



ISSN 0867-3888
e-ISSN 2353-5962

**AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO
IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE**

FOLIA TURISTICA

Nr 36 – 2015

Góry i turystyka



KRAKÓW 2015

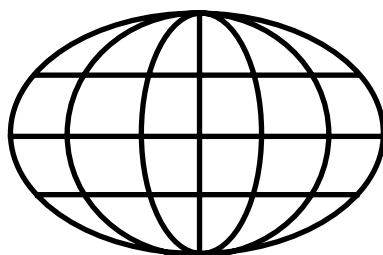
ISSN 0867-3888, e-ISSN 2353-5962

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO
IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

FOLIA TURISTICA

Nr 36 – 2015

Góry i turystyka



KRAKÓW 2015

Redaktor naczelny:

Wiesław Alejziak

Rada naukowa:

Stefan Bosiacki – Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Polska
Zbigniew Dziubiński – Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie, Polska
Milan Đuriček – Uniwersytet Preszowski, Słowacja
Grzegorz Gotembski – Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska
Magdalena Kachniewska – Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Polska
Marek Kazimierzczak – Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Polska
Andrzej Kowalczyk – Uniwersytet Warszawski, Polska
Stanisław Liszewski – Uniwersytet Łódzki, Polska
Barbara Marciszewska – Akademia Morska w Gdyni, Polska
Krzysztof Podemski – Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska
Andrzej Rapacz – Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska
Boris Vukonić – emerytowany profesor, Uniwersytet w Zagrzebiu, Chorwacja
Janusz Zdebski – Wszechnica Świętokrzyska w Kielcach, Polska
Michał Żemła – Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska

Redaktor naukowy numeru:

Ryszard Winiarski

Kolegium redakcyjne:

Wiesław Alejziak, Zygmunt Kruczek – zastępca redaktora naczelnego,
Andrzej Matuszyk, Sabina Owsianowska, Ryszard Winiarski, Maria Zowisto

Sekretarz redakcji:

Bartosz Szczechowicz

Artykuły recenzowane anonimowo

Adiustacja:

Michał Stachowski – język polski,
Sylvia Willcox, Transatlantic Communication – native speaker proofreading,
Stanisław Matusik – redaktor statystyczny

Adres Redakcji:

Akademia Wychowania Fizycznego
al. Jana Pawła II 78, 31-571 Kraków, Pawilon IV, pok. 316, tel. +48 12 6831139

Deklaracja o wersji pierwotnej – wersją pierwotną czasopisma jest wersja papierowa.

ISSN 0867-3888, e-ISSN 2353-5962



© Copyright by
University of Physical Education, Cracow, Poland

Druk: Drukarnia Eikon Plus Dominik Sieńko, ul. Wybickiego 46, 31-302 Kraków
Nakład: 100 egz.

SPIS TREŚCI

Ryszard Winiarski: <i>Od Redaktora</i>	5
Maria Zowisło: <i>Topika gór w perspektywie idei philosophia activa</i> . . .	9
Ewa Roszkowska: <i>Zimowa turystyka alpejska – uwagi do początków zjawiska</i>	23
Iwona Cybuła: <i>„Wędrowiec” jako źródło wiedzy o dziejach turystyki tatrzańskiej</i>	41
Marek Czyż: <i>Taternictwo – sport czy turystyka? Rozważania na marginesie pism taterników okresu międzywojnia</i>	67
Marta Stepaniak: <i>Ideologia alpinistyczna Waltera Bonattiego</i>	85
Julia Murrmann: <i>Herzlich willkommen in Polen. Obraz polskich gór oraz oferta turystyki górskiej w Polsce na podstawie niemieckojęzycznych przewodników turystycznych</i>	109
Michał Źemła: <i>Reakcje gestorów schronisk na rezerwacje mailowe w różnych językach. Porównanie obiektów w Polsce, Czechach i Słowacji</i>	125
Katarzyna Klimek: <i>Komercjalizacja letnich produktów turystycznych przez lokalne i regionalne organizacje turystyczne z wykorzystaniem internetowych kanałów dystrybucji</i>	143
Dominik Wolski: <i>Prawne warunki bezpieczeństwa na zorganizowanych terenach narciarskich w Polsce i we Włoszech – analiza porównawcza</i>	167
RECENZJE, SPRAWOZDANIA, WSPOMNIENIA	
Tomasz Ręgwelski: <i>„Jak dawniej po Tatrach chadzano” – kilka refleksji po lekturze (recenzja)</i>	193
Piotr Dąbrowski, Bartosz Szczechowicz: <i>„Fenomen przewodnictwa studenckiego” – III Sympozjum na temat turystyki młodzieży akademickiej (sprawozdanie)</i>	197
Wiesław Alejski: <i>Życie ludzkie jest wędrowaniem – wspomnienie o Profesorze Krzysztofie Przecławskim (1927-2014)</i>	201
Informacje i instrukcje dla autorów	215

CONTENTS

Ryszard Winiarski: <i>From the Editor</i>	5
Maria Zowisło: <i>The Topic of Mountains from the Perspective of Philosophia Activa</i>	9
Ewa Roszkowska: <i>Alpine Winter Tourism – Notes about the Beginnings of the Phenomenon</i>	23
Iwona Cybula: <i>‘Wędrowiec’ as a Source of Knowledge about the History of Tourism in the Tatra Mountains</i>	41
Marek Czyż: <i>Tatra Mountaineering – Sport or Tourism? Reflections on the Sidelines of the Writings of Tatra Climbers in the Interwar Period</i>	67
Marta Stepaniak: <i>Walter Bonatti’s Alpinist Ideology</i>	85
Julia Murrmann: <i>Herzlich Willkommen in Polen. The Image of Polish Mountains and the Offer of Mountain Tourism in Poland Based on German Travel Guides</i>	109
Michał Żemła: <i>Interests of Mountain Hut Operators in Poland, Czech Republic, and Slovakia in Attracting Customers from Abroad</i>	125
Katarzyna Klimek: <i>The Commercialization of Summer Tourist Products by Local and Regional Tourist Organizations in Selected Mountain Countries</i>	143
Dominik Wolski: <i>Legal Conditions for Safety in the Organized Ski Areas of Poland and Italy – A Comparative Study</i>	167
REVIEWS, REPORTS, MEMORIES	
Tomasz Ręgwelski: <i>“How We Used to Hike in the Tatras” – Some Reflections after Reading (Review)</i>	193
Piotr Dąbrowski, Bartosz Szczechowicz: <i>“Phenomenon of Student Guiding” – the III Symposium on the Tourism of Academic Youth (Report)</i>	197
Wiesław Alejziak: <i>“Life is a Journey” – in Memory of Professor Krzysztof Przecławski (1927-2014)</i>	201
Information and Instructions for Authors	215

OD REDAKTORA

Góry można poznawać na różne sposoby: poprzez doświadczenie osobiste, podejmując trud, a czasem i niebezpieczeństwo, bezpośredniego kontaktu ze środowiskiem górskim lub pośrednio, korzystając z informacji udostępnionych przez inne osoby. Turystyka jest jednym z najlepszych sposobów bezpośredniej eksploracji gór, dlatego kolejny numer czasopisma „Folia Turistica” został w całości poświęcony problemom turystyki górskiej. Zebrano w nim prace różnych autorów, które łączy tematyka górska i humanistyczny rodowód.

36 numer naszego kwartalnika otwiera analityczny tekst **Marii Zwi-
sło** będący wprowadzeniem do filozofii górskich wspinaczek i wędrowek. Analiza antropologicznych, ontologicznych, aksjologicznych i poznawczych aspektów doświadczeń człowieka w górach stanowi dla autorki podstawę do sformułowania aktywnej filozofii górskich turystów i wspinaczy, którą wpi-
suje ona w „pragmatyczny zwrot we współczesnej filozofii”.

Następny artykuł autorstwa **Ewy Roszkowskiej** ma charakter polemiczny i odnosi się do obchodzonej w 2015 roku rocznicy 150-lecia alpejskiej turystyki zimowej. Ujawniając okoliczności ustanowienia tej daty, autorka poddaje w wątpliwość sens jej szwajcarskich obchodów. Przytaczając szereg faktów z początkowego okresu rozwoju turystyki zimowej w Alpach, zwraca również uwagę na trudność w precyzyjnym ustaleniu daty jej powstania, związaną z dostępem do źródeł i wieloznacznością terminologii turystycznej tego okresu.

Z historią turystyki (tym razem tatrzańskiej) związany jest też kolejny tekst, którego autorką jest **Iwona Cybula**. Przeprowadziła ona analizę zawartości wszystkich numerów tygodnika „Wędrowiec”, jakie uka-
zały się w 44-letnim okresie istnienia czasopisma, udowadniając, że jest to wartościowe źródło wiedzy o dziejach turystyki tatrzańskiej. O warto-
ści historycznej artykułu przesądza zarówno bogaty materiał źródłowy, jak i ważny dla rozwoju turystyki okres, uwzględniony w badaniach (lata 1863-1906).

„Taternictwo to sport, czy turystyka?”. Na to kluczowe z punktu widze-
nia ideologii taternictwa pytanie próbuje znaleźć **Marek Czyż**. Analizując wypowiedzi polskich wspinaczy wysokogórskich z lat 1910-1939, stwierdza istnienie różnic międzypokoleniowych w sposobie pojmowania istoty taternictwa. Pokolenie międzywojenne – w przeciwieństwie do swych poprzedników – silnie akcentuje już przynależność taternictwa do sportu.

Celem artykułu **Marty Stepaniak** była prezentacja ideologii alpinistycznej zmarłego w 2011 roku włoskiego wspinacza Waltera Bonattiego. Jest to interesujące studium przypadku poświęcone jednemu z najwybitniejszych alpinistów okresu powojennego. Posługując się metodą biograficzną, autorka analizuje życie i twórczość Bonattiego, wskazując na kluczowe, z punktu widzenia ideologii alpinistycznej, momenty (i elementy) jego biografii.

Julia Murrmann z kolei, na podstawie socjolingwistycznej analizy niemieckojęzycznych przewodników turystycznych, przedstawia obraz gór i oferty turystyki górskiej w Polsce. W jej ocenie obraz ten jest korzystny i bliski rzeczywistości, chociaż – jak wynika z tekstu – nie pozbawiony elementów promocyjnych i reklamowych.

Przedmiotem badań **Michała Żemły** były reakcje gestorów schronisk górskich na rezerwacje mailowe przesyłane w różnych językach. Porównując obiekty w Polsce, Czechach i Słowacji stwierdza on, że istnieje niski „poziom zwrotności” na wiadomości otrzymane drogą elektroniczną, zwłaszcza z zagranicy. Wyjątkiem są gestorzy schronisk czeskich w Karkonoszach, odpowiadający na wiadomości w języku niemieckim i schronisk słowackich, odpowiadający na rezerwacje w języku polskim. Najrzadziej na rezerwacje zagraniczne odpisywały schroniska polskie.

Autorką następnego artykułu jest **Katarzyna Klimek**. W swoich badaniach zajęła się działalnością internetową lokalnych i regionalnych organizacji turystycznych w wybranych krajach europejskich i północnoamerykańskich. Analizując komercjalizację letnich produktów turystycznych oraz różne sposoby ich dystrybucji, wskazuje na ich znaczenie dla rozwoju turystyki w miejscowościach górskich.

Obszerną analizę prawnych aspektów bezpieczeństwa na terenach narciarskich Polski i Włoch przedstawił **Dominik Wolski**. Dzięki zastosowanej metodzie porównawczej ustalił on, że regulacje prawne obowiązujące w obu krajach różnią się istotnie wobec siebie. Prawo polskie jest pod tym względem bardziej szczegółowe, co nie przekłada się niestety na efektywność jego regulacji. Z kolei ustawa włoska wprowadza obowiązek ubezpieczenia podmiotu zarządzającego zorganizowanymi terenami narciarskimi. Ma to konsekwencje finansowe i społeczne, ponieważ podwyższa koszty zarządzania tymi terenami, jak i korzystania z nich przez narciarzy i turystów.

W części drugiej zeszytu zamieszczono recenzję książki Krzysztofa Pisery „Jak dawniej po Tatrach chadzano”. W recenzji **Tomasz Ręgwelski** przedstawił krótką informację o ważnej (z punktu widzenia tematyki zeszytu) i bogato ilustrowanej monografii, poświęconej historii turystyki tatrzańskiej, wydanej już po raz trzeci przez Tatrzański Park Narodowy. W prezentowanym numerze „Folii” umieściliśmy też sprawozdanie z sympozjum: „Fenomen przewodnictwa studenckiego”, które odbyło się 20 listopada 2015 roku w krakowskiej AWF, z okazji 60. rocznicy przewodnictwa studenckiego w Polsce.

Zeszyt zamyka wspomnienie o Profesorze Krzysztofie Przeclawskim, którego autorem jest **Wiesław Alejziak**, redaktor naczelny czasopisma. To pięknie napisane i miejscami bardzo osobiste wspomnienie o Profesorze, który był pionierem badań nad turystyką w Polsce. W uznaniu jego zasług, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie nadała mu w 2005 roku tytuł doktora *honoris causa*.

Już ten bardzo skrótowy przegląd prac zamieszczonych w 36 numerze Folia ujawnia bogactwo problemów badawczych, jakie rodzą się z mariażu gór i turystyki. W opublikowanych tekstach dominuje narracja i refleksja humanistyczna, dlatego jeszcze jeden z numerów tematycznych czasopisma, warto by poświęcić przyrodniczemu aspektowi turystyki górskiej.

Ryszard Winiarski

TOPIKA GÓR W PERSPEKTYWIE IDEI *PHILOSOPHIA ACTIVA*

*Maria Zowisto**

Abstrakt

Cel. Koncepcyjny zarys idei *philosophia activa* toposu gór i wysokogórskich wspinaczek, jaka wylania się ze światopoglądów immanentnych wypowiedziom, opisom, interpretacjom wspinaczy. Porównawcze opracowanie przekonań światopoglądowych pozwala na wydobycie z prywatnych i jednostkowych wizji gór sensów metafizycznych, poznawczych, aksjologicznych i antropologicznych, które na krytycznym poziomie analizy układają się w strukturę szczególnej filozofii, *philosophia activa* toposu gór i górskich wspinaczek. Filozofia ta jest samowiedzą wyrażającą się nie tylko w dyskursie, ale zasadniczo w praktyce, aktywności fizycznej. Idea aktywnej filozofii współgra z najnowszymi trendami w filozofii teoretycznej, która coraz częściej chce pokonywać własne kognitywne i spekulatywne ograniczenia, kierując swą refleksję i apelację ku praktyce życia, aspirując do formowania stylów życia.

Metoda. Analiza literatury źródłowej i opracowań krytycznych, interpretacja rozumiejąca (hermeneutyczna) ukierunkowana na sensy, wartości i idee egzystencjalne, kulturowe i społeczne, porównanie, synteza.

Wyniki. Rekapitulacja elementów konstytuujących aktywną filozofię górskich wspinaczek: symboliki inicjacyjnej gór, ontologicznych, aksjologicznych, poznawczych i antropologicznych aspektów doświadczeń człowieka w górach, szerzej w ramach kultury fizycznej.

Ograniczenia badań i wnioski. Reprezentatywność, ograniczenia kulturowe, środowiskowe, geograficzne itp. Praca nie jest badawcza, lecz analityczno-opisowa.

Implikacje praktyczne. Idea *philosophia activa* może stanowić ugruntowanie dla samorozumienia człowieka w doświadczeniach wysokogórskich wspinaczek na poziomie pogłębionego światopoglądu oraz życiowej praktyki. Jako spójna i integralna koncepcja jest propozycją filozofii sztuki życia.

Oryginalność pracy. Autorska koncepcja idei *philosophia activa*, nawiązująca do tradycji antycznej *fronesis*, mądrości praktycznej oraz współczesnego pragmatyzmu, ale odnosząca te motywy oryginalnie do kultury fizycznej, na przykładzie doświadczeń wysokogórskich wspinaczy i ich autointerpretacji światopoglądowej.

Rodzaj pracy. Artykuł prezentujący koncepcje teoretyczne.

Słowa kluczowe: topika, symbol, filozofia praktyczna, góry, sensy i wartości egzystencjalne, doświadczenia wspinaczkowe.

* Dr hab. prof. nadzw., Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Humanistycznych Podstaw Turystyki, Zakład Filozofii i Socjologii Turystyki; e-mail: maria.zowisto@awf.krakow.pl.

Wprowadzenie

Góry, z racji ich wzniosłej wertykalnej formy, wznoszenia się ku niebu ponad horyzontalnie rozległym poziomem ziemi, światem zamieszkałym i zagospodarowanym przez człowieka, stanowią w krajobrazach natury bez wątpienia element pod wieloma względami wyróżniający się. Pejzaże malarskie i literackie, przedsięwzięcia wspinaczkowe, relacje z pobytu w górach i zmagania z ich szczytami prezentują rozliczne wartości i sensy przypisywane przez człowieka górcom: rekreacyjne i sportowe, metafizyczne i egzystencjalne, estetyczne i moralne, religijne i mistyczne. To w górach, na ich szczytach, skałach, ścianach bohaterowie rzeczywistych i fikcyjnych opowieści (jak Mickiewicz na krymskim Ajudahu czy Kordian Słowackiego na Mont Blanc), malarskich przedstawień (jak tych z płócien C.D. Friedricha czy P.J. de Louthbourga), filozoficznych narracji (*vide* Zaratustra Nietzschego) doznają istotnych olśnień, fundamentalnych wglądów, osobowej przemiany. Góra, wypiętrzona erupcjami wewnętrznego ognia Ziemi ponad jej płaską i powierzchniową skorupę, wysoka, majestatyczna, solidna, niewzruszona, emanująca absolutną autonomią, rewirami nietykalności i własnymi prawami istnienia, tajemnicza, groźna, a jednak pociągająca ku przygodzie doświadczenia i poznania, jawi się ludzkiej wyobraźni jako byt *sam w sobie* i jednocześnie *dla* człowieka, makrokosmos i mikrokosmos, stając się znakiem potencjału bytowego, sensów i przypadków istnienia człowieka pośród natury.

Wymowna obecność gór w przyrodzie (substancjalna) i ludzkiej świadomości (idealna) pozwala na zastosowanie interpretacji filozoficznej do refleksyjnej analizy idei/toposu gór, wędrówek i wspinaczek górskich. W postawach, przekonaniach i opiniach samych wspinaczy obecny jest mniej lub bardziej świadomie wypowiedzany filozoficzny światopogląd, na który składają się wartościowania, oceny, sądy o charakterze metafizycznym, religijnym, poznawczym, egzystencjalnym, antropologicznym, etycznym. Górskie doświadczenia prowokują wspinaczy do bardziej ogólnych przemyśleń na temat natury bytu, racji i sensów istnienia, dają asumpt do głębszego poznania siebie i innych, formułowania nadrzędnych priorytetów, wartości, norm i celów życia. Te zespoły przekonań światopoglądowych pozwalają na wydobywanie z nich wspólnej im struktury, którą określam tutaj mianem *philosophia activa*. „Aktywna filozofia” wspinaczy górskich nie jest rozumiana tutaj jako koncepcja filozoficzna, metafizyka gór czy epistemologia subiektywności i jej korelatów, jest jedynie rekapitulującym uogólnieniem i syntezyzującym opisem złożonego doświadczenia wspinaczkowego alpinistów i himalaistów wyrażanego przez nich w dyskursie światopoglądowym. Ważne jest to, że światopoglądy te mają charakter performatywny, a zatem są nie tylko korelatami myśli, ale także projektami, postulatami praktycznymi, są ekspresją (wyrazem) i impresją (apelem) rzeczywistego działania.

W rekonstrukcji „światopoglądu gór” będę w tym artykule stosowała interpretację hermeneutyczną (wypracowaną w metodologii humanistyki przez W. Diltheya, P. Ricoeura oraz H.-G. Gadamera), która ukierunkowana jest na sensory i konteksty podmiotowe, egzystencjalne, aksjologiczne oraz przeżycia (niem. *Erlebnisse*) konstytuujące „świat życia człowieka” (niem. *Lebenswelt*) i ludzką samowiedzę [Paczkowska-Łagowska 1981; Janion 1982; Rosner 1991; Cichowicz 2002; Szulakiewicz 2012]. W kolejnych krokach będę stopniowo wydobywała niektóre elementy konstytuujące topos gór oraz idee i *praxis* „aktywnej filozofii” wspinaczek górskich. Skupię się na krytycznej analizie kulturowych obrazów gór, a także ich topicznej oraz inicjacyjnej apelacji do wyobraźni i działań człowieka. Następnie wpiszę ideę *philosophia activa* w pragmatyczny zwrot w filozofii współczesnej, którego inspirującym składnikiem jest somaestetyka i meliorizm Richarda Shustermana, tj. filozofia praktyki, ciała i kultury fizycznej. Refleksję zakończę krótką rekapitulującą ekspozycją elementów i znaczeń górskiej *philosophia activa*. Ekspozycja ta ma jednak charakter szkicowy, nie aspiruje do systemowego opracowania nowej propozycji czy koncepcji filozoficznej. Celem artykułu jest raczej wskazanie poprzez ideę *philosophia activa* pewnej jedności doświadczeń wysoko-górskich ze zwrotem współczesnej filozofii ku praktykom życia potocznego, w tym aktywności fizycznej człowieka.

Obrazy gór

W obrazach gór jak w zwierciadle odbijają się formy życia natury, a także samego człowieka. I góra, i człowiek są „bytami pionowymi”, wyrastającymi z ziemi i zwróconymi swoją pozycjonalnością ku wysokościami nieba i głębiom podziemi. Człowiek określa sam siebie różnymi zwrotami rodzajowymi i specyfikującymi: *homo sapiens sapiens*, *homo faber*, *zoon politikon*, *animal rationale*, *animal symbolicum* etc. Źródłowa nazwa *anthropos* wiązana jest przez niektórych filozofów (H. Blumenberg, B. Suchodolski) z ewolucyjną genezą gatunku człowieka (*antropogenezą*). Słowo *anthropos* ma nierozwiązaną językową genezę i semantykę, między innymi może oznaczać: „istota wzniesiona ku górze” (gr. *an* – ku górze, *tropos* – skierowany), czyli ta istota wśród naczelnych, która przyjęła postawę pionową). Nie dziwi fakt, że to pionowe, wertykalne pokrewieństwo pozycjonalne między człowiekiem i górami stało się źródłem wielu wyobrażeń, przedstawień, projekcji i przeżyć. Daje to niejednokrotnie asumpt do personifikacji gór, postrzegania ich nie-przedmiotowo i komunikowania z nimi tak jak ma to miejsce w relacjach osobowego dialogu. „Krajobraz górski przepojony jest wielkimi emocjami – pisze W. Kurtyka – co skłania często do dostrzegania w nim żywej i uduchowionej istoty” [Matuszyk 2010, s. 15]. Bywa i tak, że postać człowieka wpisywana jest w zarys góry, wydobywana z niego dodatkowo technicznie

i mechanicznie, jak wykute w skale góry Rushmore w Dakocie Południowej popiersia czterech wybitnych amerykańskich prezydentów. Majestat natury sprzymierzony bywa wówczas z aurą osobową ludzi, których osiągnięcia są szczególnie cenne dla społeczeństw i narodów.

Góry są na miarę człowieka, a w tej „ludzkiej mierze” (łac. *homo mensura*), intuicjach, poznaniu jawią się jednocześnie ponad jego miarę: są ludzkie, naturalne, ale także, a może przede wszystkim, nadprzyrodzone. Góry emanują w sposób szczególnie mistycznością i sakralnością. Jednocześnie człowiek czuje, że mistyka ta jest również rodzajem wspólnoty bytowej człowieka z naturą [Michell 1989, s. 90]. Wielu wspinaczy odczuwa tę sakralność i więź i wypowiada na różne sposoby. Tak ujął to doświadczenie S. Goszczyński: „Cóż to jest, góry, ta dziwna potęga przywiązana do was? Owa tajemnica, która was uświęca? Jakiegokolwiek są tego przyczyny, nie są one materialne; tajemnica ta musi kryć się w owej waszej części, co ma związek z nadmysłową istotą człowieka” [Matuszyk 2010, s. 3].

Człowiek i przyroda stanowią dwa wyjściowe bieguny filozoficznego poznania, co więcej są bieguny sprzężone węzłem nieusuwalnej wzajemności, relacyjności, która buduje związek podmiotowo-przedmiotowy doświadczenia i wiedzy. Jak pisze M. Janion w *Kuźni natury*: „wszędzie dominuje poczucie, że zawężenie wielu znaczeń właśnie tutaj – w idei Natury – nie jest przypadkowe. Że w różnorodności tej idei ujawnia się przede wszystkim różnorodność związków człowieka ze światem. Że tutaj jest miejsce, w którym gromadzi się potężna „siła światopoglądotwórcza”, energia poznawcza w wyjątkowym stężeniu. Bo w ogromnej mierze właśnie przez ideę Natury oraz ideę Społeczeństwa ludzie określają swój stosunek do świata” [Janion 1994, s. 11]. Także J. Woźniakowski wydobywa w swych analizach „wieloznaczność i wielopostaciowość” idei przyrody, a czyni to, co dla naszego przedmiotu dociekań jest istotne, poprzez skupienie się wyłącznie na wyobrażeniach i przedstawieniach gór. Góry bowiem to „najdalszy od potocznego życia, najmniej tknięty przez człowieka element krajobrazu” [Woźniakowski 1974, s. 29]. W *Górach niewzruszonych* autor podjął się trudu uporządkowania i klasyfikacji różnych postaw wobec natury/gór, które skupiają w sobie mnogie i różnorodne sensory i wartości psychologiczne, metafizyczne i aksjologiczne, promieniujące z obrazów/idei gór i wspinaczek górskich. Czytamy o czterech postawach wobec natury/gór: klasycznej, entuzjastycznej, sentymentalnej i romantycznej. Ta „czwórnia” rozłożona jest dalej na mniejsze „atomy” ludzkich doświadczeń, twórczych, artystycznych, filozoficznych oraz religijnych wizji, rewizji i reprodukcji gór. Czytamy o antropocentryzmie, utylitarystycznym, hedonistycznym, racjonalistycznym, alegoriach, syntezie i analizie, wizji syntetycznej (to wszystko w ramach stosunku klasycznego), o teocentryzmie i empiryzmie, podejściu opisowym i zarazem symbolicznym, żarliwym optymizmem i pesymizmem (stosunek entuzjastyczny), o egocentryzmie, nastrojowości, uczuciowości, wzniosłości, patosie zjawisk gra-

nicznych, malowniczości (sentymentalizm), wreszcie o naturocentryzmie, panenteizmie, subiektywizmie, dynamizmie, ewolucjonizmie, nieskończoności (romantyczność). Trud tak drobiazgowego rozkładu analitycznego, chociaż nie porządkuje materiału w sposób prosty, łatwy i przejrzysty, to jednak w nadrzędnej odautorskiej interpretacji potwierdza ostatecznie poli-semantyczność i multiwalentność idei gór, a tym samym jej „osiową” obecność w relacji człowieka do natury w jego życiu, wyobraźni, wytworach artystycznych i praktykach kulturowych.

Topika gór

Wskazana wieloznaczność i wielokształtność doświadczeń gór/natury potwierdza rudymentarną, wymowną i znaczącą „symboliczną pełnię” idei gór i górskich wędrówek tak w kulturze idealnej (rozumianej za socjologiem P. Sztompką jako zbiór „przekonań, poglądów, wierzeń, a także znaczeń wiązanych ze zjawiskami i przedmiotami, zakodowany najpełniej w języku” [Sztompka 2007, s. 255] jak i fizycznej (aktywność fizyczna człowieka, tj. sport, turystyka i rekreacja). Pisząc o „symbolicznej pełni”, nawiązuję do analiz P. Ricoeura, w których symbol przedstawiany jest jako *pleroma* (gr. pełnia, całość wskazująca na absolutny byt, również boski), złożony znak o „nieprzebranej głębi” znaczeń, stojącej u podstaw „nieprzejrzystości symbolu” [Ricoeur 1986, s. 18 i n.]. W artykule wychodzę od symbolizmu idealnej topiki/semantyki gór¹, dopisując do wspomnianych wyżej autorskich traktatów drobne odniesienia interpretacyjne, mieszczące się w obszarze refleksji filozoficznej (hermeneutyka) i religioznawczej (fenomenologia religii). Konfrontując te idealne sensory symboliczne z faktycznymi praktykami wspinaczkowymi człowieka i ich opisami zawartymi w relacjach taterników,

¹ W humanistyce pojęcie toposu zostało upowszechnione przez E.R. Curtiusa, który przejął je z tradycji antycznej retoryki grecko-rzymskiej i dokonał jego transpozycji na badania w zakresie literaturoznawstwa. Motywem przewodnim projektu „topiki historycznej” rozumianej jako *Nova Rhetorica* i wyłożonym przez Curtiusa w jego fundamentalnym dziele *Europäische Literatur und lateinisches Mittelalter* (1948, wyd. polskie *Literatura europejska i łacińskie średniowiecze*, tłum. A. Borowski, Universitas, Kraków 1997) był projekt wykazania w obliczu chaosu i nastrojów katastrofizmu, wywołanych przez anarchię światowych wojen, żywej i sensodawczej jedności kultury europejskiej. Tę jedność wybitny niemiecki romanista dostrzegał w łacińskości. Pojmował tę łacińskość jako skład *topoi*: wątków, form, tematów, idei, obrazów, formuł zawartych w literaturze antycznej i przez literaturę średniowieczną, nowożytną oraz współczesną kontynuowanych na zasadzie imitacji bądź transformacji. Curtius rozumiał owe *topoi* na wzór Jungowskich archetypów nieświadomości zbiorowej, śledził świadectwa zbieżności różnych literackich i mitologicznych motywów traktując tę zbieżność jako dowód poszukiwanej jedności, uniwersalnego fundamentu kultury Zachodu. Kontynuacją krytyczną historycznej topiki Curtiusa jest nurt humanistyki zwany *Toposforschung*, rozwijający badania z zakresu historii idei oraz semantyki historycznej (E. Voegelin, L. Spitzer, W. Iser, H. Blumenberg, R. Koselleck, B. Baczko).

alpinistów i himalaistów dochodzimy do zarysu tego, co można by określić mianem *philosophia activa*, „filozofii aktywnej”, będącej praktyką i ekspresją wielostronnego rozumienia przedsięwzięć, doświadczeń, przeżyć, wartości ujawniających się w aktywności górskiej człowieka.

Za K.G. Jungiem, M. Eliadem, G. Durandem, P. Ricoeurem i P. Tillichem rozumiem symbol jako znak o podwójnej strukturze i intencjonalności, konstytuowany przez swą ikoniczną formę (znaczącą) i znaczenie (konotacja) niebędące prostym, literalnym desygnatem tejże formy, lecz sensem nadbudowanym nad nią przez analogię. W takim rozumieniu symbole nie są wyłącznie zwykłymi znakami (choć takimi również są na pierwszym planie swej ikoniczności: Tatry, Giewont, Ciemniak, Rysy wskazują na rzeczywiste pasma górskie i ich szczyty), w przypadku których lektura wyczerpuje się poprzez wskazanie na rzeczowy czy treściowy odpowiednik znaku, całkowicie zamykający sens jego ikonicznej ekspresji, dający się zatem zredukować do jednej, ściśle określonej substancji znaczeniowej. W odróżnieniu od zwykłych znaków i alegorii symbole nie są prostymi (konwencjonalnymi) przedstawieniami znaczenia, lecz przedstawieniami parabolicznymi, otwierającymi pole rozumienia, ale tym samym narażonymi na nieadekwatność i nieskończone interpretacje. Jest tak dlatego, że źródłowe symbole wskazują zawsze na jakąś transcendencję, byt czy treść wymykające się ludzkiemu racjonalnemu myśleniu, paradoksalne, tajemnicze, nieokreślone i dlatego promieniujące wieloma sensami. Kwintesencjonalnie ujął to Mistrz analizy „archetypów i symboli”, K.G. Jung: „Symbole nie są alegoriami ani znakami: są obrazami treści, które w większości przekraczają świadomość” [Jung 1967, s. 77]. Człowiek czuje się zaangażowany w te treści i sensory na poziomie rudymentów swojej egzystencji, takich jak narodziny, dojrzewanie, wybory moralne, odpowiedzialność, wolność, cierpienie, miłość, samorealizacja, śmierć, doświadczenie sacrum, relacja do nadprzyrodzonego. To dlatego autentyczne symbole nigdy nie umierają, są żywe, trwają (w kulturze, tradycji, zbiorowej świadomości i nieświadomości) i ujawniają się w reakcjach na graniczne sytuacje, w przeżyciach, motywach, projekcjach i projektach ludzkiego istnienia, samorealizacji i samopoznania.

Na najbardziej pierwotnym poziomie, wynikającym wprost z kształtu i wertykalnego ukierunkowania, góry symbolizują zhierarchizowaną warstwowość bytu ziemskiego i nadprzyrodzonego (zarówno podziemnego, jak i nadziemskiego). Według Eliadego: „Góra jest najbliższa nieba i fakt ten nadaje jej podwójną sakralność: z jednej strony góra partycypuje w przestrzennej symbolice transcendencji (wysokie, pionowe, najwyższe itp.), a z drugiej strony jest ona [...] siedzibą bogów. [...] Niezliczone są symboliczne i religijne wartościowania gór. Często uważa się górę za punkt styku nieba z ziemią, a więc za ‘środek’, przez który przechodzi oś świata, za obszar przepojony sacrum, za miejsce, w którym można dokonać przejścia z jednego szczebla kosmicznego do drugiego” [Eliade 1993b, s. 97]. Jednym z takich uniwer-

salnych „Olimpów” jest święta góra Kajlas w Tybecie, centrum kosmiczne i religijne, ku któremu pielgrzymuje wielu wyznawców buddyzmu i hinduizmu, a także wędrowców niezaangażowanych religijnie. Tak jej wzniosłość i sakralność opisuje podróżnik-pisarz C. Thubron: „Najświętsza ze wszystkich gór świata – święta dla jednej piątej ludzkości – wznosi się daleko na płaskowyżu niczym pobożne złudzenie. Odosobniona za wałem centralnych Himalajów, przenikała do wczesnych hinduistycznych świętych tekstów jako góra Meru, której początki sięgają zarania Ariów. W tym wcieleniu góra wiruje jak wrzeciono, oś wszelkiego stworzenia, wznosi się nieskończenie wysoko do pałacu Brahmy, największego i najodleglejszego z bogów, oraz równie głęboko schodzi pod ziemię. Z jej podnóży wypływają cztery rzeki, które poją świat, a wszelkie stworzenie – drzewa, skały, ludzie – znajdują tu swój wzorzec. [...] Na górze mieszka jednak Bóg Śmierci. Nic nie jest całkowite, nic nie jest stałe, nawet on. Wszystko płynie” [Thubron 2014, s. 10-11]. Pasterze i asceci, wędrowcy i pielgrzymi od stuleci okrążają górę, wymazując tym swoje winy i grzechy. Kajlas zdaje się być archetypem uniwersalnym, skupiającym jak w soczewce wielość egzystencjalnych i kosmologicznych przekazów. Góra zamyka w sobie świat człowieka i świat bogów, demiurgicznych i destrukcyjnych sił wpisanych w przeznaczenia kosmosu, człowieka, a nawet samych istot nadprzyrodzonych.

Ciekawe jest to, że demiurgiczne moce stwórcze sytuowane są nie tylko na szczytach gór, bliskich niebu, lecz również w ich podziemiach, w macierzy skał, minerałów, kamieni i rud, które w kopalniach i kamieniołomach wydobywane są przez górników, by następnie, przetworzone w pracowniach rzeźbiarzy, kuźniach kowali i faustycznych laboratoriach (al)chemików, stać się formą czy nową substancją życia powołanego doraźnie do istnienia w ramach kreatywnych mocy samego człowieka. „Podziemie” nie jest tylko Hadesem, krainą śmierci, jest także podstawą życia. Jest „brzuchem” Matki Ziemi, *Terra Mater*, siedliskiem chtonicznych mocy, cyklicznych transmutacji życia w śmierć i śmierci w życie [Eliade 1993a; Getty 1990, s. 66]. Jak widzimy na przykładzie Kajlas, szczyt góry może być zamieszkały przez bóstwo zmiany i zniszczenia. Szczyt wskazuje bowiem nie tylko na niebo, ale także na granicę, kres, jest zatem znakiem *eschatonu*, końca, dopełnienia. Ponownie sięgnijmy do Eliadowskiej skarbnicy przykładów, inwariantów kulturowych uniwersalnych symboli wznoszenia się: „Słońce chowa się wśród gór i tamtędy zawsze musi przejść droga zmarłego na tamten świat. Jama, pierwszy zmarły w indyjskiej tradycji mitycznej, przebył ‘wysokie przełęcze’, aby ‘wskazać ludziom drogę’. [...] Ścieżka zmarłych według popularnych wierzeń uralско-алтájskich wspina się po górach; Bolot, bohater kara-kirgiski, oraz legendarny król mongolski Kesar wkraczają do tamtego świata (rodzaj próby inicjacji) przez grotę znajdującą się na szczycie gór; podróż szamana do piekieł prowadzi go przez bardzo wysokie góry [...] [Eliade 1993b, s. 100].

Inicjacje górskich wspinaczek

Paradoks ambiwalencji znaczeń, wyrażony przez poziome warstwy pionowej osi góry, jest istotowo symboliczny i ujawnia w sposób analogiczny sensory wpisane w misterium życia, płynnie przechodzącego przez opozycyjne bieguny wartości, wyznaczające podstawowe napięcia bytu i jego zjawisk. Z uwagi na tę zróżnicowaną wielowątkowość i wielowartościowość symbolicznych przekazów góra jest znakiem wtajemniczeń i inicjacji, związanych z wznoszeniem ku górze (gr. *anabasis*), niebu i granicy ostatecznej oraz schodzeniem w dół (gr. *katabasis*), do archetypowej krainy mroku, cieni i źródeł narodzin, wiedzy. Znane narracje literackie i mitologiczne obfitują w wątki toposów anabazy i katabazy: Odyseusz, Eneasz, Orfeusz schodzą do podziemi, uzyskując wgląd w sprawy ostateczne, następnie wracają do świata górnego, ziemskiego, gdzie mądrość tę mogą spożytkować na potrzeby personalne, społeczne, polityczne, religijne.

Topos anabazy/katabazy obecny jest także w dyskursie filozoficznym. Platon wykorzystał go w swej słynnej paraboli jaskini, zawartej w VII księdze *Państwa*, tworząc jeden z najbardziej nośnych filozoficznych obrazów symbolicznych. Obraz ten wyraża głęboką myśl, że filozof musi wznieść się „ku górze”, porzucić kajdany pospolitego doświadczenia zmysłowego, by poznać w akcie *noesis*, intelektualnej intuicji, prawdę, byt, dobro i piękno. „Wychodzenie pod górę i oglądanie tego, co jest tam wyżej, jeśli weźmiesz za wznoszenie się duszy do świata myśli, to nie zbłądzisz i trafisz w moją nadzieję, skoro pragniesz ją usłyszeć. Bóg chyba tylko wie, czy ona prawdziwa, czy nie” [Platon 1990, s. 363-364]. Mit jaskini, w której siedzą nie-szczęśliwi „kajdaniarze” spowici mrokiem złudnych cieni, służył Platonowi jako instrument psychagogii, wtajemniczenia duszy w najwyższe prawdy metafizyczne. L. Coupe dostrzegł w nim inwariant mitu bohatera i inicjacji heroicznej. Herosem jest tutaj filozof, który ustanawia racjonalną strategię rytuału wtajemniczenia, to jest strategię opartą na wiedzy [Coupe 1997, s. 105].

Inicjacyjna strategia górskiej kontemplacji obecna jest w filozofii i życiu F. Nietzschego. Filozof w Alpach doświadczył wizji wiecznego powrotu światów oraz mądrości proroka Zaratustry, wieszczącego nadejście nadczłowieka. Zaratustra-Nietzsche schodzi z gór, by pouczać o chwale natury, o wartości świata ziemskiego, które mogą być dostrzeżone i kultywowane dzięki przemianie widzenia, odkryciu wspólnoty człowieka z naturą [Nietzsche 1990].

Doświadczenie gór okazuje się zatem na poziomie topicznej (religioznawczej, etnologicznej, filozoficznej, psychologicznej) ich lektury doświadczeniem *par excellence* inicjacyjnym. Jest próbą człowieka w obliczu zagadki bytu, fascynującej i groźnej tajemnicy istnienia. Próbą jego potencjału, wyobraźni, samowiedzy, etosu, odwagi, energii, mocy. Jak wyraził to J.A. Szczepański: „Góry są po to, by wznieść się ponad siebie” [Matuszyk 2010, s. 30].

Ważną częścią inicjacji gór jest powrót ze szczytu na ziemię, do codzienności, spraw powszednich, pospolitych, na które można spojrzeć dzięki przeżyciu misterium (górnym) nowym, świeżym, głębszym spojrzeniem. „Człowiek na dole żyje jak narkoman zamroczony chaosem i szybkością – podąża za materią i władzą jakby miał żyć wiecznie. W górach, ocierając się o przemianę jak o oswojone zwierzę, żyje w świadomości gorzkiej prawdy o tym, że jego życie jest jak kropla wody zaczerpnięta z morza lub jak ziarnko piasku” [Matuszyk 2010, s. 15]. Tak również inicjację pojmowali przywoływani tutaj już filozofowie Platon i Nietzsche. Wejście na górę (poznania, prawdy, bytu, wartości) nieodmiennie wiąże się z przemianą osobowości i dalszego życia „w dole”, w „jaskini”.

Filozof i taternik wracają ze szczytów doświadczenia i poznania na „nizinie” życia codziennego, rodzinnego, społecznego, zawodowego, wykorzystując i pogłębiając swe górskie sytuacje graniczne w kontekstach zdawałoby się całkowicie wyzbytych graniczności i transcendencji. Filozofia wskazuje jednak momenty graniczności obecne w potoczności, pouczając o ich naturze i nieusuwalności, wskazując na sposoby ich rozumienia i praktykowania. Światło filozoficznej prawdy, *aletheia*, nieskrytości egzystencjalistów życia może pomóc wielu wspinaczom w zmaganiach z odrzuceniem, a nawet pogardą dla codzienności w konfrontacji z wzniosłością górskich przeżyć. Doświadczenie gór wyostrza widzenie, rozumienie, wrażliwość, atencję dla drobnych i zdawałoby się mało znaczących momentów czy fragmentów potoczności. Konfrontacja z potęgą natury i grozą śmierci wyzwala szacunek dla życia w każdej jego postaci. W. Rutkiewicz przyznała, że góry nauczyły ją cenić potoczność: „Gdy schodzę z góry dostrzegam kruchość, nietrwałość rzeczy, świata żyjących istot. I tym goręcej chcę żyć, bo ceni się nagle najdrobniejszy szczegół, wiedząc jak łatwo go stracić. Czasami myślę, że wspinam się dlatego, aby przekonać się, jak droga jest mi nasza codzienność. Wracając, poznaję, jak smakuje kubek gorącej herbaty po dniach pragnienia, sen po wielu nieprzespanych nocach, spotkanie z przyjaciółmi po długiej samotności, cisza po godzinach przeżytych w przeraźliwej wichurze” [Matuszyk 2010, s. 51]. Dystans gór kształtuje umysł obdarzając go powagą myślenia, która przywraca świat w nowej perspektywie troski i wdzięczności za bycie. Można dostrzec w opisie Wandy Rutkiewicz wartości postawy egzystencjalnej, którą M. Heidegger opisał jako „pasterzowanie byciu”, przywracanie myśli i mowy „domostwu bycia”.

Philosophia activa

„Filozofia aktywna” jest ideologią i pragmatyką, twórczym zespołem myśli i życia, wizji i działania. Idea aktywnej filozofii nie jest całkiem nowa. Ujawnia swoją obecność w dziejach tej dyscypliny od samego początku, rozwijając się równoległe do spekulatywnego nurtu tworzenia wiel-

kich systemów teoretycznych. Grecy obok fizyki (teorii bytu) i dialektyki (teorii poznania) rozwinęli etykę, której zadaniem było uczyć człowieka, jak postępować, by osiągnąć szczęście i doskonałość w życiu prywatnym i publicznym. Filozofia teoretyczna Platona stała się fundamentem dla praktyki *paidei*, integralnego wychowania i doskonalenia jednostek (w zakresie gimnastyki oraz muzyki, czyli kultu Muz, patronek nauk i sztuk), opartej na idei *kalokagathia*, zespalającej harmonijnie estetykę (piękno) i etykę (dobro) we wszelkiej aktywności człowieka. Co najmniej od XVIII stulecia, które wydało filozofię krytyczną Kanta, filozofia poddaje swoje przesłanki absolutnego poznania dekonstrukcji i coraz częściej wypowiada wprost swoje ograniczenia i złudzenia w ramach czystej spekulacji czy „nauki ścisłej” (E. Husserl). Nie znaczy to, że jedyną domeną refleksji filozoficznej dzisiaj jest już tylko metafizyka. Jednym z obszarów na nowo odkrywanych przez współczesną filozofię jest obszar działania, doraźnego, sytuacyjnego, kontekstowego kreowania i kształtowania dobrych, skutecznych praktyk życiowych, społecznych, kulturowych. Filozofia odkrywa na nowo i twórczo przekształca klasyczną grecką tradycję *pragma* i *fronesis*, działania i rozumu praktycznego. Współcześnie do tej tradycji nawiązuje szczególnie i dobitnie (słyszalnym głosem i apelem) pragmatyzm, ale należałoby w tym miejscu przywołać również przynajmniej etykę czci dla życia A. Schweitzera, psychagogię P. Hadota, badania nad antyczną filozofią życia M. Nussbaum czy filozofię „troski o siebie” M. Foucaulta. Przywołam tutaj pragmatyczną somaestetykę R. Shustermana, wydaje się ona bowiem reprezentatywnym podsumowaniem tych tendencji. Co więcej, jej otwartość na praktyki mieszczące się w obszarze kultury fizycznej i rozumienie ich ideowych fundamentów w duchu filozofii praktycznej, mogą stać się przesłanką dla zrekonstruowania sensów idei *philosophia activa* gór i górskich wspinaczek.

Shusterman nawiązuje wprost do greckiej *techné tou biou*, sztuki życia (dzisiaj mówi się o stylu życia) i holistycznej *paidei* – integralnego kształcenia. Filozofia zawsze uczyła szczęścia, dobra i piękna, kształtowała życie na wszystkich jego poziomach (somatycznym, psychicznym, intelektualnym, społecznym, kulturowym). Współczesny pragmatyzm ujawniając te „praktyki filozofii” staje się „filozofią praktyki” [Shusterman 2005, s. 11-19]. Czym jest ta filozofia? Jest „melioryzmem” (łac. *melior* – lepszy²), wizją i projektem doskonalenia poprzez samoświadomość filozoficzną ludzkiego

² Melioryzm w szerszym znaczeniu oznacza przekonanie o naturalnym dążeniu człowieka do dobra, doskonałości, czyli „bycia lepszym”. W filozofii wiązany jest on z Sokratejskim intelektualizmem etycznym, wedle którego wszelkie ludzkie dążenia do celów złych biorą się z niewiedzy lub błędu. Filozofia ma posłannictwo majeutyczne, tj. ma budzić świadomość krytyczną człowieka odnośnie jego własnych przeznaczeń, samowiedzy i samorealizacji. Przekonania meliorystyczne były charakterystyczne np. dla etyki, antropologii i aksjologii T. Kotarbińskiego oraz H. Elzenberga.

potencjału wszechstronnej autokreacji ku szczęściu. Szczególnie ważnym elementem filozofii praktyki jest estetyka. Estetyka dotyczy całościowego stylu życia – w jej zasięg wchodzi również ciało i jego piękno, dobrostan, sprawność, harmonia. W wywiadzie udzielonym krakowskiemu filozofowi A. Chmielewskiemu Shusterman przyznaje: „Uważam, że zwrot ku cielesności, jest ważnym aspektem estetycznego zwrotu, jaki dokonał się w kulturze ponowoczesnej. [...] Jeśli wyjdzie się poza obręb filozofii akademickiej i weźmie pod uwagę całe społeczeństwo, dostrzega się, że sprawa kultury cielesnej i ćwiczeń fizycznych jest tak naprawdę czymś bardzo powszednim” [Shusterman, *Życie...*, s. 12].

Dzisiaj, w dobie tak zwanej „późnej nowoczesności”, ważna dla egzystencji jednostek, społeczeństw, a także kultur jest nie tyle etyka, ile estetyka, obejmująca swoim zasięgiem całe życie, projektująca je w formę „dzieła sztuki”. Był to już ideał XIX-wiecznego myśliciela F. Nietzschego. Warto w związku z tym przypomnieć, iż projekt „nadczołowieka” u Nietzschego obejmował aksjologię („przewartościowanie wartości” zgodnie z szacunkiem dla natury), a także „wielkie zdrowie”, piękno, tężyznę oraz dobrostan ciała. Shusterman, tworząc w ramach pragmatycznej filozofii projekt soma estetyki, postępuje za myślą Nietzschego, czyni także liczne odwołania do filozofii ciała J. Deweya, M. Foucaulta, M. Merleau-Ponty’ego [Shusterman 2010]. Wskazuje na możliwość wykorzystania w somaestetyce technik relaksacyjnych, medytacji, rekreacji, sportu, turystyki. Tym samym wskazuje na tkwiący w nich potencjał praktycznej filozofii.

W świetle przesłanek i idei „filozofii praktyki” prezentowane tutaj obrazy i doświadczenia gór i wspinaczek górskich mogą uzyskać swoją wykładnię filozoficzną jako komponenty *philosophia activa*, „aktywnej filozofii gór”. Często wspinacze interpretują świadomie na sposób filozoficzny (tj. krytycznie i racjonalnie) idee, wartości i sensory budujące ich „światopogląd gór”. I tak doświadczenie gór dla człowieka w przygodę i zagadkę gór zaangażowanego staje się szczególnym doświadczeniem egzystencjalnym, graniczną sytuacją, w której – doznając „rozszerzonego istnienia” – często ociera się on o granice odczuwania, rozumienia, życia. Efektem tych doświadczeń jest pogłębienie jego samowiedzy i wrażliwości egzystencjalnej, moralnej, estetycznej, a także bardzo często religijnej. Góry uczą „spolegliwości” i odpowiedzialności za drugiego człowieka, współtowarzysza i partnera wspinaczki. Pogłębiają doświadczenie etyczne o wymiar ekologiczny. Intensywność przeżyć wysoko w górach zmienia widzenie świata. To widzenie możemy rozumieć jako przeżywanie, ale także bardziej dosłownie jako postrzeganie, kontemplację i rozumiejące objaśnianie świata, bytu, natury, życia. Górską wspinaczka tworzy poznawczy dystans, który wyzwala motywy „światopoglądowe”. Z wysokości szczytów widzi się świat w jego rozległości, okazałości, a to ożywia spojrzenie bardziej ogólne, filozoficzne. *Philosophia activa* górskich doświadczeń odkrywa dla oka i troski człowieka wartości

tego, co wzniosłe i pospolite, uczy zaangażowania i szacunku wobec istnienia w całej pełni. A. Asnyk wyraził to w sposób zwięzły i dobitny pisząc w wierszu „Noc pod Wysoką”, że w górach „zanurzamy się w źródle poruszającym wielkie koło bytu” [Matuszyk 2010, s. 3].

Bibliografia

- Cichowicz S. (2002), *O refleksję konkretną*, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk.
- Coupe L. (1997), *Myth*, Routledge, London and New York.
- Curtius E. (1997), *Literatura europejska i łacińskie średniowiecze*, tłum. A. Borowski, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków.
- Eliade E. (1993a), *Kowale i alchemicy*, tłum. A. Leder, Fundacja ALETHEIA, Warszawa.
- Eliade E. (1993b), *Traktat o historii religii*, tłum. J. Wierusz-Kowalski, Wydawnictwo OPUS, Łódź.
- Getty A. (1990), *Goddess. Mother of Living Nature*, Thames and Hudson, London.
- Janion M. (1982), *Humanistyka: poznanie i terapia*, PIW, Warszawa.
- Janion M. (1994), *Kuźnia natury*, Wydawnictwo słowo/obraz, Gdańsk.
- Jung C. G. (1967), *Symbols of Transformation*, Routledge & Kegan Paul, London.
- Matuszyk A. (2010), *Mysli o górach i wspinaniu. Sentencje, refleksje, obrazy*, Wydawnictwo Góry, Kraków.
- Michell J. (1989), *The Earth Spirit. Its Ways, Shrines and Mysteries*, Thames and Hudson, London.
- Nietzsche F. (1990), *Tako rzecze Zaratustra*, tłum. W. Berent, Wydawnictwo bis, Warszawa.
- Paczkowska-Łagowska E. (1981), *Filozofia nauk humanistycznych w ujęciu Wilhelma Diltheya*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków.
- Platon (1990), *Państwo*, tł. W. Witwicki, Wydawnictwo AKME, Warszawa.
- Ricoeur P. (1986), *Symbolika zła*, tłum. S. Cichowicz, M. Ochab, Instytut Wydawniczy Pax, Warszawa.
- Rosner K. (1991), *Hermeneutyka jako krytyka kultury: Heidegger, Gadamer, Ricoeur*, PIW, Warszawa.
- Shusterman R., *Życie, sztuka i filozofia. Intymne wyznania Richarda Shustermana o filozofii, życiu, sztuce, ciele i duszy oraz wszystkich innych sprawach wystuchane przez Adama Chmielewskiego*, tłum. i oprac. W. Małecki, <http://www.fau.edu/humanitieschair/pdf/int-Polish.pdf> (12.03.2015).

- Shusterman R. (2005) *Praktyka filozofii, filozofia praktyki. Pragmatyzm a życie filozoficzne*, tł. A. Mitek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków.
- Shusterman R. (2010), *Świadomość ciała. Dociekania z zakresu somaestetyki*, tłum. W. Małecki, S. Stankiewicz, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków.
- Sztompka P. (2007), *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Znak, Kraków.
- Szulakiewicz M. (2012), *Filozofia jako hermeneutyka*, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń
- Thubron C. (2014), *Góra w Tybecie. Pielgrzymka na święty szczyt*, tłum. P. Lipszyc, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec.
- Woźniakowski J. (1974), *Góry niewzruszone. O różnych wyobrażeniach przyrody w dziejach nowożytnej kultury europejskiej*, Czytelnik, Warszawa.

THE TOPIC OF MOUNTAINS FROM THE PERSPECTIVE OF *PHILOSOPHIA ACTIVA*

Abstract

Purpose. To outline a *philosophia activa* on the topic of mountains and mountaineering that can be drawn from the worldviews immanent in the statements, descriptions, and interpretations of mountaineers. A methodical and philosophical study of their worldviews allows us to exact certain metaphysical, cognitive, axiological and anthropological senses from their private and individual images of mountains. On the level of a critical and scientific analysis, the structure of a special philosophy, i.e. a *philosophia activa*, on the topic of mountains and mountaineering can be composed. This philosophy constitutes human self-knowledge that is expressed in principle not only in the discourse, but in practice and in physical activities as well. The idea of an active philosophy runs in tandem with the current trends in theoretical philosophy, which more and more often strives to overcome its cognitive and speculative limitations by running its reflections to appeal to living practices and aspiring to shape lifestyles.

Method. An analysis of primary and secondary bibliographical sources and critical studies, understanding (hermeneutical) interpretation directed at existential, cultural and social meanings, values and ideas, as well as a comparison and synthesis.

Findings. Recapitulation of the elements constituting an active philosophy of mountaineering, i.e. initiation symbolism of mountains and the ontological, axiological, cognitive, and anthropological aspects of human experiences in mountains, also from the broader perspective of physical culture.

Research and conclusions limitations. The article is not a research study, but is an analytical and descriptive one.

Practical implications. The idea of a *philosophia activa* may be a foundation for human self-understanding, in mountaineering experiences as well as on the level of a deepened worldview and life practices. As an integral and coherent conception, it appears to be a proposal for a philosophy based on the art of life.

Originality. The original concept of the idea of a *philosophia activa* refers to the ancient tradition of *fronesis*, practical knowledge and contemporary pragmatism, but analyzes these motives from the perspective of a physical culture. Mountaineering experiences and their worldview-based self-interpretations on the part of mountaineers are the proper source materials and the invariant examples for the study.

Type of paper. The article presents theoretical concepts.

Key words: topic, symbol, practical philosophy, mountains, existential senses and values, mountaineering experiences.

ZIMOWA TURYSTYKA ALPEJSKA – UWAGI O POCZĄTKACH ZJAWISKA

*Ewa Roszkowska**

Abstrakt

Cel. Ukazanie mało pogłębionego bądź też pomijanego w polskiej literaturze fragmentu dziejów postrzegania gór, tj. początków górskiej zimowej turystyki w Alpach, ze szczególnym zwróceniem uwagi na nieścisłości znajdujące się w istniejących publikacjach.

Metoda. Metody badań historycznych, przede wszystkim metoda pośredniego ustalania faktów, porównawcza oraz techniki analizy treści.

Wyniki. Zrewidowano miejsce i czas narodzin górskiej turystyki zimowej w Alpach, sprostowano istniejące poglądy oraz wprowadzono nowe szczegóły.

Ograniczenia badań i wnioski. Badania dotyczą całego obszaru Alp z naciskiem na ich pasma pokryte lodowcami. Baza źródłowa dotycząca narodzin zimowej turystyki górskiej w Alpach jest stosunkowo uboga, dlatego posłużono się wnioskowaniem dedukcyjnym i porównawczym, a w mniejszym stopniu indukcyjnym.

Implikacje praktyczne. Tekst otwierający pole do dalszych badań i refleksji historycznej nad początkami zjawiska.

Oryginalność pracy. Nie istnieje tego typu opracowanie w polskiej literaturze.

Rodzaj pracy. Artykuł o charakterze przeglądowo-polemicznym.

Słowa kluczowe: historia, Alpy, eksploracja, turystyka, zimowa turystyka górska.

* Dr hab. Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Turystyki i Rekreacji, Zakład Alpinizmu i Turystyki Kwalifikowanej, e-mail: ewa.roszkowska@awf.krakow.pl.

Zimowa fascynacja Alpami rodziła się powoli. Co prawda już w starożytności zimą przekraczano góry bądź wchodzono na szczyty, ale nie były to wycieczki odbyte z powodów turystycznych¹. W tamtych czasach nie istniało takie zjawisko, jak turystyka, chociaż etymologii tego słowa doszukuje się właśnie przed naszą erą. Turystyka jako podróż odbywana dla przyjemności pojawiła się w pierwszej połowie XIX w. i ograniczona była do miesięcy letnich, bowiem niemal do połowy tegoż stulecia okres zimowy traktowano jako martwy, w którym nie realizuje się żadnych wyjazdów. Odnosiło się to również do rejonów górskich, gdzie ruch zimą właściwie dotyczył mieszkańców zmuszonych do egzystowania w tak nieprzyjnym otoczeniu.

Wiadomo, że w warunkach zimowych już na przełomie XVIII i XIX stulecia wchodzono nie tylko w doliny alpejskie, ale nawet zdobywano szczyty, jednak były to odosobnione przypadki. Trudno tutaj nie wspomnieć o drugiej podróży do Szwajcarii J.W. Goethego odbytej wraz z księciem Karlem Augustem w 1779 r. Nie byłoby w tym zapewne nic nadzwyczajnego, gdyby nie to, że w jej trakcie dokonał turystycznego wejścia na szczyt Döle w wapiennym paśmie górskim Jura, wznoszącym się w okolicach Genewy, a następnie późną jesienią odwiedził Chamonix, gdzie 12 listopada wszedł na Montanvert (Mer de Glace²), a potem przez Col de Baine przeszedł do Martigny, skąd w głębokim śniegu dotarł na Furkapass – jedną z najwyższych położonych przełęczy alpejskich [Bielschowsky 1896, s. 351-355; Schmidkunz 1926-1927, s. 58]. Przywołać można również Valentina Staniga, który w 1809 r. [Schmidkunz 1926-1927, s. 58] zimą wszedł na wiele szczytów w Alpach Berchtesgadenkich (Berchtesgadener Alpen), w tym wielokrotnie na Untersberg.

Na regularne odwiedzanie Alp w okresie zimowym trzeba było jeszcze poczekać. Śnieg, oblodzenie, zamiecie, dotkliwie zimno – to zjawiska, które nawet najbardziej zapalonym miłośnikom Alp kojarzyły się z przeszkodami poważnie utrudniającymi wejście w góry i zagrażającymi ich życiu. Nie dostrzegano uroków zimowego krajobrazu, nie mówiąc już o przyjemności płynącej z przebywania w takim terenie. Góry w porze zimowej pojmowano jako zamkniętą księgę, której nikt nie jest w stanie przeczytać [Lehner 1924, s. 221]. Tak więc o ile letnia turystyka górską w Alpach była około połowy XIX w. u progu masowości, o tyle zimą miała charakter incydentalny. Nie bez znaczenia było tutaj podłoże psychologiczne: aby dokonać otwarcia Alp w okresie zimowym, należało przełamać wewnętrzny strach i opór przed wejściem w ten rejon. Konieczne było też odpowiednie zagospodarowanie tego obszaru, w co włączyły się stowarzyszenia górskie i miejscowe władze.

¹ Wystarczy wspomnieć o słynnym marszu dziesięciu tysięcy pod wodzą Ksenofonta, podczas którego zdobyty został Taurus Cylicyjski, czy powszechnie znanym i wciąż dyskutowanym przejściu Hannibala z wojskiem przez Alpy w listopadzie 218 r. p.n.e.

² Nazwy i wysokości szczytów, przełęczy, pasm górskich podano za: [Kiełkowska, Kiełkowski 2007].

Celem niniejszego szkicu jest próba ukazania mało pogłębionego bądź też pomijanego w literaturze polskiej fragmentu dziejów postrzegania gór, tj. początków górskiej zimowej turystyki w Alpach. Inspiracją do tego artykułu były niewątpliwie szeroko nagłośnione przez Szwajcarów obchody 150-lecia zimowej turystyki. Niniejsze opracowanie ma charakter polemiczny i nie pretenduje do miana monografii czy syntezy. Wnosi pewne nowe szczegóły i sprostowania do zagadnienia.

Ramy terytorialne artykułu obejmują obszar całych Alp, ze szczególnym naciskiem na Alpy Zachodnie, a ściślej ich część pokrytą lodowcami, bowiem one właśnie ogniskowały ten ruch. Tam też były znakomite warunki śniegowe, a także znacznie lepsze niż w Alpach Wschodnich turystyczne zagospodarowanie. Mowa tutaj nie tylko o dostępności komunikacyjnej, ale też o infrastrukturze noclegowej, żywieniowej i usługach przewodnickich.

Odkrywanie i popularyzowanie uroków Alp przez poetów, malarzy i naukowców postępowało powoli od XIV stulecia, by pod koniec drugiej połowy XIX wieku przybrać postać masowego ruchu turystycznego, dotyczącego jednakże letniej połowy roku. Niemały wpływ na wzrost zainteresowania górami miały prądy ideologiczne oświecenia i romantyzmu. Prace A. Hallera (1708-1777), H.B. de Saussure'a (1740-1799), J. J. Rousseau (1712-1778), J.W. Goethego (1749-1832) i in. rozbudziły tęsknotę za naturą i spowodowały nasilenie ruchu turystycznego w rejonach górskich, zwłaszcza w miejscach opisywanych. Poza rejonem Mont Blanc szczególnym zainteresowaniem zaczęły cieszyć się Alpy Szwajcarskie. To tu zaczął nasilać się ruch turystyczny, bowiem jak podaje J. Hajdukiewicz „podróże po Szwajcarii weszły w II połowie XVIII wieku do żelaznego repertuaru warstw zamożnych i należały do dobrego tonu” [Hajdukiewicz 1973, s. 6]. „Powrót do natury” stał się źródłem turystycznej penetracji gór. Stopniowo turyści oddający się sielance w miejscowościach górskich zaczęli wchodzić w doliny alpejskie [zob. Roszkowska 2007, s. 17-46]. Niemały wpływ na to zjawisko mieli Anglicy, którzy słynną *Grand Tour* zamienili na fascynację górami³. Oni zainicjowali nowoczesne podejście do turystyki wskazując nowe cele podróży i nowe aktywności. Ich przykład przyciąg-

³ Pierwsza fala angielskich turystów alpejskich wywodzi się z grona młodych arystokratów, którzy odbywając swoją *Grand Tour* do Włoch przekraczali Alpy, najczęściej przez Mont Cenis, przełęcz Św. Gotharda, Wielką Przełęcz Św. Bernarda lub przełęcz Simplon. *Grand Tour* z czasem stała się obowiązkową częścią „liberalnej edukacji” i zbiegła się ze wzrostem zainteresowania naukowców górami oraz rozstawianiem Alp przez publikacje naukowe i literaturę piękną. Na podłożu liberalizmu dojrzała również nowoczesna myśl pedagogiczna, zgodnie z którą mieszczaństwo, wzorując się na kulturze wyższych warstw angielskiego społeczeństwa, dążyło do wszechstronnego wykształcenia młodego pokolenia (wiedza oraz dbałość o sprawność i kondycję fizyczną) i wykreowało nowy model życia, apoteozujący ruch na świeżym powietrzu. Pod koniec XVIII w. dostrzeżono również Alpy, których odwiedzanie weszło do kanonu postępowania wykształconych Brytyjczyków. Wielu z nich uległo również modzie na tzw. podróż sportową, pod pojęciem której rozumiano zdobywanie alpejskich szczytów [Hibbert 1987, s. 88-90; Fleming 2011, s. 16; Granet-Abisset].

nał w Alpy przedstawiciele innych narodowości i wymusił na miejscowych konieczność budowy infrastruktury turystycznej (rozwój hoteli, schronisk górskich, dróg, kolejek górskich, tuneli itp.). Na możliwość dotarcia w Alpy, a tym samym na wzrost wielkości ruchu turystycznego w rejonach górskich, miał również wpływ niemal rewolucyjny rozwój środków transportu i komunikacji⁴. Równie istotne znaczenie miały wskazówki turystyczne publikowane w postaci dzienników, bedekerów czy relacji z podróży, jak na przykład Ch. Meinersa (1747-1810) profesora z Getyngi – *Briefe über die Schweiz* [zob. Meiners 1785-1791], H. Heideggera (1738-1823) *Handbuch für Reisende durch die Schweiz* (1787) [Heidegger 1787], W. Coxe'a (1748-1828) *Travels in Switzerland and in the Country of the Grisons* [Coxe 1789, t. 3] – dzieło wydane w Anglii w trzech tomach i oczywiście słynne publikacje K. Baedekera (1801-1859). Należy ponadto wspomnieć o biurze podróży Thomasa Cooka (1808-1892), które od 1855 r. organizowało wyjazdy zagraniczne, a od 1863 r. także do Szwajcarii⁵.

Efektom tych ułatwień był masowy rozwój letniej turystyki alpejskiej i jej ukierunkowanie. „Podczas gdy Alpy Szwajcarskie przeżywają szturm obcokrajowców ze wszystkich okolic świata, w innych częściach [Alp – przyp. E.R.] ruch obcych jest niewielki, oszczędny, ograniczony do kurortów i szczególnie znanych miejsc. Turyści poszukują wygody, bezpieczeństwa i przyjemności, są oczarowani pięknem i majestatem gór, lodowców” [„Verhandlungen des Österreichischen Alpenvereines”, 1864, s. 64] – mówił 18 marca 1863 r. podczas walnego zebrania Österreichischer Alpenverein profesor E. Fentzl, wzywając tym samym miejscowe władze do wspomoczenia misji związków alpejskich w udostępnianiu Alp Wschodnich.

Działania w zakresie ułatwienia dostępu i pobytu w Alpach prowadzone były we wszystkich krajach alpejskich, ale powyższe słowa potwierdzają znacznie wyższy stan infrastruktury na terenie Alp lodowcowych⁶, a zwłaszcza

⁴ Szczególnie ważny był rozwój kolejnictwa (pierwsze linie kolejowe powstały w Anglii w 1825, we Francji w 1828, we Włoszech w 1839, w Szwajcarii w 1844/47). Spowodował on zmianę celów i kierunków destynacji turystycznej – możliwość podróżowania koleją nie tylko ułatwiła dotarcie w różne miejsca, obniżyła koszty podróży, ale także stała się istotnym impulsem narodzin wczesnonowoczesnej masowej turystyki.

⁵ Biuro podróży Cooka zdecydowało się na organizację wyjazdów w Alpy Szwajcarskie, bowiem Szwajcaria nie tylko posiadała własną sieć kolejową (patrz przypis 4) i wciąż ją rozbudowywała, ale też przedsięwzięła wszelkie działania, aby w miejscowościach turystycznych znajdowała się odpowiednia baza noclegowa. Chcąc pomieścić wszystkich gości, niemal lawinowo zaczęto budować hotele. Pod tym względem szczególnie rozwinęły się miejscowości leżące w Alpach Walijskich i Berneńskich.

⁶ W niniejszym opracowaniu pojawia się powszechnie używane przez turystów i wspinaczy alpejskich pojęcie: Alpy lodowcowe. Rozumie się przez nie tę część Alp Zachodnich, na obszarze których występują lodowce. Termin ten nie tylko określa różnice w budowie geologicznej danego pasma alpejskiego, ale przede wszystkim kryje informacje o zagrożeniach (innych niż te w rejonach nie pokrytych lodowcami), o sposobach pokonywania terenu, taktyce przejść, jak i stosowanym sprzęcie. Geograficzny podział na Alpy Zachodnie i Wschodnie czy Zachodnie i Wapienne nie zawiera takich informacji.

cza Alp Szwajcarskich. Nie dziwi zatem, że właśnie tam stosunkowo szybko rozwijać zaczęło się również zainteresowanie odwiedzaniem gór w porze zimowej.

Na przełomie 2014 i 2015 r. pojawiła się niemal we wszystkich mediach informacja, jakoby zimą 1864/1865 r. w Alpach Szwajcarskich, a ściślej w Engadynie – w St. Moritz, pojawili się pierwsi zimowi turyści i tym samym narodziła się turystyka zimowa. Za jej początek uznaje się wydarzenie nazywane „zakładem Bradutta”. Jesienią 1864 r. Johannes Bradutt, właściciel istniejącego do dziś w St. Moritz hotelu Kulm, a w tamtym okresie świadczącego usługi tylko w sezonie letnim, zaproponował szóstce Brytyjczyków, aby odwiedzili to miejsce zimą. Wśród uroków zimowego wypoczynku Bradutt roztaczał nie tylko wizję pięknego zaśnieżonego krajobrazu, ale też służące zdrowiu suche i czyste górskie powietrze oraz świecące słońce. Dał do zrozumienia, że nie pożałują, ale gdyby było inaczej, to zwróci im koszty podróży. Anglicy podjęli wyzwanie i przyjechali do hotelu Kulm na Boże Narodzenie. Zachwyceni warunkami klimatycznymi pozostali do Wielkanocy, a potem już co roku odwiedzali Alpy zimą, także w szerszym gronie.

Czy rzeczywiście tak było?

Nie zachowały się do czasów współczesnych żadne dokumenty potwierdzające ten fakt, nie ma nawet spisu gości hotelowych, nie wiadomo też, kim byli owi Brytyjczycy. Tego precedensowego zdarzenia nie znajdzie się ani w turystycznym czasopiśmiennictwie z tamtego okresu, ani też w dawnych opracowaniach dziejów turystyki alpejskiej [zob. Gröger, Rabl 1890; Dreyer 1909; Lehner 1924; Bennet 1922; Clark 1953; Ziak 1956; Seylaz 1963, s. 82-86]. Być może jakieś wzmianki na ten temat istnieją w ówczesnej prasie lokalnej, ale do tego typu publikacji nie udało mi się dotrzeć. Niepewna jest też informacja mówiąca, jakoby od tego momentu zimowi turyści licznie pojawiali się w St. Moritz. S. Barton podaje np., że w 1866 r. tylko jeden Anglik zatrzymał się zimą w hotelu Engadiner Kulm w St. Moritz [Barton 2008, s. 40].

Jawia się zatem pytania: Dlaczego dopiero po 150 latach przypomina się ów „zakład”? Czyż wcześniej nie było to wydarzenie godne uwagi? A może jest to tylko marketingowe działanie, o podobnym mechanizmie handlowym jak słynny „zakład”?

Wątpliwości w tej kwestii jest wiele. Przykładowo, dziennikarz „Süd-deutsche Zeitung” D. Prantl⁷ w artykule *Wer hat’s das erfunden?* [Prantl] zastanawia się również nad przypisywaniem sobie przez Szwajcarów pierwszeństwa nie tylko w rozwoju turystyki zimowej, ale też wskazuje na bezpodstawne sugerowanie, jakoby właśnie w Szwajcarii wzięły swój początek sporty zimowe.

⁷ Dominik Prantl ukończył geografię gospodarczą na Uniwersytecie Ludwika Maksymiliana w Monachium, jest dziennikarzem, turystą, narciarzem, autorem książek o tematyce górskiej.

Kto w takim razie ma rację?

Prantl wyeksponował fakt mówiący, że informacja o słynnym zakładzie po raz pierwszy pojawiła się w 1956 r. w jednym ze słuchowisk Johanna Rotha. Roth był zaprzyjaźniony z Antonem Badruttem, wnukiem Johanna Bradutta i ówczesnym dyrektorem hotelu Kulm [Prantl]. Podczas tej właśnie audycji radiowej próbowano ustalić czas „zakładu”. W rocznicowej książce pod redakcją szwajcarskiego dziennikarza M. Lütschera, napisanej na zamówienie gminy St. Moritz, podano, że w trakcie audycji najpierw stwierdzono, iż ów „zakład” miał miejsce w 1866 r. Jednak podczas dyskusji, jaka się wywiązała na antenie, ostatecznie Anton Badrutt oraz przedstawiciele Kurverein⁸ przyjęli datę: wrzesień roku 1864 [Lütscher 2014, s. 14-27]. Wygląda więc, że na podstawie ustaleń mających miejsce podczas programu radiowego uznano, iż turystyka zimowa w Szwajcarii rozpoczęła się na przełomie 1864/1865 r. Resztę zrobiły media. Także w Polsce, przyjmując ten niby mający miejsce „zakład” za pewnik.

Nie twierdząc tutaj, że taki fakt nie miał miejsca, w wątpliwość poddaję natomiast uznanie „słynnego zakładu” za początek zimowej turystyki górskiej w Alpach. Dlaczego mam takie zastrzeżenia? Wielomiesięczne próby źródłowego potwierdzenia tego faktu nie powiodły się. Nie poświadczają go ani oficjalne dokumenty, ani inne materiały źródłowe. Jest to zastanawiające, bowiem wejście zimą w teren górski musiało wzbudzić zainteresowanie. Rozumiem, że na przestrzeni dziejów dokumenty mogły zaginąć bądź ulec zniszczeniu. Zastanawia jednak brak jakichkolwiek wzmianek na ten temat w piśmiennictwie turystycznym z XIX stulecia – podane są tam różne osiągnięcia górskiej turystyki zimowej, często mające miejsce wcześniej (kilka z nich przytoczyłam na początku artykułu), ale o tym wydarzeniu nie ma nic⁹. Ponadto, gdyby ten fakt miał miejsce zimą 1864/1865, jego rocznice byłyby świętowane. Tymczasem przez niemal sto lat nikt się tym nie zajmował. Tymczasem Davos już od 1885 r. obchodzi rocznice przyjazdu swoich pierwszych zimowych gości¹⁰. W tym przypadku znana jest nie tylko data ich przyjazdu, ale także nazwiska osób: 8 lutego 1865 r. przybyli tam dr Friedrich Unger i Hugo Richter z Niemiec [*Davos der Pionier des Wintertourismus in den Alpen*]. Dotarli oni do Davos na saniach, mając ostatnią nadzieję, że tutejszy klimat ich uleczy. Tak też się stało. Później dr Unger przeniósł się na stałe do Davos, gdzie przez następne dwadzieścia

⁸ Kurverein to stowarzyszenie, które zajmuje się koordynacją, reprezentowaniem interesów danej miejscowości turystycznej lub uzdrowiskowej, strategią, misją i wizją jej rozwoju.

⁹ Nie ma nic również w publikacjach poświęconych dziejom eksploracji Alp czy alpinizmowi, w których odnotowywane są wszystkie najważniejsze wydarzenia od początku zainteresowania człowieka tymi górami [np. Schmidkunz 1931, s. 307–495; Engel 1950; Herzog 1956; Hiebeler 1977; Unsworth 1992; Motti 1994; Frison-Roche, Jouty 1996; Fleming 2011].

¹⁰ Świętowano wówczas dwudziestą rocznicę przyjazdu do Davos pierwszych zimowych gości.

lat leczył pacjentów. Z kolei Richter ożenił się z Magdaleną Michel i przejął prowadzenie pensjonatu Strela, w którym w 1865 r. obaj panowie się zatrzymali. Wkrótce Richter podjął pracę w swoim zawodzie – otworzył własne wydawnictwo, a od 1882 r. w swojej drukarni w Davos drukował „Davoser Blätter” i „Davoser Wochenblatt” [*Davos der Pionier des Wintertourismus in den Alpen*].

Bardzo ogólne informacje na temat wizyty Anglików zimą 1864/1865 pojawiają się dopiero w opracowaniach i notatkach wydanych po 1956 r., a więc po wspomnianej wyżej audycji radiowej, ale w niektórych przypadkach trudno jest stwierdzić, o jakim miejscu jest mowa¹¹.

Moje wątpliwości zostały rozwiane w lipcu 2015 r. Prawdopodobnie z powodu licznych zastrzeżeń, co do zasadności uznania St. Moritz jako miejsca narodzin turystyki zimowej, 7 stycznia 2015 r. M. Lüscher w wywiadzie dla SRF1 „Regionaljournal Graubünden” pt. *Von 150 Jahren Wintertourismus und einer Wette, die es nie gab* przyznał: „Zakład taki nigdy nie istniał. Cała historia jest wymysłem Kurverein St. Moritz i rozeszła się później, z okazji 100-lecia turystyki zimowej”, a zamieścił ją w swojej książce dlatego, że „legenda jest tak silna, że może być początkiem opowieści o dziejach turystyki zimowej” [*Von 150 Jahren Wintertourismus Und einer Wette die es nie gab*].

Nie na darmo mówi się, że kłamstwo wielokrotnie powtarzane staje się prawdą. Czy jednak bez uszczerbku na wiarygodności książki wolno uznać mit za prawdę?

W świetle tego, co przedstawiono w tym artykule, należy – prawdopodobnie bez popełnienia błędu – przyjąć, że początek zimowych wyjazdów do „wód”, wyjazdów kuracyjnych miał miejsce w Szwajcarii w lutym 1865 r. Był to wspomniany przyjazd dwóch Niemców do Davos 8 lutego 1865 r.

Jeżeli uzna się wyjazdy kuracyjne za rodzaj turystyki (współcześnie istnieje pojęcie *turystyka zdrowotna*), można wyrazić przekonanie, że zimowa turystyka jako forma wyjazdu dla zdrowia i przyjemności narodziła się z początkiem 1865 r., a jej inicjatorami stali się kuracjusze. Od tego roku zaczęli oni przybywać do wysoko położonych, znanych już z sezonów letnich kurortów alpejskich, aby zimą poddać się leczeniu lub profilaktyce zdrowotnej, wykorzystując w tym celu czyste i suche powietrze, silne i jasne światło słoneczne oraz aktywność ruchową na świeżym powietrzu. Jak stwierdził M. Lüscher, ale i wcześniej w swojej znakomitej i rzetelnie udokumentowanej pracy S. Barton, pacjenci stali się prekursorami turystyki zimowej. Z tym faktem trudno polemizować. Wielu kuracjuszy zapewne odkryło piękno krajobrazu górskiego w zimie i zauroczyło się zimową turystyką. Ten stan trwał pewien czas. Doskonałym przykładem jest Elizabeth Aubrey Le

¹¹ Np. w „Alpine Journal” z 1965 r. w rubryce *Alpine Notes* redagowanej przez D.F.O. Dangara wspomniano jedynie, że Szwajcaria świętuje stulecie przyjazdu do kraju pierwszych zimowych gości [*Alpine Notes* 1965, s. 136; Barton 2008, s. 39, 179].

