

Artykuły

Armin Mikos v. Rohrscheidt

Eventy kulturalne Wielkopolski jako część potencjału turystyki kulturowej regionu

Słowa kluczowe: turystyka kulturowa, event kulturalny, wydarzenie kulturalne, event turystyczny, oferta tematyczna

Streszczenie

Artykuł odnosi się do jednej z podstawowych grup walorów turystyki kulturowej – cyklicznie organizowanych eventów kulturalnych, przy czym zakres badań ogranicza się do regionu wielkopolskiego. Po uzasadnieniu znaczenia eventu dla tego segmentu turystyki oraz krótkim przeglądem literatury fachowej zostaje zaprezentowana metodologia badania. Następnie w formie zestawienia autor prezentuje jego wyniki, dokonując ich krytycznej analizy. Na tej podstawie zostają sformułowane postulaty odnoszące się do reorganizacji oferty eventowej regionu oraz wskazane konkretne sposoby rozwiązań stwierdzonych problemów, ukierunkowanych na wzrost różnorodności oferty imprez i tworzenie wokół nich lokalnych produktów turystycznych. Szczegółowe zestawienie wyników badania w formie tabel, stanowiące podstawę faktograficzną dla przedkładanej tu analizy zostało opublikowane równolegle w Raporcie autora pt. ” **Cykliczne eventy kulturalne Wielkopolski – 2013**”¹.

Wprowadzenie

Wyniki dotychczasowych badań zagranicznych i polskich teoretyków turystyki kulturowej wskazują na dwojakie znaczenie eventu w tym segmencie turystyki. W pierwszym rzędzie pełni on rolę „magnesu dla turystów”, czyli czynnika wyzwalającego ich motywację do podjęcia aktywności turystycznych, opisywanych nawet jako turystyka eventowa [Opaschowski 1991; Getz 1997; Page, Conell 2009; Buczkowska 2009; Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s.89-94, s. 196; Ratkowska 2010a]. Ponadto stanowi ważny moduł oferty turystycznej miast i obszarów, wpływający na pojawienie się wspomnianej motywacji [Freyer W., Meyer D., Schierhag K., 1998; Säfken A., 1999; Mikos v. Rohrscheidt 2009; Buryan 2011]. Wyniki dotychczasowych analiz, publikowanych w polskiej literaturze fachowej, doprowadziły do ściślejszego zdefiniowania eventów turystycznych oraz ich podziału [Mikos v. Rohrscheidt 2010b, s. 92], a także bardziej szczegółowego opisu poszczególnych typów eventów [Buczkowska 2009; Ratkowska 2010a; Buczkowska, Malchrowicz 2010; Piasecka 2012] i ich znaczenia dla turystyki kulturowej [Borzyszkowski 2011], w tym także pozycji eventów w regionalnej ofercie turystyki kulturowej [Mikos v. Rohrscheidt 2013a, s. 99-104]. Z przytoczonych opracowań wynika, że obok oferty obszarowej i oferty tematycznej, manifestującej się głównie w postaci szlaków kulturowych, wydarzenia kulturalne stanowią główne walory - i pozycje - tej oferty. Jak pokazują dyskusje ekspertów, problemem pozostaje nadal bardziej szczegółowa analiza potencjału turystyczno-kulturowego poszczególnych eventów z punktu widzenia obszaru (w tym regionu), a także innych zorganizowanych ofert, jak szlaków kulturowych [Gnieźnieńskie Forum, 2011]. Jakkolwiek w pojedynczych przypadkach takie badania przeprowadzano i znane są ich wyniki, to jak dotychczas nie została opracowana skuteczna metoda badawcza w tym zakresie.

¹ Wspomniany Raport znajduje się w tym samym numerze czasopisma. Ilekroć następuje odesłanie do szczegółowych zestawień wyników, oznaczone wyłącznie numerem tabeli (np. tab 1, tab 11), dotyczy to właśnie elementów tego opracowania.

Źródłami trudności pozostają przy tym głównie różnorodność przedmiotów badania (tj. samych eventów) oraz potencjalne koszty przeprowadzenia szerzej zakrojonego badania.

Celem badań podjętych przez autora, których wyniki prezentuje niniejszy tekst, było domknięcie luki, która pozostała w obrazie turystyczno-kulturowego potencjału regionu wielkopolskiego po przeprowadzeniu i publikacji szczegółowych analiz obejmujących wszystkie powiaty Wielkopolski oraz ważniejsze szlaki kulturowe regionu. Inwentaryzacja i określenie struktury tematycznej eventów kulturowych, regularnie organizowanych w tym regionie i faktycznie generujących ruch turystyczny lub przynajmniej posiadających potencjał wpływania na jego wielkość, a także ich przynajmniej wstępna waloryzacja (czyli ustalenie rzeczywistego zasięgu oddziaływania) przyczyni się do uzyskania pełniejszego obrazu oferty turystyczno-kulturowej. Wyniki podejmowanej analizy powinny także – dzięki uzyskanemu obrazowi czasowego i przestrzennego rozmieszczenia eventów – być pomocne w planowaniu organizacji nowych imprez i ich włączaniu w obszarową czy tematyczną ofertę.

Tak nakreślonym celom odpowiada struktura artykułu. W pierwszej części zostały² zaprezentowane wyniki badań, w rozbiciu na bardziej szczegółowo sklasyfikowane imprezy kulturalne Poznania, pozostałych miejscowości i mikroregionów Wielkopolski oraz eventy tematyczne, odbywające się w ramach oferty szlaków kulturowych (rozdział 1), z odniesieniami do szczegółowych zestawień opublikowanych w raporcie faktograficznym autora [*Raport 2013*]. Raport obejmuje szczegółowy opis zastosowanej metodologii badania, a jego bibliografia zawiera z kolei odesłania do szczegółowych waloryzacji poszczególnych powiatów Wielkopolski, które były źródłem danych na temat organizowanych tam eventów. Kolejna część opracowania zawiera krytyczną analizę stwierdzonego stanu oferty eventowej regionu, przeprowadzoną w kontekście różnorodności cechującej zainteresowania turystów i w konsekwencji popyt na tego rodzaju imprezy (rozdział 2). Sformułowane na tej podstawie postulaty i zarys rozwiązań dotyczących organizacji eventów i ich integracji w ofertę turystyczną regionu stanowią treść rozdziału 3. W części końcowej znalazły się kwestie dyskusyjne oraz zarys pola ewentualnych dalszych badań analizowanej problematyki.

Niniejsze opracowanie nie ma natomiast na celu szczegółowej analizy poszczególnych eventów kulturalnych, organizowanych w Wielkopolsce. Szereg z nich posiada już własną krytyczną literaturę, w tym także recenzje analizujące ich program z punktu widzenia turystyki kulturowej. Najszerszą taką analizą w odniesieniu do eventów jednej miejscowości jest wspomniane już opracowanie P. Buryana [2011] zawarte w monografii poświęconej stolicy regionu [Mikos v. Rohrscheidt 2011]. Z kolei szczegółowe badanie turystycznego znaczenia konkretnego eventu zostało przeprowadzone dla imprezy „Poznań za pół ceny” [Szmatała, Zmyślony 2013]. Wiele krótszych recenzji jest stale dostępnych na portalu internetowym „Turystyki Kulturowej” [TK.EU, Eventy 2013], w tym miejscu wypada odesłać do nich zainteresowanych poszczególnymi imprezami³.

² Prezentacja zakresu i metodologii badań oraz ich krótki opis przedstawiono w części „Materiały faktograficzne” niniejszego wydania numeru „Turystyki Kulturowej”. Podobnie rzecz ma się z materiałami tabelarycznymi, rycinami oraz kwestionariuszem.

³ W module popularyzacyjnym Turystyki Kulturowej opublikowano jak dotąd recenzje imprez poznańskich: Festiwalu Off Cinema, Festiwalu „Maski”, Misterium Męki Pańskiej, poznańskiej Wiosny Muzycznej, Betlejem Poznańskiego i Festiwalu Rzeźby Lodowej Festiwalu Tsadik, Konkursu im. H. Wieniawskiego, Międzynarodowego Festiwalu Fletowego, Festiwalu Komiksu Ligatura, imprezy „Poznań za pół ceny”, a także: Festiwalu „Prowincjonalia” we Wrześni, Odpustu Św. Wojciecha w Gnieźnie, Festiwalu Kultury Słowiańskiej i Cysterskiej w Łądzie n. Wartą oraz Biesiady Kozłarskiej w Zbąszyniu.

Rozdział 1. Eventy kulturalne w Wielkopolsce posiadające znaczenie turystyczne

Fakt zestawienia eventów kulturowych w podziale na eventy odnoszące się do elitarnych sfer kultury, jej form popularnych (masowych) oraz na eventy tematyczne, funkcjonujące w strukturze szlaków kulturowo-turystycznych ma swoje uzasadnienie. Nie wyczerpuje się ono oczywiście w tym, że autor niniejszego opracowania w swojej monografii poświęconej turystyce kulturowej dokonał podziału m.in. na turystykę kultury elitarniej i popularnej [Mikos v. Rohrscheidt 2010b], jednocześnie akcentując istotną rolę eventów w turystyce tematycznej i ich funkcje w strukturze szlaków [Mikos v. Rohrscheidt 2010a]. U podstaw tamtego podziału, w międzyczasie szeroko akceptowanego przez innych polskich badaczy, leży przekonanie, że liczba uczestników eventu nie może być jedynym kryterium oceny jego wpływu na życie kulturalne miejscowości i turystykę kulturową. Poszczególne grupy turystów kulturowych charakteryzuje bowiem różna struktura wydatków. Dostępne analizy efektów ekonomicznych konkretnych przypadków imprez potwierdzają, że nawet kilkukrotnie wyższa liczba gości eventu niekoniecznie generuje większy zysk dla gospodarzy, jeśli przypadkowo pojawia się na krótko lub ma zapotrzebowanie na niższy standard usług.

