

*Zakład Geologii i Ochrony Litosfery, Uniwersytet Marii Curie Skłodowskiej w Lublinie

**Zakład Geografii Regionalnej i Turyzmu, Uniwersytet Marii Curie Skłodowskiej w Lublinie

DAGMARA KOCIUBA*, WALDEMAR KOCIUBA**

*Potencjał turystyczny Lublina jako czynnik rozwoju miasta
na przestrzeni wieków*

Lublin's tourist potential as a factor of city development over the centuries

Słowa kluczowe: Lublin, potencjał turystyczny, projekty turystyczne, polityka turystyczna miasta

Key words: Lublin, touristic potential, touristic projects, local tourism politics

WPROWADZENIE

Lublin – pięknie położony na wysokiej bystrzyckiej skarpie, z zachowanym średniowiecznym układem urbanistycznym (ryc. 1), strzelistymi wieżami licznych kościołów, malowniczymi krajobrazami i urokliwymi zakątkami, w których „czas się zatrzymał”, jest miastem niewątpliwie atrakcyjnym dla turystów. Atrakcyjne jest już samo położenie miasta – u zbiegu trzech rzek (Bystrzycy, Czechówki i Czerniejówki), na terenach o urozmaiconej rzeźbie – pagórkach i cyplach lessowych porozdzielanych systemami suchych dolin i wąwozów.

Walory przyrodnicze i kulturowe Lublina sprawiły, że od sześciuset lat jest on obiektem zainteresowania przyjezdnych. Lokacja średniowiecznego miasta w obrębie wzgórz lessowych sprawiła, że szczególnie duże wrażenie na odwiedzających miasto robiła jego panorama widziana od strony południowej (od łąk i rozlewisk w dolinie rzeki Bystrzycy). Była ona wielokrotnie uwieczniana na sztychach i obrazach (Kociuba 2007). Do najbardziej znanych należą sztych A. Hogenberga z 1617 r., na którym staw Wielki Królewski piętrzony w dolinie



Ryc. 1. Średniowieczny układ urbanistyczny Starego Miasta w Lublinie (źródło: www.jarmarkjagiellonski.pl)
Middle ages town-planning system of Lublin's Old Town (source: www.jarmarkjagiellonski.pl)

Bystrzycy i wysoka skarpa bystrzycka stanowią tło dla renesansowej zabudowy miasta (ryc. 2).

Opisy tej panoramy podkreślające zarówno walory przyrodnicze, jak i kulturowe Lublina znajdujemy w wielu opracowaniach, poczynając od XIX-wiecznych. Oto niektóre z nich (zachowano pisownię oryginalną): „[...] najpiękniejszy zaś punkt widzenia miasta Lublina uważając go jako obraz, jest od wjazdu Zamojskiego, z kąd gmachy i kościoły tworzą jedną masę. Na dole płaszczyna, łąki, rzeka Bystrzyca i piękne wzgórza zamykające obraz.” (ryc. 3); „[...] przy zachodzie słońca [...] skupione miasto przezroczytym cieniem od frontowych budowli ocienione, zakończenia zaś wież kościelnych połyskiem słonecznym tu i owdzie tknięte, czarowną tej masy robią illuzją”. „Cudowny tychże łąk widok urozmaicony obrazem gór i wspaniałych budowli, zachwyca oko nie tylko podróżnego, ale nawet tych, którzy je nieraz oglądali. Bystrzyca [...] miga jak ciemna wstęga, wśród zieloności i kwiatów rozpięta na długim obszernym tle, w czarodziejski wieniec starożytne mury świątyń zdobiącym” (Sierpiński 1839).

Lublin leżący na pograniczu kultur wschodniej i zachodniej, zamieszkiwany przez wieki przez ludność różnych narodowości i religii, jest historycznie ukształtowanym miastem wielokulturowym. Potencjał turystyczny Lublina wykazywał dużą zmienność w czasie. Zainteresowanie Lublinem, jako celem



Ryc. 2. Widok renesansowego Lublina od strony doliny Bystrzycy (Hogenberg A., 1617, Obraz miasta Lublina... [w:] Braun G., Hogenberg A., 1618: „Civitates orbis terrarum”, t. 6. Kolonia, Muzeum Lubelskie w Lublinie)

Renaissance Lublin – view from the Bystrzyca river valley side (Hogenberg A., 1617, Picture of Lublin town... [in:] Braun G., Hogenberg A., 1618: „Civitates orbis terrarum”, vol. 6. Cologne, Lublin Province Museum)