Blond, która w 1881 r. przybyła latem do Chamonix w bardzo złym stanie zdrowia. Jak sama przyznała, o turystyce górskiej i wspinaczce nie wiedziała nic, i mało ją to obchodziło. Jednak po czternastu dniach pobytu na świeżym górskim powietrzu odzyskała tężyznę i postanowiła wraz z przyjaciółkami pójść na wycieczkę do Pierre Pointue, którą przedłużyła do Grands Mulets. Wycieczka jej nie zmęczyła i dlatego tydzień później zapragnęła wejść na Mont Blanc, co udało jej się dopiero latem 1882 r. Zimą 1882/1883 ponownie wróciła do Chamonix (18 grudnia) [Hawkins-Whitshed Le Blond 1883, s. V]. Dwa dni później rozpoczęła swój pierwszy zimowy sezon turystyczny, wchodząc na mało znaczące szczyty. Zafascynowana zimą w górach napisała w swojej książce: „spróbuj alpinizmu zimowego, a nie będziesz rozczarowany” [Hawkins-Whitshed Le Blond 1883, s. VIII-IX]. Le Blond z kuracjuszki i zimowej turystki górskiej stała się jedną z najbardziej znanych alpinistek w tamtym czasie. Początkowo wędrowała po lodowcach Leschaux i Geant, potem weszła na Col du Geant, Col du Tacul razem z przewodnikami Auguste i Edouard Cupelinami i tragarzem Michelelem Savioxem [Hawkins-Whitshed Le Blond 1883, s. 19-31]. Od 1883 r. regularnie eksplorowała Alpy zimą. Do niej należą pierwsze zimowe wejścia na Aiguille du Midi, obydwie wierzchołki Piz Palü, Piz Scerscen, Monte Disgrazia, Crast'Agüzza i wiele innych szczytów w Alpach Berneńskich, a także Dufourspitze w Alpach Walijskich. Nie mogąc zostać członkiem brytyjskiego Alpin Clubu, w 1907 r. w Londynie założyła Ladies Alpine Club [*Elizabeth Alice Hawkins Whitshed*].

Kuracjusze mogli być pierwszymi zimowymi gośćmi w miejscowościach górskich, pionierami turystyki zimowej, ale już nie pierwszymi, którzy udali się w podróż zimą. Nie wszystkich z nich można też nazwać turystami górskimi. Analogicznie: czy pobyt w Zakopanem zimą jest równoznaczny z uprawianiem tatrzańskiej turystyki zimowej? Turysta górski to taki turysta, który wędruje po górach.

Współcześnie niełatwo jest jednoznacznie stwierdzić, czy owi pacjenci uprawiali turystykę górską, ani też tego wykluczyć. Wiadomo jedynie, że przebywali w miejscowościach alpejskich i korzystali z warunków klimatycznych, niektórzy zapewne w sposób czynny. Trudniej jednak udowodnić, czy chodzili w góry.

Zatem kiedy narodziła się zimowa turystyka alpejska?

Aby odpowiedzieć na to pytanie konieczne jest przypomnienie, kogo w owych czasach uważano za turystę górskiego czy turystę w ogóle.

W XIX stuleciu uważano, że

„turysta górski to nie człowiek, który wspina się na wysokie góry, co wymaga przygotowania psychicznego, wytrzymałościowego, technicznego oraz umiejętności wykorzystania sprzętu, lecz jest to osoba, która ze względu na góry znajduje się w górach [a nie w miejscowościach górskich – przyp. E.R.]” [*Winter in der Bergsteigerdörfern*, s.13].

Nie określano celu takiej działalności. Wynikało to zapewne z tego, że w XIX w. słowo *turysta* oznaczało:

„podróżnego, który dla własnej przyjemności, bez ustalonego celu udawał się w obce (zagraniczne kraje) na dłuższy pobyt, pochodzącego głównie z bogatej, szlachetnie urodzonej i niezależnej warstwy społecznej” [*Deutsches Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm* 1935, s. 916-924]. Podobnie pojmowano turystę we Francji, Szwajcarii, Włoszech czy Austrii. Wszędzie wzorem byli górcy turyści angielscy. Podziwiano ich niezależność finansową i przynależność do uprzywilejowanych warstw społeczeństwa. Turystą w mniemaniu miejscowych zawsze był obcokrajowiec¹².

Niewykluczone, iż z powodu nie spełnienia tego ostatniego warunku, nie uznano zimowej wyprawy szwajcarskiego geologa i badacza Alp F.J. Hugiiego z ósmioma przewodnikami i tragarzami na obszar lodowca Grindelwald i jego trzynastodniowego pobytu w schronisku Stieregg. Hugi odbył wówczas wiele wycieczek oraz osiągnął przełęcz Strahlegg (3373 m n.p.m.) 4 stycznia 1832 r., co historycy alpinizmu uznają za pierwszą zimową wysokogórską wycieczkę, a nie wspinaczkę [W. Schmidkunz 1926-1927, s. 58]. 20 stycznia tego samego roku Hugi wszedł na Faulhorn (2681 m n.p.m.) i w znajdującym się tutaj schronisku, prawdopodobnie dla przyjemności i podziwiania okolicy, a nie badań naukowych, przebywał przez trzy dni¹³. Później udał się do Chamonix, gdzie dotarł na Mer de Glace [Kurz 1925, s. 5-6]. Hugi był przypuszczalnie pierwszym badaczem Alp i turystą alpejskim, który regularnie odwiedzał je zimą. W jego podejściu do działalności w Alpach odkryć można nie tylko pobudki naukowe, ale też upodobanie do pokonywania terenu górskiego¹⁴.

Z tego samego powodu nie uznano turystycznej wycieczki zimowej do Engadynu J. H. Mayra¹⁵.

Przyjmując ówczesne pojmowanie słów *turystyka* i *turysta*, należało by szukać pierwszych górskich turystów zimowych pośród zagranicznych

¹² Turystykę w Szwajcarii aż do 1980 r. pojmowano jako ruch obcokrajowców.

¹³ Schronisko wybudowano na podstawie zgody wydanej przez władze w 1822 r. Materiał do budowy pozyskano z okolicznych bloków skalnych, a drewniane belki przynoszono z doliny. Otworzył je rok później Samuel Blattner, świadcząc jednocześnie usługi gastronomiczne. W tamtym czasie było ono najwyższym położonym schroniskiem górskim w Europie. Obiekt z czasem przekształcił się w hotel górski. Istnieje do czasów współczesnych. Szerzej Rieg, Schroeder 2009, s. 96 lub Wehrli 2003. O tym, że w owym czasie było to popularne miejsce świadczy m.in. publikacja wydana w 1832 r. przez J.J. Schweizera i F. Schmid [Schweizer, Schmid 1832].

¹⁴ Potwierdzeniem tego są jego zmagania z Finsteraarhorn i Rothhornsattel opisane przez G.S. Studera. Były to typowe działania człowieka pragnącego dokonać tylko i wyłącznie jednej rzeczy – osiągnąć upragniony cel turystyczny [Studer 1869, s. 82-84].

¹⁵ Próbował on dotrzeć zimą 1834 r. z Chur do Engadynu. Wycieczka zakończyła się odmrożeniami i chwilową utratą wzroku. Mimo tego Mayr był zachwycony zimowym wyglądem gór, możliwością wejścia powyżej mgieł, jasnym światłem i suchym powietrzem [zob. Mayr 2010, t. 3, s. 787-789; Lütcher 2014, s. 8].

badaczy Alp, zagranicznych, tzn. nie pochodzących z krajów alpejskich, zwłaszcza że ich początkowa, naukowa fascynacja Alpami często przeradzała się w motywację typowo turystyczną – zaczęli wchodzić na przełęcze i szczyty dla przyjemności. Wielu z nich stało się nie tylko turystami, ale i wybitnymi alpinistami. Przykładowo, J. Tyndall (1820-1893) – Irlandczyk, filozof, fizyk, glaciolog i alpinista napisał w przedmowie do swojej książki *Hours of exercise in the Alps*, że mimo iż bardzo lubi swoją pracę naukową, nie mógłby dla niej spędzić tak wielu dni i godzin w Alpach, gdyby nie radość i przyjemność czerpana z „wdrapywania się” na góry [Tyndall 1871, s. V]. Tyndall odwiedzał Alpy regularnie od 1850 r. W grudniu 1859 r. dotarł na Mer de Glace [Haeberlin 1894, s. 117], gdzie spędził około dziesięciu dni¹⁶. W tym czasie, poza prowadzonymi badaniami, wynajdywał chwile, które mógł spędzić samotnie, kontemplując naturę. Podobnie, jak latem zachwycał się nie tylko samym lodowcem i jego wyższymi partiami (Glacier du Tacul i Glacier du Géant, Glacier de Leschaux), ale także otaczającymi go szczytami. Jak sam przyznał, siła oddziaływania widoku dostarczała mu energii do prowadzenia działalności w górach [Tyndall 1906b, s. 180]. Doświadczenia górskie Tyndalla nabywane podczas prowadzenia badań naukowych, czy w czasie świadomie poświęcanym na delektowanie się wędrówkami po Alpach (także zimowymi), zaowocowały wkrótce osiągnięciami alpinistycznymi.

Nie można też nie wymienić Thomasa Stuarta Kennedy’ego (1841-1894), wybitnego brytyjskiego alpinisty, który wszedł na przeszło 150 alpejskich szczytów i jako jeden z pierwszych odważył się chodzić w Alpy zimą¹⁷. Jego ambitnym planem, podjętym 7 stycznia 1862 r., a więc trzy lata przed zdobyciem szczytu przez zespół Edwarda Whympera, była próba zimowego zdobycia Matterhornu od strony Zermatt [Kurz 1925, s. 59]. Kennedy podjął ją razem z dwoma przewodnikami Peterem Taugwalderem (ojcem) i Peterem Perrenem. 8 stycznia 1862 r. osiągnęli wysokość 3260 m, skąd z powodu fatalnych warunków pogodowych zawrócili, zostawiając w zbudowanym kamiennym kopczyku pustą butelkę z kartką potwierdzającą realizowaną przez nich wspinaczkę [„Alpine Journal” 1863, s. 82]. Zanim jednak zdecydował się na tę próbę zdobywał doświadczenie podczas zimowych turystycznych wędrówek po Alpach Walijskich od przełęczy Furka po Wielką Przełęcz Świętego Bernarda.

¹⁶ W trakcie badań towarzyszyli mu przewodnicy Auguste Simond, Joseph Simond, Joseph Tairraz, Edouard Balmat, Francois Ravanel [Tyndal 1906a, s. 172].

¹⁷ W tekście przywołano alpinistów, bowiem droga do alpinizmu w XIX i XX stuleciu (do ok. drugiej połowy) wiodła przez turystykę. Najpierw fascynowano się turystyką górską letnią i zimową, a gdy wrażenia i emocje z nią związane nie wystarczały, poszukiwano innej, stawiającej większe wymagania formy kontaktu ze światem gór. Ponadto, aby zostać członkiem organizacji alpinistycznych należało wykazać się doświadczeniem górskim. Kryteria w tym zakresie były różne w poszczególnych stowarzyszeniach.

Przypomnienia warta jest działalność profesora Friedricha Simony, który dokonał turystycznego otwarcia grupy Dachstein w Alpach Wschodnich¹⁸. Mając szczególne upodobanie do tego regionu, w 1842 r. wraz z przewodnikiem Johannem Wallnerem trzykrotnie zimą wszedł na najwyższy szczyt tego pasma. Opis wejścia, stosowane środki ułatwiające oraz motywy i przeżycia z tym związane opublikował w „Wiener Zeitschrift für Kunst, Literatur, Theater und Mode” w 1843 r.¹⁹

Przypadków zimowej eksploracji Alp w tamtym czasie było więcej. W rejonie Mont Blanc w celach turystycznych najczęściej odwiedzano Mer de Glace [Kurz 1925, s. 7], na Jurze (koło Genewy) odnotowano turystyczne zimowe wejście Henrietty d’Angeville na Signal de Retort w 1842 r. [Schmidkunz 1926-1927, s. 59], a w Alpach Wschodnich, w rejonie Großglocknera działalność prowadził ksiądz z Heiligenblut – ojciec Franz Francisci, który zimą wszedł na Kleinglockner w 1853 r. [Lehner 1924, s. 221].

Anglicy natomiast uważają, że prekursorem zimowej turystyki w Alpach był Adolphus Warburton Moore, bowiem on, mimo iż był alpinistą traktował wspinaczkę nie jako sport, lecz turystykę, gdyż uprawiał ją amatorsko i wyłącznie dla własnej przyjemności i osobistych korzyści. Potwierdził to A. Kennedy w przedmowie do wydania pamiętników Moore’a:

„Nie można, jak sądzę, mieć wątpliwości, że to Moore’owi oddać należy pomysł stworzenia zimowej amatorskiej wspinaczki. Prawdą jest, że przed 1866 r. profesor Tyndall odwiedził Chamonix, a pan T.S. Kennedy Zermatt, ale obaj ci dżentelmeni napotkali tak złą pogodę, że mieli niewielkie szanse na odkrycie, jak korzystny może być sezon zimowy dla uprawiania naszej ulubionej rozrywki wśród Alp Wysokich. Te korzyści zostały wyraźnie uwypuklone przez Moore’a podczas jego przejścia Finsteraarjoch i Strahlegg w 1866 roku, Breche de la Meije w następnej zimy oraz w trakcie jego wejścia na Grands Mulets w 1869 roku. Byłem z nim na dwóch z tych wypraw zimowych” [Kennedy 1902, s. IX-X].

Moore wrażenia ze swoich pierwszych udanych wyjazdów zimowych w Alpy w okresie świąt Bożego Narodzenia 1866 r. i 1867 r., jak i opis zrealizowanych wówczas wycieczek przedstawił w „Alpine Journal” [Moore 1870, s. 309-326]. Anglicy, zachęeni jego przykładem, stosując się dość gorliwie do zaleceń lekarzy, którzy ordynowali wyjazd w góry jako panaceum na wszystkie dolegliwości, przepełnieni duchem przygody rozpoczęli najpierw zimowe turystyczne poznawanie Alp, by wkrótce zaatakować zimą alpejskie

¹⁸ Sam wyszukiwał ścieżki, znakował je. Wytoczył też i wyposażył w drabiny, żelazne stopnie, stałe haki oraz liny drogę na najwyższy wierzchołek masywu. Była to pierwsza ubezpieczona turystyczna droga w Alpach Wschodnich – prototyp via ferraty (Klettersteig).

¹⁹ Ciekawostką z dziejów zimowej eksploracji Alp jest to, że Simony w wejściu i zejściu używał rakiet śnieżnych [Simony 1843, nr 225, s. 1783-1796; nr 226, s. 1801-1804; nr 227, s. 1809-1812; nr 228, s. 1817-1820; nr 229, s. 1825-1827; nr 230, s. 1833-1836].

czterotysięczniki: Matterhorn, Jungfrau, Gross Schreckhorn, Mont Blanc. Naśladowców Moore'a było wielu, m.in. W.A. Brevoort Coolidge, o czym świadczy jego artykuł *The Wetterhorn and Joungfrau in Winter* [Coolidge 1872, s. 405-414].

Coolidge, jak wielu innych brytyjskich alpinistów, swoją zimową fascynację Alpami rozpoczął od turystycznych wycieczek po Alpach Francuskich (z Chamonix odbywał wycieczki na Mer de Glace, Plan Pra, Flégere, poznawał Dolinę Argentiere), by później przenieść się do Alp Berneńskich do Grindelwaldu. Wędrował po Alpach pod opieką najlepszych ówczesnych przewodników Christiana Almera i jego syna Ulricha. Często też w tych wędrowniach towarzyszył mu jego pies Tschingel.

W owych latach niemal równocześnie zimowa turystyka wysokogórska przekształcała się we wspinaczkę i zaczęła być postrzegana jako rodzaj sportu [Coolidge 1912, s. 126]. Działo się tak dlatego, że każdy ówczesny alpinista musiał przejść w swojej karierze wspinaczkowej przez etap turystyczny. Trudno było ponadto w tamtym okresie rozdzielić przejścia turystyczne od wspinaczkowych. Ta niejednoznaczność istniała też w sposobach rozumienia terminów: turystyka, alpinizm.

Linie rozwojowe górskiej turystyki zimowej nie były jednorodne. W Alpach Zachodnich intensywny rozwój tej dyscypliny nastąpił około połowy lat siedemdziesiątych XIX stulecia. Na tym obszarze, niespełna dekadę później – w latach osiemdziesiątych – zimowa turystyka i wspinaczka były już w pełni rozkwitu, podczas gdy w Alpach Wschodnich dopiero budziły się. We wschodniej części Alp dopiero w drugiej połowie lat 80. XIX w. wzrosła liczba turystów i alpinistów żywo zainteresowanych zimową eksploracją. Różnice dotyczyły również podejścia do turystyki zimowej. W Alpach Wapiennych pojmowano zimową turystykę górską jako nową sztukę wysokogórskiej aktywności, jako nowe pole działania, całkowicie odmienne od działalności letniej. Szczyt zdobyty zimą postrzegano jako zupełnie inny, jako dziewiczy, mimo że miał już letnie wejście. Najprawdopodobniej wynikało to z konieczności stosowania zimą innego sprzętu i wyposażenia turysty niż latem²⁰. Ponadto zimowe przedsięwzięcia w Alpach Wapiennych rozciągały się nie tylko na szczyty, które przekraczały wysokość 3000 m (tj. na najwyższe szczyty w tym rejonie), podczas gdy w Alpach Zachodnich szturm brytyjskich, szwajcarskich i włoskich alpinistów dotyczył czterotysięczników [Lehner 1924, s. 222].

Turystyka jest i była działalnością znacznie mniej spektakularną niż badania naukowe czy wspinaczka. Dlatego trudno jest współcześnie odnaleźć inne informacje dotyczące alpejskiej zimowej turystyki, niż te publikowane przez naukowców czy alpinistów. Rozsądne wydaje się stwierdzenie, że w Alpach zimowa turystyka górską, podobnie jak letnia, stworzona

²⁰ W Alpach lodowcowych zarówno latem, jak i zimą używa się tego samego sprzętu.

została jakby na marginesie zainteresowań górami naukowców, alpinistów i w mniejszym stopniu kuracjuszy. Niewykluczone jednak, że osoby leczone w kurortach alpejskich, przebywające tam długi czas, w chwilach polepszenia zdrowia lub całkowitego wyleczenia mogły również zimą wędrować po Alpach, a nawet wchodzić na górskie przełęcze i szczyty (jeden z przykładów przytoczono powyżej). Być może istnieją gdzieś odręcznie spisane wspomnienia/pamiętniki z pobytów sanatoryjnych mało- lub w ogóle nieznanymi pacjentów potwierdzające ten fakt, ale bardzo trudno jest dotrzeć do takiego materiału źródłowego.

Znacznie prostsza sprawa jest w przypadku uczonych i alpinistów. Przedstawiciele obu środowisk bardzo często dzielili się własnymi przeżyciami górskimi, zamieszczając przy okazji różnych publikacji itinerarium swoich „wypraw” alpejskich.

Chociaż różnorodne były cele podejmowania zimowej działalności w Alpach przez naukowców, kuracjuszy i alpinistów, łączył ich pewien nieuchwytny, niedający się zmierzyć szczegół – wszyscy oni ulegli fascynacji zimowym światem gór. To oczarowanie było na tyle głębokie i trwałe, że przez lata podejmowali takie formy aktywności, które dostarczały im przyjemności i wywoływały poczucie szczęścia wynikające już z samego pobytu pośród zaśnieżonych i pokrytych lodem szczytów alpejskich.

Bez wątpienia górską turystyką zimową w Alpach była nową wartością w podejściu człowieka do gór. Ma ona wielu ojców. Uwzględniając jednak ówczesne pojmowanie turystyki oraz stan zagospodarowania turystycznego Alp, jej początków należy szukać przede wszystkim w Alpach lodowcowych (ale nie tylko szwajcarskich, co wykazano wyżej) około połowy XIX stulecia. W tym czasie nastąpiła swego rodzaju rewolucja mentalna w percepcji gór w okresie zimowym. Alpy postrzegane przez człowieka jako niebezpieczne, stały się górami przyjaznymi, służącymi jego zdrowiu. Opady śniegu, ujemna temperatura i słońce zaczęły kojarzyć się z przyjemnością i odpoczynkiem. Okolicznością sprzyjającą rozwojowi alpejskiej zimowej turystyki górskiej były również zmiany klimatyczne. Wiek XIX to koniec tzw. małej epoki lodowcowej. Na podstawie zachowanych pomiarów temperatury, od około połowy tego stulecia zaobserwować można stopniowe ocieplenie się klimatu [Nicolussi], co w dużym stopniu ułatwiło zimową eksplorację Alp.

Przewartościowanie w sferze psychicznej, tj. wyzbycie się lęku przed wejściem w Alpy w porze zimowej, miało swoje konsekwencje w wymiarze praktycznym, którego wyrazem był właśnie rozwój turystyki zimowej i zimowego alpinizmu. To odkrywanie uroków zimowych Alp wkrótce zostało wzmocnione drugą fazą rozwoju górskiej turystyki zimowej, której fundamentem były narty.

Moda na przebywanie w Alpach zimą stymulowała również działania miejscowej ludności, tworząc perspektywy i szanse rozwoju dla alpejskich ośrodków turystycznych – *notabene* świetnie prosperujących współcześnie.

Bibliografia

- „Alpine Journal” (1863).
- Alpine Notes* (1965), [w:] „Alpine Journal”, s. 136.
- Barton S. (2008), *Healthy Living in the Alps: the Origins of Winter Tourism in Switzerland, 1860-1914*, Manchester University Press, Manchester.
- Bennet C.S. (1922), *The Golden Age of Mountaineering: 1850-1870*, Alpine Club Archive, London.
- Bielschovsky A. (1896), *Goethe. Sein Leben und seine Werke*, C.H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung Oskar Beck, Erster Band, München.
- Clark R. (1953), *The Victorian mountaineers*, Batsford, London.
- Coolidge W.A.B. (1872), *The Wetterhorn and Jungfrau in Winter*, [w:] „The Alpine Journal”, vol. VI, s. 405-414.
- Coolidge W.A.B. (1912), *Alpine Studies*, Longmans, Green and co., New York.
- Coxe W. (1789), *Travels in Switzerland and in the Country of the Grisons in a Series of Letters to William Melmonth, Esq.* From William Coxe, 3 vol., T.Cadell, London.
- Deutsches Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm* (1935), bearb. von Matthias Lexer, Dietrich Kralik und der Arbeitsstelle des Deutschen Wörterbuchs, Leipzig, Bd. 21, s. 916-924.
- Dreyer A. (1909), *Der Alpinismus und der Deutsch-Österreichische Alpenverein. Seine Entwicklung – seine Bedeutung – seine Zukunft*, Verlag: Berlin Marquardt & Co., Berlin.
- Engel C.E. (1950), *A history of mountaineering in the Alps*, Published by George Allen & Unwin London.
- Fleming F. (2011), *Killing Dragons: The conquest of the Alps*, Granta Books, London.
- Frison-Roche R., Jouty S. (1996), *A history of mountain climbing*, Flammarion, Paris–New York.
- Gröger G., Rabl J. (1890), *Die Entwicklun der Hochtouristik in den österreichischen Alpen*, Hg. vom Österreichischen Touristen-Klub, Wien.
- Haeberlin C. (1894), *John Tyndall* [nekrolog], [w:] „Leopoldina”, Heft XXX, nr 13-14, s. 114-120.
- Hajdukiewicz J. (1973), *Dzieje alpinizmu*, [w:] „Informator szkoleniowy instruktorów taternictwa”, Wyd. Komisji Szkolenia ZG KW 1973, Kraków.
- Hawkins-Whitshed Le Blond, E.A.F. (1883), *The High Alps in Winter, or Mountaineering in Search of Health*, S. Low, Marston, Searle & Rivington, London.
- Heidegger H., (1789), *Handbuch für Reisende durch die Schweiz*, bey Orell, Gessner, Fuesli, Zürich.
- Herzog M. (1956), *La Montagne*, Larousse, Paris.
- Hibbert C. (1987), *The Grand Tour, Thames Methuen*, New York.

- Hiebeler T. (1977), *Lexicon der Alpen*, Bertelsmann-Lexicon Verlag, Gütersloh
- Kennedy A.B.W. (1902), *Editor preface*, [w:] *The Alps in 1864. A private journal by A.W. Moore*, Edinburgh University Press, Edinburgh, s. IX-X.
- Kielkowska M., Kielkowski J. red., (2007), *Wielka encyklopedia gór i alpinizmu*, t. III *Góry Europy*, STAPIS, Katowice.
- Kurz M. (1925), *Alpinisme hivernal: le skieur dans les Alpes*, Payot, Paris.
- Lehner W. (1924), *Die Eroberung der Alpen*, Hochalpenverlag, München.
- Lütscher M. (2014), *Johannes Badrutt: Ein Technikfan, der an Gäste, Gott und Klima glaubte*, [w:] Lütscher M. red., *Schnee, Sonne und Stars: Wie der Wintertourismus von St. Moritz aus die Alpen erobert hat*, Neue Zürcher Zeitung, Zürich, s. 14-27.
- Mayr J.H. (2010), *Meine Lebenswanderung. Historisch-kritische Edition der autobiografischen Schriften von Johann Heinrich Mayr*, Herausgegeben von Kurt Buenzli unter Mitarbeit von André Salathé und Beatrice Sendner, Band 3, Frauenfeld.
- Meiners Ch. (1785-1791), *Briefe über die Schweiz*, Band 1-4, C. Spener, Berlin.
- Moore A. (1870), *Winter expedition in the Alps*, [w:] „The Alpine Journal”, vol. IV, s. 309-326.
- Motti G.P. (1994), *La storia dell Alpinismo*, t.1, Ristampa: aggiornamento a cura di Enrico Camanni, Vivalda, Torino 1994.
- Rieg E., H. Schroeder (2009), *Ein Platz für Götter: Richard Wagners Wanderungen in der Schweiz*, Bohlau Verlag, Köln, Weimar, Wien.
- Roszkowska E. (2007), *Alpinizm europejski 1919-1939. Ludzie – Tendencje – Osiągnięcia*, Studia i Monografie nr 39, AWF, Kraków.
- Schmidkunz W. (1926-1927), *Entwicklungsgeschichte der Wintertouristik in Einzeldaten*, [w:] „Der Winter”, s. 58-60.
- Schmidkunz W. (1931), *Alpine Geschichte in Einzeldaten*, [w:] „Alpines Handbuch” t.1, Leipzig, s. 307-495.
- Schweizer J.J., Schmid F. (1832), *Das Faulhorn im Grindelwald. Ein Topographie- und Panorama-Gemälde, entworfen von mehreren Alpen Freunden*, C.A. Jenni, Bern.
- Seylaz L. (1963), *Les origins de l'alpinisme suisse*, [w:] „Alpes” [„Die Alpen”], s. 82-86.
- Simony F., *Drey Decembertage auf Dachsteingebirge*, „Wiener Zeitschrift für Kunst, Literatur, Theater Und Mode” 1843, nr 225, s. 1783-1796, nr 226, s. 1801-1804, nr 227, s. 1809-1812, nr 228, s. 1817-1820, nr 229, s. 1825-1827, nr 230, s. 1833-1836.
- Studer G. (1869), *Ueber Eis Und Schnee. Die höchsten Gipfel der Schweiz Und die Geschichte ihrer Besteigung*, 1. Abtheilung: Berner-Alpen, Bern.
- Tyndall J. (1871), *Hours of Exercise in the Alps*, Longmans, Green and co., London.

- Tyndall J. (1906b), *Glaciers of the Alps and Mountaineering in 1861*, Published by J.M. Dent and Company, London.
- Tyndall J. (1906a), *Winter expedition to the Mer de Glace 1859*, [w:] *Science. Glaciers of the Alps*, Published by J.M. Dent and Company, London.
- Unsworth W. (1992), *Encyclopaedia of mountaineering*, Hodder & Stoughton; 2nd edition London.
- „Verhandlungen des Österreichischen Alpenvereines“ (1864).
- Wehrli M. (2003), *Faulhorn – Die Geschichte eines Berggasthauses*, Unterseen: Touristik-Museum der Jungfrau-Region, Unterseen.
- Winter in der Bergsteigerdörfern*, (2014), [w:] „Wirtschaft in Winter“, nr 1, s. 13-16.
- Ziak K. (1956), *Der Mensch und die Berge. Eine Weltgeschichte des Alpinismus*, Verlag: Das Bergland-Buch“, Salzburg.

Netografia

- Granet-Abisset A.M., *Histoire du tourisme dans les Alps*, <http://fresques.ona.fr/montagnes/parcours/0005/histoire-du-tourisme-dans-les-alps.html#anchor17> [11.06.2015].
- <http://www.davos.ch/davos-klosters/portrait-image/storybook/davos-der-pionier-des-wintertourismus-in-den-alpen/> [15.06.2015].
- <http://www.srf.ch/news/regional/graubuenden/von-150-jahren-wintertourismus-und-einer-wette-die-es-nie-gab> [20.07.2015].
- https://de.wikipedia.org/wiki/Elizabeth_Alice_Hawkins-Whitshed [28.07.2015].
- Nicolussi K., *Klimaentwicklung in den Alpen während der letzten 7000 Jahre*, <http://www.uibk.ac.at/geographie/forschung/dendro/publikationen-pdf-files/2009-nicolussi-klima-mm3.pdf> [27.07.2015].
- Prantl D., *Wer hat's erfunden?*, <http://www.sueddeutsche.de/reise/wintersport-in-den-alpen-wer-hats-erfunden> [10.05.2015].

ALPINE WINTER TOURISM – NOTES ABOUT THE BEGINNINGS OF THE PHENOMENON

Abstract

Purpose. This is a presentation of a superficially treated or omitted part of the history of the perception of the mountains in Polish literature, i.e. the beginnings of mountain winter tourism in the Alps, with particular attention to inconsistencies in the existing publications.

Method. Methods include historical research, especially the indirect method of determining the facts, the comparative method, and techniques for a content analysis.

Findings. The place and time of the birth of mountain winter tourism in the Alps are revised, the existing views are corrected, and new details are introduced.

Research and conclusions limitations. The research concerns the entire area of the Alps with a focus on those ranges covered with glaciers. Because the sources related to the birth of winter tourism in the Alps are relatively poor, deductive inferences, the comparative method and, to a lesser extent, inductive reasoning were used.

Practical implications. The text forms the foundation for further research and a historical reflection on the origins of the phenomenon.

Originality. No such scientific publication exists in Polish literature.

Type of paper. Review – polemic article.

Key words: history, Alps, exploration, tourism, winter mountaineering.

„WĘDROWIEC” JAKO ŹRÓDŁO WIEDZY O DZIEJACH TURYSTYKI TATRZAŃSKIEJ

*Iwona Cybula**

Abstrakt

Cel. Próba identyfikacji „Wędrowca” jako źródła wiedzy o dziejach turystyki tatrzańskiej, podejścia redakcji do omawianej tematyki.

Metoda. Badaniem objęto cały zebrany w „Wędrowcu” materiał bezpośrednio lub pośrednio związany z rozwojem i popularyzacją turystyki tatrzańskiej, publikowany w badanym czasopiśmie na przestrzeni 44 lat jego ukazywania się. W okresie od 1863 r. do 1906 r. ukazało się 2289 numerów. Zastosowana została metodologia historyczna.

Wyniki. Analiza materiału źródłowego pozwoliła stwierdzić, że warszawski tygodnik ilustrowany „Wędrowiec” okazał się wartościowym i zaangażowanym „świadkiem” rodzącego i rozwijającego się ruchu turystycznego w Tatrach. Przez 44 lata z różnym natężeniem podejmował ten temat. Niemniej jednak publikacje zamieszczane na jego łamach pozwoliły odtworzyć kompletny obraz warunków i problemów związanych z rozwojem ruchu turystycznego pod Giewontem.

Ograniczenia badań i wniosków. Wnioski oparto na analizie zebranego materiału źródłowego. Ciekawym ich dopełnieniem byłoby porównanie zebranego materiału z pozostałą zawartością czasopisma (jak wskazano w artykule, tematyka związana z turystyką tatrzańską stanowiła jedynie niewielki ułamek prezentowanych zagadnień w badanym czasopiśmie).

Implikacje praktyczne. Wnioski z analizy zebranego materiału w sposób istotny wzbogacają dotychczasową wiedzę na temat dziejów turystyki tatrzańskiej.

Oryginalność pracy. Ujęcie tematu z perspektywy specjalistycznego czasopisma wychodzącego poza teren, na którym turystyka tatrzańska była uprawiana („Wędrowiec” wychodził w Warszawie) oraz analiza materiału źródłowego, który dotychczas nie doczekał się opracowania w kontekście wpływu, jaki mógł wywrzeć na rozwój i promocję turystyki tatrzańskiej w społeczeństwie polskim w drugiej połowie XIX w. oraz na początku XX wieku.

Rodzaj pracy. Artykuł monograficzny.

Słowa kluczowe: turystyka, krajoznawstwo, turystyka tatrzańska.

* Dr; e-mail: iwak@interia.pl.

„Kto może i ma siły,
 ten niech nie szczędzi trudu i nieco potu,
 lecz niech wędrze się na najwyższy szczyt czy to Tatr,
 czy też którego z łańcuchów Alp,
 a dozna rozkoszy, o jakiej nie marzył i uzna,
 że poniesione trudy i zwalczone niebezpieczeństwa sownie nagrodzone zostały”
 [K. W. 1888, s. 414].



Ryc. 1. Tatry

Fig. 1. The Tatra Mountains

Źródło: „Wędrowiec” 1883, nr 26, s. 409.

Source: „Wędrowiec” 1883, Issue 26, p. 409.

Wprowadzenie

Rola prasy w drugiej połowie XIX w. w kreowaniu nowych zjawisk i ich popularyzowaniu w społeczeństwie polskim była pierwszoplanowa¹. Często to właśnie prasa pozostaje jedynym zachowanym źródłem wiedzy na dany temat [Pinkwart 2001, s. 10]. Wychodząc z tego założenia, podjęta została próba analizy zawartości tygodnika warszawskiego

¹ W przedmowie do pracy „Warszawa pozytywistów” znaleźć można następujące słowa: „Rzeczywiście można bez przesady powiedzieć, że żadna literacka kariera nie mogłaby zaistnieć w popowstaniowej Warszawie, gdyby nie czasopisma. Jest to, jak wiadomo, zjawisko odróżniające epokę pozytywizmu od poprzednich. Inaczej bowiem niż przedtem, prasa (a nie dwór czy salony) była głównym forum polemik światopoglądowych, naukowych i literackich [...] Redaktorzy mieli często poczucie patriotycznej misji, której konkretny kształt odbijał się w formule czasopisma” [Kulczycka-Saloni, Ihnatowicz 1992, s. 8]. Wprawdzie rola prasy została tu ukazana w kontekście tworzenia osobowości świata literatury oraz kreowania problemów światopoglądowych, naukowych i literackich, to podobną rolę przypisać jej można również w kwestii kreowania i popularyzowania nowych zjawisk związanych z turystyką i krajoznawstwem.

„Wędrowiec”, wychodzącego w Warszawie latach 1863-1906², pod kątem jego zaangażowania w dyskusje nad rodzącą się i rozwijającą turystyką tatrzańską. Czasopismo to miało profil podróżniczy³, przez co było niejako predestynowane do podjęcia dyskusji na przedmiotowy temat. Mogło ilustrować szeroki wachlarz problemów z nią związanych, a rola redakcji i jej współpracowników mogła wiązać się z krytycznym i twórczym podejściem do nowego zjawiska, a tym samym wykraczać poza podstawową funkcję, ograniczającą się jedynie do jego obserwacji i rejestracji. Dodatkowo 44 lata, w przeciągu których czasopismo było wydawane, stanowiły wystarczający przedział czasowy, aby uchwycić nie tylko fakt pojawienia się nowej „mody turystycznej”, ale również zilustrować przemiany i rozwój, który w tych latach nastąpił⁴.

Wybór tego tytułu prasowego spowodowany był również innymi względami. W kręgu zainteresowań pojawił się aspekt związany z dystansem zespołu redakcyjnego tygodnika do podjętego tematu. Dystans ten był wielorakiej proveniencji. W pierwszej kolejności wynikał z czysto geograficznych uwarunkowań. Turystyka tatrzańska była uprawiana w „polskich Alpach”, natomiast zespół redakcyjny skupiał się wokół czasopisma, które swoją siedzibę miało w oddalonej od nich o około 500 km Warszawie⁵. Dodatkowo wynikał z uwarunkowań geopolitycznych⁶. Przestrzenie te, połączone ze

² Czasopismo to zachowało się w całości, którą jednak należało kompilować dzięki zasobom różnych bibliotek. Analizę materiału źródłowego dokonano głównie opierając się na zasobach Biblioteki Jagiellońskiej, Biblioteki Książąt Czartoryskich w Krakowie, Biblioteki Naukowej Polskiej Akademii Umiejętności i Polskiej Akademii Nauk w Krakowie oraz wykorzystując zasoby Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego (zdigitalizowane i zamieszczone na stronie internetowej Biblioteki Cyfrowej Uniwersytetu Łódzkiego).

³ Należy przy tym zaznaczyć, że profil „Wędrowca” był szeroki, a wątek związany z turystyką tatrzańską stanowił jedynie niewielki ułamek prezentowanych zagadnień, wśród których były również tematy wybiegające poza zakres problemów związanych z turystyką i krajoznawstwem.

⁴ „Wędrowiec” wychodził przez 44 lata – od 1863 r. do 1906 r. Do 1905 r. ukazywał się regularnie początkowo w każdy czwartek, później – w każdą sobotę. Zakłócenia w regularnym wydawaniu czasopisma pojawiły się na przełomie stycznia i lutego 1905 r. Wydarzenia polityczne związane z rewolucją w Rosji i Królestwie Polskim destabilizowały pracę wydawnictwa i redakcji „Wędrowca”. W konsekwencji doprowadziło to do połączenia w 1906 r. „Wędrowca” z „Tygodnikiem Ilustrowanym” (począwszy od nr 18 z 1906 r. do końca 1906 r.). W okresie od 1863 r. do 1906 r. ukazało się 2289 numerów, z czego 35 numerów wydano po połączeniu „Wędrowca” z „Tygodnikiem Ilustrowanym”. Dystrybucja „Wędrowca” początkowo koncentrowała się głównie na Warszawie, jej prowincji i sąsiednich guberniach oraz Cesarstwie. Od połowy 1878 r. swoim zasięgiem objął pozostałe ziemie polskie leżące pod zaborami austriackim i pruskim. Wiadomości te zostały opracowane w oparciu o informacje zamieszczone w stopce redakcyjnej i winiecie „Wędrowca” oraz w oparciu o informacje „Od Redakcji” zamieszczane wewnątrz poszczególnych numerów czasopisma lub dołączanych do nich prospektów wydawniczych.

⁵ Odległość tę „skracal” rozwój coraz to nowych środków transportu. Początkowo przemieszczano się między innymi „dylizansami pocztowymi”, zaprzęgniętymi w konie, później pokonanie tej odległości ułatwiały i skracaly czas dotarcia do celu połączenia kolejowe.

⁶ Wg Moczulskiego geopolityka zajmuje się zmiennymi układami sił na niezmiennym terenie [Moczulski 2000, s. 75 i n.].

sobą zamieszkującą w obu regionach ludnością polską, podzielone zostały granicą wyznaczoną przez dwa państwa zaborcze. Spoiwem wyrastającym ponad ten podział, który wynikał z niekorzystnego dla Polski układu sił politycznych ówczesnej Europy, było dla społeczeństwa obu zaborów pragnienie ponownego zjednoczenia pod egidą niepodległego państwa polskiego. Rozpatrywany dystans wynikał również z odmiennego punktu widzenia i stopnia zaangażowania w problematykę turystyki tatrzańskiej, jaki prezentował zespół redakcyjny „Wędrowca” w odniesieniu do utworzonego w 1876 r. zespołu redakcyjnego „Pamiętnika Towarzystwa Tatrzańskiego”. Ten ostatni bowiem tworzył pismo, które zostało intencjonalnie powołane jako organ prasowy Towarzystwa Tatrzańskiego – organizacji utworzonej dla rozwoju i promocji badanego ruchu turystycznego.

Stan badań

Dotychczasowe badania z zakresu dziejów turystyki tatrzańskiej tego okresu prowadzone były głównie na podstawie materiału prasowego zgromadzonego w „Pamiętniku Towarzystwa Tatrzańskiego” albo w prasie zakopiańskiej⁷. Zainteresowanie turystyką tatrzańską, Tatrami i Zakopanem wykazywały jednak nie tylko czasopisma w tym celu powoływane do życia

⁷ Literatura dotycząca historii turystyki tatrzańskiej jest bardzo bogata. Dużym zainteresowaniem badaczy cieszy się okres jej narodzin i rozwoju, trwający do pierwszej wojny światowej. Kontekst źródłowy wykorzystany do opracowania tych zagadnień jest bardzo szeroki. Odnosi się zarówno do dokumentów archiwalnych zgromadzonych w wielu bibliotekach i muzeach oraz zbiorach prywatnych, jak również materiałów wspomnieniowych naocznych świadków rodzącego się ruchu turystycznego w Tatrach, jego uczestników i twórców. Wykorzystywane są również liczne informacje rozproszone w prasie z tamtych lat. Sięgano po literaturę źródłową polską, ale również odnoszono się do źródeł zagranicznych. Szeroki wykaz przedmiotowej literatury ilustruje bibliografia zebrana na potrzeby niniejszej pracy. Wiele miejsca w literaturze poświęcono także historii prasy zajmującej się turystyką tatrzańską drugiej połowy XIX w. oraz początków XX w. Szczególne miejsce w tym przeglądzie zajmują opracowania dotyczące prasy zakopiańskiej. Pod koniec XIX w. oraz w okresie międzywojennym ukazały się trzy artykuły anonimowych autorów dotyczące przedmiotowej tematyki [*Literatura tatrzańska* 1899, nr 6; Sg. 1927, nr 34; W. S. 1924]. Prasa zakopiańska była również przedmiotem badań S. Eljasza-Radzikowskiego [Eljasz-Radzikowski 1899, r. 1, nr 13], J. Zborowskiego [Zborowski 1985, t. 3], L. Kawickiej [Lid-ka, nr 1], M. Behrendt [Behrendt 1976], E. Gawądy, J. Darowskiego [Gawąd, Darowski 1991, t. II] oraz M. Pinkwarta [Pinkwart 1995; Pinkwart 2002]. Pojawiły się także artykuły podejmujące temat pierwszych organów prasowych Towarzystwa Tatrzańskiego [Kolbuszewski 1977, nr 46; Wójcik 1980, nr 49; Idem 2008]. Powyższe przykłady nie stanowią jednak wyczerpujących opracowań podjętych tematów. Stanowią jedynie przyczynek prowokujący do dalszych badań. Stosunkowo niewiele opracowań z dziejów turystyki tatrzańskiej powstało w oparciu o prasę zarówno lokalną, jak i ogólnopolską, która była przecież głównym forum toczonych wówczas dyskusji. Znana jest praca M. Pinkwarta „Tatry w świadomości mieszkańców Zakopanego i ich gości. Prasa zakopiańska 1891-1939” [Pinkwart 2002], której autor podjął się opracowania tematu w oparciu o źródła prasy zakopiańskiej. Wymienić tu należy również pozycję K. Polaka dotyczącą zawartości „Pamiętnika Towarzystwa Tatrzańskiego” [Polak 1981].

i wydawane w Zakopanem lub w jego sąsiedztwie. Ciekawym materiałem badawczym są również inne tytuły prasowe, dla których temat Tatr i Zakopanego nie był wątkiem wiodącym i traktowany był z odległej perspektywy. Ówczesna prasa komentowała i opisywała wszelakie sprawy pojawiające się w powyższym kontekście. Często oddawała siłę emocji, którymi kierowały się różne grupy społeczne zaangażowane w przedmiot dyskusji toczonych wokół szeroko rozumianej turystyki tatrzańskiej. Analiza zawartości tych czasopism pozwala na lepsze poznanie i zrozumienie fenomenu ogólnonarodowego symbolu wolności, jakim stały się Tatry dla podzielonego pomiędzy zaborców społeczeństwa polskiego. Takie ujęcie badań nad dziejami rodzącej się „mody” na wyjazdy w „polskie Alpy” jest interesujące oraz stanowi niezbędne dopełnienie naukowej eksploracji, prowadzonej na tzw. prasie branżowej.

Autorzy opracowań dziejów turystyki tatrzańskiej wykorzystywali materiał prasowy wybiórczo. Najczęściej sięgali po obszernie artykuły znanych działaczy z kręgu Towarzystwa Tatrzańskiego, którzy użyczali swojego talentu dziennikarskiego redakcjom czasopism *stricte* związanym z niniejszym tematem, ale również publikowali w prasie niezwiązanej ściśle z tematem turystyki tatrzańskiej oraz wychodzącej poza granicami zaboru austriackiego. Obok wyżej wspomnianej prasy zakopiańskiej i „Pamiętnika Towarzystwa Tatrzańskiego”, zainteresowaniem cieszyły się również następujące tytuły prasowe: „Gazeta Warszawska”, „Dziennik Warszawski”, „Kurier Warszawski”, „Biblioteka Warszawska”, „Tygodnik Ilustrowany”, „Czas”, „Kłosa”, „Niwa”, „Opiekun Domowy”, „Kalina”, „Ateneum” oraz „Tygodnik Powszechny”⁸.

Warszawskie ilustrowane czasopismo tygodniowe „Wędrowiec” nie doczekało się całościowego opracowania w kontekście poruszanej na jego łamach tematyki związanej z turystyką tatrzańską. Śmiało można powiedzieć, że materiał w nim zgromadzony był rzadko wykorzystywany. Z całej obszernej zawartości tygodnika zwrócono jedynie uwagę na artykuły G. Le Bon [1887, nry 15-20], J. Grzegorzewskiego [1883, nry 43-44], B. Gustawicza [1879, nry 140-147, 149, 150], M. Karłowicza [1895, nry 7-10], A. Niemojewskiego [1888, nry 32-39], E. Majewskiego [1888, nry 38-42], M. Turkawskiego [1881, nr 225], W. Eljasza [1883, nr 48] oraz S. Witkiewicza [1886, nry 46-48, 52]. Publikacje tych autorów wykorzystywali do swoich badań między innymi: W.A. Wójcik [2008; 2010], K. Pisera [2008], B. Chwaściński [1988], J. Kolbuszewski [1982]⁹, W. Sierzawski [2009; 2011],

⁸ Wystarczy prześledzić zawartość źródłowej bibliografii opracowań z zakresu historii turystyki tatrzańskiej. [Zob. m.in.: Pisera 2008; Wójcik 2008; Idem 2010; Sznapiak 2009; Chwaściński 1988; „Tatrami urzeczeni. Dawna turystyka w słowie i obrazie” 1979; Szaflarski 1972].

⁹ Warto tu wspomnieć, że J. Kolbuszewski dotarł również do pracy B. Rajchmana, „Wycieczka na Łomnicę odbyta pod wodzą prof. Chałubińskiego”, która ukazała się jako dodatek do „Wędrowca” w 1879 r. [zob.: Kolbuszewski 1982, s. 181]. Niestety autorce niniejszej rozprawy nie udało się odnaleźć tej pozycji.

A. Matuszyk [2010], H. Patkowska-Wyżanowicz [1960] oraz Z. Radwańska-Paryska i W.H. Paryski [2004].

Marginalne wykorzystanie „Wędrowca” do studiów nad historią turystyki tatrzańskiej może wynikać z faktu, że dotychczas czasopismo to nie doczekało się opracowania nie tylko w tak wąskim zakresie związanym z turystyką tatrzańską. Nieostrzeżona została jego rola również w szerszym kontekście, związanym z jego wpływem na rozwój polskiej turystyki i krajoznawstwa¹⁰. Biorąc pod uwagę dotychczasowe dość skromne opracowanie polskiego czasopiśmiennictwa turystycznego i krajoznawczego wychodzącego do I wojny światowej, fakt ten przestaje jednak dziwić¹¹.

Powyżej określony zakres badań wydawał się interesujący i nowatorski w kontekście dotychczasowej historiografii z zakresu dziejów turystyki tatrzańskiej.

Terminologia

Specyfika podjętych badań wymaga uściślenia wykładni terminologicznej stosowanej w niniejszym artykule, która stała się podstawą przeprowadzonej selekcji materiału źródłowego, analizy oraz wyprowadzonych wniosków. Ujęcie tematu wymaga zdefiniowania następujących pojęć: turystyka, krajoznawstwo oraz turystyka tatrzańska.

¹⁰ O zawartości „Wędrowca” powstały, według dotychczasowych ustaleń, praca magisterska oraz dwie prace doktorskie (niewydane drukiem), w których ujęta została m.in. tematyka związana z turystyką i krajoznawstwem. Opracowania te jednak zostały oparte na wybranym zakresie materiału zgromadzonym w czasopiśmie, ograniczonym tematycznie oraz czasowo [zob.: Goszczyńska 2004, [za:] „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Librorum” 2007, s. 97; Wypych 2010; Kamińska 2010]. Powstała również seria artykułów dotycząca zawartości „Wędrowca” w latach 1863-1883. [Zob.: Idem 2010, nr 2 (5); Idem 2011, nr 1 (6); Stocka 2007, t. 5]. Szerzej pisano o roli „Wędrowca” na niwie literatury, muzyki, sztuki i techniki. W pracach tych eksponowane były szczególnie lata 1884-1887, kiedy to czasopismo zostało przejęte i prowadzone było przez grupę pozytywistów. Ich dokonania były szczególnie istotne dla rozwoju wspomnianych dziedzin. Ten wycinek czasowy oraz tematyczny związany z pozytywistyczną literaturą i sztuką w kraju i na świecie doczekał się bogatego opracowania. Powstały liczne syntetyczne wzmianki o tym piśmie badaczy literatury i sztuki, szczegółowe artykuły oraz prace na temat osób związanych z „Wędrowcem” [zob. m.in.: Chmielowski 1898; Potocki 1911; Czachowski 1934; Kleiner 1960; Dobrowolski 1960; Detko 1980; Nofer-Ładyka 1985; *Słownik literatury polskiej XIX wieku* 2002; Markiewicz 2004; Jakubowski 1947; Idem 1951; Idem 1967; Porębska 1952, (r. III), nr 2-3; Kamińska 2009, z. 1 (23); Kmiecik 1984, t. XXIII, nr 4; Piasecki 1991, z. 30; Idem 1976; Tchórzewska 1992; Kosiński 1928; Szwejkowski 1932; Brzozowska 1971, t. IV; Olszaniecka 1971; Idem 1984; Tchórzewska-Kabata 1982]. Pojawiły się również prace o charakterze monograficznym. Wśród nich należy wymienić: „Malarstwo historyczne i realizm w kręgu „Wędrowca” A. Vetulaniego [1970], „Warszawska batalia o nową sztukę (Wędrowiec” 1884-1887)” M. Kabaty [1978], „Stanisław Witkiewicz w „Wędrowcu” Artura Gruszeckiego” Z. Piaseckiego [1992].

¹¹ Szerzej na temat opracowań z zakresu dziejów polskiej prasy turystyczno-krajoznawczej [zob. Cybula 2007, nr 18].

Zastosowane definicje turystyki i krajoznawstwa ściśle powiązane są z rozumieniem tych zjawisk prezentowanym w przedmiotowym czasopiśmie. Redakcja „Wędrowca” w 1890 r. w sposób następujący interpretowała zjawisko turystyki: „[...] w narodzie naszym tkwiło zamiłowanie do podróży w dalekie strony świata, a celem ich była rzadziej nauka, a częściej zadowolenie osobistej satysfakcji” [Ant. Sk 1890, s. 287]. Piętnaście lat później pojmowanie tego ruchu nie uległo zmianie. Rozumienie turystyki zamykało się w słowach: „Z kalejdoskopowych podróży, jakie robimy, to jest z włóczęgi po świecie to tu, to tam, gdzie poniesie nas przypadek w formie rady przyjaciela lub wskazówki Baedekera, z włóczęgi bez celu, nie dla zawodowych studyów, nie dla wejrzenia w życie obcych narodów i przyswojenia sobie tego, co najciekawsze w ich umysłowych zdobyczy, lecz po prostu, aby zobaczyć coś odmiennego, prześlizgnąć się po powierzchni kulturalnego postępu zagranicą, otrzeć się o blichtr nowoczesności” [...] [Col 1905, s. 722]. Biorąc za wskazówkę wytyczone we wskazanych powyżej przykładach rozumienie zjawiska, które już wówczas, na progu nowoczesnego i masowego uprawiania turystyki, ujmowało w swoim zakresie najważniejsze jego aspekty do dziś aktualne, definicję tę doprecyzowano wykładnią zaczerpniętą z encyklopedii „Larousse, du XIX^e siècle, dictionnaire encyclopédique Universal en 6 volumes”. Zgodnie z nią turystyka to „[...] zespół zasad regulujących podróże dla przyjemności” [Larousse, du XIX^e siècle, dictionnaire encyclopédique Universal en 6 volumes (1927-1933), [za:] Warszńska, Jackowski 1978, s. 21]¹².

Drugim zjawiskiem, które ściśle koegzystowało z samą turystyką, które ją dopełniało, uzupełniało i nadawało nowych wartości, było krajoznawstwo. Ruch ten – zgodnie z ówczesnie panującym przekonaniem – wynikał z potrzeby poznania ziem własnych: „Nasz kraj pod względem geograficznym bardzo mało jest poznanym, a lepsze zbadanie całego kraju [...] byłoby bardzo pożyteczną rzeczą” [M. W. 1882, s. 54.]. W myśl tak pojętej potrzeby zasadne było przyjęcie definicji, którą sformułował autor „Słownika języka polskiego” wydanego w 1902 r. Zgodnie z nią krajoznawstwo to „[...] zbiór wszelkich (nie tylko geograficznych) wiadomości o danym kraju” [za: Patkowski 1939, s. 2]¹³.

Specyficzna sytuacja polityczna kraju po rozbiorach – utrata państwowości oraz walka z zaborcami o tożsamość narodową – dyktowała odmienny, niż w pozostałych państwach europejskich, model uprawianej turystyki i kra-

¹² Z. Kulczycki tak uzasadniał potrzebę stworzenia odpowiedniej nomenklatury dla nowego zjawiska: „Coraz częściej ludzie udawali się w podróż bez jakiegoś konkretnego celu zawodowego, powodując się chęcią naśladowania innych. Odbywano podróże celem zaspokojenia ciekawości. [...] Powstała konieczność użycia dla tej formy podróżowania nowego określenia, które rozróżniłoby ją od podróży związanych w jakiś sposób z wykonywaniem zawodu” [Kulczycki 1977, s. 20].

¹³ Definicja ta pochodzi ze „Słownika języka polskiego” (wyd. 1902). Jest to jedna z pierwszych definicji słownikowych krajoznawstwa. O kształtowaniu się pojęcia krajoznawstwo na przełomie XIX i XX w. [zob. szerzej: Jędrzejczyk 2013, s. 23 i n.].

joznawstwa. Na ziemiach polskich ruch turystyczno-krajoznawczy miał charakter polityczno-kulturalny. U jego podstaw leżało przesłanie ideowe, dotyczące budzenia świadomości narodowej Polaków, poznawania własnego kraju oraz pielęgnowania narodowych pamiątek [zob. m.in.: Łobożewicz 1997, s. 25; Płoskonka 2006, s. 78 i n.]. Znaczenie turystyki i krajoznawstwa w drugiej połowie XIX w. i na początku XX w. było powiązane z pozytywnym rozumieniem patriotyzmu. Sprowadzało się ono do przekonania, że poznanie własnego kraju dla prawdziwego Polaka-patrioty powinno stać się kwestią priorytetową i konieczną.

Wskazane powyżej argumenty spowodowały, że zjawiska turystyki i krajoznawstwa traktowane są w niniejszej pracy łącznie¹⁴. Wyraźnie różnicowanie tych terminów stało się niekonieczne, a wręcz stosowanie rozróżnień w tym przypadku byłoby sztuczne i nieuzasadnione¹⁵.

Obok powyższych definicji wyjaśnienia wymaga również termin turystyka tatrzańska. Łączy on w sobie ruch turystyczny oraz krajoznawczy, a przymiotnik „tatrzańska” wynikał z terenu, na którym zjawiska te były uprawiane.

Wyniki badań

Warszawski tygodnik ilustrowany „Wędrowiec” przez 44 lata z różnym natężeniem podejmował ten temat. Niemniej jednak publikacje zamieszczone na jego łamach pozwoliły odtworzyć kompletny obraz warunków i problemów związanych z rozwojem ruchu turystycznego pod Giewontem.

W okresie od 1863 r. do 1873 r. temat turystyki tatrzańskiej przez redakcję czasopisma był w zasadzie podejmowany sporadycznie. Pojawiły się wówczas trzy wzmianki. Pierwsza z nich, pochodząca z 1863 r., dotyczyła degradacji fauny tatrzańskiej [*Kozioł skalny* 1863, s. 79]. Dwie pozostałe, publikowane w 1870 r. i w 1872 r., odnosiły się do informacji na temat wznowień przewodnika M. Steczkowskiej [„Wędrowiec” 1872, nr 117, s. 204] oraz

¹⁴ O konieczności łączenia tych dwóch pojęć, w kontekście rozpatrywanego tematu, przemawiają również analizy zjawisk turystyki i krajoznawstwa przeprowadzone przez W. Gaworeckiego oraz Z. Kruczka, A. Kurka i M. Nowackiego. Dla pierwszego z nich „[...] turystyka jest drogą do krajoznawstwa” [Gaworecki 2003, s. 26]. Autorzy pracy „Krajoznawstwo. Zarys teorii i metodyki” natomiast uważają, że „[...] złożone cele krajoznawstwa mogą być osiągalne poprzez turystykę” [Kruczek, Kurek, Nowacki 2006, s. 25].

¹⁵ Informacje z zakresu turystyki tatrzańskiej, jakkolwiek przecież powiązane z krajoznawstwem (bo realizujące nadrzędny cel tego zjawiska, związany z poznawaniem ziem własnych), to z perspektywy czasopisma powstającego w zaborze rosyjskim, często były opisywane w rubryce „zagranica”, a to ujęcie mogło konotować głównie powiązania z ruchem turystycznym. Umiejscowienie tej tematyki wynikało ze względów czysto formalnych, które narzucała ówczesna sytuacja polityczna. Jej treść wykraczała poza sztucznie narzuconą „szufladkę”. Stąd też wynika synonimiczny charakter pojęć turystyki i krajoznawstwa w przedmiotowej pracy.

publikacji przewodnika W. Eljasza-Radzikowskiego [„Wędrowiec” 1870, nr 17, s. 271]. Zainteresowanie tym ruchem nastąpiło dopiero na początku drugiej dekady istnienia „Wędrowca”, co związane było z utworzeniem Towarzystwa Tatrzańskiego.

Działalność pierwszej organizacji turystycznej utworzonej w Galicji spotkała się z dużym zainteresowaniem redakcji tygodnika. W chwili powołania do życia Towarzystwa Tatrzańskiego, redaktorem „Wędrowca” był Filip Sulimierski. Był on świadomy znaczenia powstania tej organizacji. Wyrazem tego była współpraca, jaką nawiązał z zarządem organizacji oraz bogaty materiał informacyjny dotyczący jej działalności, publikowany w czasopiśmie.

Już 8 stycznia 1874 r. na łamach „Wędrowca” zamieszczona została następująca informacja: „W Galicji zawiązuje się «Stowarzyszenie karpackie» dla badania natury Karpat, Tatr i ułatwiania wycieczek w te góry” [„Wędrowiec” 1874, nr 210, s. 31]. Przez pierwsze lata istnienia Towarzystwa Tatrzańskiego redakcja tygodnika śledziła jego działania. Systematycznie zamieszczała szczegółowe informacje dotyczące rozwoju organizacji oraz postępów prac czynionych przez nią w wytyczonym zakresie. Dostęp do nich redakcja zapewniła sobie dzięki współpracy, którą F. Sulimierski nawiązał z zarządem Towarzystwa Tatrzańskiego. W dniu 18 listopada 1877 r. wystosował on do ówczesnego sekretarza Towarzystwa Tatrzańskiego Leopolda Świerza pismo z prośbą o uznanie „Wędrowca” za organ prasowy organizacji. W liście tym pisał: „Jeśli Towarzystwo Tatrzańskie zgodzić się raczy, to moje pismo, obok innych celów jakie sobie wytknęło, zaznajamiania ogółu polskiego z obcemi krajami, mogłoby być także organem tego towarzystwa. Proszę uprzejmie wziąć propozycję moją pod uwagę” [Zbiory Archiwum Muzeum Tatrzańskiego (dalej: MT-ZA), Akta Towarzystwa Tatrzańskiego, syg. AR/NO/186, k. 225].

Nie udało się odnaleźć odpowiedzi, jaką uzyskał F. Sulimierski od zarządu organizacji na przedmiotowe pismo. Z informacji zamieszczanych w „Wędrowcu” można jednak wnioskować, iż musiała być pozytywna. Z końcem listopada 1877 r. pisano w tygodniku warszawskim: „[...] wydział tstwa tatrzańskiego w Krakowie, na posiedzeniu swem z d. 19 listopada r. b. upoważnił pismo nasze do podawania wiadomości z posiedzeń wydziału tudzież walnego zgromadzenia” [„Wędrowiec” 1877, nr 48, s. 351]. W czerwcu 1878 r. ponownie potwierdzona została wcześniejsza informacja o umocowaniu redakcji „Wędrowca” do występowania „[...] jako organ Towarzystwa [...]” [Wycieczka na Rokitę 1878, s. 409]¹⁶. Wyrazem takiego umocowania były także liczne relacje z posiedzeń towarzystwa faktycznie zamieszczane re-

¹⁶ Pierwszym organem prasowym Towarzystwa Tatrzańskiego były „Zdrojowiska”. Od 1876 r. rolę tę przejął „Pamiętnik Towarzystwa Tatrzańskiego”. [Zob. szerzej: Wójcik 1980, s. 199 i n.; Idem 2008, s. 181 i n.; Kolbuszewski 1977, s. 5; Ostrowska 1973, s. 333; Pagaczewski 1972, s. 247].

gularnie na łamach „Wędrowca”. Pojawiały się one w okresie piastowania urzędu redakcyjnego przez F. Sulimierskiego, tj. do listopada 1882 r. Po tym okresie zaprzestano ich publikowania¹⁷.

Przez około 10 lat systematycznie w sposób skrótowy redakcja relacjonowała decyzje podejmowane na posiedzeniach odbywanych przez Towarzystwo Tatrzańskie. Były to krótkie, rzeczowe sprawozdania zamieszczone w rubryce „Zagranica”¹⁸. Zarząd organizacji, upoważniając redakcję „Wędrowca” „[...] do podawania wiadomości z posiedzeń wydziału tudzież walnego zgromadzenia [...]” [„Wędrowiec” 1877, nr 48, s. 351], gwarantował sobie tym samym reklamę swych działań wśród mieszkańców zaboru rosyjskiego. Jak wiadomo, udział turystów z Królestwa Polskiego w ogólnej liczbie przybywających pod Tatry był znaczący. W latach 1898-1900 utrzymywał się średnio na poziomie powyżej 34% ogólnej liczby przybywających

¹⁷ W literaturze przedmiotu niezauważona została rola związana z popularyzowaniem działań galicyjskiej organizacji na terenie zaboru rosyjskiego, jaką wzięła na siebie warszawski „Wędrowiec”. Nie odnotowany został również fakt, że obok „Zdrojowisk” i „Pamiętnika Towarzystwa Tatrzańskiego”, równoległe z tym drugim, organem prasowym Towarzystwa Tatrzańskiego miał ambicję być również „Wędrowiec” – choć funkcja ta była marginalna w kontekście innych postawionych przed sobą zadań. Poza tym charakter czasopisma jako organu prasowego organizacji ograniczony był do formuły relacjonującej i sprawozdawczej. Wydaje się również, że zaangażowanie we współpracę było jednostronne. Inicjatywę podjął F. Sulimierski. Jako redaktor „Wędrowca”, zwrócił się do zarządu o możliwość zamieszczania wiadomości o sprawach Towarzystwa Tatrzańskiego na łamach swojego pisma. Jak wydaje się, forma tej współpracy nie została określona w wyniku ustaleń obu stron, nie została również formalnie usankcjonowana w drodze podejmowanych na posiedzeniach organizacji decyzji – nie zostały odnalezione żadne dokumenty świadczące o formalizacji tej współpracy. Najprawdopodobniej ograniczyła się ona jedynie do dopuszczenia przez zarząd organizacji do biernego udziału redaktora lub pracownika redakcji przedmiotowego czasopisma w jej zebraniach lub do udostępnienia dokumentacji z tych posiedzeń. Towarzystwo Tatrzańskie nie wykazywało zaangażowania we współpracę oraz nie przywiązywało do niej większej wagi. Owszem L. Świerż w sprawozdaniu z czynności Towarzystwa Tatrzańskiego za lata 1873-1876, publikowanym w 1876 r. w „Pamiętniku Towarzystwa Tatrzańskiego”, złożył podziękowania redakcjom piętnastu polskich czasopism za wspieranie celów towarzystwa, w tym również redakcji tygodnika warszawskiego „Wędrowiec”. Wyraził je w słowach: „Również i dziennikarstwo, wywierające obecnie tak potężny wpływ na opinię publiczną, wspierało rzetelnie cele Towarzystwa, a mianowicie (o ile sprawozdawcy wiadomo): Czas, Gazeta Narodowa, Dziennik Polski, Gazeta Lwowska (dawniej Ojczyzna), Ruch Literacki, Tydzień, Zdrojowiska, Dziennik Poznański, Wiek, Tygodnik Ilustrowany, Kłosa, Biblioteka Warszawska, Kuryer Warszawski, Gwiazdka Cieszyńska, Wędrowiec [...]”. Na tem miejscu poczuwa się Wydział do miłego obowiązku złożenia wszystkim tym P. T. Panom jak najszczerzego podziękowania” [Świerż 1876, s. 29]. Była to jednak jedyna, jak dotychczas, znana adnotacja, nawiązująca do podjętej współpracy – przy czym jej ogólnikowy charakter nie uwzględniał nawet informacji o tym, że „Wędrowiec” był organem Towarzystwa Tatrzańskiego.

¹⁸ Sprawozdania z prac prowadzonych przez stowarzyszenie, zamieszczone w „Wędrowcu”, nie były kompletne i wyczerpujące. Temat ten był poboczny w kontekście szerokiego wachlarza problematyki podejmowanej przez redakcję. Już pobieżna analiza porównawcza dokumentacji zamieszczonej na łamach „Pamiętnika Towarzystwa Tatrzańskiego” oraz informacji podawanych w „Wędrowcu”, związanych z działalnością Towarzystwa Tatrzańskiego, pozwoliła na powyższy wniosek.

tam turystów i kuracjuszy [Homola 1991, s. 181]¹⁹. Tym sposobem redakcja popierała i wspierała rozwój turystyki tatrzańskiej, a szerzej rzecz ujmując – rozwój turystyki społeczeństwa polskiego ponad podziałami wynikającymi z ustanowionych przez zaborców granic.

F. Sulimierski dodatkowo nawiązał współpracę z osobami związanymi z Towarzystwem Tatrzańskim, wśród których znaleźli się: Bronisław Gustawicz, Jan Grzegorzewski i Marcei Antoni Turkawski. Współpraca ta zaowocowała publikacjami tych autorów zamieszczonymi w „Wędrowcu” [Gustawicz 1879, nr 140-147, 149-150; Idem 1881, nr 217; Idem 1881, nr 260; Idem 1881, nr 218; Idem 1881, nr 234; Grzegorzewski 1883, nr 43-44; Turkawski 1880, nr 163; Idem 1879, nr 121; Idem 1881, nr 225; Idem 1879, nr 129]. W latach późniejszych do współpracy zwerbowano również inne znamienite osób, które zechciały użyczyć piśmiu swojego talentu literackiego oraz podzielić się z czytelnikami czasopisma swoją wiedzą i doświadczeniem. Obok wspomnianych wcześniej osób, byli to m.in.: Walery Eljasz-Radzikowski, Mieczysław Karłowicz, Erazm Majewski (pseud. A. Lubieniec), Andrzej Niemojewski (pseud. Niemierza), Zygmunt Noskowski, Adam Pług, Wojciech Szukiewicz oraz Ferdynand Hoesick (pseud. Taternik). Niektóre z nich aktywnie uczestniczyły w pracach Towarzystwa Tatrzańskiego.

Po złożeniu przez F. Sulimierskiego redakcji i wydawnictwa czasopisma, zainteresowanie tematem tatrzańskim nieco osłabło. Sytuacja ta utrzymywała się przez lata od 1884 r. do 1886 r. włącznie. W 1884 r. zaprzestano drukowania sprawozdań z posiedzeń Towarzystwa Tatrzańskiego. Ta forma współpracy z organizacją nie została odnowiona przez późniejszych redaktorów i wydawców pisma. Z ważniejszych wydarzeń literackich związanych z turystyką tatrzańską prezentowanych w „Wędrowcu”, było zamieszczenie w 1886 r. obszernej relacji z wycieczki w Tatry autorstwa S. Witkiewicza [W. 1886, nr 46-48, 52].

Temat turystyki tatrzańskiej powrócił ponownie na karty warszawskiego tygodnika w latach 1887-1905. Liczba wypowiedzi prasowych publikowanych w poszczególnych latach tego okresu była zmienna. Najczęściej wątek ten był prezentowany w 1889 r. Opublikowano wówczas 17 wypowiedzi prasowych. Zdarzały się jednak lata, kiedy ich liczba wynosiła zaledwie dwa. Intensyfikacja tematyki tatrzańskiej nastąpiła w pierwszych latach XX w. W ostatnim jednak roku ukazywania się „Wędrowca”, z przyczyn związanych zapewne z niestabilną sytuacją polityczną oraz przejściem „Wędrowca” przez redakcję „Tygodnika Ilustrowanego”, ten temat pominięto niemal całkowicie. Przedstawiona została jedynie reprodukcja obrazu W. Szymanowskiego *Pogawędka górali* [„Wędrowiec” 1906, s. 141].

¹⁹ Była to druga pod względem liczebności grupa odwiedzająca Zakopane. Najliczniejszą grupę w latach 1898-1900 stanowili mieszkańcy zaboru austriackiego – ich udział w ogólnej liczbie przybywających pod Tatry wynosił 51% ogólnej liczby przybywających tam turystów kuracjuszy [Zob.: Homola 1991, s. 181].

Przedstawiona poniżej tabela prezentuje liczbę wypowiedzi prasowych związanych z tematem turystyki tatrzańskiej, zamieszczonych na łamach „Wędrowca” w poszczególnych latach jego ukazywania się. Należy zaznaczyć, iż obszernie teksty, które drukowano w odcinkach na przestrzeni kilku numerów czasopisma, liczono jako pojedynczą wypowiedź prasową w obrębie poszczególnych numerów tygodnika (tzn. jeden artykuł, który drukowano w odcinkach, np. w trzech kolejnych numerach „Wędrowca”, potraktowano jako trzy wypowiedzi prasowe). Prezentowana statystyka obejmuje każdą

Tabela 1. Liczba wypowiedzi prasowych prezentowanych w „Wędrowcu” związanych z popularyzacją turystyki tatrzańskiej

Table 1. Number of press statements presented in Wędrowiec related to the popularization of tourism in the Tatra mountains

Lp.	Roczniki „Wędrowca”	Liczba artykułów	Lp.	Roczniki „Wędrowca”	Liczba artykułów
1	1863	1	23	1885	2
2	1864	–	24	1886	4
3	1865	–	25	1887	12
4	1866	–	26	1888	11
5	1867	–	27	1889	17
6	1868	–	28	1890	6
7	1869	–	29	1891	4
8	1870	1	30	1892	2
9	1871	–	31	1893	6
10	1872	1	32	1894	5
11	1873	–	33	1895	9
12	1874	7	34	1896	4
13	1875	5	35	1897	3
14	1876	8	36	1898	11
15	1877	9	37	1899	5
16	1878	11	38	1900	5
17	1879	18	39	1901	11
18	1880	15	40	1902	9
19	1881	12	41	1903	12
20	1882	12	42	1904	12
21	1883	15	43	1905	9
22	1884	1	44	1906	1
SUMA		266			

Źródło/Source: Opracowanie własne/Own elaboration.

wypowiedź, nie tylko związaną bezpośrednio z zakresem tematycznym niniejszego artykułu (opisy i relacje z odbywanych podróży, artykuły dotyczące działalności Towarzystwa Tatrzańskiego), ale także te, które w pośredni sposób wpłynąć mogły na popularyzację turystyki tatrzańskiej oraz poziom wiedzy na temat Tatr i ich mieszkańców wśród odbiorców czasopisma. Ujęte tu zostały w związku z tym również artykuły, dla których rozwijający się ruch turystyczny pod Tatrami stanowił jedynie odniesienie porównawcze dla prezentowanego tematu, recenzje i wzmianki prasowe dotyczące najnowszych publikacji związanych z Tatrami (także publikacje naukowe oraz odczyty i referaty), wszelkiego rodzaju informacje dotyczące dzieł sztuki (teatr, malarstwo, muzyka, rzeźba, beletrystyka), które tematycznie związane były z opisywanym terenem lub jego mieszkańcami.

Na łamach tygodnika przedstawiano szeroki wachlarz problemów związanych z turystyką tatrzańską. Zebrany materiał pozwala uchwycić przemiany i rozwój jakie dokonywały się w możliwościach transportowych, infrastrukturze turystycznej oraz świadomości turystów i osób świadczących usługi związane z szeroko rozumianą turystyką.

Początkowo uciążliwa i długa podróż z Krakowa²⁰ do Zakopanego stanowiła poważne wyzwanie dla odważnego turysty: „Było to w roku 1867. Dnia 9 lipca (we wtorek) rano, o godzinie 6, wyjechaliśmy wózkiem góralskim, [...] i podążaliśmy w „Tatry” [...]. W skutek ulewnych deszczów i wezbranych potoków górskich stanęliśmy dopiero we czwartek wieczorem 11 lipca w Zakopanem [...]” [Gustawicz 1879, s. 151]. Stopniowo, w miarę upływu lat i pojawiających się nowych możliwości technicznych wyprawa ta, początkowo dosyć ekstremalna, przekształcała się w komfortową wycieczkę pełną uroku i niezwykłych doznań krajoznawczych: „[...] należy poświęcić około półtora guldena dopłaty na bilecie kolejowym z Krakowa do Chabówki. Za tę nadwyżkę ma się prawo jechać w ostatnim wagonie klasy I-ej, całkowicie oszklonym, na wzór wagonów turystycznych szwajcarskich i włoskich. Nie ma w nim szablowych ławek, tylko ruchome fotele, które dowolnie się ustawia i ma się przed sobą i z boków całą okolicę [...] jak na dłoni [...] nikt nie pożałuje wydatku na zajęcie miejsca w owym wagonie oszklonym” [Gustawicz 1879, s. 151]²¹. Z końcem XIX wieku linia kolejowa sięgnęła w końcu

²⁰ Kraków był miejscowością, z której rozpoczynano wyjazdy pod Tatry: „Otóż ledwie maj zazieleni podkarpackie doliny, już toczą się góralskie bryczki w kierunku od Krakowa ku biejącym szczytom tatrzańskim” [Zakopane 1883, s. 163].

²¹ Komfort podróży to nie tylko liczba kilometrów pokonana w jak najszybszym czasie, w miarę wygodny pojazd, ale również towarzystwo, z którym dzielono przedział podczas podróży pociągiem. Redakcja „Wędrowca” starała się na bieżąco informować swoich czytelników o światowych nowinkach. Tym razem donosiła o niezawodnym lekarstwie na uciążliwych współtowarzyszy podróży. Śledząc doniesienia amerykańskiego dziennika „Saint-Louis Messenger”, natrafiono na poradnik „Dla podróżujących kolejami!”. W publikacji tej pojawiła się informacja o pożytecznym wynalazku: „[...] automatach, sztucznych dzieciach, bardzo przydatnych do wypłaszania pasażerów z wagonów kolei. Automaty te w różnych cenach i wielkościach, od 2-cho do 10-ciu dolarów i od małego kieszonkowego formatu, aż do

i do samego Zakopanego. Dla jednych szczyt marzeń został osiągnięty, dla malkontentów znalazł się kolejny powód do narzekania: [dworzec zakopiański – przyp. IC] „[...] maleńki i ciasny [...] mało odpowiada rozmiarami i urządzeniem swemu celowi [Szukiewicz 1904, s. 7].

Na przestrzeni 44 lat ukazywania się czasopisma odnotowano niesamowitą przemianę samego Zakopanego – „Mekki Polaków”, do której jako punktu wypadowego w góry oraz jednego z najlepszych uzdrowisk krajowych ściągały grupy turystów i kuracjuszy ze wszystkich zaborów. Początki były trudne, a warunki zastane surowe, a wręcz spartańskie: „[...] przykra rzeczywistość stawała [...] w całej nagości. Chata góralska zastosowana do skromnych potrzeb Podhalańszczyzny nie miała nawet kuchenki a góralka nie umiała nawet zgotować mięsa, o które zresztą trudno było w górach. Sklepu nie było żadnego na kilkadziesiąt kilometrów [...]” [*Towarzystwo Tatrzańskie* 1885, s. 500]. Zagraniczny turysta, antropolog Gustaw Le Bon, który trafił do Zakopanego w 1879 r., był niemal przerażony tym, co zastał: „Dzień się miał już ku schyłkowi, gdy dojechaliśmy do drogowskazu, na którym wypisane było wielkimi literami: «Zakopane». Nareszcie wstępowałem na ziemię obiecaną, pochwyliłem też natychmiast dwuoczną lornetkę, by dojrzeć wieś. Pomimo wszelkich usiłowań, nie zdołałem stwierdzić najmniejszego śladu ludzkich mieszkań, lub mieszkańców. [...] Zadawałem sobie pytanie, czy przypadkiem krajowcy nie żyją w norach, z których w dzień tylko wychodzą, albo w jaskiniach wśród lasów, i czy za jedyną na noc całą ochronę mam mieć ten słup przydrożny? [...] dopatrzyłem wreszcie w oddali rozrzucone bezładnie chaty w gromadkach po kilka razem [...] Nigdzie żadnego śladu ulic, oprócz drożyny, którą podążał nasz wózek” [Le Bon 1887, nr 15, s. 180]. Ale już kilkanaście lat później uboga wieś stopniowo przekształcała się w „polskie Davos”. W 1898 r. pisano „[...] miejscowość się upiększała, przybywały różne udogodnienia, ba! Nawet ów upragniony przez wygodnisiów komfort uzdrowisk zagranicznych, dawał się tu i owdzie w nowych willach zakopiańskich spotykać” [Werytus 1898, nr 33, s. 647].

Czytelników „Wędrowca”, których redakcja tygodnika zachęcała do wycieczek w Tatry, oddawano pod kuratelę wytrawnych przewodników tatrzańskich. Ich sylwetki prezentowane były przez autorów publikujących w czasopiśmie swoje wspomnienia z odbywanych wycieczek. Oni to przestrzegali przed brawurą górskich wycieczek odbywanych bez przewodnika: „Z doświadczonego górala można na znacznie trudniejszych miejscach czuć się zupełnie bezpiecznym, – gdy przeciwnie samemu, w najłatwiejszych pozornie miejscowościach można się dostać w pułapkę [...]. Jeśli się idzie z przewodnikiem, to w najtrudniejszych nawet przejściach wystarcza ściśle trzymanie się rad i przestróg jego, oraz wstępowanie w jego ślady” [Niemierza 1887, nr 39, s. 469].

naturalnych rozmiarów stosownie do ceny płaczą po cichu, jęczą, krzyczą, piszczą i wrzeszczą w sposób mogący najcierpliwszego i najmniej nerwowego człowieka zmusić do ucieczki” [*Dla podróżujących kolejami!* 1888, s. 431].

Wycieczki w Tatry, szczególnie te kilkudniowe, wymagały zabezpieczenia miejsca na nocleg. Do połowy XIX w. warunki noclegowe w górach były bardzo skromne. Nierzadko amatorzy górskich wycieczek zmuszeni byli spać pod gwiazdami przy ognisku na łożu z kamienia: „Przebywanie w górach z powodu braku schronisk było wielce utrudnionem. W czasie pogody mógł wytrwały turysta odbyć nocleg pod gołym niebem, przy stosie zapalonego drzewa, lecz podczas ulewy, gdy nie można było wrócić do domu, trzeba było przepędzić noc «pod smerekiem» śród burzy i deszczu...” [*Towarzystwo Tatrzańskie* 1885, nr 42, s. 500]. Ale i tu z biegiem lat następowała wyraźna poprawa, a dzikość tatrzańskich krajobrazów stopniowo była „oswajana” – zabudowywana coraz liczniejymi obiektami typu: altany, schroniska oraz koleby. Turysta i w górach mógł znaleźć „[...] dach, ciepły pod nim kąt, spoczynek na pościeli i opiekę gospodarza schroniska [...]” [Werytus 1898, nr 38, s. 746].

„Wędrowiec” dla swoich czytelników był prawdziwym vademecum zawierającym informacje dotyczące terenu, sposobu przygotowania się do wycieczki oraz wskazówek związanych z bezpieczeństwem na szlakach tatrzańskich. Zawierał porady organizacyjno-metodyczne dla wybierających się w Tatry oraz publikował informacje na temat najnowszej literatury przydatnej dla turysty tatrzańskiego [Zob. m.in.: *Le Bon* 1887, nr 19, s. 228; *Niemierza* 1887, nr 39, s. 469; *Niemojewski* 1889, nr 18, s. 205; *Lubieniec* 1888, nr 32, s. 374; *Karłowicz* 1895, nr 8, s. 147; *Werytus* 1898, nr 39, s. 766; *Wielu turystów* 1896, nr 28, s. 28; *Hoff* 1889, nr 10, s. 109; *Szukiewicz* 1894, nr 10, s. 196; *Gustawicz* 1881, s. 124; *Chmielowski* 1905, nr 36, s. 676].