W analizie uwzględniono tylko eventy cykliczne i odbywające się przynajmniej po raz drugi z założeniem ich dalszej kontynuacji. Podział eventów na elitarne (1.1.), popularne (1.2.) i tematyczne w ramach szlaków (1.3.) uzupełniony jest dodatkowo w ramach obydwu pierwszych grup podziałem terytorialnym: na odbywające się w stolicy regionu (odpowiednio 1.1.1. i 1.2.1) oraz na pozostałym obszarze (1.1.2 i 1.2.2.). Służy to między w pierwszym rzędzie ukazaniu znaczącej pozycji oferty Poznania na tle reszty regionu, wyraźnej szczególnie w odniesieniu do eventów o profilu elitarnym (przy czym dotyczy to zarówno ich ilości, jak i rangi). Dzięki dokładniejszej znajomości typów, profili i rangi poznańskich eventów poszczególnych rodzajów, w bardziej odległych mniejszych ośrodkach mogłyby zostać wykreowane imprezy o pokrewnym im profilu i komplementarnym (może mniej, a może właśnie bardziej ambitnym) programie, przyciągające grupy turystów słabiej "zagospodarowanych" przez stołeczną imprezę lub takich, których oczekiwaniom poznańska impreza nie odpowiada, nawet pomimo swojej międzynarodowej rangi. Drugim zadaniem tego dodatkowego podziału jest prezentacja poszczególnych profili eventów odbywających się w stołecznym ośrodku regionu i wskazanie w tym kontekście luk w jego ofercie eventowej, to jest braku w samym Poznaniu określonych typów eventów pomimo obecności zarówno odpowiednich zasobów dziedzictwa kulturowego, jak i pozostałych niezbędnych dla ich organizacji elementów potencjału kulturowego i turystycznego.

Wreszcie należy przypomnieć, że zgodnie z przyjętym zakresem i metodologią badania w szczegółowych zestawieniach ukazujących jego wyniki [Raport 2013] znalazły się wyłącznie eventy o randze międzynarodowej, krajowej i regionalnej. Z pozostałych (o zasięgu lokalnym) wymieniono w opracowaniu tylko te, których rozwój w ostatnich latach wskazuje na znaczne szanse osiągnięcia rangi przynajmniej regionalnej, co może oznaczać ich wpływ na skalę przyjazdu turystów kulturowych do stolicy Wielkopolski.

1.1. Eventy kultury elitarniej

1.1.1. Eventy kultury elitarniej organizowane w Poznaniu⁴

Przeprowadzona analiza wykazała, że pomimo imponujących zasobów posiadanych przez miasto w tej dziedzinie, w Poznaniu nie jest organizowany ani jeden wielodniowy event

⁴ Pełne zestawienie tej grupy eventów w rozbiciu na te o randze międzynarodowej, krajowej i regionalnej zawiera Raport 2013 (tablice 1,2 i 3). W przypadku eventów poznańskich odstąpiono od uzasadnienia ich rangi, przejmując w całości klasyfikację ustaloną przez P. Buryana [Buryan 2011, s.408-419], który to uzasadnienie rzetelnie opracował i szeroko zaprezentował.

o profilu militarnym. Zasoby te tworzą m.in. dobrze zachowane elementy pruskiej twierdzy Poznań, kolekcje szeregu muzeów o profilu militarnym [Mikos v. Rohrscheidt 2011c, s. 428-9; 449-450] ale także kilka prężnie funkcjonujących grup odtwórstwa historycznego o profilu militarnym, środowiska pasjonatów poszczególnych obiektów (w tym fortów), a także tradycje regularnego organizowania (jak dotąd kilkugodzinnych) imprez o tematyce militarnej, jak rekonstrukcje scen z Powstania Wielkopolskiego czy imprezy o profilu kawaleryjskim z udziałem licznych oddziałów kultywujących tradycje poznańskich ułanów.

Nie ma także w Poznaniu choćby dwudniowego eventu o tematyce etnicznej. Poznańskie Święto Bambrów (pozytywnie kojarzonych niemieckich osadników) jest jednodniowe, co nie zachęca jego ewentualnych gości do pozostania w stolicy Wielkopolski; ponadto niemal zupełnie nie promuje się go poza granicami miasta. Nie pamięta się tu także o długich i bogatych tradycjach żydowskiej obecności w mieście. W pierwszej stolicy biskupiej w Polsce brak również kilkudniowego eventu religijnego. Za wręcz karygodne lekceważenie zasobów i wynikających z nich szans należy uznać fakt, że swojego cyklicznego eventu nie ma tu także Szlak Piastowski, i to mimo faktu, że miasto posiada największe zasoby w ramach tego systemu: sześć formalnych obiektów szlaku, z możliwością wpisania kolejnego obiektu w najbliższym czasie [Mikos v. Rohrscheidt 2013, s. 126].

1.1.2. Eventy kultury elitarnej w pozostałych miejscowościach Wielkopolski⁵

Poza zestawionymi w licznych miejscowościach regionu, w szczególności w miastach powiatowych funkcjonuje szereg imprez o profilu elitarnym, których program jest rozciągnięty w czasie nawet do wielu tygodni, jednak faktyczne aktywności mają miejsce tylko w pojedyncze dni (np. jeden raz w tygodniu). Przykładami takich imprez są festiwale organowe, organizowane m.in. w Gnieźnie [*Muzyka w murach katedry gnieźnieńskiej* – Mikos v. Rohrscheidt 2008 raport Gniezno] i Wolsztynie [*Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej* - Mikos v. Rohrscheidt 2009 raport] czy niektóre prezentacje muzyki chóralnej, [np. *Spotkania Zespołów Chóralnych Świat Wacława z Szamotuł* [Twardowska 2010] i niektóre imprezy teatralne (np. jarociński *Wielki Teatr w Małym Mieście*). Ze względu na każdorazowe ograniczenie oferty programowej do krótkiego koncertu, będącego zatem mikroeventem i posiadającego raczej taką właśnie, ograniczoną skalę oddziaływania na ruch turystyczny [por. Mikos v. Rohrscheidt 2010a], zrezygnowano z ich uwzględnienia w niniejszym zestawieniu.

1.2. Eventy kultury popularnej⁶

1.2.1. Eventy kultury popularnej w Poznaniu⁷

Spośród kilkudziesięciu innych imprez o randze lokalnej na wyróżnienie zasługują te reprezentujące lokalne walory kulturowe, w tym tradycje stolicy Wielkopolski, jak Święto Bamberskie (jednodniowe) czy Dni Ułana, a także eksploatujące jej kulturalny potencjał jak Konkurs recytatorski Verba Sacra, Konkurs Organowy im. Feliksa Nowowiejskiego, Staromiejskie Koncerty Jazzowe i Kameralne, podtrzymujące inne polskie tradycje, jak Wileńskie Kaziuki, Poznańskie Dni Lwowa, czy unikalne w skali kraju, jak Festiwal Kultury Hiszpańskiej „Qué Pasa?”, Art. & Fashion Festiwal, Festiwal Młody Teatr Niezależny, Festiwal Rzeźby Lodowej. Ponadto znaczny potencjał posiada znany poznański event religijny: inscenizacja pasji Chrystusa, od 2011 organizowana także w Warszawie. Jednak trwa on tylko jeden dzień, co znacznie ogranicza jego turystyczne oddziaływanie, a także uniemożliwia uwzględnienie w zestawieniu, zgodnie z przyjętymi kryteriami. Z tego samego powodu, pomimo ich dużej skali, nie uwzględniono w zestawieniu trzech innych znaczących

⁵ Pełne zestawienie tej grupy eventów w rozbiciu na te o randze międzynarodowej, krajowej i regionalnej zawiera Raport 2013 (tab. 4, 5 i 6)

⁶ Pełne zestawienie tej grupy eventów dla Poznania, w rozbiciu na imprezy o znaczeniu krajowym i regionalnym zawiera Raport 2013 (Tablice 7 i 8)

⁷ Także w tym przypadku odwołano się do zestawienia dokonanego przez P. Buryana [2011, s. 410-419]

impresz kulturalnych: Imienin Ulicy Święty Marcin, Pyrlandii (festynu kulinarnego) oraz poznańskiej edycji Europejskiej Nocy Muzeów.

1.2.2. Eventy kultury popularnej w pozostałych miejscowościach Wielkopolski⁸

W toku przeprowadzonych badań waloryzacyjnych mikroregionów i kwerendy w zakresie imprez kulturalnych nie stwierdzono funkcjonowania poza Poznaniem eventów o znaczeniu międzynarodowym, spełniających kryteria potencjalnych magnesów turystyki kulturowej.

Duża liczba imprez posiadających znaczny potencjał przyciągania turystów i różnorodne profile posiada ograniczony czasowo, jednodniowy program. Należą do nich m.in. festyn ludowy „To my, Wielkopolska”, w Boszkowie (powiat leszczyński), odbywający się w Mierzynie (p. międzychodzki) Festiwal Szant im. T. Remiszewskiej z prezentacjami muzyki żeglarskiej, festiwal muzyki religijnej w sanktuarium w Górcie k. Piły, Turkowskie Prezentacje Teatrów Ulicznych (impreza performance'u), Open Air Fest - festiwal muzyki hardcore w Złotowie [Balcer 2010], koniński Festiwal Gospel nad Wartą, Młodzieżowy Festiwal Piosenki Young Singers w Lesznie, Noc Kupały w Dziekanowicach nad Jeziorem Lednickim (p. gnieźnieński) rekonstruujący tradycyjne święto ludowe, Święto Pieczarki w Wielichowie (festyn kulinarny z oprawą artystyczną), Fingerstyle Feeling w Kaliszu (warsztaty i prezentacje muzyki gitarowej), festiwal kulinarny „Kościan smakuje”, Dzień Spieczonego Bliźniaka w Czarnkowie (spotkania bliźniaków z oprawą artystyczną i rozrywkową), Muzyczne Dni Powiatu Wolsztyńskiego (festiwal orkiestr dętych), Sejmik Wiejskich Zespołów Teatralnych w Kaczorach, Parada Orkiestr Dętych Północnej Wielkopolski w Krajence i posiadający identyczny profil Letni Festiwal Orkiestr Dętych Południowej Wielkopolski z trzydniowym, ale rozproszonym na poszczególne weekendy programem. Aktualne ramy programowe tych imprez poważnie redukują ich szanse odegrania roli magnesów turystycznych. Mogłyby one zostać rozszerzone przy wykorzystaniu zasobów materialnych, tematycznych i ludzkich dostępnych w danym mikroregionie.

