

**Prace Komisji Geografii Przemysłu
Polskiego Towarzystwa Geograficznego**
kwartalnik naukowy

**Studies of the Industrial Geography Commission
of the Polish Geographical Society**
a scientific quarterly

**WYBRANE UWARUNKOWANIA
ROZWOJU USŁUGI TURYSTYCZNYCH**

pod redakcją
Wioletty Kilar i Moniki Noviello

**SELECTED CONDITIONS
FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM SERVICES**

edited by
Wioletta Kilar and Monika Noviello

DOI 10.24917/20801653.393

39(3) • 2025

Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu
Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
University of the National Education Commission, Krakow

PRACE KOMISJI GEOGRAFII PRZEMYSŁU POLSKIEGO TOWARZYSTWA GEOGRAFICZNEGO
STUDIES FROM THE INDUSTRIAL GEOGRAPHY COMMISSION OF THE POLISH GEOGRAPHICAL SOCIETY
39(3)

Redaktor naczelny / Editor-in-chief: Wioletta Kilar
Zastępca redaktora naczelnego / Associate editor: Sławomir Dorocki

Honorowy Redaktor Naczelny/ Honorary Editor: Zbigniew Ziolo

Redaktorzy tomu / Volume Editors: Wioletta Kilar, Monika Noviello

Rada Redakcyjna / Editorial Board

Felix Arion, György Csomós, Paweł Czapliński, Ben Derudder, Sławomir Dorocki, Wiesława Gierańczyk, Anatol Jakobson, Wioletta Kilar, Ana Maria Liberali, Tadeusz Marszał, Tomasz Rachwał, Piotr Raźniak, Andrés Rodríguez-Pose, Eugeniusz Rydz, Tadeusz Stryjakiewicz, Yolanda Carbajal Suárez, Zdeněk Ščzyrba, Anna Tobolska, Géza Tóth, Krzysztof Wiedermann, Nuri Yavan, Natalia Zdanowska, Zbigniew Ziolo

Lista recenzentów dostępna na stronie internetowej czasopisma / The list of reviewers is available on the journal's website

Redaktor prowadzący z Wydawnictwa / Managing editor of the Publishing House: Natalia Majoch
Redaktor językowy / Language editor: Roksana Blech
Korekta w języku angielskim / Proofreading of English texts: Richard Bolt

Deklaracja wersji pierwotnej / Definition of primary version

Wersja elektroniczna jest wersją pierwotną publikacji / The primary version of the journal is the electronic version

Czasopismo jest indeksowane w bazach / Journal is abstracted and indexed in:

BazEkon, BazHum, CEJSH (Central European Journal of Social Sciences and Humanities), CEEOL (Central and Eastern European Online Library), DOAJ (Directory of Open Access Journals), ERIH PLUS (European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences), IndexCopernicus, PBN – Polska Bibliografia Naukowa / Polish Scientific Bibliography, Pedagogiczna Biblioteka Cyfrowa / Pedagogical Digital Library, POL-index, Web of Science Core Collection – Emerging Sources Citation Index (ESCI)

Strona internetowa czasopisma z informacjami dla autorów i dostępem do pełnych tekstów archiwalnych artykułów w wersji elektronicznej / Journal website with information for authors and access to the full-text electronic versions of archive papers: <https://prace-kgp.uken.krakow.pl>, ISSN (ON-LINE): 2449-903X

Kontakt z redakcją / Journal contact

Sekretarz Redakcji (Editorial Secretary): Karolina Smętkiewicz, Monika Noviello
Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, ul. Podchorążych 2, 30–084 Kraków, p. 519a
tel. (+48) 12 662 64 13, e-mail: pracekgp@uken.krakow.pl

ISSN 2080-1653

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe UKEN, Kraków 2025

Wydawca/Publisher

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
University of the National Education Commission, Krakow

Wydawnictwo Naukowe Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
e-mail: wydawnictwo@uken.krakow.pl; <http://www.wydawnictwoup.pl>

Współwydawca/Co-publisher

Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu
Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Druk / Printed by Zespół Poligraficzny WN UKEN

WPROWADZENIE

Usługi turystyczne to działalność, która stanowi podstawę funkcjonowania gospodarki na wielu obszarach i w różnych skalach – od skali lokalnej, po globalną. W zależności od uwarunkowań przyrodniczych, kulturowych, społeczno-ekonomicznych i politycznych poszczególne obszary rozwijają usługi turystyczne mimo występowania licznych barier i wyzwań. Właśnie wokół tych zagadnień koncentruje się uwaga autorów publikujących w niniejszym tomie, w którym przedstawiono wybrane obszary badawcze w kontekście rozwoju usług turystycznych.

Uwarunkowania przyrodnicze, kulturowe i społeczno-ekonomiczne silnie wpływają na rozwój turystyki w Chinach. Chiny są eksplorowane przez turystów zarówno zagranicznych, jak i krajowych. Jak wynika z przeprowadzonych badań, turystyka krajowa w Chinach napotyka na wiele barier, które znacząco spowalniają jej rozwój. Jedną z nich są państwowe regulacje w zakresie wymiaru ilościowego i rozkładu czasowego urlopu wypoczynkowego. Problem ten omówiono na przykładzie studium przypadku specjalnego regionu administracyjnego Makau oraz prowincji Yunnan, zwracając uwagę na to, że regulacje w zakresie urlopów wypoczynkowych przyczyniają się do koncentracji ruchu turystycznego w kraju (Rettinger, Łyczkowski).

Istotnym uwarunkowaniem rozwoju usług turystycznych jest rozwój infrastruktury transportowej oraz dostęp do środków transportu. W ostatnim czasie ważnym środkiem transportu, szczególnie w miastach, stał się rower. Rozwiązaniem, które często występuje w dużych ośrodkach miejskich, jest system rowerów publicznych (BSS) w modelu bike and ride, który w połączeniu z transportem publicznym może stanowić początek modelu bike-share-and-ride. Badania prowadzone w Toruniu wykazały, że osoby korzystające z BSS w ramach mobilności multimodalnej częściej niż inni użytkownicy i przez większą liczbę miesięcy w roku korzystają z rowerów publicznych oraz że najważniejszą alternatywą dla użytkowników multimodalnych BSS jest transport publiczny (Kwiatkowski).

Rozwój turystyki jest uwarunkowany w dużej mierze postawami społecznymi. W ostatnich latach obserwuje się rosnącą rolę mediów społecznościowych w tym aspekcie. Działający w ich przestrzeni influencerzy dostarczają odbiorcom różnych treści dotyczących miejsc, często odległych i egzotycznych. Osoby te, zdając relację z warunków panujących w danym obszarze i przedstawiając utarte stereotypy, wpływają na wyobrażenie o danym miejscu i budują jego atrakcyjność. Badanie treści poświęconych Włochom, Maroku, Portugalii i Tunezji miało na celu sprawdzenie częstotliwości utrwalania stereotypów na Instagramie. Autorzy badań podkreślają znaczącą rolę materiałów wizualnych w kształtowaniu postrzegania danego miejsca oraz zwracają uwagę na potrzebę odpowiedzialnego wykorzystywania stereotypów przez influencerów. Tym samym badanie przyczynia się do lepszego zrozumienia roli influencerów w tworzeniu wizerunku turystycznego miejsca oraz ich wpływu na decyzje konsumenckie związane z usługami turystycznymi (Bechcińska, Mroczek-Żulicka, Penczewska, Stępień, Żulicki).

Atrakcyjność turystyczną miejsca można mierzyć za pomocą poziomu zainteresowania uczestników studenckiego programu Erasmus+. Okazuje się bowiem, że wiele ośrodków akademickich znajduje się w miastach wpisanych na listę UNESCO lub dysponujących obiektami z tej listy. Dzięki temu studenci programu Erasmus+ mogą łączyć mobilność akademicką z poznaniem dziedzictwa kulturowego danego kraju i różnorodnych krajobrazów kulturowych. Badania przeprowadzone wśród studentów programu Erasmus+ w Polsce (Uniwersytet Gdański) i na Słowenii (Universytet Primorski w Koprze) potwierdzają silną motywację młodych ludzi do poznawania obiektów kultury kraju goszczącego oraz konsumpcji lokalnych produktów. W artykule zawarto także rekomendacje i zalecenia dla zarządców obiektów dziedzictwa kulturowego i instytucji edukacyjnych dotyczące wzbogacenia oferty zajęć dla studentów zagranicznych (Maior).

Przedmiotem badań ostatniego artykułu jest dziedzictwo kulturowe. Autor dokonuje analizy funkcji, jakie pełnią współcześnie wschodniopruskie rezydencje wiejskie zlokalizowane w Polsce, a także identyfikuje możliwości i bariery związane z wykorzystaniem ich potencjału w kreowaniu zrównoważonych produktów turystycznych. W obrębie przeprowadzonych badań wskazano cztery kluczowe filary rozwoju tego potencjału. Są to: stabilność ekonomiczna, odpowiedzialność środowiskowa, sprawiedliwość i równowaga społeczna oraz trwałość kultury. Odwołując się do założeń koncepcji zrównoważonej turystyki dziedzictwa, opisano też bariery ograniczające rozwój zrównoważonych produktów turystycznych oraz możliwości ich turystycznej aktywizacji (Bożek).

Mamy nadzieję, że problematyka niniejszego numeru spotka się z Państwa zainteresowaniem. Zachęcamy do dzielenia się wynikami swoich badań na łamach naszego czasopisma.

Wioletta Kilar, Monika Noviello

INTRODUCTION

Tourism services are activities that form the foundation of the economy in many areas and at various scales—from local to global. Depending on natural, cultural, socio-economic and political conditions, individual regions develop their tourism services while encountering a range of barriers and challenges.

This volume focuses on these issues, with the authors presenting selected research areas concerning the development of tourism services.

Natural and cultural conditions, as well as socio-economic factors, strongly influence the development of tourism in China and the range of services offered. China is explored by both foreign and domestic tourists while research shows that domestic tourism in China faces many barriers that significantly slow its development. One of the most important is state regulation regarding the quantitative dimension and timing of vacation leave in China. Using the case study of the Macau Special Administrative Region and Yunnan Province, this research issue is discussed emphasizing that vacation regulations contribute to concentrations of tourism within that country (Rettinger & Łyczkowski).

Another important condition for the development of tourism services is the development of transport infrastructure and access to means of transport. Recently, the bicycle has become an important one, especially in cities. A solution that often appears in large urban centers is a public bicycle sharing system (BSS) using the “bike and ride” model which, when combined with public transport, can give rise to the “bike-share-and-ride” model. Research on this solution in Toruń showed that people using BSS, as part of multimodal mobility, use public bicycles more frequently and for more months of the year than other users. The most important alternative to public bicycles for multimodal BSS users is public transport (Kwiatkowski).

The development of tourism is largely conditioned by social attitudes. In recent years, the growing role of social media in this process has been observed. Influencers operating in this space provide audiences with content about places—often distant and exotic. By reporting on the prevailing conditions in a given place and presenting established stereotypes, these individuals influence the perception and attractiveness of a location. Research on the content shared by influencers on social media regarding Italy, Morocco, Portugal and Tunisia aimed to examine the frequency of perpetuating stereotypes through content posted on Instagram. The authors highlight the significant role of visual materials in shaping audience perceptions and emphasize the need for influencers to use stereotypes responsibly. The work contributes to a better understanding of the role of social media influencers in creating the image of a tourist destination and their impact on consumer decisions related to tourism services (Bechcińska, Mroczek-Żulicka, Penczewska, Stępień & Żulicki).

The tourist attractiveness of a given place can also be measured by the level of interest shown by students participating in the Erasmus+ program. It turns out that

many academic centers are located in cities listed as UNESCO World Heritage Sites or have sites on this list. This gives Erasmus+ students the opportunity to learn about the cultural heritage of the host country, thus allowing them to combine academic mobility with the exploration of diverse cultural landscapes. Research conducted among Erasmus+ students in Poland (University of Gdańsk) and in Slovenia (University of Primorska in Koper) confirms a strong motivation among students to explore the cultural sites of the host country and to consume local products. The research also includes recommendations for managers of cultural heritage sites and educational institutions to enrich the cultural offerings for international students (Maior).

Cultural heritage is also the subject of research in another article in this issue. The author analyzes the contemporary functions of East Prussian rural residences in Poland and identifies the opportunities and barriers related to using their potential in creating sustainable tourism products. The research identified four key pillars of their development: economic stability, environmental responsibility, social justice and balance, and cultural durability, as well as barriers limiting the development of sustainable tourism products and opportunities for their tourism activation, referring to the assumptions of the sustainable heritage tourism concept (Božek).

We hope that the topics covered in this issue of the journal will be of interest to you and we encourage you to share the results of your research in our journal.

