

Piotr Zmyślony  
Akademia Ekonomiczna  
Katedra Turystyki  
Poznań

## WPŁYW SZTUKI FILMOWEJ NA ROZWÓJ NOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH W POLSCE

**Abstrakt:** *W artykule przedstawiono związki kultury i sztuki filmowej z turystyką. Sztuka filmowa, jako część kultury, może powodować przemieszczanie się osób poza miejsce zamieszkania oraz związany z tym transfer pieniądza. Turystyka z kolei może stać się przyczyną konserwacji obiektów, miejsc, a nawet urzędzeń związanych z kinem oraz tworzeniem wydarzeń o tematyce filmowej. Tezę artykułu o szansie rozwoju nowych produktów turystycznych w Polsce dzięki sztuce filmowej uzasadniono przez ukazanie różnorodności motywów wyjazdów związanych ze sztuką filmową i odpowiadających im atrakcji.*

**Słowa kluczowe:** *film, kultura, produkt turystyczny, sztuka filmowa, motywy turystyczne*

Od czasu upowszechnienia kina, sztuka filmowa stała się ważną częścią kultury. Do kin chodzą miliony widzów<sup>1</sup>, aktorzy i reżyserzy to osoby powszechnie znane, premiery filmowe to wydarzenia wykraczające często poza zwykłą pierwszą projekcję na ekranie. Już w czasie produkcji opinia publiczna śledzi na bieżąco postęp prac, a w powstawanie filmów często zaangażowane są publiczne środki finansowe.

---

<sup>1</sup> Frekwencja w kinach w Polsce w roku 2000 wyniosła 18 mln widzów (zanotowano dramatyczny spadek w porównaniu z rokiem 1999, kiedy było 28 mln widzów; 24,3 mln widzów w 1997 r., 22,6 mln w 1995 r.), we Francji 130 mln, w Niemczech 125 mln (w obu wypadkach w 1995 r.), *Film* 2001 nr 2, s. 24; *Kultura w 1997 r.* Warszawa GUS 1998.

Sztuka filmowa<sup>2</sup>, jako część kultury, inspiruje rozwój turystyki. W jej obrębie występuje zjawisko polegające na przemieszczaniu się osób poza miejsce zamieszkania oraz związany z tym transfer pieniądza – spowodowane wydarzeniami, miejscami i atrakcjami, których wspólną cechą jest film. Dzięki sztuce kinematografii powstają nowe atrakcje turystyczne, a miejsca, miasta czy regiony mogą zostać dzięki filmowi ponownie odkryte, przeżyć wzrost zainteresowania turystów, co wywoła (lub przedłuży) fazę wzrostu produktu turystycznego<sup>3</sup>. Turystyka z kolei może stać się przyczyną konserwacji obiektów, miejsc, a nawet urządzeń związanych z kinem oraz tworzeniem wydarzeń o tematyce filmowej.

Celem artykułu jest określenie wpływu kultury reprezentowanej przez sztukę filmową na kształtowanie się nowych produktów turystycznych oraz przedstawienie ich możliwości rozwojowych w Polsce. Uzasadnieniem podjęcia tematu jest pojawienie się w szerokim spektrum motywacji wyjazdów turystów czynników ściśle związanych z kinem. Hipoteza, której próba uzasadnienia stanowi dalszą część pracy, brzmi: sztuka filmowa jest szansą rozwoju nowych produktów turystycznych w Polsce. Można zaryzykować stwierdzenie, że te nowe produkty mogą stać się podstawą rozwoju interesującego, niszowego rynku turystycznego w Polsce.