Całość zagadnień związanych z turystyką tatrzańską poruszanych w tygodniku warszawskim dopełniały problemy związane z ochroną tatrzańskiego dziedzictwa naturalnego oraz kulturowego. Pisano o konieczności ochrony fauny i flory tatrzańskiej, która pod wpływem różnych czynników ulegała drastycznej degradacji i niszczeniu [Zob. m.in.: *Kozioł skalny* 1863, s. 79; „Wędrowiec” 1874, nr 225, s. 271; *F. S.* 1878, nr 53, s. 12; *Wiek.* 1874, nr 259, s. 399; *G. P.* 1874, nr 230, s. 351; *H. M.* 1899, nr 44 s. 871; *Gustawicz* 1881, s. 387; *W.* 1886, nr 48, s. 559; *Werytus* 1898, nr 35, s. 686]. Z niepokojem obserwowano zmiany dokonujące się w społeczności góralskiej: „[...] lud podtatrzański mocno się pod wpływem tysięcznych gości zmienia” [*Niemierza* 1887, nr 41, s. 486]. Z goryczą zauważano, że „[...] w zetknięciu z tak zwaną oświeconą klasą, każdy lud, obywający się bez dobrodziejstw cywilizacji, więcej traci niż zyskuje” [*Niemierza* 1887, nr 41, s. 487]. Dyskutowano również nad kwestią regulacji nazewnictwa tatrzańskiego [Zob. m.in.: *Gustawicz* 1881, s. 389; *Le Bon* 1887, nr 17, s. 197; *Karłowicz* 1895, nr 9, s. 168; (...i) 1901, nr 16, s. 308; *Lange* 1904, nr 41, s. 291; „Wędrowiec” 1881, nr 248, s. 206]. Z ogromnym napięciem i emocjami śledzono również wydarzenia związane z toczącym się sporem o Morskie Oko [Zob.: *Werytus* 1898, nr 37, s. 728; *Spór o granice w Tatrach* 1883, nr 47, s. 750; *Taternik*

1891, nr 26, s. 363; *O Morskie Oko* 1898, nr 28, s. 553; *Spór o Morskie Oko* 1898, nr 46, s. 913; Nicki 1890, nr 4, s. 38; I. K. 1902, nr 37, s. 724; *Granica przy Morskim Oku* 1903, nr 35, s. 696]²² i powiązaną z nim licytacją dóbr zakopiańskich [Zob.: *Zakopane* 1888, nr 8, s. 95; Wł. K. Z. 1889, nr 22, s. 256; *Spór o Morskie Oko* 1894, nr 46, s. 915; Werytus 1898, nr 37, s. 727]. Materiał prasowy zgromadzony w warszawskim tygodniku „Wędrowiec” potwierdza tezę, że ów konflikt koncentrował zainteresowanie polskiej opinii publicznej również poza zaborem austriackim. Ponadto dotychczas nie był wykorzystywany przez badaczy zajmujących się historią polityczną.

Podsumowanie

Powyższe uwagi pozwalają traktować warszawski tygodnik „Wędrowiec” jako zaangażowanego i wartościowego „świadka” rodzącego i rozwijającego się ruchu turystycznego pod Tatrami oraz ukazują wieloaspektowe podejście redakcji do przedmiotowego zagadnienia. Obok wspomnianych sprawozdań z czynności Towarzystwa Tatrzańskiego, redakcja dopełniała informacje o szeroko rozumianej turystyce tatrzańskiej innymi publikacjami. Wśród nich pojawiły się materiały bibliograficzne piśmiennictwa tatrzańskiego, recenzje publikacji pojawiających się na rynku wydawniczym związanych z tematyką tatrzańską, opisy wrażeń z tatrzańskich wycieczek różnych autorów – również tych związanych z działalnością organizacji – oraz inne materiały dotyczące tej tematyki²³.

Warto tu zwrócić uwagę również na bogaty materiał ikonograficzny dopełniający treści przekazywane w publikowanych artykułach [Zob. m.in.: *Tatry* 1883, nr 26, s. 409; *Widok z Pośredniej Grani* 1905, nr 36, s. 676; *Chaty w Zakopanem* 1887, nr 15, s. 179; *Droga do Zakopanego* 1883, nr 11, s. 165; *Widok Giewontu od Zakopanego* 1889, nr 22, s. 255; *Jaszczurówka pod Zakopanem* 1898, nr 34, s. 665; *Zakład D-ra Chramca w Zakopanem* 1894, nr 20, s. 394; *Fronton zakładu wodoleczniczego dr. Chramca od ulicy Chramcowej* 1898, nr 36, s. 705; *Salon zabaw w zakładzie dr. Chramca* 1898,

²² Strona polska zabiegała o utrzymanie granicy biegnącej z Rysów Granią Żabiego do Rybiego Potoku i nim około 700 m do jego połączenia z Białą wodą. Strona węgierska domagała się wytyczenia granicy biegnącej z Rysów na północny-zachód, przez Czarny Staw i Morskie Oko, dalej do spływu Rybiego Potoku z Białą wodą. Początki konfliktu granicznego sięgają XVI w. Jego finał natomiast miał miejsce 11 listopada 1902 r. w Grazu, gdzie na mocy wyroku, wydanego przez międzynarodowy sąd rozjemczy, powołany w 1901 r. przez rządy austriacki i węgierski, sporne tereny pozostały własnością Galicji. [Zob. m.in.: *Wyrok Sądu Rozjemczego w Grazu* 1903, t. XXIV, s. 88; Balzer 1906, s. 254 i n.; Radwańska-Paryska, Paryski 2004, s. 769; Krygowski 1988, s. 68 i n.; Nowak 1992, s. 25 i n.; Roszkowski 1993, s. 25 i n.; Idem 2011, s. 69 i n.; Polakiewicz 1993, s. 89 i n.; Bosacki 2002, s. 51 i n.; Kolbuszewski 1993, s. 18 i n.; Ciara 2009, s. 26 i n.; Stawicka 2001, s. 58 i n.; Grzegorzewski 2011, s. 2].

²³ Wyrazem tego jest cały materiał źródłowy, publikowany w „Wędrowcu”, wykorzystany do opracowania niniejszego artykułu.

nr 36, s. 707; *Dworzec Towarzystwa Tatrzańskiego* 1889, nr 22, s. 255; *Typy górali przewodników* 1898, nr 38, s. 747; *Karta legitymacyjna przewodnika* (Projekt W. Eljasza) 1902, nr 37, s. 722; *Wjazd do Rostoki* (rys. S. Witkiewicza) 1880, nr 1, s. 7; *W drodze do Morskiego Oka* (rys. S. Witkiewicz) 1886, nr 47, s. 551; *Klimek Bachleda, przewodnik tatrzański* 1905, nr 35, s. 657; *Kozice w górach* 1905, nr 36, s. 676; *W górach* 1884, nr 5, s. 55; *Dom w stylu zakopiańskim* 1903, nr 26, s. 514; *Mapa Tatr wykazująca terytorium sporne* 1891, nr 26, s. 363]. Ilustracje wykorzystane przez redakcję czasopisma służyły wizualizacji podejmowanych tematów związanych z turystyką tatrzańską. Ich obecność w warszawskim tygodniku wynikała z narzuconej formuły czasopisma – „Wędrowiec” był pismem ilustrowanym. Dodatkowo przyczyniły się do lepszej i pogłębionej percepcji prezentowanej tematyki, pełniły funkcję objaśniającą i dopełniającą publikowane teksty.

Swoją rolę w krzewieniu zainteresowania tatrzańskim ruchem turystycznym oraz wiedzy na temat regionu i jego mieszkańców redakcja „Wędrowca” rozumiała nie tylko jako obserwatora opisywanego zjawiska. Często podejmowała działania, których celem było kreowanie nowych możliwości, mających wpływ na rozwój turystyki tatrzańskiej. Sztandarowe projekty, których była gorącym orędownikiem, a wręcz wskazywała na różne możliwości ich realizacji, wiązały się z utworzeniem organizacji krajoznawczej [Zob. m.in.: Szolc-Rogozieński 1881, nr 234, s. 386; *Literatura geograficzna* 1868, nr 301, s. 238; „Wędrowiec” 1877, nr 15, s. 239; rb. 1881, nr 226, s. 253 i n.; *Wiek*. 1875, nr 273, s. 188; „Wędrowiec” 1881, nr 226, s. 255; *Z.* 1886, nr 7, s. 76; (.) 1892, nr 46, s. 727] oraz biura podróży [Zob. m.in.: *Sk.* 1896, nr 3, s. 49; *Biuro dla podróżnych Cook’a* 1877, nr 14, s. 214; (eck) 1892, nr 11, s. 166; *Tr.* 1900, nr 25, s. 492; „Wędrowiec” 1900, nr 29, s. 573; *Ap. Ol-ski* 1900, nr 31, s. 612; *W. K.* 1901, , nr 27, s. 528].

Zainteresowanie tematem turystyki tatrzańskiej oraz zaangażowanie w promocję i rozwój tej formy aktywności wynikały z dwóch głównych pobudek. Po pierwsze wiązały się z próbą jednoczenia społeczeństwa podzielonego między zaborców wokół wspólnej sprawy związanej z poznaniem ziem własnych oraz z próbą kreowania regionu na kolebkę wolności. Znamienne w tym kontekście były prace odnoszące się do sporu o Morskie Oko.

Po drugie, istotą tak precyzowanych poglądów była ideologia pozytywistyczna epoki. Kierowano się przekonaniem, że w pierwszej kolejności społeczeństwo powinno wzmocnić wiedzę na temat swojej ojczyzny i na tym podłożu budować miłość do niej oraz potencjał przyszłej wolnej ojczyzny poprzez zakładanie własnych organizacji. Przełamywanie granic politycznych ustanowionych przez zaborców dokonywano m.in. agitacją na rzecz rozwoju turystyki społeczeństwa polskiego na ziemiach polskich. Dzięki temu wspierana była również rodzima przedsiębiorczość (np. tworzone zakłady wodolecznicze, sanatoria, hotele, pensjonaty i inne obiekty składające się na infrastrukturę turystyczno-rekreacyjną). Żywotność problemów turystyki

tatrzańskiej rozwijającej się w Galicji na kartach „Wędrowca” – tygodnika wydawanego w zaborze rosyjskim – była wyrazem poczucia jedności i wspólnoty narodu polskiego oraz pielęgnacji tych wartości.

Można przypuszczać, że podjęcie tematyki związanej z turystyką tatrzańską było dla redakcji „Wędrowca” uzupełnieniem szerokiego spektrum zainteresowań, wynikającym z wzrastającej mody na „góralszczyznę” wśród między innymi i czytelników czasopisma – co budowało prestiż pisma i mogło przysporzyć mu czytelników, a dzięki temu ustabilizować jego kondycję finansową.

W dotychczasowej literaturze zwrócono uwagę na szczególną rolę, jaką odegrała redakcja „Wędrowca” w przemianach ideowych literatury, krytyki artystycznej i sztuki, dokonujących się w drugiej połowie XIX w. Analiza zgromadzonego materiału na potrzeby niniejszego artykułu pozwala przypuszczać, iż podobną rolę pełniła na gruncie rodzimej turystyki i krajoznawstwa.

Bibliografia

- (.) (1892), *Klub pieszych i klub turystów*, „Wędrowiec”, nr 46.
- Ant. Sk (1890), *Wystawa podróżnika*, „Wędrowiec”, nr 46.
- Ap. Ol-ski (1900), „Wędrowiec”, nr 31.
- Balzer O. (1906), *O Morskie Oko. Wywód praw polskich przed sądem polubownym w Gradcu. Z planem sytuacyjnym*, Lwów.
- Behrendt M. (jesień-zima 1976), *O „Przełęcz Zakopiański”*, „Podtatrze”.
- Biuro dla podróżnych Cook’a* (1877), „Wędrowiec”, nr 14.
- Bon G. Le (1887), *Francuz w Tatrach. Wycieczka antropologiczna w r. 1879*, „Wędrowiec”, nry 15-20.
- Bosacki Z. (2002), *Władysław Zamoyski: 1853-1924: fundator Kórnika i Zakopanego*, Kurnik.
- Brzozowska D. (1971), *Artur Gruszecki 1852-1927*, [w:] *Obraz literatury polskiej XIX i XX w. Literatura polska w okresie realizmu i naturalizmu*, Warszawa, t. IV.
- Chmielowski J. (1905), *W Tatrach. (Fragment z wycieczki)*, „Wędrowiec”, nr 36.
- Chmielowski P. (1898), *Zarys najnowszej literatury polskiej, 1864-1897*, Kraków-Petersburg, wyd. 4.
- Chwaściński B. (1988), *Z dziejów taternictwa. O górach i ludziach*, Warszawa.
- Ciara S. (2009), *Słuszna sprawa górę wzięła, Morskie Oko nasze...*, „Mówią Wieki”, nr 10.
- Col (1905), *Czem się to dzieje?*, „Wędrowiec”, nr 38.
- Cybuła I. (2007), *Przegląd polskich czasopism podróżniczych, turystycznych i krajoznawczych wychodzących na ziemiach polskich do I wojny światowej*, „Folia Turistica”, nr 18.
- Czachowski K. (1934), *Obraz współczesnej literatury polskiej, 1884-1933*, t. I: *Naturalizm i neoromantyzm*, Lwów.

- Detko J. (1980), *Warszawa naturalistów*, Warszawa.
- Dla podróżujących kolejami!* (1888), „Wędrowiec”, nr 36.
- Dobrowolski T. (1960), *Nowoczesne malarstwo polskie*, Wrocław-Kraków, t. II.
- (ecki) (1892), „Wędrowiec”, nr 11.
- [Eljasz-Radzikowski S.] (1899), *Czasopisma poświęcone sprawom Tatr polskich i Zakopanego*, „Przegląd Zakopiański”, r. 1, nr 13.
- F. S. [Sulimierski F.] (1878), *Towarzystwo Tatrzańskie*, „Wędrowiec”, nr 53.
- G. P. (1874), „Wędrowiec”, nr 230.
- Gawąd E., Darowski J. (1991), *Czasopiśmiennictwo zakopiańskie*, [w:] *Zakopane czterysta lat dziejów*, (red.:) Dutkova R., Kraków, t. II
- Gaworecki W. (2003), *Turystyka*, Warszawa.
- Goszczyńska A., „Wędrowiec” Artura Gruszeckiego jako pismo literackie i podróżnicze w latach 1884-1887, napisana w 2004 r. pod kier. prof. Czarnika O. S. w Uniwersytecie Łódzkim [za:] „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Librorum” (2007), t. 14.
- Granica przy Morskim Oku* (1903), „Wędrowiec”, nr 35.
- Grzegorzewski J. (1883), *Muzeum Tatrzańskie*, „Wędrowiec”, nry 43-44.
- Grzegorzewski Ł. (2011), *Uratował najpiękniejszy zakątek Polski*, „Kórnicanin”, nr 20.
- Gustawicz B. (1879), *Kilka wspomnień z Tatr*, „Wędrowiec”, nr 140-147, 149-150.
- Gustawicz B. (1881), *Towarzystwo Tatrzańskie*, „Wędrowiec”, nr 217.
- Gustawicz B. (1881), *O Pamiętniku Fizeyograficznym*, „Wędrowiec”, nr 260.
- Gustawicz B. (1881), *Dawid Fryderyk Fusch*, „Wędrowiec”, nr 218.
- Gustawicz B. (1881), *W góry, w góry...*, „Wędrowiec”, nr 234.
- H. M. (1899), „Wędrowiec”, nr 44.
- Hoff B. (1889), *Zima w wysokich Tatrach. Wyjątki z dziennika*, „Wędrowiec”, nr 10.
- Homola I. (1991), *Od wsi do uzdrowiska. Zakopane w okresie autonomii galicyjskiej 1867-1914*, [w:] *Zakopane czterysta lat dziejów*, (red.:) Dutkova R., Kraków, t. I.
- (...i) (1901), „Wędrowiec”, nr 16.
- I. K. (1902), *Spór o Morskie Oko*, „Wędrowiec”, nr 37.
- Jakubowski J. Z. (1967), *Zapomniane ogniwo. Studium o Adolfie Dygasińskim*, Warszawa.
- Jakubowski J. Z. (1947), „Wędrowiec” (1884-1887), „Prace Polonistyczne”, seria V.
- Jakubowski J. Z. (1951), „Wędrowiec” (1884-1887), [w:] Jakubowski J. Z., *Z dziejów naturalizmu w Polsce*, Wrocław.
- Jędrzejczyk K. J. (2013), *Tożsamość narodowa społeczeństwa polskiego po okresie zaborów. Rozważania na przykładzie archeologii w Polskim Towarzystwie Krajoznawczym w latach 1906-1950*, Włocławek.
- K. W. (1888), *Wycieczki w góry*, „Wędrowiec”, nr 35.

- Kabata M. (1978), *Warszawska batalia o nową sztukę (Wędrowiec 1884-1887)*, Warszawa.
- Kamisińska D. (2009), *Grafika Gustave'a Dorégo w tygodniku „Wędrowiec” z lat 1863-1883*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej”, z. 1 (23).
- Kamisińska D., *Warszawski tygodnik „Wędrowiec” w latach 1863-1883*, napisana w 2010 r. pod kier. prof. dr. hab. Wrony G. na Wydziale Nauk Humanistycznych w Uniwersytecie Mikołaja Kopernika.
- Kamisińska D. (2010), *Warszawski tygodnik „Wędrowiec” w latach 1863-1883 (część 1)*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne”, nr 2 (5).
- Kamisińska D. (2011), *Warszawski tygodnik „Wędrowiec” w latach 1863-1883 (część 2)*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne”, nr 1 (6).
- Karłowicz M. (1895), *Wycieczka na króla Tatrzańskiego i na szczyt Mięgoszowiecki*, „Wędrowiec”, nry 7-10.
- Kleiner J. (1960), *Zarys dziejów literatury polskiej*, t. II: 1831-1918, Wrocław, wyd. 2.
- Kmiecik Z. (1984), *Oblicze społeczno-kulturalne tygodnika „Wędrowiec” (1886-1905)*, „Kwartalnik Historii Prasy Polskiej”, t. XXIII, nr 4.
- Kolbuszewski J. (1993), *Siedem wizji Morskiego Oka*, [w:] *Spór o Morskie Oko. Materiały z sesji naukowej poświęconej 90 rocznicy procesu w Grazu. Zakopane 12-13 września 1992 r.*, (red.:) Roszkowski J. M., Zakopane.
- Kolbuszewski J. (1977), *W stulecie „Pamiętnika Towarzystwa Tatrzańskiego”*, „Wierchy”, nr 46.
- Kolbuszewski J. (1982), *Tatry w literaturze polskiej 1805-1939*, Kraków.
- Kosiński K. (1928), *Stanisław Witkiewicz*, Warszawa.
- Kozioł skalny* (1863), „Wędrowiec”, nr 5.
- Kruczek Z., Kurek A., Nowacki M. (2006), *Krajoznawstwo. Zarys teorii i metodyki*, Kraków.
- Krygowski W. (1988), *Dzieje Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego*, Warszawa-Kraków.
- Kulczycka-Saloni J., Ihnatowicz E. (1992), *Przedmowa*, [w:] *Warszawa pozytywistów*, (red.:) Kulczycka-Saloni J., Ihnatowicz E., Warszawa.
- Kulczycki Z. (1977), *Zarys historii turystyki w Polsce*, Warszawa.
- Lange A. (1904), *Giewont. (Fantazja etymologiczna)*, „Wędrowiec”, nr 41.
- „Wędrowiec” (1881), nr 248.
- Larousse, du XIX^e siècle, dictionnaire encyclopédique Universal en 6 volumes* (1927-1933), Paris, vol. 6, (tłum. za Liberą K.) [133], [za:] Warszńska J., Jackowski A. (1978), *Podstawy geografii turystyki*, Warszawa.
- Lid-ka [Kawicka L.], *Z dziejów prasy zakopiańskiej*, „Zakopane”, nr 1.
- Literatura geograficzna* (1868), „Wędrowiec”, nr 301.
- Literatura tatrzańska* (1899), „Przegląd Zakopiański”, nr 6.
- Lubieniec A. [Niemojewski A.] (1888), *Pięć dni w mgłach Tatrzańskich*, „Wędrowiec”, nry 32-39.
- Łobożewicz T. (1997), *Propedeutyka turystyki*, Warszawa.

- M. W. (1882), *O mapach specjalnych i o potrzebie zawiązania polskiego Towarzystwa geograficznego*, „Wędrowiec”, nr 30.
- Markiewicz H. (2004), *Pozytywizm*, Warszawa, wyd. 7.
- Matuszyk A. (2010), *Mysli o górach i wspinaniu. Sentencje, refleksje, obrazy*, Kraków.
- Moczulski L. (2000), *Geopolityka. Potęga w czasie i przestrzeni*, Warszawa.
- Nicki H. (1890), *Do Morskiego Oka*, „Wędrowiec”, nr 4.
- Nofer-Ładyka A. (1985), „Wędrowiec”, [w:] *Literatura polska. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa, t. II.
- Niemierza [Majewski E.] (1888), *Z naszych gór*, „Wędrowiec”, nry 38-42.
- Niemojewski A. (1889), *Z ształasu na wirch. (Kilka uwag dla wybierających się w góry)*, „Wędrowiec”, nr 18.
- Nowak Z. (1992), *Władysław Zamoyski a spór o Morskie Oko w latach 1890-1909*, Kraków.
- O Morskie Oko* (1898), „Wędrowiec”, nr 28.
- Olszaniecka M. (1971), *Wstęp i Komentarz* [w:] Witkiewicz S., *Pisma zebrane*, t. I: *Sztuka i krytyka u nas*, Kraków.
- Olszaniecka M. (1984), *Dziwny człowiek (O Stanisławie Witkiewiczu)*, Kraków-Wrocław.
- Ostrowska T. (1973), *Polskie czasopiśmiennictwo lekarskie w XIX wieku (1800-1900). Zarys historyczno-bibliograficzny*, Wrocław.
- Pagaczewski S. (1972), *Spotykamy się u wód*, Kraków.
- Patkowski A. (1939), *Istota, idea i program naszego ruchu krajoznawczego*, „Ziemia”, nr 1.
- Piasecki Z. (1991), *Początki działalności literackiej Stanisława Witkiewicza w „Wędrowcu” Artura Gruszeckiego*, *Filologia Polska*, z. 30.
- Piasecki Z. (1976), „Wędrowiec” z lat 1884-1887, „Zeszyty Naukowe WSP w Opolu”.
- Pinkwart M. (2002), *Tatry w świadomości mieszkańców Zakopanego i ich gości. Prasa zakopiańska 1891-1939*, Zakopane.
- Pinkwart M. (1995), *Prasa zakopiańska wczoraj i dziś*, [w:] *Regionalizm, regiony, Podhale. Materiały z sesji naukowej (Zakopane 4-6 grudnia 1993 r.)*, (red.): Roszkowski J. M., Zakopane.
- Piasecki Z. (1992), *Stanisław Witkiewicz w „Wędrowcu” Artura Gruszeckiego*, Opole.
- Pisera K. (2008), *Jak dawniej po Tatrach chadzano*, Zakopane.
- Płoskonka P. (2006), *Rola krajoznawstwa a rozwój turystyki na terenach zurbanizowanych w ujęciu polskim*, [w:] *Turystyka i rekreacja. Wymiary teoretyczne i praktyczne*, (red.): Kosiewicz J., Obodyński K., Rzeszów.
- Polak K. (1997), *Bibliografia Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego za lata 1876-1920*, Warszawa-Kraków 1981 (I wyd.), Kraków (II wyd.).
- Polakiewicz W. (1993), *Doniosłość i wymiar moralny zwycięstwa w Grażu – 1902*, [w] *Spór o Morskie Oko. Materiały z sesji naukowej poświęconej*

- 90 rocznicy procesu w Grazu. Zakopane 12-13 września 1992 r., (red.:) Roszkowski J. M., Zakopane.
- Porębska A. (1952), „Wędrowiec” a zagadnienia plastyki. Z dziejów polskiej krytyki artystycznej w latach 1884-1887, „Materiały do Studiów i Dyskusji z Zakresu Teorii i Historii Sztuki, Krytyki Artystycznej oraz Badań nad Sztuką”, (r. III), nr 2-3.
- Potocki A. (1911), *Polska literatura współczesna. cz. I: Kult zbiorowości, 1860-1890*, Warszawa.
- Ptakowska-Wyżanowicz H. (1960), *Od krynoliny do liny*, Warszawa.
- rb. (1881), „Wędrowiec”, nr 226.
- Radwańska-Paryska Z., Paryski W. H. (2004), *Wielka encyklopedia tatrzańska*, Poronin.
- Roszkowski J. M. (1993), *Towarzystwo Tatrzańskie wobec sporu o Morskie Oko w latach 1873-1902*, [w:] *Spór o Morskie Oko. Materiały z sesji naukowej poświęconej 90 rocznicy procesu w Grazu. Zakopane 12-13 września 1992 r.*, (red.:) Roszkowski J. M., Zakopane.
- Roszkowski J. M. (2011), *Zapomniane Kresy. Spisz, Orawa, Czadeckie w świadomości i działaniach Polaków 1895-1925*, Nowy Targ.
- Sg. (1927), *Z dziejów czasopiśmiennictwa na Podhalu. „ABC” pierwszym codziennym pismem zakopiańskim*, „ABC”, nr 34.
- Siarzewski W. (2009), *Gustaw Le Bon zapomniany podróżnik i fotograf tatrzański*, [w:] *Francuz w Tatrach. Wycieczka antropologiczna w r. 1879 przez Dr. Gustawa Le Bon*, (oprac.: Siarzewski W.), Zakopane.
- Siarzewski W. (2011), *Historia fotografii tatrzańskiej. Awit Szubert*, Zakopane.
- Sk. (1896), „Wędrowiec”, nr 3.
- Słownik literatury polskiej XIX wieku* (2002), (red.:) Bachórz J., Kowalczykowi A., Warszawa, wyd. 3.
- Spór o granice w Tatrach* (1883), „Wędrowiec”, nr 47.
- Spór o Morskie Oko* (1894), „Wędrowiec”, nr 46.
- Spór o Morskie Oko* (1898), „Wędrowiec”, nr 46.
- Stawicka E. (2001), *Proces o Morskie Oko*, „Palestra”, nr 1/2.
- Stocka A. (2007), *Zdobywanie „Dzikiego Zachodu” po wojnie secesyjnej w świetle „Wędrowca”*, „Białostockie Teki Historyczne”, t. 5.
- Szaflarski J. (1972), *Poznanie Tatr. Szkice z rozwoju wiedzy o Tatrach do połowy XIX wieku*, Warszawa.
- Sznapiak A. D. (2009), *Tatrzańska Arkadia. Zakopane jako ośrodek artystyczno-intelektualny od około 1880 do 1914 roku*, Warszawa.
- Szolc-Rogoziński S. (1881), *Towarzystwo geograficzne w Paryżu*, „Wędrowiec”, nr 234.
- Szukiewicz W. (1894), *Zakopane w zimie*, „Wędrowiec”, nr 10.
- Szukiewicz W. (1904), *Zakopane*, „Wędrowiec”, nr 27.
- Szwejkowski Z. (1932), *Pierwszy etap walki o naturalizm w Polsce*, [wstęp do:] Sygietyński A., *Pisma krytyczne wybrane*, Warszawa.

- Świerż L. (1876), *Sprawozdanie z czynności Towarzystwa Tatrzańskiego za czas od 3 Sierpnia 1873 do 28 Maja 1876*, „Pamiętnik Towarzystwa Tatrzańskiego”, t. 1.
- Taternik [Hoesick F.] (1891), *Zatarg o Morskie Oko*, „Wędrowiec”, nr 26.
- Tatrami urzeczeni. Dawna turystyka w słowie i obrazie*, (oprac.:) Hennel R. (1979), Warszawa.
- Tchórzewska H. (1992), *Artur Gruszecki i „Wędrowiec”*, [w:] *Warszawa pozytywistów*, (red.:) Kulczycka-Saloni J., Ihnatowicz E., Warszawa.
- Tchórzewska-Kabata H. (1982), *Artur Gruszecki. Teoria i praktyka pisarska wobec naturalizmu*, Kraków.
- Towarzystwo Tatrzańskie* (1885), „Wędrowiec”, nr 42.
- Tr. (1900), „Wędrowiec”, nr 25.
- Turkawski M. (1879), *Towarzystwa Tatrzańskiego Oddział Czarnohorski w Kołomyi*, „Wędrowiec”, nr 121.
- Turkawski M. (1881), *Leopold Wajgel*, „Wędrowiec”, nr 225.
- Turkawski M. (1879), *Wycieczka na górę Owidiusza*, „Wędrowiec”, nr 129.
- Turkawski M. (1880), *Wystawa etnograficzna w Kołomyi*, „Wędrowiec”, nr 163.
- W. [Witkiewicz S.] (1886), *Tatry w śniegu*, „Wędrowiec”, nry 46-48, 52.
- W. E. [Eljasz-Radzikowski W.] (1883), *Polka na najwyższym wierzchołku Tatr*, „Wędrowiec”, nr 48.
- W. K. (1901), *Wycieczki turystyczne parostatkami*, „Wędrowiec”, nr 27.
- W. S. (1924), *Prasa zakopiańska*, „Giewont”.
- Werytus [Skrzynecki A.] (1898), *W siedzibie orłów. (Zakopane i Tatry)*, „Wędrowiec”, nr 33.
- „Wędrowiec” (1870), nr 17.
- „Wędrowiec” (1872), nr 117.
- „Wędrowiec” (1874), nr 210.
- „Wędrowiec” (1874), nr 225.
- „Wędrowiec” (1877), nr 15.
- „Wędrowiec” (1877), nr 48.
- „Wędrowiec” (1881), nr 226.
- „Wędrowiec” (1900), nr 29.
- Wiek. (1874), „Wędrowiec”, nr 259.
- Wiek. (1875), „Wędrowiec”, nr 273.
- Wielu turystów* (1896), „Wędrowiec”, nr 28, s. 28.
- Wł. K. Z. (1889), *Zakopane*, „Wędrowiec”, nr 22.
- Wójcik W. A. (1980), *O pierwszym czasopiśmie Towarzystwa Tatrzańskiego*, „Wierchy”, nr 49.
- Wójcik W. A. (2008), *„Zdrojowiska” – pierwsze czasopismo Towarzystwa Tatrzańskiego*, [rozdział w:] Wójcik W. A., *W kręgu Tatr*, Zakopane.
- Wójcik W. A. (2010), *Sabała*, Zakopane.
- Wycieczka na Rokitę* (1878), „Wędrowiec”, nr 78.

- Wypych J., *Obraz Chin w „Wędrowcu” 1863-1906*, napisana w 2010 r. pod kier. prof. dr. hab. Mazana B. na Wydziale Filologicznym w Uniwersytecie Łódzkim.
- Wyrok Sądu Rozjemczego w Grazu (1903), „Pamiętnik Towarzystwa Tatrzańskiego”, t. XXIV.
- Z. (1886), *W sprawie naszego krajoznawstwa*, „Wędrowiec”, nr 7.
- Zakopane (1883), „Wędrowiec”, nr 11.
- Zakopane (1888), „Wędrowiec”, nr 8.
- Zbiory Archiwum Muzeum Tatrzańskiego (dalej: MT-ZA), Akta Towarzystwa Tatrzańskiego, syg. AR/NO/186, k. 225.
- Zborowski J. (1985), *Z dziejów ruchu wydawniczego w Zakopanem do roku 1899*, (oprac.:) Paryski W. H., „Rocznik Podhalański” 1985, t. 3.
- Vetulani A. (1970), *Malarstwo historyczne i realizm w kręgu „Wędrowca”*, Warszawa.

Ryciny

- Chaty w Zakopanem* (1887), „Wędrowiec”, nr 15, s. 179.
- Dom w stylu zakopiańskim* (1903), „Wędrowiec”, nr 26, s. 514.
- Droga do Zakopanego* (1883), „Wędrowiec”, nr 11, s. 165.
- Dworzec Towarzystwa Tatrzańskiego* (1889), „Wędrowiec”, nr 22, s. 255.
- Fronton zakładu wodoleczniczego dr. Chramca od ulicy Chramcowej* (1898), „Wędrowiec”, nr 36, s. 705.
- Jaszczurówka pod Zakopanem* (1898), „Wędrowiec”, nr 34, s. 665.
- Karta legitymacyjna przewodnika* (Projekt W. Eljasza) (1902), „Wędrowiec”, nr 37, s. 722.
- Klimek Bachleda, przewodnik tatrzański* (1905), „Wędrowiec”, nr 35, s. 657.
- Kozice w górach* (1905), „Wędrowiec”, nr 36, s. 676.
- Mapa Tatr wykazująca terytorium sporne* (1891), „Wędrowiec”, nr 26, s. 363.
- Pogawędka górali*, „Wędrowiec” (1906), nr 8, s. 141.
- Salon zabaw w zakładzie dr. Chramca* (1898), „Wędrowiec”, nr 36, s. 707.
- Tatry* (1883), „Wędrowiec”, nr 26, s. 409.
- Typy górali przewodników* (1898), „Wędrowiec”, nr 38, s. 747.
- W drodze do Morskiego Oka* (rys. S. Witkiewicz) (1886), „Wędrowiec”, nr 47, s. 551.
- W górach* (1884), „Wędrowiec”, nr 5, s. 55.
- Widok Giewontu od Zakopanego* (1889), „Wędrowiec”, nr 22, s. 255.
- Widok z Pośredniej Grani* (1905), „Wędrowiec”, nr 36, s. 676.
- Wjazd do Rostoki* (rys. S. Witkiewicza) (1880), „Wędrowiec”, nr 1, s. 7.
- Zakład D-ra Chramca w Zakopanem* (1894), „Wędrowiec”, nr 20, s. 394.

WĘDROWIEC AS A SOURCE OF KNOWLEDGE ABOUT THE HISTORY OF TOURISM IN THE TATRA MOUNTAINS

Abstract

Purpose. This study attempts to identify *Wędrowiec* as a source of knowledge about the history of tourism in the Tatra Mountains, and to define the editorial team's approach to this subject.

Method. The study covers all of the information related to tourism in general and to its types, development, and promotion in the Polish society published in *Wędrowiec* for the 44 years when the magazine was being published, i.e. from 1863 until 1906. In total, 2289 issues of the magazine were published. An historical methodology was applied.

Findings. An analysis of the material led to the conclusion that *Wędrowiec* proved to be an appreciated and involved witness of the emergence and development of tourism in the Tatra Mountains. For 44 years, the subject was addressed with varying levels of intensity. Nevertheless, the papers published in *Wędrowiec* helped to create a complete picture of the conditions and problems faced by tourism at the time.

Research and conclusions limitations. Conclusions are based on an analysis of the collected source material. An interesting complement to the study would be a comparison between the collected material and the remaining contents of the magazine (as indicated in the article, topics related to tourism in the Tatra Mountains are only a small part of the issues presented in *Wędrowiec*).

Practical implications. Conclusions from the analysis of the collected material are very important for the existing knowledge about the history of tourism in the Tatra Mountains.

Originality. The subject was approached from the perspective of a specialist magazine that was published outside the area of tourist activity in the Tatra Mountains (*Wędrowiec* was published in Warsaw) and an analysis was performed based on the collected material, which had not previously been addressed in the context of its promotion of the interest in tourism and knowledge of the region and the inhabitants of Polish society in the second half of the 19th and early 20th Century.

Type of paper. Monographic article.

Key words: tourism, touring, tourism in the Tatra Mountains.

TATERNICTWO – SPORT CZY TURYSTYKA? ROZWAŻANIA NA MARGINESIE PISM TATERNIKÓW OKRESU MIĘDZYWOJNIA

*Marek Czyż**

Abstrakt

Cel. Celem pracy jest analiza i interpretacja teoretycznych i ideologicznych poglądów polskich taterników okresu dwudziestolecia międzywojennego dotyczących taternictwa, szczególnie w zakresie jego istoty. Podjęto również próbę takiego usystematyzowania tych poglądów, które ukazałyby zarówno główne kierunki myślenia, jak i przemiany tego myślenia w diachronii. Poprzez przedstawienie tych poglądów w kontekście historycznym (okresie poprzedzającym I wojnę światową i okresie międzywojnia) starano się dążyć do określenia ich miejsca w przednaukowej wiedzy o alpinizmie.

Metoda. Kwerenda archiwów oraz literatury, analiza dokumentów źródłowych.

Wyniki. Z przeprowadzonych badań wynika, że pokolenie taterników międzywojennych – w przeciwieństwie do swoich poprzedników – silnie akcentowało przynależność taternictwa do sportu. Różnice międzypokoleniowe polegały przede wszystkim na nadawaniu zewnętrznym objawom sportu (współzawodnictwu, podnoszeniu osiągnięć rekordowych, nagłaśnianiu wyników) pozytywnych wartości.

Ograniczenia badań i wnioski. Badaniom podlegały wyłącznie wypowiedzi polskich wspinaczy wysokogórskich z lat 1910-1939.

Oryginalność pracy. W artykule wykorzystano niepublikowane prace jednego z czołowych ideologów taternictwa międzywojennego J.A. Szczepańskiego.

Rodzaj pracy. Artykuł o charakterze przeglądowym.

Słowa kluczowe: taternictwo, ideologia taternictwa, dwudziestolecie międzywojenne.

* Dr, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Turystyki i Rekreacji, Zakład Alpinizmu i Turystyki Kwalifikowanej; e-mail: marek.czyz@awf.krakow.pl.

„[...] jak w każdej dziedzinie życia, w której na plan pierwszy wybija się myśl, wartość intelektualna – także i w sporcie wysokogórskim każde nowe pokolenie przeciwstawia się poprzednim, nie tylko posuwając naprzód ogólne dzieło alpinizmu, ale posuwając je odmiennymi torami.”

Jan Alfred Szczepański [1932a, s. 74]

Wprowadzenie

O przeobrażeniach rozumienia pojęć sport oraz turystyka w społeczeństwie polskim pod zaborami, a także w okresie dwudziestolecia międzywojennego szeroko pisał D. Dudek [2008, 2011, *Pojęcie sportu...*]. Z jego prac jasno wynika, że obu terminów nie dało się w owym czasie jednoznacznie zdefiniować z powodu ich złożoności. Ponadto, na skutek upowszechnienia się obu aktywności, zmienił się stosunek do wartości płynących z ich uprawiania.

Z punktu widzenia ideologii taternictwa postawione w tytule niniejszego artykułu pytanie o istotę taternictwa jest kluczowe. Teoretyczne podstawy do tego, jak należy ją rozumieć dał A. Matuszyk [1981b, 1985, 1993]. Pisał on [Matuszyk 1993, s. 110-111], że ideologia wspinaczkowa (także alpinistyczna czy taternicka, obejmująca wszystkie formy wspinania się) to:

„Względnie usystematyzowany zbiór poglądów wspinaczy na wspinanie, zbiór, którego wspólną cechą wyróżniającą jest jego funkcjonalny – pragmatyczny – związek z działaniami i dążeniami jakiegoś podmiotu zbiorowego (wspinaczy w ogóle, pokolenia lub środowiska wspinaczkowego), i w skład którego wchodzi – wynikające z tradycji i doświadczeń tej zbiorowości – sądy opisujące i wartościujące wspinanie (określone jego postaci) oraz wyprowadzone z tych idei dyrektywy (cele, kierunki) działań”.

W. H. Paryski [1995, s. 437] uważał natomiast, że ideologia taternictwa – o której pisał, iż czasami określa się ją mianem filozofii taternictwa – jest częścią składową filozofii sportu, która z kolei jest „dziedziną ogólnych rozważań nad genezą, istotą, strukturą, funkcjami społeczno-kulturalnymi i wychowawczymi sportu, a także nad jego estetycznymi i etycznymi wartościami”. W jego opinii tworzyła się w oparciu o liczne dyskusje nad trzema głównymi zagadnieniami. Mianowicie były to: cele taternictwa, stosowanie środków pomocniczych wspinaczki i metod oraz uzasadnianie, czy wyjaśnianie pobudek uprawiania taternictwa.

Stan badań nad ideologią taternictwa, czy szerzej alpinizmu, w naszej historiografii prezentuje się nader skromnie. Przede wszystkim należy tu

wymienić dwie monografie E. Roszkowskiej [2013, 2007]. W pierwszej autorka bardzo obszernie, w dwóch rzetelnie udokumentowanych rozdziałach naświetliła teoretyczne i ideologiczne podłoże działalności pokolenia polskich taterników sprzed Wielkiej Wojny, w drugiej natomiast, równie pedantycznie, opisała ideologiczne prądy w alpinizmie zachodnioeuropejskim w dwudziestoleciu międzywojennym, które w części, poprzez łamy „Taternika” i „Wierchów”, docierały do polskich taterników.

Jako pierwszy analizą myśli ideologicznej w środowisku polskich taterników w okresie międzywojennym zajął się K. Zuchora [1964], który doszedł do konkluzji, że w tym okresie w taternictwie zapanował kierunek sportowy. W swoich badaniach pominął jednak zupełnie (ponieważ jeszcze nie istniała) dyrektywę metodyczną zaproponowaną przez Matuszyka [1981b] mówiącą, że w badaniach nad ideologią taternictwa należy łączyć „sferę wartości ze sferą metod i sposobów alpinistycznych działań” oraz kontekst historyczny (poglądy na istotę taternictwa wcześniejszych pokoleń taternickich). Te niedociągnięcia były impulsem do ponownego rozważenia tytułowego pytania. O drugim ze składników ideologii taternictwa, mianowicie o motywach uprawiania wspinaczki górskiej w omawianym okresie, pisał autor niniejszego artykułu [Czyż 2010]. Inną pracą omawiającą po części interesujące nas zagadnienie jest szkic A. Burghardta [1992], w którym autor przedstawił poglądy J.A. Szczepańskiego na szeroko pojętą działalność górską, w tym na taternictwo. Temu wybitnemu przedstawicielowi taternictwa międzywojennego poświęcił swoją rozprawę doktorską (dotąd nieopublikowaną) także M. Czyż [2005]. Niniejszy przyczynek jest uzupełnionym o poglądy innych taterników tego jej fragmentu, który odnosi się do tytułowego problemu.

W poszukiwaniu istoty taternictwa

Od początku lat dwudziestych ubiegłego wieku odpowiedź na – nienowe w środowisku taternickim – pytanie, czym jest taternictwo, próbowało dać wielu przedstawicieli zarówno minionego, jak i współczesnego pokolenia taternickiego. Koniecznością podjęcia kolejnej próby sprecyzowania poglądów na istotę taternictwa był nie tylko fakt, że w tym właśnie czasie zaczęły napływać doń nowe kadry, ale także pojawiły się nowe prądy ideowe. Hasła modernizmu wypierane były przez przewartościowujące dawny stosunek do przyrody hasła awangardy i futuryzmu.

Wymianę zdań na ten temat komplikowały nie do końca sprecyzowane definicje terminów „taternictwo” i „taternik”. W pierwszym, najszerszym znaczeniu pojęcia „taternictwo” używano do określenia całokształtu działalności człowieka w Tatrach (podobnie jak w języku angielskim „mountaineering” lub języku niemieckim „Bergsteigen“, gdyby ograniczyć je do

pojedynczego rejonu górskiego). Przy takim jego pojmowaniu taternikiem był sportowiec, turysta, naukowiec, artysta, pisarz, którego działalność lub twórczość była związana z terenem Tatr [Goetel 1913, Sokołowski 1923/24, Szczepański 1925, Zaruski 1930]. Po drugie, termin „taternik” oznaczał osobę, która posiadała znaczne doświadczenie górskie oraz „bezinteresownie i umiejętnie zwiedzała turnie tatrzańskie” w przeciwieństwie do turysty, którego domeną były drogi łatwe, nie przedstawiające trudności wspinaczkowych, najczęściej utarte szlaki [Klemensiewicz 1913, s.10]. Po trzecie, wyraz „taternictwo” był niekiedy używany jako synonim „polskiego ruchu wysokogórskiego”, czyli działalności wspinaczkowej na obszarze Tatr i poza nim, a także klubowej działalności organizacyjnej [Kordys 1929, s. 57; Dorawski 1931, s. 108]. Po czwarte, był sporadycznie stosowany na określenie samej czynności wspinania się [Dąbrowski 1932, s. 78; Stanisławski 1934, s. 117].

Z drugiej strony, w okresie dwudziestolecia międzywojennego – jak pisał D. Dudek [2011] – istniała „patowa sytuacja” dotycząca rozumienia pojęcia sport i jego stosunku do kultury fizycznej. Pisał on, że „wszyscy dyskutanci popełniali błąd próbując określić szerokie zjawisko sportu wyłącznie przy użyciu jednego słowa, gdy tymczasem sport jako jednorodna całość już wtedy nie istniał, ponieważ doszło do wyodrębnienia się różnych jego kierunków, których nie dało się zidentyfikować, ani zdefiniować bez dookreślenia przymiotnikowego”. Uważał on, że brak porozumienia w tej kwestii wynikał z „niezrozumienia istoty zjawiska nowożytnego sportu”.

Jednym z najbardziej czynnych dyskutantów spośród przedstawicieli młodego pokolenia taternickiego, którzy próbowali dać odpowiedź na postawione w tytule niniejszego artykułu pytanie, był Jan Alfred Szczepański (Jaszcz). Na przestrzeni lat wielokrotnie przedstawiał swoje stanowisko, a jego poglądy uległy zasadniczej zmianie. Od stanowczego stwierdzenia, że taternictwo nie jest sportem, do twierdzenia, iż jest ono szczególnym rodzajem sportu – jest „nad-sportem”. Jest on uznawany za jednego z pierwszych polskich teoretyków alpinizmu, którzy pojmowali alpinizm jako sport. Na duże znaczenie jego teoretycznych i ideologicznych rozważań dla kształtowania się ideologii polskiego taternictwa i alpinizmu w okresie międzywojennym wskazywali współcześni mu koledzy taternicy [Dąbrowski 1932], późniejsi historycy taternictwa [Chwaściński 1988, Paryski 1995, Nyka 1992, Burghart 1992] oraz teoretycy [Matuszyk 1998, Zuchora 1964] i filozofowie sportu [Krawczyk 1968]. Dlatego w niniejszej pracy oparto się w głównej mierze na jego publikacjach.

W pierwszej swojej wypowiedzi ideologicznej z 1925 roku, sformułowanej u progu kariery taternickiej, Jaszcz stał na stanowisku, że choć w taternictwie występowały pewne istotne elementy sportowe, to jednak aktywności tej nie można uznać za dziedzinę sportu. Taterników, którzy w swojej działalności kierowali się wyłącznie „pierwiastkiem sportowości” oceniał

ujemnie ze względu na ich jednostronność w stosunku do gór. Innymi słowy, przejawy pewnych cech sportu występujące w taternictwie, których bliżej nie określił, uważał za ważne, przypisywał im jednak wartość ujemną, ponieważ nie dawały pełnej skali wrażeń, jaką można osiągnąć podczas obcowania z górami. Twierdził ponadto, że taternicy błędnie rozumieją pojęcie sportu, co starał się dowieść wysuwając tezy przeciwstawne do tych, które głosił M. Sokołowski w artykule *O istocie i drogach rozwoju nowoczesnego taternictwa*. Sokołowski [1923/24, s. 12] pisał:

„[Taternictwo] przede wszystkim jest sportem, gdyż odpowiada wszystkim tym wymaganiom, jakie stawiamy sportowi, a więc 1) jest wykonywane jako rozrywka, 2) z zamiarem zatrudnienia i zmierzenia swych sił ciała i ducha, 3) według pewnych zasad i 4) przez pewną większą ilość ludzi”.

Szczepański zgadzał się jedynie z drugim punktem wywodów Sokołowskiego, natomiast inne wysuwane przez niego argumenty przemawiające za przynależnością taternictwa do sportu zbijał. Jaszcz uważał, że współczesny mu sport uprawiany na najwyższym poziomie to nie rozrywka, lecz praca zawodowa, to współzawodnictwo i wyścigi (w czym taternictwo mieścić się nie może), to – w przeciwieństwie do alpinizmu – zatracanie cech sportowego indywidualizmu. Pisał, iż w taternictwie nie ma z góry narzuconych zasad, a aktywność ta jako indywidualistyczna podlega swoistym zasadom wypracowanym przez jednostkę (własny styl wypraw). W końcu utrzymywał, że taternictwo można uprawiać nawet wówczas – zakładając hipotetyczną sytuację – gdyby wszyscy inni taternicy wymarli. Jaszcz [Szczepański 1925, s. 10] twierdził – ujmując rzecz filozoficznie – iż taternictwo jest „zamkniętym w sobie życiem”, a powinno być – żeby nie popaść w stały proces regresu – „rzeczywistością życia”.

Dlaczego zatem około 1926 roku Szczepański zmienił swój sąd i zaczął włączać alpinizm do rodziny sportów? Właśnie wtedy uświadomił sobie, że współczesny mu sport nie jest zjawiskiem jednorodnym, zauważył, iż można podzielić go na dwie kategorie: „sporty boiska” i „sporty przestrzeni” [Szczepański 1931a]. Wydaje się, że podstawowym kryterium tego podziału było podłoże materialno-przestrzenne, w jakim toczyła się walka sportowa. Według Jaszcz „sporty boiska” obejmowały dyscypliny, których atrybutami są: arena i tłum widzów, „start i meta”, szczegółowe przepisy gry, klasyfikacja zwycięzców i rozdawnictwo nagród oraz nade wszystko „walka zawodnicza” z drugim człowiekiem. Natomiast istotę rywalizacji w „sportach przestrzeni” Szczepański [1929, s. 82-83] dostrzegał w walce człowieka z przeciwnościami przyrody. Zaznaczał, że wynika ona z chęci opanowania przestrzeni, która jest cechą niektórych typów ludzkich, określanych przez niego mianem „podróżników”, że „[...] źródła takiego sportu leżą już w dążeniu do poznania i jest on jakby nad-sportem”.

Uważał także, iż „sporty przestrzeni” są bardziej wartościowe niż „sporty boiska”, przede wszystkim dlatego, że czołowe wyniki w nich osiągnięte (np. w alpinizmie – wejście na dziewiczy wierzchołek w nieznanach górach) są trwałe – w przeciwieństwie do „przelotnych sukcesów sportu boiskowego” [Szczepański 1935/36, s. 122] – łączą się z celami naukowymi i poszerzają obszar Ziemi poznany przez człowieka. Ponadto wskazywał, iż „ważny sukces alpinistyczny nigdy nie może być zapomniany ani przekreślony w swych wartościach innymi sukcesami” [Szczepański 1936]. Należy koniecznie zaznaczyć, że uwagi te w obrębie alpinizmu dotyczyły jedynie „alpinizmu egzotycznego”, a nie „sportowego”, który uważał za taki sam sport, jak inne sporty przestrzenne (jako przeciwieństwo sportów widowiskowych) walczące o rekord w oparciu o rywalizację [Szczepański 1937].

Jednak właściwa odpowiedź na zadane wcześniej pytanie – bo przecież Szczepański, ujmując taternictwo jako jeden z odłamów „sportów przestrzeni”, nie wyjaśnił wcale, dlaczego jest ono sportem w ogóle – brzmi: ponieważ zrozumiał, że taternictwo jest walką. Pisał [Szczepański 1931b, s. 474]:

„Prawdą jest tylko to, że taternik główny swój cel w górach pojmuje po męsku: jako walkę”.

I, zmieniając swoje wcześniejsze poglądy, dodawał:

„Walka ta jest naturalnie zorganizowana – jak w każdym sporcie – ujęta w ramy pewnych reguł i pewnej techniki. Walka ta poza tym udowadnia raz na zawsze, że taternictwo należy do rodziny sportów – i to najtrudniejszych: sportów przestrzeni”.

Inny dowód podawany przez Jaszczę [Szczepański 1933] – który potwierdzał fakt, iż taternictwo jest sportem – oparty był na spostrzeżeniu, że działalność ta jest wynikiem „pędu do maksymalnego wysiłku”, do osiągnięcia rezultatów maksymalnych, do uzyskania rekordu.

Uważał przy tym, iż każde z tych wyjaśnień podane osobno wystarczy do potwierdzenia, że taternictwo i alpinizm to aktywność sportowa. Był świadomy, iż podawanymi przez siebie dowodami wyjaśnić można wiele ludzkich zachowań. Wyczuwał, że jego argumentacja nie jest do końca przekonująca, że jest „[...] apodyktycznym stwierdzeniem, [które] u wielu musi wywołać odruch sprzeciwu” [Szczepański 1933]. Być może wątpliwości Szczepańskiego wynikały z faktu, iż w swoich uzasadnieniach nie był oryginalny. Posługiwał się tymi samymi przesłankami co jego poprzednicy – pokolenie taternicze sprzed pierwszej wojny światowej. O taternictwie jako o walce pisał np. Z. Klemensiewicz [1912, s. 90]: „[...] oddawanie się taternictwu [...] spowodowane [jest] rodzajem walki, jaką taternik toczy, walki na własną rękę

i bez społecznego celu, jak i samem życiem wśród swobodnej i niegościnniej przyrody górskiej”. Natomiast Szczepańskiego „pęd do maksymalnego wysiłku” wywodzi się w prostej linii z tezy R. Kordysa [1929, s. 50] mówiącej, że „[...] taternictwo rodzi się w biologicznej potrzebie człowieka wysilania się do ostatka i złączonego z nią pędu do doskonalenia się bez żadnych widocznych praktycznych celów”.

Czy zatem rację mieli historycy i teoretycy taternictwa, którzy twierdzili, że „[...] sportowy charakter taternictwa, tak silnie akcentowany w początkach okresu międzywojennego przez J.A. Szczepańskiego, istniał i dominował od bardzo dawna” [Radwańska-Paryska, Paryski 1995, s. 438]¹ Wydaje się, że w zdaniu tym zawarta jest tylko część prawdy, ponieważ stopień nasycenia „pierwiastkiem sportowości” – by znów posłużyć się określeniem Jaszczka – w kolejnych ideologiach taternickich z pewnością nie był jednakowy, co na dalszym miejscu postaramy się wykazać. Tendencje zmian, jakim podlegały te ideologie w każdym następnym pokoleniu taternickim coraz bardziej w swoich założeniach „zbliżały” taternictwo do innych dyscyplin sportu. Między formacjami ideowymi taterników, dla których cezurę czasową stanowiła I wojna światowa, różnice te najbardziej uchwytne są w zapatrywaniach na niektóre wyróżniki sportu, jak: rekord, rywalizacja, nagradzanie za wynik.

Stosunek taterników okresu międzywojennego do zewnętrznych przejawów sportu wyczynowego: rekordu, rywalizacji, reklamy

B. Chwaściński [1988, s. 179], analizując teoretyczno-ideologiczne poglądy Jaszczka na taternictwo pisał, iż zawęził on pojęcie sportu (w tym również sportów wysokogórskich) do współzawodnictwa i chęci rozgłosu. Przedstawione wyżej wypowiedzi Szczepańskiego przeczą temu stwierdzeniu. Ale w tym spostrzeżeniu Chwaścińskiego uchwycony został fakt, który rzeczywiście wpływał na różnice w międzypokoleniowych zapatrywaniach na taternictwo. Nie został on jednak przez autora do końca objaśniony.

Wydaje się, że najmniejsze różnice poglądów między generacjami taternickimi rozdzielonymi I wojną światową – w stosunku do zasygnalizowa-

¹ A. Matuszyk [1981a, s. 375] tak wyjaśniał motywy tego silnego akcentowania ideologii sportowej przez Szczepańskiego: „[...] J.A. Szczepański – wybitny historyk taternictwa, ale i czołowy ideolog »taternictwa sportowego« – przedstawiał działalność górską poprzedzającą go formacji ideowej – taternictwo Zaruskiego, Karłowicza, Świerza – jako wyłącznie »bierne«, kontemplacyjne, estetyzujące. Kreował niejako w ten sposób »tradycję negowaną«, w celu ostrego samookreślenia programu swojego pokolenia. Dziś wiemy – pisał o tym J. Nyka, pisze i B. Chwaściński – że i w taternictwie generacji Karłowicza były elementy »czystego« sportu, inny był tylko język jego ideowej ekspresji”.

nych w tytule niniejszego punktu oznak sportu – dotyczyły pojęcia rekordu. W czasie burzliwej dyskusji o klasyfikacji trudności dróg taternickich, która toczyła się na łamach „Taternika” w 1910 roku, R. Kordys [1910b, s. 26] definiował rekord następująco:

„Jednym z najistotniejszych znamion sportu jest tendencja uzyskania w zakresie pewnych czynności (np. w biegu, strzelaniu, jeździe na nartach itd.) możliwej doskonałości. Taternikiem-sportsmenem jest ten, kto chodzi po górach bezinteresownie i umiejętnie, z tendencją osiągnięcia najlepszych rezultatów. Owej tendencji osiągnięcia możliwej doskonałości odpowiada pojęcie rekordu, tj. pewnego określonego i dokładnie oznaczonego stopnia doskonałości. Gdy w całym szeregu sportów rekord mierzymy za pomocą upływu czasu, – w taternictwie miernikiem rekordowym jest trudność drogi górskiej”.

Dodajmy, że Kordys miał na myśli trudności techniczne wspinania się i choć pisał, iż teren górski wymaga od taternika pokonywania innych trudności związanych z długością drogi, obciążeniem, orientacją w terenie, niepewnością wyniku, oddaleniem od schronisk, ze stanem pogody, to jednak poddawał się sądowi, że ocena dróg górskich i zdobywających je taterników w miarę ściśle może być dokonana tylko na podstawie trudności technicznych [Kordys 1910a, s. 62]. Utrzymywał również, że osiągnięcie wyników rekordowych, rozszerzanie granic możliwości jest obowiązkiem „elity” – wybitnych reprezentantów każdego nowego pokolenia [Kordys 1929, s. 54]. Trzeba zaznaczyć, że Kordys prowadził swoje rozważania o rekordzie wyłącznie w oparciu o doświadczenia tatrzańskie.

W ujęciu Jaszcza [1934, s. 83] „[...] rekord jest związany z każdą sportową (i niesportową) czynnością człowieka – jest to po prostu każdoczesny najlepszy wyczyn w danej dziedzinie działalności. Dążność do uzyskania rekordu cechuje każdoczesną elitę”.

Definicje obu taterników nie różniły się od siebie, można więc przyjąć, iż pojmowanie rekordu w obu pokoleniach było jednakowe. Jednakże Szczepański [1932b, s. 7], w wyniku przeprowadzonego podziału alpinizmu na alpinizm egzotyczny i sportowy, zauważył, że wysiłki obu tych potężnych prądów zdużają do rekordu innego typu. W górach egzotycznych (pozaeuropejskich), których stopień poznania był znikomy, uprawiano alpinizm w dawnym, klasycznym stylu. Celem było wejście na niezdobyty szczyt, rekordem zaś osiągnięcie najwyższego wierzchołka w danym masywie górskim, a ostatecznym wynikiem możliwym do wykonania było zdobycie Everestu. Natomiast w „górach wspinaczkowych” (europejskich), gdzie większość szczytów była zdobyta, a w ich ścianach istniało wiele dróg, pojęcie rekordu związane było z problemem pokonywanych trudności technicznych terenu skalnego, czy też skalno-lodowego.

Obok pojęcia „rekordu” Szczepański używał również terminu „wycięstwo górskie”. Często posługiwał się tymi kategoriami zamiennie, traktował

je jako synonimy. Ale „zwycięstwo górskie” wydaje się mieć jeszcze jedno znaczenie wynikające z rozróżnienia „celów indywidualnych” i „celów kolektywnych” taternictwa. W programie „Grupy Syfonów” napisanym przez Jaszczka [Szczepański, *Apologia...*] znalazł się punkt mówiący, iż „[...] celem indywidualnym alpinizmu jest przeżycie – Syfony dążą indywidualnie do osiągnięcia jego najwyższego napięcia i wszechstronności; ale ponieważ celem kolektywnym jest rekord – z równą energią dążą do zdobycia rekordu”. Określając indywidualny cel taternictwa Szczepański miał na myśli przeżycia (wrażenia) sportowe, a nie – na podobieństwo Karłowicza – duchowe i estetyczne. Zachodzi pytanie, co może wpłynąć na „najwyższe napięcie” tego przeżycia, jeżeli nie zwycięstwo nad górą, nad drogą wspinaczkową, nad własnym lękiem. Zatem można powiedzieć, że „zwycięstwo górskie” było rekordem osiąganym na miarę własnych, indywidualnych możliwości, „rekordem uwarunkowanym przeżyciem” [Szczepański 1934/35, s. 167]. Jeszcze jednym potwierdzeniem takiego wytłumaczenia „zwycięstwa górskiego” może być opinia Szczepańskiego [1929, s. 83], który uważał, iż „uzyskanie rekordu jest [...] walnym urokiem [taternictwa]”, ale bynajmniej nie wyczerpuje wszystkich jego treści [Szczepański 1931a, s. 34], w przeciwieństwie do W. Stanisławskiego [1931, s. 4], który twierdził, że „[...] taternictwo postawiło sobie, jak wszystkie sporty, jasny i twardy cel: rekord!”.

W okresie międzywojennym da się zaobserwować co najmniej dwa podejścia do problemu rywalizacji w taternictwie². Pierwsze, wynikające z tradycji przedwojennych, traktowało współzawodnictwo jako „moment destrukcyjny” [Zaremba 1930, s. 7], drugie – reprezentowane między innymi przez Szczepańskiego – nadawało rywalizacji pozytywne wartości.

Przed I wojną światową taternicy, mimo że zauważali występowanie emulacji w sporcie, który uprawiali, to powszechnie ją potępiali³, nadawali jej wyraźnie negatywne wartości, próbowali ją ignorować. Uważali, iż prowadzi do wypaczenia klasycznej idei taternictwa, do „interesowności” i „profesjonalizmu”, do spłylenia wartości płynących z jego uprawiania. Przestrzegali przed jej zaakceptowaniem, ponieważ sądzili, że taternictwo stanie się wówczas pożywką dla tłumów, a taternik straci możliwość indywidualnego i kontemplacyjnego przeżywania przyrody gór, a przez to wzbogacenia swoich duchowych przeżyć. Poglądy te zilustrować można takimi oto przykładami:

„Dotychczas zajmowaliśmy się jedynie idealnym, »czystym« taternictwem, nie zwracając zupełnie uwagi na te ujemne skłonności, jakie ono w praktyce często wyrabia. Nie mówiliśmy o współzawodnictwie i zawiści, o żądzy rozgłosu,

² Szeroko problemem rywalizacji w sportach wspinaczkowych zajmowali się już Z. Ryn [1969], J. Zdebski [1984] oraz A. Matuszyk [1998].

³ Jedynym głosem odslaniającym prawdziwe oblicze rywalizacji wśród taterników tego pokolenia była bujdałka F. Goetla (*Wycieczka – jak się o niej pisze*, „Taternik” 1912, nr 3; przedruk w: J. Kolbuszewski, *Czarny Szczyt. Proza taternicka lat 1904-1939*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1976, s. 102-109).

bladze i reklamie [...]. Wierzę, że są to objawy nieistotne, jako zanieczyszczenia szlachetnego kruszcu taternictwa [Klemensiewicz 1912, s. 91; podkreślenia autora artykułu].

U większości sportsmenów motywem ich wysiłków nie jest – a przynajmniej nie jest nim na pierwszym miejscu – omawiany biologiczny popęd do przewyżczenia przeszkód, ale w instynktach społecznych ludzkości źródło swe mające – pragnienie odznaczenia się, wyróżnienia, innymi słowy współzawodnictwo. Ludzie tego pokroju nie wierzą, iż może być sport bez współzawodnictwa; poznać ich łatwo po przesadnym rozgłaszaniu swoich sukcesów (prasa!), niesłychanej wrażliwości na poklask tłumu, doszukiwaniu się wszędzie konkurentów, a także – i to nie na ostatnim miejscu – po ubieraniu swoich zajęć sportowych w wstydlivy płaszczyk społecznej korzyści [...]. Oczywiście w czynnościach swoich są naśladowcami i niczego nowego stworzyć nie potrafią” [Kordys 1929, s. 50; podkreślenia M.Cz.].

Dodać należy, że taternicy ci nie chcieli dostrzegać związków rywalizacji z podwyższaniem wyników sportowych. Na przykład Kordys [1929, s. 54] twierdził, iż postęp w taternictwie dokonuje się na innej zasadzie. Mianowicie, czołówka taternicka każdego pokolenia, znając dorobek swoich poprzedników (rezultaty rekordowe), pchana wolą do osiągnięcia krańcowego wysiłku, usiłuje ten wynik podwyższyć. Jedynym głosem odsłaniającym prawdziwe oblicze rywalizacji wśród taterników tego pokolenia była pastiszowa bujdałka F. Goetla [1912] *Wycieczka – jak się o niej pisze*.

Szczepański w przeciwieństwie do swoich poprzedników nie ukrywał, że rywalizacja w sportach wysokogórskich istniała od dawna. Niedostrzeżenie jej uważał za pewien rodzaj hipokryzji wcześniejszych pokoleń:

„Pierwotny alpinizm był prosty, «klasyczny». Ale szybko, bardzo szybko, domieszały się doń elementy stanowiące – jednak – istotę jakiegokolwiek sportu (a nawet każdego w ogóle działania ludzkiego): współzawodnictwo i dążenie do osiągnięcia rekordu. Przed przyznaniem się do współzawodnictwa i do walki o sportowy rekord broniło się, a nawet dziś się broni, spora ilość alpinistów. Lecz trzeba sobie jasno i wyraźnie zdać sprawę z faktu, że jak klasycznym obrazem współzawodnictwa i zdobywania rekordu były np. epopeje Mont Cervin lub La Meije – tak samo cały w ogóle rozwój alpinizmu wynikał z tych dwu naczelných rezultatów psychicznych podstawowej przyczyny uprawiania alpinizmu” [Szczepański 1933, podkreślenia M.Cz.].

Uważał [Szczepański 1931a, s. 34], iż pojęcie „rekordu” jest ściśle związane się z pojęciem „rywalizacji”, pisał, że „[...] nie uznawać go jako źródła wszelkich »rekordów« mogą chyba tylko ślepi na rzeczywistość fanatycy”. Według Jaszca rywalem w taternictwie był nie tylko drugi człowiek (taternik mający zamiar zaatakować ten sam „problem”), ale także „przeszłość niklejsza

sportowo” (widać tu nawiązanie do wspomnianych wyżej poglądów Kordysa), przy czym w jego rozumieniu współzawodnictwo w taternictwie nie polegało bynajmniej – tak jak w „sportach boiska” – na walce bezpośredniej (wyścig na ścianie), ale swoim kształtem przypominało „hasła »wyścigu pracy«”.

Szczepański [1933] zauważył również, iż w wyniku podziału alpinizmu na dwa odrębne kierunki w każdym z nich rywalizacja przybierała inne formy. W alpinizmie egzotycznym – klasyczną: formę walki z przestrzenią, z „przeciwnościami przyrody”; natomiast w alpinizmie sportowym, oprócz walki z przestrzenią, coraz częściej formę walki z drugim człowiekiem na zasadzie „sprawdzianu czasu i czysto gimnastycznej sprawności”.

Jaszcz jako pierwszy w polskim taternictwie nadał rywalizacji w sportach wysokogórskich dodatnie wartości. Nie krył, że „[...] współzawodnictwo jest głównym motorem naszych zwycięstw” [Szczepański 1929, s. 83] i uważał, iż nie jest ono „szczególnym złem w alpinizmie” [Szczepański, *Apologia...*], lecz podstawowym motorem postępu nie tylko w tym sporcie, ale i w innych dziedzinach życia:

„Rzecz w tym, że współzawodnictwo – oczywiście utrzymane w granicach gry fair – itp. grzechy nie są żadnymi grzechami, ale jednymi z najsilniejszych pobudek do osiągania rekordów sportowych. I co ważniejsze pobudki te były zawsze źródłem postępu, od J.G. Pawlikowskiego, gdy zdobywał Mnicha, do W. Stanisławskiego, gdy na hakach i pętłach szturmował wschodnią ścianę tejże góry. Można by pójść nawet dalej, można by właśnie im przyznać wyższość, ponieważ rycerskie współzawodnictwo i szlachetna rywalizacja, zupełnie tak samo jak w innych sportach, nie są interesowne ani brzydkie, a przeciwnie są wolne od obłudy i ponieważ właśnie one, a nie rozmazane »wytchnienia po trudach dnia codziennego« dały alpinizmowi najlepsze i najcenniejsze wyniki” [Szczepański 1937, podkreślenia M.Cz.]

W środowisku taternickim poglądy Szczepańskiego dotyczące rywalizacji nie były jednak przyjmowane bez zastrzeżeń. Na przykład, stanowisko wynikające z tradycji głosił S.K. Zaremba [1930, s. 9]. Uważał on, iż rywalizacja w taternictwie jest „momentem destrukcyjnym” i powinno się ją zwalczać, ponieważ: „przyspiesza koniec ruchu taternickiego, jest powodem niebezpiecznych katastrof, zatracą moralne wartości obcowania z przyrodą, zabija bezinteresowność i zamienia taternika w snoba, jest niemoralna, niezdrowa psychicznie, czysto zewnętrznie szkodzi porządnemu chodzeniu po górach”.

Do zaprezentowanych wyżej cytatów Klemensiewicza i Kordysa, w których autorzy wyrazili oprócz swojego stosunku do rywalizacji również stosunek do szerzenia sławy wyczynów taternickich, można dodać jeszcze taki:

„Jeżeli istotnie prawdą jest, że strona ta [widowiskowo-reklamowa] odgrywa dzisiaj dość znaczącą rolę w propagandzie sportu wśród szerokich mas i że z tego względu taternictwo nie znajduje się wśród nich takiego oddźwięku, na jaki przez swe wewnętrzne wartości zasługuje, to niemniej prawdą jest, że

ludzie, którzy by przede wszystkim dla takich pobudek poszli w góry, byłiby dla taternictwa elementem nie twórczym, lecz na wskroś rozkładczym, dla utrzymania czystości jego idei wręcz niebezpiecznym” [Świerz 1925, s. 11].

Na ich podstawie widać wyraźnie, że przedstawiciele przedwojennej generacji taternickiej mieli do „reklamy” wyników stosunek negatywny, z etycznego punktu widzenia uważali ją za niedozwoloną. Z drugiej strony taternik był moralnie zobowiązany do sporządzenia rzetelnych opisów rzeczywiście odbytych, ciekawszych wypraw i podania ich „[...] za pośrednictwem fachowych organów do wiadomości ogółu taterników” z zastrzeżeniem jednak, iż rozgłaszanie ich „urbi et orbi, jest rzeczą równie niepotrzebną jak niesmaczną” [Klemensiewicz 1913, s. 174-175]. Było to jedyne odstępstwo od przyjętej normy, dające możliwość nagłośnienia swoich sukcesów.

Wydaje się, że w okresie dwudziestolecia międzywojennego tylko Szczepański próbował zmienić w środowisku polskich taterników ten negatywny stosunek do „chęci rozgłosu”. Nie ukrywał, że „[...] zależy nam na sławie i uznaniu (co prawda jeszcze tylko do taternickiej rodziny ograniczonym)” [Szczepański 1929, s. 83]. Był przeciwny postulatowi zawartemu w manifestie Club Alpine Suisse [*W sprawie nagród...1936/37*], wydanym w listopadzie 1936 roku w Sionie, które między innymi ostro przeciwstawiały się propozycjom Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego przyznawania nagród za najlepsze wyczyny alpinistyczne dokonane w olimpijskim czterolecium. Stanowisko Szwajcarów uważał [Szczepański 1937] za „patos wydobyty z lamusa dziewiętnastowiecznych zakłamań i złudzeń”, za negację rzeczywistości, która nie dostrzegała w alpinizmie cech zawodniczych, w końcu za niezrozumienie współczesnego sportu z powodów odmawiania tym cechom „wartości moralnych i idealnych”.

Jaszcz [Szczepański 1932b] był zdania, że „nie reklama powoduje rekordy, lecz rekordy reklamę” i nie wahał się snuć takich oto wizji na przyszłość:

„[...] że będą ogłaszać listę »pierwszych dziesięciu« sezonu – że rozgłos równy rekordziście automobilowemu czy lotniczemu? My, starsi, nie odczuwamy jeszcze potrzeby przeglądania się w lustrze oklasków, nam jeszcze w zupełności wystarcza uznanie, ograniczone do rodziny taternickiej. Ale nie widzę powodu, dla którego miałyby się z miejsca potępić rozszerzenie platformy tego uznania” [Szczepański 1929, s. 85].

Szczepański w przeciwieństwie do poprzednich pokoleń taternickich, a także do niektórych taterników swojego pokolenia, nie widział w rywalizacji, w szerczeniu na szerokim forum społecznym sławy wybitnych taterników oraz rekordów przez nich osiągniętych zagrożenia dla ideologii taternictwa. Wręcz przeciwnie, nie krytykował występowania tych objawów „sportu boiskowego” w taternictwie. Uważał, iż miały korzystny wpływ na rozwój i po-

stęp w tej dziedzinie sportu. Ponadto zabiegał by środowisko taternicze w „cechach zawodniczych” dostrzegło wartości pozytywne. W takim świetle może znaleźć wytłumaczenie opinia, iż to właśnie poglądy Szczepańskiego były podstawą „ideologii sportowej” w taternictwie, a nie np. poglądy członków klubów „Himalaja” czy „Kilimandżaro”.

Zakończenie

Z przeprowadzonych badań wynika, że na gruncie polskim to właśnie taternicze pokolenie dwudziestolecia międzywojennego – a w nim przede wszystkim teoretyczne i ideologiczne poglądy Jana Alfreda Szczepańskiego na temat sportów wspinaczkowych – nadało różnym obserwowanym w taternictwie przejawom sportu wyczynowego pozytywne wartości, które wcześniej były ostro krytykowane. Jawnie i otwarcie opowiadało się za przynależnością taternictwa do sportu, chociaż nie negowało istnienia w nim innych pierwiastków – na przykład estetycznych czy „duchowych”.

Snute przez niektórych jego przedstawicieli przeszło osiemdziesiąt lat temu wizje przyszłości taternictwa są obecnie rzeczywistością sportów wspinaczkowych. Dzisiaj już nikt nie widzi nic zdrożnego w bezpośredniej rywalizacji na ścianie wspinaczkowej (przynajmniej tej sztucznej), w skrupulatnym pomiarze czasów przejść górskich, w wykorzystaniu całego arsenału technicznych środków wspinaczki do pokonania ściany, w „uganianiu się” za najtrudniejszą wspinaczką świata, w chęci rozgłosu własnych wyczynów sportowych i wykorzystaniu ich w celach komercyjnych.

Wniosek ten potwierdzają badania E. Roszkowskiej, która charakteryzując taternictwo przedwojenne (galicyjskie) pisała, że „choć [...] wykształciły się [w nim] typowe dla sportu cechy, łącznie ze współzawodnictwem, a moment sportowy uznano za siłę sprawczą jego rozwoju, odrzucono sprowadzanie taternictwa wyłącznie do rangi sportu. Wynikało to z szerszych uwarunkowań kulturowych. Sport na początku XX stulecia pojmowano jako zjawisko społecznie mniej wartościowe i najprawdopodobniej dlatego treści sportowe w taternictwie miały ograniczoną możliwość ujawnienia się. [...] Uważano bowiem, że wyczyny w górach są formą indywidualnej ekspresji, autokreacji alpinisty, są działalnością niewymierną, której w żaden sposób nie można sprowadzić do sfery sportu, bo byłoby to niezgodne z tradycją i etosem alpinistycznym” [Roszkowska 2013, s. 387-388].

Natomiast z jej badań prowadzonych w zakresie alpinizmu europejskiego dowiadujemy się, że „[...] typowo sportowe nastawienie [alpinizmu] zademonstrowane i potwierdzone zostało w latach trzydziestych XX w.” [Roszkowska 2007, s. 274].

Bibliografia

- Burghardt A. (1992), *Jan Alfred Szczepański jako ideolog gór*, [w:] „Wierchy”, s. 25-39.
- Chwaściński B. (1988), *Z dziejów taternictwa. O górach i ludziach*, „Sport i Turystyka”, Warszawa.
- Czyż M. (2005), *Jan Alfred Szczepański (1902-1991) teoretyk i ideolog alpinizmu. (Życie – działalność – twórczość)*, maszynopis pracy doktorskiej napisanej pod kierunkiem dr hab. prof. nadzw. A. Matuszyka, AWF w Krakowie.
- Czyż M. (2010), *Dlaczego chodzimy po górach? Czyli o motywach uprawiania sportów wysokogórskich w świetle publikacji Jana Alfreda Szczepańskiego*, [w:] „Folia Turistica”, nr 23, s. 241-256.
- Dąbrowski Z. (1932), *Dziś i jutro taternictwa*, [w:] „Taternik”, s. 74-80.
- Dorawski J.K. (1931), *Droga do wielkości*, [w:] „Taternik”, s. 106-108.
- Dudek D. (2008), *Pojęcie turystyki w polskiej tradycji terminologicznej*, [w:] „Folia Turistica”, nr 19, s. 27-74.
- Dudek D. (2011), *Pojęcie kultury fizycznej w polskiej tradycji terminologicznej do roku 1939*, [w:] Szlachta B., red., *Mysł i polityka. Księga pamiątkowa dedykowana profesorowi Jackowi M. Majchrowskiemu*, Krakowskie Tow. Edukacyjne sp. z o.o. – Oficyna Wyd. AFM, Kraków.
- Dudek D., *Pojęcie sportu w polskiej tradycji terminologicznej do 1914 r. (wersja skrócona)*, http://wtir.awf.krakow.pl/pdf/rozne/publik_pracownikow/dobieslaw_dudek/pojecie_sportu.pdf, (09.09.2015).
- Goetel F. (1912), *Wycieczka – jak się o niej pisze*, [w:] „Taternik”, nr 3.
- Goetel F. (1913), *O ideologii taternictwa*, [w:] „Taternik”, s. 63-66.
- Klemensiewicz Z. (1912), *Spółeczna wartość taternictwa*, [w:] „Taternik”, s. 89-92.
- Klemensiewicz Z. (1913), *Zasady taternictwa*, Nakładem Sekcji Turystycznej Towarzystwa Tatrzańskiego, Lwów.
- Kordys R. (1910a), *Na marginesie dyskusji o trudnościach*, [w:] „Taternik”, s. 58-63.
- Kordys R. (1910b), *O trudnościach wycieczek górskich*, [w:] „Taternik”, s. 25-32.
- Kordys R. (1929), *Taternictwo wczoraj dziś i jutro*, [w:] „Taternik”, s. 50-59.
- Krawczyk Z. (1968), *Człowiek i natura. Filozoficzne założenia ideologii taternickiej i marynistycznej Mariusza Zaruskiego*, [w:] „Studia Filozoficzne”, nr 2, s. 61-84.
- Matuszyk A. (1981a), *Kilka uwag o potrzebie historii taternictwa*, [w:] „Wierchy”, s. 373-376.
- Matuszyk A. (1981b), *O poznaniu ideologii alpinizmu z punktu widzenia humanistycznej wiedzy o kulturze fizycznej. Metodologiczne prolegomena* [w:] *Alpinizm w badaniach naukowych. Materiały z sympozjum*

- 18.XI-19.XI.1978, AWF w Krakowie, Zeszyty Naukowe nr 17, Kraków, s. 102-115.
- Matuszyk A. (1985), *U źródeł ideologii taternictwa (O wartościach estetycznych przyrody Tatr w „Ziemiorodztwie Karpatów” Stanisława Staszica*, AWF w Krakowie, Wyd. Monograficzne nr 23, Kraków.
- Matuszyk A. (1993), *Czy ideologia jest koniecznie do wspinania potrzebna? (Kilka słów o istocie i funkcjach ideologii wspinaczkowych)* [w:] Matuszyk A., red., *Materiały z teorii i dydaktyki sportów wspinaczkowych*, z. 2, AWF w Krakowie, Wyd. Skryptowe nr 127, Kraków, s. 105-122.
- Matuszyk A. (1998), *Humanistyczne podstawy teorii sportów przestrzeni (na przykładzie alpinizmu)*, AWF w Krakowie, Studia i Monografie nr 1, Kraków.
- Nyka J. (1976), *Alpinizm*, KAW RSW „Prasa-Książka-Ruch”, Warszawa.
- Radwańska-Paryska Z., Paryski W.H. (1995), *Wielka encyklopedia tatrzańska*, Wyd. Górskie, Poronin.
- Roszkowska E. (2007), *Alpinizm europejski 1919-1939. Ludzie – tendencje – osiągnięcia*, AWF w Krakowie, Studia i monografie nr 39, Kraków.
- Roszkowska E. (2013), *Taternictwo polskie. Geneza i rozwój do 1914 roku*, AWF w Krakowie, Monografie nr 11, Kraków.
- Ryn Z. (1969), *Istota rywalizacji w alpinizmie*, [w:] „Taternik”, s. 145-146.
- Sokołowski M. (1923/24), *O istocie i drogach rozwoju nowoczesnego taternictwa*, [w:] „Taternik”, s. 11-25.
- Stanisławski W. (1931), *Czy taternictwo jest sportem*, [w:] „Przegląd Sportowy”, nr 24, s. 4.
- Stanisławski W. (1934), *Z teki pośmiertnej W. Stanisławskiego*, [w:] „Taternik”, s. 116-118.
- Szczepański J.A. (1925), *Z rozważań nad istotą taternictwa*, [w:] „Taternik”, s. 6-11.
- Szczepański J.A. (1929), *Z aktualnych zagadnień taternictwa*, [w:] „Taternik”, s. 81-89.
- Szczepański J.A. (1931a), *Syntezy z perspektywy dziesięciolecia*, [w:] „Taternik”, s. 32-36.
- Szczepański J.A. (1931b), *Walka ze skałą. Taternictwo ongiś a dziś*, [w:] „Tygodnik Ilustrowany”, nr 25, s. 474-475.
- Szczepański J. A. (1932a), *Mysli o alpinizmie*, [w:] „Taternik”, s. 73-74.
- [Szczepański J.A.] Perliberzanka M.M. (1932b), *Pomiędzy boiskiem a egzotyką*, [w:] „Taternik”, s. 6-7.
- Szczepański J.A. (1933) *Alpinizm współczesny a sport*, rękopis, [w:] Centralne Archiwum Turystyki Górskiej, sygn. JAS III.8.2.12. [Artykuł ten był jednym z głównych artykułów ideologicznych wygłoszonych na III Międzynarodowym Kongresie Alpinistycznym w Chamonix w 1932 roku, gdzie doszło do powołania Międzynarodowej Unii Towarzystw Alpinistycznych (UIAA). W druku ukazał się jedynie w języku francuskim

- L'alpinisme contemporain et le sport*, [w:] Marchandise J., red., *Congrès International d'Alpinisme. Chamonix-Mont Blanc 1932. Rapports et travaux du Congrès*, Club Alpin Français, Paryż].
- Szczepański J.A. (1934), *Fragmenty ideologiczne*, [w:] „Taternik”, s. 80-83.
- Szczepański J.A. (1934/35), *Doroczny przegląd ideologiczny*, [w:] „Taternik”, s. 164-167.
- Szczepański J.A. (1935/36), *O program ekspansji polskiego alpinizmu*, cz. III, [w:] „Taternik”, s. 120-123.
- [Szczepański J.A.] (1936), *Białe plamy na mapie*, [w:] „Kurier Turystyczno-Zdrowy i Komunikacyjny”, nr 8, s. 20-21.
- Szczepański J.A. (1937), *Czy sport wysokogórski jest „wyższy” niż inne sporty?*, [w:] „Ilustrowany Kurier Codzienny”, nr 278, s. 21
- Szczepański J.A., *Apologia Grupy Syfonów*, maszynopis, [w:] Centralne Archiwum Turystyki Górskiej, sygn. JAS III.1.11.
- Świerż M. (1925), *O przyszłość taternictwa*, [w:] „Przegląd Turystyczny”, nr 1, s. 9-13.
- W sprawie nagród przyznawanych za wyczyny alpinistyczne* (1936/37), [w:] „Taternik”, s. 211-212.
- Zaremba S.K. (1930), *Tezy*, [w:] „Taternik”, s. 4-10.
- Zaruski M. (1930), *O istocie alpinizmu*, [w:] „Wierchy”, s. 55-60.
- Zdebski J. (1984), *Psychologiczne i społeczne uwarunkowania taternictwa*, Wydawnictwo Monograficzne nr 20, AWF Kraków, s. 287-308.
- Zuchora K. (1964), *Z rozważań nad ideologią polskiego taternictwa i alpinizmu w okresie międzywojennym*, [w:] „Wychowanie Fizyczne i Sport”, s. 39-50.