Ryc. 3. Widok Lublina od południa (Hackert P. E., 1840, Biblioteka Narodowa w Warszawie)
Lublin – view from the South (Hackert P. E., 1840, Warsaw National Library)

przyjazdów odwiedzających, pojawiło się już w XV wieku. Wraz z rozwojem miasta oraz zmianami jego rangi i znaczenia w Polsce i na świecie przemianom podlegał również potencjał turystyczny ośrodka. Początkowo Lublin był celem turystyki związanej z polityką oraz towarzyskiej i biznesowej. W okresie zaborów rozwinęła się turystyka weekendowa, uzdrowiskowa i kulturalna. Na okres ten datuje się również powstanie pierwszych publikacji o charakterze przewodników po mieście i jego okolicy. Wiek XX przyniósł nie tylko szybki i wielokierunkowy rozwój turystyki, ale też wiele ograniczeń dla pełnego wykorzystania potencjału turystycznego Lublina (Kociuba 2008).

ZRÓŻNICOWANIE POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO LUBLINA W CZASIE

W niemal siedemsetletniej historii miasta Lublina można wyróżnić kilka okresów w których dzięki synergii uwarunkowań naturalnych oraz pozytywnych bodźców gospodarczych i politycznych miasto przyciągało liczne rzesze odwiedzających. W tym czasie pojawiły się różne dziedziny turystyki, które dynamizowały rozwój gospodarczy, a także sprzyjały przemianom przestrzennym i funkcjonalnym miasta (Kociuba 2005; 2008).

Pierwszy okres aktywizacji przypada na XV–XVI wiek, kiedy to rozwinęła się turystyka związana z aktywnością zawodową. Lublin, położony na szlakach kupieckich wiodących z Europy wschodniej i zachodniej, był wówczas głównym ośrodkiem wymiany towarowej między Polską a Litwą oraz centrum handlowym o znaczeniu międzynarodowym. W mieście organizowano jarmarki, na które zjeżdżali kupcy z Europy wschodniej, zachodniej i południowej. Powstało wówczas wiele budowli użyteczności publicznej związanych z handlem (smatruzy, kramy, jatki, wagi), ale też urządzeń produkcyjnych (młyny, szlifiernie, woskobojnje, papiernia).

Od XV, a szczególnie od II połowy XVI wieku na skutek podniesienia rangi Lublina jako ośrodka administracyjno-sądowiczego rozwinęła się turystyka związana z polityką i towarzyską. Na wielotygodniowe sejmy i sejmiki oraz trwające pół roku obrady Trybunału Koronnego zjeżdżała szlachta i magnaci wraz całymi rodzinami i służbą. Miało to znaczący wpływ na rozwój rynku usług (noclegi, gastronomia, handel) i wytwórczości (szewstwo, krawiectwo, kuśnierstwo, garbarstwo i in.) nastawionej na potrzeby uczestników posiedzeń i ich rodzin. Towarzyszący im rozwój budownictwa (dwory, pałace, kościoły i klasztory fundowane przez magnatów i szlachtę) wpłynął na przemiany zasobów strukturalnych, które w przyszłości zwiększyły atrakcyjność turystyczną miasta (Kociuba 2005).

Ponowne zainteresowanie Lublinem jako ośrodkiem turystycznym pojawiło się w pierwszej połowie XIX w. Wiązało się to z jednej strony z odbudową miasta po okresie wojen w XVII i XVIII w., a z drugiej ważną rolę, jaką pełnił Lublin w strukturach administracyjnych Cesarstwa Rosyjskiego.

Na okres zaborów przypada rozwój w y p o c z y n k u k r ó t k o t e r m i n o - w e g o , w e e k e n d o w e g o . Do Lublina przybyli wówczas licznie rosyjscy urzędnicy i wojskowi z całymi rodzinami. Rozpropagowali oni wśród mieszkańców miasta „modę” na wycieczki podmiejskie. Penetrowano zwłaszcza najbliższe okolice Lublina. Rekreacji sprzyjało powstawanie nowych parków miejskich – ogrodów: Saskiego, Bronowickiego i Rusałka (Kociuba 2008).

W pierwszej połowie XIX w. w związku z odkryciem i eksploatacją wód żelazistych wykorzystywanych w lecznictwie pojawiła się t u r y s t y k a u z d r o w i s k o w a . Był to czas prosperity zdrojowiska w podlubelskim Sławinku (obecnie teren Ogrodu Botanicznego UMCS), gdzie na lecznicze kąpiele zjeżdżali kuracjusze z całej Europy (Gawarecki 1975). Ze względu na ograniczoną bazę noclegową większość kuracjuszy zatrzymywała się w Lublinie, do Sławinka dojeżdżając tylko na zabiegi. Na terenie Bronowic działała pijalnia wód mineralnych, przy której z czasem wybudowano łazienki, późniejsze łazienki miejskie przy ul. Bronowickiej, działające do drugiej połowy XX wieku (Kociuba 2005).