Wioletta Kilar, Monika Noviello

RENATA RETTINGER

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Polska / University of the National Education Commission, Krakow, Poland

HUBERT ŁYCZKOWSKI

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Polska / University of the National Education Commission, Krakow, Poland

Regulacje czasu wolnego *versus* turystyka krajowa w Chińskiej Republice Ludowej – studium przypadku Makau i prowincji Yunnan

Leisure Regulations versus Domestic Tourism in the People's Republic of China: a Case Study of Macau and Yunnan Province

Streszczenie: W krajach o wysokim potencjale turystycznym i demograficznym, takich jak Chińska Republika Ludowa (ChRL), krajowy ruch turystyczny rozwija się dynamicznie. W ostatnich latach Chiny notują stały wzrost w krajowym ruchu turystycznym na terenie całego kraju. Sprzyjają temu m.in. atrakcyjność przyrodnicza i kulturowa, coraz większe udogodnienia formalne związane z podróżowaniem po całym kraju oraz rozwój infrastruktury turystycznej. Jednak turystyka krajowa w Chinach napotyka wiele barier, które znacząco spowalniają jej rozwój. Są one widoczne w różnych obszarach – społecznym, ekonomicznym i środowiskowym. Jedną z ważniejszych kwestii jest czas wolny, a w szczególności – państwowe regulacje w zakresie wymiaru ilościowego i rozkładu czasowego. Ograniczony wymiar urlopu wypoczynkowego przeciętnego pracownika decyduje o konieczności podróżowania w trakcie dni ustawowo wolnych od pracy, co z kolei jest przyczyną olbrzymiej czasowej i przestrzennej koncentracji ruchu turystycznego w kraju o ogromnym potencjale demograficznym. Polityka turystyczna władz ChRL charakteryzuje się wysokim stopniem interwencjonizmu, polegającym na wykorzystaniu instrumentów nakazowych w sterowaniu procesami funkcjonowania i rozwoju gospodarki turystycznej kraju. Dotyczy to strony zarówno popytowej, jak i podażowej. W niniejszym opracowaniu wykorzystano studium przypadku dwóch różnych regionów Chin: specjalnego regionu administracyjnego Makau oraz prowincji Yunnan. Celem badań jest analiza zagadnienia wielkości i rozkładu czasu wolnego jako głównego czynnika warunkującego rozwój turystyki krajowej, zwłaszcza w kontekście wybranych regionów turystycznych ChRL. Zakres wykorzystanych metod objął studia literaturowe oraz analizę porównawczą.

Abstract: In countries with high levels of tourism and demographic potential, such as the People's Republic of China (PRC) domestic tourism is developing dynamically. In recent years, China has seen steady growth in domestic tourism throughout the country supported by factors such as its attractive natural and cultural landscapes, the increasing formal restrictions on travel throughout the country, and the development of tourism infrastructure. Domestic tourism in China encounters numerous barriers that significantly slow its development. These conditions manifest themselves in various dimensions: social, economic and environmental. One of the most important issues is that of free time, particularly state regulations regarding its quantity and timings. The limited amount of vacation time for the average employee necessitates travel during public holidays, which leads to a significant temporal and spatial concentration of tourism in a country with enormous demographic potential. The PRC government's tourism policy is characterized by a high degree of interventionism, relying on prescriptive instruments to guide the operation and development of the country's tourism economy,

addressing both demand and supply. This study utilizes case studies of two different regions: the Macau Special Administrative Region and Yunnan Province. Its aim is to analyze the volume and distribution of leisure time as a key factor influencing the development of domestic tourism, particularly in the context of selected tourist regions. The methods employed include literature studies and comparative analysis.

Słowa kluczowe: Chińska Republika Ludowa; Makau; turystyka krajowa; Yunnan

Keywords: domestic tourism; Macau; People's Republic of China; Yunnan

Otrzymano: 31 lipca 2025

Received: 31 July 2025

Zaakceptowano: 16 września 2025

Accepted: 16 September 2025

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Rettinger, R., Łyczkowski, H. (2025). Regulacje czasu wolnego *versus* turystyka krajowa w Chińskiej Republice Ludowej – studium przypadku Makau i prowincji Yunnan. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 39(3), 7–18. doi: <https://doi.org/DOI 10.24917/20801653.393.1>

WSTĘP

W krajach o wysokim potencjale turystycznym i demograficznym, takich jak Chińska Republika Ludowa, turystyka krajowa odpowiada za przeważającą część ruchu turystycznego. Aby tak się działo, rozwój turystyki krajowej należy planować z uwzględnieniem wszystkich uwarunkowań, wynikających głównie z sytuacji politycznej, społecznej oraz gospodarczej. Chiny są przykładem kraju, w którym ingerencja państwa jest bardzo daleko posunięta – dotyczy to przede wszystkim wymiaru i rozkładu czasu wolnego jako jednego z ważniejszych czynników decydujących o podejmowaniu aktywności turystycznych i rekreacyjnych. Chiny przeżywają okres nowego gospodarczego rozkwitu, który zapowiada się niezwykle obiecująco dla rynku turystycznego w kraju i na świecie. Społeczeństwo chińskie sukcesywnie się bogaci i z każdym rokiem dysponuje większymi środkami, które przeznaczają na różne aktywności związane ze spędzaniem czasu wolnego. Widoczne są przy tym bardzo duże różnice w zakresie zasobów finansowych przeznaczanych na cele turystyczne między mieszkańcami miasta i wsi, chociaż różnica ta nieznacznie się zmniejsza. W przypadku Chin zasoby finansowe nie są jedynym wyznacznikiem możliwości uczestniczenia w turystyce – coraz większej wagi nabiera warunek wolnego czasu, który w społeczeństwie chińskim jest towarem deficytowym. Zasoby finansowe i czas wolny mieszkańców to dwa warunki konieczne decydujące o aktywności turystycznej społeczeństwa, z kolei czynnikiem różnicującym jest atrakcyjność turystyczna kraju. W przypadku ChRL ów czynnik jest spełniony, ponieważ kraj dysponuje olbrzymim potencjałem przyrodniczym (parki narodowe, rezerваты przyrody) oraz bogatym dziedzictwem kulturowym (obiekty wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO). W ostatnich latach władze chińskie przeznaczały olbrzymie środki na budowę elementów infrastruktury turystycznej w różnych częściach kraju, głównie z przeznaczeniem dla turysty krajowego, co bezdyskusyjnie podnosi atrakcyjność turystyczną. Warto też wspomnieć o uwarunkowaniach kulturowych chińskiego społeczeństwa, dla którego bardzo ważną rolę odgrywają spotkania rodzinne, co przyczyniło się do dynamicznego rozwoju turystyki rodzinnej o zasięgu krajowym.

Celem opracowania jest analiza zagadnienia wielkości i rozkładu czasu wolnego jako głównego czynnika warunkującego rozwój turystyki krajowej, szczególnie w kontekście wybranych regionów turystycznych Chińskiej Republiki Ludowej. Zakres wykorzystanych

metod obejmuje studia literaturowe oraz analizę porównawczą. W badaniach wykorzystano studium przypadku dwóch różnych regionów: specjalnego regionu administracyjnego Makau oraz prowincji Yunnan.

TURYSTYKA KRAJOWA – UWARUNKOWANIA ROZWOJU I FUNKCJE

Turystyka krajowa może być definiowana w sposób szeroki, czego przykładem jest definicja nr 692/2011 zawarta w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady Unii Europejskiej z dnia 6 lipca 2011 r. w sprawie europejskiej statystyki w dziedzinie turystyki uchylającą dyrektywę Rady 95/57/WE. W definicji tej za turystykę krajową uznaje się podróże w granicach państwa członkowskiego odbywane przez rezydentów tego państwa członkowskiego – nie została tu jednak zawarta informacja o konieczności noclegu. Z kolei W. Gaworecki (1997) definiuje to pojęcie następująco: turystyka krajowa obejmuje podróże Polaków po kraju (co najmniej z jednym noclegiem poza miejscem stałego zamieszkania) i składa się z wyjazdów urlopowo-wakacyjnych (trwających co najmniej 5 dni) oraz wyjazdów krótkookresowych (do 4 dni). Podobny zakres tego pojęcia określa J. Łaciak (2013): za wyjazd krajowy uznano każde dobrowolne opuszczenie miejscowości stałego zamieszkania, któremu towarzyszył co najmniej jeden nocleg. W ostatnich dwóch definicjach nie zostali uwzględnieni turyści jednodniowi, którzy odgrywają znaczną rolę w turystyce krajowej.

Turystyka krajowa jest istotnym zjawiskiem we współczesnym świecie – forma ta niesie ze sobą bowiem wiele korzyści ekonomicznych, społecznych i kulturowych. Ten typ turystyki odnosi sukces w państwach o rozwijającej się gospodarce, gdzie w coraz liczniejszych gospodarstwach pojawia się dochód rozporządzalny, jednak nie jest on na tyle wysoki, aby wyruszyć w podróż za granicę. Turystyka krajowa wpływa na wyrównywanie szans rozwojowych między regionami oraz na aktywizację gospodarki (Luvsandavaajav, Narantuya, 2021; Abdelmoaty, Soliman, 2021). Wyrównywanie szans odbywa się na obszarach recepcyjnych i emisyjnych. W przypadku rejonu recepcyjnego przede wszystkim tworzy nowe miejsca pracy, nie tylko w sektorze turystycznym, lecz także w sektorze usług paraturystycznych. Turystyka pozwala przenieść część dochodu gospodarstw z rejonów zamożniejszych, co nadaje jej charakteru aktywizującego. Ta funkcja turystyki pozwala na szybszy wzrost poziomu życia oraz lepszy rozwój regionu. Turystyka międzynarodowa jest zazwyczaj droższa niż turystyka krajowa, co wynika m.in. z kosztów transportu, a w przypadku krajów biedniejszych lub rozwijających się – z kosztów wymiany waluty. Barierą rozwojową turystyki międzynarodowej może być też polityka państwa, wynikająca z ograniczeń w wydawaniu paszportów czy w wymianie walut, co ma miejsce właśnie w Chinach. Dlatego też model turystyki krajowej daje dużej części społeczeństwa szansę uczestnictwa w jakiegokolwiek turystyce.

Turystyka krajowa może mieć również funkcję substytucyjną – wypełnia lukę w sezonowości, a w niektórych aspektach nawet zastępuje przyjazdową turystykę zagraniczną. To zaś może skłonić potencjalnych turystów do decydowania się na kilka wyjazdów krajowych w roku zamiast jednego kosztownego wyjazdu zagranicznego. Turystyka krajowa ogranicza wycieki finansowe oraz prowadzi do wzmożonego obrotu waluty w obrębie państwa, co napędza gospodarkę oraz przynosi dodatkowy przychód z tytułu podatków od zakupu usług i dóbr w obu sektorach turystyki – rejestrowanym i nierejestrowanym (Abdelmoaty, Soliman, 2021).

W ramach polityki turystycznej kraju należy uwzględnić potencjał demograficzny, który pełni funkcję czynnika aktywizującego. Im większym potencjałem demograficznym dysponuje kraj, tym większe jest zapotrzebowanie na realizację zachowań wolnoczasowych, a w szczególności na turystykę krajową (Mena, Chon, Alampay, 2004). Ponadto wysoki potencjał demograficzny oraz duża powierzchnia państwa sprzyjają migracjom wewnątrz kraju, co obserwujemy właśnie w Chinach. Ostatnim ważnym czynnikiem jest zaangażowanie władz państwa w promocję turystyki krajowej oraz udział samorządów lokalnych w rozwoju infrastruktury turystycznej. Bez widocznego zaangażowania władz lokalnych turystyka krajowa nie będzie rozwijała się w należyty sposób, a przede wszystkim nie będzie wykorzystywała potencjału, jakim jest atrakcyjność turystyczna.

W kontekście tych cech turystyki krajowej Chiny są przykładem kraju z optymalnymi warunkami do rozwoju tego typu turystyki. Kraj ten ma jeden z największych potencjałów demograficznych na świecie oraz niezwykle rozległy obszar, co przekłada się na bardzo duże zróżnicowanie warunków środowiska przyrodniczego i kulturowego. Dodatkowym czynnikiem kształtującym sytuację w zakresie turystyki krajowej w Chinach są ograniczone zasoby finansowe części społeczeństwa (dotyczy to szczególnie mieszkańców obszarów wiejskich).

Chiński wewnętrzny rynek usług turystycznych jest jednym z największych rynków na świecie. Jego rozmiary wynikają z uwarunkowań popytowych i podażowych. Wysoki popyt krajowy jest związany z liczbą ludności tego kraju oraz z czasowym i przestrzennym modelem podróżowania mieszkańców. Czynniki podażowe to przede wszystkim atrakcyjność turystyczna obszaru, poziom zagospodarowania turystycznego oraz dostępność komunikacyjna. Znaczenie turystyki krajowej w Chinach możemy rozpatrywać w zakresie wielkości ruchu turystycznego (tabela 1). Jak widać, wielkość ruchu turystycznego rosła bardzo dynamicznie aż do 2019 r. Pandemia COVID-19 całkowicie zahamowała podróże, przez co kolejne lata charakteryzowały się systematycznym powrotem do wcześniej osiągniętego poziomu. Bardzo dużą aktywnością turystyczną odznaczali się mieszkańcy miast oraz obszarów wiejskich – różnice wartości bezwzględnych wynikają z poziomu urbanizacji, który w ostatnich latach gwałtownie wzrósł.

Tabela 1. Wielkość krajowego ruchu turystycznego [mln osobodni]

	Wielkość krajowego ruchu turystycznego [mln osobodni]		
	Obszary miejskie	Obszary wiejskie	Razem
1995	246	383	629
2000	329	415	744
2005	496	716	1212
2015	2483	1128	3611
2019	4471	1535	6006
2020	2065	814	2879
2024	4370	1245	5615

Źródło: <https://data.stats.gov.cn/english/easyquery.htm?cn=C01> (dostęp: 15.07.2025)

Liczby te nie tylko wskazują na wzrost aktywności turystycznej i rekreacyjnej w kraju – świadczą one także o ogromnym wewnętrznym rynku konsumpcyjnym, na którym kluczową rolę odgrywają mieszkańcy miast i wsi. Ciągły wzrost wydatków na podróże krajowe sugeruje również zmiany kulturowe zachodzące w Chinach. Po pandemii

COVID-19 coraz więcej Chińczyków odkrywa krajowe destynacje turystyczne. Bardzo ważnym elementem dynamizującym podróże krajowe jest polityka państwa, w której turystyka jest postrzegana jako narzędzie zwiększające popyt wewnętrzny, a konsumpcja – jako źródło wzrostu gospodarczego. W planach rozwojowych Chin turystyka jest widziana jako czynnik niwelujący nierówności regionalne, tworzący nowe miejsca pracy, a także wspierający postawy przedsiębiorcze ludności za sprawą powstawania małych i średnich przedsiębiorstw.

