
Wstęp

Współczesne badania nad przestrzenią, krajobrazem i turystyką coraz częściej wskazują na konieczność wielowymiarowego podejścia, łączącego aspekty przyrodnicze, kulturowe, społeczne oraz ekonomiczne. To podejście pozwala nie tylko zrozumieć uwarunkowania lokalne, ale również analizować globalne zjawiska, takie jak cyfrowy nomadyzm, rozwój turystyki miejskiej czy strategie budowania marki miejsc. W niniejszym tomie uwzględniono różnorodne studia przypadków i analizy interdyscyplinarne, od badań krajobrazowych Ziemi Wieluńskiej, przez zagospodarowanie turystyczne zamków i parków kulturowych, po ocenę wpływu mediów i marek miejsc na decyzje turystyczne.

Badania Karola Bożka i Mariusza Szuberta w artykule „*Tożsamość krajobrazu Ziemi Wieluńskiej – studium przypadku*” stanowią przykład interdyscyplinarnego podejścia do analizy przestrzeni, łączącego elementy geografii fizycznej z badaniami dziedzictwa kulturowego i społecznego. Autorzy wykazują, że krajobraz Ziemi Wieluńskiej nie jest jedynie zbiorem form przyrodniczych, lecz złożonym systemem, w którym elementy naturalne i kulturowe współlistnieją i wzajemnie się przenikają. Szczególną uwagę poświęcono charakterystycznym formom krajobrazowym regionu – wyżynom krasowym, dolinom rzecznych i rolniczym Wysoczynom – które kształtują nie tylko fizyczną strukturę terenu, ale także sposób, w jaki lokalne społeczności postrzegają i identyfikują swoją przestrzeń. Autorzy podkreślają, że krajobraz Ziemi Wieluńskiej jest nośnikiem pamięci historycznej: ślady dawnych osadnictw, pozostałości fortyfikacji, a także miejsca związane z lokalnymi wydarzeniami historycznymi i kulturowymi pełnią funkcję „punktów odniesienia” dla mieszkańców i odwiedzających. Wskazują, że takie elementy krajobrazu mają kluczowe znaczenie dla kształtowania lokalnej tożsamości i poczucia przynależności do miejsca, czyli tzw. *genius loci*.

Współczesne procesy migracji przestrzennej, takie jak cyfrowy nomadyzm, stanowią jedno z najbardziej dynamicznych zjawisk kształtujących

współczesną turystykę i mobilność zawodową. Magdalena Kwiek w artykule *‘Geografia cyfrowego nomadyzmu: porównanie popularnych krajów europejskich jako destynacji pracy zdalnej’* analizuje, w jaki sposób mobilność pracowników zdalnych jest powiązana z dostępnością technologii cyfrowych, infrastrukturą miejską i warunkami ekonomicznymi państw. Autorka zwraca uwagę, że w warunkach pandemii COVID-19 zjawisko cyfrowego nomadyzmu przybrało szczególnie intensywną formę, stając się nie tylko sposobem na utrzymanie aktywności zawodowej, ale również nowym rodzajem turystyki długoterminowej, w której praca i wypoczynek przenikają się w unikalny sposób. Badania Autorki pozwalają zrozumieć, że czynniki, takie jak stabilność sieci internetowej, koszty życia, dostępność przestrzeni coworkingowych czy otwartość kulturowa społeczeństwa, decydują o atrakcyjności poszczególnych państw europejskich dla mobilnych pracowników, a także w jaki sposób te czynniki kształtują decyzje o migracji krótkoterminowej i długoterminowej.

Z kolei w obszarze turystyki kulturowej istotne znaczenie mają świadomie zaplanowane szlaki edukacyjne i historyczne. Kamila Ziółkowska-Weiss oraz Zofia Masternak w artykule *„Renesansowa architektura sakralna i świecka we Florencji jako element rozwoju turystyki – propozycja autorskiego szlaku kulturowego”* przedstawiają propozycję autorskiego szlaku turystycznego, który integruje zabytki sakralne i świeckie miasta. Autorki podkreślają, że starannie zaprojektowana trasa po mieście nie tylko zwiększa atrakcyjność turystyczną Florencji, lecz również wzbogaca doświadczenia poznawcze odwiedzających, umożliwiając im głębsze zrozumienie kontekstu historycznego, artystycznego i społecznego renesansowego, europejskiego miasta. Taka interdyscyplinarna forma turystyki łączy aspekty edukacyjne, kulturowe i rekreacyjne, co stanowi przykład synergii między dziedzictwem kulturowym a rozwojem sektora turystycznego.