Początki zorganizowanego ruchu turystycznego pojawiły się w drugiej połowie XIX wieku. Można je powiązać ze zwiększeniem dostępności komunikacyjnej, na co wpłynęło przede wszystkim połączenie Lublina linią Kolei Nadwiślańskiej z Warszawą i Kowlem, a w następnych latach również z Zagłębiem Dąbrowskim, Łukowem i Rozwadowem.

Na ten okres przypada także rozwój t u r y s t y k i k u l t u r a l n e j . W Lublinie sukcesywnie zwiększano ofertę w tym zakresie. Powstały nowe teatry, kinematografy, kinoteatry, teatry letnie, a także Muzeum Lubelskie.

Atrakcyjność turystyczna miasta była też związana z pełnioną przez nie rolę centrum gospodarczego rolniczego regionu. Sprzyjało to rozwojowi t u r y s t y k i b i z n e s o w e j . Do Lublina przyjeżdżali właściciele ziemscy, przedsiębiorcy, kupcy w celu zbycia towarów oraz zakupu maszyn i urządzeń przydatnych w majątkach i folwarkach. Spowodowało to dynamiczny rozwój bazy noclegowej. W mieście rozpoczęły też działalność pierwsze banki i instytucje kredytowe. Lublin stał się centrum finansowo-kredytowym i wystawienniczym (w mieście organizowano wystawy rolnicze i przemysłowe) (Kociuba 2008).

W okresie międzywojennym pojawiła się t u r y s t y k a s p o r t o w a . Powstały nowe obiekty: boiska, przystań kajakowa na Bystrzycy, tor wyścigowy, kąpielisko (baseny) na Czechówce (Kociuba 2005).

Po II wojnie światowej nastąpił intensywny rozwój turystyki kulturalnej i sportowej. Powstały nowe muzea (m.in. Muzeum na Majdanku, Muzeum Wsi Lubelskiej) oraz obiekty sportowe (stadiony, pływalnie, boiska, tor kartingowy i in.) (Kociuba 2005).

Pierwsze lata XXI w. przyniosły stały wzrost zainteresowania turystyką biznesową, zwłaszcza za sprawą prężnie się rozwijających instytucji promocyjno-handlowych, szczególnie Międzynarodowych Targów Lubelskich SA (MTL). Na organizowane przez nie cykliczne imprezy przyjeżdżają wystawcy z krajów UE i Europy Wschodniej. Odnotowuje się też stały wzrost zainteresowania turystyką kulturalną. Obecnie w Lublinie organizowanych jest wiele cyklicznych imprez o ugruntowanej renomie, w tym siedemnaście o zasięgu międzynarodowym (m.in. Międzynarodowy Konkurs Młodych Skrzypków im. K. Lipińskiego, Międzynarodowy Festiwal Konfrontacje Teatralne, Międzynarodowy Festiwal Teatrów Europy Wschodniej „Sąsiedzi”), na które przyjeżdżają artyści i widzowie z całego świata (Kociuba 2005a). Urozmaicono ofertę turystyczną poprzez oddanie do użytku trasy Lubelskie Podziemia przechodzącej pod Starym Miastem (o długości 300 m, na trzech kondygnacjach na głębokości od 9 do 14 m) oraz organizację ogólnodostępnych imprez plenerowych, m.in. Jarmarku Jagiellońskiego.

PROJEKTY Z DZIEDZINY TURYSTYKI. BUDOWA MARKI MIASTA

Aby przyciągnąć do miasta i, co ważniejsze, zatrzymać w nim na kilka dni, turystów, zarówno Urząd Miasta Lublin, jak też poszczególne placówki kulturalne prowadzą zakrojone na szeroką skalę działania marketingowe i promocyjne.

PROJEKT „MARKA LUBLIN”

„Marka Lublin” jest sztandarowym projektem promocyjnym, przygotowywanym przez władze miasta. Ma on służyć przygotowaniu spójnego, trwałego wizerunku Lublina oraz narzędzi wykorzystywanych do jego promocji. Traktując Lublin jako markę, należy skupić się na jak najlepszym zarządzaniu nią. Takie przekonanie stanowi podstawę realizacji projektu, którego celem jest odebranie turystów Krakowowi. Grupę docelową projektu stanowią osoby w wieku 25–45 lat. Prace rozpoczęły się w 2007 roku i są podzielone na kilka etapów.