CZAS WOLNY JAKO WARUNEK KONIECZNY ROZWOJU TURYSTYKI

Podstawą czasu wolnego dla większości społeczeństwa, głównie w wieku produkcyjnym, są dni wolne od pracy. Chiny są zdominowane przez turystykę przypadającą w obrębie okresów świątecznych. Wynika to w dużej mierze z ograniczonego wymiaru płatnego urlopu wypoczynkowego i bardzo dużych trudności w uzyskaniu bezpłatnego urlopu. Pierwsze próby regulacji czasu wolnego datuje się na połowę XX w. Wtedy też określono czas wolny dla klasy robotniczej. Następnie po wielkiej reformie ekonomicznej w latach 70. i 80. przepisy te były regulowane jeszcze kilkadziesiąt razy (Shen, Wang, Ye, Liu, 2018). W latach 1994–1995 chiński system świąt przeszedł rewolucyjną zmianę, ponieważ tydzień pracy zmniejszono z sześciodniowego do pięciodniowego, co znacznie wpłynęło na zasoby czasu wolnego oraz zwiększyło możliwości podejmowania zachowań wolno-czasowych. W 2007 r. rząd chiński podjął decyzję o kolejnych zmianach dotyczących Świąta Pracy, skracając ustawowo czas wolny do jednego dnia. W celu rekompensaty ustanowiono kilka innych dni wolnych na podstawie już istniejących świąt (Breda, 2008; Shen, Wang, Ye, Liu, 2016).

W Chinach oficjalnie obowiązuje 11 dni ustawowo wolnych od pracy. W niektórych przypadkach liczba ta może być zwiększona o dni, które są odpracowywane w weekendy. Taka sytuacja zachodzi wtedy, gdy święto wypada we wtorek lub w czwartek i dzień wolny łączy się z weekendem, a dzień roboczy jest odrabiany w niedzielę. Główne chińskie święta to:

- Chūnjié (Chiński Nowy Rok) – przełom stycznia i lutego: 7 dni,
- Qīngmíng (odpowiednik Dnia Wszystkich Świętych) – 4 lub 5 kwietnia: 1 dzień,
- Láodòng Jié (Święto Pracy) – 1 maja: 1 dzień,
- Duānwǔ Jié (Święto Smoczych Łodzi) – czerwiec: 1 dzień,
- Zhōngqiū Jié (Święto Środka Jesieni) – wrzesień lub październik: 1 dzień,
- Guóqìng Jié, Golden Week (święto narodowe) – 1 października: 7 dni (Breda, 2008; Shen, Wang, Ye, Liu 2016).

W ogólnym rozliczeniu daje to 21–22 dni świąteczne, które są całkowicie wolne od pracy. Opisane zmiany wpłynęły na rozszerzenie się rynku usług turystycznych w kraju (Breda, 2008).

Ustawowy czas pracy w Chinach wynosi 40 godzin z maksymalnie 36 nadgodzinami tygodniowo. Nadgodziny muszą być premiowane, jednak regulacje państwowe są bardzo często omijane przez pracodawców – przykładem są branża IT i branża korporacyjna z systemem pracy 996. Oznacza to godziny pracy od 9.00 rano do 21.00 przez sześć dni w tygodniu (Li, Wang, Yang, 2021). System ten zmusił komunistyczną partię Chin do interwencji, np. szkolenia, z racji, że oficjalnie nimi nie były, nie mogą odbywać się w weekendy. Mimo to przepisy często nie są przestrzegane – dzieje się to z woli pracownika lub pracodawcy. Pracownik wciąż może bowiem wypracowywać

nadgodziny, czasem w większej liczbie niż przewiduje to prawo. Często ukryte nadgodziny zawierają się w bezpłatnych szkoleniach lub zajęciach rozwojowych. Komunistyczna partia Chin zainterweniowała w tej sprawie, regulując również ten aspekt pracy (Li, Wang, Yang, 2021).

Dostępność czasu wolnego może być zasadniczą barierą ograniczającą udział pracowników w podróżach krajowych i zagranicznych. Mowa o ograniczeniach czasowych, które prowadzą do wykluczenia spowodowanego ponadprogramowym czasem pracy, a także do braku płatnego lub bezpłatnego urlopu. W przypadku dużych miast i korporacji urlop jest dostępny, jednak w niewielkim wymiarze. Staż pracy poniżej roku nie zapewnia ani jednego dnia wolnego. Pracownik o stażu pracy mniejszym niż 10 lat ma zapewnione pięć dni urlopu, pracownik do 20 lat stażu pracy – 10 dni, a pracownik powyżej 20 lat stażu pracy – 15 dni. Przyczynia się to do zwiększonego ruchu turystycznego w dniach ustawowo wolnych od pracy. Wydłużenie okresu urlopowego skutkowałoby bowiem zwiększoną liczbą wyjazdów (Shen, Wang, Ye, Liu, 2016) oraz ich dywersyfikacją przestrzenną i czasową.

Przeciętny Chińczyk ma zwykle trzy okazje na dłuższy wyjazd: w sezonach zimowym, wiosenno-letnim oraz jesiennym. Taki układ dni wolnych sprzyja rozwojowi wielu rodzajów turystyki, ponieważ nie ogranicza się tylko do jednego okresu w roku – daje to obywatelom duży wybór, jeśli chodzi o formy wypoczynku i rekreacji. Zatem statystycznemu Chińczykowi przypada ok. 21 dni wolnych oraz trzy dni dodatkowych świąt na przestrzeni roku. Do tego dochodzi urlop płatny, który jest zależny od stażu pracy.

Niewielki wymiar płatnego urlopu wypoczynkowego oraz niekorzystne rozwiązania dotyczące urlopu bezpłatnego sprawiają, że Chińczycy wykorzystują dni ustawowo wolne od pracy w celach turystycznych. Od wielu lat można zaobserwować, w jaki sposób wielkość krajowego ruchu turystycznego jest silnie skorelowana z systemem państwowych dni wolnych od pracy. Zależność ruchu turystycznego od występowania dni ustawowo wolnych od pracy jest widoczna w wielu krajach, jednak właśnie w Chinach jest ona szczególnie silnie zarysowana.

Zwiększony wymiar czasu wolnego uważa się za kluczowy czynnik determinujący rozwój turystyki. W związku z tym system dni ustawowo wolnych od pracy znacznie zwiększył popyt na turystykę krajową. Wprowadzony w 1999 r. nowy system dni wolnych od pracy znacząco zwiększył popyt krajowy, a także na dużą skalę pobudził konsumpcję i wzrost gospodarczy. Niestety prowadzi to do czasowej i przestrzennej koncentracji krajowego ruchu turystycznego, co wynika z faktu, iż turyści wybierają popularne destynacje (preferują znane marki produktów turystycznych, tj. Pekin, Szanghaj, Wielki Mur Chiński). Tendencja ta jest także widoczna w przypadku działalności biur podróży, które ograniczają swoją ofertę do najbardziej rozpoznawalnych atrakcji turystycznych. W literaturze przedmiotu podkreśla się związek między silnie reklamowanymi i rozpoznawalnymi produktami turystycznymi a decyzjami podróżniczymi (Li, Tong, 2003; Yan, 2000). Niestety w trakcie dni ustawowo wolnych od pracy widoczna jest przewaga popytu nad podażą usług turystycznych, co może wpływać na obniżenie jakości usług turystycznych przy równoczesnym wzroście cen. Taka koncentracja czasowa i przestrzenna prowadzi do bardzo dużych zmian w środowisku przyrodniczym, co przekłada się na załamanie polityki zrównoważonego rozwoju.

STARE I NOWE REGIONY TURYSTYKI KRAJOWEJ

Współczesne przemiany cywilizacyjne prowadzą do zwiększania zasobów czasu wolnego w układach dobowym, rocznym oraz związanym z całym życiem człowieka. Sprawia to, że czas wolny można przeznaczać nie tylko na regenerację sił fizycznych, lecz także na coraz ciekawsze formy jego spędzania. Czas wolny staje się więc czasem przeznaczonym na konsumpcję bardziej różnorodnych dóbr i usług. Wśród nich ważne miejsce zajmują usługi turystyczne (Niezgoda, 2014). Deficyt wolnego czasu (krótki płatny urlop wypoczynkowy oraz brak możliwości uzyskania urlopu bezpłatnego) zmuszają obywateli Chin do korzystania z usług turystycznych w dniach ustawowo wolnych od pracy, co przy ogromnym potencjale demograficznym tego kraju powoduje olbrzymie problemy z czasową i przestrzenną koncentracją ruchu turystycznego. Zjawisko to dotyczy zwłaszcza najbardziej rozpoznawalnych regionów turystycznych, dlatego konieczna jest dywersyfikacja przestrzenna ruchu turystycznego. W niniejszym opracowaniu posłużono się przykładem specjalnego regionu administracyjnego Makau, do którego podróżowanie jest obwarowane licznymi przepisami, wynikającymi z uwarunkowań politycznych, społecznych i kulturowych.

Świadomość wartości ograniczonych zasobów czasu wolnego skłania ludzi do odczuwania coraz większej satysfakcji, co w turystyce może przejawiać się w skłonności do poszukiwania coraz to nowych form wypoczynku, różnorodnych, niepowtarzalnych usług i niezwykłych miejsc, które nie są licznie odwiedzane przez innych turystów. To zaś skutkuje powstawaniem nowych regionów turystycznych w miejscach o bardzo dużym potencjale atrakcyjności turystycznej, ale wymagających zainwestowania infrastrukturalnego oraz promocji i marketingu. Przykładem jest prowincja Yunnan, gdzie podjęto działania zmierzające do wykreowania produktów turystycznych na bazie potencjału endogennego.

Jedną z ważniejszych cech turystyki krajowej jest brak formalnych ograniczeń w podróżowaniu w obrębie granic państwa, co daje możliwość swobodnego przemieszczania się, bez konieczności posiadania specjalnych pozwoleń i dokumentów. W przypadku Chińskiej Republiki Ludowej jest to silnie ograniczone, zwłaszcza w odniesieniu do podróżowania między Chinami kontynentalnymi a specjalnymi regionami administracyjnymi (*Special Administrative Region*, SAR), do których należą m.in. Makau i Hongkong. Podczas przekazania Hongkongu w 1997 r. oraz Makau w 1999 r. Chiny zgodziły się na 50-letni okres wdrażania obu regionów do systemu Chińskiej Republiki Ludowej, prowadząc politykę „jednego państwa i dwóch ustrojów polityczno-gospodarczych” (Breitung, 2009; Jagiełło, 2000). Odrębność tych regionów wynika z fundamentalnych różnic ustrojowych i politycznych – oznacza to, że regiony zachowują własne systemy prawne, podatkowe, imigracyjne i gospodarcze. Istnienie granic między tymi jednostkami ma na celu:

- ograniczenie niekontrolowanego napływu ludności z kontynentalnej części Chin,
- kontrolę i regulację rynku pracy,
- kontrolę procesu osiedlania się,
- kontrolę przepływu towarów, wynikającą z innego systemu cel i podatków,
- kontrolę przepływu aktywistów, opozycjonistów i materiałów zakazanych.

Na granicy obu specjalnych regionów administracyjnych notuje się jedne z największych przepływów ludności na świecie (Breitung, 2009). Wśród najważniejszych czynników usprawniających przepływ ludności przez granice jest tzw. *Home-return permit*, który pozwala mieszkańcom Makau i Hongkongu na poróżowanie między SAR

a Chinami w celach turystycznych i biznesowych, ale nie w celu zatrudnienia. Najbardziej rewolucyjną zmianą w tej kwestii było wprowadzenie przez chiński rząd *Individual Visit Scheme* (IVS). Program był jedną z najważniejszych regulacji dotyczących krajowego ruchu turystycznego na terenie ChRL. Został on wprowadzony w 2003 r. podczas trwania epidemii SARS-COV-1. Wdrożenie IVS miało na celu aktywizację gospodarek Makau i Hongkongu, ułatwiając podróże turystyczne obywateli z Chin kontynentalnych. Pozwoliło to na podróż do obu tych regionów bez konieczności pobierania wizy biznesowej lub zapisywania się na akceptowane przez rząd wycieczki grupowe, organizowane przez biura turystyczne lub zakłady pracy (Sung, Ng, Wu, Yiu, 2015). Początkowo program uruchomiono w kilku miastach, w tym w Szanghaju, Pekinie i kilku ośrodkach prowincji Guangdong (Simpson, 2023; Breitung, 2009). Z czasem został on jednak rozszerzony. W roku 2023 Chińczycy z 49 chińskich miast mogli ubiegać się o wizyty indywidualne (Simpson, 2023). Taka forma wyjazdów cieszy się dużą popularnością, a IVS odnotował znaczny, pozytywny wpływ na gospodarki obu regionów, przyczyniając się do dużego wzrostu przyjazdów z Chin kontynentalnych (Sung, Ng, Wu, Yiu, 2015).

