wreszcie niewielkie Muzeum Powstańców Wielkopolskich im. Gen. Józefa Dowbora Muśnickiego w Lusowie. Związek z historią oraz życiem kulturalnym Poznania zbiorów i dziejów pozostałych podpoznańskich muzeów, jak Muzeum Narodowego Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego

w Szreniawie, jego oddziału w Uzarzewie (Muzeum Środowiska Przyrodniczego i Łowiectwa) czy Skansenu i Muzeum Pszczelarstwa w Swarzędzu, niezależnie od ich potencjału i znaczenia dla turystyki, wypada określić jako mniejszy. Badaniu dla celów niniejszego opracowania poddano tylko placówki posiadające status muzeów oraz inne stałe ekspozycje muzealne, położone na terenie miasta Poznania.

2.2. Badanie turystyczno-kulturowego potencjału poznańskich muzeów

2.2.1. Cele, metoda i przebieg badań. Z czynionych na co dzień obserwacji poznańskiego sektora muzealnego w ciągu ostatnich 2-3 lat wynika, że znajduje się on w stanie głębokiej przebudowy, dotyczącej jednak w znacznie większym zakresie standardów udostępniania zbiorów niż struktury instytucji, obiektów i samych wystaw. Uwzględniając fakt zachodzenia tego procesu i wynikającą z niego znaczną dynamikę zmian, przeprowadzone badanie miało za swój pierwszy cel uzyskanie aktualnego obrazu zasobów poznańskich muzeów w ich odniesieniu do wiodących aspektów własnego dziedzictwa kulturowego miasta (także na tle całego kraju), w tym przede wszystkim ustalenie skali i tematyki istniejących wystaw, intensywności prowadzonych badań naukowych oraz skali i tematycznego zróżnicowania wydarzeń muzealnych, organizowanych w Poznaniu. Drugim celem było sporządzenie swego rodzaju „diagnozy w drodze” - ujęcia skali oraz ukierunkowania wprowadzanych ostatnio zmian w ofercie muzealnej w kontekście standardów udostępniania zbiorów, szeroko opisanych w pierwszym rozdziale niniejszego opracowania. Ostatnim zasadniczym celem było momentalne ujęcie oferty placówek muzealnych Poznania w odniesieniu do poszczególnych form turystyki kulturowej i artykułowanych przez jej badaczy potrzeb, a także poziomu jej organizacji i jej integracji w poszczególne miejskie i regionalne produkty turystyczne.

Badanie właściwe poprzedzono serią wywiadów z pracownikami merytorycznymi lub kierownikami niektórych placówek muzealnych Poznania. Zostało ono przeprowadzone za pomocą ankiety. Przedmiotem wywiadów były: aktualna struktura ekspozycji, struktura finansowania i zatrudnienia, kierunki prowadzonych badań, aktywność w dziedzinie kreowania oferty skierowanej do mieszkańców i turystów, stopień integracji obiektów i ich oferty w większe projekty i produkty turystyczne oraz plany modernizacji ekspozycji i ewentualnych innych przedsięwzięć służących podniesieniu standardu udostępnianiu ekspozycji w najbliższej przyszłości. Badania właściwie przeprowadzono za pomocą rozbudowanego kwestionariusza ankietowego, dostarczonego do wszystkich poznańskich jednostek muzealnych. Był on tam prezentowany kierownikom lub wyznaczonym przez nich pracownikom merytorycznym muzeów przez osoby współpracujące z autorem opracowania⁶, zapoznane uprzednio w celami i strukturą badania i delegowane w tym celu do poszczególnych jednostek. Działy kwestionariusza i niektóre szczegółowe pytania były najpierw omawiane i w razie potrzeby wyjaśniane, a następnie kwestionariusz był wypełniany wspólnie przez dysponującego danymi pracownika (kierownika) placówki oraz ankietującego. Przekazane dane, dokumentujące aktualny stan danego obiektu w badanym zakresie były następnie potwierdzane przez współpracującego z ankierem pracownika.

⁶ W skład grupy realizującej opisywane badanie weszli studenci kierunku „Turystyka Historyczna i Animacja Historii” Wydziału Historycznego UAM oraz - w ramach zadań praktycznych - uczestnicy szkolenia dla poznańskich przewodników miejskich, organizowanego przez biuro KulTour.pl, którym w tym miejscu autor pragnie podziękować za bardzo zaangażowaną współpracę.

Poza metryczką obiektu kwestionariusz zawierał pytania pogrupowane w pięciu działach, odnoszących się do: 1) działalności wystawienniczej muzeum, 2) działalności badawczej i dydaktycznej (w tym oferty edukacyjnej), 3) wydarzeń organizowanych przez muzeum i współpracy z innymi podmiotami, w tym także udziału w złożonych produktach i ofertach turystycznych, 4) aktywności informacyjnej i promocyjnej oraz 5) infrastruktury obiektu i obsługi zwiedzających. Pytania zamknięte odnosiły się przede wszystkim do ilości pracowników, wystaw oraz poszczególnych elementów ekspozycji, sposobu opisu ekspozycji, skali aktywności publikacyjnej, w tym literatury o charakterze popularyzacyjnym, obecności poszczególnych elementów infrastruktury, udziału w imprezach, aktywności promocyjnej, skali oferty edukacyjnej oraz stopnia jej wykorzystania. Pytania otwarte dotyczyły tematyki i formy wystaw stałych, tematyki regularnych imprez oraz wiodącej tematyki oferty edukacyjnej, a także kierunków i rodzajów współpracy oraz sposobów integracji oferty muzeum w złożone oferty i produkty.

Odpowiedzi na pytania zostały pogrupowane w kategorie, następnie uzyskane wyniki zestawiono w formie tabel i opatrzone opisami interpretacyjnymi.

Badanie przeprowadzono w styczniu 2011 roku we wszystkich muzeach na terenie miasta Poznania (w 25 placówkach, wymienionych powyżej). Uzyskano 25 wypełnionych kwestionariuszy, co daje zwrot równy 100%. Kwestionariusze zostały wypełnione w znakomitej części, przy czym w przypadku niemal wszystkich pól niewypełnionych jako przyczynę niewypełnienia wskazano brak odnośnej formy aktywności lub elementu wystawy albo infrastruktury⁷. Zarówno stopień zwrotu wypełnionych kwestionariuszy, jak i poziom ich wypełnienia uprawnia do stwierdzenia o reprezentatywności przeprowadzonego badania.

2.2.2. Wyniki badań

Odpowiednio do badanych aspektów działalności i dziedzin aktywności muzeów, po zestawieniu liczby odwiedzających muzea, pozostałe wyniki zostały pogrupowane w siedmiu tabelach i opatrzone komentarzem analizującym najważniejsze stwierdzone fakty i tendencje. Pierwsze pięć tabel dotyczy wskazanych powyżej zakresów badania w odniesieniu do całego miejskiego sektora muzeów, szósta prezentuje stan oferty lub aktywność w poszczególnych dziedzinach z rozbiciem na poszczególne placówki, tym samym ukazując istniejące zróżnicowanie w zakresie spełnienia standardów współczesnego wystawiennictwa oraz poziom zaangażowania muzeów w kreowanie miejskiej oferty turystycznej. Ostatnia tabela ukazuje stopień zgodności ekspozycji muzealnych i aktywności muzeów z ustalonym dla miasta potencjałem w zakresie turystyki kulturowej oraz rozmiar zasobów i intensywność działań w odniesieniu do poszczególnych jej form i potencjalnych potrzeb ich uczestników. Taka struktura prezentacji wyników odpowiada przyjętemu przedmiotowi analizy.

Prezentację wyników badań szczegółowych wypada poprzedzić prezentacją skali ruchu odwiedzających poznańskie muzea w roku 2009. Poniższe dane zostały uzyskane w ramach opisywanego badania ankietowego i uporządkowane w kolejności od największej do najmniejszej liczby odwiedzających. Najczęściej odwiedzana Galeria Malarstwa i Rzeźby

⁷ W przypadku niektórych oddziałów Muzeum Narodowego w Poznaniu na postawie porozumienia z Dyrekcją odstąpiono od szczegółowego wypełniania pól dotyczących tematyki wystaw zmiennych oraz rzadziej realizowanych ofert edukacyjnych, ograniczając się do określenia ich ogólnej liczby i imiennego wymienienia tych cieszących się największą popularnością (odpowiednio: najczęściej odwiedzanych lub zamawianych i realizowanych).

Muzeum Narodowego odnotowała 76,8 tys. zwiedzających. W Muzeum Archeologicznym było ich 46,4 tys.; w Muzeum Środowiska - 31,2 tys.; w Muzeum Historii Miasta Poznania (Ratusz) - 28,5 tys.; w Muzeum Etnograficznym - 25 tys.; w Muzeum Uzbrojenia - 20,0 tys.; w Muzeum Instrumentów Muzycznych: 19,4 tys.; w Wielkopolskim Muzeum Wojskowym - 19 tys.; w Muzeum Sztuk Użytkowych - 16 tys.; w Muzeum Powstania Wielkopolskiego - 10,5 tys.; w Muzeum Martyrologii Wielkopolan (Fort VII) - 10,2 tys.; w Muzeum H. Sienkiewicza - 8,7 tys.; w Muzeum Archidiecezjalnym - 8,5 tys.; w Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956 - 6,3 tys.; w Muzeum Armii Poznań - 4,8 tys.; w Salonie Muzycznym F. Nowowiejskiego - 3 tys.; w Muzeum Uniwersytetu Medycznego - 2,1 tys.; w Muzeum Broni Pancernej (liczba szacowana) - 1,5 tys.; w Muzeum J.I. Kraszewskiego - 1,3 tys.; w Muzeum K. Iłłakowiczówny - 0,9 tys.; w Muzeum Farmacji Wielkopolskiej - 650 osób. Jednocześnie w porównaniu z poprzedzającym rokiem 2008 w większości muzeów (19 na 25) zauważono spadek liczby zwiedzających (między 1,5 % a aż 24%), w trzech liczba pozostała mniej więcej równa (z dokładnością do 1 %), natomiast w trzech podniosła się (najwyższy wzrost wyniósł ok. 27%). Zsumowane dane na temat odwiedzin świadczą o powoli zmniejszającej się liczbie odwiedzających (we wszystkich muzeach razem ta liczba w roku 2009 spadła w porównaniu z 2008 o około 4,3%), jednak z porównania dwóch kolejnych lat nie należy wyciągać zbyt daleko idących wniosków. Często bowiem powodem znacniejszego wzrostu ilości zwiedzających była jedna lub dwie wybitne i dobrze wypromowane wystawy czasowe, a powodem spadku - organizacja takich wystaw w roku poprzedzającym badanie. Jednak liczby absolutne wskazują na daleki dystans, dzielący nawet najczęściej zwiedzane poznańskie muzea od najpopularniejszych placówek tego rodzaju w Polsce (por. rozdz. 1.4.). Pomimo braku monitoringu miejsc zamieszkania osób odwiedzających muzea, łatwo wskazać zasadniczy powód tak znacznej różnicy: jest to stosunek liczby zwiedzających je turystów do liczby korzystających z ich oferty rezydentów (mieszkańców własnego miasta i okolicy). W muzeach najczęściej odwiedzanych - tak w Polsce, jak i za granicą - tych pierwszych jest wielokrotnie więcej niż tych drugich. W muzeach poznańskich ta relacja z całą pewnością wygląda inaczej. Ten stan powinien być pierwszym impulsem do refleksji zarówno władz miasta i regionu (w zakresie kierunków i rezultatów dotychczasowej promocji turystycznej Poznania), jak i administratorów muzeów (na temat znaczenia turystów dla pełnego wykorzystania ich walorów i oferty, ale także podniesienia skali przychodów własnych).

2.2.2.1. Funkcje naukowe i wystawiennicze poznańskich muzeów

Tabela 1 zestawia dane dotyczące tych funkcji muzeów, które bezpośrednio łączą się z ich działalnością badawczą, ale także z ich zadaniem udostępniania zbiorów oraz wiedzy o nich. Te wystawiennicze i edukacyjne aspekty muzeów mają bezpośredni związek z ich ofertą turystyczną: wystawy muzealne i ich zwiedzanie może być integrowane w lokalne produkty turystyczne (trasy, pakiety) i wykorzystywane w ramach programów przygotowywanych i realizowanych przez touroperatorów.

Tabela 1 Aktywność badawcza i wystawiennicza muzeów.

Rodzaj aktywności	Ilość ogółem	Średnio na obiekt
wystawy stałe w siedzibie głównej w roku 2010	51	2,04
wystawy czasowe i specjalne w roku 2010	56	2,24
wystawy w całości lub w znacznym stopniu multimedialne	10	0,4
autonomiczne elementy multimedialne (np. kioski multimedialne)	3	0,12
moduły interaktywne w ekspozycji (stanowiska)	8	0,32
opis zbiorów wystawy w przynajmniej jednym języku obcym	9	0,36
pracownicy merytoryczni w placówce	224	8,96
projekty badawcze realizowane w latach 2009; 2010	7; 14	0,28 / 0,56
publikacje naukowe w latach 2009; 2010	6; 10	0,24 / 0,4
publikacje popularyzacyjne w latach 2009; 2010	32; 13	1,28 / 0,52
przewodnictwo po zbiorach placówki: stałe (na zamówienie)	8 (17)	x
przewodnictwo w placówce w przynajmniej 2 językach obcych	4	x
oferta zwiedzania fabularyzowanego w placówce	1	x

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety

W sumie na terenie miasta w roku 2010 oferowanych było 51 wystaw stałych, o tematyce ogólnej (przekrojowej z danej dziedziny lub monotematycznych), co daje 2,04 wystaw na obiekt muzealny. W dziedzinie wystaw czasowych (w sumie 56 w roku 2010, a więc 2,16 na placówkę) najaktywniejsze są Muzeum Archeologiczne (9 dużych wystaw w roku 2010) oraz dwa oddziały Muzeum Narodowego: Galeria Malarstwa i Rzeźby (7) oraz Muzeum Etnograficzne (6) - w tym ostatnim przypadku ponadprzeciętna aktywność ma swoje źródło w formule działania placówki, organizującej wyłącznie wystawy czasowe. Ponadto po pięć wystaw czasowych zorganizowano w Muzeum Archidiecezjalnym, Muzeum Sztuk Użytkowych i Muzeum Powstania Wielkopolskiego. Na drugim biegunie znajdują się placówki muzealne nie urządzające takich wystaw w ogóle. Fakt ten może być zrozumiały w przypadku bardzo małych muzeów i ekspozycji, funkcjonujących przy instytucjach o innym niż muzealny charakterze (jak muzea biograficzne Kraszewskiego i Iłłakowiczówny czy prywatnych ekspozycji tematycznych (jak Muzeum Broni czy Muzeum Farmacji Wielkopolskiej)), jednak zastanawia pasywna postawa niektórych większych jednostek, działających samodzielnie lub jako oddziały muzealne, zatrudniających profesjonalny personel na głównych etatach. I tak ani jednej wystawy czasowej nie przygotowało w minionym roku Muzeum Armii Poznań, a tylko po jednej: Wielkopolskie Muzeum Wojskowe i Muzeum Martyrologii Wielkopolan w Forcie VII. Brak aktywności w zakresie organizowania takich wystaw oznacza świadomą rezygnację ze znaczącego ruchu odwiedzających, w tym także obniżenie atrakcyjności miasta dla muzealnej turystyki kulturowej, której silnymi impulsami są dobrze przygotowane i umiejętnie promowane wystawy.

Tylko 6 z 25 badanych placówek posiada wystawy multimedialne. Oznacza to, że mniej niż co czwarte muzeum jest przystosowane do potrzeb i oczekiwań młodszego pokolenia odwiedzających oraz turystów kulturowych z europejskiej zagranicy. Na 8 wystawach znalazły się moduły interaktywne. Można je napotkać w Muzeum Archeologicznym (jedna wystawa), Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956 (cała ekspozycja), Muzeum Powstania

Wielkopolskiego (wszystkie), w Muzeum Etnograficznym (wszystkie aktualne ekspozycje). W pozostałych jednostkach nie wprowadzono jak dotąd na stałe tej formy kontaktu ze zbiorami. Wystawy były opisane przynajmniej w jednym języku obcym tylko w 9 spośród 25 muzeów, co należy uznać za niski poziom przygotowania do obsługi turystów z zagranicy.

Ilość pracowników merytorycznych we wszystkich placówkach wyniosła na koniec roku 2010 - 224, w tym ze specjalnością muzealniczą: 68, a ze specjalnością zgodną z tematyką zbiorów: 180 (niektórzy pracownicy mają więcej specjalności, zatem część osób w tych dwóch ostatnich kategoriach pokrywa się). Jeśli to porównać z liczbą aktywności poza funkcjonującymi wystawami stałymi, w tym ze skalą badań naukowych prowadzonych poza siedzibą, z publikacjami o charakterze naukowym i popularyzatorskim, z lekcjami i warsztatami muzealnymi oraz z eventami organizowanymi samodzielnie, to zasadniczo dużej ilości pracowników w danej placówce odpowiada także większa liczba przedsięwzięć (tak jest zwłaszcza w przypadku dużych placówek, jak Galeria Malarstwa i Rzeźby MNP z działem edukacyjnym oraz Muzeum Archeologicznego). Są jednak wyjątki: oto w przypadku Muzeum Środowiska, przy sześciu pracownikach merytorycznych, poza jedną wystawą (stałą) nie odnotowano żadnych innych aktywności ukierunkowanych na działania udostępniające, edukacyjne, organizowanie imprez czy publikacje naukowe albo popularyzatorskie. Pozostaje mieć nadzieję, że ci sami pracownicy są jednocześnie czynnymi uczestnikami pracy naukowej zakładu prowadzącego placówkę, niemniej ich aktywność w tej dziedzinie nie wydaje się mieć pozytywnego wpływu na funkcjonowanie muzeum. Należy ponadto zauważyć, że w porównaniu do roku 2009 liczba publikacji muzeów o charakterze popularyzacyjnym zmniejszyła się bardzo znacznie, bo o znacznie więcej niż połowę.

W żadnej poznańskiej placówce nie jest oferowane stałe lub regularne zwiedzanie fabularyzowane. Z faktu tego należy wnioskować, że nasi muzealnicy albo nic nie wiedzą o takiej formie przeżyciowego urozmaicenia zwiedzania i interaktywnej edukacji, albo - znając ją - nie dostrzegają jej znaczenia dla odbioru oferty muzealnej przez rosnącą grupę potencjalnych gości. Warto w tym kontekście zauważyć inną oryginalną formę zwiedzania tematyzowanego, prowadzoną w Oddziale Malarstwa i Rzeźby Muzeum Narodowego z pomocą tzw. walizek muzealnych, dostępnych dla zwiedzających przy wejściu.

Wystaw multimedialnych lub w poważnym stopniu zmultimedializowanych jest w Poznaniu 10, co w przeliczeniu na liczbę muzeów daje 0,4 takiej wystawy na obiekt, zaś w przeliczeniu na liczbę wystaw stałych (współczynnik multimedializacji wystaw) wynosi tylko 0,20. Z braku znanych wyników badań w innych porównywalnych dużych polskich ośrodkach miejskich trudno wskazać w tej dziedzinie lokatę Poznania w stosunku do przeciętnej krajowej, jednak z całą pewnością nasza oferta ekspozycyjna pozostaje pod tym względem w tyle w stosunku do średniej krajów Unii Europejskiej, a to właśnie z nimi musi się porównywać każde miasto, które chciałoby konkurować o turystów w tym gronie potencjalnych celów wycieczek.

Wszystkie badane muzea oferują przewodnictwo po swoich zbiorach. W przypadku 8 placówek możliwe jest ono na zapytanie na miejscu (zatem mogą skorzystać z niego także osoby, które spontanicznie zdecydowały się na zwiedzanie, w większości indywidualni goście). W pozostałych 17 obiektach przewodnika należy zamówić wcześniej. Zwiedzanie w języku obcym jest możliwe w 10 muzeach, w dwóch lub więcej językach w 4 placówkach, przy czym zawsze musi być ono wcześniej zamówione.

2.2.2.2. Aktywność muzeów w zakresie organizowania imprez i mikroeventów

Wszystkie elementy, składające się na ten rodzaj aktywności, przedstawia tabela 2. Udział muzeów w dużych imprezach miejskich urozmaica ich ofertę, integracja muzeów w oferty szlaków turystycznych znacząco wzmacnia ich potencjał i powiększa atrakcyjność dla zainteresowanych tematyką turystów. Natomiast organizowanie własnych wydarzeń kulturalnych (w tym tematycznych) może - niezależnie od zwiększenia liczby odwiedzin mieszkańców w muzeach - stanowić dodatkowy impuls dla rozwijania kulturowej turystyki eventowej (w mniejszym) i muzealnej (w większym zakresie). Stałe lub regularne, albo przynajmniej organizowane na zamówienie grupowe mikroeventy muzealne mogą mieć zasadnicze znaczenie dla podniesienia poziomu „eventyzacji” miejskiej oferty turystycznej, zwłaszcza dla urozmaicenia zwiedzania tras miejskich. Ich wprowadzenie na dużą skalę jest jednym z najlepszych sposobów realizacji uznanej w nowej turystyce zasady „3xE” - przede wszystkim w zakresie aspektu przeżyciowego.

Tabela 2: Aktywność muzeów w dziedzinie imprez edukacyjnych i eventów

Rodzaj aktywności	Ilość ogółem	średnio na obiekt
udział placówek w poznańskiej nocy muzeów	15	x
samodzielna organizacja eventów poza wystawami	32	1,28
mikroeventy stałe w placówce ⁸	6	0,72
mikroeventy regularne	4	
mikroeventy na zamówienie	8	
oferta lekcji muzealnych	195	7,8
oferta interaktywnych warsztatów muzealnych	81	3,24
działanie grup i stowarzyszeń afiliowanych przy placówce	10	0,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety

W poznańskiej Nocy Muzeów w latach 2009 uczestniczyło 13 placówek, a w roku 2010: 15 spośród badanych muzeów. Wszystkich samodzielnie zorganizowanych imprez muzealnych poza Nocą Muzeów w roku 2010 było 32 (co oznacza liczbę 1,28 na placówkę), w tym zdecydowanie najwięcej odbyło się w Oddziale Głównym Muzeum Narodowego (10) i w Muzeum Archeologicznym (6). Działające w Poznaniu w sumie 7 jednostek o profilu militarnym zorganizowały w sumie 5 imprez, co wskazuje na ich niewielką aktywność w tym zakresie.

⁸ Termin „mikroevent” należy tu rozumieć jako krótkotrwałe wydarzenie podczas zwiedzania. Trwa ono pomiędzy kilkoma minutami a półtorej godziny godziną. Mikroevent jest tu rozumiany jako krótka (trwająca od około dziesięciu minut do półtorej godziny) impreza dla turystów, organizowana na zamówienie grupowe albo pozostająca w zwykłej ofercie zwiedzania miejsca lub obiektu, mającą związek z jego historią albo charakterem. Przykładem mikroeventu może być inscenizacja sceny historycznej, pokaz krótkiego filmu, pokaz fragmentu lub całego procesu wytwarzania określonego przedmiotu albo funkcjonowania urządzenia albo krótki występ artystyczny podczas zwiedzania obiektu. W organizowanym zgodnie ze scenariuszem mikroeventu mogą brać aktywny udział zwiedzający. Mikroevent stały jest częścią stałej wystawy lub oferty muzeum i stanowi element zwiedzania grupowego lub indywidualnego w jego codziennych godzinach otwarcia, mogą w nim zatem wziąć udział wszyscy zwiedzający. Mikroevent regularny/cykliczny realizowany jest w określone dni tygodnia (np. tylko w weekend) albo w sezonie (od określonego dnia do innego dnia w roku, lecz minimum przez okres 3 miesięcy). Mikroeventem na zamówienie: określa się tu włączenie imprezy do oferty połączone z możliwością wcześniejszej rezerwacji dla grupy zwiedzających na konkretny dzień i godzinę (kwestia ewentualnej dodatkowej opłaty nie ma w tym kontekście znaczenia) [por. Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 389].

Liczba towarzystw i grup afiliowanych przy muzeach lub współpracujących z nimi formalnie na podstawie formalnych umów wynosi 10 (w tym dwa muzea współpracują z więcej niż jedną). Oznacza to, że dwie trzecie poznańskich placówek muzealnych nie dostrzega potrzeby wpisywania w swoją działalność aktywności społecznej oraz korzystania z wynikających z tego możliwości (jak mecenat zbiorowy, zwiększenie dynamiki turystyki muzealnej i inne).

Liczba ofert lekcji muzealnych w roku 2010 wyniosła w sumie 195, liczba ofert interaktywnych warsztatów muzealnych: 81. Najwięcej z nich przypadło na Muzeum Narodowe (w tym zwłaszcza Oddział Główny z Działem Edukacji, Muzeum Sztuk Użytkowych i Wielkopolskie Muzeum Wojskowe), Muzeum Archidiecezjalne i Muzeum Archeologiczne. Jednak aż 7 muzeów nie posiada w ogóle takiej oferty.

Liczba oferowanych w muzeach mikroeventów w postaci pokazów, inscenizacji, projekcji filmów i koncertów wyniosła w sumie 18, w tym 8 dostępnych tylko na zamówienie. Jednocześnie stwierdzono, że odbywały się one tylko w 10 na 25 badanych muzeów. Zatem większość poznańskich placówek nie uwzględniła w swojej ofercie tej ważnej formy ożywiania zwiedzania.

2.2.2.3. Integracja muzeów poznańskich w złożone systemy i inne produkty turystyczne

Zestawienie danych zawartych w tabeli 3 ze względu na swoją szczegółowość wymaga krótkiego wyjaśnienia. Jako formalny udział w produkcie turystycznym uznana została obecność obiektu na liście jego obiektów, usług lub elementów oferty - jest to najniższa forma integracji w produkty. W warunkach polskich stwierdzenie takiego formalnego udziału niekoniecznie oznacza jakiegokolwiek faktyczne zaangażowanie w funkcjonowanie danego produktu. Dlatego zostało ono zbadane bardziej dogłębnie i stąd kolejne poziomy, wyodrębnione w tabeli. Faktyczne włączenie w produkt potwierdza fizyczne oznaczenie obiektu za pomocą logo produktu lub odwołanie do produktu w informatorach i portalach samego muzeum. Jako istnienie powiązanej z produktem oferty muzeum należy tutaj rozumieć funkcjonowanie wystawy mającej związek z nazwą, tematem lub celem danego produktu albo istnienie innej oferty muzeum, mającej związek z produktem (np. pokaz, warsztaty). Przez spełnianie zadań koordynatora produktu należy rozumieć przynajmniej istnienie oznaczonego punktu udzielania regularnych informacji odnoszących się do całości produktu i dystrybucji materiałów informacyjnych lub promocyjnych produktu, oznaczone jako minimum (min), lub spełnianie funkcji koordynatora usług obcych w ramach produktu czyli wykonywanie zadań gestora całego produktu w stosunku do turystów-klientów (max). Dystrybucją usług obcych w ramach produktu jest sprzedaż lub rezerwacja usług partnerów w ramach danego produktu, nie będących w ofercie samego muzeum. Jako sieciowanie usług w ramach produktu rozumiane jest włączenie całości lub części własnej oferty (np. zwiedzania, pokazu) w poszczególne moduły produktu zewnętrznego przy wspólnym rozliczeniu finansowym z pozostałymi partnerami produktu (czyli nie pobieranie w muzeum osobnej odpłatności od konsumentów produktu). Nazwą pakietyzowanej sieci usług objęte są systemy jednolitych płatności lub systemy rabatowe, obejmujące większą grupę obiektów i usług, skierowane do turystów (np. karta miejska).

Tab. 3. Integracja muzeów w szlaki turystyczne, pakiety i inne produkty turystyczne

Rodzaj produktu	Formalny udział	Faktyczne włączenie	Powiązana oferta	Sieciowanie usług w prod.	zadania koordynatora	dystrybucja usług obcych	udział w pakiecie
Ponadlokalny szlak turystyczny	-	-	-	-	min: - max: -	-	-
Trasa miejska	10	2	-	-	-	-	15*
Komercyjny pakiet turystyczny	-	-	-	-	-	-	-
Pakietyzowana sieć usług	5	5	-	-	-	-	-

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety

Przynależność do szlaków lub tras turystycznych zadeklarowało 10 spośród badanych obiektów. Dwa z nich: Muzeum Środowiska oraz Muzeum Ubrojenia, wskazały na tematyczne ścieżki dydaktyczne, których zwiedzanie obejmuje kontakt z ich zbiorami. Z kolei 8 administratorów muzeów Poznania wskazało na Trakt Królewsko-Cesarski jako trasę (ofertę sieciową), w której uczestniczą. Natomiast z listy obiektów opisanych przez zarządców tego produktu wynika, że powinno ich być 13 (a z wpisaną ogólnie jako obiekt Cytadela, gdzie zlokalizowano dwa muzea - nawet 15*). W przypadku niektórych muzeów mamy zatem do czynienia z niewiedzą na temat przynależności do tego produktu turystycznego. Może to dziwić szczególnie w odniesieniu do obiektów kluczowych, takich jak poznański Ratusz, obiekt z racji swojego położenia i znaczenia stanowiący serce głównej osi Traktu: fakt niewymienienia przynależności do tego produktu w trakcie badania może wskazywać na niski poziom współpracy. Generalnie tak niski odsetek przynależności, w tym brak zaangażowania w jakikolwiek ponadlokalny szlak tematyczny świadczy o niskiej świadomości potrzeby współpracy w ramach produktów turystyki kulturowej. Zupełnie nie są wykorzystywane możliwości aktywnego udziału muzeów w organizacji turystyki, przede wszystkim jako obiektów kluczowych lub koordynatorów szlaków tematycznych. Żadne muzeum nie funkcjonuje także aktualnie jako punkt kluczowy na jakiegokolwiek, choćby wirtualnej, miejskiej trasie tematycznej i nie współpracuje w tej dziedzinie z organizatorami turystyki w mieście ani z touroperatorami. Może to dziwić tym bardziej, że niektóre z poznańskich placówek z uwagi na rodzaj zbiorów, położenie, posiadanie wykwalifikowanego i zatrudnionego na etatach personelu oraz regularne godziny otwarcia - mogłyby z powodzeniem przejąć na siebie taką rolę z korzyścią dla zwiększenia ruchu turystycznego we własnym obiekcie. Brak współpracy w ramach tras tematycznych i szlaków przekłada się w oczywisty sposób na brak powiązania organizowanych przez muzea regularnych eventów tematycznych z ofertą jakiegokolwiek szlaku lub trasy tematycznej, choć posiadanie przestrzeni i często infrastruktury dla grupowych spotkań predestynuje je do roli ich gospodarzy.

Żadne muzeum nie uczestniczy także w pakiecie turystycznym poza ograniczoną w skali oferty Poznańską Kartą Miejską (co w ich przypadku polega jedynie na udzielaniu rabatów na cenę wstępu). Na udział w tym pakiecie wskazało 5 muzeów, tymczasem z oficjalnych danych PKM wynika, że jest ich 10. Oznacza to niską świadomość pracowników muzeów uczestniczenia w pakiecie, co może odbijać się niekorzystnie np. poprzez

nieporozumienia przy próbach wyegzekwowania wynikających z tego faktu zniżek. Natomiast żadne muzeum Poznania nie uczestniczy w komercyjnych prywatnych pakietach turystycznych, umożliwiających integrację ich oferty w pobyt turystyczny w połączeniu np. z noclegiem albo uczestnictwem w evencie o charakterze turystycznym. Na tej podstawie można generalnie mówić o niewykorzystaniu przez instytucje muzealne tego kanału dodatkowej promocji i dystrybucji ich oferty, skierowanej do turystów indywidualnych, odwiedzających Poznań. Ta znaczna i stale rosnąca grupa turystów pozostaje w ten sposób niezauważana jako potencjalni klienci przez badaną grupę placówek.

2.2.2.4. Aktywność informacyjna i promocyjna muzeów

W tej dziedzinie aktywności muzeów badanie skoncentrowało się na przedsięwzięciach posiadających najsilniejszy związek z turystyką. Przebadano cztery zakresy działań: udział w targach turystycznych (w latach 2009 i 2010), regularną dystrybucję informacji o aktywnościach muzeów w postaci czasopism i elektronicznych newsletterów, funkcjonowanie samodzielnych portali internetowych i obecność w nich opcji interaktywnych, a także prowadzenie elektronicznych ekspozycji wirtualnych.

Tabela 4. Aktywność informacyjna i promocyjna muzeów

Rodzaj aktywności muzeum	ilość	
	2009: -	2010: -
samodzielna promocja na zagranicznych targach turystycznych	2009: -	2010: -
samodzielna promocja na krajowych targach turystycznych	2009 ; 6	2010 ; 6
regularne rozsyłanie newsletterów (stali abonenci nieinstytucjonalni)	4	
publikacja regularnych gazet muzealnych lub informatorów	2	
samodzielny, aktualizowany min 3 razy w roku portal internetowy	7	
interaktywne opcje portalu internetowego	0	
wirtualna ekspozycja w internecie (e-muzeum)	0	

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety

Tylko 6 muzeów z naszego miasta wykorzystuje targi turystyczne jako formę promocji swojej oferty (przy czym w przypadku Wielkopolskiego Muzeum Walk Niepodległościowych jest to wspólne stanowisko promujące ofertę wszystkich pięciu oddziałów, a Muzeum Archeologiczne realizuje to samodzielnie). Są to wyłącznie targi o zasięgu krajowym (głównie Tour Salon w Poznaniu). Taki stan należy uznać generalnie za niedocenienie tego narzędzia promocji w turystyce, jakim są targi. W szczególności zastanawia brak uczestnictwa w targach największej poznańskiej placówki: Muzeum Narodowego i któregośkolwiek z jego oddziałów.

Cztery z poznańskich muzeów rozsyłają regularnie przynajmniej kilkakrotnie w roku newslettery w formie elektronicznej (najczęściej, bo co tydzień robi to Muzeum Narodowe, inne - raz na miesiąc lub raz na kwartał). Dwie instytucje: Muzeum Narodowe i Biblioteka Raczyńskich (prowadząca 3 poznańskie muzea literackie) wydają czasopisma dla zainteresowanych: w obu przypadkach zamieszczane są tam informacje dotyczące wszystkich prowadzonych przez nie oddziałów.

Niemal wszystkie badane muzea posiadają portale, strony lub „wizytówki” internetowe na obcych portalach, jednak tylko 8 z 25 placówek prowadzi je samodzielnie, co umożliwia bieżące wprowadzanie zmian, zamieszczanie krótkoterminowych informacji, codzienny kontakt z partnerami i ewentualne wprowadzenie interaktywnej dystrybucji usług i produktów. Żadne z muzeów nie posiada profesjonalnie opracowanej ekspozycji elektronicznej (e-muzeum). Wszystko to świadczy o niedostatecznym wykorzystaniu istotnego narzędzia, jakim jest Internet, dla promocji i dystrybucji oferty muzeów.

2.2.2.5. Infrastruktura i obsługa turystyczna muzeów

Skalę dostosowania badanej grupy muzeów do standardów współczesnej turystyki kulturowej, w tym także muzealnej w zakresie infrastruktury prezentuje Tabela 5. Obok podstawowych elementów infrastrukturalnych jak węzły sanitarne oraz dogodnie położone parkingi, zbadano także funkcjonowanie własnej oferty gastronomicznej oraz osobne punkty sprzedaży.

Tabela 5. Infrastruktura i obsługa turystyczna muzeów

Elementy infrastruktury	Ilość placówek
restauracja w muzeum	-
kawiarnia w muzeum	-
sklep muzealny	1
kiosk muzealny (poza kasą)	6
parking własny (z miejscem dla autokaru)	6 (3)
parking publiczny w odległości mniejszej niż 150 m od siedziby muzeum	5
węzeł sanitarny dla zwiedzających	20

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety

Spośród muzeów miasta Poznania w ani jednym nie funkcjonuje własny lokal gastronomiczny (restauracja lub kawiarnia). Skraca to potencjalny czas pobytu turystów w muzeum, ponadto odbiera tym instytucjom okazję do zwiększenia dochodu oraz ogranicza szanse samodzielnego organizowania dłuższej trwających imprez. Restauracje położone w bezpośredniej bliskości kilku obiektów (m. in. zlokalizowanych na Starym Rynku) tylko w części niwelują tę słabość ich oferty.

Ilość sklepów muzealnych i funkcjonujących poza kasą obiektu kiosków muzealnych wynosi w sumie 7, przy czym tylko w jednym obiekcie (Galeria Malarstwa i Rzeźby Muzeum Narodowego) miejsce to spełnia standardy sklepu. Taki wynik oznacza bardzo słaby poziom wykorzystania możliwości zwiększenia dochodów a jednocześnie dodatkowej promocji zbiorów i obiektów przez sprzedaż pamiątek, literatury i gadżetów. Odbywa się ona zazwyczaj w kasach obiektów, co nie sprzyja komfortowi klientów (np. spokojnemu przejrzeniu publikacji, możliwości porównania produktów) i tym samym ogranicza skalę dystrybucji towarów.

Parkingi własne i publiczne w bezpośredniej bliskości muzeum (mniej niż 100 m od wejścia do obiektu) posiada tylko 6 muzeów, przy czym w przypadku 3 może z nich skorzystać także autokar turystyczny. Brak parkingu w pobliżu muzeum oznacza poważne ograniczenie możliwości skorzystania z oferty obiektu przez turystów. Skutkiem takiego stanu jest fakt,

że z powodu znacznej odległości części muzeów od miejskich parkingów i węzłów komunikacyjnych wielu z turystów indywidualnych nie zwiedzi ekspozycji, a organizatorzy wycieczek grupowych zrezygnują z jej włączenia w programy wycieczek, jako że dotarcie do niej zabierze zbyt wiele czasu lub będzie uciążliwe. Problem jest szczególnie widoczny w przypadku jednego z muzeów militarnych, położonego w dużej odległości od najbliższych ulic i miejsc postojowych, a nawet linii komunikacji miejskiej (Muzeum Uzbrojenia na terenie cytadeli poznańskiej). Z kolei borykająca się z nim duża grupa muzeów zlokalizowanych na Starym Rynku lub w jego bezpośrednim sąsiedztwie może pomimo to liczyć na zwiedzających, którzy ze względu na dużą atrakcyjność tego miejsca i tak pojawiają się w ich pobliżu.

Wbrew powszechnie uznawanym standardom nie do końca zadowalająca jest sytuacja w zakresie węzłów sanitarnych dla turystów. Nie posiada ich aż 5 z 25 badanych placówek. Obok muzeów bardzo małych (Medyczne) i nowo powstałych (Prywatne Muzeum Broni) są to także jednostki większe, posiadające status publiczny i działające od dawna, jak Fort VII i Muzeum Uzbrojenia (a także Muzeum Armii Poznań). Infrastruktura pozostałych placówek odpowiada pod tym względem współczesnym standardom.