1.3. Eventy tematyczne w ramach szlaków kulturowych⁹

W stosunkowo nielicznej grupie eventów tematycznych, których wiodące tematy i programy są bezpośrednio powiązane z profilem jednego z materialnych lub realnych szlaków kulturowych nie ma imprez o charakterze elitarnym. Dlatego przy ich zestawieniu nie pojawia się podział na grupę eventów kultury elitarniej i popularnej.

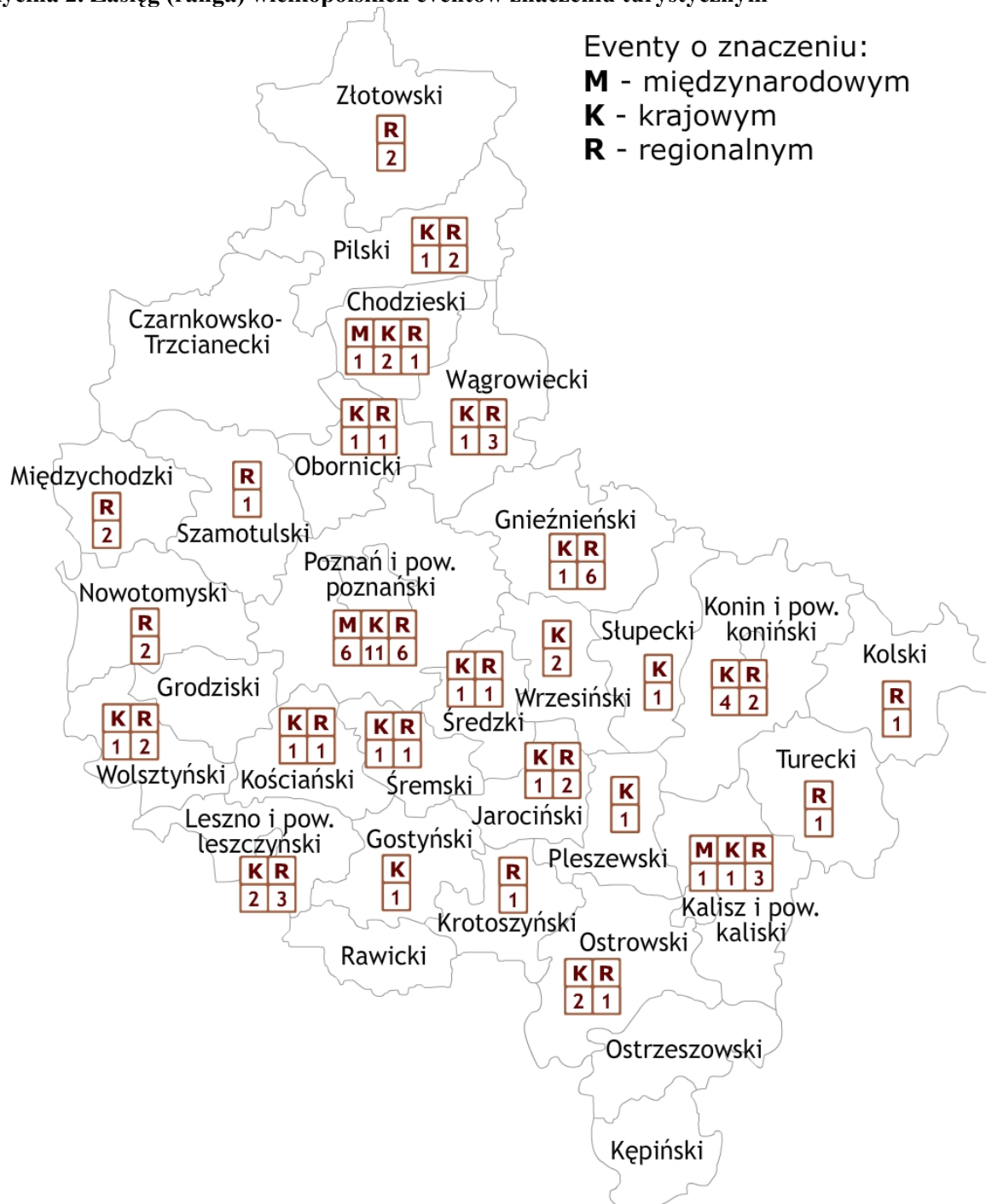
Z przeprowadzonej analizy, obok wspomnianego już braku eventów tematycznych w jednej z kluczowych miejscowości Szlaku Piastowskiego (Poznań), wynika, że oferta eventowa nie funkcjonuje także w ramach Wielkopolskiej Drogi Świętego Jakuba oraz posiadającego liczne obiekty w regionie Szlaku Romańskiego (ten ostatni należy zresztą sklasyfikować jako szlak wyłącznie wirtualny). Także pozostałe wirtualne szlaki regionalne, jak Szlak Adama Mickiewicza w Wielkopolsce [Region Wlkp. 2013], Wielkopolska Wybitnych Polaków, Szlak Zamków, Pałaców i Dworów, Szlak Kościołów Drewnianych wokół Puszczy Zielonka, czy Szlak Zabytków Techniki w Wielkopolsce [WPT 2013] nie posiadają imprez dłuższych niż jednodniowe. Wynika to z faktu, że nie mogą być do nich zaliczone imprezy zbieżne swoją tematyką z profilem danego szlaku, a organizowane przez samorządy i inne instytucje niezależnie od struktury szlaku i w żaden sposób nie zintegrowane w ofertę tych szlaków. Przykładami takich niewykorzystanych systemowo eventów są: antoniński festiwal „Chopin w Barwach Jesieni”, zaledwie wspomniany w postaci jednozdaniowej notki (bez podania daty!) w przewodniku po Szlaku Fryderyka Chopina czy Parowozowe Show w Wolsztynie w stosunku do Szlaku Zabytków Techniki (tym razem przynajmniej z podaniem orientacyjnego czasu odbywania eventu) [WPT 2013].

⁸ Pełne zestawienie tej grupy eventów dla pozostałych miejscowości Wielkopolski, w rozbiciu na imprezy o znaczeniu krajowym i regionalnym zawiera Raport 2013 (tablice 9 i 10)

⁹ Szczegółowe zestawienie eventów tematycznych w ramach szlaków zawiera Raport 2013 (Tabela 11)

Organizowane w regionie cyklicznie imprezy o najwyższej randze i największym zasięgu koncentrują się niemal wyłącznie w stolicy regionu (por. Rycina 2). Jest to usprawiedliwione zarówno potencjałem Poznania - silnego ośrodka kulturalnego i akademickiego, jak i obecnością tutaj odpowiedniej infrastruktury (w tym także hotelowej) oraz dogodnymi połączeniami komunikacyjnymi, a także bogatymi tradycjami miasta w licznych dziedzinach kultury. Jednak tak silna koncentracja może być także uznana za zjawisko negatywne, zubażające potencjalne szanse pozostałych ośrodków, przynajmniej tych o średniej wielkości (jak Piła, Kalisz, Leszno, Gniezno, Ostrów Wielkopolski), które posiadają wystarczające zasoby i infrastrukturę na przyciągnięcie grupy turystów zainteresowanych elitarną ofertą i pozyskanie nowej marki jako destynacji turystyki kulturowej.