Etap pierwszy miał na celu stworzenie i wdrożenie systemu identyfikacji wizualnej Lublina (logo miasta, hasło promocyjne, wzory gadżetów rekla-

mowych, plakatów, billboardów). Poprzedziły go badania ilościowe dotyczące postrzegania Lublina przez mieszkańców innych miast polskich¹ oraz badania jakościowe, w których poddano ocenie propozycje wizerunku miasta.² Przeprowadzono również konsultacje społeczne z udziałem Prezydenta miasta i przedstawicieli świata nauki, biznesu, kultury, turystyki. Kolejnym krokiem było przygotowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej (SIW) Lublina. W połowie 2007 roku ogłoszono ogólnopolski konkurs na logo i hasło promocyjne, ale żadna z kilkudziesięciu nadesłanych propozycji nie została zaakceptowana przez komisję konkursową (jak podano w uzasadnieniu „nie spełnia wymogów merytorycznych konkursu”). Dlatego podjęto decyzję, że logo wraz z hasłem promocyjnym wykona dla Lublina specjalistyczna agencja (warszawska firma Brand Nature Access). Firma przedstawiła dwa projekty logo, które spotkały się z miażdżącą krytyką opinii publicznej oraz środowisk artystycznych, kulturalnych i naukowych (oprócz władz miasta, które chwaliły oba projekty) wraz z hasłem: „Renesans inspiracji”. Ostatecznie wybrano propozycję logo z napisem „Lublin” wykonaną czcionką Leonardo da Vinci (czytający ma wrażenie, że nazwa miasta brzmi „Tubtin”), któremu towarzyszy czerwono-zielony znak graficzny o skomplikowanej symbolice, kojarzący się z „okiem proroka” oraz nowe hasło: „miasto inspiracji” (ryc. 4). Po zatwierdzeniu SIW rozpoczęto prace nad przygotowaniem materiałów promocyjnych.

W maju 2008 roku przeprowadzono kolejny etap wdrażania strategii marki miasta. Była to wizerunkowa kampania outdoorowa w Warszawie pod hasłem „Lublin. Nieziemski klimat” (autorem linii kreatywnej jest warszawska firma

¹ Było to badanie ankietowe przeprowadzone metodą wywiadów telefonicznych wspieranych komputerowo (CATI). Wyniki raportu powstałego na podstawie ankiety były bardzo niepokojące. Lublin jest słabo znany Polakom (tylko 14% ankietowanych wymienia Lublin w pierwszej dziesiątce miast polskich) oraz nie posiada wyróżników, które byłyby dla niego charakterystyczne. Najczęstszym skojarzeniem związanym z Lublinem był dla badanych Katolicki Uniwersytet Lubelski (KUL) (25% wskazań); osobom, które odwiedziły Lublin miasto kojarzy się głównie z lubelskim zamkiem, katedrą i Starym Miastem. Lublin nie pojawia się wśród miast wskazywanych jako atrakcyjne turystycznie oraz jako atrakcyjne dla przedsiębiorców.

² Badania wykonano metodą sześciu zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI) z ludźmi aktywnymi, często podróżującymi po Polsce. Badaniu poddane zostały cztery koncepcje wizerunku Lublina, roboczo nazwane: 1) tygiel smaków; 2) brama Wschodu; 3) polski Oxford; 4) baza wypadowa. Z raportu z badań wynika, że Lublin jest miastem bardzo mało znanym; ze względu na peryferyjne położenie wskazywano, że w mieście musiałoby się dziać coś wyjątkowego, aby się tam udać. Lublin jest rozpoznawany tylko dzięki KUL oraz pięknym okolicom (Kazimierz Dolny, Nałęczów). Lublin nie budzi spontanicznie żadnych skojarzeń. Badani wskazywali, że w odróżnieniu od innych dużych miast nie wiadomo, jaki Lublin ma charakter; jako wiodące cechy miasta najczęściej wybierano otwartość, życzliwość, spokój, bezpieczeństwo. Z drugiej jednak strony Lublin kojarzył się ankietowanym z zacofaniem, szarością i starością.



Ryc. 4. Logo i hasło promocyjne Lublina (projekt graficzny Brand Nature Access)

Lublin's logo and promotion slogan (graphic design by Brand Nature Access)

DDB Warszawa Sp. z o.o.). Przygotowano trzy rodzaje billboardów, na których zestawiono freski z Kaplicy Świętej Trójcy na lubelskim Zamku (sceny: Cud uzdrowienia w szabat, Archanioł i wizerunek konny Władysława Jagiełły)



Ryc. 5. Billboard promocyjny kampanii „Lublin. Nieziemski klimat” (projekt graficzny DDB Warszawa)