2.3. Podsumowanie wyników badań

2.3.1. Porównanie skali aktywności pro-turystycznej muzeów poznańskich

Ogólny obraz muzealnej oferty Poznania, wprost powiązanej z turystyką, ukazuje tabela 6, zestawiająca wyniki badania wybranych dziedzin aktywności poszczególnych placówek muzealnych, bezpośrednio związanych z ruchem turystycznym i potrzebami jego organizatorów oraz uczestników, a także postulatami badaczy turystyki kulturowej. Ukazuje ona ogólna ilość ekspozycji stałych, wystaw czasowych i specjalnych, zorganizowanych w ostatnim roku (2010), ilość wystaw multimedialnych, wielkość aktualnej oferty lekcji i warsztatów edukacyjnych w poszczególnych placówkach, propozycje mikroeventów dla zwiedzających oraz liczbę grup współpracujących, których aktywność może przekładać się na zwiększenie potencjału w zakresie organizowania pokazów i imprez. Tabela obejmuje także dane na temat oferty przewodnictwa po zbiorach, organizowanych przez muzea imprez tematycznych. Wyszczególniono niektóre istotne z punktu widzenia turystów elementy infrastruktury, jak sklepy i kioski muzealne oraz ważne narzędzie promocji, jak własne portale internetowe.

Tabela 6. Standard oferty i aktywność poznańskich muzeów w porównaniu

Nazwa placówki	W. ST.	WCS 10	W.MU	SKL	KIO	PRZE	LEK/ WAR	MIK.E	EVE	GRU	INT
M. Archeologiczne	6	9	2	-	tak	zam	42+5	1	6	2	tak
M. Archidiecezjalne	4	5	1	-	tak	ad hoc	52	-	2	-	tak
M. Armii Poznań	1	-	1	-	-	zam	2	-	-	-	nie
M. Broni (Prywatne)	1	-	-	-	-	ad hoc	-	-	-	-	tak
M. Broni Pancerniej (WSWL)	1	-	-	-	-	zam	-	-	-	-	nie
M. Bambrów Poznańskich	2	-	-	-	-	zam	-	-	-	1	nie
M. Farmacji Wielkopolskiej	1	-	-	-	-	ad hoc	-	-	-	-	nie
M. Komun. Miejskiej MPK	1	-	-	-	-	zam	-	3	-	1	nie

Nazwa placówki	W. ST.	WCS 10	W.MU	SKL	KIO	PRZE	LEK/ WAR	MIK.E	EVE	GRU	INT
M. Lit. H. Sienkiewicza ⁹	2	7	-	-	-	zam	5+1	-	-	1	nie
M. Martyr. Wlkp. (Fort VII)	4	1	-	-	-	zam	3	-	2	-	nie
M. Motoryzacji (A-klub W.)	-	1	-	-	tak	ad hoc	1	1	-	-	nie
M N: G. Malarstwa i Rzeźby	6	7	1	tak	-	zam	38+33	-	10	1	tak
MN: M. Etnograficzne	-	6	2	-	-	zam	13+ 7	6	4	-	tak
MN: M. Instrumentów Muz.	4	2	-	-	-	zam	14+1	-	1	-	nie
MN: M. Historii M. Poznania	1	2	-	-	tak	zam	3	-	-	-	tak
MN: M. Sztuk Użytkowych	1	5	-	-	-	zam	2+20	-	-	-	nie
MN: Wlkp. Muz. Wojskowe	6	1	-	-	tak	zam	7+9	-	1	2	nie
M. Powst. Poz. - Czerwiec 1956	1	3	2	-	-	ad hoc	1	3	-	1	nie
M. Powst. Wlkp 1918/19	1	5	1	-	tak	zam	4	2	1	1	tak
M. Uniwers. Medycznego	1	1	-	-	-	zam	-	-	-	-	nie
M. Uzbrojenia, o. WMWN	3	1	-	-	-	ad hoc	1+2	1	1	1	nie
M. Wiedzy o Środowisku	1	-	-	-	-	ad hoc	1	-	-	-	nie
Prac. K. Iłłakowiczówny	1	-	-	-	-	zam	-	-	2	-	nie
Prac. - M. J.I. Kraszewskiego	1	3	-	-	-	ad hoc	-	-	1	-	nie
Salon M. F. Nowowiejskiego	1	1	-	-	-	zam	1+1	1	-	1	tak

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety.

Legenda: W.ST. - ilość wystaw stałych, WCS10 - ilość wystaw czasowych i specjalnych, organizowanych przez placówkę w roku 2010, W.MU. - ilość wystaw multimedialnych (z licznymi elementami multimedialnymi), SKL - funkcjonowanie sklepu muzealnego w obiekcie, KIO - funkcjonowanie kiosku muzealnego w obiekcie (poza kasą), PRZE - oferta przewodnicka w obiekcie (ad hoc, zam. - na zamówienie), LEK - liczba ofert lekcji muzealnych w obiekcie, WAR - liczba ofert interaktywnych warsztatów muzealnych w obiekcie, MIK.E - ilość oferowanych mikroeventów w obiekcie ogółem (stałych, regularnych i na zamówienie), EVE - liczba eventów organizowanych przez obiekt samodzielnie lub jako głównego organizatora poza nocą muzealną, GRU - grupy lub stowarzyszenia działające przy muzeum (afiliowane lub na mocy stałej formalnej umowy o współpracy), INT - funkcjonowanie samodzielnego, aktualizowanego minimum 3 razy w roku portalu internetowego placówki.

Poszczególne muzealne placówki Poznania posiadają zróżnicowany tematycznie potencjał stałych wystaw muzealnych oraz organizują znaczną ilość wystaw czasowych, zapewniającą znaczną możliwość wyboru przez okres całego roku. Szczegółowo odniesienie tej oferty do zainteresowań poszczególnych grup turystów kulturowych i form tej turystyki ilustruje tabela 7 w kolejnym podrozdziale. Do najaktywniejszych placówek w zakresie organizowania wystaw czasowych (badanie objęło rok 2010) należą: Muzeum Archeologiczne

⁹ Placówka od listopada 2010 znajduje się w remoncie i jest niedostępna. Po jego zakończeniu w grudniu 2011 wystawy uzyskają elementy multimedialne.

(9 wystaw), Muzeum Literackie H. Sienkiewicza (7), trzy oddziały Muzeum Narodowego (Malarstwa i Rzeźby (7) Muzeum Etnograficzne (6) i Muzeum sztuk Użytkowych (5) oraz Muzeum Archidiecezjalne i Muzeum Powstania Wielkopolskiego (po 5). Osiem placówek nie zorganizowało w minionym roku ani jednej wystawy czasowej. Warto przy okazji wskazać na pokrywanie się tematyki zbiorów różnych jednostek muzealnych, szczególnie widoczne jest to w dziedzinie kolekcji militariów.

W zakresie multimedializacji wystaw można imiennie wskazać zdecydowanych liderów modernizacji oferty na terenie Poznania: są to Muzeum Archeologiczne, Muzeum Etnograficzne i Muzeum Powstania Poznańskiego 1956 (wszystkie po 2 takie wystawy). Zastanawia bierność w tym zakresie największej placówki miasta: Muzeum Narodowego. Poza Muzeum Etnograficznym oraz wystawą w Oddziale Malarstwa i Rzeźby zawierającą takie elementy z uwagi na rodzaj zbiorów (Galeria Sztuki Współczesnej) pozostałe 4 oddziały nie oferują żadnej formy multimedialnego zwiedzania. Szczególnie trudno to zrozumieć w przypadku Muzeum Instrumentów Muzycznych, które z racji tematyki swoich zbiorów (muzyka!) powinno jako pierwsze wprowadzić ten element. Bez niego - w kontekście dzisiejszych standardów - trudno wyobrazić sobie jego zwiedzanie. Taki stan od dawna budzi zdziwienie odwiedzających ten obiekt i przekłada się na stanowczo zbyt niską frekwencję zwiedzających w stosunku do jakości zbiorów oraz na znikome wykorzystanie oferty muzeum przez turystów¹⁰. Jednocześnie ta sama placówka zatrudnia w sumie kilkanaście osób, z których znaczna grupa zajmuje się nadzorowaniem zwiedzania, natomiast pracowników merytorycznych jest 3. Przez szereg lat nie dokonano redukcji tej grupy pracowników z jednoczesnym wprowadzeniem elektronicznego monitoringu - zaoszczędzone w ten sposób środki już dawno mogły być przeznaczone na wprowadzenie elementów multimedialnych w postaci nagrań dźwięków choćby niektórych spośród prezentowanych tam eksponatów.

17 na 25 badanych placówek oferuje zajęcia edukacyjne w formie lekcji muzealnych lub/i interaktywnych warsztatów. Najszerszą ofertą w tej dziedzinie dysponują: Oddział Główny Muzeum Narodowego wraz z Działem Edukacji Muzealnej (w sumie 71 różnych propozycji), Muzeum Archidiecezjalne (52), Muzeum Archeologiczne (47), Sztuk Użytkowych (22), Etnograficzne (20), Wielkopolskie Muzeum Wojskowe (16) i Muzeum Instrumentów Muzycznych (15). Najliczniejsze zajęcia w formie interaktywnych warsztatów są prowadzone w Dziale Edukacji Muzealnej Muzeum Narodowego (33), Muzeum Sztuk Użytkowych (20) i Muzeum Archeologicznym (5), w pozostałych placówkach lekcje muzealne przeważają lub stanowią jedyną formę zajęć edukacyjnych. W 8 placówkach nie są prowadzone żadne zajęcia edukacyjne, w kolejnych trzech istnieje tylko jedna taka oferta. Przewodnictwo po ekspozycjach oferują wszystkie muzea.

W dziedzinie organizacji wydarzeń muzealnych najaktywniejszy jest główny Oddział Muzeum Narodowego, w którego strukturze funkcjonuje także Dział Edukacji Muzealnej. Zorganizowano tam 10 imprez o skali wykraczającej poza ramy mikroeventu. W Muzeum Archeologicznym odbyło się 6 takich eventów, w Muzeum Etnograficznym 4. 14 z 25 muzeów nie organizuje poza Nocą Muzealną większych imprez otwartych. Mikroeventy urozmaicające

¹⁰ Obrazem tej frekwencji jest wykorzystanie możliwości zwiedzania muzeum przez zorganizowane grupy turystów: Muzeum Instrumentów jest jednym z rzadziej odwiedzanych placówek muzealnych w Poznaniu. Przykładowo wśród około 120 tych grup obsługiwanych w latach 2007-2010 przez biuro KulTour.pl (ok. 25% udziału w rynku usług przewodnickich w Poznaniu), które ostatecznie zwiedziły jakąś wystawę muzealną, ani jedna nie zdecydowała się na zwiedzanie tej placówki, choć propozycja taka była regularnie przedstawiana obok innych możliwości.

zwiedzanie w charakterze oferty stałej, regularnej lub na zamówienie proponuje tylko 8 muzeów, czyli co trzecie. Najbardziej rozwinięta w tej dziedzinie jest oferta Muzeum Etnograficznego (6 różnych propozycji), potem Muzeum Komunikacji Miejskiej (3 - przejazdy turystyczne różnymi środkami komunikacji) i niedawno powstałego Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956 (także 3).

Podsumowując zestawienie można wskazać te jednostki muzealne, które w najszerszym zakresie wprowadzają uznane standardy współczesnego wystawiennictwa oraz w najwyższym stopniu uwzględniają element interaktywnej edukacji i przeżyciowy aspekt zwiedzania. Są to Muzeum Archeologiczne, Oddział Malarstwa i Rzeźby Muzeum Narodowego, Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956, Muzeum Etnograficzne oraz Muzeum Powstania Wielkopolskiego. Nie może to dziwić w kontekście wielkości tych placówek (Jak M. Archeologiczne) lub ich przynależności do dużych instytucji (jak pozostałe). Jednocześnie bardzo niską aktywnością w tej dziedzinie charakteryzuje się funkcjonowanie Muzeum Instrumentów Muzycznych i Muzeum Armii Poznań, także będących oddziałami tych samych dużych zespołów muzealnych. Świadczy to o nierównomiernym zainteresowaniu kierowników instytucji standardami w poszczególnych oddziałach i niedoinwestowaniu części z nich, przez co w coraz większym stopniu odstają one od poprawiającej się przeciętnej jakości ekspozycji i stopnia aktywności.

2.3.2. Ekspozycja i aktywność poznańskich muzeów a potencjał turystyczno-kulturowy miasta

Potencjał Poznania z punktu widzenia turystyki kulturowej, ustalony na podstawie analizy historyczno-kulturowej (por. opracowanie *Poznań: miasto, ludzie...* w pierwszej części publikacji) oraz w wyniku badania waloryzacyjnego (por. opracowanie *Potencjał turystyczno-kulturowy...* tamże) obejmuje m. in. 1) zróżnicowane spektrum możliwych do wykorzystania wątków i tematów historycznych i biograficznych, 2) rozmaite walory materialne, w postaci miejsc, obiektów (w tym monumentów) i dokumentów 3) szereg wydarzeń kulturalnych, odbywających się regularnie w mieście, 4) formy życia kulturalnego 5) sposoby organizacji turystyki i produkty turystyczne, jak m. in. realne lub wirtualne trasy miejskie). Wyniki badania zestawione we wskazanym tekście wskazują na te formy i tematy, dla których stwierdzono największy potencjał¹¹. Zostały one pogrupowane w dziedzinach, odpowiadających poszczególnym formom turystyki kulturowej i zainteresowaniom ich uczestników. Tabela 7. prezentuje skalę zgodności ekspozycji muzealnej, oferty dydaktycznej, aktywności w organizacji eventów oraz integracji działań muzeów w produkty turystyczne z wiodącymi elementami potencjału turystycznego Poznania. Tym samym daje ona aktualny obraz atrakcyjności muzeów z punktu widzenia organizatorów oraz uczestników poszczególnych typów wypraw kulturowych.

¹¹ Z oczywistych względów nie uwzględniono turystyki muzealnej, z której punktu widzenia atrakcyjne mogą być wszystkie ekspozycje i przedsięwzięcia badanej grupy instytucji

Tab.7. Zgodność ekspozycji i aktywności muzeów z potencjałem turystyczno-kulturowym Poznania

Forma turystyki (tematyka)	Wystawy stałe	Wyst. czasowe (2009-2010)	Oferta edukacyjna	Eventy muzealne	Włączenie w produkty/oferty
t. dziedzictwa kulturowego ¹²	23	8,7	104	3	-
t. eventowa ¹³	-	2	-	2	-
t. miejska, w tym:	9	8	6	4	10
- dzieje miasta	9	8	4	2	10
- własne eventy miasta ¹⁴	-	-	2	2	5
t. tematyczna, w tym:	-	-	11	2	10
- lokalne trasy tematyczne	-	-	2	2	10
- szlaki kulturowe	2	1	2	-	-
t. regionalna i studyjna	8	11	26	4	-
t. etniczna ¹⁵	2	1	-	-	-
t. militarna	17	5	28		
t. biograficzna ¹⁶ w tym literacka	4	12	16	4	3
t. religijna, pielgrzymkowa	6	5	52	2	1
t. kulturowo-przyrodnicza	1	1	1	-	-

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiety

Zainteresowaniom uczestników turystyki dziedzictwa kulturowego (w tym artystycznej oraz skierowanej na świadectwa historii Polski) odpowiada w poznańskich muzeach tematyka 23 wystaw stałych oraz 7 wystaw czasowych, zorganizowanych w roku 2010 i 8 wystaw w roku 2009. Jednocześnie 104 aktualnych w roku 2010 propozycji edukacyjnych (lekcji muzealnych, prelekcji oraz warsztatów) stanowiło ofertę na zamówienie grupowe, dostępną także dla grup

¹² W kategorii turystyka dziedzictwa kulturowego uwzględniono te ekspozycje i przedsięwzięcia muzeów, które mają ścisły związek z wpisem historycznego śródmieścia Poznania na listę formalnie uznanych Pomników Historii. Za decydującą dla funkcji Pomnika uznano rolę Poznania w dziejach wczesnopiastowskiej Polski: znaczenie grodu (palatium) poznańskiego i najstarszej siedziby biskupiej oraz królewskiej nekropolii. Pozostałe powody wpisu na tę listę, ujęte w opisie Pomnika Historii, uwzględniono w ramach innych aspektów potencjału (turystyka militarna, miejska i tematyczna).

¹³ Uwzględniono te ekspozycje i przedsięwzięcia muzeów, które posiadają bezpośredni związek z tematyką i okresem odbywania się 11 wiodących eventów kulturalnych Poznania (por. tekst P. Buryana *Poznańskie eventy kulturowe...*, rozdział 2)

¹⁴ W kategorii „własne eventy miasta” zestawiono aktywność muzeów związaną z wydarzeniami cyklicznymi, organizowanymi przez miasto Poznań lub jego instytucje i tematyzowanymi na dzieje miasta oraz lokalne wątki kulturowe, ściśle powiązane z jego kulturą tożsamością jak Imieniny ulicy Św. Marcin, Dni Grodu Przemysła, rocznica Powstania Wielkopolskiego i doroczne imprezy organizowane przez CTK Trakt.

¹⁵ W zestawieniu uwzględniono dwie grupy etniczne, dla których ustalono w Poznaniu największy potencjał, to jest Niemców i Żydów.

¹⁶ W kategorii „turystyka biograficzna” uwzględniono te ekspozycje i działania muzeów, które są zgodne z wymienionymi we wnioskach z waloryzacji potencjału wiodącymi wątkami biograficznymi, czyli: wszystkich przedstawicieli dynastii Piastów związanych z Poznaniem, Władysława Jagiełły, Józefa Wybickiego, K. Marcinkowskiego, H. Cegielskiego i pozostałych poznańskich bohaterów pracy organicznej, osoby wybitnych poznańskich lekarzy, a także z wątkami biograficznymi dotyczącymi literatów

turystycznych. W tej dziedzinie zdecydowana większość propozycji przypadała na dwa duże muzea: Narodowe (w tym zwłaszcza jego Oddział Główny z funkcjonującym w jego ramach Działem Edukacyjnym) oraz Archeologiczne.

Muzea Poznania tylko w niewielkim stopniu współpracują z organizatorami ważnych eventów kulturalnych w mieście, poza Nocą Muzeów. W roku 2010 zorganizowane zostały 2 czasowe wystawy specjalne, związane tematycznie z eventami (w roku 2009 było takich wystaw trzy). W roku 2010 odbyły się tylko 2 imprezy muzealne, powiązane z ważniejszymi eventami na terenie miasta (w roku 2009 było ich także dwie). Tym wystawom i imprezom nie towarzyszyła oferta edukacyjna.

W zakresie turystyki militarnej oferta muzealna Poznania może zostać określona jako wybitna, tak w odniesieniu do swoich rozmiarów, jak i różnorodności. Obok 17 wystaw stałych, proponowanych przez 7 muzeów (ze względu na specyficzną tematykę nie uwzględniono w tej kategorii zbiorów dotyczących Poznańskiego Czerwca 1956), w mieście zorganizowano w roku 2010 pięć wystaw czasowych. Oferta edukacyjna lekcji i warsztatów w tej dziedzinie objęła 28 różnych jednostek. Dodatkowym atutem z punktu widzenia zainteresowanych turystyką militarną jest lokalizacja niektórych muzeów, znajdujących się na terenach historycznie związanych z twierdzą poznańską (Cytadela, Fort VII) oraz dzisiejszym funkcjonowaniem wojska (Muzeum Broni Pancernej). Już nie tak dobrze przedstawia się aktywność muzeów militarnych w zakresie pokazów i ożywiania zbiorów (dwie wystawy z elementami multimedialnymi, trzy mikroeventy) oraz w dziedzinie imprez: 5 eventów o niewielkiej skali w ostatnim roku. Zbiory muzeów militarnych są także zbyt rozproszone w przestrzeni miasta (7 placówek), co zniechęca potencjalnych turystów indywidualnych do ich zwiedzenia, a organizatorom turystyki niemal uniemożliwia przygotowanie spójnego programu tematyzowanego militarnie zwiedzania miasta. W dodatku część ekspozycji pokrywa się tematycznie (na przykład zbiory Muzeum Broni Pancernej i Muzeum Uzbrojenia) - z punktu widzenia touroperatora i turysty jest to tylko niepotrzebne rozpraszanie atrakcji.

Z punktu widzenia turystyki pielgrzymkowej i religijnej oferta poznańskich muzeów skoncentrowana jest w Muzeum Archidiecezjalnym (4 wystawy stałe i 5 czasowych w 2010) oraz w Galerii Malarstwa i Rzeźby Muzeum Narodowego (2 wystawy stałe). Jakkolwiek nie może ona stanowić osobnego impulsu przyciągającego tę grupę turystów, to w takim zakresie może być dobrym uzupełnieniem zwiedzania licznych cennych świątyń i sanktuariów Poznania. W tym kontekście warto zauważyć brak osobnej wystawy, poświęconej religijnym dziejom miasta i poszczególnym miejscom świętym kolejnych epok oraz miejscom szczególnego kultu i jego genezie.

Zupełnie brak wystawy dotyczącej historii i kultury Żydów, drugiej po Niemcach najliczniejszej niepolskiej grupy etnicznej w tysiącletnich dziejach Poznania. Z kolei wystawy niemieckie dotyczą tylko jednej grupy mieszkańców: „Bambrów poznańskich” i nie obejmują licznego osadnictwa niemieckiego w Poznaniu w XIX i na początku XX wieku oraz dużej grupy wydarzeń i przedsięwzięć, związanych z - choćby urbanistyczną - aktywnością Niemców. Nie zastąpią ich ciekawe, ale z natury krótkotrwałe wystawy czasowe, zorganizowane z okazji 100-lecia istnienia Zamku Cesarskiego. Stan ten znacznie zubaża ofertę turystyki etnicznej i osłabia szanse Poznania na przyciągnięcie turystów interesujących się tą formą wycieczek.

Z punktu widzenia turystów zainteresowanych dziejami i dziedzictwem kulturowym samego miasta (w tym jego wybitnych mieszkańców), oferta muzeów w aspekcie ilościowym wydaje się być atrakcyjna. Składa się na nią 9 wystaw stałych, wśród nich jest bardzo

rozbudowana historyczna ekspozycja w Ratuszu (Muzeum Historii Miasta Poznania), której wieloaspektowość predestynuje ją do funkcji obiektu kluczowego dla tej grupy odwiedzających. W roku 2010 z tą tematyką był zgodny profil 8 kolejnych wystaw (czasowych), co jest dowodem na znaczną aktywność muzeów w tym zakresie. Jednak oprócz jednej (stałej) wystawy w Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956 i dwóch wystaw czasowych, żadna z pozostałych ekspozycji nie posiadała charakteru multimedialnego bądź interaktywnego, zatem ich atrakcyjność dla znacznej grupy współczesnych turystów można uznać za ograniczoną. Tę lukę na szczęście znakomicie uzupełnia Makieta Dawnego Poznania, oferująca multimedialne prezentacje dwóch ważnych okresów historii miasta. Uboga jest także w tym zakresie oferta lekcji muzealnych i warsztatów, a stopień powiązania organizowanych samodzielnie przez muzea eventów z tematyką miasta i jego dziedzictwa jest niski. Część muzeów tylko formalnie współpracuje także w ramach ofert turystycznych takich jak trasy, szlaki i pakiety dla turystów miejskich (por. tab. 5) - dlatego znaczną liczbę jednostek formalnie zintegrowanych w ofertę trasy oraz pakietu (Karta Miejska) należy uznać w części (tylko formalna współpraca z TKC) za „papierowy” sukces, w części (udzielanie rabatów dla posiadaczy Poznańskiej Karty Miejskiej) za stanowczo niewystarczające minimum.

W zakresie turystyki tematycznej (bez biograficznej) zauważalny jest niewielki stopień zaangażowania i współdziałania muzeów z istniejącymi szlakami. Podana w tabeli znaczna liczba (8) placówek zaangażowanych w trasę miejską (oś główna Traktu Królewsko-Cesarskiego) wynika z formalnego tylko współdziałania z tym produktem turystycznym. Jednak, jak to już wskazano powyżej, nie przekłada się ono na codzienną współpracę np. w formie tworzenia wystaw tematycznych, oferowania mikroeventów czy organizowania własnych imprez, wpisujących się w idee i tematykę kulturowych szlaków turystycznych oraz tras tematycznych. Także oferty edukacyjne muzeów zostały wskazane na podstawie ich zbieżności tematycznej z deklarowaną tematyką szlaków, tras miejskich i innych produktów, a nie faktycznego współdziałania lub integracji. Mamy więc jak dotychczas w przypadku tej dziedziny do czynienia raczej ze znacznym potencjałem niż z rzeczywistą współpracą ze sferą turystyki.

Z zainteresowaniami uczestników wypraw turystyki regionalnej i studyjnej zbieżna jest tematyka szeregu wystaw stałych (kwalifikuje się ich aż 8, w tym przede wszystkim oferta Muzeum Archeologicznego, Etnograficznego i niektórych innych oddziałów Muzeum Narodowego). Także liczba wystaw czasowych zorganizowanych w ostatnim roku, które można było wykorzystać w tej formie turystyki wskazuje na wystarczający potencjał, gwarantujący znalezienie praktycznie w każdym czasie jednej lub kilku wystaw, które można by włączyć do programu pobytu uczestników takich wypraw. Oznacza to, że Poznań może być atrakcyjnym punktem na mapie turystyki studyjnej. Z kolei w przypadku organizacji turystyki regionalnej po Wielkopolsce, ze względu na regionalne odniesienie szeregu stałych wystaw w muzeach poznańskich, mogą one stać się kluczowymi punktami zwiedzania. Muzea dysponują także wystarczająco urozmaiconą ofertą edukacyjną, którą mógłby wykorzystać touroperator specjalizujący się w takich wyprawach.

W obszarze zainteresowań turystyki biograficznej w ofercie muzeów przeważają zdecydowanie ekspozycje poświęcone literatom (3 literackie muzea biograficzne) oraz artystom (aż 7 z 12 wystaw czasowych w roku 2010). Do tej grupy osób odnosi się także znakomita większość muzealnych biograficznych lekcji i warsztatów edukacyjnych. Brak stałych ekspozycji poświęconych ważnym postaciom historycznym, twórcom kultury narodowej lub ludziom nauki, związanym z Poznaniem (przykładowo: pierwszym Piastom, Przemysławowi II, K. Janickiemu,

J. Strusiowi, ks. J. Wujkowi, J. Wybickiemu, P. E. Strzeleckiemu, bardziej znanym bohaterom pracy organicznej albo Cyrylowi Ratajskiemu i szeregowi innych) stanowi zauważalną lukę i zubaża potencjał szlaków tematycznych (jak Szlak Piastowski, wirtualne szlaki *Wielkopolska Wybitnych Polaków* i *Wielkopolska Wybitnych Europejczyków*, kulturowy wątek Traktu Królewsko-Cesarskiego), które poza budowlami i pomnikami (a w niektórych przypadkach także miejscami pochówku), nie mają w stolicy regionu punktów zaczepienia, oferujących ciekawy program. Taka sytuacja ogranicza także szanse na rozwinięcie miejskich tras biograficznych.

Jedna wystawa stała w Muzeum Środowiska nie może być uznana za istotne urozmaicenie oferty turystyki kulturowo-przyrodniczej. Brak także w tym zakresie oferty edukacyjnej muzeów. Turyści zainteresowani tą tematyką będą musieli zadowolić się ofertą innych obiektów w Poznaniu (jak Palmiarnia czy ogrody: botaniczny i zoologiczny), położonych w mieście i w pobliżu rezerwatów, a także ekspozycjami i propozycjami niedalekich placówek muzealnych: Wielkopolskiego Parku Narodowego oraz Muzeum Narodowego Rolnictwa i Przemysłu Spożywczego w Szreniawie i jego oddziału w Uzarzewie. Z pewnością zainteresują ich także atrakcje przyrodnicze zespołów pałacowo - parkowych w Kórniku i Rogalinie, położonych w aglomeracji poznańskiej.

Podsumowując należy stwierdzić, że zasoby i propozycje poznańskich muzeów mogą stanowić atrakcyjny element oferty turystycznej. W najwyższym stopniu odnosi się to do zakresu zainteresowań turystyki dziedzictwa kulturowego (w tym artystycznej) oraz militarnej, w znacznym stopniu do turystyki miejskiej oraz regionalnej i studyjnej. We wszystkich tych dziedzinach możliwe i pożądane są jednak korekty, uzupełnienia oraz działania na rzecz wprowadzenia lub znacznej aktywizacji poszczególnych modułów tej oferty, a także jej integracji z produktami turystycznymi. Tylko częściowo zadowalająca jest oferta i współpraca muzeów w kontekście potrzeb turystyki religijnej i biograficznej. Natomiast zupełna przebudowa i daleko idące uzupełnienie, a w niektórych przypadkach nawet tworzenie od początku koncepcji i produktu wydaje się konieczne w odniesieniu do muzealnej oferty skierowanej do uczestników turystyki eventowej, tematycznej, etnicznej i (ewentualnie) przyrodniczo-kulturowej. Poza możliwością zwiedzania zakładu produkcyjnego z niewielkimi fragmentami ekspozycji Poznań zupełnie nie posiada także oferty muzealnej w zakresie turystyki industrialnej, co w kontekście jej rosnącej popularności wydaje się poważnym brakiem.

3. Postulaty: wykorzystać szanse!

W ostatniej części opracowania zostały zgrupowane postulaty odnoszące się do modyfikacji poznańskiej oferty muzealnej w kontekście potrzeb turystyki kulturowej. Niektóre z nich mają charakter bardziej ogólny i odnoszą się do organizacji działalności tej grupy muzeów w ogóle, jednak i w tym przypadku mają one przynajmniej pośredni związek także z potrzebami turystów, jako jednej z głównych grup zwiedzających muzea. Postulaty o bardziej ogólnym charakterze zamieszczono na początku ze wskazaniem autorów, w których tekstach opracowana jest ich szersza podstawa teoretyczna. Kolejne dotyczą najważniejszych kwestii szczegółowych i wskazują na konkretne pożądane działania.

W kontekście zupełnego braku aktywności niektórych muzeów w ważnych zakresach współczesnego muzealnictwa konieczna wydaje się stała dbałość instytucji prowadzących

muzea o obsadzenie ich kierownictwa **osobami z kompetencjami menedżerskimi**. Już prawie 20 lat temu w kraju, mogącym służyć za przykład rewolucji w muzealnictwie i sukcesu nowoczesnej oferty muzealnej (Niemcy) jeden z badaczy tej dziedziny kultury ujął to w lakonicznym haśle, które dziś stało się nader aktualne dla Polski i - jak się wydaje - dla Poznania: „kierownik muzeum, który nie opanował skutecznych metod zarządzania (management) jest dziś już tylko anachronizmem” [Spielmann 1994, s. 288]. Menedżerowie muzealni, posiadający szerokie uprawnienia, tworzący konkretne programy zadaniowe dla swoich placówek i działający w oparciu o sprawdzone modele, a także sięgający po wsparcie instytucjonalne, mecenat komercyjny i społeczny mogliby w krótkim czasie doprowadzić do usunięcia głównych mankamentów, ożywienia aktywności swoich placówek, dostosowania oferty do aktualnych potrzeb i postulatów jej potencjalnych konsumentów oraz zintegrowania jej z funkcjonującymi produktami lokalnymi i regionalnymi.

Licznym muzeom Poznania potrzebne jest wprowadzenie racjonalnej i wyważonej **polityki inwestycyjnej** w zakresie powiększania zasobów, urządzenia wystaw i sposobów prezentacji, a także ukierunkowania dydaktyki i pedagogiki. Praktyka muzeów uczy, że jedno bez drugiego nie przyniesie sukcesu [Becker Höcklin 2000, s. 304]. W warunkach poznańskich, gdzie funkcjonuje szereg placówek muzealnych mało znanych szerokiemu ogółowi mieszkańców i odwiedzających, warto do tego inwestycyjnego „koszyka” dodać także element odnoszący się do promocji: dobre przemyślenie metod i kanałów informacji i promocji oferty muzeów oraz stałe uwzględnianie jej w budżecie wszelkich przedsięwzięć. Jak największa część środków inwestowanych w działalność muzeów poza bieżącymi potrzebami (jak pensje pracowników, konserwacja zbiorów i utrzymanie budynków) przez najbliższy czas powinna także służyć unowocześnieniu ich ekspozycji. W sytuacji chronicznego w naszym kraju braku środków, dla zachowania lub odzyskania atrakcyjności placówek warto zastanowić się nawet nad redukcjami w zakresie personelu (na przykład elektroniczny monitoring może zastąpić typowy dla polskich muzeów, anachroniczny „żywy nadzór” nad zwiedzającymi) i zaoszczędzone w ten sposób środki przeznaczyć na reorganizację wystaw stałych, w tym w pierwszym rzędzie ich multimedializację i wprowadzanie elementów, stanowisk i modułów interaktywnych.

Pożądanego w Poznaniu byłoby zaistnienie forum konsultacji, a na jego bazie tworzenie w konkretnych przypadkach **celowych koalicji** („lobby”) pomiędzy przedstawicielami turystyki i placówkami kultury, by wzmacniać ich pozycję wobec władz samorządowych i instytucji finansujących [por. Becker Höcklin 2000, s. 304]. Wsparcie ze strony osób i przedsiębiorstw zawodowo zajmujących się tworzeniem strategii i oferty turystycznej w mieście może dostarczyć argumentu na rzecz finansowania konkretnych przedsięwzięć z budżetu miejskiego lub regionalnego. Takie wsparcie powinno bazować na wspólnie stworzonych lub przynajmniej skonsultowanych wzajemnie koncepcjach. Może ono wyrażać się nie tylko w dodatkowych podpisach pod wnioskami lub w dostarczaniu szczegółowych ekspertyz pisanych z punktu widzenia turystyki, ale może przybierać formę opracowywania projektów złożonych przedsięwzięć, w których ekspozycje lub eventy muzealne mają swoją określoną, czasem kluczową pozycję. Może obejmować także działania na rzecz integracji modułów związanych z muzeami w nowo tworzone produkty, w tym pakiety i szlaki/trasy turystyczne. Elementem takiej współpracy na linii muzea-turystyka powinno być także instytucjonalne włączenie fachowców muzealnych w planowanie strategii rozwoju miasta [Becker Höcklin 2000, s. 304],

ale także i strategii turystyki w mieście i koncepcje poszczególnych lokalnych i ponadlokalnych (szlaki) produktów turystycznych.

Szereg **szczegółowych postulatów** w odniesieniu do funkcjonowania i oferty poszczególnych placówek muzealnych Poznania można wywieść z przedstawionych w **podrozdziale 1.5** postulatów badaczy turystyki, kierowanych w stronę muzeów. Szczegółowe wskazówki co do ich wdrożenia w placówkach naszego miasta przekroczyłyby ramy niniejszego opracowania, w tym miejscu ograniczymy się zatem do wskazania na owe postulaty i zachęty zainteresowanych, by zestawili je z aktualnym sposobem funkcjonowania i ofertą odnośnego muzeum. Taka konfrontacja może stać się podstawą do konkretnej analizy, która z kolei wykaże potrzebę podjęcia konkretnych kroków w celu modernizacji ekspozycji i modyfikacji sposobu działania tej placówki. Poniżej zostaną przedstawione tylko te propozycje, które w świetle przedstawionego zestawienia potencjału turystyki kulturowej w Poznaniu i potrzeb wynikających z uprawiania poszczególnych form tego typu turystyki wydają się najistotniejsze.

Pożądanym działaniem byłaby **integracja** rozrzuconych po mieście **ekspozycji o podobnej tematyce** z jednoczesną redukcją kosztów utrzymywania szeregu mniejszych placówek i przeznaczeniem zaoszczędzonych w ten sposób środków na modernizację ich oferty. Przedmiotem takiej reorganizacji powinny być w pierwszym rzędzie liczne poznańskie placówki publiczne, eksponujące dziedzictwo militarne. Na dziś są one rozmieszczone w Cytadeli (dwa różne oddziały WM Walk Niepodległościowych), na Starym Rynku (kolejny oddział WMWN - Muzeum Powstania Wielkopolskiego w Odwachu oraz Wielkopolskie Muzeum Wojskowe - oddział Muzeum Narodowego w Poznaniu), wreszcie Muzeum Broni Pancernej w Centrum Szkolenia Wojsk Pancernych. Celem tego działania jest stworzenie wielkiej, wieloczęściowej i multitematycznej ekspozycji o charakterze historyczno-militarnym, zlokalizowanej w miejscu atrakcyjnym z punktu widzenia zainteresowań turystów militarnych (np. poddany częściowej rekonstrukcji jeden z rawelinów Cytadeli lub jeden z najlepiej zachowanych fortów głównych dawnej twierdzy). Głównym punktem ekspozycji tej placówki byłaby utworzona od podstaw nowoczesna, wieloprzestrzenna i multimedialna makieta twierdzy poznańskiej, będącej bez wątpienia najważniejszym obiektem tego rodzaju w dziejach miasta. Pozostałe zbiory - połączone i przez to znacznie stanowiące bogatsze i bardziej atrakcyjne kolekcje (np. pojazdy pancerne, stojące dotąd w dwóch muzeach, umundurowanie przechowywane teraz w trzech placówkach) stanowiłyby jej osobne wystawy stałe, oferowane do zwiedzania zainteresowanym nimi turystom. Dodatkową atrakcją byłyby historyczne wnętrza fortowe, wyposażone w multimedialne elementy informacji i opisu).

Znacznym problemem na drodze realizacji takiego działania są typowe dla naszego kraju i trudne do rozstrzygnięcia kwestie instytucji założycielskich, różnych placówek będących gestorami poszczególnych wystaw. Jednak argument ponoszonych obecnie kosztów przy jednoczesnej słabej efektywności, mierzonej niewielką ilością zwiedzających, oraz niemożność pozyskania znacznie większych środków na inwestycje modernizacyjne powinny przekonać do współdziałania na rzecz integracji tej oferty. W połączeniu z propozycją przeżyciowego pobytu w jednym z poznańskich fortów miałyby ona duże szanse stać się jednym z głównych magnesów turystycznych miasta.