Rycina 2. Zasięg (ranga) wielkopolskich eventów znaczeniu turystycznym

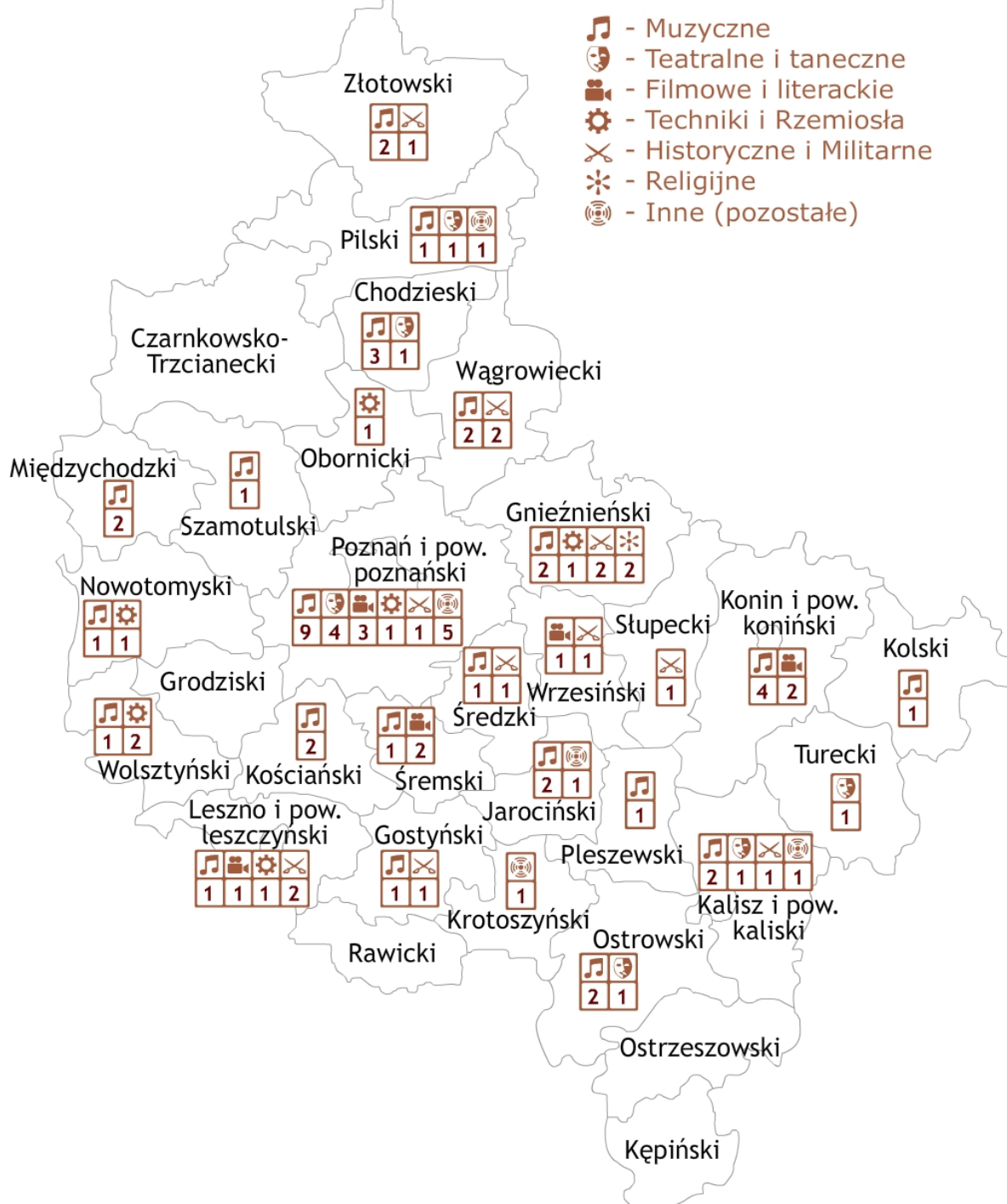


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

2.2. Profile wielkopolskich eventów o znaczeniu turystycznym

Porównanie liczby organizowanych eventów w ramach poszczególnych profili tematycznych wykazuje, że w regionie przeważają imprezy o charakterze muzycznym. Jest ich aż 43 na ogólną liczbę 89 organizowanych i odbywają się w wielu miejscowościach regionu. Ilość imprez o profilu teatralnym (10) oraz tych o profilu filmowym lub literackim (9) jest znaczna i wydaje się odpowiadać potencjałowi regionu w tym zakresie; względnie równomiernie rozkłada się także ich lokalizacja, co sprzyja zarówno uczestnictwu mieszkańców regionu w kulturze, jak i osiąganiu korzyści z turystyki kulturowej na większym obszarze. Tabela zestawienia typów i profili eventów podaje Raport (tabela 12).

Rycina 3. Profile tematyczne wielkopolskich eventów cyklicznych



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania

Ilość eventów tematyzowanych na walory historyczne, w tym imprez batalistycznych (13, licząc wraz z tematycznymi na szlakach) oraz imprez techniki i rzemiosła (5) wydaje się niewielka w stosunku do potencjału Wielkopolski: szczególnie w tej ostatniej dziedzinie zasoby szeregu miejsc nadal nie są wykorzystywane. Wręcz znikoma jest także ilość wielodniowych eventów religijnych o ponadlokalnym znaczeniu (2) w stosunku do istniejącego potencjału (sanktuaria, historyczne klasztory, miejscowości z wielowiekową przynależnością do podmiotów kościelnych, dwa szlaki profilu religijnym). Niewiele jest imprez o profilu kulinarnym, w dodatku niektóre z nich niekoniecznie eksploatują własne oryginalne dziedzictwo kulturowe regionu. W trakcie badania nie stwierdzono ani jednego wielodniowego eventu o charakterze kreatywnym, mogącego przyciągnąć rosnącą grupę zwolenników tej formy turystyki kulturowej. Należy to uznać za poważną lukę w ofercie eventowej dla turystów. Z drugiej strony można w tym fakcie dojrzeć szansę dla lokalnych samorządów i liderów, a także instytucji i animatorów kultury, szczególnie w miejscowościach z niewielkimi zasobami materialnego dziedzictwa, jako że imprezy wykorzystujące zachowania kreatywne można organizować także niezależnie od ich istnienia na danym terenie. Na wynik stwierdzony w ostatnich wymienionych kategoriach wpłynęły w znacznym stopniu zastosowane kryteria badania (nie uwzględniające eventów lokalnych (jak festyny) i jednodniowych (por. 1.2.2.), należy go zatem interpretować jako sygnał, że ich przedłużenie i pozyskanie dla nich przynajmniej regionalnego statusu jest w interesie zarówno odnośnych samorządów, jak i zróżnicowania oferty turystycznej całego regionu. Przestrzenną strukturę oferty wielkopolskich eventów pod kątem ich profili tematycznych ilustruje Rycina 3.

Porównanie istniejącej oferty choćby do bogatego spektrum już rozpoznanych i analizowanych eventów tematycznych, często o unikalnej tematyce, organizowanych w innych województwach [TK.eu Eventy 2008-13] wykazuje, że – niezależnie od poziomu artystycznego wielu organizowanych imprez - wielkopolska oferta wykazuje stosunkowo niewielką różnorodność. W tym zakresie jeszcze dużo może być poprawione i uzupełnione. Tematyka potencjalnych nowych eventów może być ustalona m.in. na podstawie publikowanych w latach 2008-13 w czasopiśmie „Turystyka Kulturowa” waloryzacji wszystkich wielkopolskich mikroregionów i wynikać na przykład ze stwierdzonej znacznej koncentracji walorów kulturowych określonego typu, dotychczas nie wykorzystanej przy organizacji imprez.

Zdecydowanie zbyt uboga jest oferta eventów organizowanych w ramach funkcjonowania wielkopolskich szlaków tematycznych. Zaledwie pięć imprez, przypadających zresztą na dwa tylko systemy tego rodzaju (Szlak Piastowski i Cysterski) oznacza niewykorzystanie okazji do popularyzacji ich tematyki i przyciągnięcia w określone dni roku naprawdę dużej liczby turystów, których przy okazji imprezy można by zainteresować nie tylko określonym aspektem dziedzictwa kulturowego, ale i konkretnymi miejscami, gdzie można się z nim spotkać. Takie działania, określane mianem organizacji „święta szlaku” nie tylko są od pewnego czasu postulowane przez badaczy szlaków kulturowych, w tym autorów polskich analiz [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, 2013, Gawel 2011], wraz z gotowymi koncepcjami, ale nawet z sukcesem organizowane w innych regionach kraju [Hajduga 2011].

Niewielka różnica zsumowanej liczby imprez z ich zestawieniem w rozdziale 1 wynika z faktu, że kilka eventów zostało policzone podwójnie. Powodem tego jest ich lokalizacja w dwóch miejscowościach położonych na terenie dwóch powiatów (np. w Pile i Złotowie), przy czym każdorazowo program cząstkowy odbywającej się imprezy w obydwu miejscach spełnił kryteria niniejszego badania.

Z przeprowadzonej analizy – oprócz już wyartykułowanych obserwacji – wynika wprost, że w niektórych mikroregionach Wielkopolski nie są organizowane eventy cykliczne o znaczeniu turystyczno-kulturowym. Taki stan stwierdzono w powiatach: czarnkowsko-

trzcianeckim, grodziskim, kępińskim, ostrzeszowskim oraz rawickim i należy to uznać za istotną lukę w ofercie kulturalnej i turystycznej tych obszarów. Jednocześnie w kontekście wykorzystywanego i nie eksploatowanego potencjału poszczególnych powiatów, ukazanego w opracowaniach waloryzacyjnych, sporządzonych także dla wskazanych powyżej należy stwierdzić, że także tam istnieją szanse już to rozszerzenia programów aktualnie organizowanych, jednodniowych eventów, już to wykreowania nowych, w kilku przypadkach nawet unikalnych imprez, które mogłyby uzupełnić i mocniej zróżnicować ofertę turystyczną regionu, o czym szerzej w dalszej części opracowania.

2.3. Rozmieszczenie czasowe eventów

Jeśli chodzi o koncentrację czasową imprez, to najwyższy jej poziom przypada na miesiące maj (15), czerwiec (18) i lipiec (13). Bardzo źle wypadają w pod tym względem pierwsze miesiące roku: styczeń i marzec (po jednym eventie) oraz luty (2), znacząco lepiej już kwiecień (5). W warunkach klimatycznych naszego kraju, jak również w kontekście organizacji rocznego cyklu życia rodzin (powiązanego z okresem wakacji szkolnych) naturalne wydawałoby się silne nagromadzenie eventów w miesiącach letnich: w drugiej połowie czerwca, lipcu i sierpniu oraz w pierwszej połowie września. Jednak nie sprawdza się teza, że liczba eventów jest ściśle uzależniona od okresu letnich wakacji: w obu miesiącach wakacyjnych (lipiec i sierpień) jest ona przecież bardzo nierówna, natomiast największa liczba imprez jest organizowana w czerwcu i w maju, które nie są w Polsce okresem wakacji szkolnych ani akademickich. Natomiast w miesiącach października, listopadzie i grudniu organizuje się po 5 znaczących eventów, co - uwzględniając uzależnienie części imprez od aury - jest wynikiem przyzwoitym, choć lokującym się znacząco poniżej arytmetycznej średniej (około 7 na miesiąc). Tezie, że takie rozmieszczenie czasowe eventów jest naturalną konsekwencją krajowych warunków klimatycznych przeczy fakt, że niespodziewanie mało imprez organizowanych jest w bardzo ciepłym sierpniu (tylko 7) i w korzystnym klimatycznie wrześniu (6). Tak znacznej koncentracji nie da się także wytłumaczyć samym tylko efektem długich weekendów (z których zazwyczaj jeden przypada w maju i jeden w czerwcu). Faktem jest, że niektóre z imprez odbywają się głównie na wolnym powietrzu, co ogranicza możliwości ich organizacji w okresie z mniej korzystnymi warunkami pogodowymi. Szczegółowo rozmieszczenie czasowe eventów zestawia zawarta w Raporcie **Tabela 13**.