Mimo licznych przeszkód oraz barier o charakterze formalno-prawnym wielkość ruchu turystycznego stale rośnie. Trend ten jest zauważany zarówno w Makau, jak i w Hongkongu. Jednak Makau coraz częściej zmagą się z poważnymi wyzwaniami związanymi z turystyfikacją, wynikającą z ograniczonej przestrzeni geograficznej i ze skąpych zasobów naturalnych. Miasto to zajmuje zaledwie 32,8 km², a główne atrakcje i najważniejsze obszary handlowe są bardzo skoncentrowane, co skutkuje nierównomiernym rozmieszczeniem turystów. Szybki wzrost liczby odwiedzających napędzał wzrost gospodarczy miasta, co odnotowała branża hazardowa i związane z nią usługi turystyczne stanowiące dziś większość wartości PKB regionu Makau. Mimo to ów model rozwoju doprowadził do nadmiernego zużycia już ograniczonych zasobów przyrodniczych, zwiększonej presji społecznej i degradacji środowiska (Greenwood, Dwyer, 2017). Zjawisko to unaocznia trudności Makau w zarządzaniu ruchem turystycznym i planowaniu urbanistycznym, a w szczególności w równoważeniu wzrostu gospodarczego i jakości życia mieszkańców (Rettinger, 2017). Problem *overtourismu* zmusił Makau do ponownego przeanalizowania modelu rozwoju turystyki i odejścia od koncentrowania się wyłącznie na korzyściach ekonomicznych i skupienia się na zrównoważonym rozwoju.

Makau jest jedną z ważniejszych destynacji turystycznych o znaczeniu międzynarodowym, ale należy pamiętać, że region ten ma olbrzymie znaczenie w turystyce krajowej (jeśli turystę z Hongkongu czy Chin kontynentalnych uznamy za turystę krajowego). W 2024 r. region ten odwiedziło 34,93 mln turystów, z czego 24,48 mln stanowili obywatele Chin kontynentalnych, 7,12 mln – obywatele Hongkongu, a pozostałe 3,33 mln – turyści zagraniczni. Na podstawie powyższych danych statystycznych możemy stwierdzić, że turyści krajowi stanowią 90% całkowitego ruchu turystycznego. Jeśli Makau traktujemy jako destynację krajowego ruchu turystycznego, to musimy pamiętać o utrudnieniach związanych z podróżowaniem przeciętnego Chińczyka do tego regionu, co zostało opisane wcześniej. Drugą kwestią jest fakt jednokierunkowego rozwoju regionu, czyli dominująca funkcja turystyki hazardowej, co skutkuje wieloma niekorzystnymi zjawiskami, takimi jak krótki okres pobytu (1,2 doby), duża liczba odwiedzających, wycieki finansowe i patologie społeczne. Utrzymująca się popularność tej destynacji wynika z jej monopolistycznej pozycji (jedyne miejsce w Chinach, w którym hazard jest legalny) i z umiławiania hazardu przez Chińczyków.

W opozycji do turystyki masowej w Makau znajduje się turystyka w prowincji Yunnan ze stolicą w Kunming. Prowincja jest położona w południowo-zachodniej części Chin, ma powierzchnię 394,1 tys. km² i 47 mln ludności. Obszar ten jest bardzo zróżnicowany pod względem budowy geologicznej i ukształtowania terenu: występują tam m.in. szczyty sięgające 5 tys. m n.p.m., wąwozy o głębokości 3 tys. m, a także miejsca z unikatową rzeźbą krasową. Środowisko przyrodnicze prowincji odznacza się wysokim poziomem bioróżnorodności. W przypadku dziedzictwa kulturowego obszar ten wykazuje olbrzymie zróżnicowanie: od krajobrazu kulturowego teras ryżowych po historyczne miasta. Na terenie prowincji znajduje się sześć obiektów wpisanych na listę UNESCO oraz 777 tradycyjnych wiosek zamieszkałych przez mniejszości narodowe. W 2024 r. prowincja osiągnęła dochód z turystyki w wysokości 157,3 mld USD. Cechą charakterystyczną tamtejszego ruchu turystycznego jest długoterminowość pobytu – według chińskich regulacji za turystę długoterminowego uważa się osobę przebywającą w danym miejscu od 2 tygodni do roku (w 2024 r. z takiej opcji pobytu skorzystało 3,9 mln osób). Są to turyści, których motywy podróżowania są bardzo różne – od celów poznawczych i uzdrowiskowych po poprawę stanu zdrowia i cyfrowych nomadów. Dla tej grupy w wielu wioskach stworzono specjalne ośrodki, które są centrami pracy. Rozwijanie takiej formy ruchu turystycznego stało się priorytetem dla władz centralnych, a przede wszystkim – dla władz lokalnych. Wraz z rozwojem turystyki krajowej wprowadzono regulacje dotyczące turystyki zagranicznej: w 2024 r. zaczął obowiązywać 144-godzinny ruch bezwizowy dla turystów zagranicznych przyjeżdżających do wybranych części Chin.

O sukcesie tej destynacji turystycznej zadecydowała zintegrowana strategia marketingowa i innowacyjne produkty turystyczne. Władze prowincji podjęły działania zmierzające do dywersyfikacji produktowej regionu turystycznego. Dodatkowym wsparciem instytucjonalnym i finansowym okazały się programy państwowe, m.in. strategia żywienia obszarów wiejskich ogłoszona w 2018 r. Do najważniejszych celów tego programu należały: modernizacja rolnictwa, poprawa warunków życia na wsi oraz promocja turystyki wiejskiej. W Chinach na niespotykaną skalę zachodzi proces depopulacji obszarów wiejskich wskutek gwałtownej urbanizacji (w latach 2000–2023 nastąpił wzrost z 35% do 80%). Oznacza to dynamiczny proces powiększania się istniejących miast, powstawania nowych miast oraz wyludniania się obszarów wiejskich. Główną przyczyną tego zjawiska jest niski poziom zarobków na obszarach wiejskich, co za tym idzie – niski standard życia, niski poziom opieki zdrowotnej, zamykanie szkół, wykluczenie transportowe. Odływ ludności z obszarów wiejskich wynika z liberalizacji systemu *hukou*, jednak dotyczyło to wyłącznie migracji do miast poniżej 3 mln mieszkańców. Wszystko to prowadzi nie tylko do procesu depopulacji regionów wiejskich, lecz także do procesu starzenia się społeczeństwa na tych obszarach. W styczniu 2025 r. zatwierdzono i wdrożono program rewitalizacji obszarów wiejskich (*Rural Comprehensive Revitalization Plan 2024–2027*), w którym priorytetem są ochrona gruntów rolnych (bezpieczeństwo żywnościowe), poprawa infrastruktury technicznej (szczególnie transportowej), gospodarowanie odpadami i wzrost poziomu życia mieszkańców. W planie nie wspomniano wprost o rozwoju turystyki wiejskiej, ale pośrednio można wnioskować, że realizacja wszystkich założonych celów może stanowić dobre podstawy dla rozwoju usług turystycznych.

Skala ingerencji państwa w kwestie czasu pracy i czasu wolnego, przekładająca się na silną koncentrację czasową i przestrzenną krajowego ruchu turystycznego, wymusza działania w zakresie niwelowania negatywnych skutków tych działań. Analiza dwóch regionów Chin wskazuje na odmienne podejście do polityki turystycznej na poziomie

działań krajowych. W przypadku Makau, które jest rozpoznawalnym i bardzo popularnym regionem turystycznym w Chinach, władze dążą do ograniczenia wielkości krajowego ruchu turystycznego. Działania te dotyczą przede wszystkim ograniczeń formalno-prawnych związanych z podróżowaniem obywateli Chin do tego regionu. Oczywiście nie jest to jedyny powód, ważne są również względy polityczne. W przypadku prowincji Yunnan działania władz państwowych na poziomie krajowym i lokalnym koncentrują się na kreowaniu nowego produktu turystycznego. Proces ten opiera się na potencjale endogennym regionu (przyrodniczym i kulturowym), który jest dodatkowo wzmacniany przez inwestycje infrastruktury turystycznej oraz silną promocję regionu. Kreowanie nowych regionów turystycznych ma na celu aktywizację gospodarczą obszarów, a także dywersyfikację przestrzenną wynikającą z silnej koncentracji ruchu turystycznego w dniach ustawowo wolnych od pracy. Regulacja rynku turystycznego wymaga stosowania odpowiednich instrumentów, za pomocą których państwo egzekwuje zachowania uczestników rynku, zwłaszcza przedsiębiorstw turystycznych, destynacji turystycznych i konsumentów turystycznych (Bosacki, Panasiuk, 2017; Panasiuk, 2019).

WNIOSKI

Czas wolny jest nie tylko prostym warunkiem uprawiania turystyki – jego wpływ dotyczy także zmian w zakresie popytu i podaży turystycznej. Źródłem popytu na zróżnicowane sposoby zagospodarowania czasu wolnego jest chęć człowieka do samorealizacji i społecznego wyróżniania się. To zaś wpływa na poszukiwanie coraz nowszych sposobów i miejsc wypoczynku, co z kolei stymuluje rozwój nowych form turystyki i nowych obszarów recepcji turystycznej (Niezgoda, 2014). Rola państwa jest w tym zakresie bardzo duża, a w przypadku Chin – olbrzymia. Polityka turystyczna państwa polega na określaniu celów gospodarczych i społecznych dotyczących turystyki, a także na doborze odpowiednich instrumentów potrzebnych do ich realizacji, prowadzących w efekcie do kształtowania struktury podaży i popytu (Panaszuk, 2012). Wielkość krajowego ruchu turystycznego, a także jego czasowe i przestrzenne zróżnicowanie w dużej mierze zależą od zasobów czasu wolnego. Silny interwencjonizm państwa, dotyczący wielkości i rozkładu czasowego dni wolnych od pracy, skutkuje koniecznością podejmowania działań w zakresie kształtowania podaży turystycznej, a w szczególności – kreowania nowych regionów i produktów turystycznych.

Chiny charakteryzują się największym wewnętrznym rynkiem turystycznym na świecie, o czym decyduje w dużej mierze potencjał demograficzny tego kraju, a zwłaszcza powiększająca się klasa średnia z coraz większymi dochodami, które są przeznaczane na podróże. Kraj ten charakteryzuje się ponadto wyjątkową przyrodniczą i pozaprzyrodniczą atrakcyjnością turystyczną, która jest uzupełniana przez elementy infrastruktury turystycznej. Niestety w Chinach obserwuje się bardzo duże regionalne dysproporcje dotyczące występowania atrakcji turystycznych i zagospodarowania turystycznego, co przez lata prowadziło do obciążenia popularnych destynacji. Krajowy rynek turystyczny jest silnie regulowany przez państwo, poczynawszy od zasobów czasu wolnego (wymiar urlopu, ustawowe dni wolne od pracy), a skończywszy na tworzeniu elementów zagospodarowania turystycznego. Interwencjonizm państwowy ma więc szczególnie wpływ na wielkość i rozkład czasowy ruchu turystycznego oraz na jego przestrzenne zróżnicowanie.

Makau pozostaje ważnym krajowym regionem turystycznym Chin. Jego popularność wynika z charakteru tego obszaru – to jedyne miejsce w Chinach, gdzie legalnie można

uprawiać hazard. Hazard jest silnie związany z historią Chin i jest silnie zakorzeniony w kulturze tego kraju. Duża popularność hazardu wśród obywateli Chin zmusiła władze do ograniczenia możliwości podróżowania do Makau. Równocześnie bardzo ważnym trendem rozwojowym w turystyce krajowej jest turystyka wiejska, odbywająca się w regionach, które wcześniej nie należały do popularnych destynacji turystycznych (m.in. prowincja Yun-nan). Ten rodzaj podróżowania cieszy się poparciem władz kraju oraz dużym zainteresowaniem ze strony chińskich turystów, zwłaszcza w okresie dni ustawowo wolnych od pracy.

Literatura

References

- Abdelmoaty, G., Soliman, S. (2021). Domestic Tourism challenges: Tourist misbehavior. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 20(1), 195–219.
- Bosiacki, S., Panasiuk, A. (2017). Planowanie rozwoju turystyki – regulacja czy deregulacja. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 5(4), 7–28.
- Breda, Z. (2008). Domestic tourism in China: Observations on its growth and structure. *中国研究: Revista de Estudios Chineses*, 2, 319–343.
- Breitung, W. (2009). Macau Residents as Border People – A Changing Border Regime from a Sociocultural Perspective. *Journal of Current Chinese Affairs*, 38(1), 101–127.
- Caraba, C.C. (2011). Communist heritage tourism and red tourism: concepts, development and problems. *Cinq Continents*, 1(1), 29–39.
- Cheng, T., Selden, M. (1994). The Origins and Social Consequences of China's Hukou System. *The China Quarterly*, 139, 644–668.
- Gaworecki, W.W. (1997). *Turystyka*. Warszawa: PWE.
- Greenwood, V.A., Dwyer, L. (2017). Reinventing Macau tourism: gambling on creativity? *Current Issues in Tourism*, 20(6), 580–602.
- Jagięło, A. (2000). Specjalne strefy ekonomiczne i inne obszary uprzywilejowane w Chińskiej Republice Ludowej. *Azja – Pacyfik*, 1(3), 216–229.
- Karaman, A.S. (2016). The pernicious impact of visa restrictions on inbound tourism: the case of Turkey. *Turkish Studies*, 17(3), 502–524.
- Li, D., Wang, Z., Yang, C. (2021). A Controversial Working System in China: The 996 Working Hour System. *International Conference on Arts, Law, and Social Sciences*, 206–214.
- Li, M., Chen, P. (2022). "Optimistic Emotions as a Mediator in Family Travel Experiences". *Annals of Tourism Research*, 82, 102965.
- Li, X., Tong, Y. (2003). "On the development of holiday tourism products". *China Economist*, 18, 7, 131–133.
- Lu, Y. (2008). Does hukou still matter? The household registration system and its impact on social stratification and mobility in China. *Social Sciences in China*, 29(2), 56–75.
- Luvсандavaajav, O., Narantuya, G. (2021). Understanding of Travel Motivations of Domestic Tourists. *Journal of Tourism and Services*, 12(22), 1–22.
- Łaciak, J. (2013). Zagraniczne podróże Polaków organizowane przez biura podróży. *Problemy Turystyki i Rekreacji*, 4, 30–45.
- Mena, M.M., Chon, K., Alampay, R.B.A. (2004). Discovering the Potentials of Domestic Tourism in Southeast Asia from the Perspectives of Regional Demography. *Tourism Recreation Research*, 29(2), 13–24.
- Niezgoda, A. (2014). Czas wolny a zmiany na rynku turystycznym. *Przeszłość, teraźniejszość i przyszłość turystyki. Warsztaty z Geografii Turyzmu*. Tom 5. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Panasiuk, A. (2019). Współczesna polityka turystyczna Unii Europejskiej jako determinanta rozwoju rynku turystycznego. *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, 29.
- Rettinger, R. (2017). Turystyka hazardowa Macau: stan i perspektywy rozwojowe. *Studia Geographica*, 11, 154–165.
- Shen, H., Wang, Q., Ye, C., Liu, J. S. (2018). The evolution of holiday system in China and its influence on domestic tourism demand. *Journal of Tourism Futures*, 4(2), 139–151.