Tematem do przemyślenia byłaby także ewentualna integracja kilku działających w Poznaniu muzeów biograficznych (K. H. Sienkiewicza, J.I. Kraszewskiego, K. Iłłakowiczówny) w jedną

silniejszą placówkę ze wspólną salą kinową i osobnymi ekspozycjami poświęconymi poszczególnym bohaterom. Takie przedsięwzięcie (powodujące oszczędności, które można wykorzystać dla wzbogacenia wystaw o nowe kolekcje i poprawienia jakości ich ekspozycji) wydaje się tym bardziej, pożądaną, że - z wyjątkiem mieszkania Iłakowiczówny - pozostałe siedziby placówek nie mają wiele wspólnego z biografią ich bohaterów, nie zachodzi zatem obawa o utratę waloru kulturowego autentyku.

Warto zastanowić się także nad możliwością połączenia zbiorów Muzeum Farmacji Wielkopolskiej i kolekcji Muzeum Uniwersytetu Medycznego, umieszczenia ich w jednym miejscu i wzbogacenia o (multimedialną?) wystawę biograficzną, dotyczącą sławnych poznańskich lekarzy (J. Strusia, J.H. Chróściejewskiego, K. Marcinkowskiego i szeregu innych). Powstałaby w ten sposób jedna, silniejsza placówka z bardziej urozmaiconą i nowocześniejszą ofertą, która mogłaby zaproponować lekcje muzealne oraz warsztaty edukacyjne i jednocześnie stanowić kluczowy element turystycznej trasy tematycznej po mieście.

Zdecydowane zwiększenie stopnia **multimedializacji poznańskich ekspozycji muzealnych**. W tej dziedzinie odnotowano w ostatnich kilku latach widoczne postępy. Należą do nich modyfikacja ekspozycji Muzeum Powstania Wielkopolskiego i części ekspozycji Muzeum Archeologicznego, elementy multimedialne w muzeum wojskowym na Cytadeli, wreszcie otwarcie w pełni multimedialnego, nowocześnie urządzonego Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956. Niemniej liczne muzea Poznania, pomimo upływu czasu, w niczym nie zmieniają swojej ekspozycji, która w oczach kolejnego pokolenia potencjalnych odbiorców, wychowanego w otoczeniu nowoczesnych technologii i elektroniki z każdym rokiem traci resztki swojej atrakcyjności. Największe poznańskie muzeum (Narodowe) ze swoimi licznymi oddziałami na terenie miasta wydaje się w tej dziedzinie robić najmniej, co na pewno nie poprawia jego szans w zabieganiu o zwiedzających. Przykładem wołającym o szybkie działania jest zupełnie niezrozumiała (i od lat już krytykowana) sytuacja w Muzeum Instrumentów Muzycznych. Fakt, że placówka dedykowana muzyce i posiadająca największe w Polsce zbiory instrumentów - milczy, zakrawa w tym przypadku na skandal i wręcz kliniczny przykład zaniedbań. Nie powinno być tak, by w środku Europy, w dużym mieście z ambicjami kulturalnymi przez wiele lat utrzymywana była placówka (i pokrywane koszty kilkunastu etatów), która nie inwestuje w najmniejszym stopniu w unowocześnianie swojej ekspozycji. W muzeum tego rodzaju musi na co dzień rozbrzmiewać muzyka, jeśli gdzie indziej przemawiają dokumenty, to tym bardziej tutaj winny przemawiać dźwięki nierzadko historycznych i egzotycznych instrumentów. Inaczej cenny zbiór jest odbierany jako rodzaj zakurzonego, tematycznego lamusa i mało kto da się namówić do jego zwiedzania, co potwierdza zgodna opinia poznańskich przewodników. Na przykładzie tej właśnie placówki można wskazać na potrzebne działania modernizacyjne, które mogą być zrealizowane bez ponoszenia znaczących kosztów. Otóż niewielka nawet redukcja personelu nadzorującego tę placówkę, w połączeniu z wprowadzeniem monitoringu elektronicznego (kamery i jedna osoba obserwująca monitory) spowoduje nie tylko zmniejszenie dyskomfortu i stresu „obserwowanych” zwiedzających, ale także pomoże w krótkim czasie wygospodarować środki na wprowadzenie elementów multimedialnych (np. urządzeń MP3 z nagraniami krótkich fragmentów gry poszczególnych instrumentów połączonych z głośnikami, uruchamianych przez turystów przy kolejnych wystawionych instrumentach, nawet płatnych przez wrzucanie monet o niskich nominałach). Z jednego rocznego wynagrodzenia wypłacanego w ramach etatu

nadzoru można sfinansować kilkadziesiąt takich punktowych elementów ekspozycji. O nagrania można - pewnie nawet nieodpłatnie - poprosić chętnych do pomocy wykładowców i studentów poznańskiej Akademii Muzycznej. Modernizacja szeregu wystaw powinna także zawierać wprowadzenie stanowisk, modułów i elementów **interaktywnych**.

Wystawy wirtualne (e-muzeum). Multimedializacja w europejskim standardzie powinna obejmować także stworzenie wirtualnego elektronicznego katalogu oraz ekspozycji najcenniejszych zasobów lub wybranych wystaw przynajmniej niektórych placówek (albo też wszystkich - w ramach przedsięwzięcia finansowanego przez miejski projekt proturystyczny). Taką wystawę, pieczołowicie przygotowaną graficznie, zawierającą ciekawe i przystępnie opracowane opisy, interaktywne moduły informacyjne, gry tematyczne i elementy prezentacji edukacyjnych - można zamieścić na turystycznym portalu Poznania w Internecie, gdzie stanie się ona witryną promocyjną zbiorów muzealnych oraz rozprowadzać w postaci (płatnych) albumów elektronicznych. Przykłady licznych muzeów zagranicznych, jak grupy muzeów sztokholmskich [*Digitaltmuseum 2011*] czy pierwszych polskich, jak Muzeum Narodowe w Krakowie [*Wirtualne Muzeum 2011*] przekonują, że stworzenie takiej wirtualnej ekspozycji nie tylko nie zniechęca do rzeczywistych odwiedzin w muzeum, ale wręcz pomaga w promocji placówki. Potrzeba wykonania takich wystaw, zwłaszcza ukazujących różnorodność posiadanych zbiorów, istnieje szczególnie w tych dziedzinach, gdzie nie są one połączone fizycznie (i jak długo nie będą połączone). Takie wystawy są w Poznaniu pożądane w szczególnych przypadkach i w określonym celu: niezależnie od promocji poszczególnych muzeów i ich ekspozycji da to potencjalnym zainteresowanym danym aspektem dziedzictwa kulturowego (np. militarnym) możliwość przekonania się o wielkiej atrakcyjności Poznania w tym zakresie i może skłonić ich samych lub wyspecjalizowanych touroperatorów do podjęcia lub organizacji wypraw turystycznych do Poznania lub wpisania miasta w programy takich wypraw. Nie trzeba chyba specjalnie wspominać, że - jeśli mają one osiągnąć zamierzony skutek - opisy tych ekspozycji powinny być sporządzone przynajmniej w czterech językach: prócz polskiego w angielskim, niemieckim i rosyjskim.

Tworzenie grup i stowarzyszeń **przyjaciół muzeów**. Takie działanie będzie aktem faktycznego „uspotecznienia muzeów”. Przyniesie ono mocniejsze wpisanie ich w aktywność społeczną i jednocześnie powiązanie lokalnej społeczności z ich aktywnością. Każde samodzielnie działające muzeum może i powinno posiadać taką grupę przyjaciół. Jej aktywne działanie może zarówno wpłynąć na ożywienie turystyki muzealnej (przez organizowanie dla niej wyjazdów i przyjmowanie grup działających przy innych muzeach), jak i zwiększyć aktywność w zakresie pozyskiwania cenniejszych eksponatów do zbiorów. W kraju z powoli zwiększającym się dobrobytem obywateli i w mieście z dużą grupą aktywnych i stosunkowo zamożnych przedsiębiorców przyszła już zapewne pora, by do grup przyjaciół muzeów obok osób prywatnych zapraszać także firmy i organizacje, których możliwości działania i mecenatu są znacznie większe. Warto zastanowić się nad atrakcyjnymi dla tej grupy potencjalnych partnerów (czytaj: pozytywnie wpływającymi na ich image) formami patronatu nad wystawami, zbiorami i przedsięwzięciami muzeów - np. regularnymi eventami. Jeśli przykładowo w ogrodach zoologicznych od dawna przy wykorzystuje się patronat dla pozyskania i utrzymania przedstawicieli rzadkich gatunków zwierząt, warto przemyśleć podobny system przy zbieraniu środków na zakup cennych eksponatów i modernizowaniu wystaw.

Zwiększenie aktywności szeregu placówek w zakresie **organizowania eventów tematycznych**, powiązanych z poszczególnymi formami turystyki kulturowej. Dotyczy to najpierw samej turystyki eventowej. Otóż niektóre poznańskie placówki mogą w oparciu o posiadane zasoby i potencjał ludzki, bez obawy o frekwencję, wprowadzić do swojej oferty podczas odbywania się ważnych lub masowych imprez kulturalnych eventy muzealne zbieżne z ich tematyką lub uzupełniające ją. I tak Muzeum Etnograficzne i Muzeum Instrumentów Muzycznych (jednak to ostatnie dopiero po daleko idącej modernizacji) mogą wykorzystać Ethno Port Festiwal, a muzea militarne - w większym stopniu - obchodzone w coraz większej skali rocznice wybuchu Powstania Wielkopolskiego, Muzeum Środowiska - Dzień Ziemi. Muzeum Etnograficzne może wpisać swój event w ramy Międzynarodowego Festiwalu Teatrów Tańca czy zaproponować go uczestnikom Warsztatów Tańca. To samo Muzeum Etnograficzne, Galeria Malarstwa i może także Muzeum Archidiecezjalne mogłyby przez zaproponowanie eventu lub zorganizowanie okolicznościowych wystaw uzupełnić dominujący ludyczny profil święta ulicy Św. Marcin o nieco głębszy aspekt refleksji historycznej i kulturowej. To ostatnie - ale także Galeria Malarstwa i Muzeum Instrumentów Muzycznych - mogłyby także pokusić się o „zagospodarowanie” przynajmniej części uczestników Misterium Męki Pańskiej na Cytadeli. Muzeum Instrumentów z kolei mogłoby skierować jeszcze inne, w tym wieczorne i nocne propozycje eventów do uczestników i publiczności obu festiwalów chóralnych oraz Tzadik Poznań Festiwal - i w ten sposób może nawet przyczynić się do przedłużenia ich pobytu w Poznaniu. Z kolei Muzeum Historii Miasta Poznania mogłoby rozważyć wzbogacenie kilku spośród masowych imprez odbywających się na Starym Mieście a związanych z dziejami Poznania (jak Jarmark Świętojański, dzień Piotra i Pawła, Dni Grodu Przemysła i inne) o specjalne oferty zwiedzania i uczestnictwa w jakimś muzealnym wydarzeniu. Przedstawione propozycje na pewno nie wyczerpują listy możliwości integracji muzeów w program już odbywających się eventów. Niezależnie od tego niektóre większe placówki mogłyby pokusić się o przejęcie organizacji tak potrzebnego miastu regularnego eventu turystycznego, o którym mowa na innym miejscu¹⁷.

Poszerzeniu powinna ulec oferta muzeów w zakresie **mikroeventów** na zamówienie, ale także stałych lub organizowanych regularnie krótkich pokazów dla zwiedzających. W tym pierwszym przypadku regularny (np. inscenizowany o konkretnej godzinie w każdą sobotę i niedzielę sezonu) mikroevent powinien być powiązany z tematyką wystawy stałej lub czasowej (wtedy codziennie), w tym drugim tematyka mikroeventów powinna być zbieżna z istniejącymi i tworzonymi trasami miejskimi, co (w oparciu o takie wydarzenia) ożywi ruch na tych trasach i jednocześnie uczyni muzea naturalnymi kluczowymi punktami ich zwiedzania.

Ważną częścią działań służących wykorzystaniu potencjału muzealnego Poznania powinna stać się **ściślejsza integracja miejskich placówek w funkcjonujące i tworzone produkty turystyczne**. Można wskazać na kilka najpilniejszych działań w tym zakresie. Pierwszym z nich będzie włączenie muzeów w ofertę miejskich **tras turystycznych**. Można tego dokonać przez uczynienie z nich kluczowych punktów tematycznego zwiedzania miasta wzdłuż poszczególnych tras tematycznych, tworząc w nich odpowiednie i nowocześnie zorganizowane wystawy tematyczne i biograficzne i jednocześnie wiążąc je z tymi trasami przez umieszczenie

¹⁷ Por. tekst końcowy: „Poznań. Atuty i słabości...”, rozdział 4

w nich np. punktu koordynacji trasy, miejsca sprzedaży literatury i pamiątek związanych z ich tematyką, a także udostępnianie właśnie tam audioprzewodników na te trasy i materiałów do odnoszących się do nich gier miejskich. Muzea i ich tematyczne ekspozycje (na przykład ekspozycja dotycząca Bambrów, Żydów, Niemców w Muzeum Etnograficznym, Muzeum Bambrów Poznańskich lub Muzeum Historii Miasta Poznania w odniesieniu do zainteresowanych turystyką etniczną) mogłyby być też miejscem realizacji mikroeventów tematycznych, zamawianych przez grupy zwiedzające dane trasy (na przykład pokazy, odgrywanie scen biograficznych, projekcje filmów tematycznych itd.). Innym przykładem wykorzystania takiej możliwości mogłaby być integracja ekspozycji i mikroeventów Muzeum Powstania Poznańskiego - Czerwiec 1956 w tematyczne zwiedzanie miasta szlakiem wydarzeń tego pamiętnego dnia albo stworzenie w oparciu o posiadające korzystną lokalizację Muzeum Farmacji ciekawego elementu (lub kluczowego modułu) zwiedzania szlakiem poznańskich lekarzy. Lista przykładów może być oczywiście znacznie dłuższa.

Niektóre poznańskie muzea mogą także spełniać rolę punktów wyjściowych dla zwiedzania regionalnych i ponadregionalnych **szlaków kulturowych**. Taką funkcję może na przykład zaproponować Muzeum Archeologiczne w odniesieniu do Szlaku Piastowskiego - dwie z jego wystaw stałych bezpośrednio dotyczą tematyki tego systemu zwiedzania. W muzeum zintegrowanym z ofertą tego szlaku można by wówczas - oprócz zwiedzania wystaw tematycznie zbieżnych oraz uczestnictwa w pokazie, prelekcji czy projekcji filmu - otrzymać mapki szlaku i nabyć wszelką literaturę na jego temat, a także zarezerwować szereg usług turystycznych w przestrzeni szlaku. Uwzględniając oczekiwania rosnącej grupy turystów oraz plan rozbudowy ścieżek rowerowych w Poznaniu w najbliższych latach warto nawet rozważyć opcję wypożyczenia w muzeum przez aktywnych turystów roweru z możliwością oddania go w kilku innych punktach szlaku. Muzeum Archidiecezjalne mogłoby w podobny sposób wykorzystać fakt przebiegania przez Poznań Wielkopolskiej Drogi Świętego Jakuba. Z kolei wirtualny na razie szlak „Wielkopolska Wybitnych Polaków” mógłby znaleźć swój podobnie funkcjonujący „punkt oparcia” na przykład w specjalnej wystawie biograficznej w Muzeum Historii Miasta Poznania.

Możliwość zwiedzania muzeów lub uczestnictwa w zajęciach edukacyjnych, mikroeventach i eventach muzealnych można włączyć jako opcję do wyboru w **pakiety turystyczne**, proponowane przez organizatorów „city breaks”, w indywidualne pakiety miejskie, pakiety tematyczne lub pakiety okazjonalne¹⁸. Przykładowo elementem takiego pakietu w ramach klasycznego „city break”, stojącym do wyboru przez turystę - mogłoby być zwiedzanie Muzeum Historii Miasta Poznania, Muzeum PP - Czerwiec 1956 lub Galerii Malarstwa i Rzeźby wraz z ewentualnym udziałem w oferowanych tam mikroeventach. Z kolei elementem pakietu tematycznego byłoby zwiedzanie wystawy lub uczestnictwo w mikroevencie muzealnym o zbieżnej z nim tematyce (np. militarnej), a elementem pakietu okazjonalnego - opcja udziału uczestników dużego eventu kulturalnego, wykupujących pakiet w evencie muzealnym, powiązany z jego programem.

W ramach programu regularnego dużego eventu muzealnego: poznańskiej **Nocy Muzeów**, warto podjąć organizację wyjazdów grupowych do innych miast i vice-versa: przyjazdów miłośników muzeów z tych ośrodków do Poznania. Takie wyjazdy mogą realizować

¹⁸ Szerzej na ten temat w opracowaniu O. Artyshuka w niniejszej publikacji „*Pakiety indywidualne...*”

wyspecjalizowani organizatorzy turystyki kulturowej, a ich program może być układany we współpracy z administratorami muzeów. Propozycja posiadałaby specjalnie opracowany program atrakcji (np. prelekcje, pokazy lub zwiedzanie fabularyzowane muzeów albo miasta dla uczestników) oraz ewentualnie czas wolny z opcjami do wyboru i mapką muzeów w danym mieście. Na początek celem takiej wycieczki i rezerwuarem uczestników poznańskiej nocy muzealnej mogłyby być Wrocław i Toruń, jako najbliższe położone duże ośrodki muzealne, potem kolejne, w tym na przykład Łódź, Warszawa Szczecin i Berlin. Całodzienna lub weekendowa wyprawa mogłaby też być powiązana z odwiedzinami po drodze w ciekawych placówkach muzealnych (np. w Gnieźnie, Lesznie), które także przygotowywałyby program pobytu takiej zorganizowanej grupy (lub nawet kilku grup przyjeżdżających po kolei), a jednocześnie miałyby okazję wzbogacenia własnej (powtarzalnej np. na zamówienie w dowolnych terminach) oferty dla turystów zorganizowanych. Takie działanie redukowałoby poczucie powtarzania (nieistotne, czy obiektywnie słuszne), powstające u części uczestników nocy muzealnych przy corocznym zwiedzaniu tych samych placówek. Mogłoby także na dłuższą metę stać się impulsem dla rozwinięcia w Polsce zorganizowanej (grupowej) turystyki muzealnej, na której skorzystałyby wszystkie miasta, posiadające bogatsze zasoby i część mniejszych ośrodków.

Osobnym impulsem dla zwiększenia ilości zwiedzających ekspozycje o charakterze muzealnym będzie planowane otwarcie w roku 2012 **Interaktywnego Centrum Historii Ostrowa Tumskiego**. Ten obiekt o charakterze paramuzealnym, zorganizowany z zastosowaniem najnowszych osiągnięć techniki i z uwzględnieniem sporej grupy postulatów, wyartykułowanych m. in. w pierwszej części niniejszego artykułu (a dotyczących np. multimedialności i interaktywności ekspozycji), a jednocześnie eksploatujący ważny wątek turystyki kulturowej w Wielkopolsce, a mianowicie początki Państwa Polskiego i chrześcijaństwa w Polsce, z pewnością przyczyni się do urozmaicenia i wzrostu atrakcyjności poznańskiej oferty w omawianej dziedzinie. Należy się spodziewać, że jak w podobnych przypadkach w innych miejscowościach (np. w Warszawie) przez szereg lat po jego otwarciu będzie także występował efekt nowości, przekładający się na zwiększenie liczby turystów i odwiedzających z okolicy.

Zakończenie

W niniejszym opracowaniu jako kontekst dla prezentacji stanu oferty turystycznej muzeów Poznania posłużyły analizy dotyczące muzealnego segmentu atrakcji turystycznych, a z drugiej strony - znaczenia turystyki i turystów dla funkcjonowania współczesnego muzealnictwa. Dane uzyskane w drodze badania zasobów i aktywności placówek muzealnych skonfrontowano z oczekiwaniami artykułowanymi w imieniu uczestników współczesnej turystyki kulturowej przez jej badaczy, a także z analizą dotyczącą potencjału miasta i jego okolicy w odniesieniu do turystyki kulturowej jako specyficznej gałęzi ruchu turystycznego, coraz popularniejszej i na naszych oczach urozmaicającej swoje formy. Uzyskany w wyniku zestawienia i analizy wyników badania obraz stał się z kolei podstawą do sformułowania szeregu postulatów, odnoszących się do działań koniecznych i pożądanych. Działania te miałyby bezpośrednio posłużyć modernizacji struktury i sposobów działania tej grupy placówek kulturalnych oraz modyfikacji ich oferty, skierowanej do turystów kulturowych, w tym miejskich. Uwzględnienie przynajmniej części z tych postulatów powinno - w opinii autora - doprowadzić do znacznej poprawy atrakcyjności

tej oferty zwiększenia poziomu wykorzystania poważnych walorów, jakie w wielu dziedzinach kultury chroni i udostępnia zwiedzającym badana grupa muzeów. Opinię tę potwierdzają odnoszące sukcesy strategie współpracy sektorów muzealnego i organizacji turystyki w licznych ośrodkach miejskich Europy i Ameryki Północnej. Jeśli wnioski zawarte w niniejszej analizie przyczynią się choć w części do takiej poprawy, opracowanie spełni swoje główne zadanie.

Bibliografia:

- Artyshtuk O., 2010, Indywidualne pakiety turystyczne w turystyce kulturowej, „Turystyka Kulturowa Nr 7-9, s. 69-89
- Baran P., 2006, Rola muzeów martyrologicznych w turystyce na przykładzie działalności Muzeum w Gross-Rosen, [w:] A. Toczewski (red.) Rola muzeów w turystyce i krajoznawstwie, Wyd. Muzeum Ziemi Lubuskiej w Zielonej Górze, s.75-87
- Becker Ch., Höcklin S., 2000, Museumsmanagement [w:] A. Dreyer (red.), Kulturtourismus, Wyd. Oldenburg Verlag, München/Wien, s. 299- 323
- Becker Ch., Steinecke A., 1997, Kulturtourismus: Strukturen und Entwicklungsperspektiven, Wyd. FernUniversität Hagen, Hagen
- Benediktsson G., 2004, Museums and tourism. Stakeholders, resource and sustainable development, Wyd. Univ. Göteborg
- Białek M., 2005, Muzeum jako firma stosująca marketing, „Turystyka i Hotelarstwo”, nr 8, s. 71-85
- Buczowska K., 2008, Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny, Wyd. AWF, Poznań
- [Digitaltmuseum 2011] - wspólny portal internetowy muzeów sztokholmskich z elektroniczną wystawą, adres: www.digitaltmuseum.se (dostęp: 18.01.2011)
- Heinze T., 1999, Kulturtourismus: Grundlagen, Ziele, Trends und Fallstudien, Wyd. Oldenburg, München - Wien
- Heinze T., 2002, Kulturponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus, Wyd. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden
- Herremann Y., 1998, Museums and tourism: culture and consumption, [w:] „Museum International”, t. 50, z. 3, Wyd. UNESCO, Paris
- ICOM Statutes. adopted during the 21st General Conference in Vienna, Austria, in 2007
- Idziak P., 2009, Konkurencyjność muzeów w gospodarce doznań i kreatywności, [w:] Stasiak A. (red.) Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać!, Wyd. WSTH Łódź, s. 219-237
- Instytucje kultury w roku 2008, 2009, Oprac. Ośrodek Statystyki Kultury, A. Chochorowska (red.), GUS, Warszawa
- Jędrusiak T., 2009, Turystyka muzealna, [w:] K. Buczowska, A. Mikos v. Rohrscheidt (red.) Współczesne formy turystyki kulturowej, Wyd. AWF, Poznań, s.36-58
- Korff G., 1985, Forum statt Museum, [w:] „Geschichte und Gesellschaft”, Wyd. naukowe Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, Rocznik 11, Zeszyt 2, s. 244-251
- Kotler N. i P., 1998, Museum Strategy and Marketing. Designing Missions. Building Audiences. Generating Revenue and Resources, Wyd. Jossey-Bass Publishers, San Francisco
- Kowalczyk A., 1995, Marketing w muzeum, „Muzealnictwo”, nr 37, s. 10-20

- Kriegner E., 2004, Museen und Tourismus. Chancen und Probleme der Kooperation am Beispiel ausgewählter Museen, [w:] „TRANS” nr. 15, 2004, www.inst.at/trans/15Nr/09_1/kriegner15.htm, dostęp: 10. styczeń 2008
- Kultura w 2009, Informacje i opracowania statystyczne, opr. Ośrodek statystyki Kultury, A. Chochorowska (red.), GUS, Warszawa 2010
- Leśniewski A., 2009, Społeczne placówki muzealne jako zaplecze regionalnej turystyki kulturowej na przykładzie Muzeum Regionalnego w Trzemesznie, „Turystyka Kulturowa” nr 6, s. 12-27
- Mały rocznik statystyczny GUS za rok 2010, Wyd. GUS, Warszawa
- Maksymowicz A., 2006, Zadania muzeum regionalnego wobec turystów zagranicznych, [w:] A. Toczewski (red.) Rola muzeów w turystyce i krajoznawstwie, Wyd. Muzeum Ziemi Lubuskiej w Zielonej Górze, s.51-58
- Małkowska-Bieniek E., 2009, Muzeum Historii Żydów Polskich jako przykład muzeum narracyjnego, [w:] A. Stasiak (red.) Kultura i turystyka. Razem, ale jak?, Wyd. WSTH Łódź, s.297-310
- McKercher B., Du Cros H., 2002, Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management, Wyd. Routledge, London/New York
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2008, Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy, Wyd. Milenium, Gniezno
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2009 Nowoczesne trasy miejskie jako formaprezentacji historii i kultury oraz oferta turystyczna [w:] A. Stasiak (red.) Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać! Wyd. WSTH Łódź, s. 95-126
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2010a, Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy, Wyd. 2 (rozszerzone), Wyd. KulTour.pl, Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2010b, Regionalne Szlaki tematyczne. Idea, potencjał, organizacja, Wyd. Proksenia, Kraków
- Mosz J., 2006, Muzeum sztuki jako turystyczna atrakcja cywilizacji ponowoczesnej, [w:] A. Toczewski (red.) Rola muzeów w turystyce i krajoznawstwie, Wyd. Muzeum Ziemi Lubuskiej w Zielonej Górze, s.45-50
- Nowacki M., 2006, Rola muzeum regionalnego w turystyce i krajoznawstwie, [w:] A. Toczewski (red.) Rola muzeów w turystyce i krajoznawstwie, Wyd. Muzeum Ziemi Lubuskiej w Zielonej Górze, s.67-74
- Nowacki M., 2007, Analiza stanu atrakcji turystycznych w Polsce: Muzea i obiekty paramuzealne. Segmentacja rynku [w:] A. Stasiak (red.) Kultura i turystyka. Razem czy oddzielnie?, Wyd. WSTH Łódź, s. 95-113
- Nowacki M., 2009a, Aktualne tendencje na rynku atrakcji dla zwiedzających [w:] A. Stasiak (red.) Kultura i turystyka. Razem, ale jak?, Wyd. WSTH Łódź, s.267-284
- Nowacki M., 2009b, Kształtowanie ceny wstępu do atrakcji dziedzictwa, [w:] A. Stasiak (red.) Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać!, Wyd. WSTH Łódź, s. 203-218
- Oliver B. W., 2007, From Royal to National: The Louvre Museum and the Bibliothèque Nationale, Wyd. Lexington Books, New York: 2007
- Pisarski M., 2009, Światowy przemysł parków tematycznych, [w:] A. Stasiak (red.), Turystyka i kultura. Razem, ale jak?, Wyd. WSTH, Łódź, s. 285-296
- Raport o muzeach, 2008. Muzea w Polsce 1989-2008. Stan, zachodzące zmiany i kierunki rozwoju muzeów w Europie oraz rekomendacje dla muzeów polskich, red. D. Folga-

- Januszczyńska, opr. na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, (dostęp: 28.01.2011), adres:
[www.kongreskultury.pl/library/File/RaportMuzea/muzea_raport_w.pelna\(1\).pdf](http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportMuzea/muzea_raport_w.pelna(1).pdf)
- Spielmann 1994, *Museen und Galerien*, [w:] Rauhe H. (red.), *Kulturmanagement. Theorie und Praxis einer professionellen Kunst*, Wyd. de Gruyter, Berlin/New York, s. 283-288
- Stasiak A., 2000, *Muzeum jako produkt turystyczny*, [w:] A. Schwichtenberg, E. Dziegieć (red.), *Przemysł turystyczny*, Wyd. Politechniki Koszalińskiej, Koszalin, s. 165-182
- Stasiak A., 2007, *O potrzebie rewolucji w polskim muzealnictwie XXI wieku* [w:] A. Stasiak (red.) *Kultura i turystyka. Razem czy oddzielnie?*, Wyd. WSTH Łódź, s.115-134
- Steinecke A., *Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven*, Wyd. Oldenburg Verlag, München/Wien
- Szeląg M., 2008, *Noc Muzeów w opiniach publiczności*, „*Muzealnictwo* Nr 49, s. 295-303
- Święch J., 2009, *Muzeum czy bar szybkiej obsługi tzw. potrzeb kulturalnych? Wędrówki po polskich muzeach na wolnym powietrzu*, [w:] P. Krasny, D. Ziarkowski (red.), *Sztuka i podróżowanie. Studia teoretyczne i historyczno-artystyczne*, Wyd. Proksenia, Kraków, s. 55-66
- Torowska J., 2008, *Edukacja na rzecz dziedzictwa kulturowego. Aspekty teoretyczne i praktyczne*, Wyd. UJ, Kraków
- Ukiński P., Mazur K., 2007, *Muzeum Powstania Warszawskiego jako nowoczesna placówka edukacyjna*, [w:] A. Stasiak (red.) *Kultura i turystyka. Razem czy oddzielnie?*, Wyd. WSTH Łódź, s. 179-184
- Urry J., 2007, *Spojrzenie turysty*, Wyd. PWN, Warszawa
- Ustawa z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach z późniejszymi zmianami z dnia 29 czerwca 2007, Tekst ujednolicony: *Dziennik Ustaw - rok 2007, nr 136, poz. 956 z dnia 31.07. 2007.*
- [Wirtualne Muzeum 2011] - projekt Wirtualne Muzeum Narodowe. Oficjalny portal internetowy Muzeum Narodowego w Krakowie, adres: www.i-mnk.pl (dostęp 9 01. 2011).

Poznańskie eventy kulturalne jako impulsy dla turystyki kulturowej

Wprowadzenie

Kulturowa turystyka eventowa jest w pewnych kręgach uważana za jedną z najbardziej perspektywicznych form turystyki kulturowej, co przesądza o konieczności dbania o jej rozwój. Poszczególne rodzaje eventów (impresz kulturalnych) odnoszą się albo do kultury elitarnej, albo powszechnej, przy istnieniu zarazem bardziej szczegółowego podziału, wynikającego z ich tematyki. Dla turystów kulturowych, którzy bez wątpienia należą do najbardziej wymagających odbiorców usług turystycznych, ważny jest kontakt z autentyczną tradycją i kulturą odwiedzanego miejsca oraz prawdziwe przeżywanie i wchłanianie panującej w nim atmosfery. Eventy kulturalne, które w zdecydowanej większości organizowane są przede wszystkim dla lokalnej społeczności, stanowią okazje do spontanicznego, grupowego przeżywania prezentowanych w ich trakcie wydarzeń. Jest to więc bezcenna atrakcja dla osób, które w czasie pobytu w nowym otoczeniu poszukują elementów kulturowego autentyku lub zaskakujących wrażeń. Ponadto - biorąc udział w tego typu imprezach - ich goście uczestniczą w czymś dynamicznym, w rzeczywistości kreowanej na ich oczach. O ile przed wizytą w dowolnym miejscu można zapoznać się z jego dziejami, a także - chociażby powierzchownie - z krajobrazem czy architekturą, tak nie da się zaznajomić z czymś, co zostanie stworzone dopiero na oczach uczestników. Fakt ten z pewnością w znacznym stopniu tworzy niewymierną wartość eventów oraz jest źródłem popularności związanej z nimi turystyki. Jeżeli więc miasto, będące ośrodkiem uniwersyteckim, biznesowym, sportowym czy handlowym, nie chce pozostać niewidoczne w świecie żywej kultury, musi rozwijać ofertę festiwali, koncertów czy spektakli teatralnych, aby za sprawą sztuki i prezentowanej tradycji przekazać swoją tożsamość.

Niniejsze opracowanie ma na celu analizę potencjału Poznania w zakresie imprez kulturalnych i tym samym ustalenie jego znaczenia na kulturalnej mapie Polski, jako miejsca, które ma do zaoferowania szereg godnych uwagi propozycji. Składa się na nie krytyczny przegląd imprez, które kreują eventową markę stolicy Wielkopolski, ustalenie ich rangi i skali oddziaływania oraz zestawienie rocznego kalendarza głównych poznańskich eventów. Na tej podstawie sformułowano szereg wniosków odnoszących się do działań, dzięki którym miasto mogłoby stopniowo uzupełnić swój turystyczny wizerunek i być odbierane nie tylko jako miasto biznesowe, ale także jako ważny ośrodek kultury.

1. Event i kulturowa turystyka eventowa

W każdym przypadku, chcąc rzetelnie omówić dowolny aspekt konkretnej formy turystyki kulturowej powinno się przeanalizować pojęcie bądź zjawisko, którego ma ona dotyczyć. Zatem punktem wyjścia do opisu atrakcyjności Poznania pod kątem eventowej turystyki kulturowej będzie przybliżenie stanu wiedzy na jej temat. Na początku konieczne wydaje się wyjaśnienie, kontrowersyjnego nawet w niektórych kręgach badaczy, terminu *event*.

Jakkolwiek nie bylibyśmy przeciwni amerykanizacji naszej kultury i naznaczania ojczystego języka wyrazami obcego pochodzenia, to rozwijając się w globalnym świecie

musimy niejednokrotnie akceptować i przyjmować niektóre jego wytwory. Ponadto w pewnych przypadkach trudności w idealnym przetłumaczeniu niektórych pojęć skłaniają do użycia ich pierwotnej wersji, chociażby w celu ujednolicenia nazewnictwa i ułatwienia międzynarodowej komunikacji. Wielu z nas chętniej użyje *streszczenia* zamiast *briefingu* i raczej jest skłonna mówić o osiągnięciu *celu* niż *targetu*, broniąc się przed nagminnym stosowaniem pojawiających się coraz częściej, nie tylko w mowie potocznej, naleciałości z języka angielskiego. Uważając się nawet za radykalnych wrogów amerykanizacji języka polskiego możemy jednak okazjonalnie przyjąć te wyrazy, które podczas tłumaczenia tracą swoje kluczowe znaczenie lub zabarwienie. Które z rodzimych słów zastąpi nam chociażby popularny *design*, na który składa się szereg cech takich, jak wielkość, kształt, kolor, światło itp., a odpowiedniki *wygląd* czy *wystrój* nie oddają jego istoty.

Podobnie rzecz ma się z terminem *event*. Można unikać jego stosowania i zastępować go polskim odpowiednikiem zawsze wtedy, kiedy chce się określić zwykłą, niczym nie wyróżniającą się sytuację. W takim przypadku użycie zamiast niego słowa *wydarzenie* nie zmieni sensu wypowiedzi. Event bowiem w swoim fundamentalnym znaczeniu, które widnieje jako pierwsze w słowniku *The Oxford Dictionary* [Elliott] oznacza *thing that happens*, czyli po prostu dziejącą się rzecz. Może ona dotyczyć zaledwie kilku lub nawet jednej osoby i być zarówno niczym nie wyróżniającym się elementem codziennej rutyny, jak i politycznym bądź społecznym zdarzeniem rangi krajowej lub międzynarodowej. Zmieniając jednak kontekst tego słowa na bardziej masowy i dotyczący rzeczy podniosłych czy unikalnych, eventem nie będzie zwykłe wydarzenie, a jego zastąpienie skutecznie zneutralizuje niesione wraz z nim patetyczne zabarwienie. W tym bowiem sensie jest on czymś wyjątkowym i ważnym, co oksfordzki słownik określa jako *organized occasion* i podaje szereg synonimów: aktywność, ceremonia, rozrywka, okazja, działanie.

Najprościej można zdefiniować tak rozumiany event jako „zgromadzenie ludzi w określonym miejscu, w określonym czasie i z określonego powodu” [Kilkenny 2006, s.29]. Jest on więc uniwersalnym terminem mogącym zastąpić i połączyć ze sobą szereg okazji, które podporządkowane są do wyżej podanej definicji. Eventem będzie zatem koncert, mecz, ślub, festiwal, sztuka teatralna, wystawa itp. Kiedy zaczęto coraz powszechniej używać tego terminu, zastąpił on popularne słowo *impreza*, które ze względu na swój wydźwięk nie było znaczeniowo tak pojemne [Buczkowska 2008, s. 93]. Impreza ma zazwyczaj charakter bardziej lokalny i kojarzona jest głównie z wydarzeniem muzycznym, w przeciwieństwie do eventów, których tematyka może być najróżniejsza (od wyścigów Formuły 1, przez koncerty, aż po wydarzenia religijne), zawsze jednak przyciągająca osoby nią zainteresowane. To z kolei sprawia, że ich uczestnicy pochodzą nie tylko z najbliższego sąsiedztwa. Poza przedstawicielami lokalnych społeczności są nimi także turyści bezpośrednio lub pośrednio na ten cel ukierunkowani.

Tego typu rozważania prowadzą do powstania odmiennej formy turystyki - turystyki eventowej. W zależności od charakteru eventu, możemy mówić już o konkretnej odmianie związanego z nim ruchu turystycznego. Może on dotyczyć na przykład ważnej inicjatywy sportowej, muzycznej, czy biznesowej, a każda z nich będzie atrakcją dla innej grupy osób. Starając się wyróżnić możliwe odmiany warto posłużyć się klasyfikacją, którą proponuje J. Jafari, przedstawiając 7 głównych kategorii planowanych eventów [Buczkowska, 2008, s.93]. Dwie pierwsze to: **uroczystości kulturalne**, do których zaliczyć możemy festiwale, fiesty, karnawały, parady, imprezy rocznicowe czy uroczystości religijne oraz **sztuka i rozrywka**, czyli

wszelkiego rodzaju koncerty, przedstawienia, wystawy, ceremonie wręczenia nagród itp. Pozostałe to: **3. biznes i handel**, czyli targi, imprezy i pokazy handlowe, spotkania, konferencje; **4. zawody sportowe**; **5. edukacja i nauka**, kongresy, seminaria; **6. imprezy rekreacyjne** oraz **7. polityczne i narodowe**, w skład których wejść mogą wszelkiego rodzaju uroczystości rocznicowe ważnych wydarzeń historycznych, parady wojskowe, inauguracje, publiczne promocje itp. W zależności od tego, które z wymienionych będą celem przybywających turystów, będziemy mogli mówić o konkretnej odmianie turystyki eventowej. Z racji tematyki tej publikacji skupimy się na tego typu turystyce, odnosząc się wyłącznie do dwóch pierwszych kategorii z wyżej przytoczonego podziału.