Według Grzegorza Gołębskiego kultura, rozumiana jako związek tradycji historycznej, kultury materialnej, współczesności oraz unifikacji, stanowi podstawową przyczynę pobudzania ruchu turystycznego, przyczynia się do wzrostu jej efektywności, może nawet stać się rdzeniem produktu turystycznego w skali kraju, grupy krajów, regionu, miejscowości i poszczególnych obiektów. Autor ten nie stosuje jednak pojęcia turystyki kulturowej na określenie występowania motywów turystycznych związanych z kulturą<sup>4</sup>. Według W. Gaworeckiego, trwałe występowanie motywacji kulturowych w takich rodzajach turystyki, jak turystyka krajoznawcza, alternatywna i do wielkich miast, uzasadnia przyjęcie terminu „turystyka kulturalna”. Jej celami są miejsca o wartości artystycznej i historycznej, muzea i galerie oraz spektakle artystyczne i inne wydarzenia kulturalne<sup>5</sup>. Z dalszych rozważań wynika, że cele te doskonale pokrywają się w z celami wyjazdów turystów zainteresowanych poznaniem miejsc i obiektów związanych z kinem, co stanowi dodatkową przesłankę do uszeregowania tej aktywności jako integralnej części turystyki, która zwana będzie dalej turystyką kulturową.

**Należy podkreślić, że potrzeby turystyczne związane ze sztuką filmową zaspokajane są przeważnie podczas wyjazdów, których cele nie mają bezpośredniego związku z filmem, lecz są tylko jednym z motywów podróży.** Można zatem przyjąć następujące motywy turystów wynikające z podróżowania śladami kina i filmu, zakła-

<sup>2</sup> Według Słownika Języka Polskiego sztuka to dziedzina ludzkiej działalności artystycznej, wyróżniana ze względu na związane z nią wartości estetyczne. *Słownik Języka Polskiego*. Wyd. VII zmienione i poprawione, Warszawa PWN 1993. Można więc uznać bez przeszkód istnienie zjawiska zwanego sztuką filmową

<sup>3</sup> Więcej na temat cyklu życia produktu turystycznego: J. Altkorn: *Marketing w turystyce*. Warszawa PWN 1995, s. 106-112.

<sup>4</sup> G. Gołębski, *Culture and the development of new tourism products in Poland*. W: *Tourism and Culture. Managing Change*. 50. Kongrest AIEST 2000. Publications of AIEST vol. 42 s. 325-341.

dając, że mogą one stanowić główny cel wyjazdów, ale nie muszą, często zaś mają charakter posiłkowy w stosunku do innych motywów wyjazdów:

1. Uczestnictwo w festiwalach, przeglądach, konkursach i innych imprezach filmowych.
2. Odwiedzanie miejscowości i obiektów, które były w przeszłości miejscem akcji filmów.
3. Zwiedzanie muzeów, wytwórni filmowych oraz innych budowli, instytucji i pomników poświęconych sztuce filmowej.
4. Uczestnictwo (czynne lub bierne) w powstawaniu filmów oraz warsztatach związanych z tworzeniem form filmowych i kreacji artystycznych.

Aby uzasadnić wcześniej wysuniętą hipotezę o szansie rozwoju nowych produktów turystycznych w Polsce dzięki sztuce filmowej, należy omówić wyszczególnione motywy i przyporządkować im istniejące atrakcje turystyczne związane ze sztuką filmową. Różnorodność tych atrakcji oraz wspomniany już uzupełniający charakter w stosunku do innych celów wyjazdów turystów może przesądzać o szansach tworzenia nowych produktów turystycznych, których rdzeniem stanie się kultura i sztuka filmowa.

Organizacja festiwali i konkursów filmowych ma w Polsce długą tradycję, niemniej dopiero w latach dziewięćdziesiątych przestały one mieć charakter branżowy i stały się wydarzeniami, które mają także przyciągnąć turystów zainteresowanych kinem. Organizatorzy oraz władze miast i gmin widzą w nich doskonałą okazję do promocji regionów i zarobienia pieniędzy. W Polsce, gdzie warunki klimatyczne często nie pozwalają na uprawianie tradycyjnej turystyki wypoczynkowej nad morzem czy jeziorami, impreza, podczas której można zobaczyć ciekawe filmy, spotkać się z twórcami i aktorami, wziąć udział w dyskusji na tematy kulturalne, obejrzeć spektakl towarzyszący imprezie, a przy tym zwiedzić miejscowość i korzystać z innych atrakcji turystycznych, jest ciekawą ofertą dla turysty. Imprezy takie, które śmiało można nazwać masowymi, gromadzą od kilku do kilkunastu tysięcy turystów-kinomanów<sup>6</sup>. Wykaz najbardziej atrakcyjnych turystycznie imprez filmowych zawiera tabela 1.