Promotion billboard of campaign „Lublin. Unworldly climate” (graphic design by DDB Warsaw)

z wizerunkiem bramy Krakowskiej (ryc. 5) oraz postaciami młodych ludzi gitarzysty i deskorolkarza. Billboardy umieszczono na 150 nośnikach ulokowanych w centrum stolicy oraz w okolicy centrów handlowych, głównych skrzyżowań i tras wylotowych. Przekaz kampanii brzmiał: „Lublin to miasto, w którym historia przeplata się ze współczesnością. Bogate dziedzictwo kulturowe wpływa na codzienne życie. Kameralność, nastrojowość uwypukla tożsamość miasta, jego unikalny klimat”. Celem działań było upowszechnianie

tożsamości Lublina poprzez wzrost rozpoznawalności miasta w Polsce, zwiększenie jego atrakcyjności turystycznej i zachęcenie do odwiedzenia Lublina.³

PROJEKTY TURYSTYCZNE W RAMACH EUROREGIONU BUG

Lublin bierze również udział w projektach turystycznych w ramach Euroregionu Bug współfinansowanych z programów PHARE Fundusz Małych Projektów oraz w ramach Programu Sąsiedztwa Polska–Białoruś–Ukraina INTERREG III A/ TACIS CBC (Kociuba 2005a). W Lublinie otwarto Turystyczne Centrum Obsługi Ruchu Transgranicznego, które ma za zadanie promowanie polskiej i ukraińskiej części Euroregionu Bug i wspólnych projektów turystycznych oraz gospodarczych, m.in.:

– „Eurotrójkąt Przyjaźni Lublin–Łuck–Brześć” mający na celu rozwój turystyki na Lubelszczyźnie oraz pobudzanie aktywności turystycznej młodzieży. W ramach projektu wytyczono trasę turystyczną Eurotrójkąt Przyjaźni (opatrzoną systemem identyfikacji wizualnej), przebiegającą przez polską, ukraińską i białoruską część Euroregionu Bug. Utworzono Biuro Obsługi Szlaku, przeprowadzono szkolenia dla osób zaangażowanych w projekt z sektora turystycznego, zorganizowano także kilkanaście wycieczek pilotażowych w ramach szlaku dla młodzieży szkolnej z Polski, Ukrainy i Białorusi.

– „Turystyka bez granic – Promocja ośrodków turystycznych Euroregionu Bug” wspierający rozwój sektora turystycznego trzech miast: Lublina, Łucka i Brześcia, poprzez wielojęzyczne publikacje promocyjne, wspólne szkolenia, strony internetowe. Jego celem jest unowocześnienie obsługi i promocji turystyki transgranicznej na strategicznych dla turystyki Lubelszczyzny rynkach Białorusi i Ukrainy.

– „Zintegrowane oznakowanie turystyczne Lublina”, w ramach którego wykonano wielojęzyczne oznakowanie obiektów i ulic Lublina w celu zwiększenia dostępności turystycznej miasta oraz wykreowania jego wizerunku jako miejsca przyjaznego dla odwiedzających.

– „Blisko, coraz bliżej – Euroregionalny Ośrodek Informacji i Współpracy Kulturalnej w Lublinie” oraz „Współpraca kulturalna Lublina, Brześcia i Łucka – działania informacyjne i artystyczne”, dzięki którym artyści (plastycy,

³ Kampania ta była przeprowadzona w bardzo nieodpowiednim momencie, gdyż w kaplicy św. Trójcy trwał remont, nie można więc było zobaczyć słynnych fresków przedstawionych na billboardach. Doprowadziło do szerokiej fali krytyki w mediach zarówno pomysłodawców kampanii, jak i władz miasta.

muzycy, tancerze) i zespoły artystyczne polskie, białoruskie i ukraińskie zyskały możliwość prezentacji swojego dorobku i szerokiej promocji.

– „Program wspierania udziału w imprezach targowych Lublin–Brześć–Łuck. Eurotrójką „Targi 2007” zapewnia wsparcie organizacyjne i rzeczowe firmom z Brześcia i Łucka chcącym uczestniczyć w międzynarodowych imprezach targowych odbywających się w Lublinie. Główny cel zakłada intensyfikację bezpośrednich kontaktów handlowych pomiędzy przedsiębiorcami prowadzącymi działalność gospodarczą na obszarze Euroregionu Bug.