Równie istotną rolę w kształtowaniu przestrzeni turystycznej odgrywają uwarunkowania przyrodnicze i naturalne bariery. Rafał Krocak oraz Daniel Krzysztof Nowak w artykule *„Rola barier naturalnych jako granic miejscowości oraz zmiany tych granic pomiędzy drugim zdjęciem wojskowym Galicji (1861–1864) a współczesnością. Studium przypadku dla dawnego powiatu bieckiego”* analizują historyczne granice miejscowości w kontekście ukształtowania terenu. Badania pokazują, że rzeźba terenu i naturalne przeszkody, takie jak rzeki, wzgórza czy lasy, odgrywały kluczową rolę w kształtowaniu przestrzeni osadniczej, a ich wpływ jest wciąż istotny w planowaniu współczesnych działań turystycznych oraz ochrony krajobrazu. Autorzy podkreślają, że zrozumienie relacji między przyrodą a historią osadnictwa pozwala lepiej zarządzać obszarami turystycznymi, minimalizować presję turystyczną i chronić unikalne walory krajobrazowe regionu.

Nie można pominąć także kulturowych aspektów przestrzeni miejskiej, które wpływają na percepcję i doświadczenia turystów. Monika Machowska w artykule *„Dialog muralizmu z przestrzenią miasta, na przykładzie twórczości Judy Baca”* bada, w jaki sposób sztuka publiczna – w tym muralizm Chica-no w Kalifornii – kształtuje interakcje społeczne, edukacyjne i przestrzenne. Autorka wskazuje, że murale pełnią funkcję nie tylko artystyczną, ale również społeczną: wspierają rewitalizację obszarów marginalizowanych, tworzą przestrzeń do dialogu między mieszkańcami a odwiedzającymi oraz integrują lokalne społeczności poprzez edukację kulturową. Autorka podkreśla, że sztuka w przestrzeni publicznej może w znaczący sposób wpływać na atrakcyjność turystyczną miast, czyniąc je bardziej zróżnicowanymi, przyjaznymi i wielowymiarowymi w odbiorze przez turystów.

Dominika Miara w artykule *„Ocena zagospodarowania turystycznego zamków w województwie małopolskim”* dokonuje szczegółowej analizy infrastruktury turystycznej zamków w regionie oraz komfortu zwiedzania z perspektywy turystów. Autorka podkreśla, że historyczne obiekty są atrakcyjne nie tylko ze względu na wartość kulturową i historyczną, ale także dzięki jakości doświadczeń oferowanych odwiedzającym. Badania Dominiki Miary wskazują na istotne niedociągnięcia w zakresie oznakowania tras zwiedzania, bezpieczeństwa oraz dostępności udogodnień dla różnych grup turystów, w tym rodzin z dziećmi i osób z ograniczoną mobilnością. Autorka podkreśla, że inwestycje w te obszary są niezbędne, aby zwiększyć atrakcyjność zamków, przedłużyć czas pobytu turystów i wzmocnić ich satysfakcję z wizyty. Wnioski płynące z tego opracowania wskazują również na potrzebę integracji działań zarządców zamków z lokalnymi strategiami rozwoju turystyki, co może przyczynić się do zwiększenia konkurencyjności regionu i promowania dziedzictwa kulturowego Małopolski.

Sebastian Kozubek w artykule *„Parki kulturowe Krakowa a turystyka zrównoważona”* analizuje znaczenie parków kulturowych w ochronie dziedzictwa i zarządzaniu ruchem turystycznym w mieście. Autor wskazuje, że obszary takie jak Stare Miasto, Kazimierz czy Nowa Huta pełnią nie tylko funkcję rekreacyjną i edukacyjną, ale także umożliwiają równoważenie potrzeb turystów i mieszkańców. Sebastian Kozubek podkreśla, że skuteczna polityka turystyki zrównoważonej wymaga wprowadzenia narzędzi planistycznych, monitorowania natężenia ruchu turystycznego, a także wspierania inicjatyw kulturalnych i edukacyjnych, które wzbogacają doświadczenia odwiedzających. Autor zwraca uwagę, że parki kulturowe stają się platformą dialogu między ochroną dziedzictwa a rozwojem gospodarczym miasta, umożliwiając tworzenie przestrzeni atrakcyjnych dla turystów, jednocześnie minimalizując negatywny wpływ turystyki na życie mieszkańców.

Kolejnym istotnym aspektem współczesnej turystyki jest promocja miejsc i budowanie ich marki w świadomości potencjalnych odwiedzających.

Kamila Zasik w artykule „*Rola mediów w promocji turystyki*” wskazuje, że media, a szczególnie media społecznościowe, odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu decyzji turystycznych. Autorka analizuje wpływ recenzji online, rekomendacji influencerów oraz wizualnego marketingu na postrzeganie atrakcji turystycznych przez odbiorców. Kamila Zasik podkreśla, że spójna i przemyślana komunikacja w mediach pozwala nie tylko zwiększyć liczbę odwiedzających, ale również budować pozytywny wizerunek miejsca, wzmacniając jego rozpoznawalność i atrakcyjność w kontekście konkurencyjnych destynacji. W artykule wskazano, że skuteczna promocja wymaga monitorowania opinii użytkowników, reagowania na ich potrzeby i dostosowywania strategii marketingowej do zmieniających się trendów turystycznych, co w dłuższej perspektywie przyczynia się do trwałego rozwoju turystyki i poprawy doświadczeń odwiedzających.