Rdzeniem wszystkich imprez turystyczno-filmowych jest uczestnictwo w projekcjach, a ekran filmowy jest nadrzędnym elementem potrzebnego zagospodarowania. Zwykle projekcje odbywają się w kinach; organizatorzy niektórych imprez starają się uatrakcyjnić pokazy i przyciągnąć większą widownię, organizując seanse plenerowe. Charakterystyczne są także spotkania z aktorami, rozmowy i spotkania twórców z publicznością i dyskusje na tematy filmowe. Poza tym charakterystycznym elementem, festiwale filmowe są podobne do innych imprez kulturalnych: towarzyszą im przedstawienia, spektakle, koncerty, recitale, występy estradowe, wystawy malarstwa i plakatów, a nawet spotkania poetyckie. Choć większość festiwali filmowych odbywa się

<sup>5</sup> Więcej na temat turystyki kulturalnej: W. W. Gaworecki: *Turystyka* Warszawa PWE 2000, s. 79-84.

<sup>6</sup> Np. Festiwal Filmowy i Artystyczny w Kazimierzu Dolnym zgromadził w sierpniu 2000 roku 60 tysięcy kinomanów [za:] R. Gliński: *Kazimierz filmem płynący*. „Reżyser” – dodatek do miesięcznika *Kino* 2000 nr 9

w okresie wakacyjnym (a są to te najbardziej popularne), warto podkreślić, że te imprezy, które odbywają się poza sezonem letnim, mają właściwość wydłużania sezonu turystycznego.

Tabela 1

## Najważniejsze cykliczne imprezy turystyczno-filmowe w Polsce

Nazwa imprezy	Miejsce	Termin
Międzynarodowy Festiwal Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych Camerimage	Toruń, Łódź	styczeń
Festiwal Filmu Niemego	Kraków	styczeń
Beskidzka Zima Filmowa	m.in. Bielsko-Biała, Żywiec, Szczyrk.	luty
Międzynarodowy Festiwal Filmów dla Dzieci	Poznań	maj
Międzynarodowy Festiwal Teatralny Malta (koncerty muzyki filmowej)	Poznań	maj-czerwiec
Międzynarodowy Festiwal Filmów Dokumentalnych i Krótkometrażowych	Kraków	czerwiec
Festiwal Filmów Latinoamerykańskich	Warszawa	czerwiec
Lubuskie Lato Filmowe	Łagów	czerwiec –lipiec
Wakacyjny Festiwal Gwiazd	Międzyzdroje	lipiec
Festiwal Kina Ukraińskiego	Ińsko	lipiec
Festiwal Filmowy i Artystyczny	Kazimierz Dolny	sierpień
Ogólnopolski Festiwal Filmów Komedyjnych	Lubomierz	sierpień
Warszawski Festiwal Filmowy	Warszawa	październik
Festiwal Polskich Filmów Fabularnych	Gdynia	różne terminy

Opracowanie własne na podstawie informacji zawartych w miesięczniku Film<sup>7</sup>.

Turyści-kinomani, osoby wymagające, czynnie poszukujące wrażeń artystycznych i kulturalnych, nie są obojętni na inne walory turystyczne odwiedzanych miejsc niż te związane z kinem. W pełni korzystają ze wszystkich elementów produktu turystycznego, który umiejętnie przygotowany, stanowi cenne źródło dochodów miasta czy regionu. Szukają wrażeń mogących zaspokajać potrzeby estetyczne, społeczne czy samorealizacji. Doznania estetyczne i emocjonalne, których doświadczają ze względu na spojrzenie na zabytki czy elementy krajobrazu przez pryzmat sfilmowanej w danej scenerii