LUBLIN POMNIKIEM HISTORII

W kwietniu 2007 r. lubelskie Stare Miasto wraz z Zamkiem i częścią Śródmieścia w rejonie ulic Bernardyńskiej, Żmigrodu, Królewskiej, Podwala oraz Zamkowej otrzymały prestiżowy tytuł Pomnika Historii przyznawany przez Prezydenta RP. Jest to najwyższa forma ochrony zabytków poza wpisem na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Na liście Pomników Historii znajduje się obecnie trzydzieści sześć zabytkowych obiektów lub ich zespołów (poza Lublinem jest na niej dziewięć miast) z całego kraju, m.in. Biskupin, Jasna Góra, zamek krzyżacki w Malborku czy kopalnia soli w Wieliczce, a z Lubelszczyzny – Kazimierz Dolny, Zamość – w granicach obwarowań z XIX wieku oraz zespół pałacowy w Kozłówce. Są to zabytki szczególnie istotne dla polskiego dziedzictwa kulturowego, odznaczające się dużymi wartościami historycznymi, naukowymi i artystycznymi. Wpis do rejestru Pomników Historii otwiera drogę do otrzymania najbardziej prestiżowego tytułu, czyli wejścia na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO, ale ma też wymiar praktyczny, np. ułatwia starania o środki unijne na renowację zabytków.

WPISY NA LISTĘ SKARBÓW EUROPEJSKIEGO DZIEDZICTWA KULTUROWEGO

W 2007 roku trzy zabytkowe obiekty z Lublina zostały wpisane na listę skarbów europejskiego dziedzictwa kulturowego, równie prestiżową jak lista Światowego Dziedzictwa UNESCO. W związku z tym wpisem siedemsetletnia bazylika Dominikanów, kaplica Trójcy Świętej na Zamku i pomnik Unii Lubelskiej zakwalifikowane zostały do grupy obiektów równie ważnych dla historii Europy, jak np. Akropol, opactwo Benedyktynów w Cluny czy Mur Berliński.

EUROPEJSKI PROGRAM „MIĘDZYKULTUROWE MIASTA”

W lutym 2008 roku Lublin, jako pierwsze miasto w Europie, został zakwalifikowany do pierwszej edycji programu „Międzykulturowe miasta”, którego

organizatorem jest Rada Europy i Komisja Europejska. Celem programu jest m.in. promocja różnorodności kulturowej, wspieranie miast w rozwoju międzykulturowych strategii i działań, które pomogą im poradzić sobie z różnorodnością, pomoc w kształtowaniu ogólnej wizji wielokulturowej polityki publicznej. Lublin ma być beneficjentem programu w kategorii: polityka i działania w dziedzinie kultury. Miasto będzie jedynym reprezentantem Polski. Do udziału w programie zgłosiło się czterdzieści miast z naszego kontynentu. Ostatecznie w programie uczestniczy dwanaście miast. Obok Lublina są to: Berlin (Niemcy), Lyon (Francja), Greenwich (Wielka Brytania), Reggio Emilia (Włochy), Neuchatel (Szwajcaria), Subotica (Serbia), Melitopol (Ukraina), Iżewsk (Rosja), Patras (Grecja), Oslo (Norwegia), Tilburg (Holandia).

STARANIA O PRYZNANIE TYTUŁU
EUROPEJSKIEJ STOLICY KULTURY W 2016 ROKU

W związku z ubieganiem się Lublina o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury (ESK) w 2016 roku rozpoczęto kampanię promocyjną tego projektu. Skierowana jest ona do mieszkańców Lublina i Lubelszczyzny oraz osób odwiedzających miasto. W celach promocyjnych powstał serwis <http://www.lublin2016.pl>, przeprowadzono kampanię billboardową (ryc. 6) w Lublinie oraz większych miastach regionu. Konkurentami Lublina w staraniach o tytuł ESK 2016 są: Toruń, Gdańsk, Poznań, Warszawa, Wrocław, Szczecin i Łódź.



Ryc. 6. Billboard promocyjny kampanii „Lublin. 2016”
(projekt graficzny J. Koziara)

Promotion billboard of campaign “Lublin 2016”
(graphic design by J. Koziara)

WPLYW DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH NA WIELKOŚĆ RUCHU TURYSTYCZNEGO I BAZY NOCLEGOWEJ

Rozwój turystyki ogranicza brak odpowiedniej infrastruktury i dobrej dostępności do bazy turystycznej, w tym biznesowej. Stosunkowo uboga baza noclegowa o nie najlepszym standardzie, ale wysokich cenach, nie sprzyja wypoczynkowi długoterminowemu.

Lublin od końca lat 80. XX wieku dysponował bardzo ubogą bazą noclegową wynoszącą ponad 800 miejsc. Nie sprzyjało to rozwojowi ruchu turystycznego na szerszą skalę. Sytuacja ta uległa zmianie w ostatnich latach. Powstało kilka nowych hoteli o zróżnicowanym standardzie rozmieszczonych w różnych punktach miasta oraz na jego przedmieściach. Obecnie Lublin oferuje 2,2 tys. całorocznych miejsc noclegowych w dwudziestu czterech obiektach. W 2007 roku z bazy noclegowej skorzystało ponad 177 tys. osób (w tym prawie 48 tys. turystów zagranicznych), którym łącznie udzielono 310 tys. noclegów, w tym 72 tys. turystom zagranicznym (średnio dwa noclegi na turystę rocznie). Liczba osób korzystających z noclegów w obiektach turystycznych w przeliczeniu na liczbę mieszkańców jest o 2% wyższa od średniej krajowej (497 na 1000 mieszkańców) (Rocznik... 2008).