TATRA MOUNTAINEERING – SPORT OR TOURISM? REFLECTIONS ON THE SIDELINES OF THE WRITINGS OF TATRA CLIMBERS IN THE INTERWAR PERIOD

Abstract

Purpose. The aim of this paper was the analysis and interpretation of the theoretical and ideological views of the interwar generation of Polish mountaineers on mountaineering, especially in terms of its essence. An attempt was also made to systematize these views, which would shed light on the main directions of and the changes in thoughts on the subject in a diachronic analysis. An attempt was also made to determine the place of these views in pre-scientific knowledge about mountaineering, by presenting them in a historical context (the period before World War I and the interwar period).

Method. Archive and literature search and an analysis of source documents.

Findings. The study shows that the generation of Polish interwar mountaineers – in contrast to their predecessors – strongly emphasized the inclusion of mountaineering in the category of sports. Intergenerational differences primarily involved attributing positive values to the external symptoms of sports (rivalry, exceeding records and popularizing the results).

Research and conclusions limitations. The research was limited to the statements of Polish mountaineers from the years 1910–1939.

Originality. The article uses unpublished papers from one of the leading ideologues of Tatra mountaineering in the interwar period, J.A. Szczepański.

Type of paper. A review article.

Key words: Tatra mountaineering, ideology of mountaineering, the interwar period.

IDEOLOGIA ALPINISTYCZNA WALTERA BONATTIEGO

*Marta Stepaniak**

Abstrakt

Cel. Przedstawienie ideologii alpinistycznej wybitnego włoskiego wspinacza okresu powojennego Waltera Bonattiego w kontekście jego życia i działalności górskiej.

Metoda. Przeprowadzono studia nad dokumentami biograficznymi (literaturą podmiotu i przedmiotu) i zarejestrowanymi wywiadami z Walterem Bonattim, zgodnie z założeniami metody biograficznej. Narzędziem do analizy źródeł włoskojęzycznych były tłumaczenia własne.

Wyniki. Powstała synteza myśli górskiej Waltera Bonattiego. Polski czytelnik otrzymał możliwość poznania i zgłębienia ideologii alpinistycznej autorstwa wspinacza okresu powojennego o światowej sławie.

Ograniczenia badań i wnioskowania. Zmieniający się na przestrzeni lat pogląd Bonattiego, dotyczący niektórych poruszanych przez niego kwestii.

Oryginalność pracy. Przedstawiona ideologia alpinistyczna Waltera Bonattiego dotychczas była nieznaną polskiemu czytelnikowi, ze względu na lukę w polskim piśmiennictwie alpinistycznym na ten temat.

Rodzaj pracy. Studium przypadku, praca teoretyczna przedstawiająca ideologię alpinistyczną jednego z czołowych alpinistów powojennych Włoch i Europy – Waltera Bonattiego – zawierająca elementy biograficzne.

Słowa kluczowe: Walter Bonatti, ideologia alpinistyczna, alpinizm, alpinizm ekstremalny, wspinaczka, K2.

* mgr, doktorantka, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Turystyki i Rekreacji, Zakład Alpinizmu i Turystyki Kwalifikowanej; e-mail: stepaniak.marta@gmail.com.

Wprowadzenie

Walter Bonatti (1930-2011) to alpinistyczna ikona powojennych Włoch. Wspinacz stał się dumą narodu włoskiego za sprawą swoich ekstremalnych przedsięwzięć górskich i podróży w odległe lądy. Prawdziwy rozgłos przyniosła mu jednak stanowczo i konsekwentnie głoszona swoista ideologia alpinistyczna, która była odzwierciedleniem jego światopoglądu. „Król Alp”, bo tak jest nazywany w świecie alpinistycznym, był ogromnym indywidualistą, który świat postrzegał wyłącznie według własnych niewzruszonych zasad moralnych. Bohaterem o żelaznych wartościach, który nigdy nie uznawał kompromisów zarówno w ścianie, jak i w życiu codziennym. Człowiekiem wiernym tradycji, ale przede wszystkim sobie, swoim ideałom i własnej wizji życiowej. Alpinistą, który przeżył życie najintensywniej jak to możliwe. Wspinaczem, który zdobywał góry po to, żeby mierzyć się ze sobą, żeby wzrastać, dojrzewać, stawać się lepszym i żeby przesuwac własne granice. Wielkim idealistą, który równowagę odnajdywał w samotności i spójności, jaką tworzył z naturą. „Synem Mont Blanc”, jak sam o sobie mówił, wiernie wracającym do swego „ojca” nawet po tragediach, które kosztowały życie jego partnerów wspinaczkowych. Alpinistą, który dokonał rzeczy prawie nadludzkich, używając jedynie technik tradycyjnych, umiejętności i siły, które w sobie wytrenował. Podróżnikiem, który w przygodzie widział możliwość przekraczania granic, czyli sens wszystkiego. Naturalistą, który wierzył, że ideały mają sens, a w ich obronie można nawet poświęcić życie. Człowiekiem całkowicie wolnym i kompletnym, jak mówią o nim jego rodacy – człowiekiem z kryształu.

Wspólnym mianownikiem wszystkich przedsięwzięć Waltera Bonattiego była pasja przygody. Ciekawość świata, chęć pokonywania skalnych trudności, ale przede wszystkim silna potrzeba „podróży w głąb siebie” były dla alpinisty bodźcem do intensywnego i świadomego przeżywania wspinaczek. Dzięki poznaniu siebie w procesie konfrontacji z takimi elementami, jak „nieznane” i „niemożliwe”, zdobywca Gaszerbruma IV zdefiniował trzy zasadnicze komponenty swojej ideologii alpinistycznej. Jak podkreślał sam Bonatti, praktyka alpinistyczna musi nierozzerwalnie łączyć w sobie takie elementy, jak estetyczny, historyczny i etyczny. W jego swoistej ideologii mistyka i piękno gór, wzorowanie się na tradycyjnej wspinaczce „ojców alpinizmu” (partnerstwo w górach, wewnętrzna motywacja, ograniczone wyposażenie wspinaczkowe etc.) oraz szeroko pojęta etyka góraska muszą się wzajemnie przenikać.

Walter Bonatti wyznał, że alpinizm ekstremalny był dla niego bardzo ważnym, trwającym 17 lat rozdziałem w życiu. Podkreślał jednak, że nigdy nie uczynił z gór nadrzędnego celu egzystencjalnego. Pionowe ściany stanowiły dla włoskiego alpinisty tylko jeden z wielu środków do osiągnięcia nadrzędnego celu, jakim miała być realizacja działań transgresyjnych i poznaw-

czych. Rygorystyczne i wierne respektowanie reguł alpinizmu tradycyjnego nie było jednak niczym innym, jak tylko odzwierciedleniem zasad, którym Bonatti pozostawał wierny w życiu codziennym i które w sposób naturalny przeniósł także w obszar podróży ekstremalnych. Realizacja tych założeń w sferze zawodowej i prywatnej pozwala nazwać Bonattiego człowiekiem konsekwentnym i spójnym wewnątrz.

Walter Bonatti. Zarys biografii

Walter Bonatti urodził się 22 czerwca 1930 roku w Bergamo, gdzie jego ojciec Angelo Bonatti prowadził małe przedsiębiorstwo handlowe [Walter Bonatti [w:] *Wielka encyklopedia gór i alpinizmu*]. Z powodu odmowy zapisać się do partii faszystowskiej Angelo został zwolniony z pracy, a obowiązki utrzymania rodziny spadł na matkę Waltera – Agostinę Appiani, z którą chłopiec był silnie związany emocjonalnie [Podestà 2012, s. 14]. W okresie wojennym cała rodzina przeprowadziła się do miasteczka Monza, oddalonego od gór. To właśnie tam, nad brzegami rzeki Pad, młody Bonatti czytał książki podróżnicze autorstwa Londona, Hemingwaya, Defoe czy Melville'a i marzył o wielkich wyprawach, spoglądając na oddalone horyzonty Przedalp [Bonatti 2009, s. 7]. Okres dzieciństwa Waltera przypadł na czas trwania drugiej wojny światowej, kiedy wszechobecne były głód i przemoc. Warunki, w których przyszło mu dorastać, wywarły bezsprzeczny wpływ na jego dorosłe życie i charakter [Bonatti 2013b, s. 273].

W latach 1945-1948 młody Bonatti uprawiał gimnastykę w drużynie „Forti e Liberi”, a następnie w „Pelle e Oss”, gdzie wypracował atletyczną zwinność i gibkość, które pomogły mu później wspinać się na najtrudniejszych ścianach świata [I passi di una vita [w:] „Meridiani Montagne” 2011].

Początkowo Walter poznawał świat górski od strony turystycznej, chodząc w wolnych chwilach po szlakach w masywie Grigne. Podczas jednej z wycieczek dostrzegł alpinistów wspinających się na Campanillette. Wkrótce na tej strzelistej skale miał się odbyć jego wspinaczkowy debiut i zarazem wstęp do trwającej szesnaście lat kariery alpinisty ekstremalnego [Bonatti 1962, s. 286-287]. Niesiony nową pasją życia Bonatti zdobywał doświadczenie alpinistyczne, które w kolejnych latach pozwoliło mu zmierzyć się z wielkimi i surowymi alpejskimi ścianami, m.in. południowo-zachodnią ścianą Croz dell'Altissimo w Dolomitach, północno-zachodnią ścianą Pizzo Badile w Alpach Centralnych, zachodnią ścianą Aiguille Noire de Peuterey, północnym żlebem Punta Walker na Grandes Jorasses w masywie Mont Blanc i z wieloma innymi [Serafin 2012, s. 11-13].

W 1951 roku zespół Bonatti – Ghigo pokonuje trudności wschodniej ściany na Grand Capucin, co zostaje docenione i szeroko komentowane przez świat alpinistyczny. Matka Bonattiego, Agostina, podczas uroczystości zor-

ganizowanych dla uczczenia sukcesu jej syna w teatrze Pergolesi w Monza nie wytrzymała emocji, jakie wzbudziła w niej ta wiadomość. Kobieta zmarła na skutek dozanego zawału. Walter miał wtedy 21 lat, a poczucie odpowiedzialności za śmierć matki towarzyszyło mu do końca życia [Podestà 2012, s. 16].

Wkrótce młody wspinacz został powołany do wojska. Początkowo odbywał służbę w Szóstym Pułku Alpejskim z Vipiteno, następnie został przeniesiony do szkoły wojskowej w Aoście. Dzięki ćwiczeniom militarnym, odbywającym się w górach, mógł także realizować się alpinistycznie, co pozwoliło mu na zdobycie kolejnego cennego doświadczenia [Podestà 2012, s. 68].

Rok 1953 to czas wielkich zmian w życiu i karierze Bonattiego. Wraz z Carlo Maurim dokonał pierwszego zimowego przejścia drogi Cassina na Cima Ovest i drugiego zimowego przejścia drogi Comiciego na północnej ścianie Cima Grande di Lavaredo w Dolomitach Wschodnich [Rho i Mauri 1997, s. 34]. Ponadto w tym samym roku wraz z Roberto Bignanim dokonał pierwszego zimowego przejścia grani Furggen na Matterhornie. W grudniu tego samego roku Walter otrzymał uprawnienia przewodnickie i został członkiem C.A.A.I (Club Alpino Accademico Italiano). Dwudziestotrzyletni wówczas alpinista został także powołany jako najmłodszy członek narodowej ekspedycji na K2, która odbyła się rok później [Orlando, Laffi 1988, s. 79].

W 1954 roku Walter Bonatti wziął udział we włoskiej ekspedycji narodowej na niezdożytą wówczas, drugą co do wielkości górę na świecie – K2 (8611 m n.p.m.), kierowanej przez włoskiego geologa i podróżnika Ardito Desio [Desio 1956, s. 47-53]. Choć wyprawa zakończyła się ogromnym sukcesem, to jej kontrowersyjny przebieg zapoczątkował trwającą ponad pięćdziesiąt lat polemikę, która została definitywnie zakończona w 2008 roku oficjalną decyzją Włoskiego Klubu Alpinistycznego w tej sprawie. Tematem sporu stała się rozbieżność w relacji z nocy z 30 na 31 lipca 1954 roku, kiedy to „Król Alp” wraz z pakistańskim tragarzem Mahdim miał za zadanie dostarczyć butle tlenowe do IX obozu, w przeddzień ataku szczytowego dwójki swoich towarzyszy. Gdy Bonatti i Mahdi dotarli o zmierzchu w umówione wcześniej z Lacedellim i Compagnonim (ekipa szczytowa) miejsce, okazało się, że nie znaleźli tam rozstawionego obozu i w konsekwencji obaj byli zmuszeni spędzić noc na biwaku na wysokości 8100 metrów. Alpinista i tragarz nie mieli ze sobą żadnego wyposażenia, które pozwoliłoby im przetrwać noc na tej wysokości. Znaleźli się w lodowej ścianie bez namiotu, bez śpiworów, bez czołówki, w czterdziestostopniowym mrozie [Bersezio 2014, s. 88-90]. Bonatti powiedział później: „tamtej nocy na K2, z 30 na 31 lipca 1954 roku powinienem był umrzeć. Fakt, że przeżyłem zawdzięczam tylko sobie” [Bonatti 2010, s. 57].

„Król Alp” z biwaku w czterdziestostopniowym mrozie wyszedł ostatecznie bez poważnych konsekwencji fizycznych. Pakistański tragarz zapłacił jednak za noc spędzoną na wysokości 8100 m odmrożeniami, które

w efekcie doprowadziły do amputacji kilku palców u rąk i stóp. Bonatti wielokrotnie powtarzał, że tamtej nocy towarzysze pozostawili go świadomie na pewną śmierć, a ich fałszywe relacje przedstawiane opinii publicznej po sukcesie wyprawy nie tylko umniejszały jego wkład w sukces grupowy, ale przede wszystkim zawierały oskarżenia, iż w sposób zamierzony działał na niekorzyść wyprawy [O'Connell 1997, s. 90-92].

Rozczarowanie i ból, jakich doznał w wyniku wspomnianych okoliczności młody wówczas Walter, wpłynęły na jego wizję życia i formację alpinistyczną. Medialne niejasności i oskarżenia związane z niefortunnym biwakiem i atakiem na szczyt stały się kluczowym tematem w jego życiu zawodowym i osobistym. Szczególnie bolesne okazały się zarzuty opinii publicznej na temat rzekomej chęci samotnego zaatakowania szczytu, wykorzystania tlenu z wniesionych butli podczas tragicznej nocy i jednoczesnego utrudnienia ataku ekipie szczytowej, która została w ten sposób pozbawiona tlenu. Oskarżano go również o świadome pozostawienie bez opieki tragarza Mahdiego po nocy spędzonej na biwaku i o samotne zejście do obozu VIII [Serafin 2012, s. 129]. Bonatti nie zgadzał się z przedstawianymi mu zarzutami. Co więcej, dążył do uznania za sfalszowaną oficjalną wersję kierownika ekspedycji – Ardito Desio, która opierała się na relacji Achille Compagnonego i Lino Lacedellego. Walka o przywrócenie prawdy historycznej toczyła się ponad pięćdziesiąt lat. Spór został ostatecznie rozwiązany w 2004 roku za sprawą decyzji specjalnej komisji CAI, która orzekła prawdziwość relacji Bonattiego i uznała za nieprawdziwą tę wersję, która wcześniej była uznawana za oficjalną. Ponadto wkład wniesiony przez Waltera został uznany za kluczowy w powodzeniu ataku szczytowego [Bonatti 2010, s. 175-181].

Bonatti w jednym z wywiadów, którego udzielił gazecie „La Repubblica”, powiedział: „Tej nocy prawie umarłem, ale to, co mnie zabiło, to trwające pół wieku kłamstwo. Z zupełnej desperacji krzychałem tak bardzo tamtej nocy, że teraz nie chcę już więcej zabierać głosu. Smród historii na K2 zostawiam wam zainteresowanym, ja wolę oddychać” [www 2]. Wydarzenia z K2 i zawód, jakiego doświadczył na tle relacji międzyludzkich, miały dla Bonattiego poważne konsekwencje. Po powrocie z ekspedycji, zdecydował się na samotny atak na południowo-zachodnią ścianę Petit Dru. W sierpniu 1955 roku po dwóch nieudanych próbach ze względu na złe warunki atmosferyczne i po kolejnych sześciu dniach samotnej wspinaczki „Król Alp” zdobył ostatecznie zamierzoną ścianę w masywie Mont Blanc. To przejście było niezwykle dokonaniem z punktu widzenia alpinistycznego, a dla samego Bonattiego miało szczególnie osobisty charakter. Jak sam napisał, pomysł samotnego przejścia ściany zrodził się z psychicznej depresji, jakiej doświadczył po ekspedycji na K2. Tym wyczynem chciał dowieść samemu sobie, że nie jest jeszcze człowiekiem skończonym [Bonatti 1967, s. 100]. Ponadto samotna walka o przywrócenie sobie energii życiowej, której areną stała się Petit Dru, była także próbą odzyskania spokoju wewnętrznego.

Szóstego dnia wspinaczki Walter powiedział: „Teraz czuję, że mam w garści filar Dru. Ale czuję przede wszystkim, że przekroczyłem naprawdę odległe i niewidzialne granice. Wiem, że przekroczyłem mur, który oddzielał mnie od duszy. Czuję także, że nareszcie udało mi się rozplątać mój wewnętrzny supeł, jakim była trauma po doświadczeniach z K2” [Bonatti 2013a, s. 66-67].

Kolejne lata kariery alpinistycznej Bonattiego to pogłębiona eksploracja masywu Mont Blanc. W 1956 roku, od 14 marca do 18 maja, Walter Bonatti wraz z Lorenzo Longo dokonali pierwszego trawersu skitowego Alp, przemierzając w tym czasie 1795 km i pokonując 146 386 km różnicy wzniesień [*I passi di una vita* [w:] „Meridiani Montagne” 2011]. Jeszcze tego samego roku w święta Bożego Narodzenia podczas próby przejścia Ostrogi Brenvy, miała miejsce jedna z głośniejszych tragedii alpinizmu europejskiego. Bonatti wraz ze swoim klientem i przyjacielem Silvio Gheserem połączył siły z zespołem francuskim Vincendon – Henry w ataku na ścianę. Z powodu załamania pogody i braku możliwości odwrotu oba zespoły były zmuszone do biwaku w bardzo ciężkich warunkach atmosferycznych. Dwójka Francuzów zmarła z wyczerpania podczas zejścia do Chamonix [Podestà 2012, s. 329]. Kolejna tragedia z udziałem „Króla Alp” miała miejsce w 1961 roku podczas wspinaczki niezdobytym jeszcze Centralnym Filarem Frêne. Wówczas śmierć poniosło czworo alpinistów, w tym najbliższy przyjaciel Bonattiego – alpinista Andrea Oggioni [Bonatti 2014a, s. 16]. Skutkiem obu tragicznych wydarzeń w masywie Mont Blanc była ponowna fala krytyki wobec Waltera [Serafin 2012, s. 74-75].

Walter Bonatti jest autorem wielu innych imponujących przedsięwzięć alpinistycznych, spośród których warto wymienić: pierwsze zdobycie Gasherbruma IV w Karakorum, eksplorację Patagonii (m.in. pierwsze przejścia Cerro Moreno, Cerro Adela Central), Andów (m.in. pierwsze przejścia Cerro Patria Nord, Nevado Ninashanca, Nevado Rondoy Nord), gór Transantarktycznych (m.in. The Twins, Mount Lister, Mount Hooker, Mount Giulia, Mount Rucker) [Serafin 2012, s. 159-167] czy pierwsze zimowe i solowe przejście północnej ściany Matterhornu w 1965 roku, którym Bonatti zakończył w wieku 35 lat karierę alpinisty ekstremalnego [Cassarà 2002, s. 146]. W lutym 1965 roku, w ciągu pięciu dni ekstremalnie trudnej wspinaczki, Bonatti pokonał wysoką na 1200 metrów ścianę, wycenioną na ED+¹ w alpejskiej skali trudności. Było to pierwsze samotne, zimowe wytyczenie nowej drogi na północnej ścianie Matterhornu, zaliczanej do kanonu „trzech problemów alpejskich”, obok północnej ściany Eigeru i północnej ściany Grandes Jorasses [Bonatti 1978, s. 38]. „Król Alp” dokonał tego legendarnego wyczynu w setną rocznicę zdobycia góry przez Edwarda Whympera [*1865 Edward Whymper, Walter Bonatti 1965*, 2015].

¹ W alpejskiej skali trudności ED+ (*extremement difficile*+ – skrajnie trudno+, UIAA od VI).

Po „romantycznym pożegnaniu z alpinizmem ekstremalnym na najpiękniejszym szczycie Alp” [*Viaggio nell'uomo* 2009] W. Bonatti rozpoczął trwającą ponad czternaście lat współpracę z tygodnikiem „Epoca” wydawnictwa Mondadori [Serafin 2012, s. 142]. W trakcie swoich podróży reporterskich w nieznanne i dzikie łądy udał się m.in. na Syberię, na Alaskę, na Wyspę Sumatrę, do Boliwii, do Nowej Gwinei, eksplorował kratery wulkanów Krakatoa w Indonezji czy Nyiragongo w Kongo, przeszedł drogą lądową Przylądek Horn i wiele innych miejsc [www 1].

„Król Alp” został uhonorowany wieloma odznaczeniami najwyższej rangi, m.in. Orderem Republiki Włoskiej (2004) za zasługi dla narodu², Odznaczeniem Legii Honorowej nadanej przez prezydenta Francji Jacquesa Chiraca (2000) czy Złotym Czekanem za wybitne osiągnięcia górskie (2009). Bonattiemu został również nadany tytuł Honorowego Obywatela Mont Blanc (2010) przez burmistrza Courmayeur [www 3].

Walter Bonatti zmarł w 2011 roku w szpitalu w Rzymie na raka trzustki. Był alpinistą, podróżnikiem, dziennikarzem, fotografem i pisarzem, ale przede wszystkim jedną z wybitniejszych postaci powojennych Włoch. Przez swoich rodaków został nazwany „człowiekiem z kryształu”, [Imperio 2012] gdyż imponował nie tylko swoimi dokonaniemi górskimi i podróżniczymi, ale przede wszystkim jasną i spójną filozofią życia, która splatała się z jego własną ideologią alpinistyczną.

Ideologia alpinistyczna

Na pojmowanie alpinizmu przez Bonattiego wpływ miały niewątpliwie doświadczenia życiowe i okoliczności, w jakich przyszło mu dorastać i żyć. Wszechobecny głód podczas II wojny światowej, samotnie spędzone dzieciństwo nad rzeką Pad, trening gimnastyczny, służba wojskowa, śmierć matki, bolesne doświadczenie z K2 i jego konsekwencje, często samotne i ekstremalne wspinaczki oraz podróże – każdy z tych elementów wpłynął zasadniczo na myśl Bonattiego w sferze alpinistycznej.

Alpinizm według Bonattiego to przede wszystkim doświadczenie całkowicie subiektywne, które wymaga od wspinacza nie tylko przygotowania fizycznego, technicznej wirtuozerii czy dostępności różnorodnego sprzętu wspinaczkowego. Najważniejsze, to dysponować takimi cechami jak wrażliwość, fantazja, poczucie piękna, potrzeba zgłębiania swojego wnętrza, zmysł

² Walter Bonatti odrzucił wyróżnienie nadane mu przez ówczesnego prezydenta Włoch – Carla Azeglio Ciampiego. W liście wyjaśniającym swoje zachowanie zaznaczył, że uhonorowanie go tym samym odznaczeniem co Achille Compagnoniego (przyp. zdobywca szczytu K2, osoba, z którą Walter przez 50 lat walczył o prawdę historyczną oficjalnej wersji wydarzeń z ataku szczytowego) narusza jego zasadę spójności wewnętrznej i sprawia, że nadane mu wyróżnienie traci swoją wartość [Bonatti 2013a, s. 383].

przygody i walki, które to z kolei wymagają odwagi, ale także ostrożności i rozwagi. Do praktykowania alpinizmu potrzebne są także chęci i upór w dążeniu do celu, ale trzeba także umieć z niego zrezygnować w odpowiednim momencie z pogodą ducha. Dobry alpinista musi dysponować szeroką gamą atrybutów, często wzajemnie się wykluczających, tak jak np. opozycja odwagi i strachu. W tej sytuacji istotne jest znalezienie zdrowej równowagi, która jest prawdziwym sekretem w walce z trudnościami ściany i która prawie zawsze gwarantuje wspinaczowi powrót do domu [Bonatti 2014b, s. 79-90].

Cechy dobrego wspinacza nie różnią się od wartości człowieka o dobrym charakterze [O'Connell 1997, s. 94]. Alpinistę powinny charakteryzować samodzielność, uczuciowość i niepewność [Bonatti 2014b, s. 80]. Klasę wspinacza determinuje zaś jego fantazja i realizowane marzenia. W przeciwieństwie do alpinisty, góry charakteryzuje ich ogrom, tajemniczość i „niemożliwość” ich pokonania. W sytuacji, w której są one zdobywane bez pomocy środków technicznych, konfrontacja z górą staje się uczciwą walką, która nabiera sensu filozoficznego, transcendentального [Bonatti 2013a, s. 207]. Mały człowiek, który mierzy się z wielką górą, ociera się o śmierć po to, żeby dać wyraz pełni swojej życiowej energii, doświadczyć niczym nieskrępowanej radości życia, wyrazić własną tożsamość.

Alpinista powinien wzbogacać się wewnętrznym w procesie pokonywania trudności, jakie napotka w ścianie. Alpinizm to coś więcej niż rekord, dobra technika czy kolekcja szczytów. Zaangażowanie mięśni wspomagane urządzeniami technicznymi nowej generacji może okazać się zabawnym i przyjemnym doświadczeniem, ale nie jest to akt tożsamy z przeżyciem kreatywnej przygody. Samo „zaatakowanie” góry to nie wszystko. Alpinista musi czuć potrzebę ciekawości i refleksji, żeby móc przewidywać, zrozumieć i poczuć. Jeśli w osobie, która wspina się na górę, żyje jedynie duch sportowca, to takiego zawodnika czeka wkrótce rozczarowanie [Bonatti 2013a, s. 264].

W. Bonatti już w przedmowie do swojej książki „Moje góry”, wydanej w 1961 roku, podał swoją pierwszą definicję alpinizmu, która bardzo często jest cytowana, jako kwintesencja pojmowania wspinaczki. Napisał, że: „alpinizm, jest przede wszystkim walką i wewnętrznym zmaganiem, głębokim przeżyciem duchowym, którego wspaniałym i doskonałym tłem są góry” [Bonatti 1967, s. 5]. Tę definicję rozwinął w późniejszych rozważaniach nad istotą alpinizmu, podkreślając, że wspinaczka jest działaniem subiektywnym, wyzwaniem osobistym, nastawieniem na człowieka, pokonywaniem siebie i swoich słabości za pomocą dostępnych jedynie w człowieku pokładów fizycznych i psychicznych [Bonatti 2013b, s. 323]. Pokonywanie trudności w ścianie ma bezsprzeczny związek z walką z samym sobą, to odbicie podróży w głąb samego siebie, prowadzące do zrozumienia otaczającego jednostkę świata. Gdy alpinista wchodzi na szczyt, jest to akt tożsamy

ze „zdobyciem” siebie samego w procesie pokonywania trudności [www 5]. Wspinaczka czy zdobycie szczytu nie są celem samym w sobie. Alpinizm jest natomiast sposobem na osiągnięcie wyższych wartości. Góry w rozumieniu Bonattiego mają taką wartość, jaką mają ludzie, którzy na nie wchodzą, a każde doświadczenie alpinistyczne jest indywidualną nauką, która prowadzi do rozwoju wewnętrznego i wzrostu moralnego jednostki. Gdyby pozbawić góry pierwiastka ludzkiego, nie miałyby one żadnego znaczenia [Bonatti 2013b, s. 279]. Alpinizm to nie tylko sport. Gdyby zredukować tę aktywność do wspomnianej definicji, to wspinaczka byłby jedynie ograniczonym i ograniczającym ćwiczeniem fizycznym [Bonatti 2014b, s. 79-81]. Alpinizm, poprzez pokonywanie „niemożliwego”, które dla każdego człowieka ma inną wartość, jest drogą do poznania siebie i swoich granic, a w konsekwencji do ich dalszego przesuwania. Bonatti uważał, że: „Najwyższa i najtrudniejsza góra to zawsze ta, którą nosimy w nas samych. Ponieważ koniec końców to my tworzymy nasze góry i pragnienie ich zdobycia” [Messner 2013, s. 57]. Góry są idealnym nauczycielem życia, są miejscem wzrostu duchowego i emocjonalnego człowieka, ale tę szansę otrzymują tylko ci, którzy pragną, aby góry te wartości z nich wydobyły: „Góry pomagają stać się lepszym tylko temu, kto pragnie swojej poprawy. Nie uszlachetniają oczywiście ludzi obojętnych, zarozumiałych czy po prostu kogokolwiek... To reguły spartańskie i pokonywanie z wysiłkiem i w cierpieniu trudności oraz nieustępliwości rzeczy, z którymi się mierzymy, wspomagają proces kształtowania siły charakteru. Ale potrzeba do tego chęci! I wiercie mi, że opinia mówiąca o tym, że góry same z siebie wyciągają z człowieka dobro, jest tylko pustą teorią” [Bonatti 2013a, s. 9-10].

Koncepcja wewnętrznej spójności

Wielkość alpinisty, jak i każdego innego człowieka powinna przejawiać się w ideale spójności. Wartość ta ma odzwierciedlenie w świadomości własnych wyborów i akceptacji odpowiedzialności, jakie z nich wypływają. Spójność to jasność i czystość intencji, a zarazem stałość w ich realizacji. Ta cecha w rozumieniu W. Bonattiego to ramy, w których mieszczą się wartości, to wierność sobie manifestowana swoimi działaniami. Spójność to także nieuznawanie kompromisów, unikanie kamuflażu, odrzucenie ślepoty, nieuzasadnionego uporu, ograniczeń. Spójność wewnętrzna to jedność i całość wartości wyznawanych przez człowieka [Bonatti 2013b, s. 330]. Bonatti uważał, że spójność jest konsekwencją w działaniu, to kolejny krok w procesie dokonywania własnych wyborów i podejmowania decyzji. To wyzwanie, żeby mieć wytrwać w tym, w co się wierzy. Objawia się w postaci rzeczy i wartości, które uznaje się w swoim życiu za słuszne dla siebie samego. „Król Alp” przestrzegał jednak, że nie jest to wartość równoznaczna z upo-

rem, gdyż pozostaje otwarta na zmiany [Bonatti 2013a, s. 320]. Spójność to równowaga pomiędzy postępowaniem a swoją własną moralnością i jest to zadanie ściśle osobiste [Bonatti 2013b, s. 334-335].

Według zdobywcy Gaszerbruma IV czysty alpinizm odrzuca pomoc wszystkiego, co nie pochodzi z zasobów wewnętrznych człowieka. Ponadto wartościowa wspinaczka musi być działaniem, w którym pozostaje nie-naruszona równowaga pomiędzy wysiłkiem psychicznym i fizycznym. Aby sprostać temu założeniu, alpinista nie może uciekać się do pomocy zbyt wyszukanych narzędzi technicznych [Bonatti 1967, s. 87]. Bonatti za główną przyczynę degradacji i upadku moralnego alpinizmu uważał wykorzystywanie sztucznych ułatwień. Każda pomoc w postaci spitów, ringów, friendów i innych środków pomocniczych umniejsza rzeczywisty sukces wspinacza [Bonatti 2013b, s. 322-324].

Bonatti w każdej sferze życia doszukiwał się jej podstaw, czyli człowieka i jego działania. Każde dążenie do przygody i odkrywania siebie samego ma niewątpliwie sens z punktu widzenia jednostki, choć dla innych może być nieznaczące. W aspekcie geograficznym i fizycznym wszystko już zostało zrobione – nie ma już praktycznie nic do podbicia, ani do odkrycia. Istnieje jednak obszar wciąż dziewiczy, który jawi się w ludzkim wnętrzu. Walka w ścianie jest przede wszystkim bitwą i wygraną z samym sobą, uświadamianiem sobie własnej wartości na drodze odkrywania [Bonatti 2013b, s. 333].

Religia, ucieczka

Bonatti nie wierzył w Boga, choć uważał się za człowieka na swój sposób religijny [O'Connell 1997, s. 95]. Wspinacz zaprzeczał opinii, że im wyżej się człowiek wspina, tym bliżej mu do Stwórcy. Bóg to ludzkie sumienie, które nie może się ani oddalać, ani przybliżać: „Bogiem jesteśmy my sami, każdy z osobna dla siebie samego” [Messner 2013, s. 273]. Istnieje jedynie przypadek, który jest czynnikiem zewnętrznym i niezależnym od człowieka. Tylko wobec tego elementu alpinista jest bezsilny, ponieważ nie może go przewidzieć [Podestà 2012, s. 18]. Bonatti nigdy też nie pozwolił, aby to los biernie kierował jego życiem. Powtarzał, że w sytuacjach ciężkiej próby nie potrafił się z nim pogodzić, nigdy też nie godził się na śmierć, co wielokrotnie umożliwiło mu przeżycie [O'Connell 1997, s. 88]. Każdy człowiek jest w istocie odpowiedzialny za swój los. To zaś wyklucza również istnienie przeznaczenia, które jest konsekwencją tego, co każdy sam chce i potrafi dla siebie stworzyć. „Król Alp” mówił: „Stworzyłem siebie samego krok po kroku, rok za rokiem, z doświadczenia na doświadczenie. A to nie jest przeznaczenie, tylko ciągle wzrastanie” [Bonatti 2013a, s. 320].

Alpinizm nie może być utożsamiany z ucieczką, a uprawianie go dla samej „adrenaliny” czy igrania ze śmiercią jest pozbawione sensu. Zdobywca

Gaszerbruma IV sam przyznał, że kilkakrotnie w swoim życiu stał się ze śmiercią, jednak nigdy nie robił tego celowo, „aby zobaczyć, kto jest silniejszy”. „Król Alp” mówił, że praktyka alpinizmu nauczyła go, że to, co dla człowieka ma szczególną wartość, jest warte poświęcenia, nawet za cenę życia. Jednak takie ryzyko ma sens wówczas, gdy walczy się o prawdziwe ideały. Alpinista musi zawsze mierzyć góry według swoich możliwości fizycznych i psychicznych, nie narażając się na niepotrzebne i nieuzasadnione ryzyko [Bonatti 2013a, s. 314].

Wyznawane przez Bonattiego zasady pozwoliły mu sformułować teorię, że kwintesencją gór jest człowiek, a uprawianie alpinizmu jest tylko jednym ze sposobów na poznanie siebie samego. Uważał, że wspinaczka powinna być tożsama z poszukiwaniem, nigdy zaś z ucieczką, ponieważ w pewnym momencie trzeba umieć wejść do swojego wnętrza i zrozumieć przyczyny i mechanizm swojego działania [Bonatti 2013b, s. 323]. Ucieczka w rozumieniu „Króla Alp” nie jest wyjściem z problematycznej sytuacji zarówno w życiu, jak i w alpinizmie. Istotą i naturalną konsekwencją egzystencji jest konfrontacja z trudnościami i ciągle posuwanie się naprzód. Bonatti mówił, że są ludzie, którzy błędnie dostrzegają w alpinizmie próbę ucieczki od realiów dnia codziennego. Nie wykluczał jednak, że czasowo taka motywacja może się pojawić u wspinacza. Jest to jednak działanie, które nie może nigdy przeważać nad fundamentalnym założeniem alpinizmu, którym jest nie ucieczka, a zdobywanie [Bonatti 2013a, s. 281].

Góry zaspokajają w człowieku potrzebę spokoju i wewnętrznej harmonii, pozwalają odzyskać równowagę psychiczną. Wobec ich wielkości ludzie dostrzegają własną kruchość i nabierają świadomości nieuchronnego przemijania. W kontakcie z naturą człowiek doświadcza stanu „błogosławieństwa” poprzez utożsamianie się z jej majestatem [Le Alpi dieci anni dopo [w:] „Epoca”]. Wspinaczka, która całkowicie pochłania alpinistę zarówno fizycznie, jak i psychicznie, umożliwia także oczyszczenie duchowe [Bonatti 2013b, s. 266].

Strach, odwaga i umiejętność rezygnacji

Strach w swoistej filozofii alpinizmu Bonattiego był istotnym elementem. „Król Alp” sądził, że należy nauczyć się mieć nad lękiem władzę, choć jest to stan często niekontrolowany i trudny do opanowania. Znalezienie się w sytuacji prawdziwego strachu, jakie ma często miejsce podczas wspinaczki ekstremalnej, musi być pokonane trzeźwością umysłu, opanowaniem i racjonalną oceną sytuacji, pozbawioną zbytnej emocjonalności. Aby kontrolować swoje obawy, istotna jest świadomość siebie i świadomość swojego strachu, gdyż taka wiedza pozwala alpinistom przeciwdziałać lękowi i jego konsekwencjom. Wobec strachu każdy musi mieć szacunek i pokonywać go

z godnością. Bonatti zaznaczał, że w jego karierze alpinistycznej strach często pomagał mu stymulować odwagę, a także nauczył go rezygnować z celu i zaakceptować decyzję odwrotu [[w:] „ALP Speciale Ritratti”]. Strach jest nieodłącznym elementem wspinaczki, jednak wbrew powszechnej opinii, alpinisci nie narażają życia dla rozrywki i samego faktu zdobycia szczytu. Lęk pomaga odczuć smak życia w jego najpełniejszej formie [Bonatti 1967, s. 6].

Odwaga w koncepcji alpinistycznej Bonattiego jest trwale związana ze strachem i daje człowiekowi poczucie władzy i wyższości nad sobą samym. Wartości, które kształtują odwagę – to świadomość siebie i swoich możliwości, odpowiedzialność i determinacja. Odwaga w górach nie może być mylona z nierozważnym i bezmyślnym impulsem, który ujawnia się w obliczu zagrożenia. W takiej sytuacji męstwem okazuje się umiejętność odwrotu i porzucenia swojego zamiaru, nigdy zaś nierozważne podążanie za celem. W górach wspinacz zawsze musi odczuwać strach [Bonatti 2014, s. 80]. Bonatti porównał odwagę w obliczu ryzyka z „koniem, którego lejce należy mocno trzymać we własnych rękach”. Zauważył, że właściwe zarządzanie odwagą ma szczególne znaczenie podczas praktykowania alpinizmu, gdyż brak umiejętności obserwacji i analizy warunków może doprowadzić wspinaczy do upadku: „jeśli góra mówi, to wobec jej decyzji znaczymy mniej niż nic”.

Odwaga w sferze indywidualnej i społecznej to również konsekwencja w nieuleganiu degradacji moralnej. Męstwo zawiera się także w umiejętności ponoszenia odpowiedzialności za podejmowane decyzje i za ich skutki. Dobrowolne i świadome przyznanie się do błędu jest także aktem odwagi. Ta cnota, w rozumieniu Bonattiego, jest szczególnie wartościowa [Bonatti 2013a, s. 302-303].

Alpinizm klasyczny a współczesna wspinaczka

Walter Bonatti był przeciwnikiem kategoryzowania wspinaczki według typów. Uważał, że pierwotna forma alpinizmu jest jedyną, która zasługuje na uznanie. „Nie istnieje, jak wielu zdaje się teoretyzować, wspinaczka nowoczesna, dawna czy przyszła. Istnieje po prostu wspinaczka, i sama w sobie jest środkiem, możliwością żeby zrealizować swoje skłonności do przygody, te idealistyczne i emocjonalne. Nie mylmy więc alpinizmu z materią techniczną, ani przygody ze spektaklem. Obecnie, co jest całkowicie oczywiste, modna jest wspinaczka wirtuozyjna. Kiedy idę do cyrku, to podziwiam akrobatów i linoskoczków. W równym stopniu podziwiam występy, prawie tyle samo znaczące, niektórych lekkoatletów w górach. Ci ostatni nie pokazują nic innego, jak ruch zawieszania się na chwytach, bez znaczenia, czy to na tych naturalnych, czy sztucznych. I ten właśnie ruch, o ile może być wartościowy, jest... raczej jałowy. Na pewno nie wyraża żadnej z wartości ideowych i emocjonalnych w filozofii górskiej” [Bonatti 2013a, s. 310-311].

Bonatti uważał, że należy walczyć o alpinizm czysty, szczerzy, spójny i twórczy, oparty na takich fundamentalnych regułach etycznych, jakie były wyznawane przez alpinistów z lat 30. XX wieku. Uprawianie alpinizmu i innych górskich aktywności stanowi jeden z najpiękniejszych wynalazków, jakie człowiek stworzył dla własnej przyjemności, zarówno fizycznej jak i intelektualnej. Ubolewał jednak, że w ostatnich dziesięcioleciach jego znaczenie moralne i kulturowe straciło na wartości. Odniósł się do pierwotnych wartości wspinaczki klasycznej, której najwyższą nagrodą i celem samym w sobie było uczucie spełnienia wewnętrznego. Sam akt wejścia na szczyt czy przejścia ściany w żaden sposób nie zawierał się w filozofii górskiej, czyli miał wartość drugorzędą [Bonatti 2013b, s. 321-322]. W minionej epoce nie liczyło się współzawodnictwo z innymi alpinistami, a jedynie rywalizacja z samym sobą. Ponadto Bonatti uważał, że prawdziwy alpinizm musi być postrzegany jako suma trzech nierozzerwalnie współistniejących elementów: estetycznych, historycznych i etycznych [Bonatti 2013a, s. 8].

Współczesna kondycja alpinizmu staje się tematem wielu zjazdów i konferencji. Dyskusje nad stanem wspinaczki są jednak bardzo często zredukowane do rozmów na tematy ekonomiczne, odrzucając kluczowe kwestie moralne i emocjonalne. Dziś liczy się głównie praktyka alpinistyczna w kontekście sponsorów, wizerunku medialnego wspinacza i jego odbioru w społeczeństwie, wyceny dróg i dochodów ze sprzedaży. W skutek zniszczenia „ducha” alpinizmu mówi się przede wszystkim o klasyfikacji we wspinaczce, wyścigu o pierwszeństwo, rekordach szybkości w pokonywaniu dróg, o prestiżu, czy rywalizacji z innymi. Winnym upadku kluczowych wartości w alpinizmie jest pieniądz. Doprowadził on do „zatrucia, skorumpowania, poniżenia i zdegradowania” każdego przedsięwzięcia. Osobiste korzyści sponsorów i biznes reklamowy przekształcają każde działanie alpinisty w nierzetelną informację, której często celem nie jest upowszechnianie prawdy, ale osądzanie innych przy jednoczesnym anarchistycznym odrzuceniu reguł, ideałów i zasad.

Współczesny alpinizm opiera się na wpływie finansowym sponsorów, którym podlegają wspinacze. W tym wypadku do minimum zostaje ograniczone poczucie wolności i niezależności alpinisty, gdyż głównym zadaniem staje się realizacja zamierzeń wynikających z kontraktu pomiędzy *climbers* a firmami finansującymi przedsięwzięcie. Bonatti zaznaczył, że w tym wypadku nie liczy się już wyzwanie i walka z sobą dla samego siebie, ale spełnienie pokładanych w sportowcu oczekiwań, wypełnienie kontraktu. Bardzo często alpiniści związani ze sponsorami postrzegają swoje zadanie jako przymus, wynikający z wziętej na siebie odpowiedzialności. Wówczas presja psychiczna sprawia, że przejście drogi przestaje być środkiem do realizacji wyższych celów, a staje się celem nadrzędnym. Obawa przed porażką staje się wtedy silniejsza niż wewnętrzna potrzeba sprawdzenia siebie. Współczesna wspinaczka stała się handlem, biznesem, kontraktem pomiędzy tym, kto daje i bierze, sprzedażą produktu, a często własnego „ja” [Bonatti 2013b, s. 332-333].

Współczesny świat nie potrzebuje już człowieka do wielkich wyczynów. Element ludzki zastąpiła technika, która nadzoruje i ubezpiecza wszystko to, co błędnie jest pojmowane jako wyczyn. Prawdziwa przygoda jest sprzedawana w „pakiecie” usług. Współcześnie rozgłasza się w mediach samotne przedsięwzięcia, które nie są wcale realizowane w pojedynkę. „Bohaterom samotności” towarzyszą urządzenia komunikacyjne i gadżety techniczne, które w wypadku nieprzewidzianych problemów służą im pomocą. Taki stan rzeczy z założenia wyklucza nazwanie tych działań wyczynem, gdyż daje złudne poczucie bezpieczeństwa, które odbiera zadaniu prawdziwe cechy przygody.

Bonatti negocjował sponsoring w alpinizmie. Uważał, że chęć przeżycia prawdziwej przygody nie może uczynić z niej produktu na sprzedaż. Sądził, że wysokie koszty wyprawy nie są argumentem, który pozwala wspinaczowi uprawiać „prostytcję marketingową” [Bonatti 2013b, s. 294]. Według niego istnieją trzy możliwości działania w tej sytuacji: zarobić samemu na wyprawę, dostać fundusze w prezencie, ale bez przyjmowania logo i warunków firmy, która ofiaruje pieniądze w zamian za reklamę lub w ostateczności zostać w domu. Ta ostatnia możliwość z punktu widzenia moralnego jest i tak zachowaniem godniejszym, niż wystawienie się na sprzedaż [Bonatti 2013b, s. 295].

Przykładem alpinisty, który realizował uznawane przez Bonattiego wartości w kwestii organizacji wypraw był, jak sam podkreślał, Jerzy Kukuczka [Messner 2013, s. 222]. Bonatti osobie polskiego himalaisty poświęcił wiele uwagi. Choć sam był przeciwnikiem rywalizacji o pierwszeństwo w zdobyciu korony Himalajów, to uznał wyższość dokonań Kukuczki nad „kolekcją” Messnera. O Polaku pisał: „Kukuczka, w przeciwieństwie do Messnera, dokonał tego (zdobycie 14 ośmiotysięczników) prezentując najwyższą jakość wspinaczki, pokonując drogi i warunki (także te ekonomiczne) właściwie ekstremalne. Za to zasługuje na prawdziwe uznanie”. Polski wspinacz był idealnym wcieleniem alpinisty klasycznego, określanego przez Bonattiego jako: „Śmiałe marzenie, aby człowiek w swojej niezależności alpinisty samotnie podejmującego wyzwania, stał się kiedyś tak silny, by móc dotknąć najdalej wysuniętych granic” [Bonatti 2013b, s. 329; Bonatti 1978, s. 100; O’Connell s. 94].

Poza poniżeniem godności człowieka i sprzedaniem własnej wolności, kompromis w sprawie sponsoringu może doprowadzić nawet do śmierci w górach. Gdy wbrew oczekiwaniom wspinacz znajdzie się w sytuacji zagrażającej jego życiu, dążność do sprostania wymaganiom narzuconym przez firmę, która go finansuje, może zaburzyć ocenę ryzyka i odpowiedzialności. Współcześnie często się zdarza, że to nie sponsor wspiera przedsięwzięcie, a przedsięwzięcie jest kreowane pod sponsora, pozostając pod jego wpływem, uzależnione od wszelkich jego sugestii zmian. Ponadto sprzedanie się sponsorowi zaprzecza wartościom prawdziwej przygody, która powinna być

wyborem życiowym. Celowi temu należy poświęcić najczystsze wartości, po to, aby go w pełni zrealizować i aby w jego toku móc zrealizować siebie, bez uciekania się do niemoralnych działań. Bonatti uczył, żeby nie ulec złudzeniu „wyczynu”, który często jest dobrze zamaskowanym biznesem [Bonatti 2013b, s. 332-333].

Alpinista krytykował także koncepcję dzisiejszego współzawodnictwa. Zaznaczał, że obecnie rywalizuje się głównie z innymi, natomiast kiedyś konkurencja miała przede wszystkim charakter walki z samym sobą. Mierzyć się z trudnościami góry znaczyło dokonać wnikliwej analizy własnego „ja”. Jednocześnie Bonatti przyznał, że także kiedyś w koncepcję alpinizmu był wpisany element konfrontacji z innymi alpinistami pochłoniętymi pasją gór, jednak tłem tego wszystkiego było poczucie „idealnego zespolenia z naturą”, co często prowadziło do połączenia sił w drodze na szczyt [Bonatti 2013b, s. 10].

Bonatti wielokrotnie podkreślał, że nigdy wszystkie reguły istniejące w tradycyjnym świecie alpinistycznym miały charakter umowny, tj. nigdy nie były ani spisane, ani ustalone odgórnie. Wywodziły się z potrzeby czystości i wierności zasadom moralnym, które nie potrzebowały klasyfikacji, wyceny ani kontroli. Alpinisci dawnych czasów tworzyli własne zasady, które raz zaakceptowane, w sposób wolny i nieprzymuszony, musiały być uczciwie przestrzegane do samego końca. „Król Alp” porównał współczesny alpinizm do „gry w pokera z samymi asami”, w której gracz nie gra naprawdę, a oszukuje już z założenia. Ponadto reguły, jakim podlega, zabijają jego inteligencję i fantazję, ponieważ już na początku wyzwania ma świadomość, że „potrafi i może”. To uczucie jest jednak złudne, gdyż wyrosło na fałszywym obrazie pojmowania własnych możliwości. Z drugiej strony, Walter odniósł się do dzisiejszego, postępującego odrzucania prawdziwych i wartościowych reguł. Uważał, że bez punktów odniesienia i bez jasnych zasad wszystko jest dozwolone i możliwe. Podkreślił także, że działanie pozbawione reguł nie niesie żadnych wartości, ponieważ nie ma odniesienia do niczego i do nikogo: „Bez zasad, jest się nikim!” [Bonatti 2013b, s. 323-324]. „Król Alp” zaznaczał, że obserwując nastawienie do gór alpinistów z lat trzydziestych stworzył swoje własne „sumienie alpinisty”, które pozwoliło mu konsekwentnie przestrzegać raz zaakceptowanych reguł [Bonatti 1967, s. 87]. Dla Waltera szczególnie ważne we wspinaczce były: prostota linii, oszczędność środków i prostota stylu [O’Connell 1997, s. 92].

Alpinizm dla Bonattiego był tożsamy z przygodą [O’Connell 1997, s. 94-95]. Podkreślał, że zawsze pragnął przeżyć ją „maksymalnie, na miarę człowieka”. Przygoda w rozumieniu Waltera jest: „działaniem, które pochłania całego człowieka, i które potrafi wydobyć z głębi to, co najlepsze i to, co ludzkie jeszcze w nas pozostało”. „Obywatel Mont Blanc” uważał, że jeśli przyjąć, że alpinizm w dużej części jest fantazją, to zmysł przygody jest tym, co zapala tę fantazję. To, co naprawdę się liczy w alpinizmie, to

nie widowiskowe przejście drogi, ale kreatywna przygoda człowieka, który tego dokonuje i umiejętność podejmowania wyzwania, bez względu na wyniki. Tylko wtedy człowiek, który jest „owocem swoich doświadczeń i własnej wrażliwości” będzie mógł dorosnąć [Bonatti 2013b, s. 324].

Bonatti krytykował także myślenie współczesnych sportowców-alpinistów, którzy pokonując krótkie odcinki na „superubezpieczonych” ścianach, uważają, że dokonują przedsięwzięć kreatywnych i nastawionych na przygodę: „Dziś, gdy kult przygody ogranicza się do jej kupna w postaci produktu już «zapakowanego», zaskakującym jest jej pojmowanie jeszcze, jako «tabu do obalenia»” [Bonatti 2013b, s. 323]. Aby alpinizm nadal pozostał przygodą, należy zrezygnować ze sztucznych ułatwień, które dają człowiekowi fałszywy obraz rzeczywistych dokonań: „Przygoda nie może istnieć, jeśli w człowieku gaśnie pomysłowość, kreatywność, odpowiedzialność; jeśli się niszczy, albo przynajmniej lekceważy takie czynniki naturalne, jak «nieznane» czy «zaskoczenie». Co więcej, przygoda nie może mieć miejsca tam, gdzie są zastąpione innymi, albo czasem całkowicie wyparte, takie cechy, jak niepewność, obawa, odwaga, radość, zachwyty, samotność, odosobnienie, zmysł poszukiwania i odkrywania, uczucie niemożliwego, smak improwizacji, poddawania się próbie za pomocą własnych możliwości i środków. Czyli wszystkie te rzeczy, które dziś są niemal stłumione, czy wręcz wyeliminowane z życia codziennego” [Bonatti 2013b, s. 278].

Praktykowanie alpinizmu ma wartość wtedy, gdy zawierają się w nim trzy elementy, tj.: estetyka, historia i etyka [Bonatti 2013b, s. 8]. Współczesny świat zapomniał o tradycji i historii, a skierował się na modernizm i konsumpcję. Dziś w świecie sportowym obserwuje się tendencję używania nowoczesnego sprzętu, produktów dietetycznych i farmaceutycznych „godnych wypraw kosmicznych”. Nie bez znaczenia jest także rozwój w zakresie medycyny, biologii, fizjologii, które zrewolucjonizowały i umniejszyły wartość zmagania człowieka z samym sobą i z trudnościami [Bonatti 2013b, s. 12]. Bonatti miał wrogie nastawienie do zmodernizowanej formy alpinizmu, wykorzystującej ułatwienia techniczne, nazwane później przez niego samego *diavolerie* (diabelskie wynalazki). Sprzęt wspinaczkowy powinien być jedynie formą asekuracji przy zdobywaniu ściany, a nie narzędziem do redukcji jej trudności, szybszego jej pokonywania, czy złudnego poczucia bezpieczeństwa. Jako zwolennik tradycyjnych technik asekuracji, Bonatti uważał, że zaawansowany technicznie sprzęt wspinaczkowy niszczy pojęcie „niemożliwego” i zabija ducha prawdziwego alpinizmu. Współcześnie to technika kieruje alpinistą i jego możliwościami, dając mu zniekształcony obraz pola działania na najtrudniejszych ścianach świata [Bonatti 2013b, s. 330-331]. Wiercenie nitów nie tylko ułatwia znacznie przejście drogi, ale także niszczy trwale skałę, wobec której należy mieć szacunek. Dla Waltera alpinizm był nie tylko manifestem siły fizycznej i psychicznej, ale przede wszystkim filozofią życia, w której nie było miejsca na półśrodki [www 4].

Porównując alpinizm klasyczny z alpinizmem współczesnym jesteśmy dziś świadkami ogromnego postępu technicznego w kwestii sprzętu i techniki wspinania. Jednak w sferze wartości, w niektórych przypadkach widoczny jest zdecydowany regres [O'Connell 1997, s. 93]. Bonatti podsumował swoje rozważania twierdzeniem, że współczesna technika pokonała człowieka, upokarzając go przed samym sobą [Bonatti 2013a, s. 211].

Koncepcja „niemożliwego” i „nieznanego”

Koncepcje „niemożliwego” i „nieznanego” zajmowały wiele miejsca w rozważaniach Bonattiego nad alpinizmem. Uważał, że należy zmierzyć się z tymi elementami za pomocą dostępnych człowiekowi środków naturalnych, opartych na jego własnych ograniczeniach fizycznych, a nie za pomocą ułatwień technicznych. Człowiek jest sumą własnych ograniczeń, własnych doświadczeń, własnego sposobu życia w odniesieniu do czasów i warunków, w jakich przyszło mu żyć [Bonatti 2013a, s. 285]. Koncepcja „niemożliwego” miała więc ścisły związek z zewnętrznymi warunkami. „Król Alp” pisał: „Bezsprzeczny jest pasjonujący urok «niemożliwego» i «nieznanego», które od zawsze inspirowały przygody, jakim ulegał człowiek. Dzisiejsza koncepcja «niemożliwego» może już nie być taka sama nazajutrz. A to, co dla jednego jest nie do przeskokienia, może nie być tak samo trudne dla kogoś innego, posiadającego talent lub będącego lepiej przygotowanym. Jest też jasne, że «niemożliwe», żeby zachowało swój urok musi zostać pokonane, a nie zniszczone. Alpinista, który wybrał «niemożliwe» szczyty gór według własnej miary, musi się z nimi zmierzyć, używając metod całkowicie ludzkich. Nie może uciekać się do umniejszającej wartości wyzwań techniki, która daje efekt buldożera wygładzającego napotkane trudności. Nie wolno zapominać także, że wielkie góry mają wartość człowieka, który się z nimi mierzy, inaczej pozostałyby niczym innym, jak stertą nic nieznaczących kamieni” [Bonatti 2013b, s. 278].

„Niemożliwe” i „nieznane” są również ważnymi elementami przygody, która składa się na pojęcie alpinizmu. Zmierzyć się z tymi dwiema „nieświadomymi” jest równoznaczne z walką z własną niepewnością i wątpliwością. Gdy alpinista konfrontuje się z „nieznanym” kluczową rolę pełni jego psychika, która sprawia, że mnożą się trudności, a ograniczenia się rozprzestrzeniają. W dzisiejszych czasach, w których rozwój techniki zaszedł daleko, wystarczy niewiele, aby pokonać obawę przed nieznanym. Obecnie w powszechnym użyciu są zaawansowane technicznie narzędzia komunikacji i nawigacji, które łagodzą działanie „nieznanego” i osłabiają faktyczne emocje związane z przeżyciem przygody w pełnym tego słowa znaczeniu. Zamiast „grać w pokera z czterema asami”, należałoby walczyć z pełną świadomością i otwartością na własne ograniczenia: „Należy przekraczać Słupy Heraklesa, które są w nas, własnymi siłami” [Bonatti 2013b, s. 325].

Teoria Bonattiego była wielokrotnie krytykowana przez alpinistów wiernym nowej, „uproszczonej” wersji wspinaczki. Nazwali oni podejście Waltera „upośledzeniem masochisty”, które nie ma nic wspólnego z rzeczywistością. Zarzucany mu masochizm Bonatti skomentował: „Góry nie były dla mnie jedynie miejscem tragedii i cierpienia, jak niektórzy próbują insynuować, ale przede wszystkim miejscem radości i ogromnego szczęścia, ponieważ tam, na górze przeżyłem momenty, sytuacje i doświadczenia naprawdę jedyne i niepowtarzalne” [Bonatti 2013b, s. 324-325].

Cierpienie

Cierpienie według Bonattiego jest elementem składowym wspinaczki, a alpinista świadomie się na nie godzi. Trud, niedostatek i ból towarzyszą wspinaczowi w drodze na szczyt i są warunkami niezbędnymi do hartowania jego charakteru. Cierpienie też pomaga dorosnąć i poznać siebie samego. W obliczu walki góry obnażają prawdziwe „ja” w człowieku. Alpinista pokonujący trudności w skale „okazuje się być taki, jaki jest naprawdę, odkrywając z bezlitosną szczerością przed sobą i innymi swoje wady i zalety” [Bonatti 1967, s. 5]. Bonatti powtarzał, że góry dały mu lekcję uczciwości i szczerości: „Góry nauczyły mnie nie oszukiwać, być uczciwym wobec samego siebie i wobec tego, co robiłem. Jeśli wykorzystywane w umiejętny sposób, są szkołą bez wątpienia ciężką, czasem także bezlitosną, ale szczerą, co nie zawsze się zdarza w życiu codziennym. Jednak, gdy przenoszę te zasady do świata ludzi, czuję się natychmiast uznawany za głupca. Jest naprawdę trudno pogodzić te dwie sprzeczności. Stąd tak ważne jest, aby hartować ducha, żeby dokonać wyboru, kim tak naprawdę chce się w życiu być. A raz wybrawszy kierunek, być tak bardzo wytrwałym, żeby nie ulec pokusie jego zamiany na inny” [Bonatti 2013b, s. 14].

Samotność

Walter Bonatti podkreślał, że w swojej karierze alpinistycznej opierał się głównie na emocjach oraz impulsie twórczym i kontemplacyjnym [Bonatti 2013a, s. 7]. Alpinizm sprawiał, że czuł się „żywy, wolny i prawdziwy, czyli zrealizowany” [Bonatti 2013b, s. 7]. Takich emocji doświadczał najintensywniej dzięki samotnym wspinaczkom, które dawały mu możliwość zespolenia się z naturą, poznania swojego „ja” i własnych granic możliwości. Samotność, która dla Bonattiego była całkowicie świadomym wyborem, nauczyła go podejmować samemu decyzje i wyzwania, mierzyć je własną miarą i brać za nie pełną odpowiedzialność: „Samotność była dla mnie szkołą kształtowania siebie, stanem wyjątkowym, czasem nawet prawdziwą potrzebą, jednak

nigdy obawą” [Bonatti 2013b, s. 279]. Według zdobywcy Gaszerbruma IV odosobnienie umożliwia wnikliwe poznanie siebie samego, zrozumienie innych i otaczającego człowieka świata. Towarzysząca samotnym przygodom cisza, pozwala natomiast lepiej siebie usłyszeć, wejść w dialog z samym sobą, czyli ułatwia refleksję nad życiem: „To ogromne przestrzenie ciszy miały mi zawsze do opowiedzenia najpiękniejsze historie” [Bonatti 2013a, s. 289]. Samotność dla miłośnika przygód jest często naturalną potrzebą, gdyż taki stan wyostrza wrażliwość i pogłębia przeżywanie [O’Connell 1997, s. 89].

Przyjaźń i partnerstwo

Choć Bonatti uważał się głównie za alpinistę „samotnika”, to wartość przyjaźni była dla niego bezcenna. W swojej karierze wspinacza ekstremalnego tworzył zespoły jedynie z alpinistami, z którymi łączyła go głęboka więź przyjaźni. Nie akceptował współzawodnictwa w górach. Ponadto sądził, że rywalizacja w tym środowisku, wolnym od negatywnych uczuć i podziałów, nie może być utożsamiana z czystym alpinizmem. Z tego powodu Bonatti szybko porzucił zawód przewodnika górskiego, ponieważ nie był w stanie czerpać korzyści materialnych z relacji, jaka tworzy się pomiędzy partnerami połączonymi liną: „Nie mogłem, ani nigdy nie będę potrafił wpleść pomiędzy mną a górą i pomiędzy mną a partnerami-przyjaciółmi czynnika ekonomicznego” [Bonatti 2013b, s. 262-275]. Dla „Króla Alp” niezrozumiałym działaniem było ryzykowanie życia dla kogoś, z kim nie łączy alpinisty emocjonalna bliskość. Kluczowe we wspinaczce z partnerem są zaufanie i jedność zespołu oparta na szczerości [Messner 2013, s. 64-65]. Istotne jest również wspinanie się z partnerem, o podobnych zasadach etycznych i wrażliwości. Wspinaczka w zespole to także solidarność [Rho i Mauri 1997, s. 8, 17]. W sytuacjach, w których alpinista jest połączony liną z innym partnerem, staje się ona łącznikiem uczuć, strachu, przyjaźni, zaufania i wspólnie przeżywanej radości [Serafin 2012, s. 50].

Wartość środowiska naturalnego i przyrody

Waler estetyczny gór jest wspaniałym i doskonałym tłem uprawiania alpinizmu [Bonatti 1967, s. 5]. Samotność i cisza pozwalają na pełną jego kontemplację z dala od zgiełku miejskiego. Aby jednak móc w pełni podziwiać to naturalne „dzieło sztuki”, trzeba znaleźć się we właściwym momencie i w dogodnym punkcie obserwacji, gdyż w innym przypadku zatracą się formę, kolory i proporcje. Bonatti utożsamiał masyw Mont Blanc ze swoim ojcem. Każdą zdobytą górę nazywał używając przymiotnika „moja”, na znak szczególnej więzi, która stworzyła się między nimi na drodze doświadczenia

[Bonatti 2013b, s. 278-287]. Bonatti o pięknie gór, jakie go otaczały, mówił: „Byłem pewny, że [...] na ziemi nie ma niczego, co nie należałoby do wszystkich, a zatem także i do mnie. Wiedziałem, że pojąć piękno oznacza posiadać je w sobie. Mógłbym przysiąc, że w człowieku są zawsze jakieś drzwi do otworzenia. Uznawałem, że trudności nie wystawiają na próbę sił człowieka, ale jego słabości. [...] Życie ma sens, jeśli jest doświadczane z maksymalnym zaangażowaniem, przy jednoczesnym poszukiwaniu sposobu na realizację tego, co nosi się w sercu” [Bonatti 2013a, s. 222]. Emocje, jakich doświadczał Bonatti w kontakcie z pięknem przyrody miały dla niego szczególnie znaczenie: „Teraz bardziej niż zwykle, oczami umysłu, wsłuchiwałem się w ogromny oddech natury, nadawałem ludzkie proporcje nieskończoności, gubiłem się gdzieś we wszechświecie, czułem sobą całe piękno i wspaniałość życia. Odnalazłem w końcu prawdę – jedyną możliwą do znalezienia prawdę zawierającą się w każdym założeniu. Była to prawda wpływająca z serca” [Podestà 2012, s. 23].

W swojej wizji alpinizmu Walter Bonatti nie był również obojętny na problemy ochrony i dbałości o przyrodę. Uważał, że tylko tradycyjny alpinizm jest sposobem na osiągnięcie idealnej spójności z Matką Naturą, której należy się szacunek [Bonatti 2013b, s. 7]. Współczesna modernizacja i upowszechnienie alpinizmu doprowadziły do degradacji skał. Do zniszczenia przyczyniło się m.in. nieuzasadnione wiercenie oraz mocowanie haków i spitów, które przestały służyć jedynie do asekuracji na najtrudniejszych odcinkach dróg, a zaczęły być wykorzystywane masowo przez wspinaczy w wypadku każdego napotkanego utrudnienia. Walter, aby zobrazować skalę problemu, posłużył się przykładem ściany na Grand Capucin i swoimi refleksjami z jej powtórnego ujrzenia po 25 latach od pierwszego wejścia w 1951 roku. „Obywatel Mont Blanc” zauważył, że: „Te wielkie ściany, bez zastosowania tak licznych i tak wyszukanych ułatwień technicznych, pozostałyby niezwykłe. [...] Nazywając rzeczy po imieniu [...] niektóre drogi są perfekcyjnie absurdalne i nieużyteczne z punktu widzenia alpinistycznego” [Bonatti 2013b, s. 39-41]. Według Bonattiego na najtrudniejszych ścianach powinni wspinąć się tylko wybitni alpiniści, będący w stanie tego dokonać o własnych siłach, co jest tożsame z oznaką szacunku wobec natury. Nie można zapominać, że w górach liczy się także estetyka w pokonywaniu dróg, a nie sam fakt ich zdobycia [Bonatti 2013b, s. 39]. Przed rozpoczęciem wspinaczki alpinista musi „zinterpretować” ścianę, tzn. poznać jej strukturę i formę oraz wytyczyć estetyczną linię jej przejścia [Imperio 2012].

W opinii „Króla Alp” na słowa krytyki zasługuje także zjawisko turystyki masowej. Współcześnie, aby zaspokoić wymagania konsumenta, w górach często bezrefleksyjnie rozbudowuje się zaplecze infrastruktury sportowej poprzez budowę kolejnych kompleksów wyciągów, kolejek, stacji narciarskich. Ponadto powiększająca się oferta usług, tj. popularne już turystyczne loty helikopterem, czy po prostu, brak świadomości obywateli w kwestii edu-

kacji ekologicznej powodują nieodwracalne zmiany przyrody. Aby uczciwie i kompleksowo zadbać o naturę należy mieć na uwadze rzeczywiste dobro Człowieka, czyli jego dziedzictwo etyczno-kulturowe [*L'alpinismo? Invecchiando peggiora* 1989].

Podsumowanie

Walter Bonatti jest alpinistyczną legendą we Włoszech. Był jednym z najwybitniejszych wspinaczy okresu powojennego, który swoimi wyczynami górskimi wyprzedzał czasy, w których żył. Uprawianie ekstremalnego alpinizmu było dla niego drogą do poznania siebie, możliwością rozwoju psychicznego i fizycznego, sposobem na kontakt z zachwycającym pięknem natury. „Król Alp” traktował także wspinaczkę jako narzędzie do utrzymania równowagi wewnętrznej. Według niego, aby uzyskać stan harmonii umysłu poprzez praktykę alpinizmu, aktywność ta musi opierać się jedynie na czystych wartościach i żelaznych zasadach moralnych, w których nie ma miejsca na kompromis, półśrodki czy drogę na skróty. Dla „Króla Alp” wspinaczka była tylko jednym ze sposobów realizacji siebie i swojej ogromnej pasji przygody. Uważał, że góry nie mogą ograniczać człowieka, dlatego należy umieć rezygnować z zamierzonego celu z pogodą ducha. Zdobycie szczytu dla alpinisty nie może być tożsame jedynie z wyczynem fizycznym. Góry powinny umożliwiać głębokie przeżycie duchowe, którego celem jest człowiek i jego konsekwentne dążenie do bycia kimś lepszym.

Bibliografia

- Attraverso gli angeli. Walter Bonatti, la sua Nord, i suoi fantasmi* (2006), [w:] „ALP Grandi Montagne”, nr 34.
- Bersezio L. (2014), *Il mito K2. Storia e immagini del primo 8000 italiano*. Edizioni del Capricorno, Torino.
- Bonatti Walter [w:] *Wielka encyklopedia gór i alpinizmu*, tom VI.
- Bonatti W. (1962), *A mes montagnes*, Arthaud, Grenoble.
- Bonatti W. (1967), *Moje góry*, Iskry, Warszawa.
- Bonatti W. (1975), *Le mie montagne*, Zanichelli, Bologna.
- Bonatti W. (1978), *I giorni grandi*, Zanichelli, Bologna.
- Bonatti W. (2009), *Un mondo perduto*, Baldini Castoldi Dalai editore, Milano.
- Bonatti W. (2010), *K2 La verità 1954-2004*, Baldini Castoldi Dalai, Milano.
- Bonatti W. (2013a), *I miei ricordi*, Baldini&Castoldi, Milano.
- Bonatti W. (2013b), *Montagne di una vita*, Baldini&Castoldi, Milano.
- Bonatti W. (2014a), *Fotografie dai grandi spazi*, Contrasto, Milano.

- Bonatti W. (2014b), *Giorno per giorno, l'avventura*, Contrasto, Roma.
- Cassarà E. (2002), *La morte del chiodo fine del sesto grado sulle pareti alpine*, Nordpress, Chiari.
- Desio A. (1956), *La conquista del K2*, Garzanti, Milano.
- Imperio M. (2012), *Walter Bonatti, con il cuore, con i muscoli, con la testa*, Włochy.
- I passi di una vita* (2011), [w:] „Meridiani Montagne”, nr 53.
- Le mie Alpi dieci anni dopo* (1974), [w:] “Epoca”, nr 1250.
- L'alpinismo? Invecchiando peggiora* (1989), [w:] “Airone Montagna”, numer specjalny.
- Messner R. (2013), *Walter Bonatti. Il fratello che non sapevo di avere*, Mondadori, Milano.
- O'Connell N. (1997), *Więcej niż ryzyko. Rozmowy z alpinistami*, STAPIS, Katowice, s. 84-96.
- Orlando M., Laffi F., red. (1988), *K2- la montagna degli italiani*, Mursia, Milano.
- Podestà R. (2012), *Walter Bonatti una vita libera*, Rizzoli, Milano.
- Rho F., Mauri F., red. (1997), *Carlo Mauri il viaggiatore dei sogni*, Ferrari Editrice, Bergamo.
- Serafin R. (2012), *Walter Bonatti l'uomo, il mito*, Priuli&Verluccha, Torino.
- Viaggio nell'uomo* (2009), [w:] “ALP Speciale Ritratti”, nr 3.
- 1865 Edward Whymper, Walter Bonatti 1965* (2015), [w:] „Meridiani Montagne”, nr 72.

Netografia

- [www 1] Bonatti [w:] *Che Tempo che fa* RAI 3 (2009), <http://www.rai.tv/dl/RaiTV/programmi/media/ContentItem-ec9a7253-993d-4bac-9a27-abd9d3147d9e.html> (25.06.2015).
- [www 2] *K2, l'ultima parola di Bonatti “Tradito per mezzo secolo”*, <http://www.repubblica.it/2003/j/sezioni/sport/bonatti/bonatti/bonatti.html>, (20.06.2014).
- [www 3] Marrone C., *È morto Walter Bonatti*, http://www.corriere.it/cronache/11_settembre_14/bonatti-walter-morto_53177b3c-dea9-11e0-ab94-411420a89985.shtml (24.06.2015).
- [www 4] Pastore A., *Bonatti Walter*, [www.treccani.it/enciclopedia/walter-bonatti_\(Dizionario-Biografico\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/walter-bonatti_(Dizionario-Biografico)/), (18.04.2014).
- [www 5] *Walter Bonatti – Scalare se stessi*, <https://www.youtube.com/watch?v=MTh4AfzY1EY> (23.06.2015).

WALTER BONATTI'S ALPINIST IDEOLOGY**Abstract**

Purpose. This paper aims to present the alpinist ideology of Walter Bonatti, a prominent Italian alpinist of the postwar period, in the context of his life and his mountaineering achievements.

Method. Study of the biographical documents (primary and secondary sources) and of recorded interviews with Walter Bonatti, according to the biographical method. The author's own translations were used to analyze the Italian sources.

Findings. A synthesis of Walter Bonatti's thoughts on mountaineering. The Polish reader has an opportunity to discover and explore the alpinist ideology of this world-famous mountaineer of the postwar period.

Research and conclusions limitations. Bonatti's views on certain issues and the changes in these views over the years.

Originality. Until recently, Bonatti's alpinist ideology has been unknown to the Polish reader due to a lack of papers in Polish alpinist writings concerning the subject.

Type of paper. Case study and theoretical research presenting the alpinist ideology of one of the most prominent climbers of postwar Italy and Europe, Walter Bonatti, together with biographical elements.

Key words: Walter Bonatti, alpinist ideology, alpinism, extreme alpinism, mountaineering, K2.

**HERZLICH WILLKOMMEN IN POLEN.
OBRAZ POLSKICH GÓR
ORAZ OFERTA TURYSTYKI GÓRSKIEJ W POLSCE
NA PODSTAWIE NIEMIECKOJĘZYCZNYCH
PRZEWODNIKÓW TURYSTYCZNYCH**

*Julia Murrmann**

Abstrakt

Cel. W artykule podjęto próbę określenia, jaki obraz Polski jako destynacji w zakresie turystyki górskiej wyłania się na podstawie lektury niemieckojęzycznych przewodników turystycznych.

Metoda. Socjolingwistyczna analiza treści drukowanych (książkowych) i wirtualnych (internetowych) niemieckojęzycznych przewodników turystycznych o Polsce.

Wyniki. Wyłaniający się z materiałów turystycznych obraz polskich gór jest bardzo korzystny, i jednocześnie – ogólnie – jest bliski rzeczywistości. Ewentualne drobne zniekształcenia wynikają ze specyfiki charakteru przewodników turystycznych, których nadrzędnym celem jest promocja danej destynacji turystycznej.

Ograniczenia badań i wnioski. Analizie poddano tylko wybrane przewodniki. Poza tym treść przewodników, szczególnie tych internetowych, podlega częstej edycji, rewizji i uaktualnieniom.

Implikacje praktyczne. Wyniki badań mogą stanowić cenne wskazówki do przygotowywania nowych wydań przewodników.

Oryginalność pracy. Oryginalne dzieło na temat rzadko podejmowany przez badaczy.

Rodzaj pracy. Artykuł oryginalny prezentujący wyniki analizy socjolingwistycznej.

Słowa kluczowe: turystyka górska, polskie góry, obraz Polski, przewodnik turystyczny.

* Dr, Uniwersytet Warszawski, Wydział Neofilologii, Katedra Italianistyki; juliariozewska@wp.pl.

Wprowadzenie

Przewodniki turystyczne są jednym z podstawowych źródeł wiedzy o odwiedzanej destynacji turystycznej, informującym o tym, jakie zabytki warte zobaczenia oferuje dany region, jak się poruszać po okolicy oraz charakteryzującym bazę noclegową i gastronomiczną [Bateman, Harris, McAdam 2006, s. 142]. Są – jeśli użyć sformułowania wybitnego amerykańskiego socjologa turystyki D. MacCannella – „oznacznikiem”, czyli informacją o atrakcji turystycznej [MacCannell 2002, s. 64]. Należy je zakwalifikować, według G.M.S. Danna, do „pre-trip” oraz „on-trip written and visual media” [Dann 1996, s. 135-170], tj. materiałów wykorzystywanych przez turystów przed podróżą oraz w trakcie wyjazdu. Z uwagi na wzrastającą popularność ponowoczesnych form przekazu informacji drogą elektroniczną, w dzisiejszych czasach przewodniki coraz częściej przybierają postać wirtualną i dostępne są na przenośnych urządzeniach, które towarzyszą turystom na różnych etapach podróży (szczególnie młodemu pokoleniu podróżników). Niezależnie od formy (drukowana/*online*) konsultowane źródło zawiera podstawowe – *nolens volens* opiniotwórcze – informacje na temat historii, przyrody, kultury oraz atrakcji danego regionu i tym samym nakreśla pewien – bliższy lub dalszy od rzeczywistości – obraz destynacji turystycznej. Od sposobu prezentowania danego regionu w materiałach turystycznych zależy nastawienie turystów do danego miejsca przed wyjazdem oraz podczas podróży. Wielokrotnie alarmowano, że treść przewodników może przyczyniać się do tworzenia zniekształconego obrazu zwiedzanego obszaru – tematem zainteresowało się także UNESCO i powołało specjalną komisję (przy Uniwersytecie w Bochum), która miała za zadanie przeanalizować treść przewodników turystycznych. Badaniami objęto ponad 50 przewodników: powstały wytyczne dotyczące przygotowywania neutralnej, pozbawionej wartościujących treści, stereotypów i krzywdzących uogólnień literatury turystycznej [Telus 1996; Reuther 1996].