W celu uzyskania trafnej definicji kulturowej turystyki eventowej, należy zawęzić o te konkretne cele każdą, która powstawała w celu opisanego zjawiska szerszego, a więc ogólnej turystyki kulturowej. Przyjmijmy definicję Richardsa z 1996 r., według którego turystyka kulturowa to *„wszystkie migracje osób w celu poznania konkretnych atrakcji kulturowych, takich jak muzea, miejsca dziedzictwa historycznego, przedstawienia artystyczne czy festiwale, poza ich codzienne miejsce zamieszkania”*¹ Ograniczając powyższą propozycję tylko do tych elementów, które nazwać można eventami, otrzymujemy całkiem nową, a dotyczącą już konkretnie kulturowej turystyki eventowej, definicję określającą ją jako wszystkie migracje osób poza ich codzienne miejsce zamieszkania w celu wzięcia udziału w festiwalach, przedstawieniach artystycznych, inscenizacjach historycznych, koncertach, festynach, fiestach itp. Chcąc ominąć każdorazowe wymienianie wszystkich rodzajów eventów podczas podawania definicji kulturowej turystyki eventowej poszukać trzeba synonimu tego słowa, który jak wynika z wcześniejszych rozważań, nie istnieje. Próbując przełożyć w jakiś sposób rzeczownik *event* na język polski, można uzupełnić podstawowe znaczenie pospolitego terminu *impreza* o jej specjalnie inscenizowany i kulturalny charakter. Zrobił tak A. Mikos v. Rohrscheidt, podając własną definicję kulturowej turystyki eventowej. Określił ją jako *„podróże, których celem jest udział uczestników w specjalnie inscenizowanych imprezach o charakterze kulturalnym, mających ograniczony czas trwania i przyciągających turystów”* [Mikos v. Rohrscheidt, 2008, s.72].

Warto zwrócić uwagę na fakt, że wśród wielu różnych form turystyki kulturowej ta eventowa jest niejednokrotnie uważana za jedną z ważniejszych. Według niektórych badaczy to ona, obok turystyki muzealnej, tematycznej turystyki po szlakach i turystyki prawnie chronionego dziedzictwa, jest filarem turystyki kulturowej i powinno się jej poświęcać sporo uwagi i miejsca w publikacjach i promocji [Crespi, Planells 2003, s.19]. Interpretując podejście tych samych autorów do pojęcia eventu moglibyśmy określić turystykę eventową jako tę, która za główny cel podróży stawia uczestnictwo w świętowaniu niezwykłego wydarzenia, które ma wpływ na lokalne środowisko i przyciąga z reguły większą liczbę zainteresowanych osób. Według nich, podstawowe typy eventów to: festiwale muzyczne i teatralne, inscenizacje historyczne, jarmarki rzemieślnicze i gastronomiczne oraz fiesty tematyczne.

Najbardziej fundamentalny podział eventowej turystyki kulturowej jest jednocześnie podziałem niezwykle prostym. Wyróżnione w nim podtypy bezpośrednio odnoszą się do typu eventu, który stanowi ich rdzeń, np. turystyka teatralna, turystyka karnawałowa, turystyka koncertowa itp. [Buczkowska, 2008, s.49]. Z tego też powodu, jest to podział otwarty, do którego - wychodząc z założenia permanentnego rozwoju i wzrostu popularności nowych

¹ „All movements of persons to specific cultural attractions such as museums, heritage sites, artistic performances and festivals outside their normal place of residence” [Smith 2009, s.15], tłumaczenie własne.

przedsięwzięć - wciąż dopisywane mogą być nowe propozycje. Inny, bardziej ogólny proponuje A. Mikos v. Rohrscheidt, dzieląc eventy na te, należące do kultury wysokiej oraz kultury powszechnej, które w jego ujęciu definiują jednocześnie dwa główne typy kulturowej turystyki eventowej oraz na pozostałe eventy, nie wchodzące w skład pierwszych dwóch głównych grup [Mikos v. Rohrscheidt 2010c, s.90-92]. Do eventów kultury elitarnej autor zalicza wydarzenia teatralne i eventy sztuki oraz część muzycznych (muzyki klasycznej, w tym operowej), natomiast za przykłady eventów kultury powszechnej uznaje religijne, festyny, eventy żywej historii oraz tradycji i obyczajów, masowe koncerty muzyki popularnej [por. także s. 196]. Jako przykład pozostałych podaje m. in. eventy nauki czy techniki.

2. Główne eventy kulturowe Poznania

Zanim eventy kulturowe lub inne aspirujące do tego miana imprezy miejskie zaczęły być traktowane jako potencjalne atrakcje turystyczne, funkcjonowały one w przestrzeni miejskiej przede wszystkim jako forma rozrywki dla jego mieszkańców. Dobrym przykładem są popularne dzisiaj wśród turystów fiesty hiszpańskie, opierające się na kultywowanej w przeszłości tradycji świętowania [Buczkowska 2010, s.18]. Przedsięwzięcia tego rodzaju tworzą charakterystyczną atmosferę, kreują wizerunek miasta, promują jego historię, a dodatkowo pomagają lokalnej społeczności integrować się ze sobą i wzmacniając jej regionalny patriotyzm, prowadzą do zwiększenia stopnia identyfikacji z miastem pochodzenia.

Dzisiaj sytuacja jest nieco odmienna i to turystyka wywiera silny wpływ na organizmy miejskie, skłaniając je m. in. do wychodzenia z nowymi inicjatywami obliczonymi na wzrost ilości odwiedzających je osób [Ilczuk, Kulikowska 2009, s.274]. W ostatnich latach instytucje kulturalne Poznania starają się walczyć z wykreowanym już od dawna jego jednostronnym, biznesowym wizerunkiem, pragnąc uczynić z tego miasta istotny punkt również na kulturalnej mapie Polski. Poza szczegółowymi, podanymi poniżej informacjami na temat każdego eventu, ułatwiającymi odnalezienie konkretniejszych informacji, czy uzyskanie danych kontaktowych do organizatorów, przytoczona została także ich idea i forma przebiegu.

Na potrzeby niniejszego artykułu dokonany został podział klasyfikujący najbardziej znane eventy Poznania na główne i drugorzędne. Do pierwszej grupy zaliczają się wszystkie te, których rangę uznać można za międzynarodową lub ogólnopolską. Do drugiej natomiast wszystkie pozostałe, a więc eventy o znaczeniu regionalnym czy nawet lokalnym. Ocena rangi dokonana została w sposób zaproponowany przez Armina Mikosa v. Rohrscheidt [2010a]. W celu ustalenia rzeczywistej, a nie tylko deklaratywnej rangi eventów (których organizatorzy szczególnie w Polsce bardzo często używają w oficjalnych nazwach terminów takich jak „międzynarodowy” lub „ogólnopolski” bez głębszego uzasadnienia) proponuje on dla jej ustalenia stosować jedno z dwóch kryteriów. Jednym z nich jest opinia znawców turystyki kulturowej, którzy wspominają o konkretnym evencie w swoich publikacjach, jednocześnie określając ich znaczenie i oceniając skalę. Dodatkowo, międzynarodowy charakter eventu potwierdzić mogą informacje o nim zawarte w kilku obcojęzycznych przewodnikach po Polsce. Drugim możliwym do zastosowania kryterium oceny jest analiza składu grupy czynnych uczestników (wykonawców eventu), których pochodzenie świadczy o rozmachu przedsięwzięcia - ponad połowa wykonawców z innych państw potwierdza jego międzynarodowy charakter, ponad połowa spoza regionu (województwa) nadaje mu status ogólnopolski itp. [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s.112]. Dodatkowym potwierdzeniem międzynarodowej rangi danej

realizacji może być, zdaniem piszącego te słowa, również jej obecność w światowych stowarzyszeniach. W celu sprecyzowania sklasyfikowania wymienionych poniżej eventów jako „głównych”, w ich opisach wskazano kryteria, na podstawie których zaliczono je do tej grupy. Natomiast wszystkie z ważniejszych imprez kulturalnych w Poznaniu, których znaczenie po przeprowadzonej analizie nie mogło zostać uznane jako międzynarodowe lub ogólnopolskie, sklasyfikowane zostały jako eventy drugorzędne.

1. Malta Festival Poznań

Organizator: Fundacja Malta [www.maltafoundation.pl]

Termin: czerwiec/lipiec

Charakter: wielodniowy² event teatru, muzyki i innych form przekazu artystycznego

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 1991

Strona internetowa: www.malta-festival.pl

Malta Festival Poznań, a do roku 2011 Międzynarodowy Festiwal Teatralny Malta, jest bez wątpienia najważniejszym eventem kulturowym Poznania i jednym z najbardziej atrakcyjnych wydarzeń artystycznych tej części Europy. Po raz pierwszy został zorganizowany w 1991 roku jako festiwal teatrów ulicznych skupiony wokół sztucznego zbiornika regatowego Malta, skąd otrzymał swoją nazwę. Pierwotnym założeniem było stworzenie zauważalnej inicjatywy miejskiej, stanowiącej rozrywkę dla mieszkańców Poznania, polegającej na organizowaniu łatwo dla nich dostępnych plenerowych spektakli teatralnych. Dopiero z czasem, w miarę wzrostu popularności, impreza ewoluowała do rangi znaczącej atrakcji turystycznej. Wraz ze wzrostem zainteresowania organizatorzy odchodzili także stopniowo od kurczowego trzymywania się teatralnego charakteru festiwalu i zaczęli wprowadzać do jego programu innego rodzaju wydarzenia artystyczne. Jednocześnie przedstawienia zaczęły opuszczać rekreacyjne tereny Jeziora Maltańskiego i festiwal stał się widoczny w całej przestrzeni miejskiej. Kolorowe, zorganizowane niejednokrotnie z rozmachem, spektakle opanowały zarówno place, ulice, skwery w centrum miasta, jak i budowle, hale, przestrzenie megamarketów i inne miejsca nieteatralne. Z czasem festiwal wszedł także na sceny klasycznych teatrów. W swojej historii przeszedł zatem transformację od teatralnego festiwalu ludycznego, świętującego wolność i swobodę obywatelską, poprzez święto sztuki alternatywnej po wysoko rozwiniętą, wieloaspektowy event sztuki performatywnej, jako który promuje się od roku 2007. Dziś Malta Festival Poznań to nie tylko teatr, czego odbiciem jest też decyzja o zmianie nazwy na nową, pomijającą tę formę sztuki. To wieloelementowy, niezwykle drobiazgowo zorganizowany event o międzynarodowym charakterze, goszczący niejednokrotnie sławy światowego formatu. Dzisiaj główne jego nurty to teatr/performance, muzyka, taniec, film, sztuki wizualne. Malta Festival wpisuje się tym sposobem w grupę eventów multidyscyplinarnych, co otwiera go na szersze grono odbiorców. Ten kierunek rozwoju wybierają dla swoich imprez organizatorzy innych dużych przedsięwzięć w kraju (np. Heineken Open'er, Era Nowe Horyzonty) [Ilczuk D., Kulikowska M., 2009, s.266]. Większość wydarzeń w trakcie jego trwania ma obecnie charakter zamknięty i konieczne jest wykupienie - często z dużym wyprzedzeniem - biletów wstępu. Dodatkowymi inicjatywami są: maltańskie „Nowe Sytuacje” - kiedyś konkurs artystyczny, dzisiaj różnego rodzaju artystyczne przedsięwzięcia wykorzystujące elementy architektury miasta, wydawanie gazetki festiwalowej VariaTe oraz nowatorski, trzyletni projekt IDIOM

² Określenie *wielodniowy* użyte zostało każdorazowo kiedy event trwa powyżej 3 dni lub/i jeżeli nie posiada stałego czasu trwania.

(od 2010), zakładający nadawanie każdej z edycji tematu przewodniego. W 2010 roku był to teatr flamandzki, w 2011 tematem będą „wykluczeni”, a ostatni idiom będzie dialogiem międzykulturowym Europa-Azja.

Podstawa klasyfikacji:

- Określenie festiwalu jako „event od dawna posiadający międzynarodową rangę” [Mikos v. Rohrscheidt, 2008 s. 444].
- Festiwal umieszczony w wykazie „najbardziej znanych festiwali teatralnych w Polsce”. [Buczkowska, 2009, s.114].

2. Ethno Port Poznań Festiwal

Organizator: Centrum Kultury “ZAMEK” [www.zamek.poznan.pl]

Termin: czerwiec

Charakter: trzydniowy event muzyczny

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 2008

Strona internetowa: www.ethnoport.pl

Poznański EthnoPort jest młodym, plenerowym festiwalem muzycznym, który szybko zdobywa swoje grono miłośników. Odbywa się w ścisłym centrum miasta, w starym korycie rzeki Warty. Organizatorzy przyjęli jako swój główny cel i wiodącą ideę promocję nurtu muzycznego, określanego jako *world music*. Jest on swego rodzaju odskocznią od nierzadko już nużącej muzyki rozrywkowej, którą dzisiejsze mass media zalewają swoich odbiorców. W trakcie trwania festiwalu jego uczestnicy przenoszą się wirtualnie w najróżniejsze zakątki świata i zanurzają w kulturze innych narodów, słuchając specyficznej dla nich ludowej muzyki, nierzadko wykorzystującej nieznane lub zapomniane już instrumenty. Na osoby, które zdecydują się przyjechać na poznański EthnoPort czekają artyści nie tylko z Europy. Na przykład w roku 2010, poza muzykami z Francji, Skandynawii, Serbii czy Wielkiej Brytanii, przybyła także grupa Staff Benda Bilili z Konga oraz Hanggai z Chin. Festiwal jest eventem zamkniętym i konieczne jest wykupienie biletów, których rozprowadzaniem zajmuje się Centrum Kultury ZAMEK i które można nabyć w jego siedzibie, w kasach podczas trwania festiwalu bądź na popularnych serwerach sprzedaży internetowej. Dodatkową inicjatywą są warsztaty muzyczne - chętni mogą stać się czynnymi uczestnikami imprezy, ucząc się gry na mniej popularnych instrumentach i prezentując swoje osiągnięcia na koniec festiwalu.

Podstawa klasyfikacji:

- Festiwal EthnoPort zdobywa coraz większą, międzynarodową popularność. W 2010 roku zaznaczył swoją obecność, biorąc udział w targach WOMEX³ w Kopenhadze [www.womex.com] oraz znajdując się na liście 25 najlepszych festiwali międzynarodowych według prestiżowego czasopisma Songlines [www.ethnoport.pl]. Można się zatem spodziewać sporego wzrostu zainteresowania w kolejnych odstępach.
- W programie na rok 2010 wśród szesnastu występujących zespołów, trzynastie było spoza Polski [www.ethnoport.pl].

3. Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego

Organizator: Towarzystwo Muzyczne im. Henryka Wieniawskiego w Poznaniu
[www.wieniawski.pl]

Termin: październik (od 1996)

Charakter: wielodniowy event muzyczny

Cykliczność: co pięć lat

Pierwsza edycja: 1935

Strona internetowa: www.wieniawski.pl

³ The World Music Expo

Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego, z racji swojej cykliczności jak i z powodu elitarnego charakteru, z pewnością nie ma istotnego wpływu na wielkość ruchu turystycznego w Poznaniu. Musi się on jednak w tym opracowaniu znaleźć, a to z uwagi na jego rangę. Jest to bowiem *najstarszy konkurs skrzypcowy na świecie*, zapoczątkowany w Warszawie w 1935 roku z inicjatywy bratanka sławnego wirtuoza i kompozytora Henryka Wieniawskiego. Z powodu zawirowań wojennych po tej pierwszej, warszawskiej edycji nastąpiło aż 17 lat przerwy, a reedycja miała miejsce w Poznaniu w 1952 roku, gdzie też - w Auli Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza - impreza odbywa się do dzisiaj. Konkurs przeznaczony jest dla uczestników z całego świata, którzy przeszli wstępne preselekcje i nie ukończyli 30 roku życia. Od 1957 roku odbywa się w Poznaniu także towarzyszący głównemu konkursowi Międzynarodowy Konkurs Lutniczy im. Henryka Wieniawskiego.

Podstawa klasyfikacji:

- Nie ulega wątpliwości międzynarodowa skala tego przedsięwzięcia. W każdej edycji biorą udział wirtuozi z wielu krajów (Polacy są w mniejszości), a na 14 członków jury, któremu przewodniczy Maxim Vengerov, 9 jest obcokrajowcami. Ponadto Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego jest członkiem i współzałożycielem Światowej Federacji Międzynarodowych Konkursów Muzycznych (WFIMC - World Federation of International Music Competitions) z siedzibą w Genewie [www.wfmc.org], a jego znaczenie podkreślają prestiżowe magazyny muzyki klasycznej jak: *theStrad*, *Classical Music*, *Archi Magazine* [www.wieniawski.pl].

4. Międzynarodowy Festiwal Teatrów Tańca

Organizator: Polski Teatr Tańca [www.ptt-poznan.pl]

Termin: sierpień

Charakter: wielodniowy event teatralny

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 2004

Strona internetowa: brak

Event został zapoczątkowany jako impreza towarzysząca Międzynarodowych Warsztatów Teatru Tańca, które posiadają o dekadę dłuższą tradycję. Jej głównym celem, krótko definiowanym przez organizatorów, jest „reprezentowanie nowego sposobu myślenia o tańcu teatralnym”, które przedstawiają corocznie zespoły zarówno rodzime, jak i pochodzące z innych, nierzadko odległych krajów.

Podstawa klasyfikacji:

- Festiwal określony jako „event kultury wysokiej o znaczeniu krajowym” [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s.444.

- W VII edycji, w roku 2010, wśród 11 zespołów, Poznań i Wielkopolskę reprezentował tylko jeden, co świadczy zdecydowanie o ogólnopolskim (ponadregionalnym) charakterze [www.ptt-poznan.pl].

5. Międzynarodowy Festiwal Filmowy OFF CINEMA

Organizator: Centrum Kultury „ZAMEK” [www.zamek.poznan.pl]

Termin: listopad

Charakter: wielodniowy event filmowy

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 1997

Strona internetowa: www.offcinema.pl

Off Cinema jest najważniejszym festiwalem kina niezależnego w Poznaniu, który ma stanowić kontynuację, popularnego w latach 80-tych ubiegłego wieku, wrocławskiego odpowiednika „Film poza kinem”. Został zainicjowany przez Piotra Majdrowicza, który był następnie jego wieloletnim dyrektorem. W roku 2008 postanowiono zawęzić dotychczasową ideę i skupić profil tematyczny festiwalu jedynie na filmach dokumentalnych. Pokazy wszystkich filmów odbywają się w salach Centrum Kultury ZAMEK, gdzie organizowany jest również inauguracyjny koncert, jak i szereg wystaw towarzyszących. Wśród uczestników corocznie znajduje się wielu twórców zagranicznych z Europy i Świata - przy ciągłej jednak przewadze artystów rodzimych. W roku 2010 zanotowano rekordową ilość 200 zgłoszonych do festiwalu dzieł z najróżniejszych państw, które były oceniane przez pięcioosobowe, międzynarodowe jury pod przewodnictwem polskiej dokumentalistki, Marii Zmarz-Koczanowicz.

Podstawa klasyfikacji:

- Festiwal znalazł się wśród „Najbardziej znanych festiwali filmowych w Polsce”. [Buczkowska, 2009, s.113].
- Co roku swoje osiągnięcia prezentuje imponująca liczba twórców spoza miasta i kraju. [www.offcinema.pl].

6. Międzynarodowy Festiwal Filmów Młodego Widza ALEKINO!

Organizator: Centrum Sztuki Dziecka w Poznaniu [www.csdpoznan.pl] oraz Multikino [www.multikino.pl]

Termin: grudzień (od 2006)

Charakter: wielodniowy event filmowy

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: początki sięgają lat 60 XX wieku, jako festiwal od 1994

Strona internetowa: www.alekino.com

Festiwal kinowy AleKino jest przedsięwzięciem skierowanym przede wszystkim do dzieci: zarówno tych biorących w nim czynny, jak i bierny udział. Każdego roku w grudniu sale poznańskiego Multikina (oddział Stary Browar i Strefa 51) przyjmują tysiące najmłodszych widzów, którzy są głównymi odbiorcami festiwalowej oferty. Za swój cel obiera ona bowiem promocję kinematografii skierowanej właśnie dla nich. Niektóre ze zgłoszonych do konkursu filmów są także dziełami młodzieży, co dodatkowo przemawia za jego ideą. Festiwal podzielono na bloki tematyczne: filmy aktorskie, filmy animowane, panorama młodych, panorama dzieci, alekino! z piłką i alekino! dla najmłodszych. Organizatorzy wychodzą także z szeregiem inicjatyw, które mają ułatwić odbiór i dopasowanie konkretnej propozycji do sugerowanej grupy wiekowej. Wszystkie wyświetlane w czasie festiwalu filmy dzieli się na podgrupy: AleKino! najmłodszego widza, szkoła podstawowa, gimnazjum, liceum. Są one prezentowane w godzinach porannych - dla grup ze szkół oraz w godzinach popołudniowych - dla rodzin. Korzystając z ogólnej promocji i wysokiego zainteresowania, oddzielny blok filmowy skierowany jest dla dorosłych. Prezentowane w nim realizacje dotyczą jednak tematyki dzieci i młodzieży.

Podstawa klasyfikacji:

- Festiwal uzyskał międzynarodową rangę dzięki uczestnictwu twórców z całego świata jak i dzięki przynależności do organizacji: Europejskie Stowarzyszenie Filmów Dziecięcych ECFA⁴ [www.ecfaweb.org] oraz Międzynarodowe Centrum Filmu dla Dzieci i Młodzieży CIFEJ⁵ [www.cifej.com].

⁴. European Children's Film Association

⁵. International Center of Film for Children and Young People

- Znalazł się ponadto na liście „Najbardziej znanych festiwali filmowych w Polsce”. [Buczowska K., 2009, s.113].

7. Międzynarodowy Festiwal Filmów Animowanych ANIMATOR

Organizator: Estrada Poznańska [www.estrada.poznan.pl]

Termin: lipiec

Charakter: wielodniowy event filmowy

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 2008

Strona internetowa: www.animator-festival.com

„Animator” jest inicjatywą skupiającą kilka scen kinowych Poznania, które na kilka dni lipca łączą się, aby zaprezentować najciekawsze produkcje z gatunku animacji. Ze względu na zdecydowanie bardziej specjalistyczną i mniej popularną tematykę, niż teatr czy film fabularny, „Animator” jest słabo rozpoznawalnym przedsięwzięciem, które jednak w swojej dziedzinie zdobywa własne, stałe grono miłośników. Organizatorzy cieszą się ciągłym wzrostem ilości nadsyłanych zgłoszeń i z optymizmem prognozują przyszłość festiwalu. Dla jego urozmaicenia organizowane są również towarzyszące kameralne koncerty muzyczne.

Podstawa klasyfikacji:

- Zdecydowana większość zgłoszonych na festiwal w 2010 roku propozycji nadesłano z zagranicy. Ponad 80-procentowy udział obcokrajowców.

8. Międzynarodowy Festiwal Chórów Uniwersyteckich „Universitas Cantat”

Organizator: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. [www.amu.edu.pl]

Termin: czerwiec

Charakter: trzydniowy event muzyczny

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 1998

Strona internetowa: www.cantat.amu.edu.pl

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza wraz z działającym przy nim chórem kameralnym co roku organizuje spotkanie kilkunastu zespołów z najróżniejszych krajów Europy i Świata. Od roku 1998 w murach Auli Uniwersyteckiej zaprezentowało się w sumie około 3500 uczestników z 23 różnych państw [www.cantat.amu.edu.pl]. Bardzo ciekawa jest idea festiwalu i obostrzeń w repertuarach występujących chórów. Każdy z nich prezentuje utwory rodzime, przez co wyrażana jest odmienność kulturowa i często także odmienne podejście do muzyki. Na zakończenie wszyscy uczestnicy wraz z orkiestrą biorą udział w koncercie finałowym, wykonując wybrany utwór któregoś ze znanych żyjących twórców muzyki klasycznej.

Podstawa klasyfikacji:

- Impreza wymieniona w trójce „najbardziej znanych festiwali chóralnych w Polsce”. [Buczowska, 2009, s.113]

- Ponad połowa uczestniczących chórów w roku 2010 pochodziła spoza Polski. [www.cantat.amu.edu.pl]

9. Międzynarodowy Festiwal Chórów Chłopięcych

Organizator: Poznański Chór Chłopięcy [www.pchch.pl]

Termin: listopad

Charakter: wielodniowy event muzyczny

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 1992

Strona internetowa: www.poznanfestival.pl

Organizowany przez Poznański Chór Chłopięcy pod przewodnictwem Jacka Sykulskiego, festiwal jest kontynuacją festiwali zapoczątkowanych przez Jacka Kurczewskiego w latach 60-

tych ubiegłego wieku. Trzonem festiwalu są występy zaproszonych do udziału chórów z Poznania, a także z innych miast Polski i z zagranicy. Koncerty odbywają się w Poznaniu, w Auli Uniwersyteckiej lub w miejskich kościołach oraz w niektórych innych miastach Wielkopolski. W ramach eventu odbywają się zawsze koncerty specjalne oraz koncert finałowy.

Podstawa klasyfikacji:

- W roku 2010 na dziewięć chórów biorących udział w festiwalu, sześć pochodziło z innych krajów.

10. Misterium Męki Pańskiej (na Cytadeli Poznańskiej)⁶

Organizator: Dom Zakonny Towarzystwa Salezjańskiego Niepokalanego Serca NMP
oraz Artur Piotrowski Films

Termin: sobota poprzedzająca niedzielę palmową

Charakter: jednodniowy event religijny

Cykliczność: corocznie

Pierwsza edycja: 1998

Strona internetowa: www.misterium.eu

Poznańskie Misterium Męki Pańskiej uznawane jest za największe na świecie [www.misterium.eu]. Co roku dla jego organizacji potrzebny jest zespół liczący niemal tysiąc osób. Swoje role wykonuje tu mniej więcej 300 aktorów, 300 chórzystów, wspomaga ich tyle samo harcerzy. Dodatkowo cała realizacja, nagłośnienie i światło obsługiwane jest przez około 100 osób. Misterium jest wydarzeniem plenerowym i otwartym dla wszystkich, stąd nie przynosi zysków. Pomysłodawcą i współorganizatorem jest Artur Piotrowski, który jest także głównym reżyserem spektaklu. Odbywa się on co roku w tym samym miejscu, na potężnym placu pod Dzwonem Pokoju, na terenie dawnej poznańskiej Cytadeli. Wydarzenia prezentowane w trakcie jego trwania obejmują ostatni fragment życia Jezusa, od jego wjazdu do Jerozolimy, przez mękę, śmierć, aż po finałowe zmartwychwstanie. Poznańskie misterium jest z pewnością eventem zorganizowanym z bardzo dużym rozmachem i z użyciem najnowocześniejszej techniki budowania scenografii, oświetlenia, muzyki, choreografii, kostiumy i wreszcie z udziałem profesjonalnych aktorów. Dzięki temu, obok wyraźnego profilu przeżycia religijnego (powiązanego także z czasem realizacji, u progu Wielkiego Tygodnia) ma on także widoczny aspekt teatralny, będący niewątpliwą atrakcją dla miłośników tej formy sztuki.

Podstawa klasyfikacji:

Krajowa ranga podkreślona w publikacjach:

- [Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s. 165]

- [Ratkowska 2009, s. 47].

11. Tzadik Poznań Festival

Organizator: Stowarzyszenie Multikulti [www.multikulti.com]

Termin: lipiec/sierpień

Charakter: trzydniowy event muzyczno-filmowy

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 2007

Strona internetowa: www.tzadikpoznanfestival.pl⁷

⁶ W dniu 24 marca 2011 organizatorzy Misterium ogłosili w lokalnych poznańskich mediach, że w roku 2011 odbędzie się ono nie w Poznaniu, a w Warszawie. Nie ma żadnych deklaracji na temat miejsca jego organizacji w kolejnych latach. Gdyby miało się okazać że będą to różne miejsca, Poznań na stałe straciłby jedyny znaczący event o tematyce religijnej, co poważnie osłabiłoby nie tylko potencjał eventowy miasta, ale także możliwość przyciągania turystów zainteresowanych tematyką religijną (przyp. redakcyjne).

⁷ Dostęp niepotwierdzony. W chwili powstawania artykułu strona była w budowie, jednak na stronie organizatora adres ten jest podawany jako oficjalny.

Jak w innych dużych polskich miastach, tak i w Poznaniu istnieją silne związki z kulturą żydowską. Dziś, kiedy społeczność żydowska nie jest tak liczna jak kiedyś, organizuje się festiwale bądź inne eventy, mające na celu przypomnienie jej kultury i wielowiekowej obecności. Jednym z takich przedsięwzięć jest poznański festiwal Tzadik. Tajemnicze słowo tytułowe pochodzi z języka hebrajskiego i używane jest dla określenia osoby prawej i sprawiedliwej, a także (w niektórych nurtach religijnych, jak chasydyzm) - przywódcy wspólnoty religijnej, nauczyciela i mistrza. Również znane jest jako nazwa nowojorskiej wytwórni muzycznej, promującej różne typy muzyki żydowskiej, założonej przez Johna Zorna, który gościł w Poznaniu w czasie pierwszej edycji festiwalu. Początkowo głównym nurtem promowanej w czasie festiwalu muzyki żydowskiej miała być muzyka klezmerska, wywodząca się z obrzędów religijnych i będąca aktualnie silnie związana z jazzem. Dzisiaj jednak koncepcja eventu uległa rozszerzeniu i składa się on z dwóch głównych „tzadików”: muzycznego i filmowego. Wszystkie wydarzenia w trakcie trwania eventu prezentowane są w jednym z czterech miejsc: w starym korycie Warty, w klubokawiarni Meskalina, w klubie Dragon lub na dziedzińcu Muzeum Archeologicznego.

Podstawa klasyfikacji:

- W edycji 2010 zdecydowana większość wykonawców pochodziła spoza Poznania. Część z nich także spoza Polski.

3. Drugorzędne eventy kulturowe Poznania

Za imprezy o znaczeniu drugorzędnym dla turystyki kulturowej uznać można te, które znajdują się co prawda w gronie najpopularniejszych realizacji kulturalnych miasta, jednak zasięg ich oddziaływania ocenić można jedynie jako regionalny lub nawet lokalny. Zakwalifikowanie do tej grupy zostało dokonane na podstawie braku potwierdzenia międzynarodowej lub krajowej rangi eventu w literaturze fachowej. Część z poniższych przedsięwzięć nie mogła być uznana za główne również z powodu ich adresowania przede wszystkim do mieszkańców miasta i tym samym z braku impulsów pozwalających uznać je jako istotne z punktu widzenia turystyki. Niewątpliwie, niektóre z nich w przyszłości mogą stać się atrakcjami przynajmniej na skalę kraju, jednak w obecnej chwili zaliczenie ich do tej grupy nie znajduje uzasadnienia.

12. Nostalgia Festival

Organizator: Fundacja Malta [www.maltafoundation.pl]

Termin: listopad

Charakter: dwudniowy event muzyczny

Cykliczność: co rok (od 2009)

Pierwsza edycja: 2007

Strona internetowa: www.nostalgiafestival.pl

Obok popularnego projektu Malta Festival Poznań, Fundacja Malta proponuje event o zdecydowanie mniejszej skali, skierowany do miłośników kontemplowanej w spokoju muzyki klasycznej. Sami organizatorzy określają festiwal jako „propagatora współczesnej kameralistyki”. Ideą eventu jest zapraszanie zdolnych twórców muzyki kameralnej do prezentowania własnych interpretacji utworów znanych kompozytorów i muzyków. Od początku stawiano przy tym na globalność tego wydarzenia, zapraszając szereg artystów z innych krajów. Dodatkowo w ramach ostatniej edycji Nostalgii zdecydowano się na bezprecedensową akcję w różnych instytucjach Poznania o nazwie *silent Bach*. W księgarniach,

restauracjach i centrach handlowych wręczano przechodniom bezprzewodowe słuchawki, z których usłyszeć można było utwory Bacha. Nostalgia Festival jest na dzień dzisiejszy jeszcze eventem początkującym, jednak pomysł i doświadczenie jego organizatorów wróży mu duży sukces.

13. Festiwal Teatralny Maski

Organizator: Teatr Biuro Podróży [www.teatrbiuropodrozy.pl]

Termin: grudzień

Charakter: wielodniowy event teatralny

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 1997

Strona internetowa: brak

Początkowo Festiwal Maski miał na celu prezentowanie głównie niezależnych teatrów miejskich i jego organizatorzy kładli nacisk wyłącznie na spektakle premierowe. Z czasem impreza ewoluowała i aby odróżnić jej profil od innych offowych festiwali w Polsce, zdecydowano się skupić na tematyce polityczno-społecznej. Z roku na rok wzrasta ranga przedsięwzięcia, a do wzięcia w nim udziału coraz częściej zapraszani są wykonawcy nie tylko spoza miasta, ale także z innych krajów. Festiwal nadal nie jest eventem bardzo popularnym, ale jest widoczny w życiu kulturalnym miasta, a skład jego uczestników podkreśla jego wzrastającą, aspirującą do międzynarodowej, rangę.

14. Festiwal Atelier Polskiego Teatru Tańca

Organizator: Polski Teatr Tańca [www.ptt-poznan.pl]

Termin: styczeń/luty

Charakter: trzydniowy event teatralny

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 2008

Strona internetowa: brak

Jest wynikiem aktywności założonego w 1999 roku Atelier Polskiego Teatru Tańca, czyli sceny poszukiwań i debiutów. Sami twórcy tego środowiska określają go jako "grupę tancerzy, którzy poszukują nowych dróg aktywności artystycznej, zarówno wykonawczej, jak i twórczej: choreograficznej, scenograficznej i kompozytorskiej". Główną ideą jest oczywiście promocja sztuki jako środka przekazu we wszystkich jej formach, z naciskiem na muzykę, teatr i taniec. Organizowanie festiwalu ma na celu poszukiwanie całkowicie nowych form artystycznych i nowatorskich ruchów w sztuce. Biorą w nim udział zarówno debiutanci, którzy po raz pierwszy przedstawiają swoje idee i artystyczne dzieła, jak i dojrzały artyści, których aktywność twórczą charakteryzują pionierskie działania i nieustanne poszukiwania. Polski Teatr Tańca jest instytucją bez stałej siedziby, a imprezy festiwalowe odbywają się w Auli Artis.

15. Festiwal Kultury Studenckiej ARTenalia

Organizator: komitet organizacyjny przy współpracy Miasta Poznania i Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Termin: maj

Charakter: trzydniowy event kultury studenckiej

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 2008

Strona internetowa: www.artenalia.pl

Choć popularność ARTenaliów nie osiągnęła jeszcze poziomu dużych festiwali sztuki, warto wspomnieć o nim jako o wyraźnym wyrazie obecności społeczności studenckiej w kulturze miasta. Poznań jest miastem wyraźnie uniwersyteckim, w którym przeciętnie zamieszkuje około 150 tys. studentów (co stanowi więcej niż 27% mieszkańców). Juwenalia organizowane w większości polskich miast akademickich są jedynie imprezą muzyczną. Natomiast poznańskie ARTenalia aspirują do miana popularnego eventu, prezentującego świadomą, często buntowniczą twórczość studencką. Idea eventu powstała we współdziałaniu poznańskich akademii - Sztuk Pięknych (dziś Uniwersytet Artystyczny), Muzycznej oraz Wychowania Fizycznego. Pierwsza edycja odbyła się w centralnym punkcie miasta - na Placu Wolności, kolejne w murach Starej Rzeźni, która docelowo ma stać się jednym z centrów kulturalnych Poznania.

16. Imieniny Ulicy Święty Marcin

Organizator: Centrum Kultury „ZAMEK”

Termin: 11 listopada

Charakter: jednodniowy event tradycji i obyczajów/event muzyczny

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 1993

Strona internetowa: brak

Obchody Święta Niepodległości w Poznaniu nie należą do popularnych w skali kraju, jednakże z racji swojej oryginalności są na pewno godne uwagi. Tego dnia świętuje się w mieście imieniny starej ulicy, których główną postacią jest jej patron - Święty Marcin. Pochód, prowadzony przez bohatera przemierzającego miasto na koniu (aktora), rozpoczyna się pod kościołem Św. Marcina, po sumie odpustowej. Po dojściu pochodu do siedziby organizatora, czyli Zamku Cesarskiego, postaci tytułowej zostają wręczone klucze do miasta, co dla mieszkańców jest znakiem do rozpoczęcia świętowania. Poza serwowaniem rogalików świętomarcińskich, tradycyjnego produktu kulinarnego posiadającego certyfikat UE, poznaniacy bawią się do późnego wieczora podczas zorganizowanych na placu zamkowym koncertów i podziwiają pokazy sztucznych ogni. Szlachetnym elementem widowiska, na wzór hojności Świętego Marcina, jest akcja charytatywna „Pomóż bliźnim przetrwać zimę”, którą przeprowadza organizator wraz z fundacją Barka.

17. Jarmark Świętojański

Organizator: Centrum Kultury „ZAMEK” [www.zamek.poznan.pl]

Termin: czerwiec

Charakter: wielodniowy festyn i event muzyczny

Cykliczność: co rok

Pierwsza edycja: 1975

Strona internetowa: brak

Poznański Jarmark Świętojański stanowi upamiętnienie kupieckiej tradycji Poznania, istotnego od wieków miasta na handlowej mapie Polski i Europy. Także dzisiaj znana jest jego targowa pozycja, którą Jarmark upamiętnia w biesiadny sposób. Zarówno termin, jak i nazwa eventu wzięły się z tradycji jarmarcznej średniowiecznego Poznania, w którym na dzień Św. Jana (24 czerwca) przypadał największy miejski targ na Starym Rynku. Na początku swojego istnienia, po reaktywacji w 1975 roku, organizacja eventu była silnie związana z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi, a jego charakter był dużo mniej rozrywkowy. W czasie pierwszych Jarmarków można było bowiem zakupić towary deficytowe, o które ciężko

było w socjalistycznej Polsce. Aktualnie wizerunek tej imprezy jest diametralnie inny. Nadal są wprowadzane sprzedawane produkty rzadko obecne w sklepach, ale tylko dlatego, że są to unikalne wytwory rękodzieła i tradycyjnego rzemieślnictwa. Ponadto goście Jarmarku mogą tu spróbować regionalnych potraw i wziąć udział w szeregu wydarzeń towarzyszących, jak zajęcia dla dzieci, happeningi czy pokazy rzemiosł. Ewolucja Jarmarku sprawiła także, że włączono elementy muzyczne, a zapraszane zespoły mają z każdym rokiem wyższy poziom artystyczny. W roku 2010 najważniejszy poznański Stary Rynek zappełnił się straganami już po raz 35, a wśród 120 wystawców było wielu z zagranicy, w tym m. in. z Peru czy Egiptu. Skala eventu, popularność i międzynarodowy skład wystawców oraz występujących sprawia, że nieustannie wzrasta jego ranga.