<sup>7</sup> W szczególności: A. Piotrowska: *Sanatorium Świtez?* Film 2000 nr 8, s. 14-16; K. Domagalik: *Trochę lato*. Film 1998 nr 10, s.8; M. Sadowska: *Kazimierz collage*. Film 1999 nr 9, s. 16-20; *Gdzie kręci się szpula. Wakacyjne imprezy filmowe*. Film 2000 nr 7, s. 12-13; 15. *Warszawski Festiwal Filmowy*. Film 1999 nr 10, s. 14-16; A. Piotrowska: *Bal operatorów*. Film 2000 nr 1, s. 14-15; *Wakacje z filmami*. Film 2001 nr 6, s. 8-10.

historii fabularnej, są szansą na rozwój nowych usług turystycznych, co wykorzystują coraz częściej ich wytwórcy. W informatorach turystycznych lub w opowiadaniach przewodników oprowadzających po znanej budowli lub miejscowości można się natknąć na informacje o kręconym tu kiedyś filmie. Inne miejsca nabierają rozgłosu i stają się atrakcyjne turystycznie przez sam fakt powstawania tam filmu. Turyści mogą przyjechać do miasta rozświetlonego przez dany film, aby poczuć jego klimat uchwycony w dziele. Nie interesują ich same tylko mury i ulice, ale cały sposób życia miasta ukazany na ekranie<sup>8</sup>. Często po ekipie filmowej zostają pamiątki, zdjęcia z przygotowywania filmu lub scenografia, które zostają zgromadzone w formie stałych ekspozycji, wystaw czy nawet muzeum. Należy dodać, że ranga turystyczno-filmowa danego miejsca jest wprost proporcjonalna do sukcesu kręconego w nim dzieła. Wnętrza budynków, budowle, miejsca i całe miasta stają się atrakcją turystyczno-filmową w dwojaki sposób. Po pierwsze, akcja filmu rozgrywa się w konkretnym mieście czy miejscowości, co jest wyraźnie powiedziane w filmie. Po drugie, plenery i wnętrza mogą służyć jako sceneria do przedstawienia pewnej historii, lecz miejsca kręcenia scen filmu nie są z nią powiązane. Przykłady atrakcyjnych miejsc, które mogą być rozpoznane przez turystów-entuzjastów kina, zawiera tabela 2.

Większość miejscowości wymienionych w tabeli 2 ma walory, które stanowią o ich dużym potencjale turystycznym bez konieczności pomocy ze strony sztuki filmowej, niemniej takie informacje wzbogacają ich ofertę, kreując dodatkowy popyt i odwołując się do nowych potrzeb i zainteresowań turystów.

Kolejnym celem wyjazdów może być zwiedzanie obiektów nie związanych z konkretnym dziełem filmowym, lecz z twórcami i samym procesem powstawania magii kina. Miejsca zamieszkania, urodzenia lub śmierci znanych aktorów, muzea, tablice pamiątkowe i pomniki im poświęcone, studia wytwórni filmowych czy sławne miejsca spotkań artystów i ulubione przez nich kawiarnie to miejsca szczególnie atrakcyjne dla podróżujących miłośników kina, często utożsamiających się ze swoimi idolami. Zachodzi tutaj zjawisko kreowania nowych, całkowicie sztucznych atrakcji, tym bardziej nowatorskich, że istniejących czasem tylko w umysłach odwiedzających je gości. Wystarczy, aby pewne obiekty czy miejsca, które nie stałyby się zapewne nigdy interesujące z powodu swoich cech, wpisały się w życie lub twórczość znanych artystów kina, by zyskały atrakcyjność, a nawet czasem swoistą magię, którą tworzą w późniejszym czasie turyści, będący miłośnikami kina. Popyt na tego typu wrażenia wywołuje zainteresowanie organizatorów podaży atrakcji i zagospodarowania turystycznego. Dodatkowym atutem jest to, że nie trzeba dokonywać żadnych dodatkowych inwestycji (poza oczywiście podstawowym zagospodarowaniem turystycznym), a nawet byłoby to niewskazane ze względu na potrzebę zachowania autentyczności tak powstałej atrakcji.