Najogólniejszy wniosek odnoszący się to tego zakresu badania może zostać sformułowany następująco: silna koncentracja imprez w kilku tylko miesiącach późnej wiosny i wczesnego lata z jednoczesnym minimalnym zagospodarowaniem kilku innych miesięcy przynajmniej za pomocą eventów nie uzależnionych od warunków pogodowych (bo np. odbywanych w przestrzeniach zamkniętych) niepotrzebnie ogranicza możliwości przyjazdowej turystyki eventowej oraz wynikające z tego zyski regionu jako obszaru jej recepcji. Kalendarz eventów Wielkopolski (nie istniejący zresztą w formie dostępnej dla potencjalnych uczestników) wykazuje nieproporcjonalne różnice pomiędzy poszczególnymi okresami roku, a część organizowanych imprez o podobnym profilu niepotrzebnie konkuruje między sobą. Stworzenie centralnie promowanego regionalnego kalendarza eventów, powiązane z podjęciem wysiłków na rzecz wspólnej koordynacji jego zagospodarowania, dokonywanej we współpracy wszystkich zainteresowanych, mogłoby przynieść znaczne korzyści w tym zakresie, o czym szerzej w dalszej części tekstu.

Rozdział 3. Postulaty reorganizacji oferty eventowej regionu

Turystyczne oddziaływanie eventów kulturalnych może wydatnie zwiększyć **rozbudowa programów** istniejących eventów z jednoczesnym poszerzeniem ich ram czasowych do dwóch lub trzech dni - a więc na przykład do ram typowego programu

weekendowego. Dotyczy to znacznej liczby jednodniowych eventów, wspomnianych w rozdziale 1.2.2. Potencjalnymi przedmiotami tego zabiegu mogą być imprezy o profilu unikalnym w skali regionu, a często i całego kraju lub eksploatujące popularną tematykę (jak aktualnie modne kierunki muzyczne, inscenizacje historyczne, niektóre zloty hobbystów i kolekcjonerów). W parze z rozszerzeniem programu powinno iść powiązanie oferty uczestnictwa w evencie ze stworzeniem okazji do zwiedzania atrakcji turystycznych w danym obszarze¹⁰, a także stworzenie okazjonalnych pakietów turystycznych skierowanych do turystów indywidualnych (o czym szerzej w postulatcie „pakietyzacji”) i podjęcie aktywnej promocji eventu. Towarzyszyć temu może okolicznościowy system rabatowy, stworzony we współpracy miejscowych usługodawców i uruchamiany na czas trwania eventu. Przez stworzenie takiego gotowego „otoczenia produktowego” można doprowadzić do wzrostu atrakcyjności danego eventu w kontekście potrzeb spędzenia wolnego czasu przez potencjalnie nim zainteresowanych turystów, z oczywistą korzyścią dla miejscowości - gospodarzy poszczególnych imprez. Z ich punktu widzenia impreza stanie się dodatkowym magnesem turystyki kulturowej. Posiadając strukturę kilkudniowego wydarzenia, eventy mogą zapewnić danemu obszarowi recepcji turystycznej stały regularny dopływ gości i w ten sposób stać się jednocześnie kulminacyjnym momentem w rocznym cyklu turystycznym oraz produktem markowym i dźwignią promocji turystycznej danego mikroregionu. Patrząc w szerszym kontekście, działania tego rodzaju, jeśli zostaną podjęte w wielu miejscach i w odniesieniu do licznych imprez, mogą doprowadzić do szybkiego ilościowego zwiększenia i urozmaicenia oferty eventowej regionu. Jednak każdorazowo decyzja w kwestii rozszerzania programu musi być podejmowana z uwzględnieniem podstawowych celów imprezy, a także realnych możliwości w zakresie jej organizacji i finansowania.

Konsekwentna „**pakietyzacja eventów**” to tworzenie w powiązaniu z programem poszczególnych eventów lokalnych pakietów okolicznościowych [Artyshuk 2010, s. 19-21], skierowanych do indywidualnych turystów, głównie potencjalnych gości danego eventu. Pakiet taki, przygotowany dokładnie na okres odbywania się imprezy lub nieco dłuższy, zawsze jednak obejmujący ten czas, winien w swojej strukturze uwzględniać ofertę samej imprezy. Oznacza to nie tylko pozostawienie konsumentowi czasu na udział w głównych punktach programu eventu, ale w razie potrzeby także zagwarantowanie jego uczestnictwa w nich (przez włączenie np. biletu wstępu na główne elementy programu, jak koncert, prezentację filmów, warsztaty artystyczne, przejazd pojazdem zabytkowym itd.). Co oczywiste, pakiet powinien zapewniać także nocleg/i (najlepiej w wybranym przez konsumenta standardzie i w odpowiadającej mu cenie), a opcjonalnie również wyżywienie i inne usługi, jak transfer na miejscu czy korzystanie z lokalnych atrakcji kulturalnych lub/i oferty rekreacyjnej (pływalnia, wypożyczenie roweru itd.). Z czasem do pakietu mogą być włączane lokalne oferty stopniowo pojawiające się „wokół eventu” i wykorzystujące istniejące już zainteresowanie turystów, o ile ich tematyka będzie zbieżna z samą imprezą (np. zwiedzanie tematyczne miasta i okolicy, warsztaty tematyczne paralelne do eventu itd.) lub będą one po prostu atrakcyjną propozycją zagospodarowania pozostałego czasu, dobrze wpisującą się w preferencje uczestników eventu i odpowiadającą na ich potrzeby związane ze spędzaniem czasu wolnego.

Szereg działań podejmowanych w ramach organizacji turystyki tematycznej, odbywającej się w dużej mierze wzdłuż szlaków kulturowych można z kolei określić mianem „**eventyzacji szlaków**” [Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 65-66]. Jednym z takich działań jest

¹⁰ Gotowe propozycje weekendowych pobytów turystycznych, opracowane dla wszystkich powiatów Wielkopolski znajdują się w dziale „Miejsca i Szlaki” popularzacyjnej wersji czasopisma „Turystyka Kulturowa” [www.turystykakulturowa.eu] i można z nich skorzystać realizując taką „obudowę” programu eventów kulturalnych.

zwiększenie ilości eventów tematycznych w obiektach danego szlaku, organizowanych z udziałem administratora obiektu, grup żywej historii i innych (np. o profilu artystycznym), ze wsparciem finansowym i logistycznym samorządu oraz aktywnie promowanych przez koordynatora szlaku. Kolejne to opracowanie kalendarza eventów w obiektach i przestrzeni szlaku, opracowywanego dla krótszych okresów (np. danego miesiąca w sezonie turystycznym) i publikowanego za pomocą rozmaitych kanałów dystrybucji informacji oraz dostępnego dla turysty w postaci plakatu i ulotek we wszystkich obiektach szlaku i punktach informacji turystycznej. W tej grupie działań bardzo zalecane jest nadanie głównemu, wielodniowemu eventowi tematycznemu rangi „Święta Szlaku” [Gawęł 2011, s. 138–142; Mikos v. Rohrscheidt 2013, s.299], któremu towarzyszy właściwie adresowana akcja promocyjna. Działania tego rodzaju sprawdziły się już w warunkach polskich nie tylko w zakresie zwiększenia popularności samego eventu, ale i jako skuteczne narzędzie marketingowe w odniesieniu do szlaku i jego oferty [Hajduga 2011]. Ważnym z punktu widzenia turysty działaniem jest organizacja pakietów tematycznych wokół obiektów szlaku [Artyshuk 2010 s. 15-16 ; 21, Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 363]. Wszędzie tam, gdzie to możliwe, obok innych modułów w ofertę szlaku powinny być zintegrowane eventy - nie tylko te organizowane w ramach funkcjonowania szlaku, ale i pozostałe imprezy kulturalne, cyklicznie realizowane na danym terenie.

Koncepcja eventyzacji najważniejszego systemu tego rodzaju w regionie wielkopolskim - Szlaku Piastowskiego, została niedawno szczegółowo opracowana i przedstawiona w innej publikacji [Mikos v. Rohrscheidt 2013, s. 302-303; 337-339]. Wraz z wpisanymi w nią propozycjami organizacji pakietów tematycznych [ibidem, s. 289-291] może ona posłużyć za punkt odniesienia przy konstrukcji podobnych kompleksowych rozwiązań dla innych szlaków. Warto zwrócić uwagę na przedstawiony tam model ruchomego święta, odbywającego się przez szereg dni w różnych miejscach Szlaku i w ten sposób „rozprowadzającego” ruch turystyczny w jego przestrzeni. Takie rozwiązanie wymaga jednak dobrej organizacji usług dla turystów, w tym pakietów obejmujących serie noclegów w różnych miejscach – ich naturalnym pośrednikiem wydaje się być koordynator szlaku. Poza Gnieznem, Kaliszem, Łądem, Grzybowem i Ostrowem Lednickim, gdzie już odbywają się eventy zbieżne swoją tematyką z profilem tego systemu, naturalnymi miejscami w wielkopolskiej części szlaku, gdzie mogłyby one być organizowane wydają się być także Poznań (Ostrów Tumski), Lubiąż, Pobiedziska z ich nowym obiektem (rekonstrukcją grodu) oraz Giecz. W każdym z tych miejsc mogłyby być eksponowane inne wątki historii i aspekty funkcjonowania wczesnopiastowskiego państwa.