Niniejszy artykuł jest próbą uchwycenia wyłaniającego się na podstawie analizy zawartości niemieckojęzycznych przewodników turystycznych obrazu Polski jako destynacji w zakresie turystyki górskiej. Innymi słowy: w artykule podjęto próbę nakreślenia wizerunku Polski jako potencjalnej destynacji turystycznej dla niemieckojęzycznych turystów zainteresowanych turystyką górską na podstawie treści przewodników turystycznych o Polsce. Niemieckojęzyczne przewodniki skierowane są w pierwszej kolejności do gości z Niemiec, Austrii oraz niemieckojęzycznej części Szwajcarii, a także do innych turystów władających językiem niemieckim (być może w ich rodzimym języku nie ma przewodników turystycznych po Polsce). Jest to ważna i liczna grupa docelowa – nasi sąsiedzi zza Odry są od lat w czołówce turystów odwiedzających nasz kraj, co jest istotne z ekonomicznego punktu widzenia. Ważne jest zatem sprawdzenie, jakie wyobrażenie

o Polsce ma ta grupa odbiorców po lekturze przewodników turystycznych dostępnych na rynku lub w Internecie., Bogate doświadczenie autorki niniejszej pracy w zakresie obsługi ruchu turystycznego z Niemiec, które zdobyła zarówno jako pilot wycieczek, jak i tłumacz, sugeruje konieczność weryfikacji danych (nieprawdziwych, przesadzonych, „złośliwych”) z materiałów turystycznych.

Przegląd literatury

Wielokrotnie podejmowano tematykę treści przewodników turystycznych oraz ich roli w procesie zwiedzania. Francuski filozof R. Barthes pisał w *Mitologiach* o roli mitów w przewodnikach: na przykładzie *Le Guide Blue*, wydanego przez Hachette, francuski badacz napiętnował powierzchowność, próżność i nieautentyczność literatury turystycznej oraz pokazał, jak wiele uwagi poświęca się zabytkom kościelnym i jak wychwala się „pagórkowate malownicze pejzaże”, a jak mało koncentruje się na sytuacji społeczno-politycznej danego regionu. Tym samym, w świetle ostrej krytyki Barthesa, przewodniki te nie zaspokajają potrzeb współczesnych podróżników [Barthes 2008, s. 120-124].

Amerykański klasyk socjologii turystyki D. MacCannell pokazał na przykładzie przewodników turystycznych, w jaki sposób utrwalają one podziały klasowe w społeczeństwie. Amerykański badacz prześledził różnice w rekomendacjach i wskazówkach dotyczących zwiedzania Paryża w dwóch przewodnikach skierowanych do zgoła innych grup społecznych (*Anglo-American Practical Guide to Exhibition Paris: 1900* wydanym przez Williama Heinemanna oraz *Paris and Environs with Routes from London to Paris: Handbook for travellers* wydanym przez Karla Baedekera): „Ze względu na to, że przeznaczony był w założeniu dla Grand Tour-ystów, zachował on [Baedeker] charakterystyczny, sarkastyczny i wyniosły ton klasy wyższej. *Praktyczny przewodnik* jest zupełnie inny [...], prezentuje on punkt widzenia liczącej każdy grosz klasy średniej i natychmiast kieruje swych czytelników jak najdalej od sklepów przy rue de la Paix” [MacCannell 2002, s. 95]. W Baedekerze natomiast wymienione są tylko hotele i restauracje najwyższej klasy i sklepy przy Wielkich Bulwarach, przy rue de la Paix i Avenue de l’Opera (odpowiednio kosztowne). Na napuszony ton przewodników serii Baedeker zwracał też uwagę inny amerykański socjolog turystyki – D. Boorstin [1961, s. 104-106].

D. Gilbert wyodrębnił natomiast typowe cechy wydanego w 1926 roku przez W.E. Hambleya przewodnika zatytułowanego *How to „do“ London in a Day*, czytelnie adresowanego do turystów pochodzących z przemysłowych miast północnej Anglii (np. Manchesteru czy Sheffield), którzy na zwiedzenie Londynu mogli i chcieli („największą przyjemnością był powrót

do domu”) poświęcić tylko jeden dzień. W przewodniku opisana jest konkretna trasa do zrealizowania, „utarta ścieżka” (ang. *beaten track*), z której turyści nie powinni zbaczać. Wiele elementów treści przewodnika klarownie wskazuje na dedykowanie go konkretnej grupie turystów – wspomnianych przedstawicieli klasy robotniczej, którzy podążając za modą i poczuciem obowiązku muszą „zaliczyć” Londyn jako stolicę Imperium: *Hambley's poor tourists* („biedni turyści zwiedzający Londyn z przewodnikiem Hambleya”) chcieli jednak tak naprawdę uniknąć prawdziwego Londynu i prawdziwych londyńczyków (mieli zresztą świadomość bycia niechcianymi gośćmi). Przewodnik spełnia to oczekiwanie: wskazuje miejsca *must see*, w których niekoniecznie trzeba zaznaczyć swoją obecność (na trasie „mozolnego marszu” znajdują się m.in. rynek Petticoat Lane, Katedra Świętego Pawła, National Gallery przy placu Trafalgar Square, kościół Westminster Abbey, dzielnica Earls Court), pozostawiając jednocześnie niewiele czasu na *sightseeing* (oglądanie widoków) *sensu stricto* [Gilbert 2000, s. 259-260].

W kontekście strategii konstruowania narracji, na specyfikę przewodników turystycznych wpływa także ich język. Jak zauważa J. Murrmann [2014], można wyodrębnić wiele odmian języka turystyki, m.in. profesjonalistów pracowników branży turystycznej, komercyjny język prasy turystycznej i reklamy, język literatury pięknej poświęconej turystyce oraz, co ważne w kontekście niniejszego opracowania, „język przewodników i informatorów turystycznych, cyklicznie publikowanych na rynku, przygotowywanych przez specjalistów i – w przeciwieństwie do reklamy czy dzienników z podróży – roszcujących sobie prawo do pozostania obiektywnymi” [Murrmann 2014, s. 50]. Jednym z pierwszych badaczy języka turystyki *per se*, który zresztą był zdziwiony faktem, że nikt wcześniej nie zajął się gruntownie tą tematyką, był G.M.S. Dann [1996, s. 2]. Jego *opus magnum* zatytułowane *The language of tourism: a sociolinguistic perspective* pozostaje jednym z najważniejszych – i w ogóle zresztą jednym z nielicznych – ujęć tej problematyki. Dann skupia się przede wszystkim na symbolicznym i semiotycznym wymiarze języka turystyki, analizując dyskurs z perspektywy socjolingwistycznej i prezentując repertuar środków stylistycznych wykorzystywanych w języku turystyki rozumianym jako forma kontaktu z potencjalnym klientem. Dann opisuje niezwykle ciekawe sposoby pozyskiwania, czyli „zaczarowania”, turysty poprzez różne zabiegi językowe, gdyż język turystyki jest z jednej strony plastyczny: „jest jak układanka czy kalejdoskop pełen tematów i kolorów” [Dann 1996, s. 3], a z drugiej strony jako „ustrukturyzowany, monologiczny, wieloaspektowy i kontrolujący sposób komunikowania między anonimowymi nadawcami, występującymi w roli rodzica i łatwo identyfikowalnymi odbiorcami, przyjmującymi rolę dziecka [...] język turystyki jest tak perswazyjny i kluczowy, że bez niego sama turystyka zapewne przestałaby istnieć” [Dann 1996, s. 249]. Jedną z technik dotarcia do odbiorcy jest użycie *key words* w celu pobudzenia wy-

obraźni potencjalnego klienta. Dann podał w tym kontekście następujące słowa kluczowe: *away* (daleko/na wyjeździe), *adventure* (przygoda), *escape* (ucieczka), *dream* (marzenie), *imagination* (wyobraźnia), *lust* (pożądanie), *pleasure* (przyjemność). Przekaz reklamy turystycznej ma być krótki, jasny, aktualny i aktywny. Wykorzystywane są też odpowiednio dobrane językowe środki budujące dramaturgię i mające za zadanie zaakcentowanie charakteru przeżycia, m.in. za pomocą słów: autentyczny (*genuine, authentic*), prawdziwy (*real thing*), nadzwyczajny (*of unusual interest*) – tu zauważalne jest niewątpliwie odwołanie do teorii D. MacCannella [2002], jako że główną motywację do wyjazdu stanowi według amerykańskiego socjologa poszukiwanie autentyczności. Inne środki stylistyczne i chwytły charakteryzowane przez Danna to humorystyczna gra słowna („Norway at see level”, „Bermuda shorts. Bermuda a short trip to a perfect Holiday”; nieprzetłumaczalne na język polski z zachowaniem podwójnego znaczenia), metafory, kombinacja przekazu werbalnego z wizualnym (synergia słowa i obrazu), celowanie w ego turysty (*ego-targeting*; bezpośrednie zwracanie się do potencjalnego klienta: „Czy zechciałbyś...?”, „Czekać na Ciebie będzie...”, „Stworzyliśmy dla Ciebie...”), personifikacja miejsc poprzez przypisanie do konkretnej destynacji turystycznej jakiejś wyrazistej osobistości w charakterze *testimoniala* (np. Paula Gauguina do Tahiti a Franka Sinatry do Las Vegas), a także bardzo ciekawy zabieg *linguaging* (zabawa językiem), polegający na przedstawieniu wyższości przedmiotu reklamy nad innymi (realnymi lub fikcyjnymi) przedmiotami konkurencyjnymi poprzez użycie imponujących wyrazów obcych („spróbuj spaghetti *alla marinara*”), aliterację (powtórzenie w celach ekspresywnych jednej lub kilku głosek na początku lub w akcentowanych pozycjach kolejnych wyrazów tworzących wypowiedź), onomatopeję (dźwiękonaśladownictwo) lub użycie wyrażenia potocznych w formalnym kontekście [Dann 1996, s. 171-210]. Późniejsza (aktualna) praca naukowa Danna poświęcona jest głównie studium języka reklamy turystycznej: na przykładzie pięciu nagrodzonych reklam znanej międzynarodowej sieci hoteli Hilton autor analizuje strategię ukierunkowania przekazów zaadresowanych do biznesmenów i proponuje różne sposoby odczytywania obrazów i tekstów [Dann 2011, s. 23-42]. Wiele spostrzeżeń i wniosków (jak chociażby postrzeganie języka turystyki jako dyskursu kontroli społecznej: „poprzez szereg nakazów i zakazów, turystyczne doświadczenie zostaje uporządkowane” [Tamże, s. 29]) można także wykorzystać przy analizach języka przewodników turystycznych.

W przeglądzie literatury należy sięgnąć jeszcze do prac, które stanowiły bezpośrednią inspirację do przygotowania niniejszego artykułu i dotyczą *par excellence* obrazu Polski w niemieckojęzycznych materiałach turystycznych. Artykuł B. Helbig-Mischewski pochodzi z lat 90. i nosi wymowny tytuł *Die netten Chaoten von nebenan. Das Polenbild in deutschen Reiseführern*

(Sympatyczni sąsiedzi-chaoci. Obraz Polski w niemieckich przewodnikach). Na podstawie sześciu niemieckich przewodników turystycznych o Polsce wydanych w latach 1991-1996 badaczka pokazuje, jak wielką rolę stereotypy (przeważnie te negatywne, np. skłonność do kradzieży samochodów, przesadna pobożność, niechlujstwo, chaotyczność, irracjonalność) odgrywały przy konstruowaniu treści przewodnika dla niemieckich turystów [Helbig-Mischewski 1999, s. 120-134]. Artykuł J. Różewskiej jest analizą tego samego zagadnienia prawie 20 lat później i zatytułowany jest także znacząco: „*Kraj Papieża, bocianów, Solidarności i złodziei samochodów. Obraz Polski w niemieckojęzycznych materiałach turystycznych, na podstawie książkowych i wirtualnych przewodników turystycznych*”. Celem pracy była analiza elementów składających się na obraz Polski: położenie geograficzne, natura i środowisko, infrastruktura, gospodarka, stolica, narodowy charakter Polaków, wybitni Polacy, życie codzienne w Polsce, problemy społeczne społeczeństwa polskiego, symbole, historia, dziedzictwo kulturowe i atrakcje turystyczne, święta i obyczaje, kuchnia, sport i wypoczynek oraz język polski. W badaniach wykorzystano metodę jakościowej analizy materiału empirycznego, zarówno tekstów, jak i obrazów zawartych w przewodnikach. Korpus składał się z 11 najnowszych wydań przewodników książkowych (z lat 2004-2011) oraz z 9 przewodników wirtualnych. Wyniki badań zostały przedstawione w trzech porządkach. Jeśli chodzi o obraz Polski jako krainy geograficznej, to Polska jawi się jako fascynująca „ziemia nieznana” tuż za granicą, kraj o nieprzeciętnych walorach przyrodniczych, na które składa się unikatowa fauna i flora, kraj – co prawda – nieco zacofany infrastrukturalnie, ale prężnie rozwijający się gospodarczo. Stolica Polski to dynamiczne miasto z walorami kulturowymi. Jeśli chodzi o społeczeństwo to Polacy przedstawieni zostali jako gościnni, przyjaźnie nastawieni, dobroduszni i życzliwi gospodarze. Polski tradycjonalizm przejawia się w stosunku do Kościoła, ojczyzny i rodziny. Polska to kraj wielu wybitnych ludzi. Życie codzienne nie różni się od standardów w Europie Zachodniej. Formy grzecznościowe są bardziej tradycyjne, FKK (*Freikörperkultur*; nudyzm) nie jest popularna.

Problemy społeczne to przestępczość, która jednak jest charakterystyczna przede wszystkim dla miejscowości turystycznych. Kultura polska ma wiele twarzy. Formalne symbole Polski to biało-czerwona flaga, orzeł i hymn, te nieformalne to typowe pamiątki turystyczne. Historia Polski jest naznaczona konfliktami z Niemcami, ale ostatnie dekady przyniosły ocieplenie stosunków. Polska ma do zaoferowania wiele atrakcji turystycznych, liczne obiekty wpisane na listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Przyrodniczego Ludzkości UNESCO, ciekawe święta, obyczaje oraz przez cały rok gości liczne wydarzenia kulturalne. Tradycyjna kuchnia polska jest smaczna, ale raczej tłusta i stąd „narodowy trunek”, dla poprawy trawienia, to wódka. Polska jawi się jako raj i mekka dla miłośników prawie każdej

dyscypliny sportu rekreacyjnego. Język polski uchodzi za niezwykle trudny, ale Polacy są językowo przygotowani na zagranicznych turystów. Można zatem stwierdzić, że turystom z Niemiec oferowany jest nieco wypaczony obraz wschodniego sąsiada, co należy tłumaczyć przede wszystkim specyfiką tego typu literatury. Przewodnik turystyczny to rodzaj reklamy dla opisywanej destynacji turystycznej. Tu ujawnia się komercjalizacja literatury turystycznej – Polskę, jak produkt, trzeba „dobrze sprzedać”, co owocuje jej przereklamowaniem. W tle opisów pobrzmiewają stereotypy i nieuprawnione uogólnienia, ale tendencja do operowania nimi znacznie zmalała w stosunku do lat 90. Autorzy współczesnych przewodników dążą do obiektywności i podważają utarte poglądy oraz krążące stereotypy [Różewska 2012, s. 215-230].

Materiał i metody badań

Jako metodę badawczą wykorzystano analizę treści, która jest „badaniem zarejestrowanych ludzkich przekazów” [Babbie 2009, s. 358], a zatem w tym przypadku – przewodników. Skupiono się na tym, jakie treści pojawiają się w wybranym korpusie tekstowym, który stanowiły dostępne na rynku wydawniczym drukowane (książkowe) oraz dostępne w sieci wirtualne (internetowe) niemieckojęzyczne przewodniki turystyczne. Przeprowadzone badanie miało charakter jakościowy. Łącznie analizie poddano 7 przewodników drukowanych (znanych serii wydawniczych, takich jak: Michelin, Baedeker, Marco Polo, ADAC, Dorling Kindersley, Pascal, Lonely Planet¹) i 7 przewodników wirtualnych². Pełny wykaz zawarto w bibliografii oraz netografii. Analizowane przewodniki powinny być *de facto* podzielone na teksty przygotowane oryginalnie w języku niemieckim (niemieckich autorów) oraz tłumaczenia z innych języków (autorów polskojęzycznych lub anglojęzycznych), gdyż fakt, w jakim języku i jednocześnie na jakim obszarze kulturowym powstał dany przewodnik może mieć istotne znaczenie dla ja-

¹ Planowano dotrzeć do wszystkich niemieckojęzycznych drukowanych przewodników turystycznych o Polsce, ale okazało się, że przewodnik wydawnictwa Vista Point, zatytułowany *Polen* (Polska) zawiera dokładny opis wszystkich większych miast w Polsce, niektórych mniejszych znanych miejscowości turystycznych, całego wybrzeża Bałtyku oraz Warmii i Mazur, nie ma natomiast żadnych wiadomości dotyczących polskich gór. Pewną okolicznością tłumaczącą ten stan rzeczy może być fakt, iż jest to dosyć cienki przewodnik (96 stron), niemniej jednak fakt nieuwzględnienia gór powinien być zasygnalizowany na poziomie tytułu. Niektóre serie wydawnicze oferują natomiast tylko przewodniki po północnej Polsce (jest to wyraźnie zasugerowane w tytule), na przykład wydawnictwo Michael Müller Verlag, Reise Know-How Verlag, Dumont, Iwanowski's i nie ma odpowiedników traktujących o południu Polski.

² Nie można było dotrzeć do wszystkich przewodników internetowych objętych analizą przez Różewską [2012], gdyż niektóre strony internetowe już wygasły lub zawarte treści nie obejmowały obszaru polskich gór.

kości opisu, w tym również mechanizmów wartościowania i stereotypizacji w odniesieniu do oferty turystycznej. W praktyce okazało się to jednak niemożliwe. W wielu przypadkach mamy jednak do czynienia z mieszanym zespołem autorów lub prac pod zbiorową redakcją. Poszczególni twórcy przewodników mają także pewne ograniczenia merytoryczno-stylistyczne, gdyż muszą realizować politykę wydawnictw, pod których auspicjami publikacja się ukazuje. Dodatkową trudnością jest także fakt, iż nieznana jest tożsamość większości autorów przewodników wirtualnych.

Korpus ograniczono do fragmentów przewodników poświęconych obszarom górskim i turystyce górskiej: od kilku do kilkuset stron w zależności od przewodnika (rozpiętość ta wynika głównie z liczby zamieszczonych zdjęć i/lub mapek, z liczby uwzględnionych w opisie miejscowości górskich oraz z wielkości czcionki i *layoutu* poszczególnych stron przewodnika). W celu unifikacji cytowań (w niektórych przewodnikach nie podawano konkretnego autora lub był to wieloosobowy zespół autorski, prawie wszystkie przewodniki mają natomiast ten sam tytuł) w części poświęconej wynikom badań podawano wydawcę przewodnika, rok wydania oraz stronę, np. [Michelin 2006, s. 1].

Wyodrębniono następujące kategorie analizy:

- opis walorów przyrodniczych w polskich górach,
- ocena możliwości i warunków uprawiania sportów i wypoczynku w polskich górach,
- charakterystyka infrastruktury turystycznej i paraturystycznej w polskich górach,
- opis kulturowych atrakcji turystycznych w polskich górach,
- charakterystyka gospodarzy.

Analizę wykonywano za pomocą ATLAS.ti.

Polskie góry oraz oferta turystyki górskiej w niemieckojęzycznych przewodnikach turystycznych – wyniki i dyskusja

Opis walorów przyrodniczych w polskich górach

We wszystkich analizowanych przewodnikach podkreśla się wyjątkowość, urok, piękno i malowniczość polskich gór, rozpościerających się na południu i na południowym zachodzie Polski (m.in. Baedeker 2006, s. 22; Dorling Kindersley 2010/2011, s. 13, 18, 164; Pascal 2004, s. 292; Michelin 2006, s. 264; inne]. To kraina atrakcyjna krajobrazowo: w opisach powtarzają się takie epitety, jak: spektakularne, piękne, wspaniałe, zapierające dech w piersi, wzruszające, fascynujące, cudne, urokliwe, przepiękne, malowni-

cze, zajmujące, interesujące. Dostępne są także liczne kolorowe ilustracje, np. zdjęcie „fantastycznych formacji skalnych w Parku Narodowym Gór Stołowych w Sudetach” [Baedeker 2006, s. 22], „uroczych krajobrazów Karpacza, z widokiem na Śnieżkę” [ADAC 2006, s. 58] czy „barwnych pejzaży” i „malowniczych panoram” [Pascal 2004, s. 300-303]. W innym przewodniku czytamy: „Die Tatra bietet atemberaubende alpine Landschaften“ (W Tatrach można zobaczyć zapierające dech w piersiach alpejskie/wysokogórskie krajobrazy) [Dorling Kindersley 2010/2011, s. 18], przy czym należy podkreślić dwuznaczność niemieckiego przymiotnika „alpin” – w obydwu przypadkach jest to dla polskich Tatr nobilitujące. Ważnym elementem krajobrazu są także liczne urokliwe jeziora polodowcowe [<http://www.polen-total.de/Gebirge-und-Schlesien.7.0.html>]. Gdzie indziej Tatry charakteryzuje się jako „das kleinste Hochgebirge der Welt“ (najmniejsze wysokie góry świata; nie są duże, ale mają geologiczne cechy gór wysokich i tym samym charakter alpejski) [Marco Polo 2008, s. 93; Baedeker 200, s. 3], w innych przewodnikach podkreśla się, że Tatry są „najwyższymi górami w Europie Środkowej” [Dorling Kindersley 2010/2011, s. 18; Lonely Planet 2006, s. 221]. Zabieg superlatywizacji jest typowy dla języka przewodników turystycznych: każdy obiekt można pokazać jako „naj” w swojej kategorii. Podobną techniką podkreślania wyjątkowego charakteru danej atrakcji turystycznej jest użycie epitetu „jedyne”: „Die Hohe Tatra ist das einzige Gebirge des Landes, das diesen Namen verdient” (Tatry Wysokie to jedyne góry kraju, które zasługują na takie miano) [<http://www.lonelyplanet.de/reiseziele/polen/highlights/>]. Jak pisał Dann [1996], odpowiednio dobrane przydawki mają za zadanie zaakcentować unikatowy charakter przeżycia.

Z opisów natury w przewodnikach wynika, że przyroda w polskich górach jest wyjątkowo piękna. Szczególną uwagę poświęca się elementom krajobrazu alpejskiego (w Karpatach) z typowym ukształtowaniem terenu i charakterystyczną florą: skaliste gołoborza, wysokogórskie rozległe hale, malownicze przełęcze, gęste dzikie lasy, połacie kosodrzewiny i porosty skalne [Michelin, s. 264]. Dolina Pięciu Stawów to „cud natury” [Pascal 2004, s. 302] (określenie to można by zresztą z powodzeniem zakwalifikować jako przykład *key word* w ujęciu Danna). Informuje się turystów, że w polskich górach można spotkać rzadko występujące okazy fauny, takie jak: niedźwiedź brunatny, świstak, kozica, ryś, wilk górski [m.in. Dorling Kindersley 2010/2011, s. 13; Lonely Planet 2006, s. 268; Pascal 2004, s. 298-299; Baedeker 2006, s. 168; <http://www.reisenachpolen.de/>].

Bieszczady charakteryzowane są jako jeden z najpiękniejszych zakątków Polski. Są „dziewicze”, „dzikie”, „bezludne”, „nieskażone obecnością turystów”. Połoniny to wyjątkowa atrakcja przyrodnicza i ewenement na światową skalę [Marco Polo 2008, s. 94; Lonely Planet 2006, s. 239; Michelin 2006, s. 220; Dorling Kindersley 2010/2011, s. 168; <https://de.wikivoyage.org/wiki/Polen>; <http://www.reisenachpolen.de/>].

Ocena możliwości i warunków uprawiania sportów i wypoczynku w polskich górach

Po lekturze przewodnika niemieckojęzyczny turysta – amator rekreacji ruchowej, powinien czuć się w polskich górach jak w raju. Karkonosze opisane są jako „Ski- und Wanderparadies” („raj do narciarstwa i wędrówek”) [Michelin, s. 274; <http://www.schoenes-polen.de/>], Karpaty to „ein Paradies für Wanderer, Ski- und Radfahrer aus Polen und ganz Europa” (raj dla piechurów, narciarzy i kolarzy z Polski i z całej Europy) [Lonely Planet 2006, s. 221], a pasmo tatrzańskie to także „Trekkingparadies” (raj do trekkingu) [Lonely Planet 2006, s. 270] i „Paradies für Alpinisten” (raj dla alpinistów) [Baedeker 2006, s. 3]. Bogato opisuje się możliwości odbywania wędrówek pieszych, rowerowych i konnych, wspinaczki oraz uprawiania narciarstwa i snowboardu w licznych ośrodkach [Dorling Kindersley, s. 338-339]. Jako najważniejsze ośrodki narciarskie wymienia się: Bukowinę Tatrzańską, Szczyrk, Żywiec, Zawoję, Krynice, Rabkę, Szklarską Porębę. Są także – w Beskidach i w Tatrach – liczne możliwości do uprawiania narciarstwa biegowego [Michelin 2006, s. 365]. Atrakcją ważną uwagi są także przejażdżki saniami i kuligi w pięknej białej scenerii (oczywiście tylko, gdy jest śnieg) [<http://www.info-polen.com/>].

Jako „Insider Tipp”, czyli aktywność szczególnie godną polecenia, przewodnik Marco Polo poleca „Schneeschuh-Wanderungen auf den Spuren der Wölfe” w Bieszczadach, czyli wędrówki śladami wilków [Marco Polo 2008, s. 111]. Bieszczady oferują turystom spokój i ciszę: to „ucieczka od cywilizacji” [Pascal 2004, s. 314], czyli dosłowny przykład dannowskiego [1996] keywordingu. Są one również doskonałą destynacją dla miłośników przyrody, którzy chcą „zejść z utartych ścieżek” [Lonely Planet 2006, s. 239].

Wielką zaletą polskich obszarów górskich są dobrze oznakowane i zróżnicowane pod względem trudności szlaki wędrówne – jest ich ponad 9000 [ADAC 2006, s. 135; Marco Polo 2008, s. 111; <http://www.welcome2poland.com/>]. Wśród tak wielu tras turystycznych każdy znajdzie coś dla siebie – zarówno „Naturfreaks” [Lonely Planet 2006, s. 265], początkujący piechurzy, jak i „die gehfaulen Touristen” (leniwi turyści) [Pascal 2004, s. 293].

Jako niesamowitą atrakcję poleca się „superprzygodę i zabawę: spływ Dunajcem w Pieninach” (załączone jest także zdjęcie) [Baedeker 2006, s. 23]. Inne przewodniki odnoszą się do tej atrakcji w kategoriach “Highlight” [Lonely Planet 2006, s. 264; Pascal 2004, s. 305]. Przełom Dunajca promują zresztą wszystkie przewodniki.

We wszystkich przewodnikach zwraca się uwagę na liczne Kurbäder (uzdrowiska) w różnych rejonach gór Polski, takie jak Krynica, Polanica Zdrój, Duszniki Zdrój, Kudowa Zdrój, Muszyna, Łądek Zdrój oraz na walory salutogenne ich leczniczych wód i łagodny klimat [<http://www.schoenes-po->

len.de/]. Kudowa Zdrój opisana jest jako „kurort na europejskim poziomie” [Pascal 2004, s. 247], a Polanica Zdrój jako „czarujące miejsce” [Michelin 2006, s. 265].

W bardzo dobrym świetle przedstawia się Zakopane – Wintersporthauptstadt (zimową sportową stolicę Polski). Jest to ważny kurort dla amatorów narciarstwa i wędrówek górskich [Baedeker 2008; s. 23; Lonely Planet 2006, s. 270; Pascal 2004, s. 292-297; Michelin 2006, s. 232-237], oferujący także najlepsze imprezy Après Ski [https://de.wikivoyage.org/wiki/Polen].

Charakterystyka infrastruktury turystycznej i paraturystycznej w polskich górach

Baza turystyczna w polskich górach jest zróżnicowana – od zadowolającej do kiepskiej [Pascal 2004], od drogiej do taniej [Baedeker 2008; Michelin 2006]. Budynek bazy turystycznej są „nudne i funkcjonalne, a ceny rozsądne” [Lonely Planet 2010/2011, s. 231]. W przewodniku Lonely Planet bardzo wyraźnie różnicuje się możliwości zakwaterowania wprowadzając kategorie: *Budgetunterkünfte* (noclegi ekonomiczne; np. schroniska, domy turysty, kempingi, gospodarstwa agroturystyczne, domy wypoczynkowe, pensjonaty, ośrodki wczasowe), *Mittelklassehotels* (hotele w średniej cenie), *Spitzenklassehotels* (hotele najwyższej klasy). Podobnie jest w dzisiejszym Baedekerze (tym, gdzie dawniej – jak wynika z rozważań MacCannella [2002] – były tylko obiekty turystyczne „najwyższej klasy”). Adresy restauracji podzielone są mianowicie na: *fein&teuer* (ekskluzywne i drogie), *erschwinglich* (w przystępnej cenie) i *preiswert* (w korzystnej cenie, tanie), natomiast możliwości noclegowe na: *komfortabel* (komfortowe) i *günstig* (tanie). Przewodnik Marco Polo [2008, s. 96] proponuje dla niektórych destinacji pakiet „low budget”: tani nocleg i ekonomiczny posiłek. Pascal, oprócz listy hoteli i schronisk, informuje także, że „ciekawą i atrakcyjną cenową alternatywą są kwatery prywatne – trzeba szukać napisów: „*pokoje/Zimmer/rooms*” [2004, s. 309]. W obliczu koncepcji zanikania czy wręcz „śmierci klas” [Nisbet 1959; Pakulski i Waters 1996; Domański 2007, s. 81], trudno doszukiwać się w dzisiejszych przewodnikach turystycznych wskazówek pozwalających dokładnie określić, do jakiej grupy społecznej są skierowane: do podstawy społecznej drabiny czy też do wyższych sfer. Sensowne jest zatem rozwiązanie proponowane przez niektóre przewodniki: oferowany przegląd cen i standardu bazy noclegowej umożliwia turyście wybranie obiektu dopasowanego do jego potrzeb i możliwości finansowych. Niemniej jednak większość przewodników podaje tylko po kilka adresów hoteli – bez komentarza dotyczącego ceny noclegu.

Oferta gastronomiczna jest niezwykle bogata. Często podkreśla się walory smakowe tradycyjnych potraw regionalnych, prawdziwych rarytasów, serwowanych w typowych karczmach i zajazdach. We wszystkich przewod-

nikach można zauważyć częste użycie „imponujących wyrazów obcych” [Dann 1996], jak oscypek, żentyca, kwaśnica, co jednak należy w dużej mierze tłumaczyć brakiem niemieckich odpowiedników dla nazw polskich przysmaków.

Elementem struktury paraturystycznej są też drogi i parkingi samochodowe. Turystom przedstawia się dosyć dobry obraz Polski, jeśli chodzi o możliwość poruszania się samochodem pomiędzy poszczególnymi miejscowościami: sieć dróg jest gęsta. W tym kontekście należy dodać, że ogólny stan szos i autostrad w Polsce przedstawiany jest zazwyczaj w części wstępnej, która nie została tutaj objęta badaniami. Wspomina się o pewnych mankamentach, np. o przepełnionych parkingach w sezonie [Michelin 2006, s. 268], o tym, że górskie drogi potrafią być bardzo wąskie i kręte oraz zaśnieżone lub wręcz oblodzone w zimie – łańcuchy są absolutną koniecznością. Są to jednak problemy typowe dla wszystkich terenów wysokogórskich. Dobrze opisane są także połączenia autokarowe i kolejowe. Niemniej jednak poruszanie się samochodem daje największą swobodę, a w niektórych rejonach „bez samochodu ani rusz” [Lonely Planet 2006, s. 221].

Opis kulturowych atrakcji turystycznych w polskich górach

W zależności od tego, ile miejsca w danym przewodniku można było poświęcić na obszar górski *par excellence* – czy kilka, czy kilkadziesiąt stron – kulturowe atrakcje turystyczne opisane są odpowiednio szczegółowo. W przewodnikach Lonely Planet [2006] i Pascal [2004], z których każdy przeznaczona ponad sto stron na obszar górski, opisy są bardzo szczegółowe i urozmaicone mapkami lub/i zdjęciami. W innych przewodnikach są tylko szczątkowe informacje i najważniejsze zabytki kultury. W tym kontekście należy dodać, że niektóre serie wydawnicze w ogóle nie oferują przewodników po rejonie gór: Michael Müller Verlag, Reise Know-How Verlag, Dumont, Iwanowski's, Vista Point.

Miasteczka górskie mają bardzo przyjemny klimat i charakterystyczną rustykalną ludową zabudowę. Do zobaczenia są urokliwe wioski, w których przetrwała bogata kultura góralska. Uwagę zwraca się na kościółki (najsłynniejszy i wszędzie opisywany to chyba Wang w Karpaczu) i kapliczki przydrożne jako trwałe elementy polskiej kultury. Wszystkie przewodniki wysyłają także turystów do Wadowic – miejsca urodzenia Jana Pawła II na odwiedzenie domu rodzinnego Ojca Świętego i na spróbowanie „papieskich kremówek”.

W Polsce atrakcją dla turystów są też obiekty funkcjonujących skoczni narciarskich, na których niejednokrotnie konkurowali ze sobą słynni sportowcy z krajów niemieckojęzycznych.

W przewodnikach turystycznych stosowane bywają dwie – można powiedzieć – przeciwstawne – strategie, jeśli chodzi o reklamę polskich gór: w Baedekerze czytamy, że „Karpacz odwiedza rocznie ok. 180 000 turystów”

[2006, s. 242], czytaj: jest to atrakcyjna destynacja przyciągająca tysiące turystów, a w Lonely Planet mówi się o tym, że „tylko niewielu zagranicznych turystów trafia w piękne polskie góry” [2006, s. 221], czytaj: jest to jeszcze obszar nieznan, a warty zobaczenia.

Charakterystyka gospodarzy

W opisie gospodarzy można zauważyć dwie tendencje: podkreślanie prawdziwego folkloru pielęgnowanego przez autochtonów oraz gościnność i przyjazne nastawienie do gości.

Górale przedstawiani są jako miejscowi o bogatej, oryginalnej i wciąż żywej kulturze regionalnej [Lonely Planet 2006, s. 221]. Elementy folkloru góralskiego to m.in. dialekt, ubiór, muzyka, dania, wyroby rzemiosła artystycznego [Pascal 2004, s. 294]. Zamieszczane bywają także zdjęcia w strojach ludowych [np. ADAC 2006, s. 55; Pascal 2004 s. 294; Michelin 2006, s. 245]. Zwraca się też uwagę na grupy etniczne zamieszkujące tereny karpackie, takie jak Bojkowie i Łemkowie [Lonely Planet 2006, s. 241], a także Dolinianie [Pascal 2004, s. 329, 332] oraz Podgórzanie [Michelin 2006, s. 224].

Przy opisach możliwości zakwaterowania, wyżywienia, nabywania pamiątek i kontaktów z rodzimymi mieszkańcami pojawiają się hasła, takie jak: rodzinna atmosfera; przyjazne nastawienie, przytulne miejsce; serdeczność; gościnność [Michelin 2006; Marco Polo 2008; Lonely Planet 2006; Baedeker 2008]. Wyrazem życzliwości jest także opisywany zwyczaj (dotyczący również turystów) panujący podczas wędrówek w górach: mówienie „Cześć!” lub „Dzień dobry!” na górskim szlaku to głęboko zakorzeniona tradycja i element *savoir vivre’u* [Pascal 2004, s. 304].

Jak wynika z przeprowadzonej analizy obszar „gór” jest mało podatny na wypełnianie treści przesadami, stereotypami czy uogólnieniami. O ile w opisach przyrody i atrakcji na takie zniekształcenia nie ma po prostu miejsca, o tyle w charakterystyce gospodarzy pobrzmiewają pewne stereotypy: te o typowej polskiej gościnności. Należy jednak zauważyć, że w turystyce jest to jednakże najczęściej tak zwana „skomercjalizowana gościnność” (*commercialized hospitality*) [Lynch, MacWhannell 2011, s. 100-117], charakterystyczna dla osób utrzymujących się z obsługi ruchu turystycznego.

Wnioski

Wylaniający się z materiałów turystycznych obraz polskich gór jest bardzo korzystny: obszar górski jawi się jako kraina niebywale atrakcyjna krajobrazowo i kulturalnie. Podkreśla się piękno, dzikość, dziewiczość (typowy *keywording* Danna [1996]) oraz doskonałe warunki do uprawiania turystyki aktywnej. Nie jest to obraz wypaczony, ale wydaje się, że atrakcje Polski są

nieco podkoloryzowane: o ile polskie góry mogą być „rajem” dla miłośników wędrówek górskich, trekkingu i rajdów konnych, to – biorąc pod uwagę konkurencyjną ofertę ośrodków narciarskich w Alpach (nowocześniejsze, z dużo większą siecią wyciągów, z bardziej urozmaiconymi trasami zjazdowymi, lepiej wyposażone, oferujące możliwość uprawiania narciarstwa także w bezśnieżne zimy, mniej zatłoczone w sezonie) – należy stwierdzić, że charakteryzowanie polskich gór jako „raju dla narciarzy” jest lekko przesadzone i amatorzy narciarstwa mogą być rozczarowani. Podobnie wygląda sytuacja z wycieczkami rowerowymi (znowu porównując z warunkami np. alpejskimi). Takie zniekształcenie informacji wynika jednak ze specyfiki literatury turystycznej i jej mieszanego komercyjno-informacyjnego charakteru. Jako iż celem jest także promocja i reklama opisywanej destynacji turystycznej, zadaniem autorów jest wyszukanie w danym regionie świata najciekawszych atrakcji i ich opisanie w zachęcający sposób. Niemniej jednak informacja powinna być rzetelna, dokładna oraz wolna od stereotypów.

Bibliografia

- Babbie E. (2013), *The practice of social research*, Wadsworth Cengage Learning, Belmont.
- Barthes R. (2008), *Mitologie*, Wydawnictwo Fundacji Aletheia, Warszawa.
- Bateman H., Harris E., McAdam K. (2006), *Dictionary of Leisure, Travel and Tourism*, A&C Black, London.
- Boorstin D. J. (1961), *The image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Harper, New York.
- Böttcher S. red. (2006), *Polen*, Michelin, München.
- Czerniewicz-Umer T., Omilanowska M., Majewski J. S. (2010/2011), *Polen*, Dorling Kindersley, London/New York/München/Melbourne/Delhi.
- Dann G.M.S. (1996), *The language of tourism: a sociolinguistic perspective*, CAB International, Wallingford.
- Dann G.M.S. (2011), „Zabierz mnie do Hiltona”: *paradygmat języka turystyki*, [w:] „Folia Turistica. Wydanie Specjalne: Z warsztatów mistrzów”, Nr 25, s. 23-42.
- Domański H. (2007), *Struktura społeczna*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Gilbert D. (2000), *Tourists*, [w:] Pile S., Thrift N.J., red., *City A-Z. Urban studies. Sociology. Architecture*, Routledge, London/New York, s. 259-261.
- Helbig-Mischewski B. (1999), *Die netten Chaoten von nebenan. Das Polenbild in deutschen Reiseführern*, [w:] Weber N. H., red., *Die Oder überqueren. Deutsch-polnische Begegnungen in Geschichte, Kultur und Lebensalltag*, IKO Verlag für Interkulturelle Kommunikation, Berlin, s. 120-134.

- Kramer J., Tycner J. (2008), *Polen*, Marco Polo, Ostfildern.
- Luippold D. red. (2006), *Polen*, Baedeker Allianz, Ostfildern.
- Lynch P., MacWhannell (2011), *Home and commercialized hospitality*, [w:] Lashley C., Morrison A., *In search of hospitality. Theoretical perspectives and debates*, Routledge, Abingdon/New York.
- MacCannell D. (2002), *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa.
- Murrmann J. (2014), *Profesjolekt branży turystycznej, czyli o specyficznych cechach zawodowego języka turystyki*, [w:] „Rozprawy naukowe”, Nr 47, s. 47-57.
- Nisbet R. (1959), *The Decline and Fall of Social Class*, [w:] „Pacific Sociological Review”, 2(1), s. 11-28.
- Pakulski J., Waters M. (1996), *The death of class*, Sage Publications, London.
- Polen. Illustrierter Reiseführer* (praca zbiorowa) (2004), Pascal, Bielsko-Biała.
- Reuther W. (1996), *Reiseführerprojekt nimmt Gestalt an*, [w:] „UNESCO Heute II“.
- Różewska J. (2012), *Das Land des Papstes, der Störche, der Solidarność und der Autodiebe. Zum Polenbild in den deutschsprachigen Materialien für Touristen, dargestellt auf der Grundlage gedruckter und webbasierter Reiseführer*, [w:] „Studia Niemcoznawcze“, Tom XLIX, s. 215-230.
- Rybak A. (2010) *Polen*, Vista Point, Köln.
- Schetar-Köthe D., Kötze F. (2006), *Polen*, ADAC, München.
- Telus M. (1996), *UNESCO bekämpft Vorurteile in Reiseführern*, [w:] „Informationen des Georg-Eckert-Instituts“, 31, s. 13.
- Wilson N., Parkinson T., Watkins R. (2006), *Polen*, Lonely Planet, Ostfildern.

Netografia

- <http://www.lonelyplanet.de/reiseziele/polen/highlights/> (20.04.2015).
- <http://www.info-polen.com/> (20.04.2015).
- <http://www.welcome2poland.com/> (20.04.2015).
- <http://www.polen-total.de/Gebirge-und-Schlesien.7.0.html> (20.04.2015).
- <http://www.schoenes-polen.de/> (20.04.2015).
- <https://de.wikivoyage.org/wiki/Polen> (20.04.2015).
- <http://www.reisenachpolen.de/> (20.04.2015).

***HERZLICH WILLKOMMEN IN POLEN.
THE IMAGE OF POLISH MOUNTAINS
AND THE OFFER OF MOUNTAIN TOURISM IN POLAND
BASED ON GERMAN TRAVEL GUIDES***

Abstract

Purpose. The present paper is an attempt to shed light on the image of Poland as a potential mountain tourism destination that emerged from German travel guides.

Method. A sociolinguistic content analysis of printed (books) and virtual (online) travel guides about Poland available in the German language.

Findings. The image of Polish mountains that emerged from the analyzed tourist publications is very favorable and, generally speaking, consistent with the reality. A possible small-scale distortion is due to the peculiarity of the travel guides, the main objective of which is to promote a certain tourist destination.

Research and conclusions limitations. Only a small sample of the guides has come under closer scrutiny. Furthermore, the contents of the tourist guides, especially online ones, are subject to regular changes, revisions, and updates.

Practical implications. The findings of the research may present valuable hints and recommendations for preparing material for subsequent editions of the tourist guides.

Originality. An original article dedicated to a topic rarely undertaken by researchers.

Type of paper. An original article presenting the findings of a sociolinguistic analysis.

Key words: mountain tourism, Polish mountains, image of Poland, tourist guide.

REAKCJE GESTORÓW SCHRONISK NA REZERWACJE MAILOWE W RÓŻNYCH JĘZYKACH. PORÓWNANIE OBIEKTÓW W POLSCE, CZECHACH I SŁOWACJI

*Michał Żemła**

Abstrakt

Cel. Wskazanie poziomu zainteresowania gestorów schronisk górskich przyciąganiem turystów zagranicznych poprzez porównanie ich reakcji na rezerwacje dokonywane z kraju i z zagranicy.

Metoda. Podstawową metodą badawczą wykorzystaną w pracy jest metoda tajemniczy klient (mystery shopping). Do schronisk górskich w Polsce, Czechach i na Słowacji wysłane zostały wiadomości e-mail z prośbą o rezerwację w czterech językach.

Wyniki. Pomimo dość niskiej zwrotności na wszystkie wysłane wiadomości, możliwości do zaobserwowania jest wyraźny jej spadek w przypadku rezerwacji z zagranicy. Jednak skala tego spadku zależy zarówno od kraju, z którego wiadomość została wysłana, jak i od kraju, w którym zlokalizowane było konkretne schronisko. Schroniska polskie odpowiadały na rezerwacje z zagranicy zdecydowanie najrzadziej.

Ograniczenia badań i wnioski. Charakter badanych obiektów i cechy gości schronisk sprawiają, że stosunek do rezerwacji przychodzących pocztą elektroniczną nie musi być odzwierciedleniem postawy rynkowej poszczególnych gestorów. Wielu z nich nie postrzega Internetu jako wiodącego kanału pozyskiwania rezerwacji, a w wielu przypadkach efektywną komunikację elektroniczną ograniczają możliwości techniczne – ograniczony zasięg sieci komórkowej i stacjonarnej.

Implikacje praktyczne. Niezależnie od obiektywnych ograniczeń technicznych gestorzy schronisk górskich we wszystkich trzech krajach powinni zwrócić większą uwagę na komunikację elektroniczną z potencjalnymi klientami..

Oryginalność pracy. Prace, w których prowadzona jest analiza rynkowa działalności schronisk górskich należą do rzadkości i w Polsce, i w literaturze światowej. Zaprezentowane wyniki badań tę ogromną lukę zapełniają jedynie w niewielkiej części.

Rodzaj pracy. Artykuł prezentujący wyniki badań empirycznych.

Słowa kluczowe: turystyka górska, schroniska górskie, pozyskiwanie gości zagranicznych, mystery shopping.

* Dr hab. prof. nadzw., Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Wydział Geograficzno-Biologiczny, Instytut Geografii, Zakład Turystyki i Badań Regionalnych; e-mail: michalzemla@gazeta.pl.

Wstęp

Turystyka piesza jest prawdopodobnie najstarszą formą turystyki przyciągającą turystów w obszary górskie. Przez lata była również postrzegana jako jedna z najważniejszych masowo uprawianych form aktywności na obszarach górskich [Prószyńska-Bordas 2012]. Tereny górskie stanowią też zdecydowanie najlepsze tereny do uprawiania turystyki pieszej [Kurek 2004, s. 53]. Obserwowany w ostatnich latach nieznaczny spadek popularności pieszej turystyki górskiej związany jest z polaryzacją zainteresowań turystów: z jednej strony przybywa zwolenników innych, często bardziej ekstremalnych aktywności w górach (narcciarstwo, kolarstwo górskie, wspinaczka itp.) [Pilawski 2002], z drugiej zaś – coraz więcej osób ogranicza swój pobyt w górach do wypoczynku biernego. Niemniej jednak piesza turystyka górska wciąż jest zjawiskiem o istotnym znaczeniu, także gospodarczym, dla regionów górskich tak w Polsce, jak i w innych krajach Europy i świata.

Dla rozwoju turystyki górskiej istotne znaczenie ma zaplecze organizacyjne i materialne, bowiem uprawianie tego rodzaju turystyki wymaga wdrożenia szeregu mechanizmów umożliwiających obsługę ruchu turystycznego. Najbardziej charakterystycznymi elementami bazy materialnej turystyki, w ramach odpowiedniego zagospodarowania turystycznego związanego z pieszą turystyką górską, są schroniska górskie [Kozyra 2013].

Schroniska górskie na tle innych obiektów noclegowych mają kilka istotnych cech specyficznych, które w znaczący sposób utrudniają implementację zasad ekonomiki i zarządzania obiektami noclegowymi [Zarzycki, Stosik, Grobelny 2006]. Istotnym elementem, który musi być brany pod uwagę w zarządzaniu obiektami tego typu jest kwestia ich lokalizacji na terenach wrażliwych i wartościowych przyrodniczo. Także sama budowa, a wcześniej wybór lokalizacji pod nią stanowią w tym przypadku znacznie bardziej skomplikowane przedsięwzięcie niż budowa obiektu noclegowego o analogicznych gabarytach w terenie zabudowanym. Podobnie, już po ukończeniu budowy, podczas funkcjonowania schroniska górskiego rozwiązania wymagają problemy logistyczne związane z trudnościami technicznymi i kosztami zaopatrzenia [Żemła 2014]. Szczególnie muszą być także zasady rekrutacji i zarządzania personelem. Bardzo specyficzny jest także sam produkt schronisk górskich, oferujących m.in. niski standard noclegów [Szczechowicz 2006]. W przypadku wielu obiektów w Polsce, ale także za granicą, relatywnie coraz większą rolę w strukturze przychodów gestora schroniska odgrywają usługi gastronomiczne. Takich cech specyficznych schronisk górskich na tle ogółu obiektów noclegowych z pewnością można wymienić więcej, brakuje jednak w literaturze przedmiotu opracowania, w którym charakterystyka ta zostałaby dokonana w sposób zbiorczy.

Obiekty te w Polsce, często podupadłe w okresie przemian ustrojowych, obecnie zmuszone są do definiowania na nowo swojej roli na rynku

turystycznym, a także aktywnego poszukiwania nowych segmentów gości. Trzeba pamiętać, że schroniska górskie w poszczególnych krajach różnią się między sobą istotnie wielkością, standardem wyposażenia i lokalizacją [Kurek 2004], co także różnicuje znaczenie poszczególnych problemów ich zarządzania. Co więcej, podobne różnice dotyczą również obiektów zlokalizowanych w tym samym kraju. Biorąc pod uwagę powyższe fakty, w artykule dokonano próby porównania działań gestorów schronisk górskich w Polsce, Czechach¹ i Słowacji. Przedmiotem badań było zainteresowanie tychże gestorów przyciąganiem turystów zagranicznych. Jest to segment, który dotąd nie stanowił istotnego rynku docelowego dla schronisk górskich w Polsce [Żemła 2014], także obiekty w Czechach i Słowacji bazują przede wszystkim na odwiedzinach turystów krajowych. W badaniach wykorzystana została popularna metoda mystery shopping, dzięki której możliwe stało się porównanie reakcji poszczególnych gestorów schronisk na korespondencję od potencjalnych gości z różnych krajów.

Uznano, że ze względu na funkcjonowanie w podobnych warunkach przyrodniczych, a także społeczno-ekonomicznych, najbardziej porównywalne do schronisk polskich będą obiekty zlokalizowane w Czechach i na Słowacji². Ponadto obiekty położone w relatywnej bliskości granicy (polsko-czeskiej i/lub polsko-słowackiej) ze względu na swoją lokalizację są potencjalnymi miejscami obsługi międzynarodowego ruchu turystycznego między tymi krajami. Dlatego zdecydowano o zawężeniu badania jedynie do schronisk górskich w Czechach i na Słowacji położonych w pasmach przygranicznych lub sąsiednich, a więc we wszystkich pasmach sudeckich, w Beskidzie Śląsko-Morawskim, Beskidzie Śląskim i Jawornikach w Czechach oraz w Jawornikach, Beskidach, Małej i Wielkiej Fatrze, Tatrach oraz Niskich Tatrach na Słowacji (w pozostałych przygranicznych pasmach górskich, np. w Beskidzie Niskim i Wichorlacie, nie funkcjonują schroniska górskie).

Pomimo wskazanych wcześniej podobieństw o charakterze przyrodniczym oraz społeczno-ekonomicznym otoczenia, w którym funkcjonują schroniska górskie w trzech analizowanych państwach, można zaobserwować także szereg różnic pomiędzy nimi. W Polsce zdecydowana większość obiektów należy do PTTK. Są to najczęściej obiekty o niewysokim standardzie, świadczące podstawowy zakres usług dla turystów, pozbawione możliwości dojazdu [Szczechowicz 2014]. Odwrotna sytuacja widoczna jest w Czechach. Czeskie schroniska bardzo często mogą być określane jako ho-

¹ W pracy posłużono się nazwami skróconymi państw Rzeczpospolita Polska, Republika Słowacka i Republika Czeska. Zwłaszcza w tym ostatnim przypadku to uproszczenie może prowadzić do konfuzji, gdyż nazwa Czechy odnoszona może być zarówno do państwa jako całości, jak i jego części (Republika Czeska złożona jest z dwóch krain historycznych – Czech i Moraw). Niemniej, zgodnie z potocznym rozumieniem tych nazw także schroniska zlokalizowane na Morawach określane są jako „czeskie”.

² W tym samym układzie prowadzone były też m.in. badania B. Szczechowicza dotyczące konkurencyjności cenowej schronisk. Zob. [Szczechowicz 2014].

tele górskie, niektóre wręcz o wysokim standardzie. Świadczą one szeroki zakres usług dodatkowych, a przynajmniej goście hotelowi mają możliwość dojazdu szosą pod samo schronisko. Większość schronisk, zwłaszcza te o wysokim standardzie, jest też własnością prywatną, a obiekty posiadane przez Klub Czeskich Turystów (KCT), stanowią nieliczne wyjątki o nieco niższym standardzie, choć i tak zakres i standard usług jest wyższy niż w schroniskach polskich.

Najbardziej zróżnicowane są schroniska słowackie. Wśród nich znajdują się zarówno bardzo skromne schroniska wysokogórskie o podstawowym zakresie i standardzie usług, jak i hotele górskie o standardzie porównywalnym z najbardziej luksusowymi obiektami w Czechach. Klub Słowackich Turystów (KST) administruje znaczną liczbą schronisk, jednak nie jest to tak zdecydowana większość jak w Polsce. Charakterystyczne dla Słowacji jest też wyraźnie niższe nasycenie pasm górskich (poza Tatrami) schroniskami górskimi, które w niewielkim stopniu jest uzupełniane sporadycznymi schronami bezobsługowymi, które w Polsce i Czechach nie występują wcale [Sorys 2007; Sorys 2011; Szczechowicz 2014].

Uwarunkowania funkcjonowanie schronisk na krajowym i międzynarodowym rynku turystycznym

Temat funkcjonowania schronisk na wolnym rynku turystycznym jest tematem ciekawym dla badań o charakterze ekonomicznym. Schroniska, jako obiekty zagospodarowania turystycznego, wymagają szczególnego podejścia w zarządzaniu, co wynika z cech wskazanych we wprowadzeniu do niniejszego artykułu. Także rynek, na którym funkcjonują schroniska górskie wyróżnia się kilkoma cechami szczególnymi. W zasadzie kluczowym czynnikiem przesądającym o poziomie odwiedzin w poszczególnych obiektach jest ich lokalizacja, a dokładniej atrakcyjność i popularność konkretnych pasm górskich lub nawet szczytów. Ze względu na znaczne rozproszenie przestrzenne schronisk, w wielu przypadkach turysta zamierzający zdobyć konkretny szczyt może skorzystać z usług wyłącznie jednego schroniska górskiego. Powoduje to, że poszczególne schroniska często nie stanowią dla siebie konkurencji, gdyż nie są alternatywami w wyborach tego samego turysty. W wielu przypadkach sam fakt istnienia schroniska może skłonić turystę do wyboru danego pasma, czy też szczytu, ale w takich sytuacjach stosunkowo rzadko turyści ci kierują się ofertą tego schroniska: ilością miejsc, standardem, zakresem usług [Żemła 2014]. Z drugiej strony brak alternatywnej możliwości wykorzystania obiektu sprawia, że efektywne funkcjonowanie schronisk jest całkowicie uzależnione od popytu na turystykę aktywną, a dokładniej na pieszą (w niektórych przypadkach także rowerową, konną i narciarską) turystykę górską [Szczechowicz 2006].

Wszystko to sprawia, że przez długi czas w zarządzaniu schroniskami turystycznymi w Polsce jedynie w niewielkim stopniu stosowano zasady typowe dla orientacji marketingowej.

W ostatnich latach wiele spośród polskich schronisk, zwłaszcza tych położonych w mniej masowo odwiedzanych miejscach, zmuszonych zostało do bardziej aktywnego poszukiwania gości. Coraz częściej gestorzy schronisk są organizatorami wydarzeń o charakterze kulturalnym i/lub sportowym odbywających się w tych schroniskach, znacznie poprawiła się też jakość materiału informacyjnego większości schronisk prezentowanego w Internecie.

W tych okolicznościach zasadne wydaje się pytanie, na ile zainteresowanie gestorów schronisk ogranicza się do dobrze poznanego rynku krajowego, a na ile potrafią i chcą oni także pozyskać gości z zagranicy. Jest to pytanie bardzo aktualne, gdyż zmieniające się obecnie uwarunkowania formalno-prawne i społeczne otwierają nowe możliwości internacjonalizacji ruchu turystycznego, także w pasmach górskich w Polsce.

Góry tak obecnie, jak i w przeszłości, często stanowią granice między państwowe, w Polsce zdecydowana większość terenów górskich położona jest w strefie przygranicznej [Potocki 2009]. Przez stulecia stanowiły one barierę nie tylko administracyjną, ale i naturalną ograniczającą przepływ osób między obszarami po dwóch stronach masywu. Z drugiej strony charakter atrakcyjności turystycznej gór i sposób poruszania się turystów wędrujących po górach wraz ze współczesnym zagospodarowaniem turystycznym, a zwłaszcza siecią szlaków turystycznych w masywach granicznych lub sąsiednich, sprawiają, że poszczególne pasma górskie wydają się doskonałym miejscem do rozwoju międzynarodowego ruchu turystycznego. Czynnikiem, który powinien istotnie ułatwić rozwój międzynarodowej turystyki pieszej w polskich górach, a także w górach w innych państwach europejskich, jest utworzenie tzw. strefy Schengen, dzięki czemu turyści m.in. wędrując na pograniczu dwóch państw należących do niej mogą swobodnie wielokrotnie przekraczać granicę. Dotyczy to niemal całego odcinka granicy polskiej w górach. Zatem współcześnie masywy górskie są raczej elementem łączącym regiony turystyczne, także te po dwóch stronach granicy, niż barierą w rozwoju ruchu turystycznego. Wynikiem tego procesu jest powstawanie transgranicznych regionów turystycznych, również na pograniczu Polski [Potocki 2009].

Z drugiej strony znaleźć można wiele przykładów świadczących o tym, że przyjazdowy zagraniczny ruch turystyczny w górach w Polsce jest zjawiskiem szczątkowym, w dodatku widoczna jest wyraźna asymetria w ilości przyjazdów obcokrajowców do polskich regionów górskich w porównaniu z ilością turystów polskich wyjeżdżających uprawiać turystykę górską za granicę, także do krajów sąsiednich. Według opinii gestorów schronisk, liczba turystów zagranicznych odwiedzających ich obiekty jest znikoma. Co więcej, w niektórych schroniskach w ogóle nie zanotowano do tej pory odwiedzin gości z zagranicy [Żemła 2014].

Skalę asymetrii w międzynarodowym ruchu turystycznym w górach w Polsce, Czechach i Słowacji pokazują statystyki Międzynarodowej Odznaki Turystycznej Besky(i)dy (tabela 1). Odznaka ta została ustanowiona wspólnie przez dwa oddziały PTTK z Polski (PTTK Żywiec i PTTK Wisła) oraz analogiczne organizacje z Trzyńca i Frydka-Misztka (Czechy) oraz Czadcy (Słowacja). Jej zdobywanie polegało na potwierdzeniu zdobycia ośmiu wskazanych szczytów w każdym z trzech krajów na terenach przygranicznych. Mała odznaka dla każdego z krajów przyznawana była osobom, które udokumentowały zdobycie sześciu wybranych szczytów w jednym z krajów, duża – zdobywcom wszystkich 24 szczytów. Z danych prezentowanych w tabeli 1 widać wyraźnie, że zdecydowanie największym zainteresowaniem akcja cie-

Tabela 1. Zestawienie zdobytych odznak w I edycji (2008–2012) Międzynarodowej Odznaki Turystycznej Besky(i)dy

Table 1. Badges scored in the I Edition (2008–2012) of the Besky(i)dy International Tourism Badge

Jednostka weryfikująca	Czechy	%	Polska	%	Słowacja	%	złote	%	Suma	%
PTTK Żywiec	215	7,0	337	11,0	249	8,2	211	6,9	1012	33,2
PTTK Wisła	221	7,2	299	9,8	222	7,3	202	6,6	944	31,0
PTTS-BS Frydek-Misztka	70	2,3	68	2,2	67	2,2	70	2,3	275	9,0
KCT-Trzyńciec	187	6,1	112	3,7	126	4,1	108	3,5	533	17,5
KST Czadca	80	2,6	75	2,5	79	2,6	52	1,7	286	9,4
SUMA	773	25,3	891	29,2	743	24,4	643	21,1	3050	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ze strony: www.pttk.wisla.pl 15.06.2013.

Source: Own elaboration based on data from www.pttk.wisla.pl 15.06.2013.

szyła się w Polsce. Turyści polscy zdobyli 64% wszystkich odznak i tyle samo odznak złotych. Zwłaszcza ta druga liczba oznacza, że turyści wędrujący po górach regionu „Trójstyku Granic” we wszystkich trzech krajach granicy to przede wszystkim Polacy. Natomiast gros turystów czeskich (zwłaszcza tych weryfikujących swoje odznaki w Trzyńcu) ograniczało się do zdobycia jedynie małej odznaki czeskiej. Inaczej Słowacy, w ich przypadku małe odznaki krajowe z wszystkich trzech krajów cieszyły się podobną popularnością, ale ogólnie biorąc zainteresowanie na Słowacji akcją było zdecydowanie najmniejsze.

Metoda badań

Metoda tajemniczy klient (ang. *mystery shopping*) jest popularną metodą do pomiaru jakości obsługi klientów, wykorzystywaną zarówno w praktyce zarządzania obiektami turystycznymi, jak i w badaniach naukowych nad ruchem turystycznym. Dokonano wyboru tej metody ze względu na jej zalety, wśród których wyróżniamy: aktualność danych, ich precyzyjność oraz obiektywizm [Rzemieniak, Tokarz 2011]. Badanie *mystery shopping* opisyje się za pomocą trzech cech charakteryzujących obserwację: jest ukryte, jest kontrolowane, jest prowadzone zgodnie z obowiązującymi standardami [Herman, Szromek, Naramski 2014]. Metodę tę wykorzystuje m.in. Polska Organizacja Turystyczna w ocenie funkcjonowania punktów i centrów informacji turystycznej [POT 2013]. W badaniach naukowych nad turystyką wykorzystana została m.in. przez Hudsona, Snaitha, Millera i Hudsona [2001], Hermana, Szromka i Naramskiego [2014], Szromka i Pytela [2014], Kosmaczewską [2011]. Ukrywanie tożsamości klienta ma celu uniknięcie zachowań nienaturalnych personelu. Dzięki temu ocenia się realną pracę, a nie przygotowaną sytuację.

Badanie *mystery shopping* może mieć różną formę. Aktualnie stosuje się kilka typów badania. Zaliczamy do nich: bezpośrednie indywidualne, bezpośrednie biznesowe, eksperckie, telefoniczne, wideo oraz online [Maison, Noga-Bogomilski 2007]. Ze względu na prostotę prowadzenia badań, jak i niskie koszty bardzo popularną odmianą tej metody jest wysyłanie pocztą elektroniczną zapytań skierowanych do poszczególnych instytucji rynku turystycznego. W przypadku badań schronisk górskich metoda online *mystery shopping* jest też szczególnie użyteczna ze względu na rozproszenie przestrzenne badanych obiektów. W badaniach rynku turystycznego metoda online *mystery shopping* wykorzystana została m.in. przez Dębskiego [2014], Kosmaczewską [2011] oraz Szromka i Pytela [2014]. Śledzenie czasu reakcji, jak i jej sposobu pozwala na ocenę ważnego elementu jakości obsługi klienta i przyciągania potencjalnych gości, jakim jest pierwszy kontakt.

W prezentowanych badaniach przygotowano wiadomości e-mail, które zostały wysłane na adresy internetowe podawane na oficjalnych witrynach wszystkich polskich schronisk górskich (w sumie 74 obiekty) oraz do schronisk górskich położonych w masywach granicznych z Polską i sąsiednich w Czechy (w sumie 54 obiekty) oraz Słowacji (w sumie 22 obiekty). W Czechach były to wszystkie pasma górskie w Sudetach oraz Beskidy i Jaworniki, natomiast na Słowacji: Beskidy, Jaworniki, Mała i Wielka Fatra, Tatry i Niskie Tatry. Zakwalifikowanie obiektów do badań pozostaje kwestią częściowo subiektywną. Ze względu na potrzebę uwzględnienia przede wszystkim potrzeb turystów, w kwalifikacji obiektów kierowano się przede wszystkim ich lokalizacją w górach w oderwaniu od sieci osadniczej w miejscu przyja-

jącym odwiedzinom turystów pieszych (na szlakach turystycznych) oraz pełnią funkcję, a nie oficjalnym zaszeregowaniem obiektu. Zakwalifikowanie zdecydowanej większości obiektów do badań nie budzi żadnych wątpliwości, jednak część przypadków pozostanie niejednoznaczna. Dotyczy to zarówno obiektów takich jak było schronisko PTTK Pod Tułem, obecnie pełniące funkcję eleganckiego zakładu gastronomicznego specjalizującego się m.in. w organizacji przyjęć okolicznościowych, czy też czeskich eleganckich hoteli położonych wysoko w masywie Karkonoszy. W ostateczności zdecydowano się na uwzględnienie wszystkich tych obiektów, które mogą zaoferować turystom nocleg na szlaku. Listę zbudowano w oparciu o szczegółowe mapy turystyczne badanych obszarów. Pełny wykaz schronisk, do których wysłano zapytania, znajduje się w załączniku 1.

Do wszystkich obiektów we wrześniu i październiku 2014 r. skierowano zapytania o możliwość rezerwacji noclegów dla dwóch osób na jeden z jesiennych weekendów. Zapytania zostały wysłane w czterech językach: polskim, czeskim, angielskim i niemieckim ze skrzynek mailowych zarejestrowanych odpowiednio w Polsce, Czechach, Niemczech i USA. Także podpis w wiadomości sugerował jednoznacznie, że nadawcą był mieszkaniec odpowiedniego kraju. Dzięki takiemu doborowi języków możliwe było porównanie reakcji na wiadomość otrzymaną w języku ojczystym, języku kraju najbliższego sąsiada, w języku najczęstszych gości zagranicznych oraz w podstawowym języku sieci Internet.³ W badaniu uwzględniono odpowiedzi otrzymane w przeciągu 7 dni od wysłania zapytania.

Analizie poddano odpowiedzi otrzymane na tak wysłane wiadomości. Zwrócono uwagę na ilość odpowiedzi zwrotnych i czas ich uzyskania, język w którym odpowiadano na poszczególne wiadomości, a także na kwestię nieaktualności podawanych adresów, bądź niemożliwości dokonania rezerwacji drogą elektroniczną. Analizie nie podlegała natomiast treść merytoryczna odpowiedzi, czyli odsetek schronisk, w których zabrakło miejsca lub poza sezonem były nieczynne i rezerwacja nie była możliwa, obszerność odpowiedzi wraz z informacją o charakterystyce schroniska itp. Dzięki przeprowadzonej analizie możliwa była odpowiedź na pytanie, czy gestorzy schronisk w poszczególnych krajach reagują w podobny sposób na prośbę o rezerwację przysланą przez turystów krajowych oraz zagranicznych, w tym, czy inaczej wygląda reakcja na rezerwację od mieszkańców krajów sąsiednich (Czechy, Słowacja, Polska), a inaczej na korespondencję od turystów z krajów „zachodnich”.

³ Dla uproszczenia badań i zmniejszenia ilości wysyłanych maili w badaniach przyjęto upraszczające założenia, że język czeski jest językiem powszechnie zrozumiałym na Słowacji, a turyści czescy są w tym kraju równie liczni co krajowi. O ile pierwsze z tych założeń nie budzi wątpliwości, o tyle drugie może być kwestionowane, jednak brak jest obecnie danych, które pozwalałyby określić proporcje gości czeskich i słowackich w słowackich schroniskach.

Wyniki badań

Szczegółowe wyniki badań zaprezentowane zostały w tabelach 2-5. Spośród schronisk polskich aż w pięciu przypadkach adres poczty e-mail znaleziony w oficjalnych źródłach okazał się nieaktualny. Zatem jako 100% uznana została grupa 69 schronisk. Podobna sytuacja miała miejsce w przypadku jednego czeskiego schroniska (100% w tym przypadku to 53), natomiast wszystkie adresy schronisk słowackich okazały się aktualne.

Tabela 2. Odpowiedzi na rezerwacje w języku polskim

Table 2. Responses to reservations in Polish language

Schroniska		Odpowiedź do 24 h	Odpowiedź do 3 dni	Odpowiedź do tygodnia	Odpowiedzi łącznie
Polskie	Liczba	18	4	4	26
	%	26	6	6	38
Czeskie	Liczba	23	0	1	24
	%	43	0	2	45
Słowackie	Liczba	14	3	0	17
	%	63	14	0	77

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Own elaboration.

Tabela 3. Odpowiedzi na rezerwacje w języku czeskim

Table 3. Responses to reservations in Czech language

Schroniska		Odpowiedź do 24 h	Odpowiedź do 3 dni	Odpowiedź do tygodnia	Odpowiedzi łącznie
Polskie	Liczba	3	1	1	5
	%	4	1,5	1,5	7
Czeskie	Liczba	32	12	3	47
	%	60	22	6	88
Słowackie	Liczba	12	7	0	19
	%	54	32	0	86

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Own elaboration.

Tabela 4. Odpowiedzi na rezerwacje w języku angielskim**Table 4.** Responses to reservations in English language

Schroniska		Odpowiedź do 24 h	Odpowiedź do 3 dni	Odpowiedź do tygodnia	Odpowiedzi łącznie
Polskie	Liczba	6	5	2	13
	%	9	7	3	19
Czeskie	Liczba	15	5	1	21
	%	29	9	2	40
Słowackie	Liczba	13	2	0	15
	%	59	9	0	68

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Own elaboration.

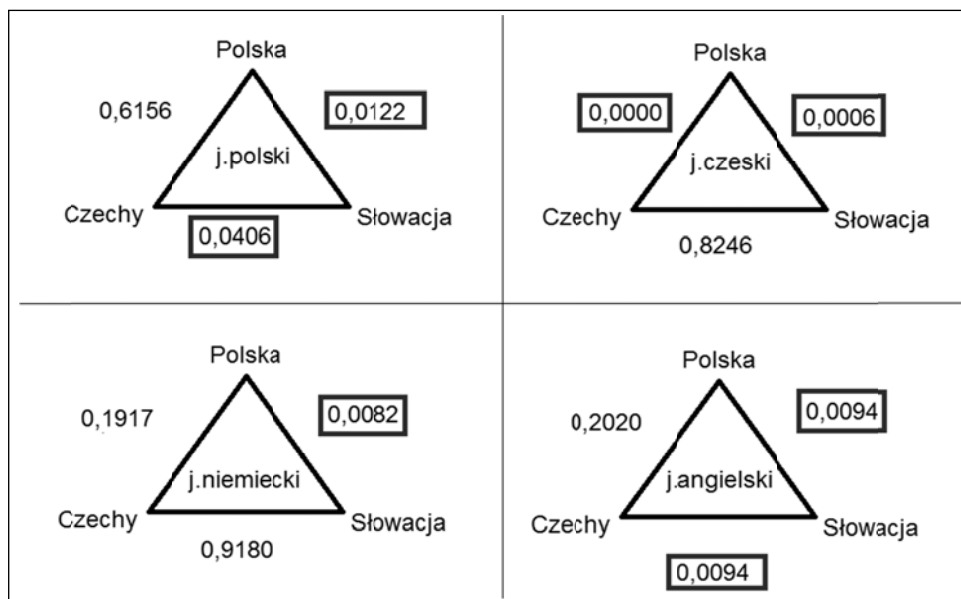
Tabela 5. Odpowiedzi na rezerwacje w języku niemieckim**Table 5.** Responses to reservations in German language

Schroniska		Odpowiedź do 24 h	Odpowiedź do 3 dni	Odpowiedź do tygodnia	Odpowiedzi łącznie
Polskie	Liczba	3	0	0	3
	%	4	0	0	4
Czeskie	Liczba	19	1	3	23
	%	35	2	6	43
Słowackie	Liczba	7	1	1	9
	%	31	5	5	41

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Own elaboration.

Dane prezentowane w tabelach 2-5 oraz na rycinie 1 przekonują dobitnie, że stopień zwrotności na maile z zagranicy jest w każdym przypadku wyraźnie niższy niż na maile z kraju. Pokazuje to wyraźnie, że gestorzy schronisk nie doceniają potencjału, który tkwi w rynku turystyki przyjazdowej. Podobny odsetek odpowiedzi na maile w języku obcym, jak i ojczystym zanotowano jedynie na Słowacji w przypadku rezerwacji w języku polskim. Ponadto znamienne jest, że odsetek zwrotów ze schronisk w Polsce w każdym przypadku był bardzo niski, dotyczy to zarówno wiadomości w języku



Ryc. 1. Poziom istotności statystycznej między odpowiedziami z poszczególnych krajów uzyskany za pomocą testu χ^2

Fig. 1. Level of statistical significance between answers from particular countries achieved using χ^2 test

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Own elaboration.

polskim, jak i z zagranicy. Zdecydowanie najwięcej zwrotów spośród maili z zagranicy nadeszło na maile napisane w języku angielskim. Wyjątkiem jest jedynie bardzo wysoki poziom zwrotności ze Słowacji na wiadomości z Polski oraz nieco wyższy niż w przypadku wiadomości anglojęzycznych odzew schronisk czeskich na wiadomości z Niemiec.

Porównanie danych w tabelach 2-5 z tymi na rycinie 1 pokazuje, że większość wyników uzyskanych z zastosowaniem nieparametrycznego testu istotności różnic między wskaźnikami struktury (Chi-kwadrat) jest zgodna z oczekiwaniami. Jednak brak istotności statystycznej różnicy między odpowiedziami z Polski i z Czech na wiadomości w językach niemieckim i angielskim tym oczekiwaniom przeczy. Porównanie liczebności względnej tych odpowiedzi pokazuje, że w przypadku języka angielskiego ta różnica jest znaczna, a w przypadku języka niemieckiego wręcz ogromna. Prawdopodobną przyczyną dość zaskakujących wyników testu nieparametrycznego może być mała liczebność badanych zbiorów.

O ile poziom zwrotów w każdym przypadku jest stosunkowo niski, także w przypadku wiadomości w języku ojczystym, o tyle bardzo dobrze prezen-

tuje się czas reakcji. Zdecydowana większość odpowiedzi nadeszła w przeciągu 24 h od nadania zapytania. W praktyce w bardzo wielu przypadkach był to czas zaledwie kilku godzin. Ponadto w przypadku jednej odpowiedzi z Polski na wiadomość po polsku, która została wysłana dopiero po sześciu dniach, załączone zostały przeprosiny za późną odpowiedź.

Interesujących wniosków dostarcza także analiza języka, w którym odpowiadano na poszczególne maile. Oczywiście 100% odpowiedzi na maile po polsku do polskich schronisk oraz po czesku do schronisk czeskich i słowackich wróciło w tym samym języku. Natomiast ani jedno schronisko polskie nie odpowiedziało na wiadomość z Czech w języku czeskim. Cztery odpowiedzi były w języku polskim, a jedna w angielskim. Podobnie schroniska słowackie nie odpowiadały po polsku. Wszystkie odpowiedzi były sporządzone w języku słowackim lub czeskim, z wyjątkiem jednej, która była raczej nieudolną próbą połączenia języka polskiego z czeskim, prawdopodobnie z wykorzystaniem tłumacza internetowego. Natomiast spośród 24 odpowiedzi z Czech aż 19 było w języku czeskim, jedna w języku angielskim oraz jedna w obu tych językach (pełne tłumaczenie), ale aż dwie wiadomości napisane były w języku polskim, a jedna, podobnie jak wiadomość ze schroniska słowackiego, mieszanką dwóch języków. Niemal wszystkie odpowiedzi na wiadomość w języku angielskim sporządzono w tym samym języku. Wyjątkiem są dwa schroniska polskie, które odpowiedziały po polsku oraz jedno czeskie z odpowiedzią po niemiecku. Jedno słowackie schronisko odpowiedziało mieszając język słowacki z angielskim. Bardziej zróżnicowana była struktura odpowiedzi na wiadomość w języku niemieckim. Wprawdzie także i w tym przypadku większość maili napisana była w tym samym języku, co wiadomość, jednak jedno schronisko polskie odpowiedziało po polsku, jedno polskie, siedem czeskich i aż pięć słowackich odpowiedziało po angielsku. Ponadto jedno schronisko słowackie napisało w nieskładnej mieszance angielskiego i niemieckiego. Warto też podkreślić, że w przypadku dwóch maili z Czech napisanych po angielsku znalazły się w nich słowa przeprosin za użycie tego języka, a nie niemieckiego.

Interesujące jest też to, że nie da się jednoznacznie powiązać zwrotności na wiadomości, w tym te w języku kraju sąsiedniego z lokalizacją schroniska w bezpośredniej bliskości granicy państwowej.

Dyskusja

Dyskusji przyczyn i konsekwencji wymaga kilka najważniejszych wniosków płynących z zaprezentowanych powyżej wyników badań. Pierwszą z nich jest kwestia generalnie niskiego, czy wręcz bardzo niskiego w przypadku schronisk polskich, poziomu zwrotności na wiadomości otrzymane drogą elektroniczną. Znaczna część schronisk górskich położona jest w ode-

rwaniu od sieci osadniczej, w trudnym wysokogórskim terenie. W części z nich nie ma połączeń telefonii stacjonarnej, część z nich położona jest poza lub w bardzo słabym zasięgu telefonii komórkowej. W tej sytuacji z pewnością bieżąca obsługa poczty elektronicznej przez gestorów schronisk jest zadaniem mocno utrudnionym. Dodatkowo, specyfika wędrownej turystyki górskiej, której uczestnicy są ważnymi klientami schronisk korzystającymi z ich usług noclegowych, sprawia, że spora liczba osób nie dokonuje w ogóle wcześniejszej rezerwacji w obiekcie. Nie dziwi zatem, że ten kanał komunikacji nie jest traktowany przez gestorów schronisk jako priorytetowy. Z drugiej strony, jeśli obiekty mają własne witryny internetowe i na nich podają swój adres poczty elektronicznej, to nieobsługiwanie tej skrzynki lub podawanie na niej nieaktualnego adresu poczty jest wprowadzaniem zbędnego zamieszania w ich komunikacji z klientami.

Trzeba też pamiętać, że schroniska górskie, ich charakter, lokalizacja i wyposażenie, istotnie różnią się w poszczególnych krajach, ale także i w ramach tych krajów. Powyższe uwagi można odnieść do bardzo licznych w Polsce schronisk nastawionych typowo na obsługę turystyki kwalifikowanej. Również w naszym kraju można natomiast podać przykłady obiektów dostępnych także dla turystów zmotoryzowanych o znacznie wyższym standardzie i zakresie usług. Tymczasem taki charakter ma zdecydowana większość obiektów w Czechach, a na Słowacji jest wiele obiektów zarówno o specyfice hotelowej, jak i typowych schronisk wysokogórskich. Zdecydowana większość obiektów w Czechach, do których wysłano zapytania, jest dostępna dla gości zmotoryzowanych. Większość z nich zapewnia standard obsługi na poziomie hotelowym lub zbliżonym. Dokładna analiza odpowiedzi pokazuje wyraźnie, że spośród trzech polskich schronisk, które odpowiedziały na wszystkie wiadomości, jedno (Pod Tułem) to były obiekt PTTK, położony stosunkowo nisko i dostępny drogą publiczną, który po przejęciu przez prywatnego właściciela w zasadzie zatracił swój turystyczny (w sensie turystyki kwalifikowanej) charakter i funkcjonuje jako dobrej klasy pensjonat, a drugi (Trzy Korony) – to schronisko PTTK o relatywnie wysokim standardzie, gdzie parking znajduje się zaledwie 300 m od obiektu. Jedynie trzecie z tych schronisk (Szrenica) jest obiektem typowo wysokogórskim, jednak też położonym w niewielkiej odległości od górnej stacji kolei linowej. Także większość odpowiedzi z Czech i Słowacji pochodziło od obiektów o wysokim lub bardzo wysokim standardzie, jak Szpindlerowa Buda w Karkonoszach (Czechy) czy Śląski Dom w Tatrach (Słowacja). Jedynie z tego opisu wyłamuje się bardzo dobra zwrotność z kilku typowo wysokogórskich schronisk na Słowacji, jak Chata pod Chlebem w Małej Fatrze, których przykład przekonuje, że obecnie także obiekty turystyki kwalifikowanej są w stanie w pełni korzystać z komunikacji elektronicznej z klientami. Niemniej z pewnością proporcja między liczbą obiektów dedykowanych turystom kwalifikowanym a liczbą obiektów o charakterze

hoteli górskich jest jednym z ważnych czynników tłumaczących bardzo niską zwrotność wiadomości ze schronisk polskich w porównaniu ze schroniskami czeskimi i słowackimi.