<sup>8</sup> E. Mazierska: *Miasto jak każde? Warszawa w „Girl Guide” i „Kilerze” Juliusza Machulskiego*. Kwartalnik Filmowy nr 28, zima 1999, s. 190.

Tabela 2

## Wybrane miejscowości – scenaria powstawania filmów

Miejscowość	Powstałe filmy
Gdańsk	<i>Blaszany bębenek</i> (reż. Volker Schlöndorff) <i>Człowiek z żelaza</i> (reż. Andrzej Wajda) <i>Westerplatte i Wolne miasto</i> (reż. Stanisław Różewicz) <i>Sztos</i> (reż. Olaf Lubaszenko)
Kraków	<i>Lista Schindlera</i> (reż. Steven Spielberg) <i>Spis cudzołożnic</i> (reż. Jerzy Stuhr) <i>Potop</i> (reż. Jerzy Hoffman)
Łódź	<i>Ziemia obiecana</i> (reż. Andrzej Wajda) <i>Ucieczka z kina „Wolność”</i> (reż. Wojciech Marczewski) <i>Seksmisja, Kingsajz</i> (reż. Juliusz Machulski)
Malbork	<i>Krzyżacy</i> (reż. Aleksander Ford) <i>Król Olch</i> (reż. Volker Schlöndorff)
Warszawa	<i>Rozmowy kontrolowane</i> (reż. Sylwester Chęciński) <i>Brunet wieczorową porą, Poszukiwany, poszukiwana, Alternatywy 4</i> (reż. Stanisław Bareja) <i>Jak daleko stąd, jak blisko</i> (reż. Tadeusz Konwicki) <i>Dom</i> (reż. Jan Łomnicki) <i>Dekalog</i> (reż. Krzysztof Kieślowski) <i>Quo vadis?</i> (reż. Jerzy Kawalerowicz) <i>Dług</i> (reż. Krzysztof Krauze)
Poznań	<i>Poznań '56, Limuzyna Daimler-Benz</i> (reż. Filip Bajon)
Wrocław	<i>Rękopis znaleziony w Saragossie</i> (reż. Wojciech Jerzy Has) <i>Popioły</i> (reż. Andrzej Wajda) <i>Charakter</i> (reż. Mike van Diem)
Piaseczno	<i>Kilerów dwóch</i> (reż. Juliusz Machulski) <i>Quo vadis?</i> (reż. Jerzy Kawalerowicz)
Lipce Reymontowskie, Pszczonów	<i>Chłopi</i> (reż. Jan Rybkowski)
Popielawy	<i>Pogrzeb kartofla, Jańcio Wodnik</i> (reż. Jan Jakub Kolski)
Lubomierz	<i>Sami swoi, Nie ma mocnych</i> (reż. Sylwester Chęciński) – powstało tu także muzeum Kargula i Pawlaka <i>Kocham kino</i> (reż. Piotr Łazarkiewicz) <i>Zakład</i> (reż. Teresa Kotlarczyk)
Dobrzykowice	<i>Sami swoi</i> (reż. Sylwester Chęciński)
Biały Bór, Chęciny, Chmiel, Kłęk	<i>Pan Wołodyjowski</i> (reż. Jerzy Hoffman)
Tyniec, Pieskowa Skała, Jaskinia Nietoperzowa	<i>Ogniem i mieczem</i> (reż. Jerzy Hoffman)
Sierpc	<i>Ogniem i mieczem</i> (reż. Jerzy Hoffman) <i>Pan Tadeusz</i> (reż. Andrzej Wajda) <i>Szwadron</i> (reż. Juliusz Machulski)

Opracowanie na podstawie: *Filmowa Mapa Polski*, dodatek do miesięcznika Film 1999 nr 7

Innym przykładem atrakcji mogących kreować popyt turystyczny są nowoczesne sale kinowe, wyposażone w najnowocześniejszy sprzęt umożliwiający odbiór obrazu i dźwięku na najwyższym poziomie jakości. Przyciąga to osoby zainteresowane obejrzeniem filmu o bogatych walorach wizualnych na panoramicznym ekranie i w najlepszym systemie dźwiękowym, czego nie mogą doświadczyć w swoim miejscu zamieszkania. Przykłady atrakcji turystycznych związanych z kinem i jego twórcami zawiera tabela 3.