Także w ramach wielkopolskiej pętli Szlaku Cysterskiego powinny pojawić się nowe imprezy tematyczne. Funkcjonujący event w Wągrowcu, w swojej aktualnej postaci i skali nie spełnia roli promocyjnej ani ogniskującej przyjazdy turystów na szlak, a analiza jego programu oraz doświadczenia z obserwacji jego realizacji w ostatnich latach wskazują, że pełni on raczej rolę lokalnego festynu. Na innych szlakach, m.in. na Wielkopolskiej Drodze Świętego Jakuba, eventy muszą dopiero zostać wykreowane. Będzie to jednym z głównych zadań koordynatora szlaku, kiedy tylko taki zostanie ustanowiony¹¹. Także w ofercie wirtualnych szlaków kulturowych Wielkopolski pożądane byłoby wykreowanie choćby jednego eventu, lub ścisła integracja funkcjonujących eventów (por. 2.3.) zbieżnych pod względem swojej tematyki z ofertą danego szlaku. Obok ustanowienia aktywnego koordynatora szlaku, taki event (rozumiany jako „święto szlaku” i kulminacyjny punkt w rocznym cyklu jego funkcjonowania, a także silny czynnik wspomagający promocję), może być jednym z dwóch elementów, od których można rozpocząć rozbudowę szlaku, a tak

¹¹ Aktualnie Wielkopolska Droga Świętego Jakuba jest koordynowana przez podmiot funkcjonujący na terenie Dolnego Śląska [Cerkaski 2012, s. 60-61], co poważnie ogranicza możliwości aktywnego zarządzania szlakiem, w tym także kreowania i realizacji imprez tematycznych.

naprawdę jego faktyczne „urealnienie”, czyli podniesienie do statusu rzeczywistego systemu organizacji turystyki [Mikos v. Rohrscheidt 2010a, s. 50-60].

Tworzenie nowych eventów. Takie działanie można podjąć w oparciu o już istniejące zasoby (materialne i niematerialne), rozpoznane jako znaczące i odpowiadające jednej z popularnych form turystyki kulturowej. Dobrym przykładem mogą być wspomniane w drugim rozdziale militarne zasoby Poznania. Domagają się one zagospodarowania w formie kilkudniowego eventu: o jego frekwencyjny i finansowy sukces w kontekście tak znacznego potencjału nie należy się obawiać, jeśli tylko otrzyma on atrakcyjną formę, zostanie profesjonalnie przygotowany, a jego promocja zostanie skierowana do właściwych grup adresatów. Innym przykładem zasobów nie tylko już istniejących, ale częściowo nawet zagospodarowanych (choć w niewystarczającej skali), jest wątek biograficzny i literacki zarazem, eksploatowany przez śmiełowskie Muzeum Adama Mickiewicza w formie paru kilkugodzinnych imprez [Śmiełów 2013]. Zbudowanie na podstawie programu największej i najpopularniejszej z nich (tzw. Zajazdów w Śmiełowie) ale także i na bazie dziedzictwa samego miejsca, jego istniejącej kolekcji, wreszcie kompetencji personelu nowego, kilkudniowego eventu z szerszą koncepcją (o jednoznacznym profilu literackim i w interaktywnej, może nawet kreatywnej konwencji) mogłoby nie tylko dostarczyć najbliższej okolicy dorocznej kulminacji całorocznego cyklu życia kulturalnego oraz jednocześnie produktu markowego i koła zamachowego turystyki kulturowej. Region jako całość zyskałby tym samym magnes dla kolejnej grupy turystów kulturowych - zwolenników turystyki literackiej - dotąd nieobecny w jego ofercie.

Podobne przykłady wcale lub bardzo słabo wykorzystywanych zasobów dadzą się odnaleźć niemal w każdym powiecie regionu (por. m.in. raporty faktograficzne w bibliografii niniejszego opracowania). W przypadku podjęcia realizacji niniejszego postulatu, na etapie pomysłu i koncepcji nowych imprez należy od początku zwrócić uwagę na jakość kreowanych eventów. Z tego punktu widzenia istotny jest już sam wybór jako ich wiodących tematów autentycznych wątków historycznych i kulturowych (czyli takich, które posiadają związek z historią danego miejsca i całego regionu albo z jego rzeczywistym dziedzictwem kulturowym: eksploatujących wątki opierające się na faktycznych wydarzeniach czy autentycznych tradycjach). Z kolei w odniesieniu do eventów o profilu artystycznym (m.in. muzycznym) kryteriami podjęcia ich cyklicznej organizacji lub wsparcia dla takiej idei ze strony samorządu powinny być 1. silne powiązanie pomysłu i programu z rzeczywistymi, rozpoznawalnymi kierunkami artystycznymi, posiadającymi już swoją publiczność, czyli eksploatującymi rzeczywiście istniejące zainteresowania, 2. przyzwoity poziom artystyczny (zwłaszcza unikanie kiczu i czystego naśladownictwa innych istniejących imprez) oraz 3. uwzględnienie różnorodności eventów nie tylko w ramach własnego rocznego kalendarza imprez, ale także w skali przynajmniej regionu – czyli unikanie tworzenia eventu bliźniaczego w stosunku do już organizowanego w niewielkiej odległości. Narzuca to znaczny wysiłek koncepcyjny i szereg ograniczeń, jak rezygnacja z kopiowania sprawdzonych wzorców, zapewniających krótkookresowy sukces danej imprezy, czy konieczność selekcji wykonawców. Jednak w długofalowej perspektywie takie przemyślane działania zapewnią nowo tworzonemu eventom uznanie w rosnącej grupie świadomych (i dokonujących wyboru między różnymi ofertami) odbiorców oraz rozpoznawalną markę, a niektórym z nich nawet atut unikatowości. Powinno się to pozytywnie odbić na ich pozycji w nieformalnym rankingu konkurujących ze sobą coraz liczniejszych wydarzeń kulturalnych.

Reorganizacja festynów miejskich w kierunku magnesów turystycznych. W szczególności ten postulat dotyczy szeroko rozpowszechnionych „dni miast”, organizowanych w większości ośrodków miejskich regionu. W mniejszych miastach stanowią one doroczne kulminacje życia kulturalnego, są współfinansowane przez samorządy,

koncentrują aktywność licznych instytucji i organizacji, najczęściej posiadają także wielodniowy program. Wszystko to daje dobre podstawy do wykorzystania ich jako eventów o znaczeniu turystycznym. Można nawet stwierdzić, że brak takiego wykorzystania (pociągającego za sobą wpływy z usług świadczonych turystom do lokalnego budżetu) byłby marnotrawstwem energii i środków. Oczywiście, nie każdy lokalny event sprawdzi się jako magnes turystyczny. Jednak podjęcie takich starań, przy nieznacznych przecież dodatkowych kosztach (jako że większość koniecznych wydatków i tak jest już ponoszonych z okazji organizacji imprezy) powinno być poważnie wzięte pod uwagę. Decydujące dla sukcesu święta miejskiego w tej nowej jego funkcji będą trzy czynniki: a) wybór i konsekwentna realizacja nowej lub paralelnej formuły eventu, w tym jego profilu tematycznego, b) zapewnienie usług potrzebnych turystom (w tym głównie możliwie zróżnicowanych świadczeń noclegowych i gastronomicznych) i udostępnienie ich rezerwacji w prosty i przystępny sposób oraz c) przemyślana i prawidłowo adresowana promocja. W tej pierwszej kwestii skuteczne mogłyby się okazać dwa sposoby działania. Pierwszym byłby odpowiednio wczesny wybór jako głównego (corocznie zmienianego) tematu festynu aktualnie popularnego wątku kulturowego (np. związanego z popularnym filmem, modą na określone idee lub zasoby materialne, ważnymi wydarzeniami czy jubileuszami, z którymi da się powiązać jakąś grupę walorów na terenie miejscowości czy mikroregionu), dodatkowo możliwie nie eksploatowanego przez ościennie mikroregiony lub nawet w skali kraju. Wokół tego wątku organizowana byłaby główna oś programu, realizację projektów z jego wykorzystaniem proponowano by współdziałającym podmiotom, odpowiednio do tego konstruowana byłaby lista zapraszanych wykonawców. Alternatywą może być wprowadzenie stałego, paralelnego programu w ramach festynu, opartego na istniejących zasobach kulturowych, na przykład możliwości zwiedzania kopalni soli, jak w Kłodawie, przypomnienie i popularyzacja biografii i dokonań ważnych mieszkańców, jak Dezyderego Chłapowskiego w mikroregionie kościańskim, Ottomara Anschütza albo J.A. Komeńskiego w Lesznie czy Józefa Wybickiego w ziemi śremskiej. Taki program (z corocznie zmienianymi akcentami i kreatywnie kształtowanymi, atrakcyjnymi modułami, jak warsztaty, prezentacje, dyskusje, gry terenowe, konkursy itd.) może się przeplatać z typową ofertą festynu, co gwarantuje zarówno wykorzystanie miejscowego potencjału i zaspokojenie potrzeb lokalnych mieszkańców, jak i przyciągnięcie tematycznie zainteresowanych turystów z obszaru całego kraju. Oczywiście to ostatnie - tylko w sytuacji zadbania o skuteczną, profesjonalnie realizowaną promocję i usługi dla turystów. Po kilku latach regularnej organizacji, jeśli uda się osiągnąć wystarczający poziom i różnorodność oferty, event powinien sobie zyskać grono wielbicieli i osiągnąć na tyle znaczną popularność, że będzie pozytywnie kojarzony i odnajdywany wśród innych ofert bez konieczności prowadzenia kosztownych kampanii reklamowych.