Kolejna sprawa to wyraźnie większa zwrotność na wiadomości z kraju i mniejsza w przypadku wiadomości z zagranicy. Cytowane wcześniej wyniki badań pokazują dobitnie, że większość gestorów polskich schronisk, a prawdopodobnie także wielu na Słowacji i w Czechach, nie ma żadnego doświadczenia w obsłudze gości zagranicznych [Żemła 2014]. Zdecydowana większość gestorów schronisk tematem turystów zagranicznych w ogóle się nie interesuje. Postrzegani są oni raczej jako pewien element egzotyczny w ich pracy, nie mający istotnego wpływu na osiągnięty wynik finansowy. Co więcej, w tych samych badaniach pokazano, że większość gestorów nie prowadzi żadnych działań mających na celu przyciągnięcie turystów zagranicznych, natomiast wśród tych, którzy takie działania prowadzą, największym zainteresowaniem cieszą się proste zabiegi, jak prowadzenie strony internetowej w języku obcym i współpraca z organizacjami z zagranicy [Żemła 2014]. Jednym z negatywnych efektów tej pasywności gestorów schronisk, ale także i innych organizacji jak PTTK, jest fakt, że osoby uprawiające turystykę górską w sąsiednich krajach postrzegają polskie góry jako miejsce mało atrakcyjne, w dodatku zatłoczone, co znalazło wyraz w wynikach badań ankietowych prowadzonych przez P. Sorysa wśród obywateli Słowacji i Czech nocujących w schroniskach górskich zlokalizowanych w pasmach górskich w bezpośredniej bliskości granicy polskiej. Ponad 60% respondentów czeskich i ponad 70% respondentów słowackich nigdy nie uprawiało turystyki pieszej w polskich górach, co więcej jedynie nieco mniejszy odsetek respondentów wskazał, że także w przyszłości nie zamierza polskich gór odwiedzać. Jako główne powody takiej sytuacji, oprócz wymienionych wcześniej – małej atrakcyjności polskich gór i zatłoczenia – często wskazywano także na bardzo niski standard polskich schronisk. Ponadto ze sposobu wyrażania opinii często przebija niewerbalizowany bezpośrednio brak wiedzy o polskich górach [Sorys 2011]. Tak więc, nie obserwując istotnego popytu, gestorzy schronisk nie próbują pozyskiwać turystów z zagranicy, co z kolei nie pomaga we wzroście tego niskiego popytu. Podsumowując powyższe rozważania warto też pamiętać, że poziom zwrotności na wiadomości pisane w języku obcym może także wynikać z problemów z czytaniem i pisaniem w tym języku obcym.

Z drugiej strony analiza poszczególnych odpowiedzi pozwala na sformułowanie przypuszczenia, że na wiadomości z zagranicy odpowiadali przede wszystkim gestorzy obiektów mający doświadczenie w obsłudze turystów z danego kraju i dostrzegający w związku z tym spory potencjał zysku na tym rynku. Charakterystyczne jest to, że ze schronisk słowackich przyszło bardzo dużo odpowiedzi na wiadomości z Polski. Wiele spośród tych schronisk to obiekty tatrzańskie bardzo popularne wśród turystów polskich. Tak-

że bardzo dużo odpowiedzi na wiadomości w języku niemieckim nadeszło ze schronisk czeskich w Karkonoszach. Pasma to położone jest blisko granicy niemieckiej i jest bardzo popularne wśród turystów z tego kraju, tym bardziej, że obiekty tam położone w większości mogą sprostać relatywnie wysokim oczekiwaniom turystów z Niemiec.

Zakończenie

Przeprowadzone badania za pomocą metody on-line mystery shopping pokazały, czy i w jaki sposób gestorzy schronisk górskich w Polsce, Czechach i na Słowacji odpowiadają na maile z prośbą o rezerwację sporządzone w różnych językach. W wyniku przeprowadzonych badań wykazano, że zwrotność na rezerwację za pomocą wiadomości e-mail niezależnie od języka i kraju pochodzenia osoby dokonującej rezerwacji jest niska, a w przypadku polskich schronisk – wręcz bardzo niska. Struktura odpowiedzi pozwala na częściowe wyjaśnienie tego zjawiska, wskazując na charakter badanych obiektów i ich lokalizację. Częściej odpowiadały obiekty łatwiej dostępne i o wyższym standardzie, natomiast w typowych obiektach turystyki kwalifikowanej mogą występować problemy techniczne z komunikacją internetową z potencjalnymi gośćmi, a kanał ten nie jest postrzegany jako szczególnie istotny. Ponadto badania pokazują, że w przypadku prośby o rezerwację ze strony turysty zagranicznego poziom zwrotności jest jeszcze niższy. Spadek ten jest jednak różny w różnych krajach i różny w przypadku wiadomości w różnych językach. Schroniska polskie niemal w ogóle nie odpowiadały na rezerwacje w językach czeskim i niemieckim oraz rzadko na rezerwacje w języku angielskim. Stosunkowo duży odsetek schronisk czeskich odpowiedział natomiast na rezerwacje w języku niemieckim, a słowackich – na rezerwacje po polsku. Schroniska, które odpowiadały na otrzymane rezerwacje, robiły to szybko, a odpowiedzi wysłane później niż po trzech dniach od otrzymania rezerwacji zdarzały się jedynie sporadycznie. Gestorzy odpowiadający na rezerwacje z reguły starali się odpowiadać w języku rezerwacji, co czasami prowadziło do ogromnego zamieszania językowego w treści odpowiedzi. Natomiast gestorzy schronisk czeskich nie odpowiadali po polsku, a polskich – po czesku. Prawdopodobnie w obu przypadkach nadawcy wyszli z założenia, że ze względu na podobieństwo języków wiadomość sporządzona w ich języku ojczystym będzie zrozumiała dla odbiorcy z zagranicy.

Dalsze badania prezentowanego tematu powinny uwzględnić problematykę sezonowości w pracy schronisk górskich. Ze względu na ograniczenia czasowe, prezentowane badania prowadzone były wyłącznie w sezonie jeściennym. Jedną z konsekwencji takiego zakresu czasowego było kilka odpowiedzi z Czech informujących, że dany obiekt jest we wskazanym terminie nieczynny. Interesujące wyniki może też dać porównanie rezultatów pro-

wadzonych badań z analogicznymi na innym obszarze, np. na pograniczu czesko-niemieckim lub czesko-austriackim. Wprawdzie obiekty alpejskie nie wydają się odpowiednim punktem odniesienia dla schronisk polskich czy też czeskich i słowackich, jednak włączenie do porównania obiektów zlokalizowanych w Czeskiej/Saskiej Szwajcarii, Lesie Czeskim czy Szumawie może prowadzić do ciekawych wniosków.

Nie wydaje się natomiast celowe rozszerzania badań o wiadomości rozsyłane także w języku słowackim. Nieistotna statystycznie różnica między liczbą odpowiedzi z Czech i Słowacji, w obu przypadkach bardzo wysoką, sugeruje, że pytania w języku czeskim wśród gestorów słowackich schronisk wywołują reakcje typowe dla rezerwacji krajowych.

Bibliografia

- Dębski M. (2014), *Współpraca przedsiębiorstw jako element zarządzania regionem turystycznym*. [w:] „Ekonomiczne Problemy Turystyki” nr 1 (25), s. 163-178.
- Herman K., Szromek A.R., Naramski M. (2014), *Sprawność wykorzystania narzędzi komunikacji e-mailowej w sprzedaży produktu turystycznego*. [w:] „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej Seria: Organizacja i Zarządzanie” nr 68, s. 299-311.
- Hudson S., Snaith J., Miller G., Hudson P. (2001), *Distribution channels in travel: Using mystery shoppers to understand the influence of travel agency recommendations*. [w:] “Journal of Travel Research Vol. 40 (2), s. 148-154.
- Kosmaczewska J. (2011), *Wykorzystanie techniki e-mail mystery shopping w ocenie zarządzania jakością informacji turystycznej na przykładzie stowarzyszeń agroturystycznych*, [w:] Rapacz A. (red.) „Gospodarka turystyczna w regionie”, UE Wrocław, Wrocław, s. 261-269.
- Kozyra M. (2013), *Turystyka w górskich przygranicznych parkach narodowych w Europie*, [w:] „Studia i Materiały CEPL w Rogowie” nr 37 (4), s. 177-183.
- Kurek W. (2004), *Turystyka na obszarach górskich Europy*. Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Maison D., Noga-Bogomilski A. (2007), *Badania marketingowe. Od teorii do praktyki*. Gdańskie Wyd. Psychologiczne, Gdańsk.
- Pilawski A. (2002), *Skrajne formy aktywności fizycznej*. [w:] Jędrzejczyk I. (red.), *Rozwój funkcji turystycznej i rekreacyjnej polskich obszarów górskich*, Akademia Wychowania Fizycznego w Katowicach, Katowice, 88-93.
- POT (2013), *Raport z badań mystery shopping w placówkach Informacji Turystycznej*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.

- Potocki J. (2009), *Funkcje turystyki w kształtowaniu transgranicznego regionu górskiego Sudetów*, Wydawnictwo WTN, Wrocław.
- Prószyńska-Bordas H. (2012), *Piesza turystyka studentów w wybranych parkach narodowych o charakterze górskim*. [w:] „Studia i Materiały. Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej” nr 1 (2012), s. 107-130.
- Rzemieniak M., Tokarz E. (2011), *Mystery Shopping w budowaniu tożsamości organizacyjnej*, Politechnika Lubelska, Lublin.
- Sorys P. (2011), *Możliwości przyciągania turystów z krajów sąsiednich do przygranicznych schronisk górskich*. Praca magisterska napisana pod opieką M. Żemły. GWSH, Katowice.
- Sorys P. (2007). *Typ i rodzaj świadczonych usług w schroniskach górskich polskich i czeskich – na przykładzie obszaru Beskidu Śląskiego i Śląsko-Morawskiego*. Praca licencyjcka napisana pod opieką M. Żemły. GWSH, Katowice.
- Szczechowicz B. (2006), *Funkcjonowanie schronisk turystycznych jako przedsięwzięć komercyjnych*. [w:] Rapacz A. (red.), *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo, samorząd, współpraca*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Jelenia Góra, s. 134-142.
- Szczechowicz B. (2014), *Poziom i zróżnicowanie cen usług noclegowych oferowanych przez schroniska górskie na terenie Karpat Polskich, Słowackich i Czeskich*. [w:] Kantyka J. (red.), *Wellness jako forma kultury fizycznej i turystyki – aspekty zdrowotne i ekonomiczne*. Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Katowicach, Katowice.
- Szromek A.R., Pytel S. (2014), *Sprawność obsługi internetowej polskich przedsiębiorstw uzdrowiskowych*, [w:] „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej Seria: Organizacja i Zarządzanie” nr 71, s. 271-280.
- Zarzycki P., Stosik A., Grobelny J. (2006), *Specyfika funkcjonowania schronisk górskich w świetle zmian otoczenia gospodarczego i dynamiki rozwoju sektora turystyki w Polsce*, [w:] „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej” we Wrocławiu Nr 1141 (2006), s. 303-309.
- Żemła M. (2014), *Foreign tourists on hiking trails in Polish mountains*, [w:] “Geomatics, Landmanagement and Landscape” Vol. 1 (2014), s. 95-106.

INTERESTS OF MOUNTAIN HUT OPERATORS IN POLAND, CZECH REPUBLIC, AND SLOVAKIA IN ATTRACTING CUSTOMERS FROM ABROAD

Abstract

Purpose. Detecting of the level of interest of mountain huts' operators in attracting foreign tourists by comparing reaction to reservation requests received from home country and from abroad.

Method. The main research method used in the paper is mystery shopping analysis. Reservation requests written in four different languages were e-mailed to mountain huts in Poland, Czech Republic and Slovakia.

Findings. Even though the ratio of responses was low in all cases, it is possible to observe that in case of reservations from abroad this level is even lower. The scale of this decrease depends both on the country from which the message was e-mailed and the country of location of particular hut. Polish huts were answering rarest on requests from abroad.

Research and conclusion limitations. The nature of researched facilities as well as features of huts' customers make the attitude of huts' operators may not reflect their market attitude. Many of them may not perceived the Internet as a major channel of reservations, and in many cases electronic communication might be limited by technical possibilities – lack of mobile and stationary telephone connections.

Practical implications. In spite of objective technical limitations huts' operators in all countries should pay more attentions on electronic communication with potential customers.

Originality. Papers researching market activity of mountain huts are rare in Poland and in global literature. Presented results fill this gap only partially.

Type of paper. Research paper.

Key words: mountain tourism, mountain huts, attracting foreign visitors, mystery shopping.

KOMERCJALIZACJA LETNICH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH PRZEZ LOKALNE I REGIONALNE ORGANIZACJE TURYSTYCZNE W WYBRANYCH KRAJACH GÓRSKICH Z WYKORZYSTANIEM INTERNETOWYCH KANAŁÓW DYSTRYBUCJI

*Katarzyna Klimek**

Abstrakt

Cel. Ukazanie aktualnych tendencji dotyczących letniej turystyki górskiej w dojrzałych destynacjach turystycznych oraz roli lokalnych i regionalnych organizacji turystycznych (Destination Management Organisations) w stymulowaniu rozwoju tego rodzaju turystyki poprzez zdywersyfikowaną ofertę produktową.

Metoda. Jako metodę badawczą zastosowano porównawczą analizę benchmarkingową pozwalającą na porównanie letnich produktów turystycznych oferowanych przez 183 organizacje turystyczne (DMO) działające w 10 krajach górskich (destynacje alpejskie, skandynawskie i północnoamerykańskie).

Wyniki. W części empirycznej zaprezentowano przekrojowe studium dotyczące rodzajów komercjalizowanych przez organizacje turystyczne letnich produktów turystycznych za pośrednictwem własnych witryn internetowych. Scharakteryzowano również rodzaje kanałów dystrybucji oraz wykazano różnice w tym zakresie pomiędzy analizowanymi organizacjami turystycznymi.

Ograniczenia badań. Analiza porównawcza dotyczyła jedynie komercjalizacji ofert dystrybuowanych przez własne witryny internetowe analizowanych DMO. Analiza nie skupiała się natomiast na badaniu dostępnych kanałów dystrybucji wykorzystywanych przez inne podmioty rynku turystycznego.

Rodzaj pracy. Artykuł prezentuje wyniki badań empirycznych.

Oryginalność pracy. Strategie produktowe implementowane przez organizacje turystyczne w krajach górskich są rzadko prezentowane w opracowaniach naukowych w Polsce i za granicą.

Implikacje praktyczne. Opisane w artykule przykłady komercjalizowanych produktów turystycznych mogą stanowić zestaw dobrych praktyk dla lokalnych oraz regionalnych organizacji turystycznych zajmujących się wspieraniem rozwoju turystyki w Polsce, w celu stworzenia efektywniejszego systemu zarządzania produktem turystycznym za pośrednictwem Internetu.

Słowa kluczowe: organizacje turystyczne DMO, komercjalizacja letnich produktów turystycznych, pakietowanie dynamiczne, internetowe kanały dystrybucji.

* Dr, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Wydział Zarządzania, Katedra Turystyki;
e-mail: kklimek@uek.krakow.pl.

Wstęp

Letnia turystyka góraska stanowi jedną z najstarszych form turystyki wypoczynkowej. Jej postępowi od XIX w. wiele peryferyjnych miejscowości i regionów górskich w Europie oraz na świecie zawdzięcza swój dynamiczny rozwój. Wraz ze zwiększeniem dostępności tych obszarów oraz upowszechnieniem się mody na zimowy wypoczynek narciarski od połowy lat 70. XX w. obserwujemy jednak malejące zainteresowanie turystów letnią ofertą górską oraz znaczne dysproporcje w natężeniu ruchu turystycznego pomiędzy zimą i latem, szczególnie w dojrzałych destynacjach turystycznych.

Pomimo nasycenia rynku turystycznego mnogością letnich ofert turystycznych komercjalizowanych przez różne podmioty (tradycyjne i internetowe biura podróży /OTA/, globalne internetowe serwisy rezerwacyjne, linie lotnicze, gestorów bazy noclegowej i transportowej etc.) stosunkowo niewiele uwagi w różnego typu opracowaniach poświęca się w tym zakresie roli lokalnych i regionalnych organizacji turystycznych (DMO). Tym niemniej funkcjonowanie DMO, zwłaszcza w wielu dojrzałych destynacjach górskich, wydaje się mieć duże znaczenie dla kreowania oferty produktowej tych obszarów recepcji i stymulowania ich holistycznego rozwoju zarówno zimą, jak i latem.

Celem niniejszego artykułu jest ukazanie roli tych organizacji w komercjalizacji letnich produktów turystycznych w 10 wybranych krajach górskich z zastosowaniem internetowych kanałów dystrybucji.

Letnia turystyka w krajach górskich. Przegląd aktualnych trendów w świetle literatury przedmiotu

Obszary górskie stanowią 24% powierzchni globu (UNEP 2007). Rozwój turystyki w większości tych regionów rozpoczął się od odkrycia letnich atrakcji turystycznych przez pierwszych turystów (malarzy, pisarzy, poetów, filozofów, kuracjuszy i uczestników pierwszych wycieczek objazdowych zwanych „les grands tours”), którzy zaczęli podróżować w góry od II poł. XVIII w. [Black 2003; Towner 1985; Ring 2000; Withey 1997].

Moda na podróżowanie w sezonie letnim, np. w trudno dostępne zimą Alpy, przyczyniła się do dynamicznego rozwoju wielu miejscowości, które dzięki napływowi zagranicznych turystów w krótkim czasie z ubogich peryferyjnych obszarów stały się znanymi i ekskluzywnymi kurortami wypoczynkowymi (np. Davos, Zermatt czy Chamonix) [Kripendorff 1987; Bewes 2014].

Przyjmowanie turystów zagranicznych w tych regionach nie byłoby możliwe bez dynamicznego rozwoju branży hotelarskiej oraz wypracowania standardów w zakresie obsługi ruchu turystycznego. Szwajcarscy przedsiębiorcy hotelowi m.in. Seiler w Zermatt, Badrutt w St-Moritz i Cesar Ritz –

właściciel sieci hotelowej w wielu miejscowościach (nie tylko szwajcarskich) stali się prekursorami dla nowoczesnego hotelarstwa, zyskując międzynarodową sławę¹ [Klimek 2010; Tissot 2000, 2003; Walton 2009]. Warto nadmienić, że w 1864 roku w szwajcarskim St-Moritz powstało także pierwsze biuro obsługi ruchu turystycznego² [Beritelli, Bieger, Laesser 2014].

Nowoczesne rozwiązania transportowe (rozwój kolei i kolejek górskich oraz rozwój lotnictwa cywilnego), zwłaszcza po II wojnie światowej, przyczyniły się do zwiększenia dostępności obszarów górskich, które stały się łatwiej dostępne również zimą [Brida, Deidda, Pulina 2014]. W związku z tym od początku lat 70. XX wieku obserwujemy dominację różnych form turystyki zimowej (głównie narciarstwa zjazdowego i biegowego), zwłaszcza w krajach alpejskich [Bourdeau 1991]. Wskutek zapoczątkowania w tym okresie w społeczeństwach krajów wysoko rozwiniętych mody na rodzinny wypoczynek narciarski zimą i wakacje nad morzem w lecie osłabiło zainteresowanie letnią ofertą destynacji górskich, co wpłynęło na dysproporcje w natężeniu ruchu turystycznego pomiędzy zimą a latem [Béchet, Margreter 2013; Hudson 2000].

Na przykład w latach 2000-2012 liczba noclegów generowanych przez turystów wycieczających w Alpach szwajcarskich zmniejszyła się o 12,3% (tj. o ponad 20 mln noclegów) [Nideger 2014]. Te same negatywne tendencje dotyczą Alp francuskich, gdzie liczba noclegów w sezonie letnim w okresie ostatnich dziesięciu lat spadła o 10% (tj. o 12 mln noclegów) [Berthier 2014; Odit France 2011]. W Stanach Zjednoczonych obserwujemy natomiast zjawisko konsolidacji miejscowości turystycznych, gdzie małe destynacje górskie łączą się ze sobą w celu wzmocnienia swojej pozycji konkurencyjnej. Z tego względu w latach 1985-2014 liczba małych miejscowości górskich zmniejszyła się o 33% (tj. z 705 do 474 miejscowości) [Arsenault 2014].

Negatywne, głównie ekonomiczne konsekwencje związane z sezonowością ruchu turystycznego zostały szeroko opisane w literaturze przedmiotu [Butler 2001; Butler and Mao 1997; Hartmann 1986; Hudson, Cross 2005; Krakover 2000; Witt, Moutinho 1995]. Dotyczą one głównie zmniejszenia przychodów lokalnych mieszkańców i wzrostu okresowego bezrobocia związanego z sezonowym zawieszaniem działalności przez podmioty gospodarcze [Lee et al., 2008].

Na fluktuację ruchu turystycznego w regionach górskich w okresie letnim wpływa również duża konkurencja ze strony lepiej dostępnych, cieplejszych i często tańszych destynacji turystycznych znajdujących się w regionach nadmorskich [Keller 2014; Papatheodorou 2001].

¹ W roku 1910 Szwajcaria posiadała ok. 12 tys. hoteli, natomiast obecnie dysponuje około 240 tys. miejscami noclegowych i 4,9 tys. przedsiębiorstw hotelowych [*Fédération suisse du tourisme* 2014].

² Do jego zadań należała: informacja i obsługa turystów oraz sprzedaż map i pamiątek.

Należy tutaj również wspomnieć o zmianach strukturalnych popytu turystycznego, które zaszły w ostatnich latach w społeczeństwach krajów wysoko rozwiniętych. Oto kilka tendencji charakteryzujących popyt turystyczny w ostatnich latach:

- Współcześni turyści podejmując decyzję o wyborze letniej destynacji wakacyjnej chcą zminimalizować ryzyko pomyłki i dlatego pragną wypoczywać w miejscu z gwarantowanym słońcem i blisko wody [Switch 2012]. Góry kojarzą się im natomiast z szybko zmieniającymi się warunkami pogodowymi, z brakiem słońca oraz chłodem. Dlatego też według sondażu IPSOS, przeprowadzonego na reprezentatywnej próbie 3500 turystów, w roku 2014 ponad 62% Europejczyków wybrało latem wypoczynek nad morzem, natomiast tylko 18% wypoczywało w górach [IPSOS 2014].
- Klientela wybierająca letni wypoczynek w europejskich destynacjach górskich pochodzi z dużych miast i zdominowana jest przez turystów krajowych powyżej 35. roku życia [Keller 2014]. Od kilku lat odnotowuje się spadek liczby rodzin z dziećmi wypoczywających w lecie w górach [Sanu 2011]. Regiony te stają się natomiast popularne wśród dobrze sytuowanych par bez dzieci (DINKS – double income no kids), turystów indywidualnych oraz osób z grupy wiekowej 50+ (Best Ager) [Bernhard 2014, Berthier 2014; Nideger 2014; Sanu 2011; Switch 2012]. Podobne tendencje zaobserwowano w Ameryce Północnej, gdzie od wielu lat odnotowuje się spadek aktywności fizycznej u dzieci i młodzieży, co przekłada się na mniejszą liczbę rezerwacji rodzinnego i aktywnego wypoczynku w górach [Arsenault 2014]. Rezerwacje pobytów dokonywane są coraz częściej w ostatniej chwili, a pobyty w górach są coraz krótsze [ODIT France 2008, 2009].
- Letni wypoczynek w górach jest przez turystów rzadko kojarzony z możliwością wypoczynku nad wodą oraz z atrakcjami kulturalnymi [Corneloup, Bourdeau, Mao, 2005; Odit France, 2008; Rhône-Alpes Tourisme, 2010].
- Wakacje w górach postrzegane są często przez turystów jako drogie, stąd też jeśli zimą wybierają wypoczynek narciarski, latem zwykle szukają za pośrednictwem Internetu tańszych form wypoczynku poza regionami góorskimi [IPSOS 2014, Keller 2014, Odit France 2008]³.

Wartość sprzedaży usług turystycznych komercjalizowanych przez Internet wyniosła na świecie 580 mld USD w roku 2013, co stanowiło 25% całkowitej sprzedaży tych usług [Euromonitor International 2014]. Głównymi

³ Z raportu Google z roku 2015 wynika, że przy planowaniu wakacji aż 85% internautów korzysta z różnych serwisów internetowych, a 65% turystów rezerwuje wakacje za pośrednictwem urządzeń mobilnych [Google, Ipsos MediaCT 2015]. Media społecznościowe, blogi i wirtualne społeczności odgrywają bardzo duże znaczenie przy podejmowaniu przez turystów decyzji o miejscu wypoczynku [Sanu 2011; Bernhard 2014].

graczami na rynku internetowych usług turystycznych są linie lotnicze, sieci hotelowe, a także internetowe biura podróży OTA, których wielkość sprzedaży usług turystycznych rośnie z każdym rokiem [Beritelli, Schegg 2016]. W tym kontekście, a także w świetle opisanych wyżej zmian strukturalnych i sezonowości popytu, istotne z punktu widzenia holistycznego zarządzania destynacjami wydaje się określenie roli lokalnych i regionalnych organizacji turystycznych (DMO).

Koncepcja współcześnie działających DMO została opracowana przez szwajcarskiego badacza, profesora Thomasa Biegera w II. poł lat 90. XX w., a następnie zaimplementowana w wielu obszarach recepcji turystycznej w Europie oraz na świecie [Bieger, Freyer 2005]. Odwołuje się ona do koalicji podmiotów turystycznych, które współpracują ze sobą na bazie partnerstwa publiczno-prywatnego, realizując wspólne cele dla holistycznego rozwoju turystyki na danym obszarze [UNWTO 2007]. DMO pełnią rolę koordynującą w zakresie następujących działań:

- planowania i wdrażania strategii rozwoju [Jamal, Getz 1995];
- komercjalizacji produktów turystycznych, tj. wprowadzania na rynek, dystrybucji i sprzedaży ofert turystycznych podmiotów działających w danej destynacji turystycznej oraz obsługi ruchu turystycznego [Bieger, Beritelli, Laesser 2009; Getz, Anderson, Sheehan 1998];
- implementowania działań marketingowych i wizerunkowych (destination branding) [Blain, Levy, Ritchie 2005];
- reprezentowania interesów wszystkich interesariuszy (podmiotów publicznych i prywatnych związanych z rozwojem turystyki w danej miejscowości lub/i w regionie) oraz stymulowania współpracy i pozytywnych relacji pomiędzy nimi i DMO [Sheehan, Ritchie 2005; Beritelli, Buffa, Martini 2015]⁴.

Cytując Beritellego, Reinholda [2009, s. 137], rolę obecnie działających DMO można przyrównać do „lustra, w którym odbijają się wszystkie najważniejsze aspekty organizacyjne destynacji turystycznych”. Dlatego organizacje te wydają się mieć duże znaczenie w niwelowaniu dysproporcji w natężeniu ruchu turystycznego i podnoszeniu konkurencyjności zwłaszcza obszarów peryferyjnych na globalnym rynku turystycznym.

Problematyka ta była głównym tematem VIII Światowego Kongresu „Mountainlikers” zorganizowanego w Andorze w kwietniu 2014 roku przez Światową Organizację Turystyki UNWTO. Konferencja ta zgromadziła 450

⁴ Z uwagi na zakres terytorialny realizowanych zadań wyróżniamy lokalne, regionalne oraz narodowe DMO. Różnią się one zakresem realizowanych zadań oraz wielkością budżetów, którymi operują. W większości europejskich regionów górskich DMO mają formę stowarzyszeń i finansowane są one ze składek członkowskich podmiotów prywatnych, z podatków turystycznych oraz ze środków publicznych. Destynacje amerykańskie działają natomiast częściej na zasadzie korporacji, gdzie DMO lub inny podmiot prywatny (np. kooperatywa kolei górskich) jest właścicielem wielu różnych form zakwaterowania, baz restauracyjnych i wypoczynkowych, którymi w danej destynacji zarządza [Beritelli, Bieger, Laesser 2007].

ekspertów turystyki i managerów reprezentujących lokalne i regionalne organizacje turystyczne z ważniejszych górskich regionów świata.

Analiza przypadków prezentowanych na kongresie pozwala stwierdzić, iż obecnie lokalne i regionalne destynacje turystyczne w celu stymulowania turystyki letniej stosują dwa rodzaje strategii:

- strategię „desezonalizacji” produktów turystycznych, polegającą na tworzeniu i komercjalizacji ofert turystycznych atrakcyjnych przez cały rok (ten rodzaj strategii stosowany jest obecnie m.in. przez: Andorę, Allgäu w Niemczech, Mont Tremblant w Kanadzie);
- strategię dywersyfikacji letnich produktów turystycznych opartą na innowacyjnej ofercie produktowej. Ten rodzaj strategii dotyczy zarówno różnych nowatorskich form zakwaterowania (np. glamping, szałas, jurty, chatki ekologiczne, domy na drzewach, wioski tematyczne etc.), jak i różnego typu ofert pobytowych zapewniających interesujące wakacje letnie, niezależnie od pogody (np. warsztaty, oferta edukacyjna, animacje i wielowariantowy wypoczynek aktywny, adresowany do różnych grup odbiorców). Strategia ta stosowana jest przez wiele destynacji górskich m.in. przez regiony górskie Francji, Mont Sutton i Whistler w Kanadzie, Davos w Szwajcarii oraz region Dolomitów we Włoszech.

Oba rodzaje strategii bazują na zintegrowanych działaniach marketingowych oraz nowoczesnych rozwiązaniach technologicznych w zakresie dystrybucji ofert turystycznych.

W dalszej części artykułu zaprezentowane zostaną wyniki analizy porównawczej przeprowadzonej w 183 destynacjach górskich w zakresie komercjalizowanych przez nie letnich produktów turystycznych oraz ich dystrybucji.

Cel i metoda badań

Celem analizy było znalezienie odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

1. Jakie rodzaje produktów turystycznych są komercjalizowane w sezonie letnim przez alpejskie, skandynawskie i północnoamerykańskie górskie organizacje turystyczne za pośrednictwem ich własnych witryn internetowych?
2. Jakie rodzaje kanałów dystrybucji są używane przez analizowane organizacje turystyczne i czy istnieją w tym zakresie różnice pomiędzy europejskimi i północno-amerykańskimi DMO?
3. Jaka rolę w dystrybucji ofert odgrywają kanały elektroniczne?
4. Jakie dobre praktyki w zakresie komercjalizacji i dystrybucji ofert mogą zostać zarekomendowane górkim destynacjom europejskim w celu podniesienia ich konkurencyjności poprzez stymulowanie rozwoju turystyki letniej?

W okresie od kwietnia do października 2013 i 2014⁵ r. dokonano analizy porównawczej produktów turystycznych oferowanych przez 183 organizacje turystyczne (DMO), komercjalizowanych za pośrednictwem ich stron internetowych. Wybrane do analizy 120 regionalnych i 63 lokalnych DMO pochodziło z 10 wybranych krajów górskich.

Sposobu doboru próby badawczej dokonano na podstawie następujących kryteriów:

- Wybrane do analizy DMO były organizacjami lokalnymi lub regionalnymi, działającymi w dojrzałych górskich obszarach recepcji turystycznej (tj. w krajach alpejskich, w Skandynawii i w Ameryce Północnej).
- Jeśli chodzi o wybór krajów alpejskich (tj. Szwajcarii, Austrii, Francji, Niemiec, Włoch) ich wybór był celowy i nawiązywał on do wcześniejszych badań autorki prowadzonych w tych krajach na temat DMO w latach 2012-2014 [Klimek 2012, 2013, 2014]. Destynacje skandynawskie

Tabela 1. Charakterystyka próby badawczej

Table 1. Characteristics of the research sample

Kraj	Liczba przeanalizowanych DMO	%	Regionalne DMO	%	Lokalne DMO	%
Szwajcaria	49	26.8	27	22.5	22	34.9
Austria	67	36.6	47	39.2	20	31.7
Francja	8	4.4	5	4.2	3	4.8
Włochy	27	14.8	25	20.8	2	3.2
Niemcy	5	2.7	3	2.5	2	3.2
Norwegia	4	2.2	2	1.7	2	3.2
Szwecja	3	1.6	2	1.7	1	1.6
Finlandia	4	2.2	2	1.7	2	3.2
Kanada	8	4.4	3	2.5	5	7.9
Stany Zjednoczone	8	4.4	4	3.3	4	6.3
Łącznie	183	100	120	66	63	34

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań

Source: Own elaboration based on research results

⁵ W okresie letnim 2013 stworzono bazę danych 183 DMO górskich oraz przeanalizowano 583 pakiety „statyczne”, natomiast w sezonie letnim 2014 opracowano bazę danych destynacji, które komercjalizują ofertę letnią w sposób dynamiczny za pośrednictwem najnowszych rozwiązań technologicznych.

i amerykańskie zostały natomiast wybrane na podstawie dostępnych internetowych rankingów najlepszych destynacji górskich, publikowanych w Internecie (np. America's Best Mountain Resorts, Go Scandinavia, www.visitnorway.com, www.j2ski.com/summer_resorts/Sweden/, <http://skiresorts.findthebest.com> etc.).

- Wszystkie wybrane do analizy organizacje stosowały strategie desezonalizacji lub dywersyfikacji ofert turystycznych w celu stymulowania ruchu turystycznego w sezonie letnim.
- Komercjalizacja ofert turystycznych odbywała się z wykorzystaniem własnych witryn internetowych.

Strukturę próby badawczej przedstawiono w tabeli 1.

Wyniki badań

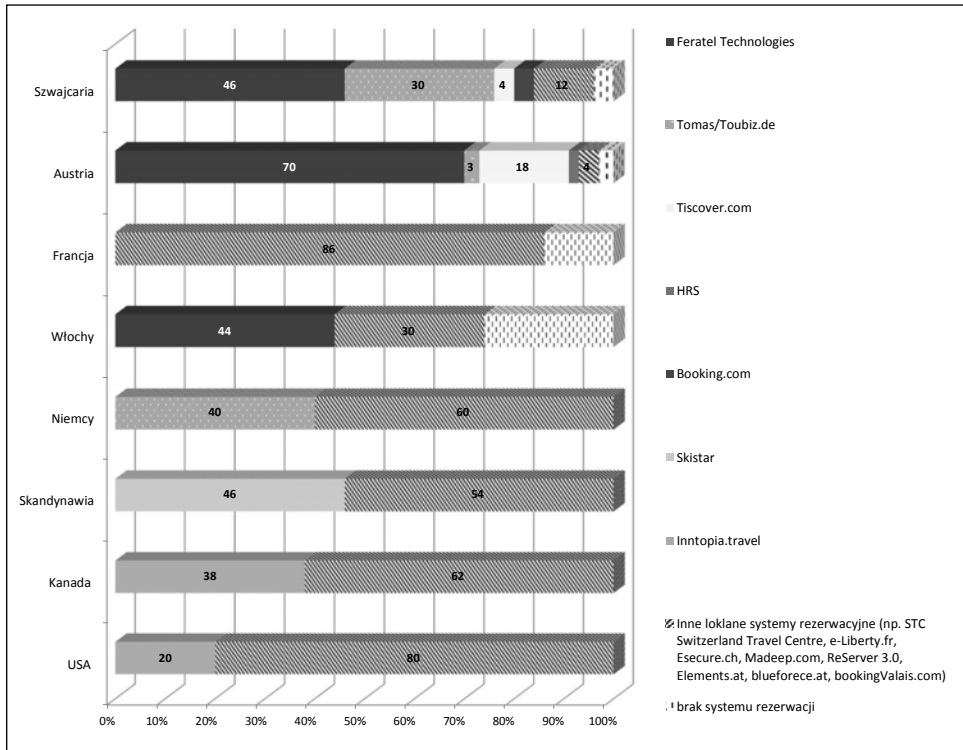
Analiza stron internetowych 183 europejskich i północnoamerykańskich DMO pozwoliła wyróżnić kilka typów produktów turystycznych komercjalizowanych przez te organizacje, a mianowicie:

1. Oferty dotyczące zakwaterowania w obiektach noclegowych.
2. Produkty turystyczne komercjalizowane w postaci pakietów tzw. „statycznych”. Są to oferty zawierające od dwóch do kilku usług, które sprzedawane są przez destynacje po zryczałtowanej cenie (np. nocleg i wyżywienie, noclegi oraz wyżywienie i transport, nocleg i wyżywienie oraz bilety wstępu do wybranych atrakcji etc.).
3. Pakiety dynamiczne tj. usługi, które turysta sam wybiera i kupuje w Internecie za pośrednictwem systemu rezerwacji elektronicznej, oferowanej przez daną destynację turystyczną.

Wymienione powyżej typy ofert turystycznych komercjalizowane są przede wszystkim za pomocą różnorodnych internetowych systemów rezerwacji ofert turystycznych⁶. Ponad 170 (tj. 93%) analizowanych destynacji turystycznych korzysta bowiem z tego rodzaju systemów (zob. ryc. 1).

W Europie jednym z popularniejszych systemów rezerwacji używanych przez DMO z krajów alpejskich jest system Feratel, oferowany przez austriacką firmę Feratel Technologies. Jest on używany przez 45% (tj. 82) anali-

⁶ Komputerowe systemy rezerwacji dostępne na stronach internetowych DMO pozwalają na rezerwacje lub/i zakup usług turystycznych przez Internet (tj. usług noclegowych, transportowych, a także pakietów turystycznych). Ze względu na rodzaj powiązań i zakres współpracy pomiędzy dostawcami usług a DMO rodzaj sprzedawanych produktów jest różnorodny. Może on obejmować np. jedynie możliwość rezerwacji usług noclegowych lub sprzedaż noclegów i różnych rodzajów pakietów turystycznych oraz usług dodatkowych. Im lepsza jest jakość współpracy pomiędzy DMO a dostawcami usług, tym szerszą ofertę DMO oferują za pośrednictwem ich stron internetowych. Komercjalizacja wielu usług za pośrednictwem wspólnego systemu rezerwacyjnego zarządzanego przez DMO znacznie zmniejsza koszty dystrybucji i promocji usług oferowanych przez poszczególnych usługodawców.



Ryc. 1. Internetowe systemy rezerwacji wykorzystywane przez analizowane organizacje turystyczne (w %)

Fig. 1. Internet reservation systems used by analysed tourist organizations (in %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań

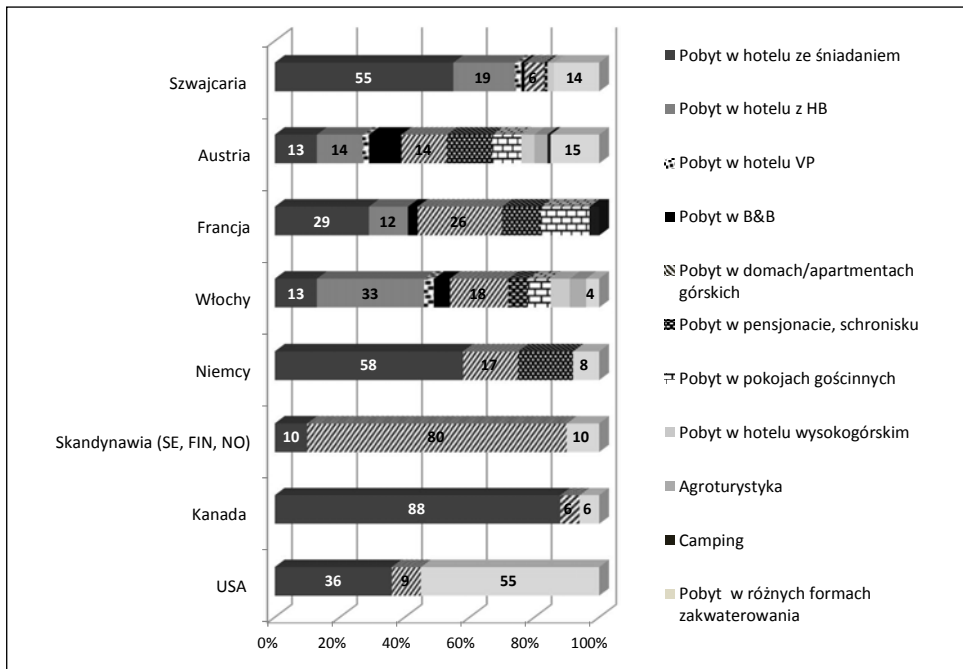
Source: Own elaboration based on research results

zowanych organizacji turystycznych. Jedna organizacja turystyczna na pięć posiada własny system rezerwacyjny (np. stayplus.Davos.ch, e-Liberty.fr, Esecure.ch, Madeep.com, ReServer 3.0, Elements.at, blueforece.at, BookingValais.com). W Skandynawii popularny jest system Skistar, natomiast w Stanach Zjednoczonych i w Kanadzie na znaczeniu zyskuje system Intopia.travel.

Jak widać, wykorzystanie tego rodzaju systemów nie jest jednakowe we wszystkich destynacjach. 93% analizowanych organizacji turystycznych wykorzystuje je przede wszystkim do sprzedaży przez Internet miejsc noclegowych, dostępnych w różnych formach zakwaterowania (zob. ryc. 2).

Ponad połowa ofert komercjalizowanych przez analizowane DMO za pomocą internetowych systemów rezerwacji dotyczy możliwości rezerwacji pobytów w hotelach z różnymi formami wyżywienia (BB, HB, VP).

Oferta austriackich i włoskich organizacji turystycznych charakteryzuje się najszerszą gamą rodzajów zakwaterowania, które można zarezerwować



Ryc. 2. Rodzaje zakwaterowania oferowane do sprzedaży przez analizowane DMO za pośrednictwem internetowych systemów rezerwacji (w %)

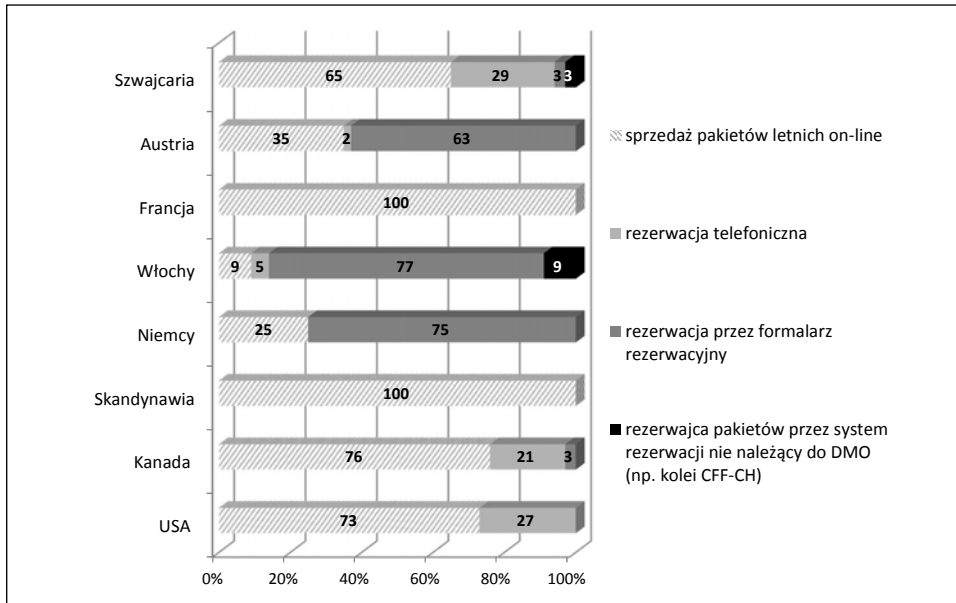
Fig. 2. The types of accommodation offered to sale by analyzed DMOs via online booking systems (in %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań

Source: Own elaboration based on research results

przez Internet. Są to zarówno oferty pobytów w hotelach, jak i w apartamentach/domach na wynajem, pensjonatach, hotelach i schroniskach wysokogórskich oraz na farmach agroturystycznych. Część destynacji z USA, Austrii, Szwajcarii, Szwecji, Niemiec i Kanady oferuje także możliwość rezerwacji noclegów w różnych formach zakwaterowania podczas aktywnego wypoczynku wakacyjnego, np. podczas wędrówek wysokogórskich.

Jeśli chodzi o ofertę pobytową, jest ona komercjalizowana głównie w postaci tzw. pakietów „statycznych” to znaczy takich, które zawierają z góry określoną liczbę usług i sprzedawane są przez organizacje turystyczne po zryczałtowanej cenie. Klient poza wyborem daty pobytu, liczby osób, rodzaju zakwaterowania i wyżywienia nie może zmienić liczby oferowanych w pakiecie usług. Ten rodzaj letnich produktów turystycznych oferowany jest do sprzedaży przez analizowane DMO za pomocą różnorodnych kanałów dystrybucji. Aby stwierdzić, w jaki sposób te oferty są dostarczane na rynek oraz jakie są ich rodzaje, przeanalizowano 583 pakiety „statyczne”.



Ryc. 3. Rodzaje i struktura kanałów dystrybucji wykorzystywanych przez organizacje turystyczne przy komercjalizacji letnich pakietów turystycznych (w %)

Fig. 3. Types and structure of distribution channels used by tourist organizations in the commercialization of summer tourist packages (in %)

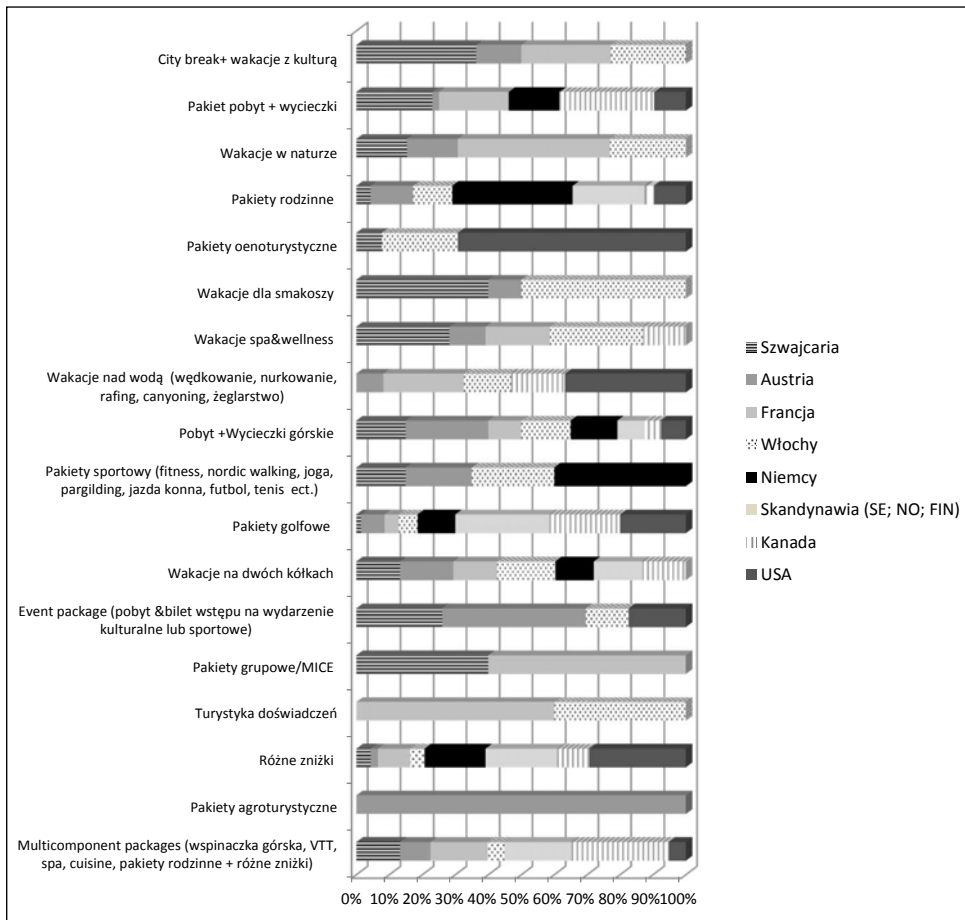
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań

Source: Own elaboration based on research results

60%, tj. 109 organizacji turystycznych, umożliwia zakup tego rodzaju pakietów przez omówione wyżej internetowe systemy rezerwacyjne (zob. ryc. 3).

Najbardziej zaawansowane technologicznie wydają się pod względem sprzedaży internetowej destynacje skandynawskie, francuskie, kanadyjskie i amerykańskie, gdzie najczęściej pakietów komercjalizowanych jest on-line. Tymczasem większość włoskich, niemieckich i austriackich DMOs zamieszcza pakiety na swoich stronach internetowych, ale nie można ich kupić bezpośrednio przez internetowy system rezerwacji ofert, lecz pośrednio przez formularz rezerwacyjny.

Jeśli chodzi o rodzaje letnich pakietów „statycznych”, destynacje turystyczne oferują ich bardzo szeroki wybór. Analiza porównawcza pozwoliła wyróżnić 18 rodzajów pakietów, które obejmują wiele różnych rodzajów aktywności i skierowane są do różnego typu odbiorców, np. wypoczynek aktywny na łonie natury, turystyka kulturowa, wakacje nad wodą, pobyty kulinarne i oenoturystyczne, oferty dla grup i dla turystów biznesowych, pakiety rodzinne etc. (zob. ryc. 4).



Ryc. 4. Rodzaje pakietów letnich oferowanych on-line przez 183 organizacje turystyczne (w %)

Fig. 4. Types of summer packages offered on-line by 183 tourist organizations (in %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań

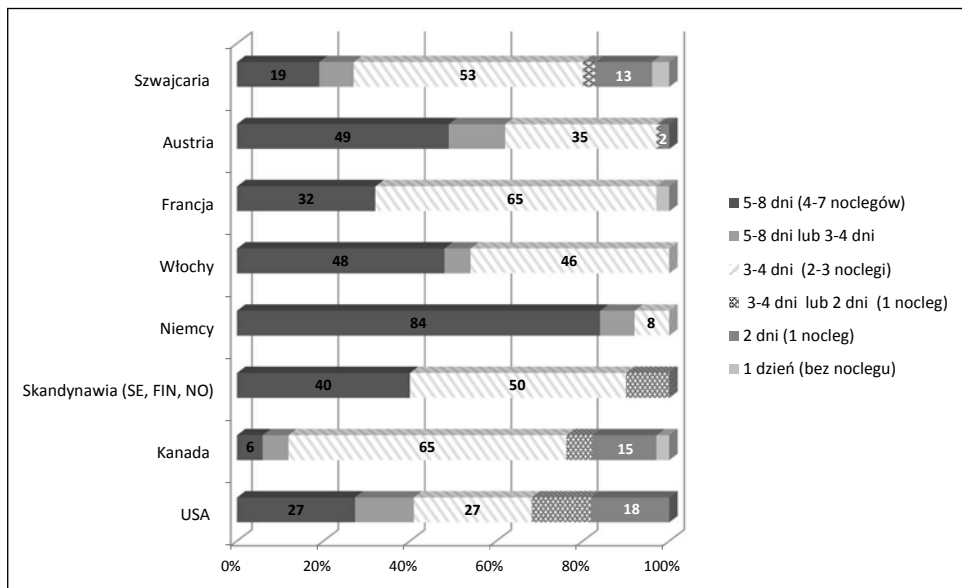
Source: Own elaboration based on research results

Najpopularniejszymi pakietami komercjalizowanymi przez prawie wszystkie DMO są: oferty skierowane do rodzin z dziećmi, wakacje połączone z wycieczkami pieszymi i wysokogórskimi z przewodnikiem, wakacje na dwóch kółkach wakacje, nad wodą oraz oferta dla golfistów.

Wśród interesujących propozycji pobytów letnich zwracają uwagę pakiety dla smakoszy i dla amatorów wina (tzw. pakiety oenoturystyczne). Wykupując tego rodzaju pobyt wakacyjny turyści zapoznają się z lokalną kuchnią, ale także mogą spędzić wakacje w winnicy ucząc się jak produkuje się wino. Te dwa rodzaje pakietów proponują w swojej ofercie organizacje turystyczne

ze Szwajcarii, Austrii, Włoch oraz Stanów Zjednoczonych. Ciekawe są również pobyty nazwane umownie „turystyką doświadczeń”. Chodzi tutaj o różnorodne propozycje wypoczynku, podczas których turysta będzie mógł aktywnie uczestniczyć w życiu danej miejscowości górskiej, ucząc się różnych umiejętności od lokalnych mieszkańców np. garncarstwa, rękodzieła artystycznego, wędkowania, ziołolecznictwa etc. Ten rodzaj pakietów jest proponowany obecnie głównie przez organizacje turystyczne z Francji i Włoch. Ciekawą propozycją są również „pakiety złożone”, oferowane przez kanadyjskie oraz francuskie, szwajcarskie, austriackie i amerykańskie DMO. Są to oferty, które dają turyście możliwość skorzystania podczas pobytu z wielu różnych aktywności, np. wycieczek górskich połączonych z pakietem kulinarnym, pobytu w spa i na polu golfowym oraz zniżki na korzystanie z lokalnych atrakcji i transportu górskiego.

Jeśli chodzi o długość pobytów, ponad połowa pakietów oferowanych przez szwajcarskie, francuskie, kanadyjskie oraz skandynawskie DMO dotyczy krótkich pobytów weekendowych od 2 do 4 dni (zob. ryc. 5). Większość destynacji austriackich, włoskich i niemieckich proponuje natomiast pobyty dłuższe od 5 do 8 dni. Amerykańskie i austriackie DMO oferują największą elastyczność przy rezerwacji długości pobytów. Większość ich pakietów można zarezerwować na okres od 1 do 8 dni.



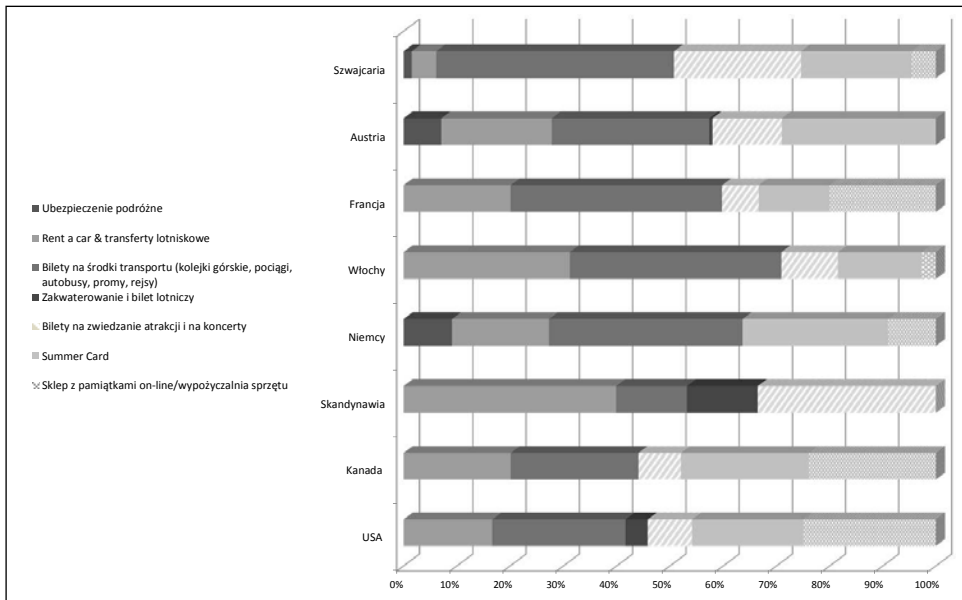
Ryc. 5. Średnia długość pakietów letnich oferowanych do sprzedaży przez 183 DMOs (w %)

Fig. 5. The average duration of summer packages offered to sale by 183 DMOS (in %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań

Source: Own elaboration based on research results

Ciekawą opcją, którą wprowadziło ponad 60% analizowanych organizacji turystycznych, jest sprzedaż tzw. usług dodatkowych, które można kupić rezerwując w danej destynacji nocleg lub pakiet pobytowy (ryc. 6). Tego rodzaju sprzedaż wiązana ma wiele zalet dla turystów, ale także dla oferujących je destynacji turystycznych. Turysta może lepiej zaplanować swój pobyt w miejscu docelowym wykupując przed lub w trakcie pobytu interesujące go usługi. Usługodawcy mają natomiast możliwość osiągania dodatkowych przychodów często jeszcze przed przyjazdem turysty do wybranego miejsca pobytu.



Ryc. 6. Charakterystyka usług dodatkowych oferowanych przez DMOs (w %)

Fig. 6. Characteristics of additional services offered by DMOs (in %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań

Source: Own elaboration based on research results

Interesującym rozwiązaniem wprowadzonym przez większość analizowanych destynacji turystycznych jest tzw. karta letnia – „summer card”. Jest to rodzaj karty rabatowej, którą turysta może nabyć za niewielką opłatą lub dostaje ją gratis w przypadku wykupienia minimum jednego noclegu w danej miejscowości turystycznej. Umożliwia ona darmowy lub zniżkowy transport kolejkami górskimi, wstępy do różnych atrakcji, zniżki na korzystanie z obiektów sportowych etc.⁷. Liczba i rodzaje dostępnych atrakcji są

⁷ Jedno z ciekawszych rozwiązań na poziomie regionalnym w zakresie kart letnich wprowadził w roku 2012 region Dolomitów. Oferuje on dwa rodzaje „summer card” tj.: „Hiking up” dla wycieczkowiczów i kartę „Biking up” dla rowerzystów. Karty po dokonaniu

różnorodne i najczęściej zależą od skuteczności współpracy pomiędzy organizacją turystyczną a lokalnymi usługodawcami.

Niewątpliwie najbardziej innowacyjnymi produktami wprowadzanymi przez niektóre górskie destynacje turystyczne są tzw. pakiety dynamiczne. Pakietowanie dynamiczne (ang. dynamic packaging) jest to rodzaj sprzedaży internetowej, gdzie za pomocą elektronicznego systemu rezerwacji klient komponuje, rezerwuje i płaci za swój pobyt wakacyjny w czasie rzeczywistym, dostosowując wybrane usługi do własnych zindywidualizowanych potrzeb [Schumacher, Rey 2012]. Ponieważ rezerwacja i zakup usług odbywają się w tym samym czasie, komercjalizacja tego rodzaju produktów turystycznych wymaga najbardziej zaawansowanych rozwiązań internetowych oraz ścisłej współpracy. Dotyczy to zawierania partnerstw pomiędzy wieloma różnymi dostawcami usług dla zapewnienia turyście całonocowej dostępności ofert za pośrednictwem dynamicznego systemu rezerwacyjnego. Zakup pakietów dynamicznych wymaga bowiem natychmiastowego przepływu informacji pomiędzy kupującym a wszystkimi dostawcami usług cząstkowych, wchodzących w skład pakietu. Tego rodzaju oferta ma wiele zalet dla turysty, niemniej jednak koszt instalacji tego rodzaju rozwiązań technologicznych jest wyższy niż w przypadku „statycznych” systemów rezerwacyjnych. Dlatego nie wszystkie DMO mogą sobie obecnie pozwolić na tego typu inwestycje [Markus, Lassnig 2008; Qirici, Theodhori & Elmazi, 2011]⁸.

Z tego też powodu spośród przeanalizowanych 183 DMO tylko 27 (tj. 15%) organizacji turystycznych zdecydowało się na wprowadzenie tego rodzaju usług jeśli chodzi o sprzedaż oferty letniej. W tabeli 2 zestawiono destynacje oferujące pakiety dynamiczne w sezonie letnim.

Jakościowa analiza ofert statycznych i dynamicznych komercjalizowanych przez europejskie i północnoamerykańskie organizacje turystyczne pozwoliła wyodrębnić różnice w kompleksowości oferowanych produktów.

Destynacje amerykańskie i kanadyjskie wydają się najbardziej zaawansowane jeśli chodzi o wykorzystanie nowoczesnych systemów rezerwacyjnych do komercjalizacji ofert turystycznych w sposób dynamiczny.

Destynacje europejskie wraz z ofertą zakwaterowania proponują mniejszą liczbę usług rezerwowalnych dynamicznie w porównaniu do usług oferowanych przez amerykańskie i kanadyjskie DMO. Te ostatnie oprócz rezerwacji transferów, wynajmu samochodów, sprzedaży biletów na środki transportu i na koncerty oferują także pakiety dynamiczne tematyczne, to znaczy takie, gdzie turysta wybierając rodzaj zakwatero-

jednorazowej opłaty (75-100 EUR) dają możliwość nielimitowanego korzystania podczas sezonu letniego z oferty ponad 100 kolejek górskich w całym regionie Dolomitów. Źródło: www.dolomitisupersummer.com (10.11.2015).

⁸ Ten rodzaj pakietów oferowany jest obecnie głównie przez internetowe biura podróży (OTA), linie lotnicze oraz sieci hotelowe [Zach, Gretzel, Fesenmaier 2008].

Tabela 2. Organizacje turystyczne oferujące pakiety dynamiczne w sezonie letnim
Table 2. DMOs offering dynamic packaging in summer season

Kraj	Liczba DMO oferujących pakiety dynamiczne w sezonie letnim	Nazwa DMO
Szwajcaria	4	
		Adelboden
		Davos-Klosters
		Flims - Laax - Falera
		Verbier Saint-Bernard
Niemcy	1	
		Oberstdorf
Norwegia	4	
		Hemsedal
		Geilo
		Lillehammer Turist AS
		Trysil
Szwecja	3	
		Are
		Levi Ski Resort
		Salen
Finlandia	2	
		Tahkonrinteet (Kuopio)
		Vemdalen
Stany Zjednoczone	6	
		Alta, Utah
		Deer Valley, Utah
		Jackson Hole, Wyoming
		Park City Mountain, Utah
		Squaw Valley, Lake Tahoe, California Resort
		Telluride, Colorado
		Vail, Colorado
Kanada	6	
		Fernie, British Columbia
		Kicking Horse Resort, Golden, British Columbia
		Mont Tremblant, Tremblant, Quebec
		Sun Peaks Resort (British Columbia)
		Revelstoke Mountain Resort Review
		Whistler Blackcomb

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań

Source: Own elaboration based on research results

rowania zachęcany jest również do zarezerwowania różnych rodzajów aktywności, np. lekcji wędkowania, lekcji golfa, jogi, masaży, wycieczek z przewodnikiem, lotów na paralotni, canyoningu, raftingu, lotów helikopterem etc.

Dobrym tego przykładem może być oferta kanadyjskiej miejscowości Mont Tremblant, która za pośrednictwem koszyka usług umożliwi turystyce samodzielne zaplanowanie i zarezerwowanie pobytu zgodnie z jego potrzebami i zainteresowaniami (zob. ryc. 7.). Miejscowość ta ma w swojej ofercie internetowej nie tylko różnorodne pakiety dynamiczne, ale także oferuje możliwość rezerwacji samego zakwaterowania lub klasycznych pakietów statycznych. Wszystko zgodnie z różnymi potrzebami klientów.



Ryc. 7. Strona internetowa miejscowości Mont Tremblant pozwalająca na zakup pakietów statycznych i dynamicznych

Fig. 7. The website of Mont Tremblant allowing to purchase static and dynamic packages

Źródło/Source: <http://www.tremblant.ca/plan-your-trip/index.aspx>. (18.11. 2015)

Należy tutaj dodać, że nie tylko Mont Tremblant, lecz również wszystkie wymienione w tabeli 2 północnoamerykańskie DMO komercjalizują internetowo trzy omówione wyżej rodzaje produktów letnich, elastycznie dostosowując swoją ofertę do zmieniających się potrzeb rynku. Dlatego też mogą one stanowić benchmark dla wielu destynacji europejskich.

Wnioski

Przedstawiona w artykule analiza ofert letnich europejskich i amerykańskich górskich destynacji turystycznych pozwala stwierdzić, że Internet oraz nowoczesne technologie internetowe odgrywają znaczącą rolę w komercjalizacji ich produktów turystycznych. Tego rodzaju rozwiązania z pewnością przyczyniają się również do zwiększania atrakcyjności i rozpoznawalności destynacji na rynku turystycznym, co zdają się potwierdzać również wyniki badań innych naukowców [Buhalis, Amaranggana 2015; Xiang, Tussyadiah, Buhalis 2015; Bick, Bruns, Sievert & Jacob 2012]. Wykazanie wpływu komercjalizacji ofert za pomocą nowoczesnych rozwiązań technologicznych na stymulowanie ruchu turystycznego w sezonie letnim wymaga jednak dalszych badań.

Tym niemniej bez wątpienia tego rodzaju rozwiązania e-commerce powinny również zostać wprowadzone w Polsce przez regionalne i lokalne organizacje turystyczne. Jak wykazują poprzednie badania autorki oraz wyniki analiz innych badaczy, obecnie żadna organizacja turystyczna w Polsce nie komercjalizuje produktów w postaci pakietów usług, które można byłoby zakupić w Internecie [Klimek 2014, Nowak 2014]. Regionalne organizacje turystyczne tworzą co prawda katalogi ofert, ale nie są one skierowane do turystów indywidualnych, ale raczej do polskich i zagranicznych biur podróży. Korzystając z przykładów zaprezentowanych w niniejszym artykule, dotyczących sposobów komercjalizacji produktów turystycznych przez DMO oraz innych operatorów internetowych, pożądane byłoby, aby oferta produktowa polskich obszarów recepcji turystycznej zmierzała w kierunku implementacji pakietów dynamicznych. Nie będzie to jednak możliwe bez realnego tworzenia partnerstw publiczno-prywatnych, które stanowią obecnie najskuteczniejszą formę współdziałania pomiędzy lokalnymi usługodawcami i organizacjami turystycznymi w zakresie internetowej komercjalizacji usług turystycznych. Tego rodzaju działania, jak się wydaje, są szczególnie ważne w kontekście stale rosnącego zainteresowania Polską jako atrakcyjną, lecz wciąż jeszcze nie do końca rozpoznawalną destynacją turystyczną na globalnym rynku.

Bibliografia

- Arsenault P. (2014), *Le tourisme de montagne: tendances et les meilleures pratiques en Amérique du Nord*, Communication présentée au Huitième Congrès mondial sur le tourisme de neige et de montagne Mountainlikers: Nouvelle tendances du tourisme de montagne en été, Andorra la Vella, Andorra. Tiré de <http://www.congresdeneu.ad/> (10.10.2015).

- Béchet M., Margretier J. (2013), *The Future of the Alps: New markets and new products*, Communication présentée à The Alps tourism expert days, Chamonix, September, www.the-alps.eu (18.11.2015).
- Beritelli P., Bieger T., Laesser C. (2007). *Destination governance: Using corporate governance theories as a foundation for effective destination management*, [w:] „Journal of Travel Research”, 46(1), s. 96-107.
- Beritelli P., Bieger T., Laesser C. (2014), *The new frontiers of destination management applying variable geometry as a function-based approach*, [w:] „Journal of Travel Research”, 53(4), s. 403-417.
- Beritelli P., Buffa, F. and Martini, U. (2015). *The coordinating DMO or coordinators in the DMO?—An alternative perspective with the help of network analysis*, [w:] “Tourism Review”, 70 (1), s. 24-42.
- Beritelli P., Reinhold S. (2009), *Explaining decision for change in destination. The garbage can model in action*, [w:] „Managing Change in Tourism”, ESV, Berlin, s. 137-152.
- Beritelli P., Schegg R. (2016), *Maximizing online bookings through a multi-channel-strategy: Effects of interdependencies and networks*, [w:] „International Journal of Contemporary Hospitality Management”, Vol. 28 Iss: 1, s. 68-88
- Bernhard J. (2014), *Alpine Wellness and Health as Four Season attraction, Case of Allgäu*, Communication présentée au Huitième Congrès mondial sur le tourisme de neige et de montagne Mountainlikers: Nouvelle tendances du tourisme de montagne en été, Andorra la Vella, Andorra. Tiré de <http://www.congresdeneu.ad/> (10.10.2015).
- Berthier J. (2014), *L'adaptation des stations françaises de ski au tourisme d'été : défis et actions*, Communication présentée au Huitième Congrès mondial sur le tourisme de neige et de montagne Mountainlikers: Nouvelle tendances du tourisme de montagne en été, Andorra la Vella, Andorra. Tiré de <http://www.congresdeneu.ad/> (10.10.2015).
- Bewes D. (2014), *Slow train to Switzerland*, Nicholas Brealey Publishing, London.
- Bieger T., Freyer W. (eds.), (2005), *Management von Destinationen*. München: Oldenbourg.
- Bieger T., Beritelli P., Laesser C. (2009). *Size matters! Increasing DMO effectiveness and extending tourist destination boundaries*, [w:] „Tourism Review”, 57(3), s. 309-327.
- Black J. (2003), *The British abroad: The Grand Tour in the eighteenth century*. Stroud:Sutton.
- Blain C., Levy S.E., Ritchie J.R. (2005), *Destination branding: Insights and practices from destination management organizations*, [w:] „Journal of Travel Research”, 43(4), s. 328-338.
- Bick M., Bruns K., Sievert J., Jacob, F. (2012), *Value-in-use of mobile technologies*, [w:] Back A., Bick M., Breunig M., Pousttchi, K., Thiesse, F. (eds.), MMS 2012, Bonn, s. 56-67.

- Bourdeau Ph. (1991), *La montagne d'été et les politiques touristiques*, Cahiers d'Espaces n°25 „prospective touristique et marchés porteurs”, Ed. ETE, Paris, s. 64-70.
- Brida J. G, Deidda M., Pulina M. (2014), *Tourism and transport systems in mountain environments: analysis of the economic efficiency of cableways in South Tyrol*, [w:] „Journal of Transport Geography”, Vol. 36, s. 1-11.
- Buhalis D., Amaranggana A. (2015), *Smart Tourism Destinations: Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services*, [w:] I. Tussyadiah, A. Inversini (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, Heidelberg: Springer, s. 377-389.
- Butler R. (2001), *Seasonality in tourism: issues and implications*, [w:] Baum T., Lundtorp C. (eds.), *Seasonality in Tourism*. Pergamon, New York, s. 5-22.
- Butler R., Mao B. (1997), *Seasonality in tourism: issues and implications*, [w:] Murphy P.E. (ed.), *Quality Management in Urban Tourism*. John Wiley & Sons, Chichester, s. 9-23.
- Corneloup J., Bourdeau Ph., Mao P. (2005), *La culture, vecteur de développement des territoires touristiques et sportifs*, Montagnes méditerranéennes n° 22, s. 7-20.
- Fédération suisse du tourisme (2014), *Tourisme suisse en chiffres*, Berne.
- Getz D., Anderson D., Sheehan, L. (1998). *Roles, issues, and strategies for convention and visitors' bureaux in destination planning and product development: a survey of Canadian bureaux*, [w:] „Tourism Management”, 19(4), s. 331-340.
- Google, Ipsos MediaCT (2015), *The 2015 Travelers Road to Decision*, <https://www.thinkwithgoogle.com/articles/travel-trends-4-mobile-moments-changing-consumer-journey.html> (6.01.2016).
- Hartmann R. (1986), *Tourism, seasonality and social change*, [w:] „Leisure Studies”, 5, s. 25-33.
- Hudson S. (2000), *Snow business: a study of the international ski industry*, Cassell, London.
- Hudson S., Cross P. (2005), *Winter sports destinations: dealing with seasonality*, [w:] Biggam J. (ed.), *Sport Tourism Destinations, Issues, Opportunities and Analysis*. Elsevier/Butterworth-Heinemann, England, s. 188-204.
- IPSOS (2014), *Le Baromètre des Vacances des Européens. Présentation des résultats, 31 mai 2014*, Paris.
- Keller P. (2014), *New Market Trends and Structural Changes in Summer Mountain Tourism*. Communication présentée au Huitième Congrès mondial sur le tourisme de neige et de montagne Mountainlikers: Nouvelle tendances du tourisme de montagne en été, Andorra la Vella, Andorra. Tiré de <http://www.congresdeneu.ad/> (10.10.2015).

- Klimek K. (2010), *Turystyka jako czynnik społeczno-gospodarczego rozwoju Szwajcarii: wnioski dla Polski*. Polskie Towarzystwo Ekonomiczne., Kraków.
- Klimek K., Scaglione M., Schegg R., Matos R. (2012), *Marketing and Sustainable Tourism in Alpine Destinations. New Challenges for Tourism Promotion*, Tackling High Competition and Multimedia Changes, 6, s.155-171.
- Klimek K. (2013). *Destination management organisations and their shift to sustainable tourism development*, [w:] „European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation”, 4(2), s.27-47.
- Klimek K. (2014), *State Tourism Policies in Switzerland and Selected Good Practices for Polish Tourism*, [w:] „Folia Turistica”, nr 33, s. 35-61.
- Krakover S. (2000), *Partitioning seasonal employment in the hospitality industry*, [w:] „Tourism Management”, no. 21, s. 461-471.
- Krippendorf J. (1987), *La-haut sur la montagne. Pour un développement du tourisme en harmonie avec l'homme et la nature*, Kümmerly & Frey, Edition Geographique, Berne.
- Lee C., Bergin-Seers S., Galloway G., O'Mahoney B., McMurray A. (2008), *Seasonality in the Tourism Industry: Impacts and Strategies*, CRC for Sustainable Tourism, Gold Coast.
- Markus M., Lassnig M. (2008), *Some Critical Remarks on Dynamic Packaging from the Perspective of SMEs and Small Tourism Destinations*, [w:] O'Connor P.H., Gretzel U. (eds.) *Information and Communication Technologies in Tourism 2008*, A: Springer, Vienna.
- Nideger, M. (2014), *Re-inventing in summer tourism: a strategic approach at national level, the case of Switzerland*, Communication présentée au Huitième Congrès mondial sur le tourisme de neige et de montagne Mountainlikers: Nouvelle tendances du tourisme de montagne en été, Andorra la Vella, Andorra. Tiré de [http://www.congresdeneu.ad/\(10.10.2015\)](http://www.congresdeneu.ad/(10.10.2015))
- Nowak A. (2014), *Rola Opolskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (OROT), organizacji lokalnych i JST w kreowaniu i rozwoju produktu turystycznego Opolszczyzny*, [w:] „Folia Turistica”, nr 32, s.275-295.
- Odit France (2008), *Le tourisme estival de montagne*, Paris.
- Odit France (2009), *Les chiffres clés du tourisme de montagne*, 7ème édition, Paris.
- Odit France (2011), *Observatoire, Domaine skiable de France*, Paris.
- Papatheodorou A. (2001), *Why people travel to different places*, [w:] „Annals of Tourism Research”, 28(1), s. 164-179.
- Ring J. (2000). *How the English made the Alps*, John Murray, London.
- Rhône-Alpes Tourisme. (2010), *Montagne été. Des clés pour réenchanter la destination auprès des clients potentielles*, Rhône Alpes.
- Qirici E., Theodhori O., & Elmazi L. (2011), *E-Marketing and ICT-Supported tourist destination management. implications for tourism industry*

- in global recession*, [w:] „International Journal of Management Cases”, 13(3), s. 152-158.
- Sanu (2011). *Le tourisme tout naturellement. De l'idée au produit touristique intégrant la nature et la culture, en passant par l'analyse du marché*. Bienne.
- Sheehan L.R., Ritchie, J.R.B. (2005). *Destination stakeholders exploring identity and salience*, [w:] „Annals of Tourism Research”, 32(3), s. 711-734.
- Schumacher M., Rey J-P. (2011). *Recommender systems for dynamic packaging of tourism services*, [w:] Law, R., Fuchs, M., Ricci, F., *Information and Communication Technologies in Tourism 2011*, A: Springer, Vienna.
- Switch (2012), *Les atteintes de la clientèle touristique en montagne l'été*, Paris.
- Tissot L. (2000), *Naissance d'une industrie touristique: les Anglais et la Suisse au XIXe Siecle*, Payot, Lausanne.
- Tissot L. (ed.). (2003), *Construction of a tourism industry in the 19th and 20th century*, International perspectives, Alphil, Neuchâtel, Switzerland.
- Towner J. (1985), *The grand tour: A key phase in the history of tourism*, „Annals of Tourism Research”, 12(3), s. 297-333.
- UNEP (2007), *Tourism and Mountains. A Practical Guide to Managing the Environmental and Social Impacts of Mountain Tours*. Paris, France.
- UNWTO (2007), *A Practical Guide to Tourism Destination Management*, Madrid.
- Walton J.K. (2009), *Prospects in tourism history: Evolution, state of play and future developments*, [w:] „Tourism Management”, 30(6), s. 783-793.
- Witt S.F., Moutinho, L. (eds.). (1995), *Tourism Marketing and Management Handbook*. Prentice Hall, London, New York.
- Withey L. (1997), *Grand tours and Cook's tours*, Morrow, New York.
- Xiang Z., Tussyadiah I., & Buhalis D. (2015), *Special Issue: Smart destinations*, [w:] „Journal of Destination Marketing & Management”, 4(3), s. 143-201.
- Zach F., Gretzel U., Fesenmaier D. R. (2008), *Tourist Activated Networks: Implications for Dynamic Packaging Systems in Tourism*, [w:] O'Connor, P.H., Gretzel, U. (eds.) *Information and Communication Technologies in Tourism 2008*, A: Springer, Vienna.

THE COMMERCIALISATION OF SUMMER TOURIST PRODUCTS BY LOCAL AND REGIONAL TOURIST ORGANISATIONS IN SELECTED MOUNTAIN COUNTRIES

Abstract

Purpose. The aim of this paper is to present the current trends in summer mountain tourism in mature tourist destinations and the role of local and regional tourist organisations (Destination Management Organizations) to stimulate this kind of tourism by a diversified tourist offers.

Method. Using benchmarking analysis, the range of summer tourist products commercialised on-line by 183 tourist destinations coming from 10 mountain countries (Alpine, Scandinavian and North American destinations) was compared.

Findings. The empirical part presents an in-depth study concerning the characteristic of summer tourist products offer via own DMOs' websites . Moreover the types of distribution channels (on-line and offline) used by European and North American organizations to commercialize their summer products and the differences in this regard were revealed.

Research and conclusions limitations. Benchmark analysis refers exclusively to selected mountain destinations coming from developed countries.

Type of work. The article presents the results of empirical study.

Practical implications. The examples of commercialized tourist products described in the paper may constitute a solid benchmark for Polish local and regional tourist organisations involved in tourism development in Poland, in order to create more effective products management system based on innovative Internet solutions.

Work originality. Innovative product development solutions implemented by the tourist organisations coming from mountain countries are usually neglected in various studies and comparative reports published in Poland and abroad.

Keywords: summer mountain tourism, Destination Management Organizations, innovative tourist products, dynamic packaging, on-line distribution channels.

PRAWNE ASPEKTY WARUNKÓW BEZPIECZEŃSTWA NA ZORGANIZOWANYCH TERENACH NARCIARSKICH W POLSCE I WE WŁOSZECH – ANALIZA PORÓWNAWCZA

*Dominik Wolski**

Abstrakt

Cel. Porównanie regulacji prawnych dotyczących bezpieczeństwa na zorganizowanych terenach narciarskich, w tym odpowiedzialności podmiotów zarządzających tymi terenami i korzystających z nich narciarzy i snowboardzistów, obowiązujących w Polsce i na obszarze Włoch.

Metoda. Metoda porównawcza polegająca na zestawieniu obowiązujących przepisów prawnych w omawianym zakresie oraz wyciągnięcie wniosków w odniesieniu do różnic i podobieństw pomiędzy przedmiotowymi regulacjami.

Wyniki. Badanie pozwoliło na ustalenie, że wprowadzone w Polsce i we Włoszech ustawy w odniesieniu do badanej materii wykazują kilka istotnych różnic. W szczególności polska regulacja charakteryzuje się znacznie większą kazuistyką i uregulowaniem wielu detali dotyczących bezpieczeństwa i odpowiedzialności za nie na stokach narciarskich. Ponadto w Polsce zasady odpowiedzialności podmiotu zarządzającego zorganizowanym terenem narciarskim różnią się od tych przyjętych na gruncie prawa włoskiego.

Ograniczenia badań i wnioskowania. Przeprowadzone badania nie obejmowały systemu ratownictwa oraz nadzoru nad działalnością zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi. Brak także w pełni wiarygodnych danych o liczbie wypadków na stokach oraz wartości „przemysłu” narciarskiego.

Implikacje praktyczne. Problem odpowiedzialności za bezpieczeństwo na zorganizowanych terenach narciarskich ma bardzo istotny wymiar ekonomiczny, społeczny oraz prawny. Jest to istotne także z punktu widzenia osób korzystających ze stoków narciarskich i odpowiedniego, bezpiecznego zachowania się na nich.

Oryginalność pracy. Do momentu ukazania się niniejszej pracy brak w literaturze opracowań porównawczych dotyczących tych zagadnień.