**Tabela 3**

Przykłady atrakcji turystycznych związanych ze sztuką filmową i twórcami kina

Miejscowość	Temat
Sopot	Muzeum, galeria, pub przy ul. Kościuszki, poświęcone życiu Klause Kinskiego, który się urodził w Sopocie
Łódź	Muzeum Kinematografii Łódzka Szkoła Filmowa Miejsca spotkań artystów filmowych m.in. <i>Syrena, Spatif.</i> Aleja Sław na ul. Piotrkowskiej
Międzyzdroje	Promenada Gwiazd
Wrocław	Dworzec Główny – tablica poświęcona tragicznej śmierci Zbigniewa Cybulskiego
Warszawa	Powązki – miejsce spoczynku wybitnych artystów filmowych IMAX – kino umożliwiające odbiór obrazu techniką trójwymiarową
Kraków	Teatr Miejski – miejsce zaprezentowania po raz pierwszy aparatu projekcyjnego braci Lumière (14.11.1896)

Opracowanie własne

Zdarza się, że celem wyjazdu turystycznego miłośników kina jest chęć współuczestniczenia w powstawaniu filmu lub zobaczenia na planie ulubionych artystów i twórców przy pracy. Plan promocyjny filmów zakłada także zapraszanie kinomanów na plan zdjęciowy, by wzmocnić zainteresowanie i zapewnić filmowi powodzenie. Często, zwłaszcza przy dużych produkcjach, wymagających udziału wielu osób, ogłasza się nabór statystów. I w pierwszym, i w drugim wypadku turyści nie muszą się ograniczać do współuczestniczenia w powstawaniu zdjęć; mają także okazję, by zwiedzić miejscowość i skorzystać z zagospodarowania turystycznego. Coraz popularniejsze staje się uczestniczenie w warsztatach, spotkaniach i plenerach związanych ze sztuką filmową. Są to pobyty kilku- lub kilkunastodniowe, podczas których uczestnicy biorą udział w wykładach specjalistycznych, realizują krótkie filmy, piszą scenariusze lub poznają tajniki pracy operatorskiej. Takie spotkania łączą naukę z innymi atrakcjami bezpośrednio lub pośrednio związanymi z charakterem pobytu: spotkaniem z twórcami kina, krótkimi wycieczkami połączonymi ze zwiedzaniem, uprawianiem sportów, rekreacją, rozrywką. Wymagania turystów uczestniczących w takich imprezach są porównywalne

z wymaganiami turystów kongresowych. Konieczne jest istnienie pewnych udogodnień i przygotowanie techniczne obiektów, np. sali konferencyjnej z możliwością wyświetlania filmów, mniejszych salek do pracy, nierzadko podłączenia do internetu oraz sprzętu typowo filmowego, jak oświetlenie, kamery. Należy dodać, że jest to nowo powstała forma zorganizowanych imprez turystycznych; ich liczba będzie z pewnością z roku na rok rosła. Przykłady zawiera tabela 4.

Tabela 4

## Przykłady warsztatów i plenerów filmowych

Nazwa	Miejsce	Termin
Międzynarodowy Plener Filmowy	Sopot	czerwiec
Magiczne Spotkania Artystyczne	Szklary	lipiec-sierpień
Letnie Warsztaty Filmowe dla Młodzieży „Jedno Ujęcie”	Łeba	sierpień
Warsztaty Scenariuszowe	Sandomierz	wrzesień

Opracowanie własne na podstawie: *Wakacje z filmami*. Film 2001 nr 6, s. 8-10

Przedstawione motywy wyjazdów turystycznych związanych ze sztuką filmową i odpowiadające im atrakcje kulturalne, a także rosnąca liczba wymagających turystów, interesujących się tylko wybranymi elementami produktów turystycznych, stanowią podstawę do kreowania nowych, dotychczas nie istniejących produktów, zaspokajających te potrzeby.