18. Pyrlandia

Organizator: Stowarzyszenie Inicjatyw Niezależnych „Mikuszewo”
[www.mikuszewo.pl] oraz Profile Poznań [www.profile-poznan.pl]
Termin: pierwszy weekend września
Charakter: festyn jednodniowy
Cykliczność: co rok
Pierwsza edycja: 2003
Strona internetowa: www.dnipyrlanii.com.pl

Rok 2003, w którym odbyła się pierwsza edycja „Pyrlandii”, był dla Poznania rokiem szczególnym. Minęło bowiem 750 lat od kiedy Przemysł I nadał mu prawa miejskie i uczynił sprawnym organizmem miejskim. Dla uczczenia tego wydarzenia, poza innymi obchodami chciano zrobić coś wyjątkowego, co jednoznacznie kojarzy się ze stolicą Wielkopolski. Posłużono się lokalnym określeniem ziemniaka⁸, który poza obecnością w nazwie, jest stałą atrakcją festynu. W trakcie jego trwania spróbować można różnego rodzaju potraw przyrządzonych z ziemniaków oraz wziąć udział w licznych zabawach integracyjnych i zawodach sportowych z nimi związanych, jak na przykład rzut pyra czy bieg w workach po pyrach. Na zakończenie dnia Pyrlandii organizowany jest koncert z udziałem przedstawicieli polskiej muzyki rozrywkowej.

19. Eventy Centrum Turystyki Kulturowej „TRAKT”

Wśród eventów kulturowych miasta coraz bardziej widoczne są także te organizowane przez Centrum Turystyki Kulturowej „TRAKT”. Mają one na celu przybliżenie mieszkańcom i gościom ważnych wydarzeń z historii miasta oraz głównych aspektów lokalnego dziedzictwa kulturowego. Jak dotąd zarówno tematyka, jak i sposób organizacji imprez pokazuje wprost, że skierowane są one głównie do mieszkańców Poznania i to oni są ich głównymi uczestnikami.

Organizatorzy skupiają się aktualnie na dwóch inicjatywach. Pierwsza z nich - „Weekend z historią” - zakłada coroczną organizację eventu kulturowego związanego z ważnym dla Poznania i dla jego historii wydarzeniem lub zasłużoną postacią. Obchody tego wyjątkowego dla Poznaniaków weekendu, cieszące się rosnącą popularnością, odbywają się w miesiącach jesiennych - we wrześniu bądź w październiku. Drugi event, organizowany w ramach działalności CTK „TRAKT”, nazwany „Tropem...”, dotyczy każdorazowo innego z czterech zakładanych przez twórców traktu, jego filarów tematycznych. Może to być

⁸ Pyra - synonim ziemniaka wziętą się z kraju jego pochodzenia - Peru. Zamiennie tradycyjnie używano także słowa perka.

przedsięwzięcie dotyczące historii miasta, jego zabytków, dziedzictwa artystycznego lub tradycji wielkopolskich. Event nie ma stałej daty i może odbywać się nawet kilkakrotnie w ciągu roku, w różnych jego miesiącach.⁹

20. Inne:

- Konkurs recytatorski Verba Sacra
- Międzynarodowy Konkurs Organowy im. Feliksa Nowowiejskiego
- Staromiejskie Koncerty Jazzowe i Kameralne
- Wileńskie Kaziuki
- Poznańskie Dni Lwowa
- Festiwal Kultury Hiszpańskiej „Qué Pasa?”
- Art & Fashion Festival
 - Festiwal Młody Teatr Niezależny
 - Festiwal Rzeźby Lodowej
 - Święto Bamberskie
 - Dni Ułana

4. Eventowa turystyka kulturowa w Poznaniu

Niewątpliwą zaletą turystyki eventowej jest fakt, że tworząc odpowiednią ofertę można w oparciu o nią kreować ruch turystyczny w miesiącach, w których dotychczas jest on znikomy, chociażby ze względów atmosferycznych. Poznań jako cel wypraw turystycznych, (jak zresztą wiele innych miast w Polsce, a w przeciwieństwie do atrakcyjnych ośrodków Europy Zachodniej) charakteryzuje się sezonowością przyjazdów turystycznych, a ich liczba w niektórych okresach jest niewielka. Popularne eventy mogą przyczynić się do poprawy tej sytuacji i zwiększyć zarówno atrakcyjność Poznania, jak i całoroczny charakter miasta jako ośrodka turystyki kulturowej.

Na podstawie analiz terminów organizacji wymienionych w rozdziałach 2 i 3 najważniejszych poznańskich imprez zestawiono poniżej kalendarz eventów kulturowych Poznania (tab.1). Z racji dużej zmienności terminów niektórych z nich, należy go traktować jako ogólny zarys faktycznej sytuacji. Mimo to można na jego podstawie sformułować ogólne wnioski i wyodrębnić dwa główne sezony eventów kulturowych: sezon letni - od czerwca do początków października - oraz sezon zimowy - w listopadzie i grudniu. Najatrakcyjniejsze z punktu widzenia eventów miesiące roku w Poznaniu, to z pewnością czerwiec, lipiec i listopad. Przełom pierwszych dwóch to okres, w którym przede wszystkim organizowany jest Malta Poznań Festival, event o zdecydowanie największej popularności i znaczeniu na dzień dzisiejszy. Analizując poniższy kalendarz warto przyjrzeć się takim miesiącom, jak luty, marzec, czy październik. Brak w nich bowiem wyraźnie zaakcentowanej działalności kulturalnej na większą skalę, która mogłaby powiększyć zainteresowanie miastem w tych rzadziej wybieranych przez turystów miesiącach.

⁹ Więcej na temat działalności Centrum Turystyki Kulturowej „TRAKT” w zamieszczonym w niniejszym opracowaniu artykule: Piasta M., „Wybrane działania miasta Poznania i innych podmiotów na rzecz turystyki w mieście”.

Tab. 1. Kalendarz najważniejszych eventów kulturowych Poznania

Miesiąc	nazwa eventu	typ eventu	długość trwania
Styczeń	Festiwal Atelier Polskiego Teatru Tańca	teatralny	3 dni
Luty			
Marzec			
Kwiecień	Misterium Męki Pańskiej	religijny	1 dzień
Maj	Festiwal ARTenalia	kultury studenckiej	3 dni
Czerwiec	Jarmark Świętojański	festyn	> 3 dni
	Ethno Port Festiwal	muzyczny	3 dni
	Międzynarodowy Festiwal Universitas Cantat		3 dni
	Malta Festival Poznań	form artystycznych	> 3 dni
Lipiec	ANIMATOR	filmów animowanych	> 3 dni
	Tzadik Poznań Festiwal	muzyczny	3 dni
Sierpień	Festiwal Teatrów Tańca		> 3 dni
Wrzesień	Pyrlandia	festyn	1
	Weekend z historią	historyczny	3 dni
Październik			
Listopad	OFF CINEMA	filmowy	> 3 dni
	Nostalgia Festival	muzyczny	2 dni
	Imieniny Ulicy Św. Marcina		1 dzień
	Festiwal Chórów Chłopięcych	muzyczny	> 3 dni
Grudzień	ALE KINO!		> 3 dni
	Festiwal Teatralny Maski	teatralny	> 3 dni

źródło: opracowanie własne

Mimo, że znana jest oferta najważniejszych eventów kulturowych Poznania i do pewnego stopnia możliwe było określenie ich ponadregionalnego, a w niektórych przypadkach nawet międzynarodowego charakteru, nadal trudno jest ocenić generowany przez nie ruch turystyczny. Przede wszystkim niełatwe jest oszacowanie, dla jak dużej grupy osób *spoza* miasta udział w nich był wynikiem przypadku, a dla jakiej stanowił on główny cel podróży - wynik świadomego wyboru. Niejednokrotnie bowiem w trakcie pobytu turystycznego podróżujący może znaleźć się w samym centrum eventu, nie mając uprzednio żadnej świadomości jego odbywania. Natomiast w celu nazwania konkretnego zjawiska magnesem turystycznym musielibyśmy znać ilość uczestników określanych przez H. Hughesa jako *art-core tourists*, czyli zorientowanych na dany event, w przeciwieństwie do *art-peripheral tourists*, dla których wzięcie w nim udziału jest wynikiem decyzji spontanicznej, nie wynikającej z faktycznego zainteresowania [Buczkowska, s.100]. Jedynym sposobem pozyskania takiej wiedzy, istotnej z punktu widzenia miasta jako ośrodka eventów, jest przeprowadzenie szeroko zakrojonych badań ankietowych na określonych próbach uczestników poszczególnych eventów, które pokazałoby po pierwsze ich pochodzenie, a w dalszej kolejności ich motywacje, które zadecydowały o udziale w nim.

Inną, równie trudną do zbadania kwestią jest charakter kreowanej przez dany event ruchliwości społecznej. Podstawowy podział Światowej Organizacji Turystyki rozróżnia turystów, czyli osoby podróżujące, które zatrzymują się w danym miejscu na więcej niż 24h oraz odwiedzających, którzy nie korzystają z usług noclegowych [Hall 2006]. W przypadku eventów wielodniowych istnieje duże prawdopodobieństwo, że osoby przyjezdne, nastawione na wzięcie w nich udziału, spędzają w mieście więcej niż jedną dobę korzystając przy tym z innych usług turystycznych i paraturystycznych. Inaczej jednak może być w przypadku realizacji jednodniowych, których widzowie po ich zakończeniu opuszczają miasto, stanowiąc jedynie grupę odwiedzających, posiadającą z oczywistych powodów zdecydowanie mniejsze znaczenie ekonomiczne. Podejmując próbę zbadania tego zjawiska można obok przeprowadzenia kolejny raz badań ankietowych, przeanalizować wykorzystanie bazy noclegowej w terminach popularnych eventów. W Poznaniu jednak mogą się one pokrywać z terminami rozmaitych międzynarodowych imprez targowych, które znacznie zwiększają stan wykorzystania obiektów hotelarskich i w ten sposób utrudniają obiektywną ocenę.

Jedynym zatem sposobem oceny atrakcyjności turystycznej eventów kulturowych Poznania bez przeprowadzania kosztownych badań, może być próba zdobycia wewnętrznych informacji i szacunków pochodzących od jednostek organizujących eventy¹⁰.

Wśród eventów jednodniowych największą popularnością cieszy się Misterium Męki Pańskiej na Cytadeli, które zdaniem organizatorów przyciąga co roku około stu tysięcy widzów, w tym mieszkańców innych regionów i krajów, którzy nierzadko zgłaszają również chęć czynnego w nim uczestnictwa [www.misterium.eu]. Spośród organizatorów eventów wielodniowych o mniejszej randze statystyki prowadzi Centrum Sztuki Dziecka, które szacuje, że wydarzenia związane z festiwalem AleKino! odwiedziło 1500 osób spoza Poznania. Mimo faktu, iż nie jest to liczba imponująca, to na tle ograniczonej ilości uczestników tego festiwalu jest wynikiem zasługującym na uwagę, gdyż stanowi ona 13,5% ich ogólnej liczby. Wśród eventów o większej skali istotne są te organizowane przez Centrum Kultury ZAMEK. Najważniejszym z nich jest festiwal Ethno Port, w którym w roku 2010 wzięło udział ok. 6000 osób. Festiwal kinowy OFF CINEMA zebrał publiczność wielkości ok. 4000, natomiast ilość widzów ubiegłorocznych lokalnych wydarzeń związanych z Imieninami Ulicy Święty Marcin organizatorzy szacują na ok. kilkanaście tysięcy. Najważniejszy ze wszystkich festiwali Poznania - Malta Festival - w roku 2010, w ciągu 9 dni trwania zgromadził ok. 50 000 widzów, 574 artystów oraz 189 akredytowanych dziennikarzy [www.malta-festival.pl], co bez wątpienia umacnia tę inicjatywę na pierwszym miejscu w mieście. Wciąż jednak biuro festiwalu nie podaje konkretnych danych dotyczących uczestnictwa w nim widzów spoza miasta, regionu i kraju.

Eventy kulturalne Poznania, co z łatwością można zauważyć już przy pierwszym zapoznaniu się z nimi, mają w zdecydowanej większości charakter kameralny. Oryginalność tematyki i elitarny charakter środków przekazu czy wyrazu artystycznego buduje ich wysoką pozycję na arenie krajowej i międzynarodowej, jednak jednocześnie skutecznie utrudnia zgromadzenie szerokiej publiczności. Większość z nich jest przedsięwzięciami niszowymi, zamkniętymi także w dosłownym znaczeniu, w niewielkich salach kinowych czy teatralnych, na które wykupić trzeba nietanie bilety. Wśród eventów przyciągających turystów w większej liczbie można wymienić Malta Festival i Ethno Port w grupie imprez muzycznych, a Misterium

¹⁰ Dane liczbowe, obok których nie zostało podane źródło, zostały zdobyte w wyniku bezpośredniego kontaktu z organizatorami.

Męki Pańskiej i Jarmark Świętojański wśród pozostałych. Jako przykłady eventów z innych miast Polski, które realizują podobne założenia i przyciągają co roku ogromne rzesze turystów są np. Przystanek Woodstock, Open'er Festival czy inscenizacja Bitwy pod Grunwaldem.

Ważny z punktu widzenia przyszłości eventów kulturowych w Poznaniu jest fakt, iż prawie połowa z dziewiętnastu najważniejszych poznańskich przedsięwzięć została zainicjowana po roku 2003, a jedynie trzy pamiętają czasy przed rokiem 1990. Jest to bez wątpienia świadectwo rozumienia potrzeby ich organizacji i chęci tworzenia nowych. Ta wzrostowa tendencja jest zresztą charakterystyczna dla terenu całego kraju, do czego przyczyniły się pozytywne zmiany w polskiej polityce kulturalnej po 1989 roku, światowe tendencje rozwoju tej formy kultury oraz nastawienie na jej konsumentów [Ilczuk D., Kulikowska M., 2009, s.265]. Jak podają cytowani autorzy, w roku 2006 w Poznaniu odbywało się 6 regularnych festiwali teatralnych i 3 muzyczne. Ta proporcja odzwierciedla ogólnopolską, odmienną od europejskiej prawidłowość, a mianowicie zdecydowaną przewagę liczby eventów teatralnych nad ilością imprez muzycznych. Po roku 2006 w Poznaniu wykreowano jednak trzy ważne festiwale muzyczne - Ethno Port, Tzadik Poznań Festival i Nostalgia Festival, a jedynie jeden teatralny - Festiwal Atelier Polskiego Teatru Tańca. Biorąc z kolei pod uwagę zamieszczone w tym opracowaniu pierwszo- i drugorzędne eventy, wyliczyć można pięć istotnych, regularnych przedsięwzięć muzycznych oraz trzy teatralne. Powyższe fakty wskazują na istnienie tendencji upodabniania profilu poznańskich eventów do tego, który występuje w innych państwach europejskich. Jej kontynuowanie może otworzyć przed naszym miastem szansę stania się polską stolicą szeregu prądów muzycznych i miejscem ich dorocznych kluczowych imprez, a tym samym chętnie odwiedzanym ośrodkiem kulturowej turystyki eventowej.

Zakończenie

Niniejszy artykuł wskazuje, że obecna ilość i charakter międzynarodowych oraz ponadregionalnych eventów kulturowych w Poznaniu nie pozwalają, przynajmniej na dzień dzisiejszy, uznać ich za silny magnes dla kulturowej turystyki przyjazdowej. Bez zmiany tej sytuacji trudno będzie zmienić w masowej skali ukształtowany już wizerunek Poznania jako miasta biznesu, handlu i sportu. W tych dziedzinach ma on faktycznie swoją renomę i uzyskaną już dawno popularność. Może to właśnie taki odbiór naszego miasta przesądził o tym, że w świadomości jurorów konkursu na Europejską Stolicę Kultury 2016 Poznań nie zarysował się jako wystarczająco silny i wyrazisty ośrodek kulturalny i nie został zakwalifikowany do finałowej piątki miast. Mając jednak na uwadze ilość i rangę funkcjonujących tu regularnych eventów, reprezentowanych przez wymienione powyżej propozycje, można założyć, że ich dalszy rozwój oraz ewolucja ich profilu może stopniowo doprowadzić do wzrostu ich popularności, a zapewne także do zwiększania ich skali oddziaływania. To z kolei, wraz z pojawieniem się szeregu nowych eventów, pozwoli na wykreowanie atrakcyjniejszego obrazu Poznania także z punktu widzenia omawianej formy turystyki kulturowej, w konsekwencji zaś na przyjęcie większej ilości turystów w liczniejszych terminach w skali roku.

Bibliografia

- Buczkowska K., 2008, *Turystyka Kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Wyd. AWF, Poznań
Buczkowska K., 2009, *Kulturowa turystyka eventowa*, [w:]. Buczkowska K., Mikos v. Rohrscheidt A. (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Wyd. AWF, Poznań

2009, s. 91-118

Buczowska K., 2010, Fiesty hiszpańskie - jeszcze święta lokalne czy już tylko atrakcje dla turystów, „Turystyka Kulturowa”, nr. 4-6, s. 18-38.

Crespi M., Planells M., 2003, Patrimonio Cultural, Wyd. Sintesis, Madrid.

Elliott J., 1997, The Oxford paperback dictionary & thesaurus, Wyd. Oxford University Press

Getz D., 2005, Event management and event tourism, Wyd. Cognizant Communication Corporation, New York.

Hall C.M. Page S., 2006, The geography of tourism and recreation, Wyd. Routledge, Glasgow.

Ilczuk D., Kulikowska M., Festiwale w Europie. Polityka władz publicznych, [w:]

Orzechowski E. (red.), 2009, Zarządzanie kulturą, Wyd. Attyka, Kraków, s. 260-275.

Kilkenny S., 2006, The complete guide to event planning, Wyd. Atlantic Publishing Group, Florida

Łęcki W., 2010, Poznań - przewodnik po zabytkach i osobliwościach miasta dla przybyszów z dalszych i bliższych stron, Wyd. Zys i S-ka, Poznań,

Mikos v. Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka kulturowa. Fenomen potencjał perspektywy*, Wyd. GWSHM Milenium, Gniezno

Mikos v. Rohrscheidt A., 2010a, *Regionalne szlaki tematyczne. Idea, potencjał, organizacja*, Wyd. Proksenia, Kraków.

Mikos v. Rohrscheidt A., 2010b, *Poznań i Powiat Poznański jako destynacja turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa”, nr. 4-6 s. 165-167.

Mikos v. Rohrscheidt A., 2010c, *Turystyka kulturowa. Fenomen potencjał perspektywy*, Wyd. GWSHM Milenium, Gniezno

Ratkowska P., 2009, Uduchowione tłumy, „Turystyka Kulturowa”, nr. 3, s. 47-50.

Smith M.K., 2009, *Issues in cultural tourism studies*, Wyd. Routledge, Cornwall.

Wykorzystane oficjalne portale internetowe eventów: (dostęp: 17.12.2010-6.01. 2011)

www.maltafoundation.pl

www.malta-festival.pl

www.nostalgiafestival.pl

www.zamek.poznan.pl

www.ethnoport.pl

www.wieniawski.pl

www.ptt-poznan.pl

www.offcinema.pl

www.alekino.com

www animator-festival.com

www.poznanfestival.pl

www.misterium.eu

www.dnipyrlandii.pl

www.artenalia.com.pl

www.wikipedia.org/wiki/Tzadik

www.poznan.pl

www.poland.gov.pl

www.2016poznan.pl

Poznań: Atuty i słabości oraz dylematy i szanse miasta jako ośrodka turystyki kulturowej

Wprowadzenie

Tekst ma za zadanie podsumować dokonaną w niniejszym zbiorze refleksję nad funkcjonowaniem Poznania jako ośrodka turystyki kulturowej i zaprezentować wnioski dotyczące pożądaných przedsięwzięć w tym zakresie. Składają się na niego cztery części. W pierwszej autor wymienia i pokrótce opisuje główne atuty miasta jako obszaru recepcji turystyki kulturowej. Ponieważ inne opracowania zamieszczone z zbiorze szerzej zajmują się tymi kwestiami, ta część ma charakter rekapitulacji. W części drugiej, w oparciu o badania i analizy własne lub wnioski sformułowane w pozostałych opracowaniach zbioru, a także o powszechnie znane fakty, procesy i działania lub zaniedbania, autor przedstawia główne słabości miasta w kontekście potrzeb tego segmentu turystyki i oczekiwań turysty kulturowego. Część trzecia obejmuje opis najważniejszych problemów poznańskiej turystyki i dylematów wiążących się z jej najbliższą przyszłością, z reguły dobrze znanych praktykom, zajmującym się jej organizacją i świadczeniem poszczególnych usług turystycznych na terenie Poznania, w niektórych przypadkach zaś będących nawet przedmiotem publicznych sporów. Tutaj zostają one przedstawione z punktu widzenia ich negatywnego wpływu na kształtowanie obrazu Poznania w oczach turystów oraz jako konkretne przeszkody w kreowaniu nowoczesnych i atrakcyjnych produktów turystyki miejskiej. W ostatniej części, bazując na analizach zamieszczonych w prezentowanym zbiorze, na badaniach wykonywanych przez samego autora, a także na porównaniach z innymi ośrodkami turystyki miejskiej, w kontekście istniejących szans na rozwijanie poszczególnych form turystyki kulturowej zaprezentowany zostaje szereg postulatów odnoszących się do konkretnych produktów turystycznych, przedsięwzięć oraz możliwych kierunków rozwiązań istniejących problemów. Ma on w założeniu autora tworzyć rodzaj agendy: zestawienia pożądaných działań na rzecz turystyki kulturowej. Tworzy je grupa proponowanych i szerzej uzasadnionych konkretnych przedsięwzięć, które - jeśli zostaną zrealizowane - umożliwią rozwinięcie w Poznaniu nowoczesnego i atrakcyjnego obszaru recepcji turystów kulturowych. Artykuł - konsultowany z szeregiem osób, zajmujących się badaniami naukowymi z zakresu turystyki kulturowej i dobrze znających specyfikę turystycznego Poznania - można traktować jednocześnie jako swoiste, konkretne pladoyer tego środowiska na rzecz przyszłości Poznania jako ważnej miejskiej destynacji turystycznej. Może on stać się przyczynkiem do stworzenia rzeczywistej strategii turystyki miejskiej w Poznaniu na najbliższe lata, stanowiącej jeden z filarów przygotowywanej strategii rozwoju na lata 2010-2030. Jednocześnie pewne fragmenty tekstu można uznać za krytyczny komentarz do jej założeń odnoszących się do tego segmentu turystyki, które zostały już sformułowane w dokumencie roboczym i poddane konsultacjom.

1. Atuty Poznania jako ośrodka turystyki miejskiej

Z uwagi na szerszy opis walorów turystyczno-kulturowych Poznania w osobnym tekście¹, tutaj ograniczymy się tylko do ich wymienienia dla porządku. Natomiast niektóre istotne czynniki innego rodzaju zostaną zaprezentowane szerzej.

Główne walory turystyczno-kulturowe:

1. zabytki piastowskie i fakt funkcjonowania miasta w przestrzeni Szlaku Piastowskiego,
2. obiekty i wątki interesujące dla turystyki etnicznej (głównie Żydów i Niemców),
3. obiekty i wątki interesujące dla turystyki tematycznej (m. in. praca organiczna, lekarze, wybitne kobiety, wątek „okultystyczny”, szereg wątków biograficznych),
4. znaczna liczba eventów kulturalnych zarówno o charakterze elitarnym jak i masowym, o różnorodnej tematyce,
5. bardzo duże nagromadzenie obiektów i ekspozycji militarnych,
6. duże zgrupowanie placówek muzealnych z urozmaiconą ofertą,
7. szereg walorów atrakcyjnych z punktu widzenia turystyki regionalnej i studyjnej,
8. liczne obiekty i wątki interesujące turystów religijnych i mogące przyciągać pielgrzymów,
9. kilka obiektów i przestrzeni atrakcyjnych dla turystów kulturowo-przyrodniczych.

Atuty komunikacyjne i infrastrukturalne:

10. położenie przy autostradzie A-2, aktualnie rozbudowywanej do relacji Warszawa-Berlin: potencjalny punkt postojowy grup turystycznych zmierzających z Niemiec do centralnej Polski, realna perspektywa przyciągania turystów z Berlina (w roku 2012: 2,5 godziny jazdy samochodem),
11. krzyżowanie się kilku ważnych dróg krajowych (położenie na trasach licznych krajowych turystów, głównie przemieszczających się z południa i południowego wschodu kraju na jego północ, do pasa nadmorskiego),
12. funkcjonowanie międzynarodowego portu lotniczego z licznymi regularnymi połączeniami do większych ośrodków miejskich (Londyn, Paryż, Rzym, Monachium, Kopenhaga, Praga, Oslo, Frankfurt/M., Münster-Osnabrück, Barcelona, Mediolan, Dublin, Dortmund, Edynburg, Bristol, Cork, Liverpool, Sheffield, Warszawa, Gdańsk, Kraków) w tym loty „low cost”²,
13. Duży węzeł kolejowy z średniookresową perspektywą rozbudowy kolei szybkich prędkości (tzw. projekt „Y”: mający połączyć Warszawę, Łódź, Poznań i Wrocław),
14. Wszystkie kategorie i rodzaje oferty hoteli i pozostałych obiektów noclegowych,
15. wszystkie obecne w Polsce standardy i niemal wszystkie rodzaje oferty gastronomicznej, włącznie z kuchnią regionalną i tradycyjną,
16. atrakcyjna oferta shoppingu, z grupą dużych galerii, w tym znanymi i aktywnie promowanymi obiektami łączącymi handel ze sztuką (Stary Browar).

¹ Por. A. Mikos v. Rohrscheidt, *Potencjał turystyczny...* zamieszczony w części pierwszej niniejszej publikacji, rozdział 3

² Lista aktualnych połączeń, sporządzona w oparciu o dane portu lotniczego [Ławica 2011].

Zasoby ludzkie:

17. liczna kadra przewodników miejskich (na dzień 1. stycznia 2011 aktualne uprawnienia w tym zakresie posiadało 371 osób), przy korzystnej średniej wieku³,
18. wysoki przeciętny poziom wykształcenia mieszkańców⁴, w tym relatywnie częsta dobra znajomość języków obcych (korzystne dla potencjalnej jakości obsługi turystów zagranicznych),
19. liczna i dobrze przygotowana kadra akademicka w zakresie nauk o turystyce, związana z tym możliwość regularnych badań potencjału i prac koncepcyjnych w odniesieniu do produktów turystycznych,
20. liczne środowisko artystyczne, możliwość jego włączenia w organizację eventów i obsługę poszczególnych modułów turystycznych pakietów tematycznych.

Organizacja turystyki:

21. istnienie fizycznie oznaczonej miejskiej trasy turystycznej (oś Traktu Królewsko-Cesarskiego), funkcjonowanie turystycznych ofert objazdowych na zamówienie,
22. działanie sieci punktów informacji turystycznej (CIM, CIT) z obsługą w głównych językach europejskich,
23. funkcjonowanie wyspecjalizowanej instytucji miejskiej wspierającej turystykę kulturową i w ograniczonym zakresie kreującej jej ofertę (Centrum Turystyki Kulturowej „Trakt”),
24. zaawansowana realizacja nowoczesnego multimedialnego tematycznego centrum turystyczno-kulturowego (Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego),
25. zróżnicowana oferta literatury turystycznej w języku polskim i w językach obcych,
26. działanie szeregu podmiotów oferujących zróżnicowaną ofertę zwiedzania miasta (m. in. gry miejskie) i szereg złożonych produktów turystycznych (biura, agentury, osoby prowadzące działalność gospodarczą),
27. zróżnicowana oferta edukacyjna muzeów i innych placówek,
28. funkcjonowanie szeregu fachowych internetowych portali informacyjnych, skierowanych do turystów (m. in. www.epoznan.pl/turystyka, www.poznan.pl/mim/public/turystyka, www.poznan.naszemiasto.pl/turystyka, inne).

2. Słabości oferty turystyczno-kulturowej Poznania

Opisaną tu grupę czynników negatywnie wpływających na atrakcyjność miasta oraz na zakres lub jakość oferty turystycznej podzielono na dwie części. W pierwszej zestawiono te mające odniesienie do ogólnego obrazu miasta i jego oferty w oczach turystów, których ewentualna zmiana jest trudna do uzyskania siłami samych organizatorów i dystrybutorów produktów turystycznych. Wymagałaby ona zatem współdziałania w tym sektorze na szeroką skalę, najlepiej koordynowanego i wspieranego przez miejskie instytucje zajmujące się turystyką,

³ Stan według informacji z dnia 10.01.2011, udzielonej na zapytanie autora przez Departament Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego.

⁴ Por. [Raport PwC 2011, s. 13]. Raport diagnozuje dla Poznania dobrze rozwinięty kapitał ludzki, przy czym poziom wykształcenia wynosi dla miasta 111,2% średniej dla 11 polskich metropolii, Poznań ustępuje w tym zakresie tylko Warszawie i Krakowowi.).

w części zaś konieczne byłyby też zmiany strategii miejskich. W drugiej grupie opisano braki, słabości i luki występujące w samej ofercie turystyczno-kulturowej, możliwe do uzupełnienia lub modyfikacji we współpracy podmiotów organizujących poznański rynek ofert i operujących bezpośrednio w sektorze usług turystycznych.

Grupa I.

Problemem specyficznym dla Poznania jako największego polskiego ośrodka targowego są relatywnie częste, bardzo znaczne (bo niejednokrotnie przekraczające 50%) **wahania cen w hotelach**. Z perspektywy organizatora turystyki przyjazdowej lub potencjalnego indywidualnego gościa naszego miasta można ująć tę kwestię następująco: w Poznaniu zamiast typowych różnic cenowych pomiędzy (przewidywalnym i zmieniającym się dwa razy do roku) okresem głównego sezonu oraz czasem poza sezonem turystycznym występuje znacznie liczniejsza grupa krótkookresowych, ale dotkliwych zmian cenowych pomiędzy kilkudniowymi okresami ważnych targów, a czasem przed nimi i po nich, w dodatku są to okresy z roku na rok ruchome.

Ta sytuacja na rynku podaży ogranicza między innymi efektywność działań na rzecz włączenia pobytu w Poznaniu w programy (objazdowych, studyjnych, tematycznych) wycieczek regularnie organizowanych poza sezonem turystycznym, ponieważ w porównaniu z cenami pobytu w innych miejscowościach, w ramach tej samej wycieczki hotel w Poznaniu może okazać się niespodziewanie znacznie droższy. Trudno jest także stworzyć atrakcyjne i spolegliwe z punktu widzenia odbiorcy oferty pakietów turystycznych: z dnia na dzień fluktuujące ceny noclegów są trudne do wyjaśnienia ewentualnym chętnym na przyjazd w ramach pakietu, dodatkowo ta sytuacja komplikuje także tworzenie instrumentów automatycznej rezerwacji (co rok zmiany z powodu ruchomych dat targów wymagają opracowywania znacznie większej ilości opcji). Także turyści indywidualni, podejmujący z dnia na dzień decyzję odwiedzenia konkretnego miasta są często zaskoczeni niespodziewanie wysoką ceną poznańskich hoteli w okresie poza sezonem i wybierają ostatecznie konkurencyjne oferty innych miast.

Dotkliwie odbija się na obrazie miasta **brak spójnej polityki przestrzennej**, która zawierałaby zasady i mechanizmy, chroniące krajobraz kulturowy (i tym samym także turystyczny) Poznania. Jaskrawym tego przykładem są udzielane nader często bez przemyślenia skutków dla innych dziedzin życia i gospodarki pozwolenia na zawieszanie wielkich billboardów i reklam na zabytkowych domach (jak kamienice na Starym Rynku), a nawet na ważniejszych obiektach historycznych (jak Zamek Cesarski), oraz na inne działania zmieniające wygląd miejsc często uczęszczanych przez turystów. Pomijając już negatywne skutki w postaci utraty walorów estetycznych miejsc i obiektów, często dochodzi przy tym także do zaprzepaszczenia okazji przekazu znaczącego historycznie lub kulturowo. Przykładem może być zastąpienie na długi czas przez reklamę jednej z firm napisu „*Przejdziem Wisłę, przejdziem Wartę... Autor hymnu spoczywa w Poznaniu*” umieszczonego w konturach polskiej mapy na ścianie skrajnego domu na Chwaliszewie. Dla tysięcy ludzi przyjeżdżających do Poznania stanowi on bodaj jedyny impuls do odwiedzenia Wzgórza Św. Wojciecha - obszaru położonego poza główną trasą wycieczek, a posiadającego liczne i znaczące walory. Jest to strata także z poznawczego punktu widzenia: gdyby już turysta nie miał iść na Wzgórze, to właśnie tu można zwrócić jego uwagę na ten napis i na silne związki Wybickiego z Poznaniem oraz na (dodatkowo nośny promocyjnie) fakt, że jest to jedyne polskie miasto, uwiecznione w naszym hymnie.

Zapewne z tym samym brakiem wiązą się **zaniedbania w zakresie estetyki szeregu miejsc** znajdujących się na trasach turystów i samych tras. Fakt, że taka sytuacja występuje w wielu innych miastach Polski, nie powinien być usprawiedliwieniem - miejsc tych jest w Poznaniu zresztą sporo, a niektóre z nich nie dadzą się ominąć w trakcie spacerów turystycznych po mieście. Faktem niejednokrotnie nagłaśnianym jest zaniedbane i zdewastowane otoczenie najczęściej używanych parkingów autokarowych na ul. Stawnej, z których korzystają niemal wszystkie grupy turystyczne, zwiedzające Stare Miasto, a także niezadowolający stan techniczny i higieniczny chodników na ulicach Wronieckiej i Żydowskiej, Szewskiej i Dominikańskiej, którymi ci turyści zmierzają na Stary Rynek. Tu po raz kolejny muszą zostać wskazane osławione psie kupy, z którymi żadna władza miejska od 20 lat nie może sobie poradzić, a które natychmiast zauważy każdy zachodni Europejczyk, przyzwyczajony do innych standardów w przestrzeni miejskich ciągów turystycznych. Problem nie jest nieistotny, bo opisywany rejon pełni rolę wizytówki Poznania, jako że w dużej części przypadków są to pierwsze miejsca, z którymi turysta zetknie się w naszym mieście. W kontekście psychologicznego znaczenia, jakie w ludzkiej (w tym turystycznej) percepcji posiada tzw. pierwsze wrażenie, sytuacja ta woła o zmianę. Nie lepiej wygląda estetyka Chwaliszewa, historycznej ulicy, którą większość uczestników pieszych spacerów historycznych przechodzi z Ostrowa Tumskiego do Starego Rynku, położonej zresztą na głównej osi Traktu Królewsko-Cesarskiego. Natomiast okolice Zamku na Wzgórzu Przemysła stanowią jedno z ulubionych miejsc przebywania znacznej grupy bezdomnych, ze wszystkimi tego estetycznymi (w tym multisensorycznymi) konsekwencjami.

Brak wykorzystania istniejących szans przyciągania turystów, związanych z aktualnie funkcjonującymi **połączeniami lotniczymi** z i do Poznania. Jak dotychczas nie sformułowano atrakcyjnych propozycji pobytu turystycznego w Poznaniu dla mieszkańców tych miast i regionów (nie promuje się tam nawet już istniejących eventów kulturalnych w Poznaniu). Dlatego loty służą głównie mieszkańcom Wielkopolski, udającym się do tych destynacji w celach zarobkowych lub turystycznych i są w znikomym stopniu wykorzystywane przez obcokrajowców. Traca na tym zarówno przewoźnicy, jak i Poznań. Dobrym przykładem na ten niezadowolający stan rzeczy może być utworzone niedawno połączenie Poznań Barcelona/Girona.

Grupa II

Niemal **nie wykorzystane** dla turystyki pozostają liczne i posiadające wielką wartość **walory dziedzictwa kulturowo-militarnego**. Zachowane w stosunkowo dobrym stanie dzieła obronne poznańskiej twierdzy fortowej niszczej bezużytecznie, inna część z nich jest wynajmowana za niewielkie pieniądze dla celów magazynowych. Przez dwie dekady działania samorządu w III RP nie udało się znaleźć partnerów gotowych zainwestować choćby w jeden z tych obiektów dla celów turystycznych i urządzić tu - na przykład - ośrodek kilkudniowych tematycznych pobytów przeżyciowych o charakterze historyczno-militarnym. Jest to normalny standard w obiektach tego rodzaju w Ameryce Północnej oraz w Europie Zachodniej i Środkowej, a nawet już w Polsce (Fort IV w Toruniu). Udostępnianie tych obiektów raz do roku dla zwiedzania ma się nijak do ich potencjału w kontekście coraz bardziej popularnej kulturowej turystyki militarnej. Także zagospodarowanie wielu miejsc i obiektów oraz standard urządzenia ekspozycji tematycznych na Cytadeli (w dawnym forcie centralnym) pozostawia wiele do życzenia

z punktu widzenia wymagań dzisiejszej turystyki (przykład: dostępne dla zwiedzania kazamaty nie są wewnątrz nawet oświetlone, z kolei kilka zachowanych większych fragmentów redut i ravelinów nie jest zabezpieczonych ani dostępnych dla zwiedzających).

W Poznaniu - nawet w okresie sezonu turystycznego - **brak wieczornej imprezy organizowanej dla turystów**, mającej charakter **eventu cyklicznego**, związanego tematycznie z kulturowym dziedzictwem miasta. Takie eventy odgrywają ważną rolę w turystyce kulturowej, stanowią często kulminacje pobytu w danej miejscowości. Są one przez organizatorów wyjazdów grupowych umieszczane w ich programach i z tego powodu (a także z uwagi na porę ich realizacji - wieczór) skłaniają większość swoich uczestników (widzów) do pozostania w mieście na noc, tym samym wpływając na skokowe podniesienie dochodów z turystyki [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 345]. Dzieje naszego miasta obfitują w wiele interesujących i atrakcyjnych dla potencjalnych turystów wątków tematycznych dla takich eventów i na ich podstawie były już formułowane konkretne propozycje [s. 350n], jak dotychczas jednak w Poznaniu nie zostało docenione ani znaczenie takiej imprezy dla turystyki miejskiej, ani nie podjęto konkretnych działań na rzecz jej organizacji. Nieobecność takiego eventu jest wyznacznikiem faktycznego braku zainteresowania zatrzymaniem na dłużej turystów odwiedzających nasze miasto. Ten brak jest bowiem jednym z głównych czynników wpływających na istniejący niezadowalający stan, w którym znaczna większość grup turystów kulturowych poświęca na pobyt w Poznaniu od 2 do 4 godzin i następnie opuszcza je, by skorzystać z noclegu i posiłków gdzie indziej na swojej dalszej trasie [Grupy w Poznaniu 2010]. Zapewne brak atrakcyjnej wieczornej imprezy jest także powodem postrzegania Poznania raczej jako miejsca tranzytowego niż docelowego wycieczek w zagranicznych biurach podróży, organizujących wycieczki do Polski. To z kolei jest bezpośrednią przyczyną konstruowania programów zorganizowanych wypraw turystycznych, nie przewidujących dłuższego pobytu i noclegu w tym mieście. Jeśli Poznań ma podjąć skuteczną rywalizację z typowymi miejscowościami „docelowymi” (a więc i „noclegowymi”), takimi jak Kraków, Gdańsk i Warszawa⁵ - musi posiadać magnes, zatrzymujący jego gości na dłużej.