Czynnością o podobnym charakterze może być szersze **zagospodarowanie eventów religijnych**. Chodzi o ich swoiste „rozprowadzanie” przez samorządy lub/koordynatorów szlaków, przez łączenie z nimi oferty usług turystycznych jak dojazd, nocleg i wyżywienie, ale także przez proponowanie uczestnikom przedłużenia ich pobytu przy dostarczeniu im uzupełniającego programu, np. kilkudniowego pobytu turystyczno-kulturowego. Goście takich imprez, przyjeżdżający na nie z dalszej okolicy, mogą – o ile dysponują nieco dłuższym czasem – pozytywnie zareagować na takie propozycje. Przykładowo: doroczny zjazd młodzieży katolickiej na Polach Lednickich k. Imiołek mógłby zagospodarować „produktowo” koordynator Szlaku Piastowskiego albo gestorzy jego lokalnej oferty lub koordynator Wielkopolskiej Drogi Św. Jakuba (o ile zacznie ona funkcjonować jako koordynowany system). Elementami takiej propozycji mogą być funkcjonujące w ramach szlaku oferty pakietowe (łącznie nocleg ze zwiedzaniem) a także - gdy tylko się pojawią w ramach przebudowy systemu – propozycje aktywnego (m.in. rowerowego) zwiedzania

odcinka szlaku położonego najbliższej miejsca zjazdu. Podobna oferta może zostać ze strony tych samych podmiotów skierowana do gości corocznych uroczystości odpustowych Św. Wojciecha w Gnieźnie. Propozycja o nieco innej strukturze, opartej na walorach miasta, w tym tych o profilu religijnym, mogłaby pozyskać z kolei dla Poznania gości kilkugodzinnego zaledwie Misterium Męki Pańskiej i przedłużyć ich pobyt do ram całego weekendu. Podobnie w postaci tematyzowanych lub nawet obszarowych produktów turystycznych można „obudować” kilka innych eventów religijnych o znaczniejszej skali, organizowanych w większych czy bardziej popularnych sanktuariach regionu, jak w Kaliszu (odpust św. Józefa), w okolicy Konina (Licheń), w Gostyniu czy w Wieleniu.

Pilnie potrzebna jest lepsza **koordynacja eventów i ich aktywna promocja**. Aktualnie - składnąd aktywnie działający - podmiot powołany do koordynacji oferty turystycznej w regionie, czyli Wielkopolska Organizacja Turystyczna, nie wywiązuje się z tego rodzaju zadań: promując m.in. pobyty weekendowe w poszczególnych miejscowościach [*WPT 2013*], nie prowadzi nawet pełnej ogólnodostępnej zbiorczej listy imprez w regionie [*WOT 2013*; *WPT 2013*], nie wspominając już o aktywnej promocji eventów jako odrębnej grupy walorów. Główny postulat kierowany pod adresem tej organizacji jest w tym kontekście oczywisty: zbieranie danych na temat organizowanych we wszystkich miejscowościach eventów, szczególnie tych zagospodarowujących czas potencjalnych gości na dłużej niż jeden dzień (a zatem kreujących popyt turystyczny) oraz tworzenie i wykorzystywanie narzędzi do ich systemowej promocji. Są nimi na przykład: na bieżąco aktualizowane, atrakcyjnie prowadzone i dobrze pozycjonowane podstrony portalu turystycznego, regularnie rozsyłane newslettery, poświęcone eventom publikacje, stoiska na targach turystycznych, filmy i audycje w mediach. W ramach posiadanych środków może to być także organizacja serii podróży (pobyków) studyjnych dla potencjalnych multiplikatorów informacji i organizatorów turystyki, kierowanych do miejsc, gdzie profil eventu jest unikalny lub przynajmniej dobrze rozpoznawalny, jego program cechuje dobry poziom, a organizacja usług jest przynajmniej zadowalająca. Można także rozważyć wsparcie lokalnych organizatorów w formie wyszukiwania i zatrudniania specjalistów w zakresie organizacji imprez oraz turystyki kulturowej i oferowania ich w celu przeprowadzania audytu konkretnego eventu oraz konsultacji w procesie jego transformacji w kierunku wyżej opisanego eventu turystycznego. W ramach tej aktywności mogłoby się znaleźć także działanie kreatywne: opracowywanie gotowych koncepcji dla nowych eventów, opartych na rzeczywistych zasobach kulturowych poszczególnych miejsc i jednocześnie ukierunkowanych na zagospodarowanie popytu na poszczególne typy i profile imprez, w szczególności takie, których brak w regionie wykazała przeprowadzona inwentaryzacja. Na pewno należą do nich eventy związane z niektórymi gatunkami współczesnej muzyki, z aktywnościami o wyraźnie kreatywnym charakterze np. fotografią, grafiką, amatorskim uprawianiem malarstwa czy rzeźbiarstwa, sztuką kulinarną, a także wszelkiego rodzaju kolekcjonerstwem. Takie działanie organizacji powołanej dla „kreowania i upowszechniania wizerunku województwa wielkopolskiego jako regionu atrakcyjnego turystycznie” oraz „inicjowania, tworzenia i wspierania rozwoju nowych produktów turystycznych” [*WOT 2013*, cele statutowe] byłoby realnym wsparciem dla istotnego, a jednak zdecydowanie niedocenianego jej segmentu: turystyki kulturowej. Mając na uwadze skalę i różnorodność zjawiska eventów kulturalnych oraz ich wpływ na wielkość ruchu turystów kulturowych (a nie na końcu także na szanse regionu w konkurencji o przyciągnięcie turystów z pozostałych części kraju) kierownicy tej organizacji powinni rozważyć stworzenie w jej strukturze (choćby jednoosobowo obsługiwanego) odrębnej komórki dla wykonywania tej grupy zadań.

Jako swoje zadanie regionalna organizacja turystyczna powinna także przyjąć podjęcie starań na rzecz **reorganizacji kalendarza eventów**. W interesie usługodawców branży turystycznej, jak również samorządów mogących odnieść korzyści ze zwiększenia liczby

gości i ich częstszego pojawiania się leżą 1) rozgęszczenie eventów organizowanych w regionie przez przeniesienie niektórych z nich na inne miesiące oraz 2) uniknięcie kolizji terminów poszczególnych imprez (zwłaszcza tych o identycznym lub podobnym profilu), przez co konkurują one o tę samą grupę potencjalnych uczestników. Znaczna grupa eventów odbywających się w Wielkopolsce nie zależy w tak wielkim stopniu od aury, jak np. typowe festyny miejskie czy imprezy tematyczne na szlakach kulturowych. Należą do nich m.in. eventy filmowe, część konkursów artystycznych, zjazdy kolekcjonerskie, a także rzadko dotychczas organizowane, ale gorąco polecane dla wprowadzenia, wspomniane powyżej warsztaty kreatywne, jak choćby kulinarne. Z pewnością dałoby się dokonać obu wymienionych operacji we współpracy z lokalnymi organizatorami. Wymaga to jednak zarówno autorytetu poważnego podmiotu, neutralnego w stosunku do organizatorów eventów i dysponującego elementem przetargowym (w postaci na przykład udostępnianych instrumentów promocji), jak i niemałych zdolności negocjacyjnych. Proces reorganizacji może być żmudny i długotrwały, jednak przyniesie on z pewnością korzyści wszystkim zainteresowanym stronom.

Zakończenie

Wyniki przeprowadzonej analizy są wystarczające dla ukazania ogólnego obrazu potencjału turystyczno-kulturowego Wielkopolski w zakresie eventów kulturalnych, w tym ich generalnego potencjału, rozmieszczenia geograficznego i czasowego oraz określenia ich wpływu na ofertę turystyki kulturowej w regionie. Stanowią jednocześnie wystarczającą podstawę do formułowania postulatów w zakresie modyfikacji struktury oferty eventowej regionu. Główny cel opracowania można zatem uznać za osiągnięty.

Dla uzyskania dokładnego obrazu rzeczywistego wpływu eventów na ruch turystów kulturowych konieczne jest jednak przeprowadzenie empirycznego badania aktualnego znaczenia i zasięgu przynajmniej najważniejszych imprez za pomocą ankiety. Dopiero bowiem na jego podstawie możliwe będzie ostateczne ustalenie znaczenia konkretnych imprez dla turystyki kulturowej w regionie. Takie badanie powinno być przeprowadzone w pierwszym rzędzie w odniesieniu do eventów o znaczeniu międzynarodowym i krajowym, o dłuższym czasie trwania (co najmniej 3-4 dni). W kontekście głównego celu badania, jego zakres powinien przy tym obejmować: podział badanych na uczestników miejscowych i turystów, przy czym po stwierdzeniu turystycznej aktywności lub jej braku badanie powinno się koncentrować tylko na turystach lub być prowadzone za pomocą dwóch odrębnych kwestionariuszy, dla turystów i nie-turystów. To pierwsze, pozostające w centrum zainteresowania badacza winno objąć: wiek, płeć, status społeczny (zawód itd.) i miejsce pochodzenia turystów, rodzaj transportu oraz wykorzystanie przez nich noclegów i wyżywienia w trakcie trwania eventów. Dodatkowo mogłyby zostać zbadane: status materialny turystów (źródła i poziom ich dochodów), sposób organizacji podróży a także poziom wykorzystania oferty programowej eventu i stopień ich satysfakcji z udziału w nim. Wyniki takich badań mogą w znacznym stopniu powiększyć wiedzę na temat turystyki kulturowej w regionie i profilów oraz zachowań jej uczestników. Niezależnie od tego – zaprezentowane w odrębnym opracowaniu - mogłyby stać się punktem wyjścia dla szerzej zakrojonych badań tego rodzaju odniesionych do ważniejszych eventów kulturowych w kraju, a także dla kompleksowych badań eventów w innych regionach lub w ramach szlaków kulturowych. Uzyskana w ten sposób wiedza może z kolei służyć jako podstawa przy opracowaniu koncepcji korekty programów istniejących imprez lub rozwoju oferty eventów organizowanych przez poszczególne instytucje kultury, przez samorządy w miejscowościach i mikroregionach oraz w ramach wyżej zorganizowanych produktów turystyczno-kulturowych, takich jak szlaki tematyczne.