- Sung, Y.-W., Ng, A., Wu, Y., Yiu, A. (2015). The Economic Benefits of Mainland Tourists for Hong Kong: The Individual Visit Scheme (IVS) and Multiple Entry Individual Visit Endorsements (M-Permit). *Shanghai-Hong Kong Development Institute Occasional Paper*, 34.
- Wang, Y., He, X., Zhang, F., Zhang, X., Hu, X., Xie, X. (2024). The influence of progeny – Parents family travel on the well-being of the elderly in filial piety culture. *Plos one*, 19(5), e0299565.
- Yan, Y. (2000). Holiday tourism and paid vacation system. *Social Scientist*, 15, 5, 53–54.
- Yi, L. (2021). The effects of filial piety tourists' experience, perceived value on behavior intention. *European Journal of Tourism Research*, 29, 1–6.
- Young, J. (2013). *China's Hukou System*. London: Palgrave Macmillan UK.

Renata Rettinger, doktor, profesor UKEN, Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Zarządzania i Spraw Społecznych, Katedra Turystyki i Badań Regionalnych. Jej zainteresowania badawcze obejmują problematykę kierunków rozwoju turystyki wypoczynkowej w kontekście rozwoju podtrzymywalnego i turystyki odpowiedzialnej społecznie, a także tematykę enklaw turystycznych jako dominującej formy zagospodarowania turystycznego wysp i jej negatywnych skutków w postaci degradacji środowiska przyrodniczego, braku efektów mnożnikowych, wycieków kapitałowych oraz marginalizacji społeczności lokalnych. W swoich pracach podejmuje również zagadnienia dywersyfikacji przestrzennej i produktowej turystyki i jej konsekwencji dla poziomu oraz jakości życia społeczności lokalnych.

Renata Rettinger, University of the National Education Commission, Krakow, Institute of Management and Social Affairs, Department of Tourism and Regional Studies. A geographer, her research interests include the development of recreational tourism in the context of sustainable development and socially responsible tourism. Her work also explores the topic of tourist enclaves as the dominant form of island tourism development and their negative consequences, including environmental degradation, lack of multiplier effects, capital leakage and the marginalization of local communities. Her interests also include the spatial and product diversification of tourism and its consequences for the standard and quality of life of local communities.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4393-4340>

Adres / Address:

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej
Instytut Zarządzania i Spraw Społecznych
Katedra Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: renata.rettinger@uken.krakow.pl

Hubert Łyczkowski, Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Zarządzania i Spraw Społecznych, Katedra Turystyki i Badań Regionalnych. Absolwent kierunku Turystyka i rekreacja na Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Jego zainteresowania koncentrują się wokół zagadnień związanych z Chińską Republiką Ludową, a zwłaszcza z uwarunkowaniami rozwoju turystyki.

Hubert Łyczkowski, a graduate of Tourism and Recreation at the University of the Commission of National Education in Krakow, he focuses on issues related to the People's Republic of China. In particular, these concern the conditions for tourism development. University of the National Education Commission, Krakow, Institute of Management and Social Affairs, Department of Tourism and Regional Studies.

ORCID: <http://orcid.org/0009-0001-5690-3474>

Adres / Address:

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej
Instytut Zarządzania i Spraw Społecznych
Katedra Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: Hubert.lyczkowski@student.up.krakow.pl

MICHAŁ ADAM KWIATKOWSKI
Nicolaus Copernicus University in Toruń, Poland

'Bike-share-and-ride' users: who they are and what they think of travelling to rail and bus public transport hubs

Abstract: The bicycle has successfully emerged in recent years as a promising alternative to the motorised transport that dominates cities. It also plays a pronounced role in multimodal mobility when combining cycling and public transport using the bike and ride model. Bicycle sharing systems (BSS) present a significant opportunity for the development of this form of mobility, and in combination with public transport they can give rise to a 'bike-share-and-ride' model. This form of transport can, however, be associated with numerous barriers and limitations; therefore, the aim of the study is to analyse the opinions of people using the BSS in the large Polish city of Toruń. The analysis has taken into account the results of a survey conducted among those using the system [N = 1114], including in particular those using it to access public transport hubs [N = 282]. The study observed that people using BSS for multimodal mobility use bike sharing more often than other users and in more months during the year. Women were shown to be less involved in this mobility pattern. In line with previous studies, it was also observed that the most important alternative to bike sharing for multimodal BSS users is public transport.

Key words: bicycle; bicycle sharing system; bike and ride; bike share and ride; cycling policy; Poland; public transport

Received: 30 June 2025

Accepted: 31 August 2025

Suggested citation:

Kwiatkowski, M.A. (2025). 'Bike-share-and-ride' users: who they are and what they think of travelling to rail and bus public transport hubs. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [*Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society*], 39(3), 19–38. doi: <https://doi.org/DOI 10.24917/20801653.393>

INTRODUCTION

The bicycle has become a promising alternative to motorised forms of transport in recent years. Numerous studies underline the positive impact of cycling on the quality of urban life, overcoming transport problems – pollution and congestion – as well as improving public health (Oja et al., 2011; Gotschi et al., 2016; Shen et al., 2024). The bicycle

is considered not only as a stand-alone means of mobility, but also as a feeder mode in combination with public transport (Martens, 2004; 2007). As such, it bridges the gaps for the first and last parts of a journey, allowing convenient access from the starting point to a public transport hub and then from another public transport hub to the final destination. However, travelling by private bicycle to public transport hubs may generate some problems, i.e. safe and convenient parking at the hub (Egan et al., 2023) or transporting the bicycle on board a public transport mode (Kwiatkowski, Karbowski, 2022).

In recent years, BSS have become one of the solutions applied which at the same time promote and increase cycling (Ricci, 2015). They offer the option to rent or return a bicycle directly at a public transport hub, thus solving the problem of parking and transporting a private bicycle. However, in addition to encouraging cycling, these schemes are also designed to promote public transport by creating a multimodal transport chain using cycling to and from such hubs.

However, travelling by bike (especially using BSS) as part of a multimodal journey may depend on a number of factors related to the availability of infrastructure or personal accessibility to cycling. Therefore, the aim of the study was to investigate the opinions and habits of users of BSS regarding combining travel using the system and public transport. The opinions collected from people using BSS in this way provide an opportunity to identify user needs as well as barriers to cycling in multimodal mobility. In pursuing the aim of the paper, the following research questions (RQ1, RQ2, RQ3) were posed:

- [RQ1] What is the share of journeys to public transport hubs in total BSS, and in the context of the different socio-demographic characteristics of the respondents and their mode of cycling?
- [RQ2] Do respondents use BSS to reach public transport hubs regularly and how do they assess this form of mobility against other means of transport?
- [RQ3] What organisational, infrastructural and personal factors encourage or discourage the use of BSS in combination with public transport?

The study has outlined what role a public BSS can play in urban public transport using the example of Toruń, a city in Poland (about 200,000 inhabitants). It has focused specifically on the aspect of the role of BSS in travelling to public transport hubs. This context is particularly important, especially in cities in Central and Eastern Europe, identified in the literature as car-dependent (Bartosiewicz, Pielesiak, 2019; Kudlak et al., 2024).

THE BICYCLE SHARING SYSTEM AND REACHING PUBLIC TRANSPORT HUBS

The bicycle can successfully function as a means of transport, providing a healthy and environmentally friendly alternative to motorised transport. It is extremely important to promote cycling as a form of mobility with the idea of reducing the negative impact of transport on the environment and quality of life (Markvica et al., 2020). However, as mentioned earlier, the use of the bicycle for this purpose is quite sensitive to numerous factors and may involve some barriers and limitations, especially in countries with a low cycling culture and a high level of motorisation. Issues related to infrastructure, weather and socio-demographic factors are decisive in the choice of cycling for transport purposes (Adsule, Kadali, 2024). Distance is also significant for this type of travel (Cabral et al., 2018). Therefore, scholars increasingly recognise the bicycle not only as a stand-alone vehicle used for the whole journey, but also for the first and last parts of a journey in combination with public transport (Oeschger et al., 2020; Yu et al., 2021; Dziecielski et

al., 2024). In this case, the success of such a solution depends on how well the two forms of transport are organised and how they are combined (Kosmidis, Müller-Eie, 2024).

Public transport hubs are accessible by bikes through a bike and ride policy. This is related to the organisation of space in such a way that, firstly, the hub can be reached by bicycle, and secondly, the bicycle can be secured once it has reached the hub (Cervero et al., 2013). The bike and ride formula can be considered in different contexts, including the use of shared or private bicycles (Kwiatkowski, Karbowskiński, 2023). In the context of the latter, scholars discuss options for bicycle parking at hubs (La Paix Puello, Geurs, 2015; Molin, Maat, 2015; Arbis et al., 2016; Heinen, Buehler, 2019) or the option to carry the bicycle onto a public transport vehicle (Jonkeren et al., 2021; Kwiatkowski, Karbowskiński, 2022). Bike-and-ride solutions using shared bikes take a variety of spatial approaches, from urban to metropolitan and agglomeration-scales (Kwiatkowski, 2021; Kwiatkowski et al., 2024). This dimension is of particular importance in suburban and rural areas (Wolny-Kucińska, 2020), which, thanks to public bike systems, there are new opportunities for their inhabitants to commute by bicycle to public transport hubs (Wojciechowska et al., 2023).

Bicycle sharing systems are successfully employed for transport purposes, and this is also evident in observations of user behaviour. As Jaber and Csonka (2023) point out in the example studied, a larger number of regular users ride bikes regularly during the week on working days. The literature emphasises that BSS should be integrated with public transport (Jahanshahi et al., 2020) as part of multimodal travel. Griffin and Sener (2016) point to the need to combine these two forms of transport in planning policies. This model, operating within a bike-and-ride framework, can be described as 'bike-share and ride' (Kwiatkowski, Karbowskiński, 2023). A properly designed bike and ride model using BSS can become competitive with motorised forms of transport (Tavassoli, Tamannaei, 2020) in terms of both travel time and cost (Van Mil et al., 2021). In this context, Liu et al. (2022) highlight the relationship between the regularity of BSS use in multimodal travel and user behaviour and attitudes. BSS stations located at public transport hubs can also solve the problem of providing an adequate number of parking spaces for private bikes (Van Goeverden, Correia, 2018). However, as with private bicycles (Ravensbergen et al., 2018), the use of shared bicycles as a means of transport can come with a number of constraints and barriers. As demonstrated by Adnan et al. (2018), and Guo and He (2021), a number of factors influence the decision to choose bike sharing for travelling to railway hubs, including those related to weather conditions, the way the system operates, and the socio-demographic characteristics of users. Bocker et al., (2020) highlight that women and older people are less likely to use this option.

Guo et al. (2023) found that positive user feedback on BSS promotes more frequent use of this form of mobility in combination with public transport. According to Brons et al. (2009), despite the fact that first and last part of a journey is complementary to rail, it is this leg that is crucial to the overall perception of public transport. These findings are supported by research by Julio et al. (2024), which shows that the quality of the service offered by BSS, especially the experience of accessibility and the bike hire process, is a key factor in the decision to use it. The cost of such a journey is not negligible (Torabi et al., 2022). Perceived distances – both from the place of residence to BSS stations and the subsequent cycling distance (Qin et al., 2018) – are also vital in the use of BSS to reach public transport hubs. In addition to personal factors, spatial accessibility to bicycles (Hamidi et al., 2019), including BSS stations, can also be important. However, these

barriers, at least in part, lose their significance when electrically-assisted bicycles are available as part of BSS (Kong et al., 2025).

In a study in China, Chen et al. (2022) showed that third-generation bike sharing systems, i.e. those based on docking stations, may have greater potential for use in travelling to railway hubs. Cheng et al. (2022a; 2022b) added that the use of bicycles for travelling to public transport hubs is also influenced by the built environment. This was confirmed in a study by Hu et al. (2022), indicating that greater use of bicycles in the bike-and-ride model is observed in the most active urban areas. Pekdemir et al. (2024) also observed that people using BSS for transport purposes attached greater importance to BSS stations in the vicinity of public transport hubs.

From the perspective of the organisation of public transport in towns and cities, the relationship between public transport and BSS is also increasingly topical. Dobruszkes and Dzięcielski (2024) showed that the two systems can be both substitutable and function in combination in multimodal travelling. Radzimski and Dzięcielski (2021) also observed a relationship between BSS usage and frequency of trips – it was shown that users were more willing to cycle to closer hubs. However, apart from complementing public transport, sharing transport systems, including bike sharing, may also compete with it (Jayawardhena et al., 2025). In the study by Ye et al. (2024), it was confirmed that BSS is more of an alternative than a complement to public transport travel.