Niewystarczające wykorzystanie pomników i innych obecnych w przestrzeni miejskiej obiektów memorialnych w ofercie turystycznej. Stan ten jest po pierwsze rezultatem nieuwzględnienia nowoczesnych standardów obsługi turystów kulturowych w ich ekspozycji i wyposażeniu ich bezpośredniego otoczenia, po drugie: niewykorzystania ich w organizacji tras miejskich i programów zwiedzania. Pomniki z założenia są wznoszone - i zawsze także postrzegane - jako ten element dziedzictwa kulturowego, w tym historycznego, który - obok

⁵ W tym miejscu należy zauważyć, że fakt postrzegania wymienionych polskich miejscowości jako docelowych w turystyce kulturowej, w tym miejskiej, niekoniecznie jest uwarunkowany funkcjonowaniem tamże imprez tego rodzaju. Takim jednoznacznie turystycznym eventem wieczornym dla Gdańska jest organizowana w sezonie codziennie impreza „Krzyżem i Mieczem” w pobliskim Malborku, trudno natomiast wskazać taki np. dla Warszawy. Jednak niezależnie od tego wszystkie te trzy miasta z różnych powodów aktualnie już SĄ postrzegane przez turystów jako docelowe. Natomiast Poznań, który głównie z powodu jednostronnej i krótkowzrocznej polityki promowania swoich walorów jako centrum biznesu połączonych z zaniedbaniem promocji atrakcji kulturowych uzyskał etykietkę „miasta biznesu”, musi podjąć zauważalne starania jej „wyważenia” (a tym samym korzystnej „redefinicji” swojego obrazu w oczach organizatorów wycieczek i samych potencjalnych turystów kulturowych). Takiemu nowemu pozycjonowaniu miasta jako ośrodka turystyki kulturowej dobre służy cykliczny event [Steinecke 2007, s. 59], eksponujący szereg wątków jego kulturowego dziedzictwa. Jest to metoda stosowana od lat dla osiągnięcia tego właśnie celu w szeregu zagranicznych ośrodków jak Mediolan, Lyon, Hamburg (Lichterfahrt).

realizacji swej głównej misji uczczenia osoby lub wydarzenia - w szczególnie sposób pełni także funkcję narracyjno-edukacyjną. Ich symbolika, elementy, design, napisy, lokalizacja, a często także własne historyczne losy pomników opowiadają fragmenty narodowej historii lub historie lokalne. Tym samym są to obiekty skierowane także do turystów, konfrontujące ich w miejscu pobytu bezpośrednio z konkretnymi wątkami i postaciami jego dziejów i kultury. Stanowią one ważne ogniwa miejskich tras historycznych i tematycznych, w tym biograficznych: wiele z nich pełni nawet rolę miejsc kluczowych dla zwiedzania miast wzdłuż tych tras, czy to ze względu na ich lokalizację w miejscach konkretnych wydarzeń, czy z uwagi na wybitne walory artystyczne, czy wreszcie na dobrze przemyślane zastosowanie nowoczesnych elementów narracji, informacji, a nawet rozrywki. Właśnie z wykorzystaniem tej kulturowo-turystycznej funkcji swoich pomników ma Poznań problemy. Jej realizacja - jak i ekspozycja samych monumentów w przestrzeni miejskiej - pozostawia wiele do życzenia i redukuje ich przydatność z punktu widzenia efektywnego przekazu i owocnego odbioru przez turystów. Dotyczy to niestety także najnowszych realizacji tego rodzaju. Oto od dawna wyczekiwany pomnik Hipolita Cegielskiego ustawiony na Placu Wiosny Ludów: wbrew pierwotnym założeniom nie posiada on planowanego elementu dynamicznego (obracające się koło lokomobili), przez co pozostaje kolejnym, niczym się nie wyróżniającym, milczącym posągami w XIX-wiecznej manierze. Z kolei stojący przy nim interaktywny słup informacyjny zawiera szereg wyeksponowanych na pierwszym planie - i mało kogo interesujących - informacji o okolicznościach powstania pomnika, natomiast informacji o... bohaterze trzeba dopiero szukać, wykonując szereg czynności. Bardzo oryginalny pomnik Golema jeszcze do niedawna „ukrywał się” w zaroślach Alei Marcinkowskiego (co na szczęście już zostało poprawione), ale dlaczego nie znaleziono dla niego miejsca w dawnej dzielnicy żydowskiej, gdzie żył niegdyś historyczny twórca jego pierwowzoru, rabbi Juda Loew Bezael, „praski Maharal”? Czemu przy pomniku nie ma jakiegokolwiek nawiązania do tej legendy i do jej bohaterów? Takich sytuacji w mieście jest zdecydowanie więcej i obrazują one stan zaniedbań w tej dziedzinie. A przecież przy niewielkich kosztach, bo z wykorzystaniem istniejących już walorów, można by uzyskać szereg dodatkowych atrakcyjnych elementów dla potencjalnego turystycznego „spotkania z miastem”. Skromną próbą „odzyskania” poznańskich pomników dla turystyki jest propozycja wirtualnej trasy zwiedzania miasta tropem ich bohaterów i - nierzadko ciekawych - dziejów samych monumentów, proponowana przez biuro KulTour.pl [*Komu i za co... 2011*], jednak pełniejsze i nowoczesne w formie oznaczenie i zagospodarowanie tych obiektów (w tym ich wyposażenie w narzędzia informacji i przekazu) może zdecydowanie podnieść atrakcyjność ich samych i odznaczanej przez nie przestrzeni.

Mankamenty oferty muzealnej miasta. Zostały one szeroko opisane w osobnym opracowaniu⁶ opartym na szczegółowych badaniach, do którego odsyłamy. W tym miejscu zostaną zatem wymienione tylko w postaci haseł. Problem stanowi: krzyżowanie się zbieżnych tematycznie ekspozycji w różnych placówkach muzealnych, połączony z ich rozrzuceniem w przestrzeni miejskiej, niski współczynnik multimedializacji i interaktywności poznańskich wystaw muzealnych, znikomy stopień integracji oferty muzealnej z regionalną i miejską ofertą turystyczną (w tym szlaki, trasy, pakiety). Niewielka jest aktywność muzeów w zakresie organizacji imprez powiązanych z poznańskimi eventami kulturalnymi, mała ilość mikroeventów

⁶ Por. tekst autora „Poznańskie muzea” zamieszczony w niniejszej publikacji, rozdział 2

muzealnych i zupełny brak zwiedzania fabularyzowanego w ofercie muzeów. Zupełnie brak lub jest bardzo uboga i rozproszona oferta muzealna skierowana do uczestników niektórych form turystyki kulturowej, posiadających w Poznaniu znaczny potencjał (turystyki etnicznej Niemców i Żydów, turystyki biograficznej). Jako znikomy trzeba też określić też stopień wykorzystania szeregu form promocji zbiorów i przedsięwzięć.

W kontekście godnych odnotowania i docenienia wysiłków podejmowanych w ostatnich kilku latach, a mających na celu turystyczne ożywienie historycznej przestrzeni miasta istotnym mankamentem pozostaje **brak miejskiej trasy turystycznej o standardzie materialnej oferty**, wykorzystującej szereg instrumentów nowoczesnego szlaku turystycznego o zasięgu lokalnym [Mikos v. Rohrscheidt 2009, s. 107n]. Funkcjonująca aktualnie w Poznaniu jako propozycja takiej trasy (multitematycznej) tzw. oś Traktu Królewsko-Cesarskiego stanowi z pewnością dobrą podstawę wyjściową do jej konstrukcji, jednak wykazuje szereg mankamentów, które powodują, że może ona na dziś dzień być uznana jedynie za rodzaj wirtualnej propozycji trasy. Najważniejszym ze stwierdzonych braków jest jej rozbieżność w przestrzeni miejskiej, w praktyce uniemożliwiająca zwiedzenie przez zainteresowanego turystę w realistycznym czasie kilku godzin choćby tylko większej części zaliczanych do Traktu obiektów w liczbie... 61. Taka koncepcja jest wynikiem faktycznej rezygnacji zespołu konstruującego ofertę z powszechnie stosowanej zasady miejskich tras turystycznych, mianowicie selekcji potencjalnie interesujących obiektów i dostosowania przebiegu trasy do możliwości i preferencji typowego pieszego spacerowicza. Sugerowana (nieformalnie, bo tylko na mapkach) jako trasa spaceru „oś Traktu” jest niedostatecznie oznaczona *in situ* - w licznych miejscach przemierzających się wzdłuż niej turysta nie otrzymuje dokładnej informacji, gdzie ma się udać, ponadto szereg gmachów na trasie, formalnie stanowiących elementy Traktu, oznaczonych jest różnymi logo lub nie jest wcale odznaczonych w otaczającej je przestrzeni. Podjęte w ostatnich latach starania odnoszące się do tematyzacji trasy (uzasadnienia i opisu historycznego) przyniosły wprawdzie efekt w postaci m. in. atrakcyjnego w formie przewodnika [Matyaszczyk 2009], jednak próba podjęcia spaceru historycznego po mieście zgodnie z planem wyznaczonym kolejnością zamieszczonych tam opisów atrakcji udowadnia jego chaotyczność (a przez to nieprzydatność dla realnego zwiedzania). Także niektóre stwierdzenia zawarte w przewodniku [np. to o rzekomym odwiedzaniu przez (ewangelickich przecież!) mieszkańców Zamku Cesarskiego katolickiego kościoła Św. Marcina - s. 53], nie są oparte na żadnych faktach i w świetle realiów historycznych wydają się wytworem fantazji. Z kolei część pojęć użytych w opisach przewodnika, a nawet wyróżnionych jako kluczowe, nie jest dostatecznie wyjaśniona, przez co użytkownik nie tylko nie uzyskuje wartościowej informacji o unikatowej atrakcji, ale dodatkowo zostaje skonfrontowany z kolejnym niezrozumiałym dla niego faktem, zaciemniającym odbiór całości (tak jest np. w odniesieniu do terminu „*emaus*”, wyjaśnionego jako „uroczysta procesja połączona z odpustem” (s. 8) - bez wskazania o jaką procesję chodzi, do czego ona nawiązuje i kiedy jest odbywana. Podobnie odznaczone w tekście pojęcie „*fara*” (s. 46) niekoniecznie jest znane wszystkim czytającym, a w potoku mniej istotnych faktów nie są także podane okoliczności, w jakich dawny poznański kościół jezuicki stał się *fara*, czyli parafialną (wówczas z zasady - jedyną, co wyznaczało jego znaczenie dla miasta!) świątynią miejską. W ramach konstruowania przebiegu trasy nie podjęto także efektywnych starań o zagwarantowanie faktycznej dostępności wewnątrz szeregu ważnych obiektów na trasie (jak niektóre kościoły, np. najstarszy w lewobrzeżnym mieście lokacyjnym poddominikański kościół

Najśw. Serca Jezusowego i MB Pocieszenia z cennym wyposażeniem, kościół Wszystkich Świętych, czy związany z burzliwą historią poznańskich Żydów kościół Najśw. Krwi P. Jezusa), przez co trasa ewidentnie traci na atrakcyjności. Instytucja koordynująca działalność Traktu - Centrum Turystyki Kulturowej „TRAKT” - prowadzi rzetelny monitoring przestrzeni Traktu, sprawnie udziela informacji turystycznych, opracowuje, publikuje i dystrybuuje liczne materiały na temat obiektów Traktu, dba także o organizację cyklicznych eventów tematycznych oraz regularnych spacerów turystycznych w jego przestrzeni. Jednak nie zajmuje się ona świadczeniem konkretnych usług na rzecz turystów zwiedzających miasto (np. wynajmem audiobooków, rezerwacją świadczeń przewodnickich na zamówienie turystów i innych), co jest o tyle zrozumiałe, że wynika to z jego koncepcji jako wydzielonej publicznej instytucji kultury. Przy pozostawieniu aktualnego sposobu organizacji, dla zapewnienia podstawowych usług konieczne jest uzupełnienie publicznej oferty Centrum o usługi tego rodzaju, świadczone przez inne podmioty, do których (np. na podstawie zawartej umowy) odsyłano by organizatorów turystyki i samych turystów wprost z oficjalnego portalu Traktu oraz w jego materiałach informacyjnych.

Hamulcem w zabiegach o pozyskanie znaczącego segmentu konsumentów turystyki kulturowej, ujemnie wpływającym na rozwój kulturowej turystyki w mieście i okolicach jest **brak rozwiniętej i zróżnicowanej oferty pobytu indywidualnych turystów i grup rodzinnych w mieście** w postaci pakietów tematycznych, okazjonalnych i przeżyciowych. Problem ten analizuje szerzej O. Artyszuk w zamieszczonym w niniejszym zbiorze opracowaniu na temat tej grupy ofert (rozdział 4), w tym miejscu pozostaje zatem odesłać do jego szczegółowych analiz i wniosków.

W kontekście aktualnych standardów obowiązujących w typowych europejskich miejskich ośrodkach turystycznych, ale także z punktu widzenia pojawiających się w polskich miastach pojedynczych nowoczesnych propozycji, aktualną **poznańską ofertę dla zorganizowanych grup** turystycznych należy określić jako **ograniczoną i mało urozmaiconą**. Poza nielicznymi wyjątkami (jak rozwinięta i nadal rozwijana paleta propozycji gier miejskich) obejmuje ona w zasadzie tylko produkty i standardy typowe dla lat dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia. Tworzą ją: klasyczne piesze spacer z przewodnikiem, przejażdżki historycznym środkiem transportu, zwiedzanie ekspozycji muzeów z ewentualnym udziałem w lekcjach tematycznych lub warsztatach. W porównaniu z ośrodkami zagranicznymi zauważalny jest brak mikroeventów na zamówienie na trasach turystycznych (te ostatnie istnieją zresztą tylko jako oferty wirtualne) oraz ich znikoma liczba w muzeach, nawet w formie propozycji na zamówienie. Nie ma także jak dotąd ofert „przeżyciowych” form przewodnictwa (np. zwiedzanie fabularyzowane), dla których historyczna przestrzeń naszego miasta nie tylko obfituje w liczną grupę potencjalnie atrakcyjnych wątków, ale których stworzenie w oparciu o istniejące zasoby i atuty nie byłoby przedsięwzięciem skomplikowanym w realizacji, jak to w swoim opracowaniu włączonym do niniejszego zbioru udowadnia R. Urbanowicz. Zarysowane braki stanowią dowód na brak zastosowania w poznańskim środowisku zasady „3xE”, powszechnie uznawanej we współczesnej turystyce. Z pewnością odbija się to już aktualnie na konkurencyjności poznańskiej oferty turystycznej w oczach organizatorów wycieczek, a w przypadku braku wprowadzenia nowoczesnych ofert wraz z upływem czasu może w coraz większym stopniu

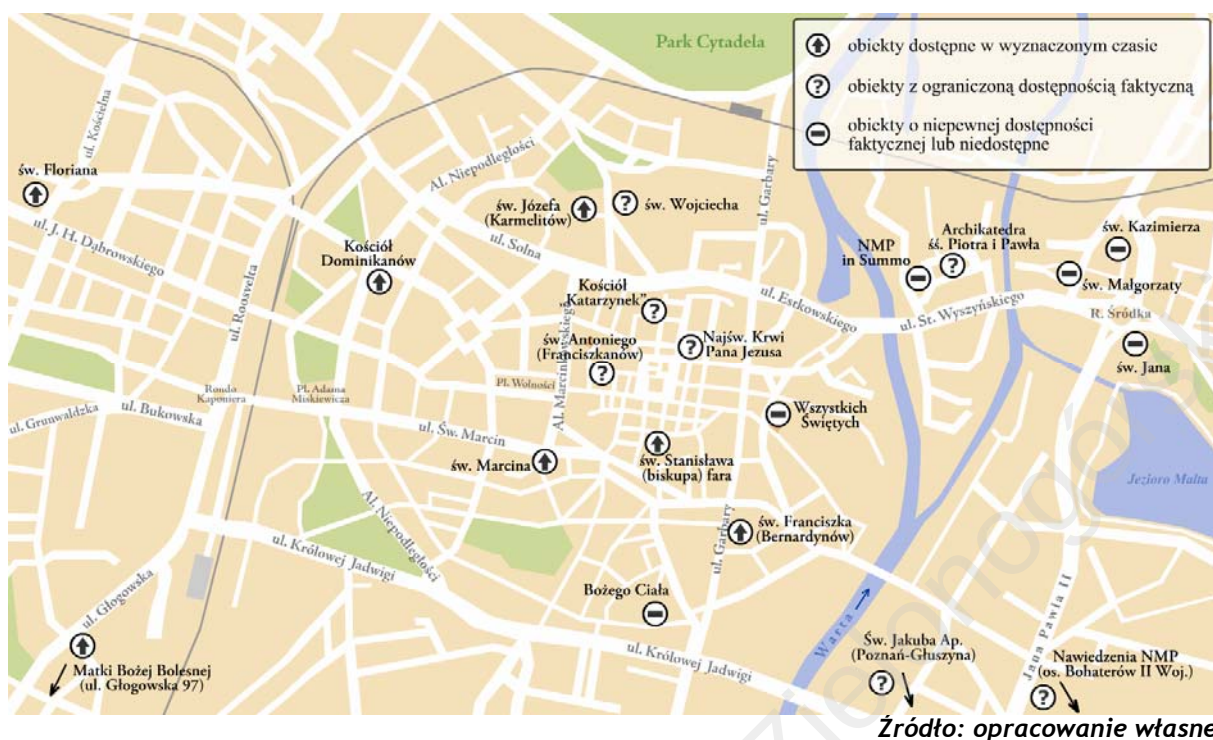
osłabiać szanse Poznania w zabieganiu o umieszczenie go na listach celów wypraw turystyki kulturowej i edukacyjnej (w tym masowej nie tylko w Polsce turystyki szkolnej).

Poważnym problemem jest **ograniczona lub niepewna dostępność szeregu obiektów sakralnych**, przechowujących istotną część dziedzictwa kulturowego w mieście. Ilustruje ją wynik badania dla najważniejszych kościołów miasta, przeprowadzonego przez autora jesienią 2010 na potrzeby opracowania o szerszym charakterze, dotyczącego dostępności polskich obiektów sakralnych dla turystyki. Poniższa tabela ilustruje skalę problemu w odniesieniu do miasta Poznania.

Tab. 1. Faktyczna dostępność najważniejszych obiektów sakralnych w Poznaniu

obiekt	Dostępność	uwagi
Kościół Św. Jana na Komandorii	-	poza naboż. zamknięty, klucz „po uważaniu”, dla indywidualnych otwarcie niepewne
Kościół Św. Małgorzaty na Śródce	-	poza naboż. zamknięty bez możliwości otwarcia
dawny k-ł. reformatów (akt. polskokatolicki) Śródka	-	poza nabożeństwami zamknięty, otwarcie w obecności administratora
Archikatedra śś. Piotra i Pawła na Ostrowie Tumskim	?	generalnie otwarty, niezapowiedziane ograniczenia zwiedzania, rzadziej zupełna niedostępność (niezapowiedziane celebry)
Kościół NMP in Summo	-	zamknięty dla zwiedzania
Fara poznańska (kościół pojezuicki)	+	stałe otwarty poza czasami nabożeństw
K-ł. Najśw. Krwi Chrystusa (ul. Żydowska)	?	tzew. „otwarcie z kratą”
K-ł. św. Antoniego (franciszkanów) -Wzgórze Przemysła	?	generalnie otwarty, niezapowiedziane prywatne głośne modlitwy z pretensjami do prowadzących zwiedzanie przewodników
Kościół Wszystkich Świętych (ul. Grobla)	-	poza nabożeństwami zamknięty, otwarcie w obecności administratora
K-ł. franciszkanów na Pl. Bernardyńskim	+	poza nabożeństwami otwarty
Kościół Św. Wojciecha	?	jest możliwość otwarcia, brak informacji
Kościół „katarzynek” ul. Wroniecka	?	otwarcie „z kratą” bez wskazania innych możliwości
Kościół św. Józefa (Karmelitów Bosych)	+	generalnie otwarty poza czasem nabożeństw
Kościół Św. Marcina ul. Św. Marcin	+	dostępny: generalnie otwarty poza czasem nabożeństw
Kościół Bożego Ciała ul. Krakowska	-	poza nabożeństwami zamknięty, otwarcie „po uważaniu” w obecności administratora
Kościół Nawiedzenia NMP (Osiedle Bohaterów II woj.)	?	otwarty przedsiónek „z szybą”, inne możliwości nie są wskazane
Św. Floriana (Kościelna)	+	dostępny cały dzień poza czasem regularnych nabożeństw
Kościół dominikanów, (Al. Niepodległości)	+	poza nabożeństwami otwarty
Kościół Matki Bożej Bolesnej ul. Głogowska	+	dostępny cały dzień poza czasem regularnych nabożeństw
Kościół Św. Jakuba Ap. w Poznaniu-Głuszynie	?	otwarcie „z kratą”, zwiedzanie wnętrza uzależnione od obecności administratora

Źródło: opracowanie własne

Ryc. 1. Faktyczna dostępność ważniejszych poznańskich kościołów dla turystów

Jak w całym kraju, podstawowym problemem jest brak zrozumienia przez administratorów obiektów sakralnych potrzeb turystów kulturowych. Łączy się z nim ich zrozumiała obawa o cenne wyposażenie kościołów, przy jednoczesnym braku środków na zapewnienie stałego nadzoru. W wielu obiektach na terenie Poznania oferuje się turystom tzw. „otwarcie z kratą”, polegające na zamknięciu wstępu do kościoła poza czasem nabożeństw z jednoczesnym wprowadzeniu przegrody umożliwiającej zajrzenie do wnętrza z perspektywy głównego wejścia, gdzie też zazwyczaj umieszcza się podstawowe informacje historyczne o obiekcie. Osoby interesujące się religijnym aspektem kultury, architekturą sakralną lub sztuką, biografiami znanych osób (czyli typowi turyści kulturowi) zawsze uznają tę formę „udostępnienia” za niewystarczającą. Innym - także częstym - ograniczeniem faktycznej dostępności jest niezapowiedziane zamykanie kościołów lub ich części zawierających istotne dla turystów walory z okazji niezapowiedzianych celebr i nabożeństw, a nawet tylko zbiorowych modlitw, odbywających się poza codziennym czy świątecznym grafikiem. Powoduje to często perturbacje w realizacji programów wycieczek grupowych, przewidujących zwiedzanie świątyń (a niejednokrotnie przyjeżdżających do Poznania tylko w celu ich zwiedzenia, jak to ma miejsce w przypadku np. Archikatedry w ramach wypraw po Szlaku Piastowskim), a tym samym obniża znacząco atrakcyjność tych wycieczek i może być nawet powodem do reklamacji ze strony ich uczestników. Zdarza się także uzależnianie udostępniania obiektu od obecności na miejscu jednej osoby (administratora) - ma to miejsce np. w dawnym kościele reformatów na Śródce, w kościele Bożego Ciała, czy w kościele św. Jakuba na Głuszynie. Rzadziej występuje sytuacja długotrwałego zamknięcia obiektu bez możliwości jego otwierania dla zwiedzania (np. kościół NMP in Summo w Poznaniu), w tym konkretnym przypadku aktualnie jest ona uzasadniona przez prowadzone badania archeologiczne. Generalnie taki stan dostępności kościołów, w znacznej części jako zabytki utrzymywanych i remontowanych ze środków

podatnika, nie powinien być akceptowany. Jednak jego poprawa możliwa jest tylko przy podjęciu współpracy z zarządcami tych obiektów i zapewnieniu środków na ich zabezpieczenie.

3. Dylematy poznańskiej turystyki miejskiej

Dylemat pierwszy: strategia rozwoju turystyki w Poznaniu i zarządzanie nią, czyli „co, komu i jak chcemy sprzedać”. Analizując programy, plany i przedsięwzięcia ostatnich dwóch dekad można stwierdzić, że jeszcze do ostatnich miesięcy podstawowym problemem Poznania w kontekście turystyki była... miejska strategia dotycząca jej rozwoju. Główna słabość formułowanych w tej dziedzinie wniosków, wybieranych priorytetów i podejmowanych decyzji tkwiła w ich naturalnym punkcie wyjścia i polegała na braku orientacji decydujących w profilu i preferencjach ludzi odwiedzających miasto oraz (jak wynika z kolejnych zmian kursu w polityce władz) także w rzeczywistym potencjale miasta. Byliśmy już w Poznaniu świadkami promowania turystyki biznesowej, potem sportowej, wreszcie aktywnej. Natomiast długo nie zadawano sobie trudu kompleksowego badania preferencji i zachowań rzeczywistych konsumentów oferty, to znaczy odwiedzających Poznań turystów. Jak to ujął lapidarnie jeden z prezentujących propozycje zespołu badawczego podczas konsultacji założeń nowej strategii: „właściwie, nasze miasto egzystuje na rynku (turystycznym - dopowiedzenie AMR) nie wiedząc, komu świadczy usługi”⁷. Mimo zwrócenia uwagi już przed ponad 10 laty (i to w opracowaniach zamówionych przez władze miejskie) na wielki potencjał kulturowy Poznania [*Strategia...rynku 2000*] w działaniach promocyjnych miasta, w tym w kosztownych kampaniach medialnych przez ostatnie lata z uporem forsowano wątek turystyki biznesowej, nie konstruując w stymulowanym przekazie informacyjnym i promocyjnym żadnej udanej przeciwwagi dla tej propozycji, kierującej się przecież do bardzo ograniczonej grupy potencjalnych gości. W rezultacie Poznań w krajowym odbiorze społecznym nadal utrzymuje swój jednostronny wizerunek miasta targów i interesów, w którym poza MTP niewiele jest do obejrzenia, a tym bardziej do turystycznego przeżycia. Zagranicznego echa działań promocyjnych nie widać zaś niemal w ogóle - Poznań nie jest w żadnym kraju poza Polską postrzegany jako jeden z ważniejszych i ciekawszych ośrodków miejskich w Polsce, nie są z nim kojarzone żadne interesujące i warte turystycznej eksploatacji tematy czy konkretne atrakcje. Realizacja koncepcji produktu turystycznego „Trakt Królewsko Cesarski” - choć niekoniecznie uwzględniającej hierarchię wątków rzeczywistego dziedzictwa kulturowego miasta i mogącej wprowadzać w błąd w samym nazewnictwie, sugerującym funkcjonowanie lokalnej trasy turystycznej [Mikos v. Rohrscheidt 2009, s. 118-121] - była w tym kontekście na pewno krokiem we właściwym kierunku, stanowiła bowiem „odblokowanie” wątku turystyki kulturowej, stawiając go niejako obok biznesowego. Przekształcenie Biura Programu „Trakt Królewsko-Cesarski” - instytucji realizującej w jednym z miejsc strategię określonego narodowego produktu turystycznego w instytucję zarządzającą turystyką kulturową w mieście, wyposażoną w autonomiczny budżet, wydaje się wyrażać rosnące zrozumienie władarzy miasta dla tego segmentu turystycznej oferty, który jest w stanie przyciągnąć do Poznania inną - i daleko liczniejszą niż biznes - grupę ludzi oraz zapewnić rozwój innych niż dotychczas sektorów lokalnego rynku pracy. Zaprezentowane propozycje zespołu badawczego, tworzącego

⁷ Tak brzmiała opinia dra P. Zmyślonego, z Uniwersytetu Ekonomicznego, członka zespołu badawczego, referującego założenia projektu nowej strategii rozwoju turystyki na spotkaniu konsultacyjnym w dniu 16. listopada 2010.

nową strategię, nareszcie stawiają turystykę kulturową w mieście na równi z biznesową i aktywną, uznając ją za jeden z trzech markowych produktów turystycznych [Strategia...turystyki 2010, s. 12]. Znalazły się one także w kompleksowym programie strategii rozwoju Poznania na najbliższe 20 lat [Strategia 2030, s. 35n; 73;81;84-86nn]. Konkretnie działania, mające służyć wzrostowi atrakcyjności miasta z punktu widzenia zainteresowań i oczekiwań turystów kulturowych, jak „budowa i uruchomienie Interaktywnego Centrum Historii Ostrowa Tumskiego”, „aktywizacja turystyczna Ostrowa Tumskiego i Śródky - stworzenie parku kulturowego”, „zaprojektowanie i wdrożenie systemu identyfikacji wizualnej i informacji przestrzennej dla potrzeb turystów”, „realizacja założeń Programu Trakt Królewsko-Cesarski w poszczególnych kategoriach produktowych na kolejnych obszarach miasta”, czy „rewitalizacja i adaptacja turystyczno-kulturalna elementów XIX-wiecznego pierścienia fortecznego w Poznaniu - opracowanie programu działań dla fortów” wymieniono także w gotowej już strategii miejskiej [Turystyczny Poznań 2010]. Wszystko to oznacza, że strategia miasta w dziedzinie turystyki wprowadzie późno (ale, jak wiadomo, lepiej to niż wcale), przestaje być kształtowana po omacku i zaczyna nawiązywać do rzeczywistego i wśród ekspertów „od zawsze” uświadamianego potencjału, a także odchodzi od szkodliwej jednostronności, ograniczającej jego szanse jako ośrodka recepcji turystyki. Niestety tryb opracowywania strategii w jej konkretnych przełożeniach pozostawiał wiele do życzenia. Do pracy nad produktem markowym „Poznań centrum turystyki kulturowej” na etapie tworzenia koncepcji nie zaproszono specjalistów w zakresie... turystyki kulturowej, choć akurat tutaj najłatwiej było ich znaleźć: w naszym mieście ta grupa jest liczniejsza niż w jakimkolwiek innym w Polsce, w dodatku od kilku lat współpracują oni intensywnie w ramach redakcji jedynego w Europie fachowego czasopisma poświęconego wyłącznie tej tematyce. Zaproszenie tego środowiska do konsultacji strategii w lutym 2011 to pierwszy dobry sygnał woli wzięcia pod uwagę ich opinii przy budowaniu realistycznej strategii. Daje to szanse uwzględnienia badanego przez nich faktycznego profilu (czy raczej różnorodnych profili) i rzeczywistych preferencji poznańskich turystów miejskich, oceny funkcjonowania i szans sukcesu istniejącej i tworzonej palety usług w tej dziedzinie, wreszcie wykorzystania wiedzy o szeregu nowych form turystyki kulturowej, których konsumenci posiadają konkretne potrzeby i oczekiwania - i dla których istnieje niewykorzystany dotąd potencjał w naszym mieście. Pozostaje mieć nadzieję, że na etapie konstruowania konkretnych produktów, określonych przez autorów strategii jako wizerunkowe, podstawowe, wschodzące i niszowe nie pozostaną oni tylko we własnym gronie, lecz wykorzystają wyniki prowadzonych przez ich kolegów badań na temat turystyki kulturowej w mieście. Być może to wystarczy, aby kosztem miasta nie została sfinansowana i zrealizowana kolejna chybiona kampania promocyjna, kierująca się nie do tych adresatów, do których powinna i próbująca sprzedać nie to, na co istnieje faktyczny popyt. Problemem pozostaje także nadal zarządzanie turystyką w Poznaniu (w tym również koncepcjami i przedsięwzięciami na rzecz jej promocji). Anno 2011 odbywa się ono za pośrednictwem aż czterech jednostek organizacyjnych, co zdaniem ekspertów, w tym także twórców nowej strategii, nie wpływa pozytywnie na jej efektywność [Strategia 2030, s. 52]. Dla rozwiązania tytułowego dylematu należy zatem sformułować jasne zasady: kto i w jaki sposób powinien tworzyć miejską strategię turystyczną, kto i kiedy powinien być konsultowany, jak i w oparciu o jakie kryteria powinno się wybierać priorytety w odniesieniu do działań, kto i na jakich zasadach powinien być partnerem miasta w kreowaniu polityki turystycznej, wreszcie kto powinien kierować promocją turystyczną miasta, co konkretnie promować i w jaki

sposób wydawać na to publiczne pieniądze. W tej ostatniej kwestii pozwolimy sobie na podpowiedź: Winni to być nie wyłącznie ekonomiści i organizacje turystyczne, ale także: specjaliści akademicki odośnych specjalności, w tym na przykład badacze turystyki kulturowej, socjologii, historii, kulturoznawstwa, a obok sektora hotelowego i mało aktywnych w obstudze „incomingu” poznańskich biur podróży środowisko oferentów usług turystycznych powinni reprezentować także restauratorzy, biura przewodnickie i organizatorzy - albo potencjalni organizatorzy - eventów, placówki kulturalne, zarządcy obiektów stanowiących świadectwa dziedzictwa kulturowego, organizatorzy eventów kulturalnych, inicjatorzy projektów turystycznych, pracownicy sektora informacji turystycznej. Kto bowiem wie lepiej niż oni, o co pytają turyści?

Dylemat drugi: na co wydawać pieniądze, jeśli mają się zwrócić? Problem dotyczy konkretnej polityki finansowania przedsięwzięć, mających służyć promocji miasta i jakości obsługi turystów. Jak już powyżej stwierdzono, promocja Poznania jako ośrodka turystyki była dotąd a) jednostronna, b) niewłaściwie adresowana. Klinicznym przykładem braku profesjonalizmu była promocja Poznania za pomocą... pączków w Berlinie, podczas kiedy każde niemieckie dziecko wie, że pączek w tym kraju kojarzy się z ... Berlinem! („Berliner” to właśnie jedno z potocznych niemieckich określeń konkretnego gatunku pączka). W oczach znających się nieco na niemieckich realiach całą tę akcję można było porównać z próbą zachęcania do odwiedzenia Poznania np. mieszkańców Gdańska za pomocą... pomnika Neptuna, który przecież także u nas posiadamy. Nikt jak dotąd nie zbadał relacji wydanych na tę akcję środków i jej efektów w Berlinie, można jednak założyć, że taki raport nie byłby miłą lekturą dla oszczędnych - podobno - Poznaniaków. Aktualne hasło promocyjne Poznania („miasto know-how”) należy pewnie rozumieć jako promocję miasta nowoczesnego, atrakcyjnego jako miejsce studiów lub dla docelowego zamieszkania. Natomiast w świetle posiadanych przez nas walorów turystycznych (wszelkich rodzajów) trudno zaakceptować to hasło i towarzyszącą mu kampanię jako zachętę do odwiedzania Poznania. W tej konkurencji („know-how”) każdy mieszkaniec europejskich krajów i tak znajdzie własny krajowy odpowiednik (Hanower?, Mediolan?), zresztą nie wydaje się, aby nie do końca określona technologia, nie poparta imponującymi materialnymi („namacalnymi”) dowodami-symbolami w rodzaju Mercedes-Benz Museum, Burdż Chalifa czy choćby Centrum Nauki Kopernik, była w stanie kogokolwiek skłonić do kilkudniowej podróży dla oglądania i przeżycia - czego? Poznań turystyczny zatem nadal czeka na swój wizerunek i swoje hasło w jakości podobnej do lapidarnego, a jednak wszystko mówiącego toruńskiego: „gotyk na dotyk”.

Inny przykład na wydawanie pieniędzy będzie bardzo konkretny. Autorowi niniejszego tekstu odpowiedzialni za informację turystyczną przez ostatnie 3 lata przekazywali, że brak ciekawego turystycznego przewodnika po Poznaniu, zawierającego niedługie opracowanie historii miasta w innych językach niż polski. Kiedy więc w lecie 2010 w Wydawnictwie Miejskim złożył propozycję takiego gotowej publikacji do wydania (z wersjami w języku angielskim, niemieckim i rosyjskim, autorstwa native-speakerów, mających już dorobek w pisaniu podobnych tekstów i będących jednocześnie przewodnikami miejskimi), nie stawiając żadnych warunków wstępnych, był przekonany, że zostanie ona przynajmniej poważnie potraktowana. Niestety, ówczesna Dyrektorka Wydawnictwa Miejskiego najpierw długo nie raczyła odpowiedzieć na prośbę o spotkanie i rozmowę, a następnie w suchym piśmie poinformowała (bez zapoznania się z projektem), że nie ma na taką publikację funduszy. A przecież zgodnie z informacjami

pracowników dystrybuujących materiały, takie nakłady zwróciłyby się bardzo szybko. W przeciwieństwie do kilkunastu innych pozycji, które ukazały się nakładem tegoż Wydawnictwa w ciągu miesięcy minionych od owego wydarzenia, a o które nikt z gości wcześniej specjalnie nie pytał.

Pytanie: czy stać nas na wydawanie literatury, którą piszą autorzy od zawsze obecni na listach wydawniczych, szczególnie dobrze widziani, a może także osobiście komuś znajomi, a nie stać na wydanie jednego przewodnika, o który pytają od lat turyści? Idąc tą drogą, środki wydawane na literaturę dla turystów kulturowych nadal mało będą miały wspólnego z ich oczekiwaniami.