Podobne zjawisko zaobserwowano w przypadku placówek gastronomicznych. Powstałe w ostatnich latach restauracje, puby i bary grupują się głównie na najbardziej atrakcyjnych dla turystów terenach Starego Miasta (w latach 2000–2008 wzrost do 65 placówek) oraz Śródmieścia.

Działania te przynoszą skutki w postaci zwiększenia przepływu ruchu turystycznego. Według danych Instytutu Turystyki z 2006 roku Lubelszczyzna jest na trzecim miejscu w kraju pod względem liczby turystów. Średnio w ciągu roku region odwiedza 1,2 mln turystów zagranicznych i 2 mln polskich. Z bazy noclegowej korzysta 90 tys. ludzi. Większość z nich to obywatele Izraela (18,7 tys.). Na drugim miejscu plasują się Ukraińcy (17 tys.). Przeważają pobyty krótkoterminowe.

Według danych Światowej Rady Podróży i Turystyki udział osób zatrudnionych w Polsce w szeroko pojętej gospodarce turystycznej w 2004 roku wyniósł 7,3%. W Lublinie ten odsetek był niemal trzykrotnie mniejszy, tj. wyniósł około 2,5%. Jednakże w latach 2003–2004 przychody przedsiębiorstw działających w tej branży wzrosły dwuipółkrotnie (Rocznik... 2005), co świadczy o rosnącej randze tej dziedziny turystyki w gospodarce miasta.

W ostatnich latach nastąpiło lepsze dostosowanie miasta do potrzeb zorganizowanego i indywidualnego ruchu turystycznego. Powstało wiele nowych obiektów (hotele, restauracje), ale też otwarto wypożyczalnie samochodów.

Urozmaicono ofertę turystyczną poprzez organizacje ogólnodostępnych cyklicznych imprez, m.in. Jarmarku Jagiellońskiego, którego edycje w 2007 i 2008 roku zgromadziły ponad 250 tys. odwiedzających.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Potencjał turystyczny Lublina wykazywał dużą zmienność w czasie. Zainteresowanie Lublinem pojawiło się w już w XV wieku. Początkowo miało ono charakter turystyki biznesowej oraz związanej z polityką i towarzyskiej. Rozwinięcie tego nurtu miało miejsce w XVI–XVIII w. W okresie zaborów rozwinęła się turystyka weekendowa. Na XIX w. przypada rozkwit turystyki uzdrowskiej. Początki zorganizowanego ruchu turystycznego przypadają na drugą połowę XIX wieku. Wpłynęło na to zwiększenie dostępności komunikacyjnej Lublina, który połączono linią Kolei Nadwiślańskiej z Warszawą i Kowlem. Sukcesywnie zwiększano też ofertę kulturalną miasta. Ponowne ożywienie nastąpiło w turystyce biznesowej. W okresie międzywojennym rozwinęła się turystyka kulturalna i sportowa. Poszerzenie oferty turystycznej miało miejsce zwłaszcza po II wojnie światowej. Powstały wówczas nowe obiekty sportowe i muzea. Obecnie w Lublinie organizowanych jest kilka cyklicznych imprez kulturalnych o ugruntowanej renomie. Za sprawą targów organizowanych przez MTL SA reaktywację przeżywa turystyka biznesowa. Przez wieki poszerzanie oferty turystycznej miasta sprzyjało jego rozwojowi gospodarczemu i przestrzennemu.

Lublin, jako historycznie ukształtowane miasto wielokulturowe, ma bardzo duży potencjał rozwoju turystyki. Miasto stanowi obecnie regionalny węzeł obsługi ruchu turystycznego z zapleczem hotelowym, licznymi atrakcjami, zwłaszcza w zakresie zasobów dziedzictwa kulturowego. Najczęściej odwiedzanymi miejscami są: Stare Miasto z zachowanym układem urbanistycznym miasta średniowiecznego, liczne zabytki budownictwa sakralnego reprezentujące styl architektoniczny renesansu lubelskiego, a także Obóz Zagłady na Majdanku. Lublin jest jednym z głównych miast na międzynarodowym szlaku turystycznym „Trakt Kraków–Lublin–Wilno”. Działania promujące Lublin m.in. w ramach trasy „Eurotrójkąt Przyjaźni: Lublin–Luck–Brześć” zaowocowały w ostatnim roku ponaddwukrotnym wzrostem ruchu turystycznego.