Although the literature emphasises the positive impact of BSS on the transport situation of urbanised areas, some publications question the uncritical approach to this solution. De Chardon (2019) is sceptical about the benefits of BSS, pointing out that the actual benefits for residents are small in relation to the boosted image of local government officials spearheading their introduction. He also points out that individual BSS lack a clearly defined purpose and the transport problems they are supposed to solve in the places where they operate are not specified (de Chardon et al., 2017). It is therefore widely believed that only a well-prepared system combined with a well-prepared infrastructure for cycling can bring success in its development (Felix et al., 2020).

The literature indicates that a BSS, next to private bikes, can be an important element strengthening the bike-and-ride model. However, as emphasized in the research, a number of factors related to the appropriate infrastructure and promotion of this solution should be taken care of. They may turn out to be decisive for the effectiveness of cooperation between bicycles and public transport.

METHODS

The aim and research questions posed in the study determined the choice of methods. In order to obtain opinions concerning the use of BSS for travelling to public transport hubs, a social survey was conducted in one of the larger cities in Poland (Toruń) where such a system has been operating for 10 years (with a break).

Study area. The city of Toruń, located in the north-central part of Poland, was used as an example for analysis. The city has a population of just under 200,000 and is one of the administrative centres of the Kujawsko-Pomorskie region. It is characterised by its high tourist attractiveness, mainly due to the old town complex which has its place on the UNESCO World Heritage List. The potential for cultural tourism is also evidenced by the numerous events and activities – cyclical and one-off – that are organised in the city (Biegańska et al., 2017). Toruń can also be described as a higher education (HE) city

and it is home to one of the leading research universities in Poland, educating more than 17,000 students in the 2024–2025 academic year (umk.pl). Taking all this into account, the choice of the city as the study area was determined by its functions. The city is the core of the Toruń metropolitan area, and, as mentioned earlier, has a high tourist potential and is an important academic center. These factors contribute to the high importance of travelling to the city using public transport.

The city has been operating a BSS since 2014 (with a break), under the name of *Torvelo* from 2019 to 2024. According to the divisions of BSS into generations as proposed and described in literature, the Toruń system has been operating from the beginning according to the principles of the 3rd generation, i.e. it consists of docking stations, and bikes are rented and returned by unhooking and docking them to such a station. During this time, the system has operated for most of the year outside the winter season. In the first years, the active season was longer and lasted from mid-February almost until the end of December; in the most recent period it has operated from the beginning of March until the end of November. In the survey year there were 52 stations and 360 bicycles available for users at various locations in the city, including the city centre, HE facilities, central parts of housing estates and shopping facilities, as well as public transport hubs. Among those places, bicycle stations were placed at the three main railway hubs (Toruń Główny, Toruń Miasto, Toruń Wschodni) and at the bus station located by the city centre.

Survey. A survey was conducted to obtain the views of users related to how they use the bicycle and in particular how they commute to the rail and bus hubs. It was conducted as a CAWI (Computer Assisted Web Interview) through two main communication channels: it was announced in the local media, and the system operator sent the survey link directly to its users. The survey was conducted in May 2024. It yielded 1167 questionnaires, of which the study took into account 1114 responses from individuals who indicated that they had used the *Torvelo* bike sharing system in Toruń.

The survey was conducted in cooperation with the Municipal Roads Authority in Toruń and the operator of the *Torvelo* bike sharing system, BikeU. The questionnaire consisted of several parts. It included questions on demographics related to gender, age, place of residence and mode of cycling (frequency, seasonality, purposes). It also inquired about the mode of operation and level of satisfaction with BSS in Toruń, serving as a tool for the operator and municipal authority to evaluate its operation to date. For the purposes of the present study, the survey also included a specific section for people using BSS for travelling to rail and bus hubs. These questions concerned the frequency of travelling to the hub using BSS, whether the decision to choose the bicycle as a means of transport was spontaneous or planned, what encourages and what discourages the use of BSS for travelling to hubs, and what other means of transport respondents use when they do not choose a bicycle, or would use if Toruń had no BSS.

The results of the study were analysed using the cross-tabulation method. Firstly, the use of BSS for travelling to public transport hubs was analysed against other purposes for cycling in the context of gender, age and frequency of use ($N = 1114$). This issue was also discussed with reference to the seasonality of bicycle use declared by the respondents. Further, the author analysed questions asked solely to people using the *Torvelo* system to commute to the public transport hub ($N = 282$). These responses were analysed in terms of frequency and also by dividing the respondents into those deciding to use bicycles spontaneously (decision taken immediately after using public

transport) and those planning to use BSS in advance. For the cross-tabulated results, chi-square statistical tests were performed to verify the statistical significance of the results obtained. Analyses were conducted using MS Office and IBM SPSS software and the results are presented in tables and graphs.

RESULTS

The results of the study were analysed by considering (i) the issue of travelling using BSS in Toruń to and/or from the rail/bus hubs against other purposes of BSS use, and (ii) the perception of various aspects related to travelling to and from public transport hubs using *Torvelo* bicycles. Therefore, analyses were conducted for two samples of respondents – all survey participants (N = 1114) and those declaring using BSS to get to and from hubs (N = 282). The characteristics of both samples are shown in Table 1.

Table 1. Socio-demographic features and characteristics of survey respondents

Variable		%	
		All respondents [N = 1114]	Respondents travelling to the rail or bus hub [N = 282]
Gender	female	40.7%	34.0%
	male	59.3%	66.0%
Age	under 26	17.8%	17.4%
	26–35	40.3%	45.4%
	36–45	25.9%	19.1%
	over 45	16.1%	18.1%
Frequency of <i>Torvelo</i> use	daily	3.7%	4.3%
	several times a week	23.8%	34.4%
	several times a month	36.1%	36.9%
	a few times a year	36.4%	24.5%
Purposes of cycling	commuting to work	36.4%	40.1%
	travelling to school	2.5%	3.5%
	travelling to HE	10.3%	18.4%
	cycling to shops/shopping centres	34.3%	58.2%
	cycling to the Old Town	48.4%	69.5%
	travelling to rail or bus hubs	25.3%	100.0%
	recreational cycling	59.2%	51.1%

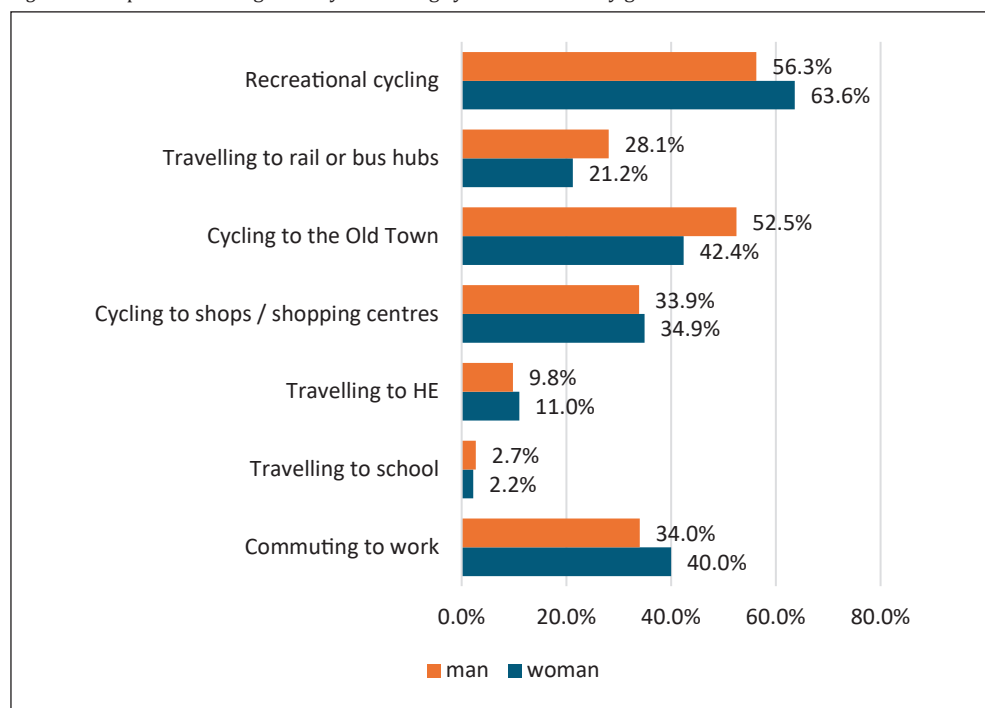
Source: author based on survey [N = 1114, N = 282]

Among the survey participants in both samples, the majority of respondents were male, while the most represented age range was between 26 and 35 years old (Table 1). Significant differences between the groups can be seen in terms of the frequency and purposes of cycling. Those who declared that they travelled to/from rail/bus transport hubs using BSS indicated that they used shared bicycles more often. While 3.7% of all respondents indicated that they used the system every day and 23.8% several times a week, for respondents travelling to or from the hubs these indications were 4.3% and 34.4%, respectively. People in this group more frequently pointed to the transport

purposes of BSS use. Only the recreational purpose received a higher percentage of indications in the entire set of survey participant responses.

Travelling to transport hubs in comparison to other purposes for using BSS in Toruń. Firstly, the author analysed the responses of all respondents to the survey. The aims of BSS use in Toruń were compared in terms of gender, age and frequency and seasonality of use. Among the purposes for cycling, respondents could choose more than one answer from the following: recreational cycling, travelling to rail or bus station hubs, cycling to the Old Town, cycling to shops/shopping centres, travelling to HE, travelling to school, commuting to work. Figure 1 shows the distribution of purpose-related responses by gender of respondents.

Figure 1. Purposes for using the bicycle sharing system in Toruń by gender

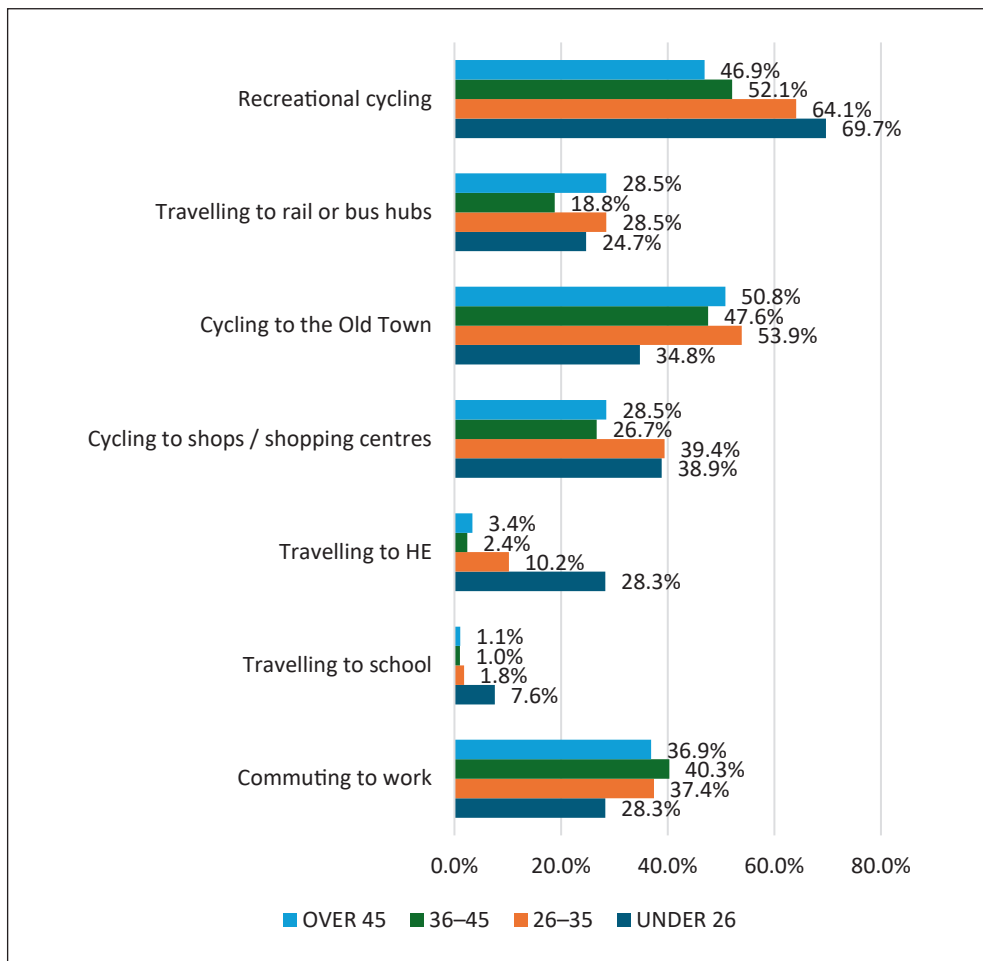


Source: author based on survey [N = 1114]

The data show that women are more likely than men to ride for recreation (63.6% vs 56.3%), to work (40.0% vs 34.0%), to HE (11.0% vs 9.8%) and to go shopping (34.9% vs 33.9%). Men more often indicated the other purposes. Travelling to the transport hubs, discussed in this paper, was more often indicated by men than women, with 28.1% of male and 21.2% of female respondents admitting using BSS in this way.

Some differences in the purposes of BSS use in Toruń are marked between different age groups. In addition to the age-related specificities of travelling to school and HE, major differences were also noted with other categories (Figure 2). It was shown that younger people were more likely to indicate that they use BSS for recreational purposes.