W Polsce sztuka filmowa ma długą historię, jednak moda na turystykę z nią związaną, na skalę opłacalności gospodarczej, zrodziła się w czasie liberalizacji rynku i rozwoju mediów. Ten obszar rynku nie został jeszcze wykorzystany; można powiedzieć, że produkt znajduje się obecnie w fazie narodzin, ma typowo pionierski charakter. Przemysł turystyczno-filmowy nie jest w Polsce tak silnie rozwinięty jak w Stanach Zjednoczonych, Francji, Niemczech czy Anglii, gdzie wytwórnie i obiekty należące do koncernów filmowych<sup>9</sup> stały się atrakcjami turystycznymi, a ich zwiedzanie jest pewną formą przygody.

Powyższe rozważania dowodzą jednak, że ruch turystyczny związany ze sztuką filmową ma duże perspektywy rozwoju. Popyt na takie usługi turystyczne istnieje i z pewnością będzie wzrastał, tak jak w krajach Europy Zachodniej i Ameryki Północnej. Przemawiają za tym: przesycenie turystyką ściśle wypoczynkową przy niestabilnych warunkach pogodowych w naszym kraju, rozwój turystyki opartej na motywacjach kulturowych<sup>10</sup>, poszukiwanie nowych doznań i atrakcji turystycznych, a także rozwój nowoczesnych sal kinowych, zapewniających świetną jakość obrazu i dźwięku

<sup>9</sup> Np. Wytwórnia Disney'a, Dream Works, Paramount, Warner Bros

<sup>10</sup> Europejska Komisja ds. Turystyki podaje, że kultura jest motywacją numer jeden u Amerykanów i numer cztery u Europejczyków. Zdaniem specjalistów, w obecnych czasach ta forma turystyki zajmuje znaczące miejsce jako „hitowy produkt przyszłości” [za:] W. W. Gaworecki: *Turystyka...*, s. 80-81



oraz wygodę widzów, co zwiększa zainteresowanie sztuką filmową a więc i związaną z nią turystyką<sup>11</sup>.

Warto jednak podkreślić, że produkt ten ma na razie charakter wewnętrzny, krajowy; jest mało atrakcyjny dla turysty zagranicznego. Dopóki polskie filmy nie będą znane szerokiej publiczności na świecie tak jak kino amerykańskie, angielskie, hiszpańskie czy francuskie, nie można zanadto liczyć na popyt zewnętrzny. Nieliczne przypadki zainteresowania turystów zagranicznych miejscami związanymi w naszym kraju z filmem wynikają z popularności dzieł tylko kręconych w Polsce, lecz wyprodukowanych przez wytwórnie zagraniczne i zrealizowanych przez znanych reżyserów światowych (patrz tab. 2).

Kolejną barierą rozwoju jest niestabilna liczba widzów odwiedzających co roku polskie kina, a więc potencjalnych zwolenników turystyki filmowej. Niemniej, różnorodność motywów i atrakcji turystycznych związanych z filmowym aspektem kultury polskiej jest tak duża, że można mówić o możliwości rozwoju turystyki wywołanej zainteresowaniem filmem. Jest to bowiem jedna z ostatnich form kultury i sztuki, których nie wykorzystał dotychczas przemysł turystyczny. Doskonałym impulsem, który mógłby pobudzić rozwój popytu oraz, co za tym idzie, podaży, byłoby stworzenie, za przykładem brytyjskim, profesjonalnej filmowej mapy Polski i przewodnika, w których turysta znalazłby wszystkie miejsca powstania filmów i inne atrakcje związane z kinem<sup>12</sup>. Pierwszy krok w tym kierunku został już zrobiony<sup>13</sup>, kolejnym musi być rozwój oferty turystycznej odpowiadającej rosnącemu zainteresowaniu tą formą turystyki oraz profesjonalne podejście do tego nowego, specjalistycznego produktu turystycznego.