Lublin jako miasto, które w ciągu wieków skupiało ludzi różnych kultur, może przyciągnąć turystów zarówno z obszaru Europy, jak i całego świata. Aktywizacji ruchu turystycznego będzie zapewne służyć realizacja projektów rozwoju turystyki na obszarze Euroregionu Bug prowadzona wspólnie z władzami obwodów wołyńskiego i brzeskiego. Ogromną szansą w promocji turystycznej

miasta będzie wpisanie zespołu staromiejskiego Lublina na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Pierwszym krokiem na tej drodze było uzyskanie w 2007 roku tytułu Pomnika Historii. Miasto czyni starania o przyznanie tytułu Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku. W tym celu kreowana jest „Marka Lublin” oraz prowadzone są akcje promujące Lublin w innych miastach i internecie. W lutym 2008 roku Lublin jako pierwsze miasto w Europie został zakwalifikowany do pierwszej edycji programu „Międzykulturowe Miasta”. Nawiązanie do tradycji wielokulturowości pozwoli na zdynamizowanie rozwoju turystyki w mieście.

Turystycznemu rozwojowi Lublina sprzyja centralne położenie w regionie, dzięki któremu stanowi on bazę wypadową dla krótkookresowych wycieczek (Kazimierz Dolny, Nałęczów, Zamość, Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie, Roztocze). Geopolityczne walory lokalizacji – przy wschodniej granicy UE – sprawiają, że może również pełnić rolę ponadregionalnego (krajowego, międzynarodowego) węzła obsługi ruchu turystycznego. Barięrami dla szybszego rozwoju turystyki w mieście jest jednak nadal niewystarczająca infrastruktura turystyczna (w szczególności mało zróżnicowana oferta noclegowa skutkująca niewielką liczbą pobytów długoterminowych, zła jakość sieci komunikacyjnej i brak lotniska) oraz stosunkowo jeszcze słaba promocja imprez kulturalnych rozpoznawalnych w kraju i za granicą, przyciągających zwykle znaczne rzesze turystów.

LITERATURA

- Gawarecki H., 1974: O dawnym Lublinie. Szkice z przeszłości miasta. Wyd. Lubelskie, Lublin.
- Kociuba D., 2005: Przyrodnicze, gospodarcze i polityczne uwarunkowania rozwoju struktury funkcjonalno-przestrzennej Lublina. Maszynopis pracy doktorskiej. Zakład Geologii i Ochrony Litosfery UMCS, Lublin.
- Kociuba D. 2005a: Szanse i bariery rozwoju Lublina jako ośrodka metropolitalnego. *Studia Regionalne Central & Eastern Europe Regional Studies*, nr 1–2 (9). Wyd. Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku, Białystok.
- Kociuba D., 2007: Analiza treści i okoliczności powstania planów i widoków Lublina, [w:] Harasimiuk M., Kociuba D., Dymmel P. (red.), *Plany i widoki Lublina. XVII–XXI wiek*. Oddział Miejski PTTK, Lublin.
- Kociuba D., 2008: Funkcja turystyczna Lublina dawniej i dziś, [w:] I. Jażdżewska (red.), *Funkcja turystyczna miast*. Łódź, s. 69–80.
- Rocznik statystyczny Województwa Lubelskiego, 2005, 2008, Urząd Statystyczny w Lublinie, Lublin.
- Sierpiński S. Z., 1839: *Obraz miasta Lublina*. Warszawa.
- <http://www.lublin2016.pl>

SUMMARY

Lublin is situated on eastern border of Nałęczów Plateau at three rivers' confluence, it is the very picturesque city with beautiful panoramic sights. On touristic attractiveness of city influence both the natural as well cultural values, in peculiarity the objects of the material culture which are the heritage of men of different nationalities and religions living here over the centuries. The touristic potential of Lublin showed the large changeability in time. Its structural and functional supplies were changed. The division into periods of city's popularity was marked, from very large in XV–XVI and XIX–XXI century to smaller in period of the XVIII century. Last years the touristic policy activation was noticed which manifesting the intensification of marketing actions having on aim the enlargement the touristic attractiveness of city e.g. creating the mark of Lublin and the projects in frames of the Bug Euroregion. They are effective of elevation of the rank of cultural output e.g. acknowledgement of the Lublin's historical town-planning complex the title of Monument History, inclusion of Lublin to European programme "Intercultural Cities", or trying about acknowledgement in 2016 r. the title of European Capital of Culture.