Rodzaj pracy. Artykuł prezentujący wyniki badań porównawczych.

Słowa kluczowe: stoki narciarskie, zorganizowane tereny narciarskie, warunki bezpieczeństwa, zasady, prawo, obowiązki, odpowiedzialność.

* Dr, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa, Wydział Turystyki i Promocji Zdrowia;
e-mail: wolski_d@yahoo.pl.

Wprowadzenie

Warunki bezpieczeństwa, do których zachowania zobowiązani są zarządzający stokami narciarskimi, jak i zasady bezpiecznego uprawiania sportów zimowych obowiązujące użytkowników tych terenów nie są zbyt często przedmiotem refleksji naukowej. Tymczasem nabierają one coraz większego znaczenia w kontekście stałego rozwoju sektora gospodarki związanego ze sportami zimowymi. Współczesne narciarstwo uprawiane na zorganizowanych stokach to nie tylko sam zjazd na nartach czy snowboardzie, do którego potrzebny jest odpowiedni sprzęt, ale także cały szereg usług towarzyszących tej formie aktywności, jak wypożyczalnie, restauracje i bary, kwatery, pensjonaty, hotele, SPA itp. Z oczywistych względów, w szczególności z uwagi na bogactwo terenów, na jakich może być uprawiane narciarstwo i snowboarding, ale także wspaniałe warunki pogodowe, Włochy są jednym z najczęściej wybieranych kierunków, także przez narciarzy z Polski. Włoskie stacje narciarskie znajdują się w światowej czołówce pod względem ilości wizyt narciarzy i snowboardzistów [Vanat 2014, s. 9, Vanat 2015, s. 13]. Z drugiej strony stale poprawiająca się z roku na rok baza narciarska w Polsce oraz poszerzający się zakres usług skutkuje wzrostem znaczenia osiąganych z tego tytułu przychodów dla ludności i firm zlokalizowanych głównie na południu Polski. Zatem także w Polsce, zwłaszcza w południowych regionach kraju, „przemysł” narciarski stanowi czynnik w coraz większym stopniu decydujący o poziomie życia ludności miejscowej. W tym zakresie, w szczególności biorąc pod uwagę opisaną poniżej popularność sportów zimowych w Polsce – niezależnie od takich krajów, jak Słowacja, Austria czy Francja – polskie i włoskie stacje narciarskie stanowią dla siebie nierzadko bezpośrednią konkurencję. Jest to bowiem wybór pomiędzy dużo droższą, ale atrakcyjniejszą bazą narciarską we Włoszech, a nieco mniej atrakcyjną, ale stale polepszającą swój standard ofertą stacji narciarskich położonych w Polsce. Niejednokrotnie wybór pada na tę drugą z wymienionych alternatyw.

Polska i Włochy to jedne z niewielu państw europejskich, które zdecydowały się na wprowadzenie regulacji prawnej odnoszącej się bezpośrednio do zorganizowanych terenów narciarskich. Zwłaszcza we Włoszech, gdzie w roku 2003 wprowadzone zostało prawo adresowane do zarządzających terenami narciarskimi, w tym określające cały szereg obowiązków tych podmiotów, nie obyło się bez dyskusji i głosów krytycznych, także już po jego wejściu w życie [Reider 2004, s. 1-2; Izzo 2014, s. 1-2, 5-7]. Podobnie opisana w dalszej części polska ustawa z 2011 roku może budzić pewne zastrzeżenia, w szczególności z uwagi na daleko idącą kazuistykę i liczne, szczegółowo wymienione obowiązki nałożone na zarządzającymi zorganizowanymi terenami narciarskimi. Jak pokazuje praktyka, przynajmniej część z nich istnieje wyłącznie jako prawo spisane, które nie funkcjonuje w praktyce. Niezależnie jednak od treści przepisów, zwłaszcza w kontekście odpowiedzialności

zarządzających terenami narciarskimi za bezpieczeństwo ich użytkowników bardzo istotne znaczenie mają przyjęte zasady odpowiedzialności, najczęściej ukształtowane w drodze praktyki orzeczniczej i poglądów doktryny. Z uwagi na pewne istotne różnice w tym zakresie warto porównać polską i włoską regulację także przy uwzględnieniu tego elementu. Nie da się tego jednak zrobić bez wcześniejszego ustalenia zakresu obowiązków zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi w odniesieniu do zapewnienia bezpieczeństwa ich użytkowników pod rządami wymienionych regulacji.

Trzecim istotnym elementem, na który często zwraca się uwagę, a który był jednym z najintensywniej dyskutowanych czynników w odniesieniu do włoskiej regulacji, jest wymiar ekonomiczny uwarunkowań prawnych. Ten element z kolei wpływa na wspomniany już wcześniej poziom konkurencyjności stacji narciarskich w poszczególnych krajach, w zależności od obowiązujących reżimów prawnych. Jak się wskazuje, nałożenie szeregu obowiązków na zarządzających terenami narciarskimi musi znaleźć odzwierciedlenie w kosztach ich działalności, które z kolei przerzucane są na klienta końcowego (użytkownika zorganizowanego terenu narciarskiego). W konsekwencji namnożenie obowiązków prowadzi do zmniejszenia konkurencyjności po stronie podmiotów objętych szczególnie restrykcyjnym reżimem prawnym. Nie bez znaczenia pozostaje też wymieniona wcześniej zasada odpowiedzialności, zgodnie z którą zarządzający zorganizowanym terenem narciarskim odpowiada za bezpieczeństwo użytkowników. Im bardziej surowa zasada – np. odpowiedzialność oparta na zasadzie ryzyka (ang. *strict liability*) – tym organizator musi wyżej wycenić ryzyko finansowe prowadzonej działalności, a tym samym jej koszty, np. w postaci ubezpieczeń, muszą wzrosnąć. Zatem analizując przepisy prawne warto wziąć pod uwagę także ten element.

Na marginesie można również dodać, iż wiele innych kwestii związanych ze zorganizowanymi terenami narciarskimi jest przedmiotem ożywionej dyskusji. W szczególności problem dostępności terenów pod stoki narciarskie w kontekście możliwych ograniczeń prawa własności co jakiś czas pojawia się w domenie publicznej, także z uwagi na stałą tendencję do poszerzania oferty polskich stacji narciarskich, ich rozbudowy i wzrostu ich liczby. Pojawiają się też projekty legislacyjne adresowane do tego zagadnienia¹. Nie ma to bezpośredniego związku z kwestią odpowiedzialności za bezpieczeństwo narciarzy i snowboardzistów, ale w pewnym zakresie może wywierać na nią wpływ.

¹ Zob. m.in. projekt ustawy o zmianie ustawy Kodeks cywilny ([http://orka.sejm.gov.pl/Druki7ka.nsf/Projekty/7-020-1324-2015/\\$file/7-020-1324-2015.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Druki7ka.nsf/Projekty/7-020-1324-2015/$file/7-020-1324-2015.pdf), 3.07.2015) oraz projekt ustawy o zmianie ustawy – Prawo budowlane ([http://orka.sejm.gov.pl/Druki7ka.nsf/Projekty/7-020-1325-2015/\\$file/7-020-1325-2015.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Druki7ka.nsf/Projekty/7-020-1325-2015/$file/7-020-1325-2015.pdf), 3.07.2015). W uzasadnieniu pierwszego z wymienionych projektów wspomniana została również kwestia warunków bezpieczeństwa na ustanowionym tzw. prawie szlaku (obejmującym także tereny narciarskie – biegowe i zjazdowe), które miałyby określać zgodnie z intencją projektodawców gmina w uchwale.

Z powyższych względów, w szczególności z uwagi na ustawowy charakter polskiej i włoskiej regulacji, ale także ze względu na wskazaną powyżej alternatywę dla polskich narciarzy i snowboardzistów w wyborze ich zimowych destynacji, autor zdecydował się na porównanie ujęte w tytule. W dalszej części niniejszego opracowania wymienione regulacje zostały porównane w wybranych obszarach, w szczególności tych, które mają istotny wpływ na poziom bezpieczeństwa i odpowiedzialności za bezpieczeństwo na zorganizowanych terenach narciarskich.

Znaczenie działalności zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi

Starając się, aby niniejsze opracowanie nie było postrzegane wyłącznie jako rozważania czysto teoretyczne, warto pokazać przynajmniej zarys wymiaru ekonomicznego działalności stacji narciarskich. W tym kontekście trzeba zauważyć, iż użyte w podtytule wyrażenie „znaczenie” ma bardzo wiele wymiarów. Przedmiotowa działalność może bowiem wpływać na co najmniej kilka sfer życia społeczno-gospodarczego kraju, a w szerszym kontekście także Unii Europejskiej. Pominięty przy tym zostanie bardzo istotny czynnik wpływu na stan zdrowia i kondycję społeczeństwa, jaki niewątpliwie wywiera uprawianie sportu, a który znajduje swe umocowanie bezpośrednio w ustawach zasadniczych, zarówno polskiej, jak i włoskiej.² Ten element odnosi się bowiem bardziej do obowiązków państwa, niż podmiotów odpowiedzialnych za zarządzanie zorganizowanymi terenami narciarskimi.

Jako cztery najważniejsze elementy przesądzające o znaczeniu działalności podmiotów odpowiedzialnych za zarządzanie zorganizowanymi terenami narciarskimi uznane zostały: po pierwsze popularność sportów zimowych w społeczeństwie, po drugie dostępność (liczba) zorganizowanych terenów narciarskich w danym kraju, po trzecie wartość tego segmentu gospodarki wyrażona liczbami, a po czwarte – co szczególnie istotne z punktu widzenia obowiązków zarządzających terenami narciarskimi oraz ich odpowiedzialności – skala wypadków, do jakich dochodzi na stokach narciarskich. Głównym problemem związanym z przytaczaniem powyżej wskazanych danych jest brak oficjalnych, wyczerpujących i opartych na jednolitych kryteriach źródeł informacji. Przygotowywane raporty lub opracowania, nawet jeżeli mają charakter oficjalny, jako dokumentacja sporządzana przez jednostki posiadające przymiot instytucji państwowych, są zazwyczaj fragmentarycz-

² Zgodnie z artykułem 68 ust. 1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej (dalej „Konstytucja RP”) z dnia 16.07.1997 r. (Dz.U z 1997 r., Nr 78, poz. 483) każdy ma prawo do ochrony zdrowia. Ponadto zgodnie z art. 68 ust. 5 Konstytucji RP władze publiczne popierają rozwój kultury fizycznej, zwłaszcza wśród dzieci i młodzieży. Podobnie obowiązki państwa w tym zakresie rozumiane są na gruncie art. 32 Konstytucji włoskiej [Bruccoleri 2005, s. 1-2].

ne, dotyczą bowiem wybranej sfery badanej działalności. Część danych zaczerpnięta została także z źródeł prywatnych – niekiedy noszących cechy bardzo profesjonalnie przygotowanych opracowań – oraz informacji prasowych. Trudnością jest także fakt, iż brak – z jednym wyjątkiem dotyczącym raportu przygotowywanego rokrocznie przez L. Vanata – jednolitego źródła obejmującego zarówno Polskę, jak i Włochy. To powoduje, iż porównanie to jest jeszcze trudniejsze. Z tych względów podane poniżej dane należy traktować wyłącznie szacunkowo. Jednak wydaje się, iż nawet biorąc pod uwagę powyższe ograniczenia, a także mając na względzie cel niniejszego opracowania, dość dobrze obrazują one znaczenie działalności podmiotów zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi.

Miernikiem znaczenia działalności podmiotów zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi jest bez wątpienia popularność sportów zimowych w danym społeczeństwie. Czynnikiem ten ma także istotny wpływ na dwa kolejne opisane poniżej elementy. Im ta popularność jest większa i większa liczba narciarzy i snowboardzistów korzysta ze stacji narciarskich, tym większe znaczenie ma to dla gospodarki, ale także tym ważniejsze jest zagadnienie odpowiedzialności za bezpieczeństwo na stokach. W przypadku Polski popularność sportów zimowych w ciągu ostatniej dekady ogromnie wzrosła, co można uznać za swoisty fenomen społeczeństwa polskiego, nieporównywalny z żadnym innym krajem. Wskazuje się, iż około 19% Polaków deklaruje umiejętność jazdy na nartach lub snowboardzie. Oczywiście nie mówi się o poziomie tych umiejętności oraz nie musi to od razu oznaczać częstej obecności na stokach, ale i tak jest to liczba wyjątkowa, tym bardziej, iż dziesięć lat temu taką deklarację składało wyłącznie około 2% społeczeństwa (sic). Spośród obecnej liczby około 50-60% wybiera stacje narciarskie położone w Polsce (około 2,5 mln), a pozostali udają się na narty do krajów alpejskich, w tym Włoch [*Ilu Polaków umie jeździć na nartach?* TwojaPogoda.pl]. Z kolei zgodnie z innym opracowaniem udział osób uprawiających sporty zimowe w polskim społeczeństwie wynosi 13% wyrażając się w liczbie prawie 5 mln [Vanat 2015, s. 89]. Każdy z wymienionych wyżej udziałów procentowych wydaje się bardzo znaczący, skoro w kraju, w którym narciarstwo jest niezwykle popularne, jakim są Włochy, udział narciarzy i snowboardzistów w społeczeństwie to 8% [Tamże, s. 32]. Zatem w niemal 60-milionowym włoskim społeczeństwie prawie 5 mln osób uprawia sporty zimowe, co oznacza niemal taką samą liczbę (a nawet nieznacznie mniejszą), co liczba Polaków uprawiających te sporty. Przyznać należy, iż już sama ta informacja jest dość zaskakująca i godząca w pewne utrwalone wyobrażenia.

Kwestia dostępności obszarów narciarskich jest również niezwykle istotna. Przytaczane tutaj dane także wykazują pewne różnice w zależności od źródeł. Można przy tym odnaleźć zarówno źródła o charakterze publicznym, jak i prywatnym. W przypadku Polski sporządzona w 2014 r. przez Najwyższą Izbę Kontroli informacja wymienia liczbę 102 zorganizowanych

terenów narciarskich zabezpieczanych przez GOPR – Górskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe i TOPR – Tatrzańskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe [NIK 2014, s. 23]. Zgodnie z danymi dostępnymi na stronie internetowej stowarzyszenia Polskie Stacje Narciarskie i Turystyczne (PSNiT) organizacja ta zrzesza 49 stancji narciarskich. Nie jest to oczywiście miarodajne dla liczby stacji narciarskich w Polsce, ponieważ PSNiT jest organizacją pozarządową, do której przynależność jest dobrowolna (zob. <http://www.psnit.pl/>). Według innych źródeł w Polsce zlokalizowane są 182 obszary, na których można uprawiać narciarstwo, dysponujące łącznie 832 wyciągami, z czego 11% stacji narciarskich dysponuje 5 i więcej wyciągami narciarskimi [Vanat 2014, s. 19; Vanat 2015, s. 89]. Dane dotyczące liczby stacji narciarskich w Polsce są jednak bardzo rozbieżne i nie uwzględniają wielkości, jakości oraz infrastruktury danej stacji (lub jej braku). Zapewne dlatego prawdopodobnie wielu z nich – w porównaniu z oczekiwaniami przeciętnego użytkownika, jak również standardami obowiązującymi w krajach alpejskich – w ogóle nie można byłoby uznać za stację narciarską. Według rozmaitych źródeł dane te rozciągają się pomiędzy liczbą 273 a 305 stacji narciarskich w Polsce [NIK 2014, s. 23]. Tutaj jednak, inaczej niż w odniesieniu do udziału w społeczeństwie osób uprawiających sporty zimowe, dysproporcja pomiędzy Polską a Włochami jest ogromna. W swym raporcie L. Vanat podaje bowiem liczbę 349 miejsc, gdzie można uprawiać narciarstwo we Włoszech, przy czym w 216 pracuje 5 i więcej wyciągów narciarskich. Łączna liczba wszystkich wyciągów narciarskich wynosi 2127 [Vanat 2015, s. 32]. Trudno jest też, biorąc pod uwagę uwarunkowania terenowe, w szczególności ilość, rozległość, wysokość oraz powszechnie uznawany urok obszarów górskich (w szczególności Dolomitów), porównywać w tym zakresie Polskę i Włochy. Długość i terenowa atrakcyjność tras narciarskich, które położone są we Włoszech oraz ich infrastruktura są tutaj nieporównywalne do polskich realiów, choć z pewnością w przypadku infrastruktury zauważyć trzeba stały wzrost jakości i jej rozbudowę w Polsce.

Trzecim czynnikiem, który z pewnością należy brać pod uwagę przy próbie określenia znaczenia działalności podmiotów zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi, jest wymiar ekonomiczny takiej działalności. Będzie on przekładał się bezpośrednio na znaczenie tego sektora dla gospodarki danego państwa, a w przypadku Polski i Włoch także w szerszym ujęciu, dla jednolitego rynku Unii Europejskiej. Jednak przy określaniu znaczenia ekonomicznego działalności stacji narciarskich nie można ograniczać się wyłącznie do tego, co dzieje się na stoku narciarskim. Z wartością ekonomiczną sportów zimowych po stronie użytkowników stoków (konsumentów) i odpowiednio podmiotów występujących po stronie podaży (usługodawców, producentów, sprzedawców) związane są nie tylko koszty i odpowiednio przychody z tytułu korzystania ze stoków narciarskich, ale także usługi towarzyszące (restauracje, hotele, SPA), w tym łączące się z wypożyczeniem oraz zakupem sprzętu i odzieży narciarskiej. Nie można pomijać także faktu,

iz działalność ta generuje miejsca pracy we wszystkich wskazanych powyżej obszarach, a zatem wpływa na stopę bezrobocia w danym regionie, jak również wysokość płaconych podatków. Tak też rynek sportów zimowych wyceniany jest przez ekonomistów. Równocześnie pojawia się bardzo duża trudność w ustaleniu wartości tego rynku z uwagi na brak źródeł, choć podejmowane są pewne próby w tym zakresie. Jeżeli chodzi o rynek polski, to wskazuje się, iż wydatki narciarzy i snowboardzistów w sezonie, obejmujące korzystanie z wszystkich wskazanych powyżej towarów i usług, wyceniane są na kwotę 767 445 000 PLN. Z kolei tylko na sprzęt narciarski użytkownicy stoków wydają kwotę 693 720 000 PLN. Jako ogólną wartość ekonomiczną ośrodków narciarskich w Polsce wskazuje się kwotę 2 271 747 500 PLN [Bərbeka 2014]. Stanowi to zatem wartość znaczącą. Niestety autorowi nie udało się znaleźć podobnych danych w odniesieniu do rynku włoskiego. W tym zakresie jednak, aby wyobrazić sobie wymiar i znaczenie ekonomiczne „przemysłu” narciarskiego we Włoszech, wydaje się wystarczające przywołanie udziału włoskich stacji narciarskich w rynku światowym. Jak wskazują źródła, udział włoskiego „przemysłu” narciarskiego w rynku światowym wynosi około 15%, co daje Włochom trzecie po Francji i Austrii miejsce na tym rynku [*Ski Industry Report 2013*]. Biorąc pod uwagę, iż Włochy znajdują się także w ścisłej światowej czołówce jeżeli chodzi o liczbę stacji narciarskich, jak również ilość wizyt użytkowników na tych stokach [Vanat 2015, s. 21, 31-32], a także różnicę, jaka w tym zakresie występuje pomiędzy Polską a Włochami, można uzyskać wyobrażenie o wymiarze ekonomicznym sportów narciarskich dla gospodarki włoskiej. Trzeba przy tym oczywiście przypomnieć, iż dane te mają na celu wyłącznie ukazanie szacunkowej skali omawianego zjawiska i jego możliwego znaczenia dla gospodarki w kontekście przepisów prawnych wyznaczających zasady bezpieczeństwa na stokach narciarskich i odpowiedzialności z tego tytułu. Bardziej precyzyjne ustalenie wartości ekonomicznej sportów zimowych z pewnością wymaga pogłębionych badań przeprowadzonych przez ekonomistów.

Ostatnim czynnikiem, który bez wątpienia powinien być wzięty pod uwagę z punktu widzenia zasad bezpieczeństwa i odpowiedzialności na stokach narciarskich, jest liczba wypadków, do jakich na nich dochodzi z udziałem narciarzy i snowboardzistów. Wypadki narciarskie i snowboardowe przekładają się zarówno na koszty społeczne (opieka lekarska i proces rehabilitacji) oraz koszty ponoszone przez zarządzającego zorganizowanym terenem narciarskim (wyplata odszkodowań, ubezpieczenia, ratownictwo), jak i koszty dla samego użytkownika (niezdolność do pracy, koszty leczenia). Tutaj również brak jest jednolitych danych, choć można znaleźć takie, które dają wyobrażenie o skali wypadków. W odniesieniu do sytuacji w polskich stacjach narciarskich, wspomniana już wcześniej informacja Najwyższej Izby Kontroli pokazuje na średnią liczbę około 6000 wypadków rocznie (od 6253 w 2010 do 5925 w 2013) w latach 2010-2013 [NIK 2014, s. 23]. Oczywiście

dane te nie muszą odzwierciedlać rzeczywistej liczby wypadków, do jakich dochodzi na stokach narciarskich, choć wydają się one zbieżne z informacjami prasowymi, które wskazują na liczbę 2500 wypadków tylko w czasie ferii zimowych w roku 2015 [*Fatalny bilans ferii zimowych*]. Analizując je trzeba jednak pamiętać, iż nie w każdym wypadku interweniuje służby ratownicze, ponieważ nie każdy wypadek narciarski jest im zgłaszany. Zarządzający terenami narciarskimi powszechnie ignorują także obowiązek ewidencjonowania wypadków wynikający z obowiązujących przepisów [NIK 2014, s. 24]. Należy jednak przyznać, iż w porównaniu z podawaną liczbą 5 mln wizyt na polskich stokach narciarskich [Vanat 2014, s. 19], wskazywana liczba wypadków, nawet przy założeniu pewnego niedoszacowania, nie wydaje się drastycznie wysoka. Nie oznacza to oczywiście, iż nie należy dążyć do tego, aby liczba ta ulegała systematycznemu zmniejszeniu. Liczba ta nie wydaje się też znacząca w zestawieniu z liczbą podobnych zdarzeń, do jakich dochodzi we włoskich stacjach narciarskich. Podobnie w tym przypadku brak jest precyzyjnych danych, jednak opierając się na badaniach przeprowadzonych przez włoski Narodowy Instytut Zdrowia w roku 2007, należy podać liczbę 35 000 wypadków rocznie w latach 2004-2006 [Izzo 2014, s. 1]. Nie są to dane zbyt aktualne, jednak obrazują skalę wypadków. Przy tym, biorąc pod uwagę stale rosnącą popularność sportów zimowych, nie można wykluczyć, iż obecnie ilość wypadków mogła wzrosnąć. Wskazują one też zarówno na skalę wypadków w kontekście ich potencjalnych skutków, w tym odpowiedzialności za bezpieczeństwo narciarzy i snowboardzistów, jak i znaczną dysproporcję w stosunku do liczby wypadków na polskich stokach narciarskich.

Regulacje prawne dotyczące zorganizowanych terenów narciarskich

Na początku warto zauważyć, iż odmiennie od Polski i Włoch, w wielu krajach reguły dotyczące uprawiania narciarstwa na terenach zorganizowanych rozwijane są w oparciu regulacje lokalne lub normy postępowania nie stanowiące prawa obowiązującego [Krajcer 2009, s. 89-90; Dambeck 2005, s. 1]. W Polsce regulacje prawne dotyczące warunków bezpieczeństwa na stokach narciarskich mają już dość długą historię. Nie sięgając zbyt daleko w przeszłość, a także wymieniając jedynie najważniejsze z nich, wspomnieć należy, iż już ustawa z dnia 18.01.1996 r. o kulturze fizycznej [Dz. U. z 1996 r., Nr 25, poz. 113 ze zm., dalej „KFizU”], zawierała art. 54 dotyczący bezpieczeństwa w górach oraz delegujący uprawnienie do wydania aktu wykonawczego w tym zakresie. Takim aktem było rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 6.05.1997 r. w sprawie określenia warunków bezpieczeństwa osób przebywających w górach, pływających, kąpiących się i uprawiających sporty wodne (Dz. U. z 1997 r., Nr 57, poz. 358). Rozporządzenie zawie-

rało postanowienia dotyczące warunków bezpieczeństwa w górach, w tym przepisy adresowane do podmiotów zarządzających stokami narciarskimi, a także odniesienie do reguł postępowania przyjętych przez Międzynarodową Federację Narciarską (FIS – Fédération Internationale de Ski (<http://www.fis-ski.com/>), czyli tzw. dekalogu FIS [źródło: http://www.fis-ski.com/mm/Document/documentlibrary/Administrative/02/04/30/10FISRulesofConduct-English-A4_Neutral.pdf]. Trzeba zauważyć, iż niezależnie od regulacji prawnych, te proste reguły postępowania są powszechnie przyjmowane także w Polsce, jako obowiązujące na stokach narciarskich [UOKiK 2006, s. 4]. Są to też reguły rekomendowane przez Stowarzyszenie Instruktorów i Trenerów Narciarstwa PZN i zostały umieszczone na stronie internetowej stowarzyszenia wraz z komentarzem [źródło: <http://www.sitn.pl/dokumenty/147,dekalog-fis.html>]. Po wejściu w życie ustawy z dnia 25.06.2010 r. o sporcie [Dz. U. z 2010 r., Nr 127, poz. 857 ze zm., dalej „SportU”], stosowne przepisy KFizU, podobnie jak wymienione wyżej rozporządzenie w omawianym zakresie, zostały zastąpione przez art. 39 i art. 40 SportU, które określały warunki bezpieczeństwa w górach, w tym na zorganizowanych terenach narciarskich. Obecnie, od czasu wejścia w życie obowiązującej ustawy z dnia 18.08.2011 r. o bezpieczeństwie i ratownictwie w górach i na zorganizowanych terenach narciarskich [Dz. U. z 2011 r., Nr 208, poz. 1241, dalej „BRatU”], jest to jedyny akt rangi ustawowej kompleksowo określający warunki bezpieczeństwa, do których zachowania zobowiązani są zarządzający zorganizowanymi terenami narciarskimi. Ustawa poza przepisami ogólnymi (rozdział 1) zawiera przepisy określające ogólne warunki bezpieczeństwa w górach (rozdział 2), przepisy adresowane do służb ratownictwa górskiego, w tym zasady ich finansowania (rozdział 3), przepisy dotyczące bezpieczeństwa na zorganizowanych terenach narciarskich (rozdział 4), w tym przepisy dotyczące ratownictwa na tych terenach (rozdział 5) oraz dotyczące nadzoru i kontroli nad ratownictwem górskim (rozdział 6), a także przepisy karne (rozdział 7) i przepisy zmieniające, przejściowe i końcowe (rozdział 8). W szczególności przepisy zawarte w rozdziałach drugim oraz czwartym są podstawą rozważań zawartych w niniejszym opracowaniu.

W przypadku Włoch, początkowo przepisy dotyczące stacji narciarskich, w tym obowiązków podmiotów nimi zarządzających oraz reguł bezpieczeństwa, rozwijane były na szczeblu lokalnym [Bruccoleri 2005, s. 3-4, zob. także: http://www.cervinia.it/pages/SICUREZZA_i_en/451]. Przyjmowane na poziomie regionów i prowincji regulacje dotyczyły m.in. wyciągów narciarskich, stoków narciarskich, reguł zachowania się narciarzy na stoku, bezpieczeństwa i pierwszej pomocy [Bruccoleri 2005, s. 3]. Jednak w roku 2003 włoski parlament zdecydował się na przyjęcie prawa dotyczącego bezpieczeństwa w sportach zimowych i narciarstwie zjazdowym (*Norme in materia di sicurezza nella pratica degli sport invernali da discesa e da fondo*, Gazzetta Ufficiale n. 3 del 5 gennaio 2004, dalej „ustawa włoska”). Ten akt

prawny, budzący jak zostało wspomniane wcześniej, od samego początku wiele kontrowersji jest jednak o wiele bardziej ograniczony w swej treści w porównaniu z polską regulacją, zawierając zestaw pewnych ogólnych reguł odnoszących się m.in. do kwestii zapewnienia bezpieczeństwa na stokach narciarskich. Prawodawca włoski nie zdecydował się przy tym na uregulowanie obowiązków podmiotów odpowiedzialnych za zarządzanie zorganizowanymi terenami narciarskimi w sposób tak szczegółowy, jak ustawodawca polski. Ponadto ustawa włoska nie dotyczy ogólnych warunków bezpieczeństwa w górach, a odnosi się wyłącznie do terenów, na których uprawiane jest narciarstwo, w tym nie tylko do zorganizowanych i wyposażonych stacji narciarskich, ale także w pewnym zakresie do narciarstwa uprawianego poza trasami i narciarstwa wysokogórskiego. Włoskie prawo w sposób bardzo oszczędny odnosi się do kwestii ratownictwa na zorganizowanych terenach narciarskich, wzmiankując o nim w art. 21 ust. 1 z odesłaniem do prawa regionalnego. Włoska regulacja obejmuje w istocie kilka najważniejszych zagadnień ujętych w czterech rozdziałach, do których należą: cel i zakres zastosowania (rozdział I), zarządzanie zorganizowanymi (dosłownie „wyposażonymi”) terenami narciarskimi, w ramach którego znalazły się m.in. przepisy dotyczące obowiązków podmiotów zarządzających, utrzymanie odpowiednich warunków na terenach narciarskich oraz reguły dotyczące odpowiedzialności cywilnej (rozdział II), reguły postępowania adresowane do użytkowników zorganizowanych terenów narciarskich oraz osób uprawiających narciarstwo poza tymi terenami (rozdział III) oraz postanowienia końcowe, w tym dotyczące aplikacji reguł stanowionych ustawą (rozdział IV). Co istotne, włoskie prawo adresowane do zorganizowanych terenów narciarskich zakłada konieczność wprowadzenia stanowionych w nim ogólnych reguł w drodze regulacji regionalnych, na co władze regionalne miały 6 miesięcy od dnia jego wejścia w życie (art. 22 ust. 1 ustawy włoskiej). To powoduje, iż podobnie jak przed wejściem w życie ustawy włoskiej szczegółowe reguły dotyczące stoków narciarskich, w tym obowiązków podmiotów nimi zarządzających, rozwijane są w drodze regulacji lokalnych. Jednak podstawowe zasady, w tym obowiązki i odpowiedzialność tych podmiotów, znajdują swe źródło wprost w ustawie włoskiej.

Główne obowiązki podmiotów zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi w odniesieniu do zapewnienia bezpieczeństwa

Niniejsze opracowanie koncentruje się zasadniczo na kwestiach obowiązku zapewniania bezpieczeństwa osobom przebywającym na zorganizowanym terenie narciarskim i odpowiedzialności z tego tytułu. Nie wszystkie obowiązki adresowane do podmiotów zarządzających terenami narciarskimi

wymienione w BRatU i ustawie włoskiej dotyczą bezpośrednio kwestii bezpieczeństwa, jednak większość z nich, co najmniej pośrednio, ma lub może mieć wpływ na poziom bezpieczeństwa użytkowników stoku. Zarówno polska, jak włoska ustawa zawierają definicje zorganizowanych (BRatU) lub wyposażonych (ustawa włoska) terenów narciarskich, a dodatkowo w BRatU znajdziemy cały szereg szczegółowych definicji, których brak w ustawie włoskiej, takich jak m.in. definicja parku narciarskiego, pólka ćwiczebnego, narciarskiej trasy biegowej i zjazdowej, nartostrady oraz wypadku. Powyższe rozróżnienie nie ma jednak zasadniczego wpływu na kwestie bezpieczeństwa, skoro obowiązek zapewnienia bezpieczeństwa w istocie pozostaje jeden i ten sam, o ile zdefiniowane rodzaje wchodzi w skład zorganizowanego terenu narciarskiego. Dlatego też definicje wymienionych pojęć, a także całego szeregu innych zawartych zwłaszcza w polskiej ustawie nie będą przedmiotem analizy, gdyż nie mają one zasadniczego wpływu na zakres obowiązku do zapewnienia bezpieczeństwa. Nie będzie też poruszana kwestia ratownictwa na zorganizowanych terenach narciarskich, która bez wątpienia wykazuje wiele związków z bezpieczeństwem na stoku, jednak jest odrębnym zagadnieniem, które wymagałoby obszernego omówienia.

W przypadku BRatU, która obejmuje nie tylko bezpieczeństwo na stokach narciarskich, ale ogólnie bezpieczeństwo w górach, obowiązek podmiotów zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi wynika w pierwszej kolejności z przepisów ogólnych zawartych w ustawie. I tak ustawa określając swój zakres wskazuje w art. 1 pkt 2 na obowiązki osób przebywających w górach oraz na zorganizowanych terenach narciarskich, a w szczególności uprawiających sport, rekreację lub turystykę, w pkt 3 na podmioty odpowiedzialne za zapewnienie bezpieczeństwa osobom przebywającym w górach i na zorganizowanych terenach narciarskich, a w pkt 4 na warunki bezpieczeństwa osób przebywających w górach oraz na zorganizowanych terenach narciarskich, a w szczególności uprawiających tam sport, rekreację lub turystykę. Następnie w art. 3 znajdujemy przepis ustanawiający ogólną regułę w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa w górach, przez co należy rozumieć także zorganizowane tereny narciarskie. Zgodnie z art. 3 ust. 1 BRatU zapewnienie warunków bezpieczeństwa osób przebywających w górach należy do ministra właściwego do spraw wewnętrznych, organów jednostek samorządu terytorialnego, na terenie których wykonywane jest ratownictwo górskie, dyrekcji parków narodowych i krajobrazowych położonych na obszarze gór, a także do osób fizycznych, osób prawnych oraz jednostek organizacyjnych nieposiadających osobowości prawnej prowadzących w górach zorganizowaną działalność w zakresie sportu, rekreacji lub turystyki. W tej ostatniej z wymienionych kategorii podmiotów mieszczą się także zarządzający zorganizowanymi terenami narciarskimi, jeżeli prowadzą w górach wskazaną w ustawie działalność. W takim przypadku są oni zobowiązani do zapewnienia warunków bezpieczeństwa osobom prze-

bywającym na tych obszarach. Wymieniony wyżej ogólny obowiązek został rozwinięty w art. 3 ust. 2 BRatU, zgodnie z którym zapewnienie warunków bezpieczeństwa w górach polega w szczególności na: 1) oznakowaniu terenów, obiektów i urządzeń służących do uprawiania sportu, rekreacji lub turystyki; 2) ustaleniu zasad korzystania z danego terenu, obiektu lub urządzenia; 3) zapewnieniu podmiotom uprawnionym do wykonywania ratownictwa górskiego warunków do organizowania pomocy oraz ratowania osób, które uległy wypadkowi lub są narażone na niebezpieczeństwo utraty życia lub zdrowia; oraz 4) ogłaszaniu komunikatu lawinowego. Również wszystkie z wymienionych wyżej obowiązków mogą być adresowane bezpośrednio do podmiotu zarządzającego zorganizowanym terenem narciarskim, mając bezpośredni wpływ na poziom bezpieczeństwa na tym obszarze.

Niezależnie od przepisów ogólnych dotyczących bezpieczeństwa w górach, BRatU zawiera także przepisy adresowane bezpośrednio do zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi, w tym do ich obowiązków w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa. Zgodnie z art. 19 ust. 1 BRatU za zapewnienie warunków bezpieczeństwa osób przebywających na zorganizowanych terenach narciarskich odpowiada zarządzający tymi terenami. Z kolei zapewnienie warunków bezpieczeństwa, o których mowa w ust. 1, zgodnie z ust. 2 tego samego artykułu, polega w szczególności na: 1) przygotowaniu, oznakowaniu, zabezpieczeniu terenów, obiektów i urządzeń służących do uprawiania narciarstwa i snowboardingu, oraz bieżącej kontroli stanu zabezpieczeń, oznaczeń i warunków narciarskich; 2) zapewnieniu ratownictwa narciarskiego; 3) określeniu i upowszechnieniu zasad korzystania z danego terenu, obiektu i urządzenia; 4) informowaniu o warunkach narciarskich i ich zmianach; 5) prowadzeniu działalności profilaktycznej i informacyjnej dotyczącej bezpieczeństwa podczas uprawiania narciarstwa i snowboardingu; 6) przekazywaniu informacji i tworzeniu ułatwień szczególnie istotnych dla potrzeb osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności, a przebywającymi na zorganizowanych terenach narciarskich. Nawet bez omawiania każdego z wymienionych punktów stwierdzić należy, iż ustawodawca polski zdecydował się na bardzo szczegółowe uregulowanie obowiązków podmiotów zarządzających terenami narciarskimi. Jest to widoczne zwłaszcza w zestawieniu z regulacją włoską. To jednak nie koniec szeregu obowiązków określonych przez BRatU, ponieważ w art. 20-22 BRatU znajdujemy dalsze obowiązki, w tym takie, które wykazują istotny związek z bezpieczeństwem, jak wyłączenia terenu narciarskiego w przypadku zagrożenia lawinowego (art. 22 BRatU), oświetlanie terenów narciarskich udostępnianych po zmroku (art. 23 BRatU) lub też obowiązkowe kontrole (art. 22 BRatU). Można też zastanawiać się, czy w istocie materia ta wymagała tak szczegółowego uregulowania, gdyż wydaje się, że większość z wymienionych obowiązków i tak musiałaby zostać dochowana przez podmiot zarządzający zorganizowanym terenem narciarskim. Wynika to z obowiąz-

ku dochowania należytej staranności w szczególności przez przedsiębiorcę prowadzącego taką działalność zgodnie z art. 355 § 2 kodeksu cywilnego [ustawa z dnia 23.04.1964 r. kodeks cywilny, Dz. U. z 1964 r., Nr 16, poz. 93 ze zm., dalej „k.c.”]. Dalsze przepisy BRatU dotyczą zasadniczo organizacji obszarów narciarskich, co również może mieć wpływ na kwestię bezpieczeństwa i odpowiedzialności podmiotów nimi zarządzających. Trzon przepisów dotyczący kwestii bezpieczeństwa został jednak wymieniony powyżej.

Przechodząc w tym miejscu do ustawy włoskiej już na początku stwierdzić wypada, iż obowiązki podmiotów zarządzających zorganizowanymi (w ustawie włoskiej „wyposażonymi”) terenami narciarskimi uregulowane zostały w sposób o wiele bardziej lakoniczny, przybierając postać zasad ogólnych. Nie oznacza to jednak wcale, jak się okazuje, iż regulacja ta jest „łagodniejsza” dla podmiotów zarządzających tymi obszarami. Co więcej, zgodnie z art. 18 włoskiej ustawy, dodatkowe wymagania w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa mogą być stanowione w drodze prawa regionalnego i municypalnego. Włoska ustawa zawiera także dość istotne odmienności w tym zakresie w porównaniu z BRatU. Przepisy bezpośrednio adresowane do zarządzających terenami narciarskimi zawarte zostały w art. 2 do 7 tej ustawy. Choć niekiedy wskazuje się, iż wymienione obowiązki uregulowane zostały w detalach [Reider 2004, s. 3], to jednak w porównaniu z polską ustawą można śmiało stwierdzić, iż pozostają one na poziomie zasad ogólnych, które mają być rozwijane także w drodze prawa lokalnego, stanowionego w poszczególnych regionach. Zgodnie z art. 3 włoskiej ustawy zarządzający zobowiązani są do zapewnienia użytkownikom zorganizowanych terenów narciarskich bezpiecznych warunków uprawiania sportu i rekreacji na tych terenach, przy czym zapewnienie bezpieczeństwa ma następować zgodnie z wymaganiami wynikającymi z regulacji regionalnych. Ponadto zarządzający mają obowiązek chronić użytkowników od przeszkód znajdujących się wzdłuż stoków przez użycie odpowiedniego sprzętu i oznakowania miejsc (sytuacji) niebezpiecznych. Przywołany przepis stanowi główną, wyrażoną wprost regułę w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa przez zarządzającego stokiem narciarskim w odniesieniu do jego użytkowników [Reider 2004, s. 4; Bruccoleri 2005, s. 12]. Pozostałe postanowienia ust. 2 i ust. 3 art. 3 dotyczą ratownictwa i transportu poszkodowanych na stokach narciarskich, w tym przewidują karę administracyjną za naruszenie tych obowiązków. Z punktu widzenia niniejszego opracowania, a w szczególności zawartych poniżej rozważań dotyczących odpowiedzialności zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi, interesujące są postanowienia zawarte w art. 4 włoskiej ustawy, które dotyczą odpowiedzialności cywilnej tych podmiotów. Zgodnie z art. 4 ust. 1 zarządzający zorganizowanymi terenami narciarskimi, z wyłączeniem narciarskich tras biegowych, ponoszą cywilną odpowiedzialność za prawidłowe przygotowanie i bezpieczeństwo tras. Co więcej, nie mogą ich udostępnić użytkownikom przed zawarciem umowy ubezpiecze-

nia pokrywającego odpowiedzialność cywilną za szkody użytkowników oraz osób trzecich, wynikające z odpowiedzialności zarządzających w odniesieniu do korzystania z wymienionych obszarów. Obowiązek posiadania ubezpieczenia usankcjonowany jest karą administracyjną i dotyczy także nowo otwieranych zorganizowanych terenów narciarskich zgodnie z ust. 2 i ust. 3 tego samego artykułu. Pozostałe postanowienia włoskiej ustawy nie dotyczą już bezpośrednio kwestii zapewnienia przez zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi bezpieczeństwa i odpowiedzialności z tego tytułu, choć z pewnością mają dla tej odpowiedzialności określone znaczenie. Tak jest szczególnie w przypadku zasad utrzymania odpowiednich warunków, w tym naśnieżenia, na zorganizowanych terenach narciarskich ustanowionych w art. 7 ustawy włoskiej. Ustawa ta zawiera także przepisy dotyczące m.in. kampanii informacyjnych promujących bezpieczeństwo na terenach narciarskich (art. 5), oznakowania (art. 6), pojazdów mechanicznych poruszających się na stokach (art. 16), narciarstwa uprawianego poza trasami oraz narciarstwa wysokogórskiego (art. 17) oraz ratownictwa i nadzoru (art. 21). Nie są to jednak elementy ściśle związane z przedmiotem niniejszego opracowania, dlatego nie będą tutaj szerzej omawiane. Istotne są natomiast reguły dotyczące zachowania użytkowników zorganizowanych terenów narciarskich, których zastosowanie może w określonych przypadkach prowadzić do ograniczenia lub nawet wyłączenia odpowiedzialności zarządzających tymi terenami za zapewnienie bezpieczeństwa.

Odpowiedzialność za bezpieczeństwo użytkowników zorganizowanych terenów narciarskich

Kwestia ponoszenia przez zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi odpowiedzialności za bezpieczeństwo ich użytkowników nie budzi w świetle przywołanych powyżej przepisów obydwu ustaw wątpliwości. Ta odpowiedzialność, niezależnie od przepisów bezpośrednio odnoszących się do kwestii bezpieczeństwa w górach, wynika także z polskiego kodeksu cywilnego i była wywodzona jeszcze na gruncie przepisów obowiązujących przed wejściem w życie BRatU [Badura, Basiński, Kałużny, Wojcieszak 2011, s. 413-419], podobnie jak na gruncie prawa włoskiego [Bruccoleri 2005, s. 12], niemieckiego [Dambeck 2005, s. 1] czy austriackiego [Krajcer 2009, s. 97]. O ile jednak w przypadku polskiej rzeczywistości prawnej, poza szczegółowo określonymi obowiązkami zarządzającego terenem narciarskim, wejście w życie BRatU nie przyniosło zasadniczej zmiany w odniesieniu do odpowiedzialności tych podmiotów, o tyle ustawa włoska wprowadziła zmianę w pewnym sensie „rewolucyjną”.

Rozpoczynając od przykładu polskiego wydaje się, iż na tle odpowiedzialności zarządzającego zorganizowanym terenem narciarskim dość czytelnie

przeprowadzona została dystynkcja pomiędzy odpowiedzialnością związaną z wykorzystaniem infrastruktury znajdującej się na tym terenie, w szczególności w odniesieniu do wyciągów narciarskich, a odpowiedzialnością za wypadki, do jakich może dojść podczas zjazdu narciarza czy snowboardzisty. Przeprowadzając krótką analizę tej odpowiedzialności po pierwsze wskazać należy, iż może się ona opierać zarówno na odpowiedzialności deliktowej, z tytułu popełnienia czynu niedozwolonego (art. 415 k.c. i nast.), jak i kontraktowej, wynikającej z zawartej pomiędzy stronami umowy (art. 471 i nast. k.c.). Odpowiedzialność deliktowa, przywoływana także na gruncie uprzednio obowiązujących przepisów [Badura, Basiński, Kałużny, Wojcieszak 2011, s. 418], pozostaje nadal aktualna [Raciborski 2013, s. 167]. Oznacza to, iż jeżeli podmiot zarządzający terenem narciarskim, który jako przedsiębiorca zobowiązany jest do dochowania należytej staranności przy uwzględnieniu jej zawodowego charakteru (art. 355 § 2 k.c.), naruszy swoje obowiązki dotyczące zapewnienia bezpieczeństwa, w tym wyspecyfikowane w BRatU, to poniesie z tego tytułu odpowiedzialność wobec poszkodowanego. Co istotne, każdy przypadek szkody na osobie, a taki z reguły będzie wypadek, któremu ulega użytkownik stoku narciarskiego, kwalifikowany jest jako podlegający odpowiedzialności deliktowej [Safjan 2005, s. 1272]. Jednak w odniesieniu do samej zasady odpowiedzialności pojawia się dość istotna, wspomniana powyżej dystynkcja, polegająca na przyjęciu, jako podstawy odpowiedzialności w określonych przypadkach nie art. 415 k.c., ale 435 k.c. [Raciborski 2013, s. 167]. Ma to bardzo istotne znaczenie – także w kontekście dalszych rozważań dotyczących ustawy włoskiej – ponieważ o ile odpowiedzialność z art. 415 k.c. oparta jest na zasadzie winy, o tyle art. 435 k.c. dokonuje zwrotu w kierunku surowszej zasady ryzyka. W konsekwencji, jeżeli do wypadku dojdzie w czasie zjazdu narciarza lub snowboardzisty, bez związku z infrastrukturą, to zarządzający stokiem narciarskim może się uwolnić od odpowiedzialności, jeżeli wykaże, iż dochował należytej staranności ocenianej zgodnie z art. 355 § 2 k.c., a zatem nie ponosi winy za zdarzenie, do którego doszło na stoku narciarskim. Jeżeli jednak do wypadku dojdzie w związku z ruchem infrastruktury narciarskiej, np. wyciągu, to w takim przypadku przyjmuje się, iż zastosowanie znajduje zasada wyrażona w art. 435 k.c. Zakłada się bowiem, iż bez sił przyrody wymienionych w tym przepisie, m.in. energii elektrycznej, zarządzający stokiem nie jest w stanie uruchomić znajdującej się tam infrastruktury. Zatem jest to przedsiębiorstwo napędzane siłami przyrody, a odpowiedzialność podmiotu, który je prowadzi, opierać się winna na art. 435 k.c. [Łebek 2013, s. 197-198; Raciborski 2013, s. 167].³ W konsekwencji w tego rodzaju przypadkach nawet wykazanie przez zarządzającego, iż dochował należytej staranności w zakresie warunków bez-

³ Zob. także wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z dnia 5.01.2007 r. (I ACa 1379/06, niepublikowany).

pieczeństwa nie uwolni go od odpowiedzialności. Może powołać się wyłącznie na przyczyny wskazane w art. 435 k.c., do których należą siła wyższa, wyłączna wina poszkodowanego lub wyłączna wina osoby trzeciej, za którą zarządzający nie ponosi odpowiedzialności. Wykazanie spełnienia się przynajmniej jednej z wymienionych wyżej przesłanek ekskulpacyjnych będzie jednak znacznie trudniejsze, niż wykazanie dołożenia należytej staranności w przypadku odpowiedzialności opartej na zasadzie winy.

Drugą podstawą odpowiedzialności za zapewnienie bezpieczeństwa przez podmiot zarządzający zorganizowanym terenem narciarskim jest odpowiedzialność kontraktowa. Przyjąć bowiem należy, iż użytkownik stoku narciarskiego kupując karnet narciarski zawiera z zarządzającym stokiem umowę [UOKiK 2006, s. 4] obejmującą nie tylko korzystanie z infrastruktury, w szczególności wyciągu narciarskiego, ale zobowiązanie umowne obejmuje także sam stok narciarski i jego utrzymanie oraz odpowiedzialność za bezpieczeństwo na nim. Naruszenie przez zarządzającego stokiem zasad bezpieczeństwa, w tym opisanych w BRatU, może prowadzić do jego odpowiedzialności za wypadek, do jakiego dochodzi na stoku narciarskim. Ogólną regułą odpowiedzialności w tym zakresie stanowi art. 471 k.c., przy czym zgodnie z art. 472 k.c. zarządzający zorganizowanym terenem narciarskim będzie odpowiadał za niedochowanie należytej staranności. Trzeba przy tym pamiętać, iż będzie to staranność oceniana przy zachowaniu podwyższonego miernika z art. 355 § 2 k.c. Zatem z tytułu zachowania warunków bezpieczeństwa na stoku zarządzający terenem narciarskim będzie odpowiadał jak profesjonalista. Warto także zwrócić uwagę, iż zasadniczą część umowy zawieranej pomiędzy zarządzającym stokiem a jego użytkownikiem stanowi regulamin, który z reguły obejmuje zasady korzystania z wyciągów narciarskich (przewóz), trasy narciarskiej oraz cennik [UOKiK 2006, s. 4]. Często do ich treści włączane są także wspomniane powyżej zasady ujęte w dekalogu FIS [UOKiK 2006, s. 4]. Ma to określone implikacje dla odpowiedzialności zarządzającego stacją narciarską opisane poniżej. Należy także pamiętać, iż z uwagi na wymienione powyżej dwa reżimy odpowiedzialności, *ex delicto* i *ex contractu*, poszkodowanemu będzie przysługiwał na podstawie art. 443 k.c. wybór podstawy dla dochodzonego roszczenia [Safjan 2005, s. 1270]. W tym zakresie należy wziąć pod uwagę ograniczenia w dochodzeniu szkody niemajątkowej na gruncie reżimu odpowiedzialności kontraktowej, co może mieć wpływ na wspomniany powyżej wybór. Co do zasady bowiem tego rodzaju szkoda może być dochodzona wyłącznie na podstawie art. 445 k.c. w zw. z art. 444 k.c. w ramach reżimu odpowiedzialności deliktowej.

W nawiązaniu do powyższego stwierdzić należy, iż zasada, na jakiej opiera się odpowiedzialność podmiotu zarządzającego zorganizowanym terenem narciarskim, jest kwestią bardzo istotną. W tym kontekście odpowiednią wagę mają także obowiązki spoczywające na użytkowniku zorganizowanego terenu narciarskiego w czasie korzystania z tego obszaru. W tym zakresie

jednak – w przeciwieństwie do opisanego poniżej przykładu włoskiego – na gruncie prawa polskiego, biorąc także pod uwagę linię orzeczniczą polskich sądów, sytuacja jest stosunkowo prosta. Jak zostało wspomniane powyżej, jeżeli mamy do czynienia ze szkodą spowodowaną przez działanie infrastruktury takiej jak wyciąg narciarski lub inne podobne urządzenie, to odpowiedzialność zarządzającego terenem narciarskim opiera się na zasadzie ryzyka z odwołaniem się do art. 435 k.c. Jeżeli jednak dojdzie do „typowego” wypadku narciarskiego, do jakich najczęściej dochodzi na stokach narciarskich, to odpowiedzialność tego podmiotu za zapewnienie bezpieczeństwa narciarzowi lub snowboardziście będzie się opierała na zasadzie winy⁴. Polskie sądy, orzekając w tego rodzaju sprawach, biorą przy tym pod uwagę nie tylko obowiązki zarządzającego terenem narciarskim, ale przede wszystkim zachowanie użytkownika stoku wywodząc, iż sporty zimowe, jako należące do aktywności zwiększonego ryzyka, wymagają zachowania odpowiednich zasad ostrożności przez uprawiające je osoby. Sądy wskazują także w tym zakresie na reguły postępowania wynikające z wspomnianych wcześniej zasad FIS.⁵ Pamiętać również należy o obowiązkach użytkowników wymienionych w art. 31 BRatU, których dochowanie przez użytkownika winno być zawsze brane pod uwagę w kontekście odpowiedzialności zarządzającego terenem narciarskim za bezpieczeństwo przebywających na nim osób.

Przechodząc z kolei do włoskiej regulacji prawnej, ale przede wszystkim poglądów na odpowiedzialność zarządzającego stokiem narciarskim za bezpieczeństwo użytkowników, a także praktyki, jaka się na tym tle ukształtowała stwierdzić należy, iż różni się ona zasadniczo od opisanej powyżej, rozwiniętej na gruncie polskich przepisów. Przed wejściem w życie ustawy włoskiej nie było do końca jasne, czy użytkownik terenu narciarskiego w ramach zawartej z zarządzającym nim umowy ma prawo nie tylko żądać odpowiednich usług w zakresie infrastruktury, ale także odpowiedniego przygotowania stoku [Izzo 2014, s. 5]. Wskazuje się ponadto, iż odpowiedzialność ta była wywodzona z przepisów stanowiących o odpowiedzialności cywilnej za szkodę wyrządzoną czynem niedozwolonym (art. 2043 włoskiego kodeksu cywilnego). Prowadziło to do obciążenia ciężarem dowodowym wykazania winy zarządzającego stokiem poszkodowanego narciarza lub snowboardzisty, bez domniemania winy w tym zakresie ze strony podmiotu zarządzającego terenem narciarskim. Sądy brały przy tym pod uwagę przy ocenie wypadków, do jakich dochodziło na stokach, z jednej strony towarzyszące sportom zimowym niebezpieczeństwa (zwiększony poziom akceptowanego ryzyka),

⁴ Tak m.in. Sąd Apelacyjny w Katowicach w wyroku z dnia 20.05.2014 r., I ACa 125/14 (<http://orzeczenia.katowice.sa.gov.pl/>).

⁵ Zob. m.in. wymieniony wyżej wyrok Sądu Apelacyjnego w Katowicach z 20.05.2014 r. (I ACa 125/14), a także wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 6.02.2013 r., V Ca 2988/12 (<http://orzeczenia.warszawa.so.gov.pl/>) oraz wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z dnia 5.11.2013 r., I ACa 930/13 (<http://orzeczenia.krakow.sa.gov.pl/>).

a z drugiej – nieostrożne zachowanie użytkownika stoku narciarskiego [Izzo 2014, s. 5]. Można zatem stwierdzić, iż sytuacja była zbliżona do opisanych powyżej realiów panujących na gruncie polskich przepisów i odpowiedzialności zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi w Polsce.

Opisana powyżej sytuacja uległa istotnej zmianie po wprowadzeniu w roku 2003 nowego prawa włoskiego adresowanego do zorganizowanych terenów narciarskich. Z dość kategorycznego brzmienia art. 4 ust. 1 ustawy włoskiej, stanowiącego o odpowiedzialności cywilnej zarządzającego terenem narciarskim, wywodzi się bowiem, co najmniej wprowadzenie domniemania odpowiedzialności zarządzającego stokiem za wypadek, do którego doszło na zorganizowanym terenie narciarskim [Izzo 2014, s. 5; Reider 2004, s. 4; Bruccoleri 2005, s. 12; Giambrone 2014]. W rezultacie ciężar dowodowy przerzucony został na zarządzającego terenem narciarskim, a podmiot taki, aby uwolnić się od odpowiedzialności musi wykazać, iż do wypadku doszło na skutek działania czynników znajdujących się poza jego kontrolą [Izzo 2014, s. 5]. Bez stosowania prostych porównań można ostrożnie stwierdzić, iż jest to sytuacja zbliżona do odpowiedzialności na zasadzie ryzyka wywodzonej z przywołanego powyżej art. 435 k.c. Co więcej, zdaniem niektórych autorów włoski prawodawca poszedł jeszcze dalej, wprowadzając swoisty rodzaj odpowiedzialności obiektywnej zarządzającego terenem narciarskim. Trudno jest jednak opierając się na tych wypowiedziach ustalić, w jaki sposób ta odpowiedzialność miałyby być ukształtowana [m.in. Bruccoleri 2005, s. 12]. W każdym jednak przypadku model odpowiedzialności podmiotu zarządzającego terenem narciarskim we Włoszech ukształtowany został przez włoską ustawę w sposób znacznie bardziej surowy w porównaniu z odpowiedzialnością tych podmiotów pod rządami prawa polskiego. Na koniec warto jednak wskazać, także w kontekście reguł postępowania użytkowników stoków narciarskich opisanych poniżej, iż włoski Sąd Najwyższy nie abstrahuje w swym orzecznictwie w tego rodzaju sprawach od sposobu zachowania użytkownika stoku. W wyroku z dnia 20.12.2013 r. sąd ten wyłączył surową odpowiedzialność zarządzającego zorganizowanym terenem narciarskim w przypadku, gdy wypadek wywołany został nadmierną prędkością narciarza. Sąd przyjął, iż w tym przypadku nieostrożne zachowanie narciarza powinno zostać uznane za szczególną okoliczność (*il caso fortuito*) prowadzącą do wyłączenia odpowiedzialności zarządzającego stokiem na podstawie art. 2051 włoskiego kodeksu cywilnego [Giambrone 2014]. Prowadziłoby to do wniosku, iż odpowiedzialność zarządzającego terenem narciarskim we Włoszech, choć ukształtowana surowiej niż polska odpowiedzialność oparta na zasadzie winy, nie może być jednak uznana za odpowiedzialność obiektywną. Pewne okoliczności, w szczególności nieostrożne zachowanie narciarza lub snowboardzisty, mogą prowadzić do jej wyłączenia lub ograniczenia. W tym, jak się wydaje, racjonalnym kierunkiem zmierza teza płynąca z przywołanego powyżej orzeczenia włoskiego Sądu Najwyższego.

Użytkownicy stoków narciarskich i ich obowiązki

Oczywistym jest, iż każdy użytkownik stoku narciarskiego powinien brać pod uwagę ryzyko związane z uprawianiem sportów zimowych [m.in. Raciborski 2013, s. 168; Drago 2002, s. 583 i nast.; Krajcer 2009, s. 89-90]. Z tym zagadnieniem związane są także reguły postępowania kierowane do użytkowników stoków narciarskich. Dlatego też zarówno polska BRatU, jak i ustawa włoska nie pozostają obojętne wobec postępowania użytkowników terenów narciarskich i reguł, jakich winni oni przestrzegać. Przestrzeganie zasad bezpieczeństwa na stokach przez narciarzy i snowboardzistów, będące także przedmiotem opisanych wcześniej reguł FIS, jest czynnikiem decydującym w odniesieniu do większości wypadków, do jakich dochodzi na stokach narciarskich [Izzo 2014, s. 2; UOKiK 2014, s. 26; Raciborski 2013, s. 168-173; Robaczyński 2013, s. 214-215]. Wskazuje się, iż 83% wypadków na trasach narciarskich spowodowanych jest przez takie czynniki, jak: niedostateczna koncentracja, niedostosowanie prędkości do umiejętności, ukształtowania terenu, rodzaj śniegu i widoczność, niekontrolowana jazda pod wpływem alkoholu i narkotyków oraz niewłaściwy sprzęt [Krajcer 2009, s. 90]. Jest to zresztą fragment obszernego zespołu zagadnień obejmujących bezpieczeństwo i odpowiedzialność turysty w górach [por. Wolski 2009, s. 65-74].⁶ Nie dziwi zatem fakt, iż zarówno polski, jak i włoski prawodawca zdecydowali się na wprowadzenie zasad postępowania adresowanych do użytkowników stoków narciarskich, choć być może wystarczyłoby w tym zakresie odwołanie się do prostych reguł FIS.

Polska ustawa, niezależnie od ogólnych zasad dotyczących bezpieczeństwa w górach zawartych w art. 4 BRatU, w art. 31 odnoszącym się bezpośrednio do stoków narciarskich stanowi, iż osoby uprawiające narciarstwo lub snowboarding na zorganizowanym terenie narciarskim obowiązane są do zachowania należytej staranności w celu ochrony życia i zdrowia własnego oraz innych osób, a w szczególności: 1) zapoznania się z zasadami korzystania z danego terenu, obiektu lub urządzenia i ich przestrzegania; 2) stosowania się do znaków nakazu i zakazu umieszczanych przez zarządzającego zorganizowanym terenem narciarskim; 3) zjeżdżania z szybkością dostosowaną do swoich umiejętności oraz stopnia trudności i stanu trasy, warunków atmosferycznych i napięcia ruchu; 4) użytkowania sprawnego technicznie sprzętu narciarskiego i snowboardowego odpowiedniego do rodzaju podejmowanej aktywności, zgodnie z jego przeznaczeniem i zasadami użycia; 5) bezwzględnego informowania ratowników narciarskich o zaistniałym wypadku lub zaginięciu osoby oraz o innych zdarzeniach nadzwyczajnych mogących

⁶ Wyczerpująco na temat prawnych warunków bezpieczeństwa w górach i odpowiedzialności z tego tytułu we Włoszech, nie tylko w przypadku sportów zimowych, ale także całego szeregu innych aktywności uprawianych w górach (m.in. wspinaczki i turystyki górskiej): Fornasari, Izzo, Lenti, Morandi [2013].

mieć wpływ na bezpieczeństwo osób. Bez wdawania się w bardzo szczegółową analizę powyższych zasad można stwierdzić, iż stanowią one wyraz elementarnego poczucia odpowiedzialności, jakim powinien wykazać się każdy użytkownik stoku narciarskiego. Zarówno narciarz, jak i snowboardzista powinien postępować w taki sposób, aby zarówno samemu sobie szkody nie wyrządzić, jak i nie wyrządzić jej innym użytkownikom stoku. Użytkownik stoku powinien także odpowiednio zareagować, jeżeli jest świadkiem wypadku z udziałem innego narciarza lub snowboardzisty. Udzielenie pomocy poszkodowanemu powinno być naturalnym, ludzkim odruchem, choć warto pamiętać, iż obowiązek udzielenia pomocy poszkodowanemu usankcjonowany został także w art. 162 kodeksu karnego [ustawa z dnia z dnia 6.06.1997 r. Kodeks karny, Dz. U. z 1997 r. Nr 88, poz. 553, ze zm.].

Także ustawa włoska zawiera przepisy dotyczące obowiązków użytkowników stoków narciarskich w odniesieniu do reguł bezpieczeństwa. Niezależnie do obowiązkowego posiadania kasków narciarskich przez dzieci do czternastego roku życia pod groźbą kary administracyjnej (polska ustawa wprowadza w art. 29 taki obowiązek dla osób do szesnastego roku życia), ustawa włoska wprowadza także obowiązki użytkownika stoku w odniesieniu do odpowiedniego dostosowania prędkości jazdy do charakteru stoku oraz panującej na nim sytuacji (art. 9), kierunku jazdy pozwalającego na unikanie kolizji z innymi użytkownikami (art. 10), reguł wyprzedzania (art. 11), krzyżowania się kierunków jazdy (art. 12), zatrzymywania (art. 13), obowiązku udzielenia pomocy z odpowiednim zastrzeżeniem przepisów włoskiego kodeksu karnego (art. 14) oraz poruszania się po stoku (art. 15), a także stosowania tych samych reguł postępowania do snowboardzistów (art. 20). Również w tym przypadku bez szczegółowego analizowania przepisów włoskiej ustawy można stwierdzić, iż podobnie jak w BRatU, zawarte w niej są podstawowe reguły, których przestrzegać powinien użytkownik stoku narciarskiego, aby nie stwarzać zagrożenia zarówno dla samego siebie, jak i innych użytkowników. Reguły te, pomimo różnic w sformułowaniu poszczególnych przepisów, nie różnią się zasadniczo od tych, które znalazły się w polskiej ustawie. Można też stwierdzić, iż są one co do swej zasadniczej wymowy, celu i głównych zasad postępowania na stoku zbieżne z regułami zawartymi w dekalogu FIS.

Na tle powyższych przepisów dotyczących obowiązków użytkowników stoków narciarskich w odniesieniu do reguł bezpieczeństwa w kontekście odpowiedzialności zarządzającego zorganizowanym terenem narciarskim wpływa jeden zasadniczy wniosek. Wszędzie tam, gdzie narciarz lub snowboardzista reguły te narusza, a równocześnie dochodzi do wypadku na stoku narciarskim, skutkiem zastosowania zarówno BRatU, jak i włoskiej ustawy powinno być odpowiednie ograniczenie lub nawet wyłączenie odpowiedzialności zarządzającego stokiem. Na gruncie polskich przepisów drogą prowadzącą do takiego ograniczenia będzie także zastosowanie przepisu art.

362 k.c. mówiącego o przyczynieniu się poszkodowanego do powstania lub zwiększenia szkody. Jak wskazuje treść wydawanych orzeczeń na tle stanów faktycznych związanych z wypadkami narciarskimi, sądy za istotny element przy ustalaniu odpowiedzialności za wypadek narciarski uznają zachowanie użytkowników stoków uczestniczących w wypadku⁷. Podobny kierunek sugeruje także przywołane powyżej orzeczenie włoskiego Sądu Najwyższego. Można powiedzieć, iż kierunki te są zbieżne w praktyce polskiej i włoskiej, choć pamiętać należy o różnicach w przyjętej zasadzie odpowiedzialności zarządzających zorganizowanymi terenami narciarskimi wynikających z obowiązujących przepisów.

Podsumowanie i wnioski

Podsumowując rozważania zawarte w niniejszym opracowaniu oraz formułując wnioski należy zwrócić uwagę na kilka elementów. Po pierwsze, nie różniąc się zasadniczym celem – zarówno ustawa polska, jak i włoska ma na celu zapewnienie odpowiednich warunków bezpieczeństwa na zorganizowanych terenach narciarskich – opisane w niniejszym opracowaniu ustawy wykazują kilka istotnych różnic. Różnice te dotyczą zarówno treści analizowanych przepisów, jak i konsekwencji z nich wynikających, w szczególności zasad odpowiedzialności. W tle rozważań na temat prawnej regulacji stoków narciarskich pozostaje ciągle aktualna dyskusja na temat rozkładu ciężaru ryzyka, w szczególności jego skutków finansowych, ale także społecznych, związanych z uprawianiem sportów zimowych, które niosą ze sobą zwiększony poziom ryzyka nastąpienia wypadku [m.in. Izzo 2014, s. 1-2, 10; Racioborski 2013, s. 159, 168]. Pytanie o to, kto ma w większym stopniu te koszty ponosić – zarządzający terenem narciarskim, użytkownik czy może państwo – pozostaje ciągle aktualne, a wprowadzane w poszczególnych krajach, różniące się od siebie rozwiązania, dają na nie różne odpowiedzi.

Jeżeli chodzi o treść ustawy polskiej i włoskiej w kontekście odpowiedzialności za bezpieczeństwo osób przebywających na zorganizowanym terenie narciarskim, to z pewnością zwraca uwagę ich bardzo szczegółowe uregulowanie w ustawie polskiej. Ustawa ta wymienia cały szereg obowiązków w detalach, podczas gdy włoskie prawo odwołuje się raczej do zasad ogólnych. Pamiętać jednak należy, iż prawo to jest rozwijane w drodze regulacji lokalnych, które mogą wprowadzać bardziej szczegółowe obowiązki. Z drugiej strony włoskie prawo nakłada na zarządzającego terenem narciarskim takie obowiązki, których polska ustawa nie przewiduje. Przykładem jest tutaj

⁷ Tak m.in. wyrok Sądu Apelacyjnego w Katowicach z 20.05.2014 r., I ACa 125/14 (<http://orzeczenia.katowice.sa.gov.pl>), wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 6.02.2013 r., V Ca 2988/12 (<http://orzeczenia.warszawa.so.gov.pl/>) oraz wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z dnia 5.11.2013 r., I ACa 930/13 (<http://orzeczenia.krakow.sa.gov.pl/>).

obowiązkowe ubezpieczenie, bez którego włoska stacja narciarska nie może być udostępniona użytkownikom. Takiego obowiązku wprost polska ustawa nie przewiduje, choć nie brak głosów opowiadających się za wprowadzeniem obowiązkowych ubezpieczeń [Kappes, Wosiński 2007]. Trzeba przy tym pamiętać, iż jedną z konsekwencji obowiązkowego ubezpieczenia byłby wzrost kosztów ponoszonych przez zarządzającego zorganizowanym terenem narciarskim, przerzucony ostatecznie na klienta końcowego, jakim jest narciarz lub snowboardzista. Taki mechanizm jest znany już z praktyki włoskiej.

Drugi istotny element, na jaki należałoby zwrócić uwagę podsumowując porównanie zawarte w niniejszym opracowaniu, stanowią różnice w zasadzie odpowiedzialności za bezpieczeństwo użytkownika stoku narciarskiego, jaką ponosi zarządzający stokiem. Należy przy tym skupić się na typowych wypadkach narciarskich, bez udziału infrastruktury, w szczególności urządzeń transportujących narciarzy i snowboardzistów. Polska ustawa poprzedza na wprowadzeniu obowiązku zapewnienia bezpieczeństwa użytkownikom przez zarządzającego stokiem. Do samej odpowiedzialności z tego tytułu znajdują zastosowanie przepisy kodeksu cywilnego, a sama BRatU nie wprowadza tutaj żadnych modyfikacji. To oznacza oparcie odpowiedzialności zarządzającego stokiem na zasadzie winy, z możliwością powołania się na okoliczności tę odpowiedzialność wyłączające zgodnie z zasadami określonymi w kodeksie cywilnym. Z kolei ustawa włoska zawiera przepisy mówiące o odpowiedzialności cywilnej zarządzającego stokiem. To z kolei, w powiązaniu z przepisami włoskiego kodeksu cywilnego, doprowadziło do ukształtowania się surowszej odpowiedzialności zarządzającego zorganizowanym terenem narciarskim w porównaniu z regulacją polską. Jak pokazuje jednak praktyka sądowa, w szczególności przywołane powyżej orzeczenie włoskiego Sądu Najwyższego, także ta surowa, oparta na zasadzie ryzyka odpowiedzialność zmierza w kierunku jej racjonalizacji, polegającej na uwzględnieniu sposobu zachowania się użytkownika stoku. Jeżeli to postępowanie jest szczególnie niebezpieczne, nieostrożne i stwarzające zagrożenie, to prowadzi to do ograniczenia lub nawet wyłączenia odpowiedzialności zarządzającego terenem narciarskim za wypadek, do jakiego doszło w takich okolicznościach. Jest to w pewnym stopniu zbieżne z linią orzecznictwa polskich sądów, przywołaną powyżej, choć z pewnością w polskiej rzeczywistości odpowiedzialność zarządzającego stokiem narciarskim ukształtowana została nieco łagodniej w porównaniu z realiami panującymi we Włoszech.

Na koniec pozostaje fundamentalne pytanie: czy biorąc pod uwagę treść analizowanych regulacji, a w szczególności ukształtowaną na ich tle praktykę, ustawowa regulacja bezpieczeństwa na stokach narciarskich i odpowiedzialności z tego tytułu jest rozwiązaniem pożądanym? Jak wiadomo ustawa włoska była i jest krytykowana nie tylko we Włoszech [Krajcer 2009, s. 99]. Przypomnieć należy, iż uniwersalne reguły zachowania na stoku wprowadzone przez FIS, przyjmowane są niemal powszechnie przez wszystkich za-

rzządzających stokami narciarskimi w Europie, a także ciągle rozwijane [por. m.in. *The Turin Charter on Skiing Safety*, Turin 5th February 2006]. Zasady te – opierając się zarówno na przykładzie polskim, jak i włoskim – w powiązaniu z przepisami kodeksu cywilnego, w opinii autora stanowią wystarczającą podstawę odpowiedzialności za wypadki na stoku zarówno w zakresie roszczeń pomiędzy użytkownikami uczestniczącymi w wypadku, jak i w odniesieniu do zarządzającego terenem narciarskim. Wskazuje na to praktyka orzecznicza rozwijana jeszcze przed wprowadzeniem włoskiej regulacji, a obecna także w Polsce, gdzie przepisy, wprowadzając warunki bezpieczeństwa na stokach narciarskich, nie ingerowały w zasady odpowiedzialności wynikające z kodeksu cywilnego. Dlatego też wydaje się, iż w istocie regulacja włoska poszła w tym zakresie zbyt daleko. Z kolei przykład polski pokazuje, iż bardzo szczegółowe uregulowanie szeregu obowiązków zarządzającego stokiem wcale nie przekłada się na efektywność regulacji. Pokazuje to obowiązkowy rejestr wypadków narciarskich, który byłby cennym źródłem informacji o skali wypadków, jednak w praktyce nie funkcjonuje [NIK 2013, s. 24]. Być może zatem ustawa włoska, która posługuje się bardziej ogólnymi zasadami, niż bardzo szczegółową metodą regulacji, jest rozwiązaniem lepszym i w tym zakresie mogłaby stanowić wzór dla polskich legislatorów. Tak się jak widać jednak nie stało. Niezależnie do tego należy jednak mieć nadzieję – i jeżeli spojrzeć się na praktykę orzeczniczą, to nadzieja ta wydaje się mieć istotne podstawy – iż pomimo niedostatków porównywanych regulacji, sądy będą oceniały wypadki narciarskie i odpowiedzialność z tego tytułu w sposób racjonalny. Racjonalny według autora niniejszego opracowania oznacza z jednej strony uwzględnienie należytej realizacji obowiązków w zakresie bezpieczeństwa na stoku po stronie podmiotów nim zarządzających, jednak z drugiej strony konieczność takiego zachowania się użytkownika stoku, które nie zagraża bezpieczeństwu zarówno innych użytkowników, jak i jego samego. Przy analizie konkretnego przypadku należy także uwzględnić przywoływane powyżej ryzyko, na którego poniesienie każdy uprawiający sporty zimowe się godzi i którego powinien być świadomy. Tylko takie ujęcie omawianego zagadnienia prowadzi do odpowiedniego zbalansowania ryzyka, a tym samym – kosztów finansowych i społecznych, pomiędzy podmioty zaangażowane w uprawianie sportów zimowych, w szczególności zarządzających terenami narciarskimi a ich użytkownikami.

Bibliografia

- Badura M., Basiński H., Kałużny G., Wojcieszak M. (2011), *Ustawa o sporcie, Komentarz*, Warszawa.
- Berbeka J. (2014), *Strategiczne znaczenie ośrodków narciarskich i turystycznych dla gospodarki narodowej*, VI Konferencja Polskich Stacji Nar-

- ciarskich i Turystycznych, 02-04.06.2014 r., [http://psnit2014.syskonf.pl/conf-data/psnit2014/Prof_J_Berbeka\(1\).pdf](http://psnit2014.syskonf.pl/conf-data/psnit2014/Prof_J_Berbeka(1).pdf) (03.07.2015).
- Brucoleri C. (2005), *Italian skiing law, 1st European Law Forum on Winter Sports*, <http://bormioforumneve.eu/archivio2005.html> (03.07.2015).
- Dambeck G. (2005), *Introduction to the State of the Law, the Literature and the Venue in Germany, 1st European Law Forum on Winter Sports*, <http://bormioforumneve.eu/archivio2005.html>, (03.07.2015).
- Drago A.J. (2002), *Assumption of Risk: An Age-Old Defense Still Viable in Sport and Recreation Cases*, [w:] "Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal", Vol. 12
- Fatalny bilans ferii zimowych*, <http://www.m.skigo.pl/aktualnosci-2/art,325,fatalny-bilans-ferii-zimowych.html> (06.07.2015).
- Fornasari G., Izzo U., Lenti L., Morandi F. (2013), *La Montagna, Volume I, La responsabilita civile e penale negli sport del turismo*, Izzo U., red., Torino .
- Giambrone G. (2014), *Skiing And Snowboarding Accident Claims: The Italian Supreme Court Excludes Strict Liability For The Ski Resort Operator*, <http://www.mondaq.com/x/285440/Civil+Law/Time+To+ReThink+Italian+Divorce+Laws> (03.07.2015).
- Ilu Polaków umie jeździć na nartach?* TwojaPogoda.pl, 20.01.2014, <http://www.twojapogoda.pl/wiadomosci/111999,ilu-polakow-umie-jezdzic-na-nartach> (03.07.2015).
- Izzo U. (2014), *Safety and Liability in the practice of Skiing: How Law and Cognitive Science shape the driving factor of Winter Tourism*, [w:] „Entertainment and Sport Law Journal”, 08.2014.
- Kappes A. (2009), *Dekalog FIS a odpowiedzialność za szkodę wyrządzoną na stoku narciarskim*, [w:] Cybula P., red., *Folia Turistica, Turystyka a prawo*, Kraków, s. 103-111
- Kappes A., Wosiński A. (2007), *Organizator stoku powinien odpowiadać za wszystkie wypadki narciarskie*, [w:] „Rzeczpospolita”, 29.01.2007.
- Krajcer S. (2009), *Bezpieczeństwo narciarza a wolność narciarza na stoku i poza stokiem w świetle austriackiego prawa narciarskiego*, [w:] Cybula P., red., *Folia Turistica, Turystyka a prawo*, Kraków, s. 89-102.
- Łebek P. (2013), *Granice odpowiedzialności cywilnej organizatorów stoków narciarskich*, [w:] Cybula P., red., *Prawne aspekty bezpieczeństwa w górach – turystyka, rekreacja, sport*, Kraków, s. 189-202.
- Najwyższa Izba Kontroli (NIK 2014), *Informacja o wynikach kontroli Zapewnienie bezpieczeństwa turystyki i rekreacji w górach*, 12.06.2014 r., <https://www.nik.gov.pl/plik/id,6753,vp,8575.pdf> (09.07.2015).
- Raciborski J. (2013), *Bezpieczeństwo osób korzystających z usług narciarski*, [w:] Cybula P., red., *Prawne aspekty bezpieczeństwa w górach – turystyka, rekreacja, sport*, Kraków, s. 159-176.
- Reider H. (2004), *The new Italian ski slope regulation*, ISIA Congress 2004 (http://www.isiaski.org/download/rovinj_reider_en.pdf, 03.07.2015).

- Robaczyński W. (2013), *Cywilnoprawna odpowiedzialność narciarza*, [w:] Cybula P., red., *Prawne aspekty bezpieczeństwa w górach – turystyka, rekreacja, sport*, Kraków, s. 214-227.
- Safjan M. (2005), [w:] K. Pietrkowski, red., *Kodeks cywilny, Komentarz, Tom I*, Warszawa
- Ski Industry Report 2013*, http://mag.digitalpc.co.uk/fvx/crystal/sir2013/sir2013_opf_files/pdfs/sir2013_.pdf (06.07.2015).
- The Turin Charter on Skiing Safety*, Turin 5th February 2006 (accessible at <http://www.iss.it/>).
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK 2006), *Raport z kontroli wzorców umownych stosowanych przez przedsiębiorców prowadzących stacje narciarskie*, Warszawa, listopad 2006, https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=237 (07.07.2015).
- Wolski D. (2009), *Ryzyko i odpowiedzialność turysty w turystyce górskiej*, [w:] P. Cybula, red., *Transformacje prawa turystycznego*, Kraków 2009.
- Vanat L. (2014), *2014 International Report on Snow & Mountain Tourism, Overview of the key industry figures for ski resorts*, <http://www.vanat.ch/RM-world-report-2015.pdf> (03.07.2015).
- Vanat L. (2015), *2015 International Report on Snow & Mountain Tourism, Overview of the key industry figures for ski resorts* (<http://www.vanat.ch/RM-world-report-2015.pdf> (03.07.2015)).

LEGAL CONDITIONS OF SAFETY IN THE ORGANIZED SKI AREAS IN POLAND AND ITALY - COMPARATIVE STUDY

Abstract

Purpose. Comparison of legal regulations concerning safety conditions in the organized ski areas including liability of entities managing ski areas as well as ski area users in Poland and in Italy.

Method. Comparative method based on juxtaposition of laws in the fields being discussed including conclusions in respect to main differences and similarities between analyzed regulations.

Findings. Cognition leads to conclusion that acts introduced in Poland and in Italy in respect to researched matter manifest several significant differences. In particular Polish legal regulation is more casuistic and detailed in relations to safety and liability in the ski areas. Moreover, in Poland the principles of liability of entity managing organized ski area significantly differ from these based on Italian law.

Research and conclusions limitations. Conducted research does not contain issues addressed to rescue services in the ski areas and supervision over entities managing of the organized ski areas. There is a lack of reliable sources in terms of ski accidents in the ski areas and value of ski "industry".

Practical implications. The issue of liability for safety in the ski areas has important economic, social and legal dimension. This is significant from ski area users point of view and appropriate behavior on the slopes.

Originality. There is a lack of comparative studies concerning issues discussed in this paper up to the time.

Type of paper. This paper presents findings from comparative research.

Key words. Slopes, organized ski areas, safety conditions, principles, law, obligations, liability.