Dylemat trzeci: Wzgórze Przemysła. Problem odbudowy zamku królewskiego w Poznaniu, nagłośniony w ostatnich latach z powodu obecnego w mediach lokalnych sporu, ma także duże znaczenie dla turystycznego obrazu miasta. Poznański „zamek królewski” (w cudzysłowie, bo nazwa tego, co aktualnie zajmuje Wzgórze wydaje się być mocno na kredyt), jaki jest - każdy widzi. Jedyne ocalałe tzw. budynek Raczyńskiego niewiele ma wspólnego ze średniowieczną monarszą rezydencją. Jednak Poznań - posiadający imponującą siedzibę obcego cesarza - choćby dla równowagi historycznej narracji powinien wyeksponować także polski wątek stołeczny w swoich dziejach. Nie bardzo nadaje się do tego Mieszkowe palatium, które prawdopodobnie nawet po ukończeniu badań i jakimkolwiek udostępnieniu turystycznym i tak „pozostanie w ziemi”. Obiektem, przywracającym historyczną i kulturową „równowagę” obrazu miasta w oczach turystów będzie więc zamek na wzgórzu Przemysła. Po licznych i głośnych kłótniach ruszyła wreszcie realizacja historyzującego projektu Witolda Milewskiego, który zwyciężył w dawno rozstrzygniętym konkursie na jego odbudowę. Jeden dylemat, dotyczący ostatecznego kształtu odbudowanego Zamku i wyglądu całego Wzgórza, został zatem rozwiązany. Inna sprawa, że prace ruszają bez szczegółowych badań archeologicznych Wzgórza, co może oznaczać bezpowrotną utratę szans na pozyskanie cennych informacji o dziejach miejsca i pierwotnie tu stojącej budowli. Pozostaje drugi problem: dla kogo Zamek? Inwestorem jest Muzeum Narodowe w Poznaniu, wspierane środkami miasta, województwa i społecznymi składkami. Jego oddział: Muzeum Sztuk Użytkowych zajmuje dzisiejszy budynek i będzie zajmował większość pomieszczeń odbudowanego zamku. W kontekście historycznego znaczenia tej budowli oraz jej roli w kształtowaniu historycznego obrazu Poznania pojawia się jednak drugie istotne pytanie: czy odbudowany obiekt spełni swoje zadanie jako wizytówka królewskiego niegdyś miasta, jeśli jego głównym przeznaczeniem będzie rola przestrzeni wystawienniczej dla strojów, mebli i zegarów? W przekonaniu autora tych słów takie ekspozycje mogą być umieszczone w dowolnym innym gmachu Poznania, choćby w należącej do miasta jednej z kamienic Starego Rynku, w której przez dziesiątki już lat nie powstało planowane muzeum poznańskiego patrycjatu. Ewentualna wymiana nieruchomości z Muzeum Narodowym otworzyłaby możliwość stworzenia na Wzgórzu przestrzeni dla ekspozycji świadectw z epoki piastowskiego Poznania, w tym koniecznie nowocześnie zorganizowanej wystawy biograficznej o życiu i dziele Przemysła II. Takie przeznaczenie byłoby zgodne zarówno z historią tego miejsca, jako autentycznej siedziby Piastów wielkopolskich. Mogłoby także ożywić w Poznaniu ruch turystyczny związany ze zwiedzaniem Szlaku Piastowskiego oraz przedłużyć pobyt w mieście turystów podróżujących tym szlakiem. W oparciu o szereg obiektów można by wyznaczyć także tematyczną trasę miejską, zintegrowaną z ofertą szlaku jako złożonego produktu (proponowanego zwiedzającym jako propozycja na kilka dni): byłyby to kościół na Komandorii, powstające Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego,

Archikatedra i relikty palatium, Stary Rynek i wybrane wystawy Muzeum Archeologicznego, makietą grodu poznańskiego i wreszcie - jako drugi biegun i kulminacja - zamek z jego zbiorami. Jeśli jeszcze pojawiłaby się oferta pokazów historycznych filmów i cykliczny event tematyczny (albo szereg eventów realizowanych na zmianę), tematyzowany na wątki związane ze Wzgórzem (Przemysł I i lokacja miasta, Przemysł II, tajemnicza śmierć Ludgardy i historyczne widmo Wzgórze, Przecław Słota i jego pierwszy świecki wiersz), odbudowany zamek i całe Wzgórze mogłyby stać się drugim obok Ostrowa Tumskiego magnesem kulturowo-turystycznym i wizytówką miasta. Co - w tak zarysowanym kontekście samych korzyści - jest dylematem? Stanowi go możliwość lub niemożliwość przyjęcia perspektywy dłuższej niż doraźna korzyść własnej placówki oraz umiejętność zgodnej współpracy dla celu, który mieści się poza bezpośrednim horyzontem własnych priorytetów. Jest to w istocie pytanie, na ile poświęceń gotowi są dla Poznania władarze ważnej poznańskiej instytucji.

Dylemat czwarty: Poznańskie muzea: słabe dla siebie czy silne dla Poznania? Dłuższe przyglądanie się zasobom i organizacji pracy muzeów poznańskich, a zwłaszcza przeprowadzone i [przedstawione w niniejszym tomie⁸ wyniki badań ich turystycznej oferty skłaniają do sformułowania zasadniczego pytania, odnoszącego się do ich przyszłości w tymże turystycznym kontekście jako tytułowego dylematu w nieco hamletyzującej formie. Otóż - nie powtarzając wniosków wyartykułowanych we wskazanym tekście (do którego w tym miejscu Czytelnika odsyłam), wydaje się wskazane, by przez umieszczenie w tym miejscu, problemowi ich dotyczącemu przyznać rangę jednej z największych bolączek poznańskiej turystyki miejskiej. Nazwanie go dylematem jest podyktowane chęcią zaznaczenia, że w opinii piszącego te słowa jedyne atrakcyjne dla turystyki (a przez to korzystne dla miasta) rozwiązanie problemu jest w kontekście polskich warunków skomplikowane i wymagałoby dla swej realizacji daleko idących zmian, których przeprowadzenie może wymagać zbyt wielu batalii prawnych i odwagi od odpowiedzialnych. To dramatyczne (z punktu widzenia tych placówek, ich majątku i personelu) pytanie brzmi: czy liczne (zbyt liczne) muzea w Poznaniu, rozproszone w przestrzeni miasta, daleko wyspecjalizowane tematycznie, nie mogące sobie pozwolić na modernizację urządzenia i wyposażenia swoich ekspozycji - mają w swojej działalności rozdrabniać znaczący potencjał kulturowy, który mają chronić, ale i przekazywać? Czy też dla realizacji tego priorytetowego zadania warto zdecydować się na daleko idącą ingerencję w sektor muzealny poznańskiej kultury, połączyć liczne placówki, zintegrować część pokrewnych ekspozycji? W ten sposób, przez oszczędzanie na kosztach zarządzania i wystawiennictwa, a kierowanie środków na unowocześnianie oferty, na drodze m.in. wymiany zbiorów i pomieszczeń, w kilku zaledwie punktach miasta mogłaby powstać sieć pięciu-sześciu dużych placówek z poważnym budżetem. Zlokalizowane w miejscach znaczących dla swojej tematyki (a przez to atrakcyjnych samych z siebie), eksponowałyby one główne wątki dziedzictwa historycznego i kulturowego miasta, jak: piastowski, artystyczny, militarny, etniczny i może biograficzny w szeregu połączonych lub autonomicznych wystaw stałych. Przykłady pożądaných decyzji i działań podano w przytoczonym tekście.

Dylemat piąty: Trakt Królewsko-Cesarski - co dalej? Istotne dla przyszłości turystyki kulturowej w Poznaniu jest pytanie, czym ostatecznie ma być najważniejszy, bo finansowany

⁸ Por zamieszczony w niniejszej publikacji artykuł autora „Poznańskie Muzea...”

przez samo miasto, podmiot funkcjonujący w tej dziedzinie: Centrum Turystyki Kulturowej „Trakt”. W przekonaniu, że to pytanie jest aktualne i dobrze uzasadnione, upewnia choćby geneza i dotychczasowa historia tej instytucji. Już same jej kolejne nazwy i określenia zakresu jej aktywności w dokumentach wskazują na zmieniające się rozumienie jej miejsca i zadań w stosunku do turystyki. Stworzony jako jeden z „narodowych produktów turystycznych” [Strategia...Trakt 2005] był Trakt najpierw (1.) miejską instytucją, zajmującą się (w świetle opastych zeszytów, opisujących jego strategię i poszczególne „wątki linii tematycznych”) bliżej nieokreślonym „produktem” - czymś „od wszystkiego”. Choć sugeruje to zarówno jego skrócona i na co dzień używana nazwa (trakt), jak i wyznaczona w przestrzeni miejskiej oś - nie był on jednak nigdy (2.) konkretną miejską trasą (traktem) turystyczną, a więc produktem namacalnym, zorganizowanym materialnie [Mikos v. Rohrscheidt 2009, s. 118-121]. Teraz funkcjonuje z kolei - jak wskazuje jego oficjalna nazwa - (3.) „centrum” - a więc z założenia instytucja o charakterze koncepcyjnym, koordynującym, ośrodkiem promocji i platforma współpracy na rzecz turystyki kulturowej w mieście. Co zatem będzie budowane w najbliższej przyszłości: konkretny (oferowany na miejskim rynku usług turystycznych, sprzedawany-nabywany) produkt lub wiązka produktów (jak trasa materialna albo kilka tras), czy też raczej (jak jest aktualnie) inicjator szeregu odrębnych przedsięwzięć, organizator konkretnie wyprofilowanych turystycznie regularnych eventów historycznych, spacerów historycznych, być może także cyklicznych wydarzeń tematycznych? A może w pierwszym rzędzie artystycznych? Bo tego wszystkiego miastu i jego turystycznej ofercie potrzeba.

Podpowieź: jedno i drugie. Ale przede wszystkim: Centrum! Ale jeśli centrum, to głównie ośrodek inicjatyw i koordynacji, a nie uniwersalna maszyna do wszystkiego, co ma w nazwie przymiotnik „turystyczny”. „Trakt” powinien stanąć w centrum tworzenia i koordynacji oferty turystyczno-kulturowej Poznania, ale nie może zastąpić w tym wszystkich innych podmiotów i w konsekwencji (siłą liczego personelu i będących w jego dyspozycji środków) zmonopolizować wszelkiej aktywności w tym zakresie. W tym kontekście unikania dominacji jednego podmiotu na mocy własnego „ciężaru gatunkowego” pojawia się kolejne pytanie: kto ma ostatecznie prowadzić powstające Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego⁹ i jak ten flagowy obiekt ma być zintegrowany z innymi propozycjami zwiedzania i pobytu w mieście? Gdyby przyjąć takie ostateczne usytuowanie Traktu, potrzebna jest ze strony jego kierownictwa kontynuacja tego, co stało się zauważalne w ostatnim roku - aktywnej współpracy z instytucjami (jak muzea, Kościół) i organizacjami (jak Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna). Konieczne jest także zdefiniowanie jego roli jako instytucji inicjującej tworzenie szeregu aktualnie potrzebnych przedsięwzięć o charakterze partnerstwa publiczno-prywatnego, działających z udziałem miasta (i Centrum „Trakt” w jego imieniu) i podmiotów organizujących i realizujących ofertę turystyczną (jak biura przewodników, prywatnie zarządzane atrakcje, organizatorzy pakietów turystycznych) oraz powiązanych z nią segmentów gospodarki w mieście (jak komunikacja lotnicza, miejska i podmiejska, kolej regionalne). Zasady tej współpracy między Lewiatanem (Traktem) a liliputami (pozostałymi podmiotami) trzeba jednak dobrze sprecyzować - z jasnym podziałem zadań, z dobrymi standardami wyboru wykonawców (gdzie nie wszystkim rządzi cena, bo wszystkie opracowania na temat turystów kulturowych wskazują, że nigdy nie jest ona jedynym, a nawet nierzadko nie jest nawet najważniejszym czynnikiem wpływającym na ich decyzje). Współpracy

⁹ Projekt ICHOT ma zostać zrealizowany do lata 2012 i będzie pierwszym w pełni multimedialnym obiektem turystycznym w Wielkopolsce.

z akceptowalnymi systemami rozliczeń, korzystnymi i motywującymi nie tylko do współpracy, ale i premiującymi szybkie reagowanie na zmiany popytowe, innowacyjność i stałe poprawianie jakości oferty. W tak rozumianej roli rozgrywającego - ale nie jedyne - gracza Centrum może i powinno inicjować i koordynować wsparcie dla nowych pojedynczych usług i złożonych produktów, o ile są one konstruowane na bazie autentycznego dziedzictwa kulturowego i wykorzystują rozpoznany potencjał turystyczny w zgodzie z priorytetami określonymi w aktualnie obowiązujących strategiach. W ustawicznym dialogu z organizatorami i wykonawcami usług Centrum powinno precyzować takie ich kierunki i sposoby działań, które będą wspierane miejskimi środkami, a następnie przejmować na siebie szereg zadań związanych z ich promocją, a może i dystrybucją (za pomocą interaktywnego portalu internetowego?). Powinno także regularnie monitorować zarówno trendy popytowe w zakresie turystyki kulturowej, w tym miejskiej i eventowej, jak i aktualną miejską ofertę po to, aby wpływać na jej dostosowywanie i stałą modyfikację, co na dłuższą metę zapewni jej atrakcyjność i konkurencyjność, a miastu korzyści. Może wreszcie (ale to już kwestia strategicznego wyboru) ewentualnie integrować kolejne cudze oferty w formułowane pod swoim szyldem (miejską marką) ale niekoniecznie pod swoim zarządem złożone produkty dla turystów, może prowadzić lub przynajmniej finansować i pozycjonować portal informacji turystycznej umożliwiający bezpośrednie umieszczanie i nabywanie poszczególnych produktów za pomocą interaktywnych systemów rezerwacji. Taka rola Centrum zapewni poznańskiej ofercie turystycznej zgodność z przyjętymi kierunkami rozwoju, stałe rozwijanie jakości, dobrze ukierunkowaną promocję i sprawny system dystrybucji, jednocześnie nie dominując i nie dusząc wolnego rynku producenta i konsumenta. Z kolei trasę Traktu - jako miejską trasę historyczną - warto od nowa przemyśleć, „odchudzić” do realistycznej postaci oferty historycznego spaceru i przekształcić w materialną trasę miejską: tematyzowaną, koordynowaną, oznaczoną i zapewniającą dostępność swoich obiektów [Mikos v. Rohrscheidt, 2009, s. 123].

4. Szanse poznańskiej turystyki kulturowej - czyli „co zrobić, by to się kręciło”

Niniejszy fragment tekstu nie stanowi w założeniu autora całościowej rozprawy na temat zaznaczony w tytule. Jest tylko połączonym z nieco obszerniejszą eksplikacją katalogiem działań oraz konkretnych produktów turystycznych, których realizacja w Poznaniu w najbliższych latach pozwoliłaby rozszerzyć i uatrakcyjnić ofertę miasta w dziedzinie turystyki kulturowej. Wyartykułowane postulaty bazują na wnioskach z poszczególnych analiz zamieszczonych w kilku tekstach niniejszego opracowania. Dla porządku uszeregowano je za pomocą tytułów, odnoszących je do poszczególnych wyspecjalizowanych form współczesnej turystyki kulturowej, dla których uprawiania istnieje znaczący potencjał w Poznaniu. Wskazują na to wyniki zamieszczonej na początku publikacji analizy potencjału turystyczno-kulturowego miasta i okolic. Można zatem przyjąć, że wymienione poniżej działania i produkty zostały zaprezentowane jako konkretne szanse dynamizacji danej formy turystyki kulturowej w przestrzeni analizowanego miasta. Nie znaczy to jednak, że te przedsięwzięcia i produkty miałyby być atrakcyjne tylko dla grup turystów, zainteresowanych wskazanymi typami wypraw. Chcąc zatrzymać w jednym - nawet dużym - mieście typowego dzisiejszego reprezentanta

rosnącej grupy turystów zainteresowanych kulturowo, a niekoniecznie głęboko motywowanych lub „wyspecjalizowanych” tematycznie, należy zaoferować mu serię różnorodnych ofert. Spośród nich będzie on mógł wybrać, a one z kolei zagwarantują mu szereg ciekawych, unikatowych przeżyć bez efektu znużenia powtarzalnością motywów i podobieństwem kolejnych zwiedzanych obiektów. Ekspozycja rozmaitych wątków autentycznego lokalnego dziedzictwa kulturowego zorganizowanych w atrakcyjną multitematyczną ofertę z zastosowaniem współczesnych narzędzi przekazu, połączona z dobrze ukierunkowaną informacją i promocją i uzupełniona sprawdzonymi „magnesami turystycznymi” w postaci eventów - może skłonić dużą grupę gości do pozostawania dłużej w przestrzeni miasta i skorzystania z jego propozycji. Poniżej wymienione zostały tylko wybrane możliwości zagospodarowania wielkiego potencjału Poznania. W znacznej części są one oparte o pokrewne sposoby działań lub produkty, sprawdzone w innych europejskich ośrodkach turystyki miejskiej. Dlatego właśnie one, zdaniem autora, powinny stać się przedmiotem poważnych analiz gremiów odpowiedzialnych za długookresową strategię rozwoju turystyki w mieście.

Turystyka dziedzictwa kulturowego. W tej dziedzinie narzuca się kilka postulatów, układających się z kolei w logiczną całość. Pierwszym z nich jest konieczność kontynuowania i wspierania dalszych *badan archeologicznych w przestrzeni Ostrowa Tumskiego*. Prowadzone tam dotychczas prace przynoszą niemal rok w rok nowe, znaczące odkrycia. Należy zatem inwestować w nie i wspierać kierujących nimi z rozmowach z właścicielami terenów i obiektów. Kontynuacja tych badań może wzbogacić turystykę dziedzictwa kulturowego (dodajmy, że dziedzictwa najstarszego w naszym kraju!) o nowe atrakcje w postaci autentycznych miejsc, obiektów i przedmiotów, kolejnych świadectw historii sprzed ponad 10 wieków: wydarzeń związanych z kształtowaniem się polskiej państwowości. Następnie należy opracować i zrealizować konkretne przedsięwzięcia zapewniające *udostępnienie relikwów piastowskich*, które nadal kryje Ostrów Tumski przed turystami. Może to być np. „odkrycie” miejsc wykopalisk za pomocą przeszkłonych i dobrze oświetlonych i widocznych z poziomu ziemi „kanałów” lub (lepiej!) poprowadzenie równolegle do wykopów i zabezpieczonych zrębów grodu oraz poszczególnych budowli dobrze urządzonej trasy podziemnej, z pomocą nowoczesnych technik eksponującej i interpretującej odkrycia. Po trzecie, konieczne trzeba jak najlepiej „zagospodarować” turystycznie *temat piastowskiego dziedzictwa* w Poznaniu. W tej dziedzinie w ostatnich latach sporo już zrobiono, co należy docenić: jest przecież multimedialna Makieta Grodu Poznańskiego w pomieszczeniach kościoła franciszkanów na Wzgórzu Przemysła. Rozpoczęto także prace nad budową Interaktywnego Centrum Historii Ostrowa Tumskiego, co przybliży perspektywę otwarcia nowoczesnej i zgodnej ze standardami dzisiejszej turystyki, a przez to atrakcyjnej i przyciągającej liczne grono zwiedzających wystawy tematycznej. Rozpoczyna się właśnie odbudowa (czy bardziej „rekonstrukcja”) Zamku na Wzgórzu Przemysła - warto przemyśleć usytuowanie tam właśnie wystawy bardziej związanej tematycznie z ostatnim przedstawicielem wielkopolskich Piastów i jego dziełem oraz z Polską w jego czasach. A kiedy to - choć w części - doczeka się swojej realizacji, władze Poznania powinny porozumieć się z samorządem Gniezna i administratorami muzeum na Ostrowie Lednickim i wspólnie z nimi, jako wielkopolski zespół zabytków piastowskich: w Poznaniu, Gnieźnie i Ostrowie Lednickim *wystąpić o wpis na listę obiektów Światowego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO*. Szanse na uzyskanie go są dobre, co wynika z trzech przesłanek. Otóż 1. wszystkie trzy wspomniane obiekty są Pomnikami Historii, a więc spełniają

ważny warunek formalny wpisu na listę UNESCO, 2. istnieją nawet w naszym kraju precedensy wpisu obiektów kolektywnych (wpisano przecież dwa Kościoły Pokoju i szereg drewnianych kościołów w Małopolsce), 3. zespół spełnia także kryteria samego UNESCO warunkujące wpis na tę listę (m.in. kryterium III, V i VI). Skutkiem takiego wpisu byłoby uzyskanie ogromnego atutu promocyjnego: znanego w całym świecie i powszechnie uznawanego emblematu UNESCO, od dawna funkcjonującego w turystyce dziedzictwa kulturowego jako sprawdzona „marka”. To z kolei pociągnie za sobą wpisanie tych miejsc, a wśród nich i Poznania, na listy wielu touroperatorów organizujących wycieczki po obiektach UNESCO w różnych krajach. Znajdą się one także na liście pożądanych celów podróży bardzo licznych turystów indywidualnych, chętnie zwiedzających obiekty z tej listy w trakcie swoich wypraw: traktują je oni bowiem jako miejsca o gwarantowanej autentyczności kulturowej i z dobrym poziomem turystycznego zagospodarowania.

Należy podjąć także szereg działań, poprawiających faktyczną dostępność ważniejszych poznańskich obiektów sakralnych, chroniących w swoich wnętrzach szereg najcenniejszych świadectw dziedzictwa kulturowego. Na przykład w przypadku uzasadnionej obawy o cenne przedmioty oraz o stan wnętrza udostępnianego turystom bez dozoru, odpowiedzialni za turystykę w mieście powinni znaleźć środki, by zapewnić zarządom obiektów wsparcie finansowe lub nawet całkowite pokrycie kosztów stworzenia zabezpieczenia m.in. w postaci systemu elektronicznego monitoringu obiektu. Inne ograniczenie dostępności można zlikwidować przez wprowadzenie „otwierania na telefon”, obejmujące 1. rozszerzenie listy osób upoważnionych do otwarcia obiektu, 2. wprowadzenie kontaktowego telefonu mobilnego, przekazywanego sobie przez te osoby i jednocześnie 3. zastosowanie cennika opłat za otwarcie obiektu i ewentualną obiektową usługę przewodnicką. Numer tego telefonu powinien być podany do wiadomości przy (zamkniętym) wejściu do obiektu oraz na portalu internetowym obiektu, miejscowości i szlaku lub trasy turystycznej. Może to znacząco poprawić dostępność tam, gdzie jest ona ograniczona albo niepewna z powodu nieopłacalności utrzymywania stałego personelu. Koszty utrzymania takiego obiektowego telefonu komórkowego (nie będące znacznym obciążeniem przy założeniu, że rozmowy będą tylko odbierane) może przy tym przejąć gestor miejskich tras turystycznych. W obiektach z dużą częstotliwością nabożeństw, stanowiących jednocześnie atrakcje turystyczne, konieczne jest rozwiązanie problemu niezapowiedzianych modlitw lub celebr, co - przy dobrej woli i właściwym traktowaniu partnerów - nie powinno być trudne. Ich gospodarze powinni - uwzględniając kalendarz świąt kościelnych oraz możliwe dodatkowe potrzeby liturgiczne swoich parafii czy regularnie przybywających grup pielgrzymów - ustalić dni i godziny otwarcia obiektów dla zwiedzających i następnie konsekwentnie tych godzin przestrzegać, nie przyjmując na te terminy żadnych zgłoszeń dodatkowych nabożeństw ani nie akceptując w tym czasie głośnych modlitw różnych grup pobożnych w świątyni. Powinni także opracować szczegółowe regulaminy dostępu do miejsc kulturowo znaczących i podać je do publicznej wiadomości. W celu zapewnienia aktualnej informacji oraz bezkolizyjnego ruchu turystycznego w obiektach sakralnych, stałe czasy i warunki ich udostępniania powinny być dostępne w Internecie, a dla zapobieżenia przypadkom nieoczekiwanego ograniczania dostępu uczestnikom zwiedzania w ramach programu wycieczek grupowych, wszelkie wynikające z wyjątkowych potrzeb zmiany w porządku nabożeństw powinny być publikowane w aktualizowanych na bieżąco portalach internetowych tych obiektów. Może to być zrealizowane także za pośrednictwem internetowych portali turystycznych miasta, trasy

miejskiej oraz samych obiektów, przy czym konieczna jest regularna aktualizacja danych przez ich administratorów. Powinni oni także publikować wszelkie zapowiedzi ograniczania dostępności, wynikające z aktualnych dodatkowych potrzeb pozaliturgicznych, jak na przykład kulturalnych (koncerty) i innych.

Turystyka tematyczna. Głównym produktem z punktu widzenia tej formy turystyki powinien być dla Poznania system zwiedzania, daleko wykraczający poza miasto i jego okolice: **Szlak Piastowski**. Poznań, dla którego wizerunek jednej z kolebek Polski jest oczywistą wartością, powinien wpisywać swoją ofertę dla zwolenników turystyki tematycznej w wątek piastowski, który w skali kraju jest jednym z najlepiej rozpoznawanych przez turystów tematów historycznych i jednocześnie (dzięki istnieniu szlaku) gotowych propozycji kulturowo-turystycznych. Podejmowane aktualnie przedsięwzięcia odnoszące się do przebudowy i unowocześnienia jego oferty i organizacji¹⁰, które mają za cel uzyskanie korzyści przez wszystkie kluczowe miejscowości położone w jego przestrzeni, będą wymagały współpracy w ramach szlaku jako całości, a jednocześnie tworzenia komplementarnych wobec siebie produktów lokalnych. Takim elementem w naszym mieście mogłyby stać się z jednej strony miejska trasa turystyczna o standardzie materialnym [Mikos v. Rohrscheidt, 2009, s. 107n], stworzona na bazie tematyzowanej oferty szeregu placówek, obiektów, z drugiej: ewentualna propozycja cyklicznych eventów tematycznych w sezonie turystycznym (o czym szerzej na innym miejscu).

Niezależnie od tego tematu-dominanty może zostać skonstruowany szereg innych **tematycznych tras miejskich**, także o materialnym charakterze lub uwzględniających przynajmniej częściowo elementy materializacji w przestrzeni (jak choćby fizyczne oznaczenie obiektów i ciągów, przypisany trasie punkt koordynacyjny¹¹ z możliwością uzyskiwania aktualnych informacji, zamówień przewodników itd.). Takie trasy eksploatowałyby liczne atrakcyjne tematy, reprezentowane w autentycznym dziedzictwie miasta. Przykładowo, obok trasy militarnej z kluczowymi punktami w wybranych i zagospodarowanych fortyfikacjach i ekspozycjach muzealnych, zwiedzanie Poznania można zorganizować także wzdłuż trasy tematycznej, poświęconej zbiorowemu bohaterowi: *poznańskim organicznikom*¹². Kluczowymi elementami tej trasy mogłyby stać się m. in. pomnik Hipolita Cegielskiego (po modyfikacji jego opisu i „ożywieniu” zgodnie z pierwotnym planem) oraz krypta w kościele Św. Wojciecha i Cmentarz Zasłużonych Wielkopolan, wzbogacone o interaktywne opisy spoczywających tam postaci. Z kolei inna ciekawa trasa mogłaby przyciągnąć zainteresowanych *dziejami polskiej medycyny* i życiorysami jej pionierów, a zapomniane i rzadko odwiedzane Muzeum Farmacji, po rozszerzeniu jego zbiorów o wątki biograficzne, mogłoby stać się kluczowym punktem tej trasy i miejscem realizacji opracowanych dla niej mikroeventów na zamówienie (jak pokazy czy film) a także dystrybucji literatury i pamiątek. Do rozważenia jako osie tras tematycznych byłyby

¹⁰ Z inicjatywy Powiatu Gnieźnieńskiego, będącego instytucją założycielską Organizacji Turystycznej Szlak Piastowski, w roku 2010 podjął działanie zespół ds. modernizacji szlaku, mający za zadanie przekształcenie tego systemu w nowoczesny produkt turystyczny w formie szlaku materialnego. Kierunek prac jest zasadniczo zbieżny z wnioskami z badania potencjału turystycznego szlaku, opublikowanymi w : Mikos v. Rohrscheidt 2010b.

¹¹ Funkcjonowanie takiego punktu nie musi powodować żadnych dodatkowych kosztów, mogą go obsługiwać w ramach swoich obowiązków pracownicy któregoś z punktów miejskiej informacji turystycznej lub muzeów, powiązanych tematycznie z danym wątkiem i uwzględnionych w trasie jako punkty do zwiedzania.

¹² Taka propozycja zwiedzania jest już dostępna w ofercie biura KulTour.pl. Biorąc ją za podstawę można by pokusić się o fizyczne wyznaczenie trasy i jej urozmaicenie za pomocą opisanych tu elementów.

wątki odpowiadające aktualnym zapewne jeszcze przez dłuższy czas trendom popytowym w konkretnych grupach społecznych. I tak dla młodszych gości można by utworzyć trasę *legend i podań* związanych z tematyką „diabelską” czy okultystyczną, której ważnymi punktami byłyby Wzgórze Przemysła (z jego legendami o szatańskiej próbie zapobieżenia rozwojowi chrześcijaństwa w Polsce i o nieszczęsnej Ludgardzie, plac Bernardyński z jego opowieścią o „diable-ekshibicjonście”, Chwaliszewo i legenda o diable, a także udokumentowany fakt spalenia tam pierwszej polskiej „czarownicy”, kościół NMP *in Summo* na Ostrowie Tumskim i podanie o cudownym widzeniu księcia Kazimierza, ewentualnie także Katedra z jej wątkiem pokutującego po śmierci „komandora” Powodowskiego. Z kolei dla rosnącej grupy zainteresowanych feministycznymi wątkami rodzimej historii i kultury można utworzyć trasę *„Kobiety Poznania: historyczne, prześladowane, wybitne”*. Przez historię miasta przewinęło się, a i w jego dzisiejszym życiu publicznym jest obecnych sporo postaci, które nadawałyby się na bohaterki takiej trasy. Oto najważniejsze z nich, z którymi można bez trudu powiązać konkretne miejsca: Dobrawa-Dąbrówka (pierwsza imiennie znana kobieta naszej historii narodowej), Ludgarda, która prawdopodobnie straciła życie, bo nie mogła mieć dziecka (temat jakże aktualny w kontekście sporów o „in vitro”), XVI-wieczna „czarownica” z Chwaliszewa (zapewne kobieta samodzielna i wybitna, bo o czary oskarżano z reguły nie bez powodu), XIX-wieczne bohaterki E. Szczaniecka i K. Potocka, hollywoodzka aktorka Lilli Palmer, literatki Iłakowiczówna i Musierowicz, wreszcie wybitne artystki o znaczących dokonaniach: E. Wycichowska i M. Abakanowicz, wraz z jej monumentalną instalacją „Nierozpoznani”.

Używany tu termin „utworzenia” tras obejmuje w zamyśle piszącego nie tylko ewentualne fizyczne oznaczenie miejsc i obiektów, ale także ich opisanie, wydanie mapek dla samodzielnych zwiedzających i materiałów informacyjnych w formie niewielkich przewodników tematycznych, zorganizowanie dla każdej z tras w jednym miejscu wystawy tematycznej, która mogłaby być ich punktem centralnym i „ogniskującym” temat oraz organizującym jego narrację, może także miejscem tematycznego mikroeventu realizowanego na zamówienie zwiedzających grup (np. krótkiego spektaklu, pokazu, filmu dokumentalnego itd.) i ewentualnym punktem koordynacyjnym. Konkretna koncepcja „materializacji” trasy czyli jej rozwinięcia do poziomu produktów turystycznych została przez autora opisana w formie studium przypadku w osobnym tekście, zamieszczonym w niniejszym zbiorze¹³.

Turystykę tematyczną można zorganizować nie tylko w oparciu o wymagające większych nakładów trasy, ale także za pomocą rozwiniętej oferty (tańszego) *zwiedzania fabularyzowanego*, którą wraz z przykładowymi wątkami szerzej opisuje w swoim tekście R. Urbanowicz. Takie zwiedzanie mogłoby być proponowane także jako bardziej urozmaicona forma zwiedzania tras tematycznych.

Nowe impulsy dla turystyki eventowej. Na istotną rolę eventów kulturalnych w życiu ośrodka turystyki kulturowej wskazał w swoim opracowaniu P. Buryan¹⁴. Wydaje się, że największej szansy Poznania na stanie się jedną z wiodących destynacji wyjazdów turystyczno-kulturowych w Polsce i w naszej części Europy należy szukać w tej dziedzinie. Agenda wydaje się oczywista: składa się na nią 1) kreacja nowych eventów (opartych na autentycznych wątkach dziedzictwa kulturowego oraz na popularnych aspektach współczesnej kultury, mało eksploatowanych

¹³ Por. Mikos v. Rohrscheidt, *Klasyczne i nowoczesne formy...* rozdz. 2.2.

¹⁴ Por. Buryan P. Poznańskie eventy kulturowe jako impulsy dla turystyki kulturowej, rozdział 1.

w innych polskich ośrodkach), 2) ich sprawna i realizowana na odpowiednim poziomie organizacja, a także 3) aktywna i dobrze ukierunkowana promocja istniejących i nowych imprez kulturalnych ukierunkowanych na przyciągnięcie turystów. Wzrost liczby i aktywna promocja popularnych eventów kulturalnych (w tym artystycznych, historycznych i tematycznych) mogą pomóc w przezwycięzeniu uwarunkowanej klimatycznie jednosezonowości turystyki kulturowej w Poznaniu. Atrakcyjne dla różnych grup turystów z kraju i zagranicy eventy z jednej strony bowiem są w stanie walczyć o zwiększenie atrakcyjności miasta jako destynacji turystyki kulturowej w skali całego roku, dostarczając kolejnym grupom potencjalnie nimi zainteresowanych turystów dodatkowe powody do odwiedzenia go w określonym czasie. Z drugiej strony - co równie ważne - dzięki równomiernemu rozłożeniu w czasie, takie imprezy mogą stopniowo doprowadzić w naszym mieście do zmniejszenia dysproporcji skali ruchu turystycznego w poszczególnych porach roku. W dalszej perspektywie, przy aktywnej kreacji i promocji samych eventów, w tym także nowych, oraz przy (4) rozwinięciu towarzyszących im produktów turystycznych (jak oferty wycieczek eventowych, oferty indywidualnych pakietów miejskich tematycznych czy zwłaszcza okazjonalnych¹⁵) można by dojść tą drogą nawet do faktycznego rozszerzenia poznańskiego sezonu turystycznego na większość roku. W licznych dużych miastach z bogatą ofertą w dziedzinie imprez taki stan - bardzo pożądaný przez branżę usług turystycznych - nie jest rzadkością. Z aksjologicznego punktu widzenia warto na etapie pomysłu i koncepcji nowych imprez zwracać uwagę na wybór autentycznych wątków historycznych i kulturowych dla eventów o charakterze kulturowym (a zatem mających związek z faktyczną historią tego miasta i regionu, z jego rzeczywistym dziedzictwem kulturowym, w tym eksploatujących tematy bazujące na faktycznych wydarzeniach i autentycznych tradycjach). Z kolei w przypadku eventów artystycznych kryterium przystąpienia do ich organizacji lub wsparcia przez miasto powinien być ich możliwie jak najbliższy związek z rzeczywistymi kierunkami artystycznymi w ich „czystej” postaci, przy zachowaniu całej ich różnorodności. Oznacza to z pewnością większy wysiłek koncepcyjny i narzucenie licznych ograniczeń, jednocześnie zaś konieczność selekcji wykonawców lub rezygnację z łatwych, często kopiowanych wzorców, zapewniających krótkookresowy sukces danej imprezy. Na dłuższą metę takie przemyślane działania zapewnią jednak poszczególnym eventom uznanie rosnącej grupy świadomych (i wybierających pomiędzy różnymi ośrodkami) odbiorców i rozpoznawalną markę, a w niektórych przypadkach także unikatowość w swojej klasie, co z kolei zapewni im wysoką rangę na listach coraz liczniejszych i wzajemnie ze sobą konkurujących wydarzeń kulturalnych.