Figure 2. Purposes for using the bicycle sharing system in Toruń by age

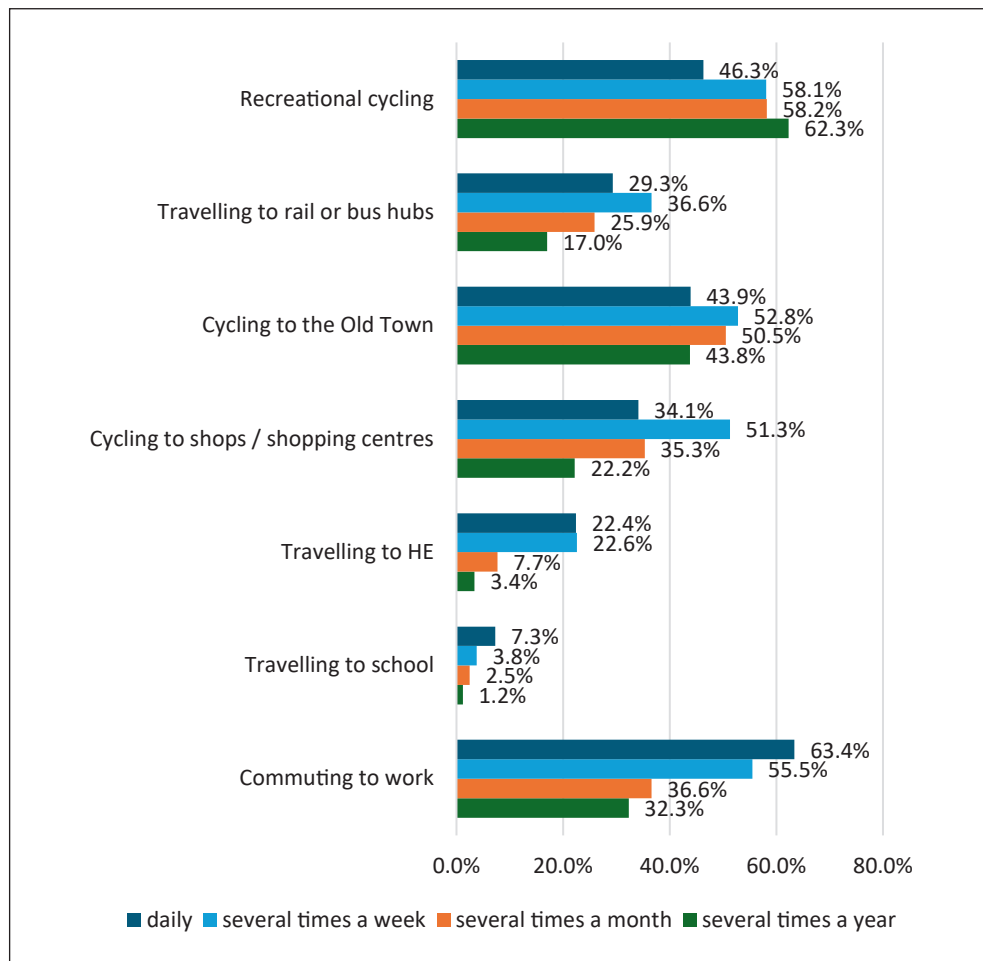


Source: author based on survey [N = 1114]

Travelling to the transport hubs, which is the main focus of the analysis in this study, was not the most common purpose of BSS use in Toruń. For those under 26 years of age, 24.7% used the system in this way, with 28.5% aged 26–35, 18.8% aged 36–45, and 28.5% of the oldest group, over 45.

Among the purposes of using BSS, daily users most often indicated commuting to work (63.4%) (Figure 3). As the frequency of cycling in each group decreased, so did the percentage of indications of this purpose. An inverse relationship was observed for recreational cycling – in this case it was most often indicated by people who used a bike occasionally, i.e. just a few times a year (62.3%). With respect to the journeys to and from the rail or bus transport hubs, those using BSS several times a week (36.6%) and daily (29.3%) indicated this purpose most frequently.

Figure 3. Purposes for using the bicycle sharing system in Toruń by respondents' frequency of use of Torvelo



Source: author based on survey [N = 1114]

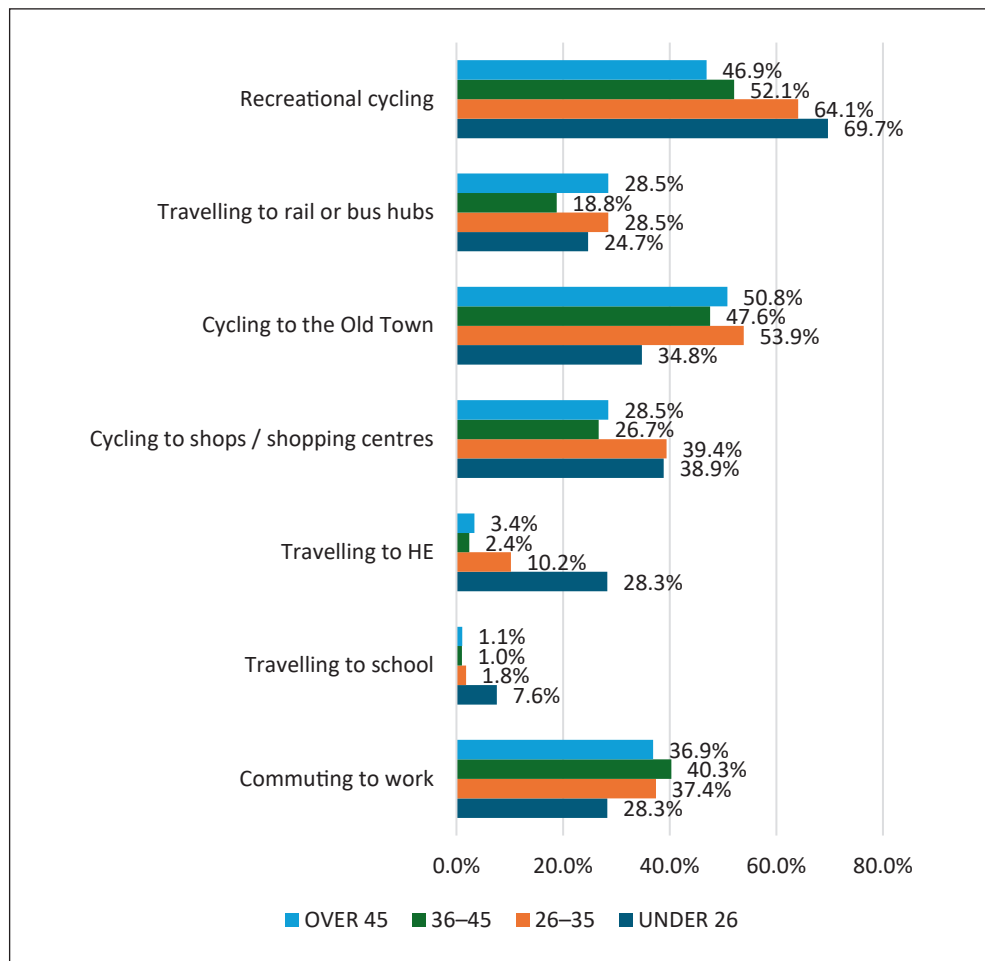
Table 2. Statistical significance of the chi-square test for gender, age, frequency of BSS use, and purposes of BSS use

	Gender of respondents	Age of respondents	Frequency of BSS use
Commuting to work	0.044	0.052	<0.001
Travelling to school	0.589	<0.001	0.040
Travelling to HE	0.517	<0.001	<0.001
Cycling to shops/shopping centres	0.732	<0.001	<0.001
Cycling to the Old Town	<0.001	<0.001	0.090
Travelling to rail or bus transport hubs	0.009	0.019	<0.001
Recreational cycling	0.015	<0.001	0.193

Source: author based on survey [N = 1114]

Analysing the responses concerning the purposes of BSS use in terms of gender, age and frequency of use, chi-square statistical tests were conducted to check the relationships between the variables discussed (Table 2). It was shown that for gender, statistically significant relationships were obtained for commuting to work, cycling to the Old Town, travelling to rail and bus transport hubs, and recreational cycling. All purposes except commuting to work are statistically significant when it comes to age, while all except cycling to the Old Town and recreational cycling in the case of frequency. Therefore, the purpose of travelling to the transport hubs proved to be significantly dependent on gender, age and frequency of BSS use.

Figure 4. Distribution of answers to the question 'In what months do you use the Torvelo BSS in Toruń?' among those travelling to the public transport hubs by shared bike, and those using BSS for other purposes



Source: author based on survey [N = 1114]

The study also compared the seasonality of cycling between those who do or do not use the Torvelo system to travel to and from the rail or bus public transport hubs. For this purpose, the author proposed a question about the months in which respondents

use BSS in Toruń and a multiple-choice question about the purposes of using one. People who choose BSS to travel to and from public transport hubs are more likely than others to cycle in all months (Figure 4). The difference between the groups analysed is the smallest during the summer months (June, July and August). The chi-square test yielded results that were statistically significant (Table 3).

Table 3. Statistical significance of the chi-square test for BSS users by month, including travellers and non-travellers to or from public transport hubs

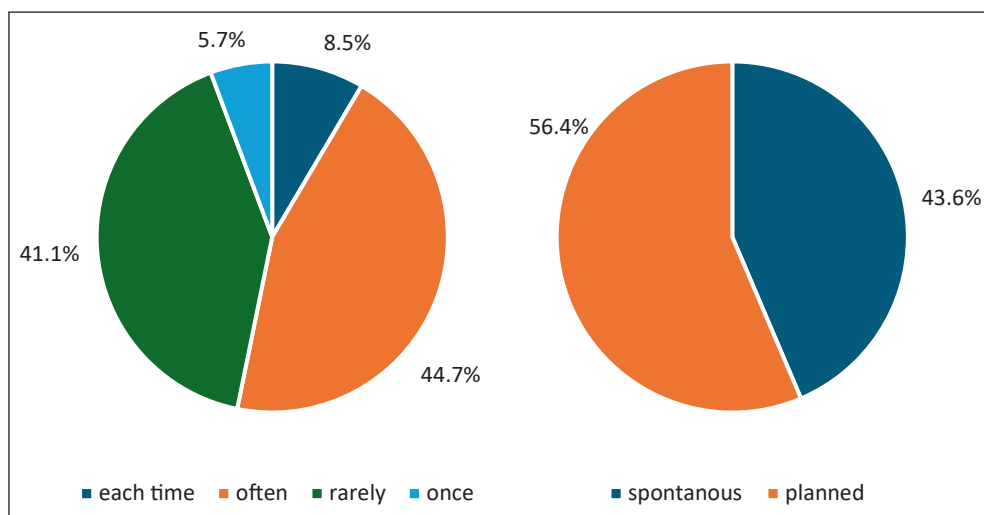
Month	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Travellers and non-travellers to or from public transport hubs	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	0.017	0.003	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001

Source: author based on survey [N = 1114]

Travelling to rail and bus public transport hubs: assessment of conditions. Individuals who use Torvelo bicycles to travel to the hub were additionally asked about the associated conditions.

Those who use the Torvelo BSS to travel to or from the rail or bus hub declared that they did so either often (44.7%) or rarely (41.1%) (Figure 5 – A). A smaller proportion indicated that they travelled to or from the hub by BSS each time (8.5%). The fewest respondents indicated that they had only come to or from the hub by Torvelo bike just once (5.7%). For 56.4%, the decision to choose BSS for the journey was planned, while

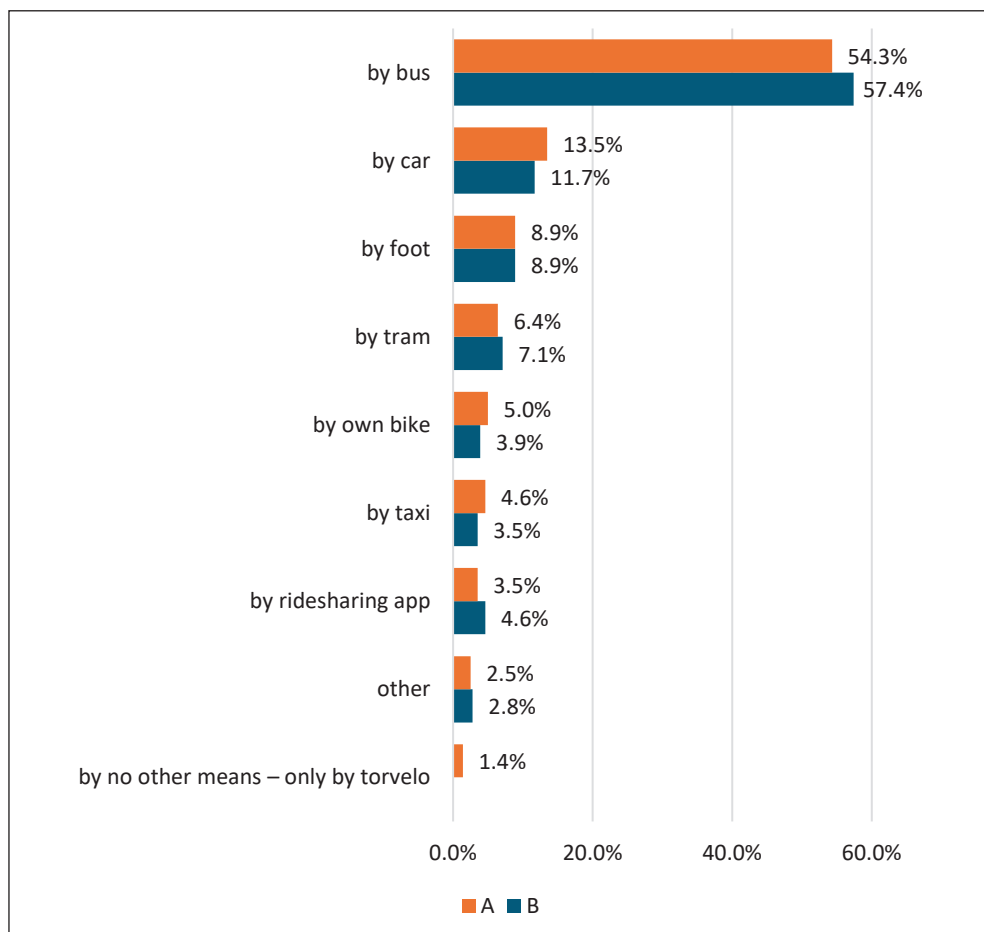
Figure 5. Respondents' frequency of use of Torvelo BSS for travelling to or from the hub (A) and the distribution of responses to the question 'Did you make the decision to use the Torvelo BSS for travelling to or from the hub spontaneously before the journey itself (e.g. as soon as you arrived at the hub by rail/bus) or was it planned in advance?' (B)



Source: author based on survey [N = 282]

43.6% admitted that this decision was taken spontaneously just before the journey itself (e.g. immediately after arriving at the rail/bus hub) (Figure 5 B).