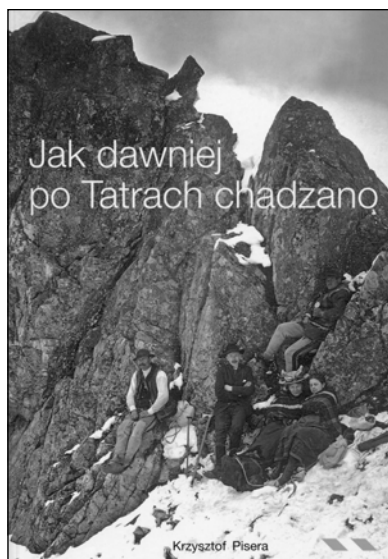
RECENZJE SPRAWOZDANIA WSPOMNIENIA

„JAK DAWNIEJ PO TATRACH CHADZANO” – KILKA REFLEKSJI PO LEKTURZE

*Tomasz Ręgwelski**

Krzysztof Pisera, *Jak dawniej po Tatrach chadzano*,
Wydawnictwa Tatrzńskiego Parku Narodowego, III wydanie,
Zakopane 2013.

Literatura tatrzańska ma w Polsce długie tradycje sięgające początkami okresu baroku. Swoją największą rozkwit przeżywała w drugiej połowie XIX i na początku XX wieku. W tych właśnie latach wydała wiele wartościowych utworów, które weszły do kanonu literatury polskiej. Takie nazwiska, jak Kasprowicz, Tetmajer, Witkiewicz, Steczkowska, Eljasz zawsze kojarzyć się będą z Tatrami. Niektórzy krytycy mówili w tym czasie nawet o „tatro-mani”, a „Tatrami urzeczeni” pisali, malowali, komponowali i fotografowali, zachwyceni nie tylko majestatem Tatr, ale także „góralszczyzną” i kulturalnym klimatem ówczesnego Zakopanego. Z tego dorobku, pieczołowicie gromadzo-



* Dr, Akademia Wychowania Fizycznego, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Turystyki i Rekreacji, Zakład Alpinizmu i Turystyki Kwalifikowanej; e-mail: tomasz.regwelski@awf.krakow.pl.

nego przez muzea i osoby prywatne, w umiejętny sposób korzysta Krzysztof Pisera, autor publikacji „Jak dawniej po Tatrach chadzano”.

Jest to wyjątkowa antologia literackich wspomnień bogato ilustrowanych rycinami i fotografiami. Można powiedzieć, że przez lekturę swojej książki Pisera zabiera nas w podróż w czasie – do przeszłości, a proponowanym przez niego wehikułem czasu jest turystyka tatrzańska. Należy przy tym zaznaczyć, że nie jest to daleko rozumiane popularyzatorstwo. Materiały zamieszczone w książce mają bowiem niewątpliwą wagę naukową, a sposób opracowania jednoznacznie wskazuje na merytoryczne przygotowanie autora. Po każdym rozdziale mamy starannie opracowane przypisy do wykorzystanej literatury. Takie opracowanie wymagało długotrwałej i starannej kwerendy między innymi archiwów Muzeum Tatrzańskiego i Ośrodka Dokumentacji Tatrzańskiej TPN. Ale „Jak dawniej po Tatrach.....” nie jest też kolejną nużącą pozycją naukową, wręcz przeciwnie. Autor w umiejętny sposób dokonał wyboru cytatów z literatury tatrzańskiej i za ich pomocą opisał tamte czasy. Wybór ten jest również, co bardzo istotne, bogato ilustrowany starymi fotografiami i rycinami. Wypowiedzi ludzi z tamtej epoki i obrazy tamtych miejsc zostały także zręcznie połączone autorskim komentarzem. Tak więc z wysokim poziomem merytorycznym opracowania, idzie w parze jego szata graficzna. Na uwagę zasługuje również autorska koncepcja układu treści publikacji, której trudno odmówić logiki i przejrzystości, bo zanim dotrzemy w same Tatry, musimy najpierw poznać drogę do Zakopanego i samo Zakopane.

Tekst został podzielony na dziesięć rozdziałów. I tak rozdział pierwszy, zatytułowany „Droga ku Tatrom” to opisy ówczesnej podróży pod Tatry, do Zakopanego jeszcze bez drogi z prawdziwego zdarzenia, furkami góralskimi wiele godzin w przysłowiowej słocie lub błocie. „W Zakopanem” to drugi rozdział, który opisuje słowem, ale przede wszystkim obrazem ze starych fotografii wieś, a później miasto Zakopane. Poznajemy jego rozwój, pierwsze zbudowane przez przyjezdnych gości domy, pierwsze gospody, plebanie, kościoły, chaty ważniejszych rodów góralskich i zakopiańskie ulice z ówczesnymi Krupówkami na czele. Rozdział trzeci to logiczna kontynuacja naszej podróży, czyli wyprawa w same góry – Tatry. Nosi tytuł „Na strome szczyty gór” i opisuje początki turystyki tatrzańskiej. Na fotografiach widzimy turystki w sukniach do ziemi i wytwornych kapeluszach, prowadzone w góry przez wąsatych górali krzepko dzierżących ciupagi w dłoniach. To właśnie tak wyglądały pierwsze wycieczki tatrzańskie, bez plecaków, sprzętu i turystycznych strojów, za to z przewodnikiem – góralem, tragarzami, a nawet grajkami. Kolejny rozdział pod tytułem „O tych, co po górach wodzili” to opowieść o przewodnikach tatrzańskich tych najbardziej znanych i tych zapomnianych. Jest to barwny opis postaci górali – przewodników, często byłych kłusowników, pokazany fotografią, a opisany cytatami ze wspomnień ich klientów.

„Zapomniane schroniska” to kolejny wyjątkowy rozdział pokazujący rozwój ówczesnej infrastruktury turystycznej. Autor podkreśla w nim znaczenie schronisk, schronów, altan, szałasów i koleb budowanych i urządzanych przez Towarzystwo Tatrzańskie dla rozwoju turystyki górskiej. Jest to także wyjątkowy katalog tych nieistniejących już obiektów, które możemy oglądać na fotografiach i rycinach, zebranych w jednym miejscu. Kolejny rozdział stanowią noty biograficzne autorów tekstów wykorzystanych w omawianym opracowaniu. Poznajemy bliżej ludzi, dla których Tatry stały się natchnieniem do twórczości, a często najważniejszą treścią ich życia. Są wśród nich osoby powszechnie znane ze swojej działalności i twórczości, ale także te mniej znane, niedoceniane i często zapominane. Po części biograficznej następują zestawienia w formie spisów i są to: spis przewodników tatrzańskich z 1877 roku autorstwa L. Świerza i drugi spis z 1886 roku autorstwa W. Eliasza, jak również wykaz schronisk i altan wybudowanych na terenie całych Tatr w XIX wieku. Ciekawe dopełnienie całości opracowania stanowi informacja o systemie walutowym obowiązującym w Galicji w drugiej połowie XIX wieku, a także wykaz cen niektórych produktów i artykułów spożywczych połączony z wysokością zarobków. Autor pokusił się również na zamieszczenie dwóch map szlaków komunikacyjnych w Tatrach z 1900 roku i planu projektu schronów tatrzańskich Towarzystwa Tatrzańskiego z 1874.

„Jak dawniej....” czyta się bardzo dobrze, z każdej bowiem przeczytanej strony wynosimy mnóstwo informacji o górach, o ludziach, ich zwyczajach i języku, którym się posługiwali. A to dzięki cytatom pochodzącym od prostych górali i od bardziej światłych, posługujących się słowem pisanym obywateli. Warto więc zasiąść na chwilę do lektury tej książki i cofnąć się w czasie do miejsc, które być może rozpoznamy z własnych tatrzańskich wycieczek.

III SYMPOZJUM NA TEMAT TURYSTYKI MŁODZIEŻY AKADEMICKIEJ: „FENOMEN PRZEWODNICTWA STUDENCKIEGO”

Akademia Wychowania Fizycznego, Kraków, 20 listopada 2015 r.

SPRAWOZDANIE

Piotr Dąbrowski*, Bartosz Szczechowicz**

III Sympozjum na temat turystyki młodzieży akademickiej pn. „Fenomen przewodnictwa studenckiego” odbyło się 20 listopada 2015 r. w Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie. Organizatorami tego spotkania był Wydział Turystyki i Rekreacji wspomnianej Uczelni (JM Rektor prof. dr hab. Andrzej Klimek objął wydarzenie swoim patronatem) oraz Studenckie Koło Przewodników Górskich funkcjonujące przy Oddziale Akademickim PTTK w Krakowie.

Sympozjum zorganizowano z okazji – a zarazem dla uczczenia – 60. rocznicy przewodnictwa studenckiego w Polsce. Początki zinstytucjonalizowanej aktywności studentów w środowisku przewodnickim sięgają bowiem połowy lat 50. ubiegłego wieku, kiedy to powstało w 1955 roku w Krakowie pierwsze studenckie koło przewodników górskich (SKPG), a następne podobne koła powstawały w kilka lat później w innych miastach Polski.

Trzeba przy tym wyjaśnić, że sygnalizowany w tytule Sympozjum „fenomen” przewodnictwa studenckiego wyraża się nie tylko w tym, że w ciągu 60 lat przez kursy przewodnickie organizowane w kołach studenckich przewinęło się – łącznie – kilkanaście tysięcy młodych ludzi. W szczególności uzewnętrznia się on w obserwacji, że kursanci i przewodnicy związani z działalnością owych kół tworzą razem Wspólnotę ludzi zafascynowanych Światem Gór – o którym Mistrz Jerzy Harasymowicz pisał, a Andrzej Mróz śpiewał, że jest w nim „wszystko, co kocham” – oraz misją społecznego dzia-

* Dr, Akademia Wychowania Fizycznego, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Turystyki i Rekreacji, Zakład Obsługi Ruchu Turystycznego; e-mail: piotr.dabrowski@awf.krakow.pl.

** Dr, Akademia Wychowania Fizycznego, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Polityki Turystycznej, Zakład Ekonomii i Zarządzania; e-mail: bartosz.szczechowicz@awf.krakow.pl.

łania i przewodzenia innym w poznawaniu tego Świata. Dla wielu z nich zresztą, o czym świadczą wspomnienia uczestników Sympozjum, wejście w szeregi wspólnoty przewodników studenckich okazało się wydarzeniem istotnie wpływającym na ich dalsze życie osobiste i zawodowe, a także kształtującym ich długoletnią aktywność społeczną.

Sympozjum zgromadziło ok. 30 uczestników, związanych z różnymi kołami przewodnickimi (przewodników beskidzkich, tatrzańskich, sudeckich, nizinnych) oraz reprezentujących różne generacje przewodników: począwszy od tych, którzy tworzyli podwaliny przewodnictwa studenckiego, aż do tych, którzy przewodnicką odznakę uzyskali stosunkowo niedawno. Prelegenci reprezentowali zarazem szkoły wyższe kształcące na kierunkach związanych z turystyką (Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II) oraz organizacje społeczne działające w tej sferze. Wygłosili oni osiem referatów, przy czym ich charakter był zróżnicowany: były wśród nich wystąpienia prezentujące wyniki badań historycznych oraz osobiste wspomnienia i refleksje dotyczące rozwoju przewodnictwa studenckiego i działalności studenckich kół przewodników, a także referaty przedstawiające w tym zakresie stan obecny i wybiegające ku przyszłości. Wszystkie wystąpienia – których autorów i tytuły podajemy niżej (w porządku wygłoszenia) – prowokowały ożywioną dyskusję, liczne uzupełnienia i komentarze.

1. Dr inż. Tadeusz Syryjczyk (były prezes OA PTTK w Krakowie): *Przewodnictwo studenckie: turystyka, aktywność społeczna, edukacja czy też szkoła przywództwa?*
2. Dr Dariusz Dyląg (Galiczyjskie Towarzystwo Historyczne): *O 110. rocznicy przewodnictwa studenckiego na podstawie sprawozdań Klubu Turystycznego działającego przy Akademickim Związku Sportowym Młodzieży Polskiej we Lwowie.*
3. Mgr Tomasz Kowalik (były przewodniczący Komisji Historii i Tradycji ZG PTTK): *Propozycja osobista spojrzenia wstecz na przewodnictwo studenckie/akademickie.*
4. Dr Andrzej Siwek (Uniwersytet Papieski Jana Pawła II): *Przewodnickie penetracje historyczne – poszerzanie horyzontów badawczych w ostatniej dekadzie PRL.*
5. Dr hab. Zygmunt Kruczek (Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji): *Rola SKPG w kształtowaniu moich zainteresowań turystycznych i losów zawodowych (osobiste wspomnienia).*
6. Mgr Mateusz Tomaszczyk (Studenckie Koło Przewodników Górskich w Krakowie): *Kurs przewodnicki SKPG Kraków i korzyści z niego płynące w pracy zawodowych przewodników.*
7. Agnieszka Szypulska (Studenckie Koło Przewodników Turystycznych): *SKPT Warszawa: przewodnictwo studenckie na płaskim.*

8. Mgr Cezary Białkowski (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Akademickie Koło Przewodników Tatrzańskich): *Perspektywy zastosowania innowacji we współczesnym przewodnictwie studenckim*.

Osią przewodnią rozważań były jednak pytania sformułowane przez pierwszego prelegenta: Na czym polega fenomen przewodnictwa studenckiego? Co je wyróżnia na tle innych organizacji szkolących przewodników górskich, a także innego typu organizacji społecznych i studenckich? Jakie niosło ono ze sobą wartości dawniej, a jakie niesie obecnie?

Na podstawie poglądów i przykładów przedstawionych podczas Sympozjum można spróbować na te pytania odpowiedzieć, choć pokrótce, następująco:

- 1) Studenckie koła przewodnickie mają z reguły charakter międzyuczelniany co powoduje, że spotykają się w nich studenci (a także absolwenci) różnych uczelni i kierunków. Stwarza to atmosferę sprzyjającą wszechstronnemu rozwojowi intelektualnemu, poszerzaniu horyzontów i zainteresowań, a także służy integracji środowiska.
- 2) Koła przewodnickie działające w środowisku akademickim przejmują elementy jego kultury organizacyjnej, takie jak wysoki prestiż wiedzy i kompetencji, dociekliwość, swoboda dyskusji i samorządność.
- 3) Wdrożenie studentów do intensywnej pracy umysłowej pozwala na stawianie wysokich wymagań w procesie kształcenia przewodników, co skutkuje ponadprzeciętnym (w skali społeczeństwa) poziomem przygotowania kandydatów, widocznym podczas egzaminów państwowych.
- 4) Wiele osób utrzymuje ożywione związki z kołami studenckimi także długo po ukończeniu studiów. Tworzą się w ten sposób więzi międzypokoleniowe korzystne zarówno dla młodych przewodników (przekaz doświadczeń, wiedzy), jak i tych starszych (otwarcie na nowości, zapał).
- 5) Niemala część młodych przewodników podejmuje po zakończeniu studiów pracę na uczelniach, utrzymując jednocześnie przyjacielskie relacje z młodszymi kolegami (p. 4). W ten sposób studenckie koła przewodnickie stają się czynnikiem budującym wspólnotę akademicką.
- 6) Dzięki więziom towarzyskim studenci-przewodnicy oddziałują na szersze kręgi kolegów, promując postawy sprzyjające aktywnemu spędzaniu czasu wolnego i zainteresowaniom krajoznawczym.
- 7) Działanie w kołach przewodnickich stanowi dla młodych ludzi okazję do nabywania (pogłębiania) umiejętności organizacyjnych i kierowniczych, co okazuje się bardzo przydatne w późniejszej pracy zawodowej.
- 8) W studenckich kołach przewodnickich powstają często ciekawe wydawnictwa, w tym periodyczne, których zawartość daleko wykracza poza typowe „materiały szkoleniowe” przeznaczone dla wąskiego kręgu odbiorców.
- 9) Są to również środowiska aktywne na polu artystycznym (piosenka, kabaret), przez co wnoszą istotny wkład w kształtowanie się kultury turystycznej.

Należy dodać, że symposium na temat przewodnictwa studenckiego było już trzecim z kolei spotkaniem poświęconym turystyce młodzieży akademickiej. Poprzednie miały miejsce w latach 2006 i 2010. Warto aby ta tradycja była kontynuowana.

**„ŻYCIE LUDZKIE JEST WĘDROWANIEM”
WSPOMNIENIE O PROFESORZE
KRZYSZTOFIE PRZECLAWSKIM (1927-2014)**

*Wiesław Alejziak**



Krzysztof Przeclawski

(zdjęcie z wykładu wygłoszonego w czasie uroczystości nadania Profesorowi tytułu doctora honoris causa Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie – wrzesień 2005 r.)

„Życie – to wędrowanie, spotkania i nawiązywanie dialogu. Być człowiekiem oznacza być «w drodze», wędrować, być – w pewnym sensie – turystą. Wygnanie z Raju – Domu spokoju i szczęścia – stało się początkiem wędrówki w poszukiwaniu Raju utraconego. Kondycją człowieka, jego losem staje się wędrowanie, pielgrzymowanie. Tak więc być człowiekiem to znaczy być turystą. Przypomina nam o tym między innymi sam tytuł znanej książki Gabriela Marcela «Homo Viator». Żyjemy na tej Ziemi siedemdziesiąt, osiemdziesiąt, czasem więcej, czasem mniej lat – a potem przechodzimy do Nowego Życia. Jak więc pisze G. Marcel – kondycja człowieka to kondycja pielgrzyma. To kondycja wędrowca”.

Krzysztof Przeclawski, *Wprowadzenie do filozofii turystyki*, [w:] *Turystyka w badaniach naukowych* (red. R. Winiarski i W. Alejziak), Kraków 2005, s. 53.

* Dr hab., prof. nadzw., Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Polityki Turystycznej, Zakład Ekonomii i Zarządzania; e-mail: wieslaw.alejziak@awf.krakow.pl.

W przypadku Profesora Krzysztofa Przeclawskiego przywołane wyżej „wędrowanie” miało wyjątkowy charakter, który z jednej strony wynikał z Jego głęboko humanistycznego spojrzenia na świat, z drugiej zaś – z naukowych i dydaktycznych pasji, które w zasadniczej części poświęcił turystyce. Jego zainteresowania i doświadczenia związane z tą dziedziną życia znakomicie łączyły się z rozległą wiedzą filozoficzną i socjologiczną, co pozwala zaliczyć Go do najwybitniejszych przedstawicieli socjologii turystyki. Chociaż wędrowka – Profesora Przeclawskiego – a w zasadzie Jego piękna „podróż przez życie” (to z kolei zapożyczenie z tytułu innej Jego książki *Życie to podróż*, Warszawa 2005) – zakończyła się 15 stycznia 2014 roku, to jestem przekonany, że z jej efektów (w postaci obserwacji poczynionych w jej trakcie oraz wynikających z nich wniosków, które tak znakomicie zostały opisane przez Profesora w Jego publikacjach) całe nasze „turystyczne” środowisko korzystać będzie jeszcze bardzo długo. Przez kilkadziesiąt lat swojej akademickiej aktywności – czy to bezpośrednio poprzez wykłady na wielu uczelniach, czy przez publikacje – Profesor Przeclawski ukształtował bowiem całe pokolenia ludzi, którzy dzisiaj decydują o jej obliczu w naszym kraju. Treści zawarte w Jego pracach stanowią kanony wiedzy o turystyce i jako takie są ciągle wykładane na wszystkich polskich uczelniach, w których kształcą się przyszłe kadry dla turystyki. Profesor Przeclawski cieszył się wielkim szacunkiem w całej branży turystycznej, a o tym jak szacunek ten był wielki, świadczy na przykład zaszczytny tytuł *doctora honoris causa*, nadany Mu w 2005 roku przez Senat Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie (warto dodać, że był to jeden z pierwszych na świecie doktoratów honorowych przyznanych za wkład w rozwój badań nad turystyką oraz kształcenie kadr w tym zakresie). Odejście Profesora zasmuciło zarówno praktyków, jak i teoretyków turystyki. Sądzę jednak, że Jego odejście szczególnie dotknęło środowisko akademickie, które straciło w osobie Profesora nie tylko jednego z pionierów badań nad turystyką, ale także inspiratora wielu ważnych dla tego środowiska inicjatyw, a przy tym także kogoś, komu głęboka wiedza i naukowe doświadczenie, nie przeszkadzały w tym, aby pozostać skromnym i otwartym na poglądy innych... „kolegą po fachu”.

O życiu oraz różnych inicjatywach i dokonaniach Profesora K. Przeclawskiego można pisać wiele, czego przykładem może być – licząca ponad 100 stron – praca magisterska Pani M. Prochal pt. *Krzysztof Przeclawski (ur. 1927). Próba biografii i bibliografii uczonego*¹. Dlatego też, w tym wspominkowym artykule, zdołam jedynie przedstawić podstawowe fakty z Jego życia i działalności akademickiej oraz podzielić się z Czytelnikami kilkoma wspomnieniami, jakie wyniosłem z moich osobistych kontaktów z Profesorem. Do wątku tego wrócę jeszcze w dalszej części tego tekstu, ale już teraz chcę

¹ Praca ta została napisana pod kierunkiem prof. dr. hab. Andrzeja Matuszyka i obroniona w Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie w 2003 roku. W niniejszym artykule wykorzystano wiele zawartych w niej informacji.

podkreślić, że moja znajomość z Profesorem Przeclawskim – która dosyć szybko przekształciła się w prawdziwą przyjaźń – w dużym stopniu ukształtowała mnie jako młodego badacza, dla którego Profesor był prawdziwym mentorem oraz naukowym mistrzem, jeśli chodzi o badania nad turystyką. Kimś takim był Profesor zresztą nie tylko dla mnie – sądzę, że chyba wszyscy parający się w naszym kraju nauką i edukacją akademicką w dziedzinie turystyki wiedzieli, że był On w naszym gronie postacią wybitną. Przez całe lata był jednym z nielicznych Polaków posiadających uznaną pozycję wśród światowych badaczy turystyki i do dzisiaj pozostaje jedynym przedstawicielem Polski, który dostąpił zaszczytu przyjęcia w poczet członków elitarniej organizacji naukowej, jaką jest „International Academy of Study for Tourism”². O szacunku, jakim cieszył się Profesor Przeclawski, świadczy też liczne grono najwybitniejszych badaczy turystyki (w tym także członków IAST), którzy przyjechali do Krakowa z całego świata (nie tylko z Europy, ale z USA, Izraela czy Nowej Zelandii), aby uczestniczyć w uroczystości nadania Mu wspomnianego tytułu doktora honoris causa.

Krzysztof Przeclawski urodził się 23 maja 1927 roku w Warszawie, jako syn Stefana Przeclawskiego z Wilanowa i Marii Magdaleny Pohoskiej z Charkowa. W swojej autobiografii napisał: „Podobno były spory, co do [mojego] imienia i wieść rodzinna głosi, iż podano mi kartki z różnymi imionami, a ja po trzykroć wyciągnąłem Krzysztofa. Dziś bardzo się z tego cieszę, bo to patron tych, co podróżują, a ja od lat zajmuję się problemami turystyki. A imię bardzo piękne i zobowiązujące: «Christoforos» – niosący Chrystusa”³. Swoją edukację Krzysztof Przeclawski rozpoczął od razu od klasy drugiej w elitarniej szkole Rontalera w Warszawie, albowiem nauczył się już wcześniej czytać w domu. Okres szczęśliwego dzieciństwa przerwał wybuch II wojny światowej. Od 11 listopada 1939 roku, kiedy to wszyscy uczący w jego gimnazjum profesorowie zostali aresztowani, swoją edukację – zarówno kursy gimnazjalne, jak i naukę w liceum – kontynuował na tzw. tajnych kompletach. Jednocześnie podjął naukę w Szkole Handlowej, dzięki czemu opanował umiejętność stenografii, pisania na maszynie oraz nauczył się zasad korespondencji handlowej i reklamy. Dwuletni okres edukacji w tej szkole uzupełniła praktyka zawodowa w Banku Gospodarstwa Krajowego. W latach 1943/1944 potajemnie przerobił również dwie klasy liceum humanistycznego. Po zdaniu matury (Liceum w Lublinie) przeprowadził się do Łodzi, gdzie podjął studia prawnicze na tamtejszym Uniwersytecie (równno-

² O elitarności tej organizacji świadczy to, że – zgodnie ze statutem - należeć do niej może w danym momencie tylko 75 najbardziej uznanych badaczy turystyki na świecie, rekrutujących się z wszystkich dziedzin nauki badań nad tym zjawiskiem. O przynależności decyduje więc aktywność naukowa i wpływ na rozwój światowych badań nad turystyką, a przyjęcie w poczet tej organizacji dokonuje się w drodze dosyć skomplikowanego i wielostopniowego systemu rekomendacji dotychczasowych członków.

³ Przeclawski K., *Nasz wiek dwudziesty. Moje życie, myśli i podróże*, Uniwersytet Warszawski, 1999, s. 22.

legle studiował też na kierunku dziennikarstwo). Jesienią 1946 roku rodzina Przeclawskich przeniosła się do Warszawy, gdzie Krzysztof kontynuował studia prawnicze na Uniwersytecie Warszawskim. W tym czasie porzucił studia dziennikarskie na rzecz studiowania socjologii.

W czerwcu 1949 roku uzyskał tytuł magistra prawa oraz przystąpił do pisania doktoratu z socjologii u słynnego już wówczas profesora Stanisława Ossowskiego, z czego jednak dosyć szybko zrezygnował (praca miała dotyczyć społeczności w małych osiedlach mieszkaniowych). W tym czasie podjął również studia na kierunku filozofia w Katolickim Uniwersytecie Lubelskim, gdzie uczył się też prawa kanonicznego. Na ostatnim roku studiów prawniczych – aby odciążyć finansowo rodziców – Profesor podjął pracę w Banku Gospodarstwa Krajowego. Po powrocie do Warszawy, 22-letni wówczas Krzysztof, postanowił wstąpić do seminarium duchownego (został przyjęty na drugi rok, ze względu na wspomniane już studia filozoficzne w KUL). Jednak po dwóch zaledwie miesiącach pobytu w seminarium – ku ucieście rodziców, przeciwnych jego decyzji o wstąpieniu do seminarium – zrezygnował z perspektywy zostania księdzem. W 1950 roku Krzysztof Przeclawski poznał swoją przyszłą żonę Annę Sadkowską, którą poślubił rok później⁴.

Przez kilka pierwszych lat po skończeniu studiów Krzysztof Przeclawski był urzędnikiem (1950-1952 – Ministerstwo Sprawiedliwości, Wydział dla Nieletnich, st. referendarz; 1952-1955 – Miastoprojekt Stolica, kierownik sekcji; 1955-1958 – Komitet ds. Urbanistyki i Architektury, naczelnik Wydziału, wicedyrektor). Na poważniejszy kontakt z nauką – nie licząc krótkiej przygody ze wspomnianą próbą napisania pracy doktorskiej zaraz po uzyskaniu magisterium – „przyszły profesor” musiał poczekać aż do 1958 roku, kiedy to rozpoczął pracę w Polskiej Akademii Nauk. Najpierw zatrudnił się w Zakładzie Socjologii i Historii Kultury, kierowanym przez prof. Józefa Chałasińskiego (który był w tym czasie m.in. redaktorem naczelnym takich prestiżowych czasopism naukowych, jak „Przegląd Socjologiczny”, czy „Kultura i Społeczeństwo”). Dosyć szybko przeniósł się jednak do Zakładu Badań Socjologicznych, kierowanego przez innego wybitnego polskiego socjologa profesora Jana Szczepańskiego (który w latach 1966-1970 był przewodniczącym Międzynarodowego Stowarzyszenia Socjologicznego – ISA), gdzie pracował aż do roku 1972.

W marcu 1963 roku K. Przeclawski obronił w Instytucie Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk pracę doktorską na temat *Społeczna funkcja urbanistów, a ich przygotowanie do zawodu*. Promotorem rozprawy był prof. Jan Szczepański, a recenzentem prof. Zbigniew Wzorek z Politechniki

⁴ Anna Przeclawska także wybrała karierę naukową, którą związała z Instytutem Pedagogiki na Wydziale Psychologii i Pedagogiki Uniwersytetu Warszawskiego, przechodząc w nim od stanowiska asystenta, adiunkta, docenta, profesora nadzwyczajnego i do profesora zwyczajnego.

Krakowskiej. Praca ukazała się drukiem w 1964 roku. W 1970 roku K. Przeclawski został doktorem habilitowanym nauk humanistycznych, na podstawie rozprawy *Instytucje wychowania w wielkim mieście. Wybrane problemy socjologii wychowania* oraz kolokwium habilitacyjnego przeprowadzonego także w Instytucie Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk. W 1985 roku otrzymał nominację na profesora Uniwersytetu Warszawskiego, zaś w kwietniu 1995 został profesorem zwyczajnym.

Profesor K. Przeclawski pozostawił po sobie ogromny dorobek naukowy w postaci różnych publikacji na temat turystyki. Co ciekawe, swoją pierwszą pracę na temat turystyki napisał ponoć już w szkole podstawowej. Zastanawiając się kiedyś nad genezą swoich zainteresowań turystyką i badaniami nad tym zjawiskiem, w jednej ze swych książek napisał bowiem: „A moja droga do turystyki?» W szóstej klasie szkoły podstawowej napisałem długie, trzydziestostronicowe wypracowanie (z ilustracjami) pt. «Z Algieru do Johannesburga». Wykazałem dobrą znajomość Afryki – dostałem ocenę bardzo dobrą. Niestety, nigdy tej drogi nie przebyłem w rzeczywistości. Czy to wypracowanie to był pierwszy sygnał moich późniejszych zainteresowań turystyką⁵. Sam nie udzielił odpowiedzi na to pytanie, ale wydaje się, że był to nie tylko „sygnał zainteresowań turystyką”, ale także zwiastun naukowych i pisarskich możliwości Profesora, który jest autorem ponad stu prac naukowych, w tym kilkunastu książek i licznych artykułów poświęconych ulubionej dyscyplinie naukowej, jaką zawsze była dla Niego turystyka⁶.

Według mojej kwerendy, przeprowadzonej za pomocą specjalistycznej wyszukiwarki naukowej „Harzing’s Publish or Perish” (stan na 10.07.2015), przynajmniej 65 publikacji Profesora K. Przeclawskiego cytowanych było na świecie 487 razy, przy czym najczęściej cytowaną pracą w języku polskim jest książka *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki* (wydana w 1996 roku), którą cytowano 187 razy, co oznacza, że jest to trzecia najczęściej cytowana książka na temat turystyki, która ukazała się w Polsce. Natomiast najbardziej znaną i najczęściej cytowaną publikacją poza granicami Polski jest artykuł *Tourism as the subject of interdisciplinary research*, zamieszczony w książce *Tourism Research*, zredagowanej przez D.G Pearce’a i R.W Butlera (wydanej w roku 1993 roku), a także dwa artykuły opublikowane w „Annals of Tourism Research”: *A sociocultural study of tourism as a factor of change* (napisany wspólnie z J. Jafari oraz A. Pizamem – 1990)

⁵ Przeclawski K., *Życie – to podróż*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2005, s. 81.

⁶ Warto dodać, że Profesor zawsze starał się łączyć swoje zainteresowania turystyczne z pedagogiką oraz badaniami nad młodzieżą. Od 1973 roku do 1977 roku kierował Zakładem Organizacji Czasu Wolnego w Instytucie Badań nad Młodzieżą. W 1976 roku przeszedł do pracy w Instytucie Profilaktyki Społecznej i Resocjalizacji Uniwersytetu Warszawskiego, aby po roku zostać jego Dyrektorem.

oraz *Tourism's perceived impacts in centrally-planned economies* (napisany z R.E. Brayley'em i T. Varem – 1991)⁷.

Na szczególne podkreślenie zasługują książki Profesora Przeclawskiego. Napisał ich w sumie kilkanaście, przy czym większość (choć nie wszystkie) dotyczy problematyki turystycznej. W 1973 roku ukazała się książka „Turystyka a wychowanie”⁸, która powstała – jak to sam autor podkreślił we wstępie – jako praca popularnonaukowa, przeznaczona głównie dla wychowawców i organizatorów turystyki. To w niej znalazła się słynna definicja turystyki⁹, która do dzisiaj uznawana jest za jedną z najlepszych, jakie sformułowano i jako taka nauczana na wszystkich uczelniach turystycznych w Polsce. Kolejna książka – *Socjologiczne problemy turystyki*¹⁰ – miała już inny charakter i powstała w oparciu o szeroką analizę światowej literatury przedmiotu oraz doświadczenia wynikające z wykładów i seminariów, jakie Profesor Przeclawski prowadził przez kilka lat w Międzynarodowym Ośrodku Studiów Wyższych nad Turystyką w Turynie (napiszę jeszcze o nich później). Profesor traktował tę książkę jako swoiste zaproszenie do dyskusji na poruszone w niej tematy, w tym zwłaszcza dotyczące problemów turystyki najbardziej istotnych ze społecznego punktu widzenia.

Następne trzy książki Profesora poruszały różne, często fundamentalne dla teorii turystyki zagadnienia i wydawane były w różnych językach (pol-

⁷ Wśród innych ważnych prac Profesora K. Przeclawskiego (wydawanych – co warto podkreślić – w kilku językach – wymienić można:

- *The role of tourism in the contemporary culture*, [w:] “The Tourist Review”, Vol. 40(1), 1985, ss. 2–7;
- *Deontology of tourism*, [w:] “Progress in Tourism and Hospitality Research”, Vol. 2–3, 1996, ss. 239–245;
- *El turismo y el mundo contemporáneo*, [w:] “Estudios turísticos”, Vol. 82, 1984, ss. 67–78;
- *L’impatto del turismo sulla comunità locale: relativizzazione dei valori e spinte al dialogo*, [w:] *SOCIOLOGIA URBANA E RURALE*, 1992;
- *Generating goodwill in tourism through ethical stakeholder interactions*, [w:] *Tourism and Host Communities*, 2003, ss. 135–152 (napisana wspólnie z D. Fennellem);
- *Tourisme, rencontre des cultures, Introduction a la Sociologie du Tourisme*, Institut de la Recherche sur la Jeunesse. Varsovia, 1976;
- *Tourism's perceived impacts in centrally-planned economies*, [w:] “Annals of Tourism Research”, Vol. 18 (4), 1991, ss. 661–663 (napisana wspólnie z R.E. Brayley'em i T. Varem);
- *Le Tourisme comme Facteur du Changement Socio-Culturel*, [w:] *9th World Congress of the International Sociological Association*, 1978;
- *Tourists and Inhabitants. Some ethical problems*, [w:] *Tourism and Culture. Global Civilization in Change* [ed. Wiendu Nuryanti], Yogyakarta 1996.

⁸ Przeclawski K., *Turystyka a wychowanie*, Nasza Księgarnia, Warszawa 1973, s.14.

⁹ „Turystyka, w szerokim znaczeniu turystyka jest to całokształt zjawisk ruchliwości przestrzennej, związanych z dobrowolną, czasową zmianą miejsca pobytu, rytmu i środowiska życia oraz wejściem w styczność osobistą ze środowiskiem odwiedzanym (przyrodniczym, kulturowym, bądź społecznym)”. Tamże, s.14.

¹⁰ Przeclawski : *Socjologiczne problemy turystyki*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa 1979.

skim, francuskim, angielskim)¹¹. Profesor podkreślał w nich, że turystykę należy postrzegać dwojako, czyli jako „zachowania człowieka i skutki tych zachowań dla człowieka”¹². Z żalem przy tym konstatował, że podstawowe nauki humanistyczne, takie jak socjologia czy psychologia, w dużym stopniu przestały zajmować się człowiekiem, główny nacisk kładąc na stosunki panujące pomiędzy jednostkami ludzkimi, a samo zjawisko turystyki coraz częściej zaczyna się traktować w kategoriach ilościowych (głównie ekonomicznych, administracyjnych, prawnych, zagospodarowania przestrzennego, ochrony środowiska itd.). Rozważania na ten temat kontynuowane były przez Profesora w książce *Humanistyczne podstawy turystyki*, która została wydana w 1986 roku w dwóch językach (polskim i angielskim).

Pewnym podsumowaniem wcześniejszych publikacji (a raczej poglądów Profesora na temat współczesnej turystyki, które te publikacje zawierały) jest książka *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*¹³, która – jak już wspomniano – należy do najczęściej cytowanych w naszym kraju publikacji naukowych na temat turystyki. Piszę o tym z tym większą satysfakcją, że mam w niej pewien maleńki udział, w postaci tego, że to ja namówiłem Profesora, aby taką książkę napisał oraz pomogłem Mu w pracy redakcyjnej i w wydaniu tego dzieła (za co Profesor – jak to było w Jego stylu – złożył mi piękne podziękowania we wstępie do książki). Podobna sytuacja miała miejsce przy kolejnej książce Profesora zatytułowanej *Etyczne podstawy turystyki*¹⁴ (z tą tylko różnicą, że większy udział w jej wydaniu miała Bożena Alejsiak, co również zostało przez Profesora podkreślone w podziękowaniach zamieszczonych we wstępie). Warto dodać, że w książce tej Profesor podjął po raz pierwszy próbę adaptacji niektórych zasad etycznych do problemów współczesnej turystyki. Inspiracją do jej napisania były rozważania na temat etyki w turystyce prowadzone na konwersatorium w Uniwersytecie Warszawskim oraz referaty dotyczące tego problemu wygłoszone na „konferencjach szwajcarsko-indonezyjskich”, które odbyły się w Lozannie w październiku 1994 roku i w Yogyakarcie w sierpniu 1995 roku.

Profesor Krzysztof Przeclawski był nie tylko był pionierem społecznych badań nad turystyką w Polsce, ale także inicjatorem i koordynatorem wielu projektów badawczych z tego zakresu. Jednym z nich był największy w całej historii polskich badań nad turystyką projekt badawczy, znany jako Centralny Program Badań Podstawowych Nr 08.06 „Turystyka jako czynnik przemian rozwoju społeczno-gospodarczego”, który był realizowany (pod

¹¹ Przeclawski K., *Humanistic foundations of tourism*, Warsaw, Institute of Tourism 1986; Przeclawski K., *Le tourisme et le monde de l' unite dans la pluralite*, Cahiers du tourisme, CEST 1990; Przeclawski K., *Tourism and the contemporary world*, University of Warsaw 1994.

¹² Przeclawski K., *Humanistyczne podstawy turystyki*, Instytut Turystyki, Warszawa 1986, s. 5.

¹³ Przeclawski K., *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków 1996.

¹⁴ Przeclawski K., *Etyczne podstawy turystyki*, Albis, Kraków 1977.

kierownictwem Profesora K. Przeclawskiego) w latach 1986-1990. W ramach tego projektu wykonano ponad 100 prac badawczych, a w ich realizację zaangażowane były praktycznie wszystkie liczące się w tamtym czasie ośrodki naukowe w Polsce¹⁵. W latach 1983-1990 Krzysztof Przeclawski był także jednym z kierowników wielkiego międzynarodowego programu badań „Turystyka jako czynnik przemian”, koordynowanego przez Ośrodek Nauk Społecznych w Wiedniu¹⁶.

Szczególne zasługi dla rozwoju turystyki w Polsce ma działalność Profesora jako dyrektora Instytutu Turystyki w Warszawie (w latach 1983-1991). Jako jeden z resortowych instytutów badawczych, Instytut Turystyki przez wiele lat był wiodącym ośrodkiem naukowym z zakresu turystyki w Polsce. Nie tylko prowadził szeroko zakrojoną działalność naukowo-badawczą i wydawniczą, ale organizował także szkolenia, w ramach których swoje kwalifikacje podnosili pracownicy administracji terenowej, przedsiębiorstw turystycznych i działacze organizacji społecznych. Organizowano też liczne seminaria i konferencje naukowe oraz specjalne konwersatoria dla wykładowców i studentów kierunków turystycznych. Z inicjatywy Profesora sporządzono rejestry instytucji i osób oraz tematów wykonywanych przez nie prac naukowych na temat turystyki. Instytut wydawał kilka czasopism: „Informację Bieżącą”, „Biuletyn Informacyjny” oraz najbardziej cenione „Problemy Turystyki”, które od 1987 roku ukazywały się również w języku angielskim. Instytut Turystyki prowadził też ożywioną współpracę zagraniczną m.in. z takimi ośrodkami naukowymi, jak: Naukowy Instytut Turystyki w Bratysławie, Instytut Badań Młodzieży w Sofii, Instytut Handlu Wewnętrznego i Turystyki w Budapeszcie, Instytut Geografii Uniwersytetu w Greifswald.

W czasie swojej długoletniej kariery akademickiej prof. K. Przeclawski odbył wiele staży naukowych oraz uczestniczył w wielu konferencjach w kraju i zagranicą. Jednym z Jego pierwszych wyjazdów zagranicznych był trzymiesięczny staż w Paryżu w 1959 roku. Profesor Przeclawski pojechał tam w ramach stypendium, które obejmowało studia i wykłady w École Pratique des Hautes Études (Szkoła Praktyczna Studiów Wyższych), która zajmowała się promowaniem ludzi nauki pochodzących z Europy Wschodniej. Na drugi staż w tej samej szkole wyjechał w 1965 roku. Również dwukrotnie (1965 i 1967) przebywał w Rzymie na stypendium Esperienze Internazionali (w tym drugim przypadku pojechał tam już z żoną). Profesor Przeclawski był także zapraszany na wykłady do licznych uniwersytetów i uczelni zarówno w kraju, jak i za granicą. Wykłady z zakresu socjologii

¹⁵ Przeclawski K., Mazur A., *Centralny Program Badawczy: „Turystyka jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego”*, [w:] *Problemy Turystyki* 1986, nr 1, s. 67-81.

¹⁶ Wyniki tych badań zostały opublikowane w formie zbiorowych raportów, w dwutomowej publikacji: *Tourism as a factor of change – National case studies* (tom I) oraz *Tourism as a factor of change. A Socio-cultural Study* (tom II). European Coordination Centre for Research and Documentation in Social Sciences, Vienna 1989.

turystyki oraz wybranych problemów turystyki realizował m.in. w: Institut Europeen de Menagement du Tourism w La Baule (we Francji – dwukrotnie: w latach 1974 i 1975), University of Central Floryda w Orlando, University of Wisconsin-Stout w Menomonie oraz Michigan State University w East Dansing (wszystkie trzy uniwersytety w USA), Instytut Turystyki w Pekinie oraz Instytut Turystyki w Szanghaju (Chiny).

Na szczególne podkreślenie zasługują jednak jego wykłady w Międzynarodowym Ośrodku Wyższych Studiów nad Turystyką (CIEST) w Turynie, które realizował przez wiele lat. Propozycję powadzenia wykładów z socjologii turystyki złożył mu już 1968 roku ówczesny dyrektor CIEST profesor Kazimierz Libera (który był wówczas także kierownikiem Zakładu Prawnych i Ekonomicznych Zagadnień Turystyki w Szkole Głównej Planowania i Statystyki w Warszawie). Początkowo Polska Akademia Nauk odmówiła ówczesnemu doktorowi K. Przeclawskiemu paszportu, uzasadniając to tym, że taka dziedzina jak socjologia turystyki po prostu nie istnieje. W takiej sytuacji Profesor przez cały rok zapoznawał się z literaturą dotyczącą tego tematu i podjął badania empiryczne dotyczące turystyki młodzieży. W następnym roku zgodę taką już uzyskał i w latach 1969-1975 (zawsze w sierpniu) wyjeżdżał na wykłady, seminaria i egzaminy do Turynu. W 1976 roku CIEST został przeniesiony do Meksyku, a Profesor zakończył z nim współpracę.

Profesor Przeclawski przywiązywał wielką wagę do uczestnictwa w konferencjach naukowych, traktując je nie tylko jako okazję do zaprezentowania wyników swoich badań i śledzenia tego, co mają do powiedzenia inni badacze, ale także okazję do nawiązywania osobistych kontaktów, które w nauce mają bardzo duże znaczenie, często przekładając się na wspólnie realizowane projekty. Dlatego też uczestniczył w niezliczonej liczbie różnych konferencji, kongresów i sympozjów naukowych. Jednym z nich był XII Światowy Kongres Socjologii w Madrycie, który odbył się w dniach od 7 do 17 lipca 1990 roku¹⁷. W czasie tego kongresu – w którym oprócz wielu sław światowej socjologii i badań nad turystyką uczestniczył także król Hiszpanii Juan Carlos, którego zresztą Profesor poznał osobiście, jako jeden z inicjatorów powołania w ramach Międzynarodowego Stowarzyszenia Socjologicznego specjalnej Grupy Roboczej „Socjologia Turystyki” (został zresztą wybrany na jej pierwszego przewodniczącego – kolejnym był profesor Graham M.S. Dann).

Profesor K. Przeclawski był członkiem kilku ważnych organizacji naukowych¹⁸ oraz zasiadał w kolegiach redakcyjnych i radach naukowych

¹⁷ Przeclawski K., *XII Światowy Kongres Socjologii*. „Problemy Turystyki” 1990, nr 1/2, s. 103-104.

¹⁸ Oprócz wspomnianej już „International Academy of Study for Tourism”, czyli Międzynarodowej Akademii Studiów dla Turystyki”, należał także do innej prestiżowej organizacji, jaką jest Aiest (Association Internationale d’Experts Scientifiques du Tourism), czyli Międzynarodowe Stowarzyszenie Naukowych Ekspertów Turystyki, którego członkiem został w 1984 roku.

wielu czasopism. Wśród tych ostatnich wymienić trzeba zwłaszcza czasopismo „Annals of Tourism Research”, które powszechnie uznawane jest za najlepsze czasopismo naukowe z zakresu turystyki na świecie¹⁹. Do zespołu redakcyjnego ATR Profesor Przeclawski został zaproszony osobiście przez założyciela i wieloletniego redaktora naczelnego tego czasopisma (obecnie founding editor) – profesora Jafara Jafari, z którym później przez wiele lat się przyjaźnił. Profesor Przeclawski pełnił w ATR funkcje redaktora tematycznego (resource editor) oraz koordynatora publikacji z zakresu społecznych aspektów turystyki, co wiązało się między innymi z proponowaniem recenzentów dla nadsyłanych do czasopisma prac. I z tym wiąże się mój kolejny wątek osobisty, który pozwolę sobie przy tej okazji wtrącić. Otóż, dzięki Profesorowi Przeclawskiemu, miałem okazję kilkakrotnie recenzować artykuły dla tego prestiżowego czasopisma, co traktowałem jako duże wyróżnienie i swoistą nobilitację naukową²⁰. Muszę przyznać, że dzięki znajomości z Profesorem Przeclawskim – przy różnych okazjach – miałem nie tylko możliwość poznać wielu badaczy i znawców turystyki oświatowej renomie (takich jak profesorowie: Jafar Jafari, Erik Cohen, Richard W. Butler, Philip Pearce, Douglas Pearce, czy Valene Smith), ale z niektórymi z nich także współpracować.

Jak już wspomniano, Profesor K. Przeclawski był inicjatorem wielu ważnych przedsięwzięć dla branży turystycznej oraz środowiska naukowego. W 1988 roku z Jego inicjatywy powstało Polskie Stowarzyszenie Turystyki, które w krótkim czasie skupiło grono najważniejszych osób zainteresowanych rozwojem branży turystycznej oraz badaniami nad turystyką w naszym kraju. Przez pierwsze dwie kadencje prezesem Stowarzyszenia był Profesor Przeclawski, który później został także jego prezesem honorowym. Z działalnością tego Stowarzyszenia wiążą się moje kolejne osobiste wspomnienia dotyczące kontaktów z Profesorem Przeclawskim. Otóż niedługo po obronie mojej pracy doktorskiej (co miało miejsce w 1991 roku, a Profesor Przeclawski był jednym z recenzentów mojej pracy doktorskiej), udałem się do Warszawy, gdzie w słynnym – uznawanym wówczas za najbardziej luksusowy polski obiekt hotelowy – Hotelu „Victoria”, odbywał się Walny Zjazd Delegatów Polskiego Stowarzyszenia Turystyki, w trakcie którego miano wybrać nowe władze PST. Podczas zgłaszania kandydatów do Zarządu Głównego głos zabrał sam Prezes i – ku mojemu wielkiemu zaskoczeniu – zaproponował kandydaturę prawie nieznanego wówczas w tym śro-

¹⁹ Profesor do dzisiaj pozostaje jedynym przedstawicielem Polski zaproszonym do zespołu redakcyjnego tego prestiżowego czasopisma.

²⁰ Pamiętam jaką radość sprawił mi fakt, gdy wśród wykazu recenzentów (tzw. „International Panel of Referees ATR”) po raz pierwszy zobaczyłem swoje nazwisko, albo gdy okazało się – oczywiście dopiero po pewnym czasie – że wśród recenzowanych przeze mnie prac był także jeden z najczęściej cytowanych artykułów na temat natury oraz ewolucji badań nad turystyką, napisany przez jednego z wybitnych badaczy turystyki.

dowisku „młodego, ambitnego doktora z Krakowa” (o ile dobrze pamiętam, tak wówczas mnie przedstawił). W wyborach uzyskałem wymaganą liczbę głosów i tak oto stałem się członkiem Zarządu Głównego Polskiego Stowarzyszenia Turystyki. Wkrótce Profesor miał mnie zaskoczyć ponownie tym, że już na pierwszym posiedzeniu Zarządu – jako ponownie wybrany Prezes – stwierdził, że Stowarzyszenie powinno wydawać własne czasopismo, a na redaktora naczelnego proponuje właśnie mnie. Tak oto, na długo zanim została mi powierzona podobna funkcja (mam w tym momencie na myśli czasopismo „Folia Turistica”), dzięki Profesorowi Przeclawskiemu miałem okazję pełnić zaszczytną i odpowiedzialną funkcję redaktora naczelnego „Biuletynu Informacyjnego Polskiego Stowarzyszenia Turystyki”.

Nieco później miałem też okazję – jako członek Zarządu PST – uczestniczyć w organizacji pierwszego Kongresu Turystyki Polskiej, który – pod hasłem „*Turystyka – szansą rozwoju kraju*” – odbył się w dniach od 6 do 8 listopada 1995 roku w Warszawie. Jego inicjatorem i głównym architektem był oczywiście Profesor K. Przeclawski, któremu nie tylko udało się pozyskać niemałe środki na jego organizację, ale także zaprosić do udziału w tym przedsięwzięciu wielu międzynarodowych ekspertów turystyki. Sam też wygłosił jeden z referatów wprowadzających oraz przewodniczył sesji plenarnej. Warto dodać, że Profesor Przeclawski blisko współpracował z wieloma innymi stowarzyszeniami i organizacjami turystycznymi, w tym zwłaszcza z Polskim Towarzystwem Turystyczno-Krajoznawczym (m.in. aktywnie uczestnicząc w przygotowaniach i przeprowadzeniu kilku Kongresów Krajoznawstwa Polskiego: w Płocku – 1980 r., w Opolu – 1990 r., w Gnieźnie – 2000 r. i w Olsztynie – 2010 r.).

Jako przedstawiciel krakowskiego środowiska akademickiego, muszę wspomnieć o związkach K. Przeclawskiego z Krakowem. A były one dosyć bliskie i miały długą historię, co sam Profesor zawsze podkreślał. Bezpośrednio po zakończeniu pracy w Polskiej Akademii Nauk w Warszawie, w 1972 roku, Profesor objął Zakład Socjologii Ogólnej w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego, którym kierował przez prawie dwa następne lata. Natomiast w latach 1991-1992 podjął pracę w mojej macierzystej uczelni, czyli Akademii Wychowania Fizycznego, gdzie kierował Katedrą Turystyki. Do dzisiaj wszyscy pracownicy tej Katedry wspominają zebrania naukowe prowadzone przez Profesora, które stanowiły dla nas rodzaj naukowej uczty, nie tylko wyposażając nas w wiedzę na temat metodologii badań w turystyce oraz etosu uczonego, ale także inspirując do badań. W tym czasie wielkim marzeniem Profesora Przeclawskiego było utworzenie międzyuczelnianego Wydziału Turystyki, na bazie Akademii Wychowania Fizycznego, Akademii Ekonomicznej i Uniwersytetu Jagiellońskiego. Gdy powołanie takiego Wydziału okazało się niemożliwe, Profesor zrezygnował z pracy w Krakowie i najpierw skupił się na pracy na Uniwersytecie Warszawskim, a później podjął także zatrudnienie w Wyższej Szkole Humanistycznej w Pułtusku. Mimo

że wiek emerytalny osiągnął w 1997 roku, nie przeszedł na emeryturę. Dalej pracował na pełnym etacie nie tylko w Instytucie Profilaktyki Społecznej i Resocjalizacji Uniwersytetu Warszawskiego. W latach 1996-2010 pracował także w Wyższej Szkole Hotelarstwa, Gastronomii i Turystyki w Warszawie, przy czym przez ostatnie trzy lata pełnił w niej funkcję Rektora.

Profesor Krzysztof Przeclawski zajmował się w ciągu swego życia turystyką nie tylko naukowo, ale i w praktyce. Od najmłodszych lat wyjeżdżał do różnych zakątków Polski. Od 1946 roku starał się wyjeżdżać choćby na parę dni każdego roku w swoje ukochane góry – Tatry. Według informacji, jakie kiedyś od Niego uzyskałem, w ciągu swojego całego życia nie udało Mu się wejść jedynie na Rysy, na Mięguszowiecki i Przełęcz pod Chłopkiem. Nie zdobył także niektórych szczytów w Tatrach Zachodnich. Najbardziej był jednak dumny z tego, że w wieku 65 lat udało mu się wraz z synem pokonać całą Orlą Perc. O tym, że jeszcze długo po osiągnięciu wieku emerytalnego nie zaprzestał realizować nie tylko naukowych i edukacyjnych pasji, ale dalej był aktywnym turystą, świadczą jego liczne – odbywane już XXI wieku – podróże (zarówno w kraju, jak i za granicą). Na przykład w sierpniu 2002 roku Profesor wraz z żoną pojechał prywatnym samochodem na wycieczkę do Chorwacji, podczas której jako kierowca pokonał ponad 2.500 km, jadąc przez Austrię, Węgry, Słowenię.

Krzysztof Przeclawski miał duże poczucie humoru, przy czym zawsze cechowała je pewna charakterystyczna dla Profesora subtelność i dystans wobec spraw, z których żartował. Sądzę, że dobrze to oddaje sytuacja, w której zdarzyło nam się kiedyś dyskutować o nauce i tym, że podlega ona coraz większej specjalizacji. Profesor odnosił się do niej wprawdzie z należnym szacunkiem, ale – jako ktoś wychowany na „etosie uniwersytetu” i człowiek posiadający wiedzę z różnych dziedzin – podchodził do niej z większym niż ja dystansem. Pamiętam, że zapytał mnie wtedy: „Wiesiu, a czy Ty wiesz na czym polega proces specjalizacji?” Odpowiedziałem, że zasadniczo chyba wiem, ale możemy o tym też podyskutować, na co Profesor przedstawił mi swoją definicję, mówiąc: „Otóż specjalizacja jest to proces, w wyniku którego podlegające mu osoby, a więc specjaliści, wiedzą coraz więcej na temat coraz bardziej szczegółowych zagadnień. Dlatego też najbardziej zaawansowanym, końcowym etapem specjalizacji jest sytuacja, w której specjalista to jest ktoś taki, co wie absolutnie wszystko... o niczym” . Profesor bardzo nie lubił też określenia „naukowiec/naukowcy”, twierdząc, że gdy je słyszy to zawsze zastanawia się czy pochodzi on „bardziej od nauki, czy bardziej od owcy”.

Długo zastanawiałem się, jak zakończyć ten tekst poświęcony pięknej drodze przez życie oraz akademicką karierę, jaką odbył Profesor Krzysztof Przeclawski i nie mogłem znaleźć „formuły”, która wydawałaby mi się właściwa, chociaż trochę nawiązująca do specyficznej, niezwyklej konwencji, jakie zazwyczaj miały podsumowania, syntezy i zakończenia tekstów

Profesora. I wtedy przypomniałem sobie o pewnym artykule Profesora, który przygotował na dużą międzynarodową konferencję, którą miałem okazję organizować w 2005 roku, z okazji 30-lecia powstania Wydziału Turystyki i Rekreacji Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie. Otóż cały tekst, swoje prawie dwudziestostronicowe rozważania na temat filozofii turystyki oraz kierunków jej dalszego rozwoju turystyki, Profesor zakończył tak:

„Wzrastające zainteresowanie rzeczywistością wirtualną nie zdoła pomniejszyć zainteresowania realną rzeczywistością wyjazdów turystycznych. Osobisty kontakt i osobiście przeżywane nowe doświadczenia będą zawsze motorem rozwoju turystyki. Mobilność jest bowiem wpisana w naturę człowieka. [...] Ja będę już od dłuższego czasu po tamtej stronie i trzymając może Małego Księcia na kolanach w pobliżu Jego Róży – będę obserwować, które z naszkicowanych tu wizji zrealizowały się, a które może nie tak bardzo...”²¹.

Jestem przekonany – Drogi Profesorze – że Twoje obserwacje i diagnozy, a także naszkicowane (nie tylko w tym artykule) wizje dotyczące turystyki cały czas są i jeszcze długo będą aktualne, a my – jako Twoi uczniowie – nie tylko powinniśmy korzystać z naukowej spuścizny, którą po sobie zostawiłeś, ale także przekazywać ją kolejnym pokoleniom osób, które zdecydują się związać swój zawodowy i naukowy los z turystyką.

²¹ Przeclawski K., *Wprowadzenie do filozofii turystyki*, [w:] *Turystyka w badaniach naukowych* (red. R. Winiarski i W. Alejskiak), AWF Kraków, WSIZ Rzeszów, 2005, s. 64.

INFORMACJE I INSTRUKCJE DLA AUTORÓW

INFORMACJA OGÓLNA DLA AUTORÓW PRZYGOTOWUJĄCYCH ARTYKUŁY NAUKOWE

1. Redakcja przyjmuje do publikacji wyłącznie oryginalne i niepublikowane wcześniej artykuły empiryczne oraz przeglądowe, dotyczące turystyki w jej interdyscyplinarnym ujęciu – między innymi z perspektywy teorii turystyki, antropologii kulturowej, filozofii, socjologii, geografii, prawa, psychologii, historii, ekonomii, nauk o zarządzaniu, marketingu.
2. Zgłoszenie artykułu do druku jest jednoznaczne z przekazaniem Redakcji prawa do jego własności. Oznacza to, że bez pisemnej zgody wydawcy nie można danego artykułu publikować ani w całości, ani w części w innych czasopismach oraz innych wydawnictwach lub mediach cyfrowych.
3. Artykuł powinien być przygotowany zgodnie ze wszystkimi zasadami opisanymi w zamieszczonej niżej **Instrukcji dla autorów przygotowujących artykuły naukowe**. W przeciwnym wypadku zostanie on odesłany Autorowi/Autorom do poprawy.
4. W tekście artykułu nie podaje się danych personalnych Autora/Autorów ani żadnych innych informacji, które umożliwiłyby identyfikację Autora/Autorów. Tego typu dane zawiera się w specjalnym **formularzu autorskim**, dostępnym na stronie internetowej Czasopisma, który należy przesyłać wraz z tekstem artykułu.
5. Artykuł, wraz z wypełnionym formularzem autorskim, powinien zostać przesłany drogą elektroniczną na adres Redakcji: **folia.turistica@awf.krakow.pl**.
6. Redakcja zastrzega, iż nie przyjmie do publikacji artykułu, w którym występują przejawy nie rzetelności naukowej, takie jak *ghostwriting* i *honorary (guest) authorship*. Wszelkie tego typu przypadki, wykryte przez Redakcję, będą ujawniane, włącznie z powiadomieniem instytucji zatrudniających Autora/Autorów, towarzystw naukowych itp.
7. Wszystkie artykuły są oceniane przez co najmniej dwóch niezależnych recenzentów (formularz recenzji jest dostępny na stronie internetowej Czasopisma) z zachowaniem pełnej anonimowości. Oznacza to, że Autor/Autorzy i recenzenci nie znają swoich tożsamości (*double-blind review process*); w przeciwnym razie recenzenci muszą podpisać oświadczenie, iż nie występuje konflikt interesów między nimi a Autorem/Autorami artykułu. W zależności od oceny recenzentów Kolegium Redakcyjne podejmuje decyzję o przyjęciu artykułu do druku albo jego odrzuceniu. Procedura recenzowania jest zgodna z wytycznymi Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.
8. Redakcja zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w tekście nadesłanych artykułów wynikających z adiustacji stylistycznej.
9. Autor pracy otrzymuje nieodpłatnie elektroniczną wersję tego numeru Czasopisma, w którym ukazał się jego artykuł.

Instrukcja dla autorów przygotowujących artykuły naukowe

I. PRZYGOTOWANIE TEKSTU

1. Objętość nadsyłanych artykułów nie powinna przekraczać 20 stron znormalizowanego maszynopisu wydawniczego, czyli jednego arkusza autorskiego (40 tysięcy znaków typograficznych).
2. Pliki tekstowe należy przygotowywać w edytorze Word 6.0–XP w formacie DOC.
3. Ustawienia strony:
 - format A4;
 - marginesy: wszystkie po 2,5 cm;
 - interlinia: 1,5.
4. Tytuł: czcionka Times New Roman, rozmiar 14, pogrubiony, wersaliki. Po tytule odstęp w rozmiarze czcionki 14.
5. Abstrakt w języku polskim: objętość między 1500 a 2000 znaków typograficznych (ze spacjami); czcionka Times New Roman, rozmiar 10.
6. Abstrakt powinien składać się z następujących, wyraźnie wyodrębnionych (wypunktowanych) części:
 - Cel (Purpose).
 - Metoda (Method).
 - Wyniki (Findings).
 - Ograniczenia badań i wnioskowania (Research and conclusions limitations) – należy się odnieść do kwestii reprezentatywności badań oraz ewentualnych ograniczeń wynikających z uwarunkowań kulturowych, środowiskowych, geograficznych itp.
 - Implikacje praktyczne (Practical implications).
 - Oryginalność (Originality) – należy podać, w czym prezentowane badania (wyniki, opinie, poglądy) różnią się od innych publikacji na dany temat.
 - Rodzaj pracy (Type of paper) – należy określić, czy artykuł prezentuje wyniki badań empirycznych, czy koncepcje teoretyczne; czy ma charakter przeglądowy, ewentualnie czy można go uznać za studium przypadku itp.
7. Słowa kluczowe w języku polskim: 3–6. Po podaniu słów kluczowych odstęp w rozmiarze czcionki 12.
8. Struktura artykułu powinna zawierać wskazane niżej elementy, przy czym – jeżeli jest to merytorycznie uzasadnione – mogą być im przypisane inne tytuły. Dopuszcza się także, szczególnie w pracach przeglądowych, strukturę bardziej rozbudowaną, tj. zawierającą więcej elementów składowych lub dodatkowo podział wybranego elementu (np. sekcji „przegląd literatury”).
 - A) Dla artykułów empirycznych:
 - *Wprowadzenie* – wskazanie problemu badawczego, celu artykułu, uzasadnienia celu artykułu,
 - *Przegląd literatury* – dokonanie przeglądu polsko- i obcojęzycznej literatury odnoszącej się do podjętego w artykule celu, ukierunkowane na przedstawienie obecnego stanu wiedzy w zakresie rozważanej problematyki,
 - *Metoda* – wskazanie celu badań empirycznych oraz postawionych przez Autora hipotez badawczych i pytań badawczych; opis metody badań oraz sposobu ich realizacji,
 - *Wyniki* – prezentacja wyników badań własnych Autora, w tym odpowiedź na hipotezy badawcze oraz pytania badawcze,
 - *Dyskusja* – przeprowadzenie dyskusji nad wynikami badań własnych Autora w odniesieniu do wyników badań zrealizowanych przez innych autorów, które są opisywane w polsko- i obcojęzycznej literaturze przedmiotu,
 - *Wnioski* – prezentacja wniosków będących rezultatem badań własnych Autora oraz ich dyskusji, w tym ich implikacje praktyczne oraz postulowane kierunki dalszych badań nad podjętą kwestią,
 - *Bibliografia*.
 - B) Dla artykułów przeglądowych:
 - *Wprowadzenie* – wskazanie problemu badawczego, celu artykułu, uzasadnienia celu artykułu,

- *Przegląd literatury* – dokonanie przeglądu polsko- i obcojęzycznej literatury odnoszącej się do podjętego w artykule celu, ukierunkowane na przedstawienie obecnego stanu wiedzy w zakresie rozważanej problematyki,
 - *Dyskusja* – przeprowadzenie dyskusji nad dotychczasowym stanem wiedzy dotyczącym podjętego w artykule problemu badawczego, w tym analizy krytycznej, z odwołaniem do polsko- i obcojęzycznej literatury przedmiotu,
 - *Wnioski* – prezentacja wniosków będących rezultatem dokonanej dyskusji, w tym jej implikacje praktyczne oraz postulowane kierunki dalszych badań nad podjętą kwestią,
 - *Bibliografia*.
9. Tytuły poszczególnych części artykułu: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, pogrubione, wyśrodkowane. Po każdym tytule odstęp w rozmiarze czcionki 12.
 10. Tekst główny artykułu: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, interlinia 1,5. Wcięcie pierwszego wiersza: 1 cm. Do formatowania tekstu należy stosować narzędzia edytora, a nie klawisza spacji, gdyż utrudnia to adiację i tzw. łamanie tekstu.
 11. W tekście artykułu nie należy stosować pogrubień, kapitalików i podkreśleń, a kursywę należy używać wyłącznie do tytułów pozycji zamieszczonych w przypisach i *Bibliografii* oraz symboli literowych w tekście głównym. Wprowadzając znaki interpunkcyjne, spację należy wstawić po znaku, a nie przed nim.
 12. Jako myślnik oraz między liczbami oznaczającymi bliskie, a dokładnie niesprecyzowane wartości (np. ramy chronologiczne), należy stosować tzw. półpauzę (–), a nie dywiz (-) czy pauzę długą (—). Przykłady zastosowania:
 - „Po drugie – jak nakazuje tradycja – każdy uczeń powinien wystąpić w stroju galowym”.
 - „Lata 1914–1918, czasy I wojny światowej, to niezwykle ważny okres w dziejach Europy”.
 - „Informacje na ten temat znajdziemy na stronicach 12–24 wspomnianego opracowania”.
 - „Większość wód w rejonie Wysowej to szczawy typu wodorowęglanowo-chlorkowe”.
 13. Jako uzupełnienie tekstu głównego artykułu mogą być stosowane (ale raczej oszczędnie) przypisy dolne: czcionka Times New Roman, rozmiar 10, interlinia 1,0.
 14. Dokumentację bibliograficzną w tekście artykułu należy sporządzać w tzw. systemie hardwardzkim, czyli wewnątrz tekstu, w nawiasie kwadratowym należy podać nazwisko autora cytowanego lub przytaczanego dzieła, rok jego wydania oraz stronę/strony, do których Autor się odwołuje – bez przecinka między nazwiskiem autora a rokiem wydania pracy. W przypadku dwóch lub większej liczby prac przywoływanych w danym nawiasie pomiędzy nimi należy wstawiać średnik.
 15. W sekcji *Bibliografia*, zamieszczonej na końcu artykułu, powinny zostać podane jedynie cytowane/przywoływane w tekście prace. Winny one być uporządkowane alfabetycznie, a ich opisy bibliograficzne powinny być zgodne z wytycznymi i przykładami podanymi w części III tej instrukcji.
 16. Po sekcji *Bibliografia* należy podać w języku angielskim: tytuł pracy, abstrakt oraz słowa kluczowe. Powinny one być tłumaczeniem analogicznych treści polskojęzycznych i w taki sam sposób powinny być sformatowane.
 17. Poszczególne części anglojęzycznego abstraktu, odpowiadające wersji polskojęzycznej, powinny być nazwane w sposób podany już w punkcie 6 tej instrukcji, czyli: Purpose, Method, Findings, Research and conclusions limitations, Practical implications, Originality, Type of paper. Nie należy tych tytułów tłumaczyć z języka polskiego na język angielski, tylko stosować je w podanej formie.

II. PRZYGOTOWANIE TABEL I MATERIAŁU ILUSTRACYJNEGO

1. Tabele i cały pozostały materiał ilustracyjny należy zamieścić w osobnych plikach i dokładnie opisać. Miejsca ich wstawienia należy zaznaczyć w tekście pracy, poprzez umieszczenie ześrodkowanego tytułu, wedle schematu:

Tabela 1. Inhibitory aktywności turystycznej

Table 2. Tourist activity inhibitors

2. W całym artykule stosujemy wyłącznie podział na tabele i ryciny (wszystko co nie jest tabelą – a więc: wykresy, schematy, fotografie itd. – nazywamy ryciną i oznaczamy skrótowo jako Ryc. [w j. ang. Fig.]).
3. Tytuły tabel należy podawać nad tabelami, a tytuły rycin – pod rycinami.
4. Tytuły tabel lub rycin, które należy zawsze podawać w języku polskim i angielskim, należy pisać czcionką Times New Roman, rozmiar 10.
5. Pod tabelą/ryciną należy podać ich źródło (czcionka Times New Roman, rozmiar 10) w języku polskim i angielskim. Jeśli oprócz samego źródła Autor chce podać jeszcze jakiś dodatkowy tekst (np. „Opracowanie własne na podstawie danych GUS oraz informacji uzyskanych drogą e-mailową od...”), to powinien on być podany także w języku angielskim („Own elaboration based on GUS data and on information e-mailed by...”).
6. Ryciny powinno się skanować z rozdzielczością nie mniejszą niż 300 DPI (optymalna rozdzielczość to 600 DPI) i zapisywać jako pliki line art w formacie TIFF.
7. Wykresy należy wykonywać w kolorze czarnym. Można stosować szare tenty lub tekstury.
8. Zdjęcia cyfrowe, wykonane w pełnej rozdzielczości, należy zapisywać w formacie TIFF lub JPEG. Nie należy stosować kompresji.
9. W razie umieszczenia w artykule materiałów ilustracyjnych pochodzących z opracowań zamieszczonych w innych pracach naukowych Autor ma obowiązek uzyskania zgody na przedruk.

III. PRZYGOTOWANIE SEKCJI BIBLIOGRAFIA

1. W sekcji *Bibliografia*, zamieszczonej na końcu artykułu, powinny zostać podane jedynie publikacje cytowane/przywoływane w tekście pracy. Winny one być uporządkowane alfabetycznie, a ich opisy bibliograficzne powinny być pełne.
2. Sposób przywoływania różnego typu prac winien być zgodny z załączonym niżej wzorem, przy czym powinny one być podane w jednym zbiorczym zestawieniu (poniższy podział na typy prac zastosowano tylko w celu pokazania sposobu opisywania różnych typów źródeł).
3. W przypadku przywołania dwóch lub więcej prac tego samego autora, wydanych w tym samym roku, numerujemy je jako prace „a”, „b” itd. – wg wzoru: (2014a), (2014b) itd.
4. Jeżeli Autor artykułu poza publikacjami korzystał także ze stron internetowych, w przypadku których nie ma możliwości jednoznacznego wskazania elementów właściwych dla pełnego opisu bibliograficznego, winien wyróżnić sekcję *Netografia* (strony internetowe); winny w niej zostać podane adresy wykorzystywanych stron internetowych, w kolejności alfabetycznej, opisane wg wzoru:
 - <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm> (08.09.2014).
5. W przypadku artykułów przewidzianych do publikacji w numerach anglojęzycznych, Autorzy powinni podawać (w nawiasach kwadratowych) tłumaczenia na angielski polskich tytułów prac wg wzoru:
 - Winiarski, R., Zdebski, J. (2008), *Psychologia turystyki [Psychology of Tourism]*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

Wzór przywoływania różnego typu prac w sekcji *Bibliografia*

A. Książki:

- MacCannell D. (2000), *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa.
- Bednarska M., Gołembski G., Markiewicz E., Olszewski M. (2007), *Przedsiębiorstwo turystyczne. Ujęcie statyczne i dynamiczne*, PWE, Warszawa.

B. Książki pod redakcją i prace zbiorowe:

- Kruczek Z., red. (2002), *Kompendium pilota wycieczek*, Proksenia, Kraków.
- Buczowska K., Mikos von Rohrscheidt A., red. (2009), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, AWF, Poznań.

C. Rozdziały w książkach pod redakcją lub pracach zbiorowych:

Alejski W. (2008), *Metodologia badań w turystyce*, [w:] Winiarski R., red., *Turystyka w naukach humanistycznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 140–164.

Lipiec J. (2006), *Człowiek wędrujący. Problem narodzin i sensu podmiotowości turystycznej*, [w:] *Aksjologia turystyki*. Praca zbiorowa pod redakcją Z. Dziubińskiego, Salezjańska Organizacja Sportowa Rzeczypospolitej Polskiej, s. 35–56.

D. Artykuły w czasopismach naukowych:

Cohen E. (1979), *A Phenomenology of Tourism Experiences*, [w:] „Sociology”, Vol. 13, s. 179–201.

Szczechowicz B. (2012), *The importance of attributes related to physical activity for the tourism product's utility*, [w:] „Journal of Sport & Tourism”, Vol. 18 (3), s. 225–249.

E. Artykuły w czasopismach i gazetach branżowych:

Europejczycy jeżdżą po Europie (2007), [w:] „Wiadomości Turystyczne”, nr 141 (15).

F. Prace bez podanego autora, w tym raporty z badań i roczniki statystyczne:

Badania ankietowe profilu społecznego turystów krajowych zwiedzających Polskę (miasta i atrakcje turystyczne). Raport z badań (2008), Instytut Turystyki, Warszawa.

Terminologia turystyczna – zalecenia WTO (1995), Organizacja Narodów Zjednoczonych, Światowa Organizacja Turystyki, Warszawa.

Unia Europejska a przyszłość turystyki (praca zbiorowa) (2003), SGH, Warszawa.

G. Akty prawne:

Ustawa o usługach turystycznych z 29 sierpnia 1997 roku (Dz.U. 2004, nr 223, poz. 2268, z późn. zm.).

H. Publikacje dostępne w internecie:

Trendy w turystyce światowej, <http://www.intur.com.pl/trendy.htm> (07.05.2012).

INFORMACJA OGÓLNA DLA AUTORÓW PRZYGOTOWUJĄCYCH RECENZJE I POLEMIKI NAUKOWE

1. Redakcja przyjmuje do publikacji wyłącznie oryginalne recenzje polsko- i obcojęzycznych książek, monografii, artykułów naukowych oraz podręczników, a także innego typu prac naukowych i dydaktycznych takich jak raporty z badań, doktoraty, habilitacje itp.
2. Publikowane będą recenzje prac podejmujących zagadnienia z zakresu teorii turystyki, a także prac podejmujących problematykę turystyczną z perspektywy antropologii kulturowej, filozofii, socjologii, geografii, prawa, psychologii, historii, ekonomii, nauk o zarządzaniu, marketingu oraz innych dziedzin i dyscyplin nauki.
3. Zgłoszenie recenzji do druku jest jednoznaczne z przekazaniem Redakcji prawa do jej własności. Oznacza to, że bez pisemnej zgody wydawcy nie można danej recenzji publikować ani w całości, ani w części w innych czasopismach oraz pozostałych wydawnictwach lub mediach cyfrowych.
4. Tekst pracy powinien być przygotowany zgodnie z zasadami opisanymi w zamieszczonej poniżej *Instrukcji dla autorów przygotowujących recenzje i polemiki naukowe*. W przeciwnym wypadku zostanie on odesłany Autorowi/Autorom do poprawy.
5. Tekst recenzji powinien zostać przesłany drogą elektroniczną na adres Redakcji: **folia.turistica@awf.krakow.pl**.
6. Redakcja zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w tekście nadesłanych recenzji wynikających z adiustacji stylistycznej.
7. Autor recenzji otrzymuje nieodpłatnie elektroniczną wersję tego numeru Czasopisma, w którym ukazała się jego recenzja.

Instrukcja dla autorów przygotowujących recenzje i polemiki naukowe

1. Pliki tekstowe należy przygotowywać w edytorze Word 6.0–XP w formacie DOC.
2. Ustawienia strony:
 - format A4;
 - marginesy: wszystkie po 2,5 cm;
 - interlinia: 1,5.
3. Imię i nazwisko Autora/Autorów: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, pogrubiony. Po podaniu imienia i nazwiska odstęp w rozmiarze czcionki 12.
4. W przypisie dolnym należy podać stopień lub tytuł naukowy Autora/Autorów, afiliację (nazwa instytucji, którą Autor reprezentuje, w układzie: nazwa uczelni, nazwa wydziału, nazwa zakładu itp.) oraz adres kontaktowy (nr telefonu, e-mail). Formatowanie przypisu dolnego: czcionka Times New Roman, rozmiar 10, interlinia 1,0.
5. Tytuł należy sformułować według następującego wzoru (przykłady):
 - Recenzja książki Wiesława Alejsiaka i Tomasza Marciniaka *Międzynarodowe organizacje turystyczne*,
 - Opinia na temat *Marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020*,
 - Odpowiedź na opinie...itp.
6. Tytuł należy podać czcionką Times New Roman, rozmiar 14, pogrubiony, wersaliki. Po tytule odstęp w rozmiarze czcionki 14.
7. Tytuły poszczególnych części recenzji, jeżeli występują: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, pogrubione, wyśrodkowane. Po każdym tytule odstęp w rozmiarze czcionki 12.
8. Tekst główny recenzji: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, interlinia 1,5. Wcięcie pierwszego wiersza: 1 cm. Do formatowania tekstu należy stosować narzędzia edytora, a nie klawisza spacji, gdyż utrudnia to adiustację i tzw. łamanie tekstu.

9. W tekście recenzji nie należy stosować pogrubień, kapitalików i podkreśleń, a kursywę należy używać wyłącznie do tytułów pozycji zamieszczonych w przypisach i *Bibliografii* oraz symboli literowych w tekście głównym. Wprowadzając znaki interpunkcyjne, spację należy wstawić po znaku, a nie przed nim.
10. Jako myślnik oraz między liczbami oznaczającymi bliskie, a dokładnie niesprecyzowane wartości (np. ramy chronologiczne), należy stosować tzw. półpauzę (–), a nie dywiz (-) czy pauzę długą (—). Przykłady zastosowania:
 - „Po drugie – jak nakazuje tradycja – każdy uczeń powinien wystąpić w stroju galowym”.
 - „Lata 1914–1918, czasy I wojny światowej, to niezwykle ważny okres w dziejach Europy”.
 - „Informacje na ten temat znajdziemy na stronicach 12–24 wspomnianego opracowania”.
 - „Większość wód w rejonie Wysowej to szczawy typu wodorowęglanowo-chlorkowe”.
11. Jako uzupełnienie tekstu głównego recenzji mogą być stosowane (ale raczej oszczędnie) przypisy dolne: czcionka Times New Roman, rozmiar 10, interlinia 1,0.
12. Materiały ilustracyjne (tabele, ryciny) powinny zostać zredagowane w sposób analogiczny do tego, jaki obowiązuje autorów przygotowujących artykuły naukowe (por. *Instrukcja dla autorów przygotowujących artykuły naukowe*).
13. Dokumentację bibliograficzną w tekście recenzji należy sporządzać w tzw. systemie harwardzkim, czyli wewnątrz tekstu, w nawiasie kwadratowym należy podać nazwisko autora cytowanego lub przytaczanego dzieła, rok jego wydania oraz stronę/strony, do których Autor się odwołuje – bez przecinka między nazwiskiem autora a rokiem wydania pracy. W przypadku dwóch lub większej liczby prac przywoływanych w danym nawiasie pomiędzy nimi należy wstawiać średnik.
14. W sekcji *Bibliografia*, zamieszczonej na końcu recenzji, powinny zostać podane jedynie cytowane/przywoływane w recenzji prace. Winny one być uporządkowane alfabetycznie, a ich opisy bibliograficzne powinny być analogiczne do tych, jakie obowiązują autorów przygotowujących artykuły naukowe (por. *Instrukcja dla autorów przygotowujących artykuły naukowe*).

Od 1990 roku „Folia Turistica” jest specjalistycznym forum wymiany poglądów naukowych na temat turystyki oraz jej szeroko pojętego otoczenia. W czasopiśmie są publikowane artykuły z dziedziny turystyki, w jej interdyscyplinarnym ujęciu (zagadnienia humanistyczne, ekonomiczne, geograficzno-przestrzenne, organizacyjne, prawne i inne). Oprócz artykułów zawierających wyniki badań empirycznych, w czasopiśmie odnajdziemy także oryginalne prace teoretyczne, przeglądowe oraz dyskusyjne. W odrębnych działach zamieszczane są komunikaty, doniesienia i sprawozdania z badań, recenzje prac naukowych, informacje o naukowych konferencjach i sympozjach oraz dyskusje i polemiki.

„Folia Turistica” jest indeksowana na liście punktowanych czasopism naukowych Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. W systemie parametrycznej oceny działalności naukowej, za publikowane w niej prace, autorom i reprezentowanym przez nich instytucjom przysługuje 7 punktów.

„Folia Turistica” jest także indeksowana w bazie Index Copernicus International (ICV 2013: 5.77).