Event cykliczny dla Poznania. Argument na rzecz przedłużenia pobytu turystów kulturowych w mieście - a w szczególności skłonienia ich do zatrzymania się tu na nocleg - będzie stanowił regularnie organizowany event wieczorny. Grupą docelową adresatów takiej imprezy byłoby w szczególności turyści krajowi i turyści pochodzenia polskiego, ale także zagraniczni goście zainteresowani historią naszego kraju, turystyką dziedzictwa kulturowego, eventową, studyjną, żywej historii, a także regionalną albo religijno-kulturową - w zależności od jego tematyki. Do organizatorów tych form turystyki, a także - poprzez media obejmujące swoim zasięgiem te grupy - wprost do potencjalnych gości kierowano by informacje o imprezie i propozycje o charakterze promocyjnym. Turystyczny event wieczorny w Poznaniu powinien mieć postać

¹⁵ Szerzej na temat pakietów okazjonalnych w artykule O. Artyshuka, zamieszczonym w niniejszym zbiorze

historycznego (tematycznego) pokazu z użyciem nowoczesnych efektów wizualizacji (m. in. laserowych, hologramowych), z zastosowaniem sprawdzonej w innych krajach i miejscach (m. in. w Malborku) formuły imprez typu „Światło i Dźwięk”, elementów dramy z nieliczną obsadą aktorską lub nagraniami albo zastosowaniem innych technik. Może on być realizowany zarówno w otwartej przestrzeni i powszechnie dostępny (lub dostępny za niewielką opłatą), jak i w dużych pomieszczeniach zamkniętych (najlepiej w historycznych budowlach), dostępnych za opłatą. Odbywać się powinien przynajmniej w jeden wieczór w tygodniu (najlepiej w piątek lub w sobotę) w głównym sezonie turystycznym, czyli - uwzględniając liczbę grup zorganizowanych i turystów indywidualnych w mieście - w okresie od początku maja do połowy października. Czas trwania takiej imprezy powinien wynosić mniej więcej jedną godzinę, a przy zapewnieniu miejsc siedzących dla widzów może nieco dłużej. Jej koncepcja i przygotowanie pochłonałby jednorazowo określone środki finansowe, jednak zastosowanie stałych scenariuszy i technologii, z pomocą których realizowane byłyby kolejne powtarzalne elementy imprezy przy minimalnym zatrudnieniu personelu pozwoliłoby zredukować koszty kolejnych cotygodniowych edycji do minimum. Dla uniknięcia efektu wyczerpania zainteresowania np. ze strony turystów odwiedzających Poznań wielokrotnie warto opracować 3-4 różne scenariusze dla takiej imprezy, realizowane w różnych miejscach miasta zamiennie w kolejne 3-4 weekendy. Propozycje miejsc i wątków tematycznych dla takiego eventu autor wskazał już w jednej ze swoich publikacji [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 350n], wystarczy więc w tym miejscu odwołać się do nich i uzupełnić je o ewentualne inne atrakcyjne możliwości, wynikające ze zmian w przestrzeni miejskiej, w tym pojawienia się nowych obiektów. Poznań może więc wykorzystać wątek powstania Państwa Polskiego, eksploatując do tego celu leżący na uboczu od centrum **Ostrów Tumski** (palatium Mieszka I, domniemane miejsce chrztu władcy polskiego, lokalizacja pierwszego biskupstwa). Wieczorny pokaz, eksponujący jeden z tych tematów, może zostać rozbudowany o dodatkowe opcje przy ewentualnej współpracy Kościoła (właściciel Katedry i świątyni NMP *in Summo*) oraz przy włączeniu doń historycznej multimedialnej makiety Grodu Poznańskiego, która we współpracy z jej autorem i właścicielem mogłaby zostać przeniesiona na teren Ostrowa Tumskiego. Planowana przez poznańskie organizacje turystyczne intensyfikacja wykorzystania Ostrowa Tumskiego mogłaby pójść właśnie w kierunku takiego eventu pod nośnym hasłem: „*Tu się Polska zaczęła*”, realizowanego być może we współpracy (i przy podziale eksploatacji poszczególnych wątków) z powiatem gnieźnieńskim i miastem Gniezno w ramach oferty Szlaku Piastowskiego. Innym ciekawym miejscem może być **Wzgórze Przemysła** wraz z odbudowywanym tam Zamkiem Królewskim. W tym miejscu odbywa się już jeden tematyczny event doroczny (Dni Grodu Przemysła), można zatem skorzystać z doświadczeń jego organizatorów i w pozostałych weekendach wakacyjnych (np. raz w miesiącu) uzupełnić to dwudniowe wydarzenie jego skromniejszą, wieczorną wersją dla turystów. Na Wzgórzu Przemysła można obok historycznej postaci i dzieła Przemysła I (lokacja miasta) oraz jego syna Przemysła II - ostatniego z wielkopolskich Piastów, realizatora idei zjednoczenia Polski - wykorzystać także jako potencjalne wątki tematyczne legendę o powstaniu Wzgórza oraz półlegendarny wątek tajemniczej śmierci księżniczki Ludgardy i nawiązujące do niej opowieści o rzekomej zjawie. Jednak stała lokalizacja większych imprez w samym sercu poznańskiej Starówki mogłaby stać się poważnym obciążeniem dla miasta. Niewielka **Śródka**, stojąca przed swoją nową szansą i oczekująca rewaloryzacji, może wprowadzić stworzyć znakomity klimat dla wieczornego odpoczynku, jednocześnie eksponując np. wątek codziennego życia średniowiecznego miasta. Ze względu na szczupłość miejsca

i gęste zamieszkanie to miejsce nie nadaje się na lokalizację imprezy o zbyt dużej skali, jednak da potrzeb eventu obliczonego na najwyżej dwustu-trzystu widzów Rynek Śródecki wydaje się wystarczać. Warto rozważyć także ewentualne wykorzystanie **Zamku Cesarskiego** i/lub jego ogrodu dla potrzeb innego eventu, który ze względu na ożywiony dzienny ruch komunikacyjny musiałby rozpoczynać się w nieco późniejszej porze. To samo zastrzeżenie dotyczy **Placu Mickiewicza** i ewentualnej eksploatacji wątku Poznańskiego Czerwca 1956, na przykład w postaci imprezy typu „Światło i Dźwięk.” Impreza nawiązująca do tego tematu mogłaby jednak odbywać się także np. na **ulicy Kochanowskiego**, którą w tym celu można by zamykać dla ruchu kołowego na okres do dwóch godzin. Dla ewentualnej eksploatacji wątku wybuchu Powstania Wielkopolskiego (1918-19) może zostać wykorzystany z kolei **Plac Wolności** lub jego fragment w okolicy Hotelu Bazar (manifestacja i przemówienie I.J. Paderewskiego) albo - w wypadku niewykonalności z uwagi na potrzeby komunikacyjne - miejsce przy skrzyżowaniu ul. 27- Grudnia z **ul. Ratajczaka** (pierwsze walki powstańców), po ostatecznym wprowadzeniu planowanych od dłuższego czasu dalszych ograniczeń w ruchu kołowym w tym miejscu. Dla eventu o tematyce militarnej dobrze nadaje się rozległy teren **Cytadeli**, sprawdzony już przy okazji organizacji masowych imprez (coroczne Misterium Męki Pańskiej). Ewentualne problemy okolicznych mieszkańców, wynikające z lokalizacji regularnych eventów we wskazanych miejscach, można zredukować przez ich wspomniane „rozgęszczenie”, osiągnięte przez eksploatację kilku różnych wątków po kolei w następujące weekendy. Wówczas w konkretnym miejscu taka impreza odbywałaby się tylko jeden raz w miesiącu przez 5-6 miesięcy sezonu. Miałoby to miejsce w stałych godzinach poza okresem dziennego szczytu, zatem efektywne ograniczenie dotyczyłoby 6 wieczorów w skali roku i obejmowałoby każdorazowo czas najwyżej 2 godzin. Można także rozważyć przygotowanie i realizację przynajmniej jednej wersji eventu w przestrzeni zamkniętej, realizowanej przy złej pogodzie po uprzednim ogłoszeniu. Na takie wydarzenie w Starym Mieście mogłyby być wykorzystane we współpracy z ich administratorami m. in. budynek dawnej Nowej Synagogi (po jego rewaloryzacji) albo jeden z historycznych kościołów, na przykład Archikatedra lub Fara, kościół franciszkanów na Wzgórzu Przemysła lub kościół Św. Wojciecha.

Każdorazowo taki event mógłby zostać uzupełniony o skierowaną dla grupy bardziej zainteresowanych gości, touroperatorów i organizatorów pakietów pobytowych (i rozpowszechnianą via hotele, miejską informację turystyczną, własny portal www eventu) propozycję *zwiedzania fabularyzowanego*, kończącego się uczestnictwem w nim lub nawet rozpoczynającego się dopiero po jego zakończeniu nocnego zwiedzania miasta, najlepiej nawiązującego do wątku tematycznego eventu.

Turystyka muzealna. Dla zwiększenia atrakcyjności tej grupy obiektów konieczna jest modyfikacja oferty muzealnej Poznania. Ponieważ została ona szeroko opisana w osobnym opracowaniu¹⁶, stanowiącym część niniejszej publikacji, ograniczymy się tu jedynie do powtórzenia zasadniczych tez tego tekstu w formie haseł. Chodzi zatem o: współdziałanie środowisk muzealników oraz koordynatorów produktów turystycznych i organizatorów turystyki na rzecz tworzenia i integracji zasobów i produktów, restrukturyzację ekspozycji muzealnej obejmującą połączenie zbieżnej tematycznie ekspozycji niektórych placówek muzealnych w jednym (atrakcyjnym) miejscu, stworzenie profesjonalnych elektronicznych ekspozycji

¹⁶ Por. Mikos v. Rohrscheidt, „Poznańskie muzea...”, opracowanie zamieszczone w części czwartej

muzeów jako formy promocji ich zasobów, modyfikację jak największej ilości ekspozycji z wprowadzeniem multimediiów i elementów (modułów) interaktywnych, wprowadzenie licznych mikroeventów do ich oferty, zwiększenie ilości eventów muzealnych, powiązanych z wydarzeniami o znaczeniu turystycznym, włączenie oferty muzeów w produkty turystyczne (szlaki i trasy tematyczne, pakiety), tworzenie grup i stowarzyszeń przyjaciół muzeów.

Militarna turystyka kulturowa. Potencjał coraz popularniejszej w Europie i kraju turystyki militarnej należy uznać za jeden z najpoważniejszych atutów Poznania w dziedzinie turystyki. Swoją rolę jako magnes turystyczny może on odegrać dzięki realizacji kilku z poniższych propozycji.

Pierwszą z nich jest podjęcie szeregu działań konserwatorskich w przynajmniej niektórych z historycznych **obiektów militarnych poznańskiej twierdzy** (lepiej zachowanych fortów) oraz **przygotowanie ich do zwiedzania** z użyciem instrumentarium sprawdzonego w innych podobnych miejscach w Europie, w tym tras turystycznych, ekspozycji multimedialnych, mikroeventów (pokazy, rekonstrukcje scen, filmy) proponowanych zwiedzającym grupom i (w konkretnych dniach i godzinach) wszystkim obecnym na terenie obiektu gościom. Elementem oferty fortu może być także zwiedzanie fabularyzowane z elementami interaktywnymi (np. fragment musztry, wystrzał z działa czy XIX-wiecznego karabinu).

Druga propozycja to dokonanie opisanej powyżej **konsolidacji i modyfikacji** oferty wystawienniczej poznańskich **muzeów militarnych** i wzbogacenie ich oferty przez multimedialną makietę twierdzy.

Trzecią propozycją jest stworzenie oferty **przeżyciowego pobytu** w jednym z poznańskich fortów w konwencji życia koszarowego. Pobyt obejmowałby np. skoszarowanie i umundurowanie, wojskowy rozkład dnia, elementy teoretycznego szkolenia wojskowego i polowe ćwiczenia, musztrę, a nawet oryginalną wojskową (XIX-wieczną?, pruską?) kuchnię. Oferta ta powinna być dostępna na przykład w wybrane lub z czasem we wszystkie weekendy w sezonie turystycznym, a w przypadku stwierdzenia popytu lub na specjalne grupowe zamówienia - także i poza nim. Byłaby to realizacja w ramach turystyki militarnej uznawanej powszechnie i od dłuższego czasu realizowanej zasady (3xE), czyli stworzenia opartej o walory historyczne okazji do edukacji, przeżyć i tematyzowanej rozrywki. Tego rodzaju propozycja mogłaby się w Polsce spotkać z tym większym zainteresowaniem, że w sytuacji nieistnienia obowiązkowego poboru do służby wojskowej pewna grupa młodych ludzi nie ma możliwości zrealizowania swoich zainteresowań tą dziedziną życia inaczej, jak przez wybór tego zawodu jako trwałej drogi życiowej. Wprawdzie są już w Polsce przykłady takich pobytów (weekendowe w Toruniu, kilkugodzinne w Świnoujściu), jednak profesjonalne przygotowanie opisanej propozycji w Poznaniu we współpracy ze specjalistami z zakresu historii wojskowości, pracującymi m. in. na Wydziale Historii UAM, może doprowadzić do powstania produktu o znacznie wyższym standardzie i ciekawszym, wiernym historycznie i bardziej rozbudowanym scenariuszu. Projekty tego rodzaju w odniesieniu do poznańskich fortów są zresztą formułowane od lat. Jednym z ostatnich (uwzględniającym także aspekt turystyczny) jest opracowany w ubiegłym roku projekt rewitalizacji Fortu II autorstwa poznańskiego stowarzyszenia „Lepszy Świat”, przedłożony władzom miejskim i będący przedmiotem dyskusji [Lepszy Świat 2010]. Z uwagi na wielkość, stosunki własnościowe, stan zachowania fortów oraz zakres koniecznych prac konserwatorskich i rekonstrukcyjnych, realizacja któregośkolwiek

z dotyczących ich kompleksowych projektów rewitalizacyjnych ma szanse urzeczywistnienia tylko przy okazałym finansowym udziale władz miasta i wsparciu starań o środki zewnętrzne. Jednak zarówno ze względu na cel, obejmujący zachowanie i wykorzystanie cennego dziedzictwa, jak i na szanse opłacalności przedsięwzięcia (a więc zwrotu nakładów) w przypadku stworzenia nowoczesnej i atrakcyjnej, tematyzowanej militarnie oferty turystycznej, właśnie projekty uwzględniające tego rodzaju cele powinny w pierwszym rzędzie zdobyć przychylność i konkretne wsparcie, a nawet aktywne zaangażowanie samorządu.

Wreszcie czwartym sposobem tworzenia atrakcyjnej oferty dla turystów zainteresowanych militariami i dziejami wojskowości powinno być - podobnie jak w przypadku turystyki tematycznej - zaplanowanie i realizacja miejskiej turystycznej trasy militarnej. Ze względu na swoje znaczenie dla problematyki historyczno-militarnej a także wielość, różnorodność i atrakcyjność zasobów jej centralnym tematem powinna być oczywiście pruska „Twierdza Poznań” - największe w dziejach miasta przedsięwzięcie fortyfikacyjne, a obiektem kluczowym to dzieło obronne, w którym zlokalizowano by **nowoczesną multimedialną makietę twierdzy** - element dla takiej trasy nieodzowny. Może to być Cytadela (o ile to tam umieszczono by nowoczesną makietę, na przykład w pomieszczeniach Muzeum Uzbrojenia) albo jeden z najlepiej zachowanych fortów, o ile urządzono by tam taką ekspozycję. Ponadto elementami trasy mogłyby stać się niektóre inne forty, w tym także te, będące miejscem dużych (zintegrowanych) ekspozycji, miejscem realizacji ofert pobytowych (por. wyżej), miejscami wystaw historycznych (jak Fort VII) i przykładami udanej rewitalizacji albo/i siedzibami stowarzyszeń i grup aktywnych w dziedzinie odtwórstwa historycznego, które w ramach funkcjonowania trasy oferowałyby w nich regularnie lub na zamówienie rozmaite mikroeventy zbieżne z jej tematyką. Innymi obiektami na tej trasie mogą stać się także publiczne i prywatne muzea militarne Poznania, położone w śródmieściu, o ile ich zasoby nie zostałyby zintegrowane w większe kolekcje. Wreszcie powinny znaleźć się na niej zachowane albo zrekonstruowane dzieła obronne i linie fortyfikacyjne z okresów wcześniejszych, np. średniowieczne i nowożytne lub relikty fortyfikacji miasta (jak wyeksponowany wał grodowy Ostrowa Tumskiego lub odcinek murów miejskich). Ze względu na swoją przewidywaną długość i przebieg (twierdza otaczała XIX-wieczne miasto obszernym okręgiem) trasa zewnętrzna powinna posiadać zarówno możliwość przejechania samochodem wyznaczonymi drogami wraz z parkingami i dojazd do ważniejszych obiektów wewnątrz obwodu, jak i alternatywne drogi zwiedzania (ścieżkę pieszą i drogę rowerową) wraz z kilkoma miejscami dla wypożyczenia lub zwrotu rowerów i miejscami dla ich bezpiecznego zaparkowania przed każdym obiektem. Byłby to przy okazji dobry sposób połączenia oferty turystyki poznawczej z aktywną.

Miejsca i trasy dla turystów etnicznych. Zaniedbana w Wielkopolsce oferta tej formy turystyki kulturowej mogłaby przeżyć swój dynamiczny rozwój w oparciu o walory Poznania, pod warunkiem stworzenia konkretnych produktów turystycznych, jak materialne (czyli wyznaczone, monitorowane i opisane) miejskie lub podmiejskie trasy tematyczne lub/i ciekawe ekspozycje w obiektach posiadających odniesienie do poszczególnych grup etnicznych. Największy potencjał wydają się w tej dziedzinie posiadać: *Nowa Synagoga* (aktualnie wciąż jeszcze pływalnia miejska) i dawny *Zamek Cesarski*, w którym w ostatnich miesiącach umieszczono już wystawę fotograficzną, dokumentującą jego dzieje. Ponadto wątki obecności i działania w tym mieście wybitnych postaci niepolskiego pochodzenia powinny zostać

wykorzystane do stworzenia ofert turystycznych (jak wyznaczone w przestrzeni miejskiej trasy biograficzne z kluczowymi punktami w postaci ekspozycji tematycznych w poznańskich muzeach czy zwłaszcza w odnośnych obiektach, np. domu urodzenia P. von Hindenburga albo miejsca ślubu czy zamieszkania E.T.A. Hoffmanna). Ważnym magnesem turystyki etnicznej byłyby też cykliczne imprezy kulturalne, dedykowane tym osobom lub np. tradycjom kulturowym, w tym artystycznym. Także w tej ostatniej kwestii początek został już dokonany: co trzy lata odbywa się w Poznaniu Festiwal Hoffmannowski, corocznie organizowany jest Poznań Tsadik Festival. Niezależnie od potrzeby rozbudowy ich formuły (co dotyczy zwłaszcza eventu operowego), obu tym imprezom znacznie pomogłaby dobrze przemyślana i właściwie zaadresowana promocja tak na terenie kraju (kultura i muzyka Żydów cieszy się w Polsce coraz większą popularnością), jak i skierowana do kulturowo zainteresowanych kręgów w Niemczech oraz w diasporze żydowskiej. Takie działania mogą przynieść miastu większy stopień rozpoznawalności w wymienionych kręgach. Efekt takich działań może być trojaki: z jednej strony pobyt grup etnicznych i sentymentalnych odwiedzających Poznań na swoich trasach po Polsce może się przedłużyć dzięki dodatkowym propozycjom zwiedzania, z drugiej: miasto może stać się popularnym samodzielnym celem krótszych wycieczek (rodzaj etnicznie tematyzowanego „city break”), wreszcie: nagłośnione eventy mogą w określonych terminach ściągnąć większą liczbę uczestników.

Propozycje rozwijania produktów służących różnym formom turystyki w mieście.

Gry miejskie. W tej dziedzinie, jak wspomniano w innych opracowaniach niniejszego tomu (A. Mikosa v. Rohrscheidt *„Klasyczne i nowoczesne...”*, rozdz.1.3. (E) i M. Piasty *„Działania...”* rozdz. 2.5), Poznań ma szereg znaczących atutów: wizerunek miasta pionierskiego w skali kraju, posiadanie (w porównaniu z innymi polskimi ośrodkami) bogatej i zróżnicowanej oferty oraz funkcjonowanie liczego i kreatywnego środowiska, opracowującego i wdrażającego corocznie nowe produkty tego rodzaju. Miasto już teraz przyciąga zauważalną grupę polskich miłośników gier miejskich. W kontekście rosnącej popularności tej formy zwiedzania w naszym kraju ta (zasłużona) mocna pozycja Poznania jawi się jako duża szansa pozyskania nowych turystów. Może ona zostać wykorzystana dzięki dalszej pracy nad rozwijaniem poznańskich gier miejskich w obu opisanych we wspomnianych artykułach kierunkach: jako najtańszych propozycji „bezobsługowych”, wykorzystujących opisany temat, portal internetowy, papierowe mapki i karty gry oraz - na specjalne zamówienia - ofert bardziej rozwiniętych, z udziałem personelu (łącznicy, przewodnicy jako neutralni eksperci towarzyszący grupie, osoby do konsultacji, sędziowie, itd.), co może dodatkowo przynieść zwiększenie zysków, rozwój oferty i (wprawdzie tylko dorywcze) zatrudnienie większej ilości osób. Tę drugą wersję warto częściej wykorzystywać w związku z eventami (czyli jako gry okolicznościowe, silnie powiązane z tematyką danej imprezy). W miarę pojawiania się cyklicznych eventów wieczornych w sezonie turystycznym gry mogłyby być z nimi powiązane: przez wcześniejsze przeprowadzenie przygotowywać turystów do samego eventu, tym samym „pogłębiając” edukacyjnie jego temat i atrakcyjnie zajmując im dodatkowy czas pobytu w mieście. Zastosowanie gier miejskich może także zdecydowanie rozszerzyć i urozmaicić miejską ofertę dla kilku form turystyki kulturowej, w tym przede wszystkim tematycznej. Gry mogłyby

wówczas eksploatować wątki, wskazane w innym miejscu niniejszego tekstu jako potencjalnie atrakcyjne dla tematycznego zwiedzania Poznania. Ze względu na swoją specyfikę „odkrywania miasta” najbardziej przydatne mogłyby być one w przypadku tych wątków, dla których nie istnieją jeszcze fizycznie oznaczone trasy turystyczne ani nawet wirtualne oferty tego rodzaju. W takich przypadkach mogą one być formą bezobsługowego zwiedzania takich tras lub alternatywą dla opcji ich zwiedzania z tematycznym przewodnikiem w rękę. W interesie poznańskich muzeów warto także rozważyć opracowanie gry miejskiej, wykorzystującej w swojej fabule ich zasoby, co mogłoby ożywić ruch turystyczny w tych placówkach, a pewną grupę turystów zainteresować regularnym korzystaniem z oferty tych placówek.

Rozwijanie oferty indywidualnych turystycznych pakietów miejskich w ich rozlicznych formach (jak pakiety tematyczne, okazjonalne, przeżyciowe) w kontekście rosnącej skali wykorzystywania takich pakietów podczas wyjazdów indywidualnych [Artyshuk 2010, s. 73] wydaje się potrzebą chwili. W Poznaniu muszą pojawić się liczne i rozmaite pakiety miejskie skierowane do konsumentów coraz popularniejszej formy wyjazdów „city break”, której uczestnicy stanowią grupę osób już teraz korzystających z nich najczęściej [Prylińska, Ratkowska 2009, s. 7]. Ich ukierunkowanie na „city break” musi obejmować ich powiązanie z możliwościami wynikającymi z istniejących połączeń komunikacyjnych (a więc integrację czasową) oraz włączenie w opcje rezerwacyjne w ramach produktów oferowanych turystom z tej grupy (integrację ofertową). Ich twórcy i dystrybutorzy muszą także podjąć działania informacyjne i promocyjne oraz zapewnić kanały ich dystrybucji na lokalnych rynkach poszczególnych miast i regionów Europy, skomunikowanych z Poznaniem (m.in. przez pozycjonowanie oferty i sprzedaż produktu).

Obok nich pożądane są także pakiety tematyczne dla poszczególnych form turystyki kulturowej. Ta grupa produktów zapewne w większości przypadków pozostanie niszowa w swojej skali sprzedaży, niemniej taki jest już z założenia ich charakter. Natomiast właśnie ich różnorodność jest w stanie ściągnąć do miasta dużą grupę turystów, nie akceptujących masowych wyjazdów i preferujących zachowanie daleko idącej samodzielności w planowaniu i realizacji swojego wyjazdu, a także doborze konkretnych celów, zwłaszcza jeśli mają one związek z ich wykrystalizowanymi zainteresowaniami. W grupie pakietów tematycznych szczególnie pilnie potrzebnych w Poznaniu wydają się być te, które obsłużyłyby turystów z grup aktualnie niszowych. W tej liczbie powinny pojawić się propozycje dla uczestników etnicznej turystyki żydowskiej (ci klienci przyjeżdżają już teraz w większości jako goście indywidualni) i - tak długo jak nie będzie dla nich bardziej zróżnicowanych ofert pobytowych - turystyki militarnej oraz kulinarnej. W miarę postępów modyfikacji Szlaku Piastowskiego i rozwijania jego oferty poznańscy touroperatorzy powinni zadbać o wprowadzenie na rynek także propozycji pakietów związanych z tematyką tego szlaku i o zintegrowanie ich z całościową ofertą jego koordynatora, aby jak największą część zwiedzających szlak turystów zatrzymać na dłużej w mieście. Inne potencjalnie atrakcyjne propozycje ofert pakietów tematycznych prezentuje O. Artyshuk w artykule analizującym tę grupę ofert na poznańskim rynku).

Natomiast w grupie pakietów okazjonalnych w pierwszym rzędzie powinny zostać wprowadzone na rynek te związane z programem najważniejszych poznańskich eventów kulturowych, w tym „Malta Festiwal Poznań”, „Tzadik Poznań Festiwal” oraz „Ethno Port Poznań Festiwal”. W przypadku realizacji pomysłu poznańskich eventów wieczornych warto wprowadzić na rynek

propozycje pakietów rozwijających ich wątki tematyczne, zawierających obok uczestnictwa w nich i posiłku także ofertę noclegu w mieście w różnych standardach i kategoriach cenowych. Powyżej wspomniano już o kilku kontekstach, w których może zostać wykorzystane **zwiedzanie fabularyzowane**. Na potrzeby miejskiego przewodnictwa dla grup turystów podmioty oferujące usługi w tej dziedzinie powinny skonstruować i zaproponować różne jego opcje jako samodzielny produkt, realizowany na zamówienie grupowe. Kwestię potencjalnych wątków takiego zwiedzania, oraz koniecznych działań organizacyjnych rozwija szerzej w swojej analizie R. Urbanowicz. Obok możliwie najatrakcyjniej realizowanego klasycznego przewodnictwa miejskiego (spacery historyczne i przejazdy turystyczne) oraz nowoczesnych gier miejskich na różnych poziomach organizacji, ta oferta może stać się kolejnym czynnikiem zwiększającym atrakcyjność Poznania dla touroperatorów organizujących wyprawy grupowe oraz wpływać na decyzję o kierowaniu ich właśnie do tego miasta. Aby odniosła sukces, oferta zwiedzania fabularyzowanego może i powinna wykorzystywać nośny w danym okresie (sezonie) lub ogólnie popularny wątek. Musi być też i zorganizowana w formie odpowiadającej oczekiwaniom turystów kulturowych, to jest z dbałością o autentyczność scenariusza (w tym zachowań bohaterów, używanych tekstów, historyczne szczegóły przekazu) i o dobry poziom odgrywania scen, z użyciem nowoczesnego instrumentarium technologicznego i z dobrą jakością wykorzystywanych elementów materialnych, jak stroje itd. Jeśli do tego będzie dobrze promowana, może ona otworzyć szanse ściągnięcia do Poznania nawet grupy turystów, decydujących się na wyjazd specjalnie w celu uczestnictwa w takim niestandardowym zwiedzaniu.

Paszport Poznańczyka. Ostatnia kwestia pełni raczej rolę opisu przedsięwzięcia niż propozycji. Jest to bowiem projekt turystyki miejskiej w Poznaniu, aktualnie przygotowywany przez poznańskie biuro turystyki kulturowej KulTour.pl. Jego zasady oparte są na wdrożonym w 2007 projekcie tego biura „Paszport Wielkopolanina”. Projekt „Paszport Poznańczyka” (nazwa robocza) polega na dystrybucji mini-przewodnika turystycznego w atrakcyjnej formie osobistego „dokumentu”. Nie tylko opisuje on najcenniejsze obiekty historyczne i kulturowe na terenie miasta i najbliższej okolicy, ale także przez system wpisów/pieczętek poświadczających zwiedzanie tych obiektów zachęca do prywatnych wycieczek lub do udziału w zorganizowanej formie turystyki, wskazując jednocześnie najbardziej wartościowe cele takich wycieczek. Z kolei przez system „Certyfikatów Świadomego Poznańczyka”, wydawanych osobom, które zwiedzają wszystkie polecane obiekty, projekt dokumentuje turystyczne osiągnięcia tych osób, stanowi miłą pamiątkę wielu wycieczek, ale także budzi w uczestnikach zdrowe ambicje poznania swojej małej ojczyzny (w wypadku mieszkańców) lub miejsca, w którym spędzają fragment wakacji (w odniesieniu do gości). Dodatkowo planowane jest losowanie i wręczanie dorocznych nagród wśród absolwentów programu, lista mailingowa uczestników na serwerze organizatora projektu służąca wymianie informacji i doświadczeń oraz zasięgnięciu porad ekspertów turystyki, internetowa galeria fotograficzna dla uczestników programu a także konkurs internetowy na znajomość Poznania. Te dodatkowe opcje zapewnią interaktywność programu i zwiększą jego atrakcyjność, szczególnie wśród młodych ludzi. Spodziewane efekty funkcjonowania projektu to: wykorzystanie naturalnego elementu rywalizacji w turystyce miejskiej dla pobudzenia aktywności turystycznej, wskazanie miejsc ciekawych, a nie zawsze powszechnie znanych, eksploatacja dodatkowych elementów oferty turystycznej miasta (m. in. eventowego i kulinarnego), ekspozycja ciekawych tematów

z zakresu lokalnego dziedzictwa kulturowego, zatrzymanie pewnej części przybywających do Poznania gości na dłużej przez wskazanie im sposobu zagospodarowania wolnego czasu i listy ciekawych miejsc wartych odwiedzenia. Doświadczenia realizacji „Paszportu Wielkopolanina” dowodzą, że tego rodzaju projekt przyczynia się w pokaźnym stopniu do zwiększenia zainteresowania turystów, a tym samym także skali ruchu turystycznego, zwłaszcza w mniej znanych i mniej dotąd promowanych obiektach.

Zakończenie:

Poznań ma wielkie szanse stać się wiodącym ośrodkiem turystyki kulturowej w Polsce, a także jednym z dobrze rozpoznawalnych, potencjalnie atrakcyjnych miejsc spędzania wolnego czasu dla zainteresowanych kulturą Europejczyków. Jednak aby się tak w najbliższych latach stało, wiele musi zostać zrobione. Pozostaje wyrazić apel i zachętę, aby analizy i postulaty zawarte w niniejszym zbiorze i podobnych opracowaniach czytali nie tylko ludzie traktujący miejską turystykę kulturową jako własną pasję, ludzie wykładający czy studiujący ją na uczelniach, ludzie tworzący i realizujący jej ofertę w naszym mieście - jak przewodnicy - bo ci zapewne i tak to uczynią. W interesie wspólnej sprawy jest, by zapoznali się z tymi treściami także ci, którzy powinni o wymienionych tu kwestiach myśleć i na rzecz takiego rozwoju działać codziennie - a to z racji swoich służbowych funkcji i wynikających z nich zadań. Ponadto warto, by zapoznali się oni z różnorodnymi wątkami i aspektami dziedzictwa kulturowego tego miasta (o których niektórzy z nich wydają się nie mieć pojęcia), by podjęli dialog na co dzień z ludźmi, zajmującymi się turystyką i turystami w naszym mieście (dzięki czemu zachowają kontakt z realiami), by wreszcie stale monitorowali rozwój oferty turystyki kulturowej w porównywalnych i na dziś znacznie bardziej znanych i częściej odwiedzanych ośrodkach europejskich. W ten sposób uświadomią sobie rzeczywiste atuty i słabości własnego miasta w tej dziedzinie, odkryją nowe, nośne i atrakcyjne tematy i wątki dla kreowania stale atrakcyjnej oferty, wreszcie - znajdą gdzie indziej dobre, sprawdzone wzory i niektóre z nich będą mogli testować i wdrażać we własnym mieście. Zdaniem autora i zgodnie z wielokrotnie wobec niego wyrażaną opinią licznych przedstawicieli środowiska, pracującego na rzecz turystów w Poznaniu, tworzenie strategii rozwoju turystyki miasta nie może odbywać się tak, jak często dotąd w Polsce. Taka strategia nigdy nie może być konstruowana w „wieży z kości słoniowej” - z wyłącznym udziałem ekonomistów, teoretyków organizacji turystyki i specjalistów od kreowania wirtualnych marek promocyjnych, w separacji od ludzi i realiów istniejącej oferty, potem zaś poddawana fasadowej konsultacji. Tworzyć ją należy, włączając do zespołów koncepcyjnych obok przedstawicieli wymienionych gremiów w dotyczącym ich zakresie także (a może przede wszystkim?) badaczy i praktyków konkretnych segmentów turystyki (w naszym przypadku kulturowej). Natomiast przed wdrożeniem powinno się ją szeroko konsultować w środowiskach pracujących na rzecz turystów, zaś przyjęte rozwiązania i nowe produkty testować z ich udziałem. Tylko taki tryb planowania i tworzenia produktów daje realne szanse na tworzenie silnego miejskiego ośrodka spędzania czasu wolnego, mogącego z powodzeniem podjąć konkurencję na trudnym i wymagającym rynku ofert turystycznych w dzisiejszej Europie.

Bibliografia:

- Artyshuk O., 2010, *Indywidualne pakiety turystyczne w turystyce kulturowej*, „Turystyka Kulturowa Nr 7-9, s. 69-89
- [*Grupy w Poznaniu 2010*] - ankieta wśród przewodników miejskich, dotycząca ilości, preferencji i zachowań grup turystycznych w latach 2009 i 2010. opracowanie i realizacja: A. Mikos v. Rohrscheidt, O. Artyshuk.
- [*Komu i za co 2011*] - wirtualna trasa poznańskich pomników, tematyczna wycieczka biura KulTour.pl w Poznaniu, www.kultour.pl/pl/atrakcje/p_pomniki.htm (dostęp: 10.01.2011).
- [*Lepszy Świat 2010*] - portal stowarzyszenia z projektem rewitalizacji fortu II, adres: www.lepszyswiat.org.pl/fort-ii.html
- Matyaszczyk D., 2009, *Poznań. Trakt Królewsko-Cesarski. Przewodnik turystyczny*, Seria Iks, Wydawnictwo Miejskie, Poznań.
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. Milenium, Gniezno
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2009 *Nowoczesne trasy miejskie jako forma prezentacji historii i kultury oraz oferta turystyczna* [w:] A. Stasiak (red.) *Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać!* Wyd. WSTH Łódź, s. 95-126
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2010, *Regionalne Szlaki tematyczne. Idea, potencjał, organizacja*, Wyd. Proksenia, Kraków
- [*Grupy w Poznaniu 2010*] - wyniki ankiety dotyczącej preferencji i zachowań grup turystycznych, przeprowadzonej dla lat 2009 i 2010 na grupie przewodników poznańskich przez A. Mikosa v. Rohrscheidt i O. Artyshuka dla potrzeb niniejszego opracowania.
- Prylińska M., Ratkowska P., 2009, *City break - próba wyjaśnienia i zdefiniowania zjawiska w odniesieniu do polskiego rynku usług turystycznych*, „Turystyka Kulturowa” nr 9., s 3-14
- Raport na temat wielkich miast Polski. Poznań, 2011*, (red.) W. Orłowski, Wyd. PwC, Adres: http://www.pwc.com/pl/en/wielkie-miasta-polski/raport_Poznan_2011.pdf (dostęp: 16.01.2011)
- Strategia rozwoju narodowego produktu turystycznego „Trakt Królewsko-Cesarski” w Poznaniu do 2013*, Konsorcjum PART S.A. I RES Management, koordynacja: Urząd Miasta Poznania Wyd. Poznań, 2005
- Strategia rozwoju rynku turystycznego w Poznaniu, 2000*, red. S. Bosiacki, Wyd. AWF, IT, Poznań - Warszawa
- Strategia rozwoju turystyki w Poznaniu do 2030 roku. Wizja, misja, cele strategiczne i szczegółowe - propozycje zespołu badawczego* (Opracowanie robocze zespołu Uniwersytetu Ekonomicznego pod kierunkiem prof. G. Gołembskiego, prezentowane podczas spotkania konsultacyjnego 16.11.2010). Wersja do konsultacji: grudzień 2010
- Turystyczny Poznań* [w:] *Strategia Poznania 2030 (Program nr 17)* adres: <http://www.poznan.pl/mim/public/publikacje/attachments.html?co=show&instance=1017&parent=33934&lang=pl&id=77846> (dostęp: 14.01.2011)
- [Ławica 2011] - Oficjalny Portal Internetowy Portu Lotniczego Poznań-Ławica www.airport-poznan.com.pl (dostęp w dniach 8-11.01. 2011]
- Steinecke A., 2007, *Kulturtourismus. Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven*, Wyd. Oldenbourg Verlag, München/Wien

Informacje o autorach

Armin Mikos v. Rohrscheidt

dr nauk filozoficznych (UZ), dr nauk teologicznych (DLI), dr nauk humanistycznych (kulturoznawstwo) (UAM).

Kierownik specjalności „turystyka kulturowa” i wykładowca na Wydziale Nauk o Kulturze i Turystyce GWSHM Milenium w Gnieźnie, wykładowca turystyki kulturowej na UAM w Poznaniu, redaktor naczelny czasopisma naukowego „Turystyka Kulturowa”, autor kilku książek i kilkudziesięciu artykułów z zakresu turystyki kulturowej, inicjator kilku projektów turystyczno-kulturowych, konsultant dwóch europejskich projektów w zakresie kulturowej turystyki militarnej, współorganizator i trener w szkoleniach nt. turystyki kulturowej, współwłaściciel biura podróży kulturowych, organizator i wykładowca szkoleń dla przewodników miejskich w Poznaniu, przewodnik miejski w Poznaniu, Augsburgu, Monachium i Wittenberdze, pilot wycieczek, egzaminator pilotów wycieczek oraz języka niemieckiego.

Izabela Wyszowska

dr nauk humanistycznych (historia sztuki) (UAM).

Wykładowca w Zakładzie Kulturowych Podstaw Turystyki AWF w Poznaniu, członek kolegium redakcyjnego czasopisma naukowego „Turystyka Kulturowa”, autorka szeregu publikacji naukowych z zakresu turystyki kulturowej, egzaminator przewodników miejskich w Poznaniu i pilotów wycieczek, wykładowca szkoleń dla przewodników miejskich, przewodnik miejski, pilot wycieczek,

Karolina Buczkowska

dr nauk o kulturze fizycznej (AWF Poznań).

Wykładowca oraz opiekun specjalności Turystyka kulturowa z dziennikarstwem w Zakładzie Kulturowych Podstaw Turystyki AWF w Poznaniu oraz wykładowca w Katedrze Turystyki i Rekreacji SWPS - WZ w Poznaniu, zastępca redaktora naczelnego czasopisma naukowego „Turystyka Kulturowa”, członek Cultural Tourism Research Group w międzynarodowym stowarzyszeniu ATLAS, autorka książki oraz ponad 20 opracowań z zakresu turystyki kulturowej, przewodnik miejski, pilot wycieczek i wykładowca szkoleń dla pilotów

Paulina Ratkowska

mgr kulturoznawstwa (UAM).

Członek kolegium redakcyjnego czasopisma naukowego „Turystyka Kulturowa”, autor kilku opracowań z zakresu turystyki kulturowej, głównie eventowej, wykładowca i instruktor szkoleń dla przewodników miejskich, współzałożyciel i redaktor portalu VisitPoznan.info, przewodnik miejski, pilot wycieczek

Oleksiy Artyshek

mgr ochrony środowiska (UAM), absolwent studiów geograficznych (UAM).

Członek kolegium redakcyjnego czasopisma naukowego „Turystyka Kulturowa”, autor kilku opracowań z zakresu turystyki kulturowej, głównie nt. produktów pobytowych, koordynator biura turystyki kulturowej, wykładowca i instruktor szkoleń dla przewodników miejskich i pilotów wycieczek, współorganizator i trener w szkoleniach nt. turystyki kulturowej, przewodnik miejski w Poznaniu, pilot wycieczek, egzaminator pilotów wycieczek

Przemysław Buryan

mgr obsługi ruchu turystycznego (AWF Poznań)
autor kilku opracowań z dziedziny turystyki kulturowej
przewodnik miejski, pilot wycieczek

Stanisław Kandulski

mgr kulturoznawstwa (UAM)
doktorant w Wydziałowym Studium Doktoranckim Instytutu Kulturoznawstwa UAM
przewodnik miejski, pilot wycieczek

Jan Olczykowski

mgr turystyki i rekreacji (UAM), studia turystyki na Uniwersytecie w Neapolu,
przewodnik miejski, pilot wycieczek

Magdalena Bilińska

mgr filologii (Uniwersytet Boloński),
tłumacz i lektor języka włoskiego
przewodnik miejski, pilot wycieczek

Andrzej Dominik Ohde

mgr nauk ekonomicznych (AE Poznań),
przewodnik miejski, pilot wycieczek
Autor katalogów z dziedziny falerystyki marynistycznej i lotniczej.

Marek Piasta

mgr obsługi ruchu turystycznego (AWF Poznań)
przewodnik miejski, pilot wycieczek

Maria Piechowicz

mgr filologii romańskiej (UAM)
tłumacz języka francuskiego, przewodnik miejski, pilot wycieczek

Rafał Urbanowicz

absolwent studiów ekonomicznych (UEP Poznań)
przewodnik miejski

Kontakt z autorami przez adres redakcji:
redakcja@turystykakulturowa.org