Niezależnie od wskazanych powyżej doraźnych potrzeb badań w odniesieniu do potencjału turystycznego Wielkopolski i pozostałych polskich regionów, pilnie pożądana wydaje się innego rodzaju aktywność środowiska naukowców zajmujących się turystyką kulturową w naszym kraju. Jest to kontynuacja rozpoczętej dyskusji i doprecyzowanie, a potem przyjęcie wspólnych kryteriów i standardów badania turystycznego znaczenia eventów kulturowych. W tej grupie problemów do rozstrzygnięcia pozostają (obok pożądanego zakresu badań i kwestii ich finansowania) przede wszystkim merytoryczne kwestie klasyfikacji samych eventów z tej grupy i – konsekwentnie - narzędzi ich oceny. Można je na przykład klasyfikować zgodnie z podziałem zastosowanym w niniejszym badaniu, wyodrębniającym eventy elitarne, popularne i tematyczne, lub też posłużyć się innym, jednakże w opinii autora powinien on być uzasadniony nie tyle miejscem odbywania czy typem organizatora danego typu eventów, co raczej typowym profilem jego uczestników, strukturą programu i towarzyszącego mu typowego produktu turystycznego albo innymi potrzebami mającymi bezpośredni związek z popytem w obszarze turystyki kulturowej lub organizacją jej oferty.

Bibliografia:

- Artyshuk O., 2010, Indywidualne pakiety turystyczne w turystyce kulturowej, „Turystyka Kulturowa” Nr 9, s. 4-24
- Borzyszkowski J., 2011, Wpływ eventu na rynek turystyczny – przykład ślubu księcia Williama i Kate Middleton, „Turystyka Kulturowa” Nr 6, s. 4-16
- Buczowska K., 2009, Kulturowa turystyka eventowa, [w:] K. Buczowska, A. Mikos v.
- Buczowska K., Malchrowicz E., 2010, Fiesty hiszpańskie – jeszcze święta lokalne, czy już tylko atrakcje dla turystów, „Turystyka Kulturowa” Nr 4, s. 17-37
- Rohrscheidt (red.), Współczesne formy turystyki kulturowej, AWF, Poznań, s. 91-118
- Buryan P., 2011, Poznańskie eventy kulturalne jako impulsy dla turystyki kulturowej, [w:] A. Mikos v. Rohrscheidt (red.), 2011, Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek miejskiej turystyki kulturowej, Proksenia/KulTour.pl, Kraków/Poznań, s. 405-423
- Freyer W., Meyer D., Schierhag K., (red.), 1998, Events – Wachstumsmarkt im Tourismus?, FIT-Verlag, Dresden
- Getz D., 1997. Event management and event tourism, Cognizant Corporation, New York
- Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej, 2011, Pytanie 20: Na jakiej podstawie można mierzyć efektywność turystyczną eventu?, „Turystyka Kulturowa” Nr 5, s. 42-48
- Hajduga A., 2011, Skuteczna promocja sieciowego produktu turystycznego na przykładzie wydarzenia marketingowego Industriada – Święto Szlaku Zabytków Techniki, [w:] Kultura i turystyka. Wspólna droga, B. Włodarczyk, B. Kujawiak, J. Latosińska (red.), ROTWL, Łódź s. 131–150
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2009, Region jako cel współczesnej turystyki kulturowej, „Folia Turistica” Nr 21 – 2009, s.71-94
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2010a, Regionalne szlaki tematyczne. Idea, potencjał, organizacja, Proksenia, Kraków
- Mikos von Rohrscheidt A., 2010b, Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy, KulTour.pl, Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A. (red.), 2011a, Obcy w Poznaniu. Historyczna metropolia jako ośrodek miejskiej turystyki kulturowej, Proksenia/KulTour.pl, Kraków/Poznań
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2011b, Potencjał turystyczno-kulturowy Poznania i okolic [w:] A. Mikos v. Rohrscheidt (red.), Obcy w Poznaniu., Proksenia/KulTour.pl, Kraków/Poznań, s. 77-93
- Mikos v. Rohrscheidt 2011c, Poznań: Atuty i słabości oraz dylematy i szanse miasta jako ośrodka turystyki kulturowej [w:] A. Mikos v. Rohrscheidt (red.), Obcy w Poznaniu... , Proksenia/KulTour.pl, Kraków/Poznań, s. 424-455
- Mikos von Rohrscheidt A., 2013a, Turystyka kulturowa w dobie przyspieszonej zmiany. Problemy zarządzania, promocji i badań turystyki kulturowej w Polsce, KulTour.pl, Poznań,
- Mikos von Rohrscheidt A., 2013b, Szlak Piastowski w przebudowie. Struktura, zarządzanie, oferta kulturowo-turystyczna, Proksenia, Kraków,

- Opaschowski H., 1991, Events im Tourismus. Sport- Kultur- und Städtereisen, Seria: Schriften des deutschen Übersee-Instituts, t 41, Hamburg
- Page S., Connell J., 2009, Event Tourism, Routledge, New York
- Piasecka E., 2012, Uczestnictwo w muzycznych wydarzeniach kulturalnych – forma turystyki czy tylko sposób spędzania czasu wolnego?, „Turystyka Kulturowa” Nr 2, s. 41-52
- Ratkowska P., 2010a, O festiwalu w kontekście turystyki kulturowej ,czyli turystyka eventową raz jeszcze, „Turystyka Kulturowa” Nr 4-6, s. 109-129
- Ratkowska 2010b, Poznań przedświąteczny. Betlejem Poznańskie wraz z Festiwałem Rzeźby Lodowej, [TK EU Eventy], Nr 12.
- Ratkowska 2011, Zawyją z emocji. Gran Turismo Polonia 2011 [TK EU Eventy], Nr 7
- Ratkowska P., 2011 b, Tranzytem przez dokument. III Festiwal Filmów Dokumentalnych TRANZYT 2011, [TK EU Eventy], Nr 10
- Ratkowska P., 2012a, Picollo znaczy flet. III Międzynarodowy Festiwal Fletowy, Poznań 22-25 lutego 2012, [TK EU Eventy], Nr 2.
- Ratkowska P., 2012b, Wszechświat komiksu. III Międzynarodowy Festiwal Kultury Komiksowej Ligatura, 19-22.04.2012, [TK EU Eventy], Nr 4
- Säfken A., 1999, Der Event in Regionen und Städtekooperationen. Ein neuer Ansatz des Regionalmarketings?, „Schriften zur Raumordnung und Landesplanung“, Augsburg
- Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej, 2011, Pytanie nr 19, „Turystyka Kulturowa” Nr 5, s. 42-48
- Szmatuła P., Zmysłony P., 2013, Czy kultura sprzedaje turystykę? Znaczenie walorów kulturowych w promocji sprzedaży usług turystycznych w mieście na przykładzie akcji „Poznań za pół ceny!”, „Turystyka Kulturowa” Nr 1, s. 5-43
- Wyszowska I., 2009, Uroczystości odpustowe ku czci św. Wojciecha w Gnieźnie [TK EU Eventy] Nr 5
- Portale internetowe instytucji, organizacji i czasopism (dostęp zweryfikowano 20.05.2013)
- [TK.EU, Eventy 2013] – portal popularyzacyjny czasopisma „Turystyka Kulturowa” dział recenzji eventów, www.turystykakulturowa.eu/?id=spis#eventy
- [Region Wlkp 2013] – regionalny portal turystyczny, www.regionwielkopolska.pl/turystyka
- [Śmielów 2013]. Zestawienie imprez Muzeum Adama Mickiewicza w Śmielowie www.smielow.pl/index.php?id=10
- [WOT 2013] – portal Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej www.wotwielkopolska.pl
- [WPT 2013] - Wielkopolski Portal Turystyczny, www.wielkopolska.travel/index.html
- [Raport 2013] - Mikos v. Rohrscheidt A, Raport: Cykliczne eventy kulturalne Wielkopolski – 2013, „Turystyka Kulturowa, Nr 12 (2013).
- Raporty z analizy potencjału turystyczno-kulturowego regionów i szlaków Wielkopolski:
- Cerkaski T., 2012, Droga Świętego Jakuba (odcinek wielkopolski), „Turystyka Kulturowa” Nr 6.
- Czajkowski S., Mikos v. Rohrscheidt A., 2012, Szlak Cysterski, Pętla wielkopolsko-lubuska, „Turystyka Kulturowa”, Nr 1
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2010, Poznań i powiat poznański, „Turystyka Kulturowa, Nr 4

Cultural events in Wielkopolska as part of the potential cultural tourism of the region

Key words: cultural tourism, cultural events, event tourism, thematic offer

Summary

Article refers to a core group of values of cultural tourism - regularly organized cultural events. The scope of the survey is limited to the region of Wielkopolska (Greater Poland). The substantiation of the importance of cultural events for this segment of tourism is followed by a short review of the literature and the presentation of the methodology. Then, the author presents the results in the form of a list of cyclic events in Poznań and other localities in the region, divided in events of international, national and regional importance. Separately were presented themed events. The presentation is accompanied by a critical analysis. On this basis are formulated demands concerning the reorganization of the events offer in the region. Also are identified specific ways to solutions of the identified problems, aimed at increasing the diversity in the events offer and the and the creation of local tourism products around them.