Anna Diebel-Matsalak w swoim artykule „*Ochrona konsumentów w turystyce*” koncentruje się na roli edukacji prawnej w sektorze turystycznym, wskazując, że świadomy turysta to klucz do podnoszenia jakości usług. Autorka podkreśla, że rozwój świadomości konsumenckiej nie tylko chroni prawa podróżnych, ale również buduje zaufanie do branży turystycznej, co jest szczególnie istotne w miastach o dużym natężeniu ruchu turystycznego, takich jak Kraków. W artykule zwrócono uwagę na różnorodne mechanizmy edukacyjne, w tym kampanie informacyjne, dostępność porad prawnych i działania instytucji publicznych oraz prywatnych w zakresie zwiększania świadomości turystów. Anna Diebel-Matsalak argumentuje, że wykształcenie świadomego konsumenta przyczynia się do lepszego funkcjonowania rynku turystycznego, poprawy jakości obsługi oraz ograniczenia sytuacji konfliktowych między usługodawcami a odwiedzającymi.

W podobnym kontekście, lecz w ujęciu bardziej praktycznym, Patrycja Żmuda w artykule „*Zarządzanie atrakcją turystyczną na przykładzie Kawiarni Dziórawy Kocioł*” przedstawia, w jaki sposób atrakcyjność tematyczna może zostać połączona z ofertą gastronomiczną w celu przyciągania zróżnicowanych grup turystów. Autorka zwraca uwagę na znaczenie spójności koncepcji atrakcji, zarówno w zakresie wizualnym, jak i doświadczeń oferowanych odwiedzającym. Ważnym elementem analizy są także działania promocyjne prowadzone w mediach, które mają kluczowe znaczenie dla zwiększenia rozpoznawalności miejsca i skutecznego docierania do docelowych grup odbiorców. Przykład Dziórawego Kotła ukazuje, że przemyślane zarządzanie atrakcją turystyczną wymaga synergii między tematyką, designem przestrzeni oraz aktywnym marketingiem.

Z kolei Kinga Wójcik w artykule „*Marka miejsca Dubaj w sektorze turystycznym*” zajmuje się analizą procesów budowania wizerunku miasta jako atrakcyjnej destynacji turystycznej. Autorka zwraca uwagę na znaczenie kompleksowej strategii marketingowej, obejmującej zarówno rozwój

infrastruktury, jak i działania związane z marketingiem wizualnym, komunikacją spójną z wizerunkiem miasta oraz kreowaniem doświadczeń turystycznych zgodnych z oczekiwaniami odbiorców. Kinga Wójcik podkreśla, że sukces w tworzeniu marki miejsca wymaga zrównoważenia między autentycznym charakterem miasta a elementami atrakcji zaplanowanymi pod kątem promocji i wizerunku. Analiza Dubaju pokazuje, że skuteczna marka turystyczna nie tylko przyciąga odwiedzających, ale również zwiększa konkurencyjność miasta na rynku globalnym, jednocześnie dbając o spójność doświadczeń turystycznych i wrażenia estetyczne gości.

W swoim artykule *„Promocja muzeów krakowskich wpisanych do Państwowego Rejestru Muzeów”* Zofia Węgorzek podejmuje kompleksową analizę działań promocyjnych realizowanych przez krakowskie muzea, które znajdują się w oficjalnym rejestrze państwowym. Autorka bada nie tylko same strategie marketingowe, ale również sposób, w jaki są one odbierane przez odwiedzających, analizując zarówno postrzeganą atrakcyjność instytucji, jak i dostępność oferowanych usług kulturalnych. Zwraca uwagę na znaczenie zrozumienia potrzeb i oczekiwań współczesnych turystów, podkreślając, że skuteczna promocja muzealna nie może opierać się wyłącznie na tradycyjnych formach reklamy, lecz powinna obejmować działania z zakresu komunikacji cyfrowej, mediów społecznościowych oraz interaktywnych doświadczeń.

Współczesne badania nad krajobrazem, turystyką i zarządzaniem przestrzenią kulturową wymagają interdyscyplinarnego podejścia, które uwzględnia zarówno walory przyrodnicze, historyczne i kulturowe, jak i współczesne potrzeby turystów, mechanizmy promocji oraz zrównoważonego rozwoju. Artykuły zgromadzone w niniejszym opracowaniu pokazują, że zarówno lokalne inicjatywy, jak i strategie globalne, mogą współistnieć w spójnej koncepcji rozwoju turystyki, podnosząc znaczenie miejsca w świadomości społecznej i wspierając zrównoważone zarządzanie przestrzenią.

Kamila Ziółkowska-Weiss