## Bibliografia

1. *XV Warszawski Festiwal Filmowy*. Film 1999 nr 10.
2. Altkorn J.: *Marketing w turystyce*. Warszawa Wydawnictwo Naukowe PWN 1995.
3. Domagalik K.: *Trochę lało*. Film 1998 nr 8.
4. *Filmowa Mapa Polski*, dodatek do miesięcznika Film 1999 nr 7.
5. Gaworecki W. W.: *Turystyka*. Warszawa PWE 2000.
6. *Gdzie kręci się szpula. Wakacyjne imprezy filmowe*. Film 2000 nr 7.
7. G. Gołębski: *Culture and the development of new tourism products in Poland*. [W:] Tourism and Culture. Managing Change, 50. kongres AIEST 2000 w Hangzhou (Chiny), Publication of AIEST, vol. 42, s. 325-341.
8. Hollender B.: *Inwazja kinowych molochów*. Rzeczpospolita 2000 nr 195.

<sup>11</sup> Obecnie w Polsce powstają nowoczesne centra kinowe, tzw. multipleksy, w których znajduje się po kilka, a nawet kilkanaście sal kinowych. Jest ich 7, ale do 2004 roku planuje się zbudowanie przeszło 50 takich obiektów, co da w sumie 800 nowych ekranów. Zważywszy że multipleksy powstają w dużych aglomeracjach miejskich, wizyta w kinie może być przyczyną wzrostu liczby odwiedzających te miasta. (B. Hollender: *Inwazja kinowych molochów*. Rzeczpospolita 2000 nr 195)

<sup>12</sup> Brytyjska mapa filmowa została wydana przez Brytyjską Akademię Sztuki Filmowej i Telewizyjnej, Brytyjskie Stowarzyszenie Turystyki i jedną z firm samochodowych [za:] A. Partridge: *Film na mapie*. Film 1996 nr 11, s. 143

<sup>13</sup> Miesięcznik Film zaprojektował taką mapę i dołączył ją w wersji gazetowej w roku 1999 jako dodatek do numeru 7 pod nazwą *Filmowa mapa Polski*

9. *Kultura w 1997 r.* Warszawa GUS 1998.
10. Mazierska E.: *Miasto jak każde? Warszawa w „Girl Guide” i „Kilerze” Juliusza Machulskiego*, Kwartalnik Filmowy 1999 nr 28.
11. Partridge A.: *Film na mapie*. Film 1996 nr 11.
12. Piotrowska A.: *Bal operatorów*. Film 2000 nr 1
13. Piotrowska A.: *Sanatorium Świtez?* Film 2000 nr 8.
14. *Pusto w kinach*. Film 2001 nr 2.
15. Sadowska M.: *Kazimierz collage*. Film 1999 nr 9.
16. *Słownik Języka Polskiego*. Wyd. VII, zmienione i poprawione. Warszawa Wydawnictwo Naukowe PWN 1993
17. *Wakacje z filmami*. Film 2001 nr 6.

**INSTYTUT TURYSTYKI  
WARSZAWA**

**VOL. XXIV  
2001**

# **problemy turystyki**

---

**problems of tourism**

**3-4**

RADA PROGRAMOWA:

prof. dr hab. Anna Domańska, prof. dr hab. Grzegorz Gołembski,  
prof. dr hab. Stanisław Liszewski, dr Krzysztof Łopaciński  
prof. dr hab. Anna Nowakowska, prof. dr hab. Janusz Zdebski

Redaktor naczelny: Grzegorz Gołembski  
Sekretarz redakcji: Anna Wolicka

Pozycja dofinansowana przez Ministerstwo Gospodarki

Redakcja zastrzega sobie prawo dokonywania skrótów,  
poprawek redakcyjnych, stylistycznych oraz zmiany tytułów