Figure 6. Distribution of answers to the question 'If you do not choose the Torvelo BSS to get to or from the hub, how do you get there most often?' (A), and the question 'If Toruń didn't have the Torvelo system, how would you get to the hub?' (B)



Source: author based on survey [N = 282]

A prominent issue raised in the survey was the problem of an alternative way to get to the rail or bus public transport hubs. The survey questions covered two situations in which a survey participant would not use the BSS. In the first case, the question concerned whether and which means of transport the respondent uses when he or she chooses not to use BSS. The second question regarded travelling to the hub if Toruń did not have a BSS. In both cases, the predominant choice would be bus, with 54.3% indicating this option in the first question (Figure 6 – A) and 57.4% in the second (Figure 6 – B). The second choice was by car, which received 13.5% and 11.7% of indications, respectively. The choice of a private bicycle was declared in 5.0% and 3.9%. In addition, in the

first question, 1.4% of respondents admitted that they do not travel to or from the hub by any means of transport other than BSS.

The survey went on to ask about factors encouraging and discouraging the use of BSS for travel to and from rail or bus hubs. The results were filtered according to the respondents' answers to one of the previous questions on the choice of BSS in a spontaneous or planned manner. The results are presented in figures showing the percentage of responses to the question overall and separately for the two groups.

Among the factors which can encourage the use of BSS to get to or from the hub, respondents most often pointed to the availability and location of bike docking stations near the hubs (67.4%) (Figure 7). This aspect was highlighted by those who planned in advance to use the BSS on the way to or from a public transport hub, a response indicated by 73.6% of such respondents, compared to 59.3% of spontaneous Torvelo users.

Figure 7. Distribution of responses to the question 'What encourages you to use the Torvelo BSS to travel to or from rail or bus hubs?'

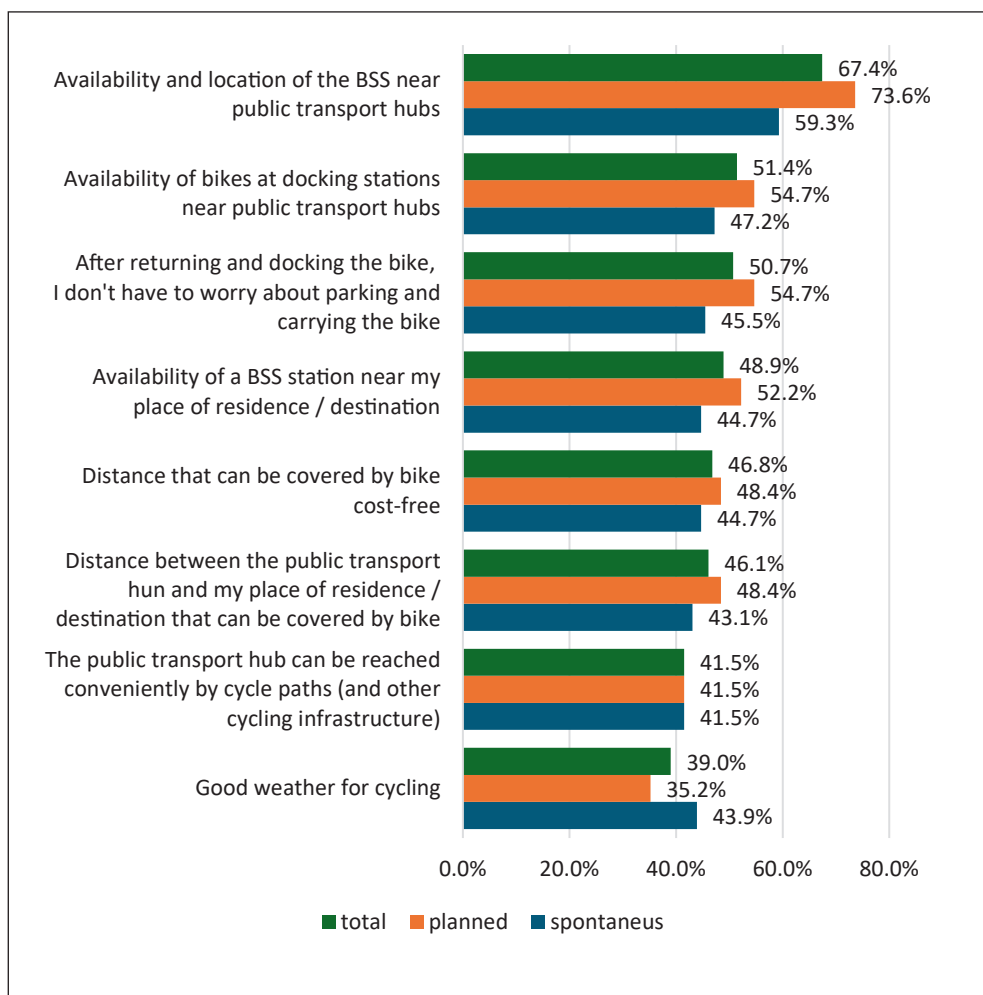
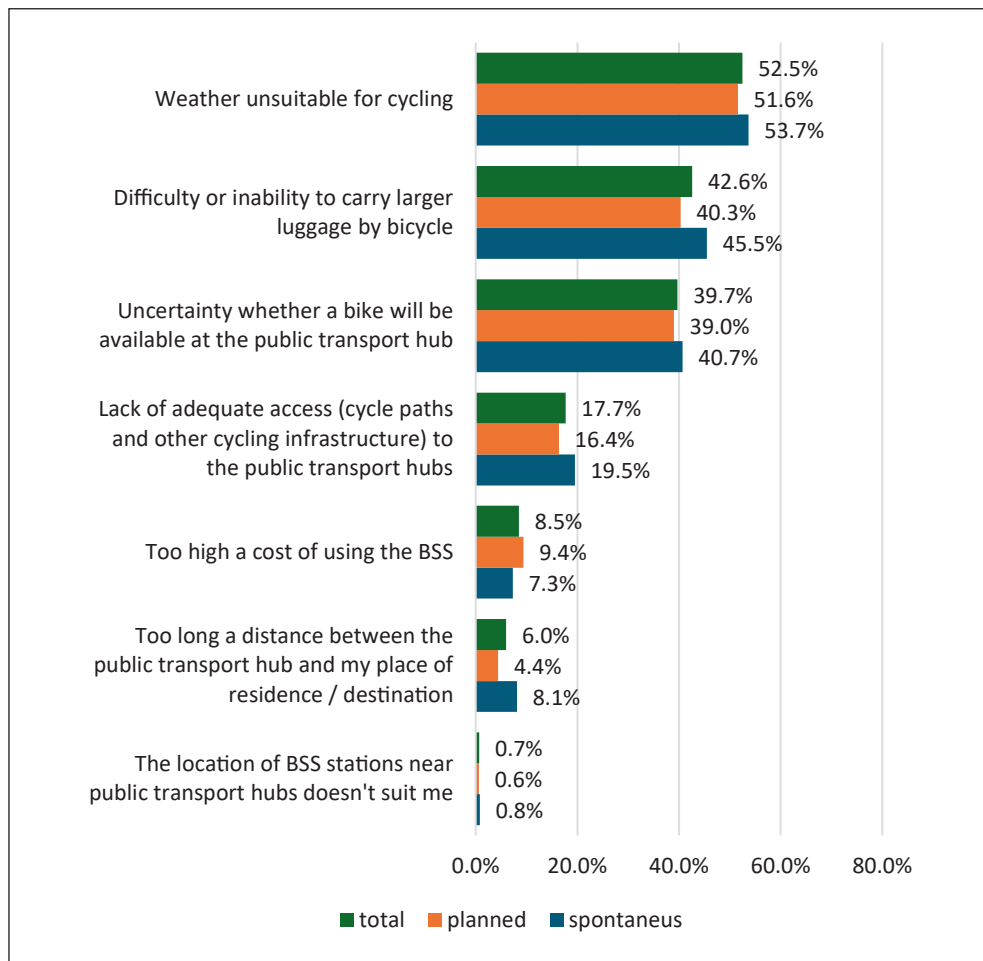


Figure 8. Distribution of responses to the question 'What discourages you from using the Torvelo BSS to travel to or from rail or bus public transport hubs?'



Source: author based on survey [N = 282]

There was greater variation in responses to the question on disincentives to travelling to and from a rail or bus hub using the Torvelo BSS. Most respondents indicated weather unsuitable for cycling – in total and in both groups analysed (Figure 8). Further frequently selected responses were issues related to the difficulty or inability to carry larger luggage by bicycle (over 40% of respondents) and the uncertainty over whether a bike will be available at the hub (also around 40% of respondents). In addition to the available set of responses, respondents also chose to make their own submissions, most of which related to technical aspects of the system's operation (around 17% of responses). These indications referred mainly to negative experiences during the process of renting, returning or using a shared bike. The analysis of disincentives to use BSS for travelling to and from public transport hubs showed no significant differences between those choosing to use BSS in a planned or spontaneous manner.

DISCUSSION AND CONCLUSION

BSS can be one of the most essential elements in the development of the bike and ride model in urban mobility. As pointed out in the literature review, BSS can solve many of the problems associated with travelling by private bicycle to public transport hubs. This study analysed how people who use the BSS analyse it. The perspective of those who use such a solution allowed the author to better assess the functionality of the bike-share-and-ride model and analyse factors that will inform recommendations for the development of multimodal mobility using bike sharing. A survey of people using BSS to travel to public transport hubs yielded a number of observations that have helped to answer the research questions posed in the study. A limitation of the survey was the relatively low percentage among the survey participants who admitted that they use BSS to commute to public transport hubs. The study also did not analyse data related to the use of bicycles (number of rentals and returns) at docking stations located in the vicinity of public transport hubs. However, the results obtained allow for careful generalization and drawing conclusions.

Verifying what proportion of all declared journeys by BSS are multimodal journeys (RQ1), it was observed that one in four BSS users in Toruń use it in this way. The analysis showed that males, and people who frequently ride shared bicycles, are more likely to use this option. Furthermore, those who utilise BSS to commute to public transport hubs are more likely than other users to ride these bikes in each month. In terms of the regularity of use and perceptions of alternatives to bike sharing (RQ2), just over half of those surveyed use the bike-share-and-ride model often or every time. Similarly, slightly more than one in two respondents indicated that the decision to use a bicycle for this type of journey was pre-planned. More than half of the respondents (about 60%) indicated public transport vehicles as an alternative to BSS in multimodal mobility. When analysing the incentives and disincentives to the use of BSS for multimodal journeys (RQ3), it was observed that the most important factor encouraging respondents to use bike sharing for reaching public transport was the availability of docking stations near transport hubs. Opposite to this, the weather was considered the most discouraging factor.

The overall analysis yielded that the potential of bike sharing in the surveyed case has not been fully exploited. The results collected indicated that people travelling to public transport hubs by a shared bike generally cycle more often and have a longer cycling season. It can therefore be concluded that they perceive the bicycle as a means of transport more often than other users.

This study is in accord with existing literature in concluding that instead of a modal shift from motorised individual to sustainable transport, there may be competition between sustainable modes. In fact, the results confirmed that public transport is the main alternative for shared bicycle users to rail and bus hubs. This confirms the findings of Van Marsbergen et al. (2022), indicating that instead of creating a multimodal travel chain, shared bicycles can replace public transport. A similar conclusion was reached in the study by Molinillo et al. (2020), which showed a low share of BSS in multimodal connections and more frequent use of bicycles along the whole travel route. This result is also consistent with the observations of Murphy & Usher (2015), who pointed out that from the perspective of a change of mode by city residents, BSS mainly attracts users of other sustainable forms of transport, including public. If the promotion of sustainable transport is indicated as one of the objectives of BSS, it should aim at increasing the

number of people giving up their cars for bicycles. However, the results clearly showed that the most frequent transport alternative for people currently using bike sharing to get to public transport hubs, is in fact public transport itself and not the car.

The personal characteristics of respondents also play a role in the use of the BSS for multimodal mobility. The survey showed inequalities in the scale of bike sharing to public transport hubs by both gender and age. In the case of gender, this is consistent with the lower participation of women in cycling in general in places with a low cycling culture, as shown in previous studies (Garrard et al., 2008; Aldred et al., 2016). In the context of age, however, in contrast to the results presented in Ji et al. (2017), BSS users did not have a lower proportion of people aged 45+ travelling to public transport hubs.

The survey was conducted among people who are already convinced of this form of mobility. This was to identify the characteristics of this group, as well as the factors that favour and threaten the development of the bike-share-and-ride model. This group is characterised mainly by the way they use bicycle: higher frequency, more transport-oriented purposes, and propensity to use public transport. This is an important observation, which suggests that the example studied of the bike-share-and-ride model attracts above all those who already treat the bicycle as a means of transport and are not predominantly dependent on private cars. Therefore, the results suggest that efforts are still needed to promote cycling and not only as a part of multimodal mobility.

References

- Adnan, M., Altaf, S., Bellemans, T., Yasar, A.u.H., Shakshuki, E.M. (2019). Last-mile travel and bicycle sharing system in small/medium sized cities: user's preferences investigation using hybrid choice model. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 10, 4721–4731. doi: <https://doi.org/10.1007/s12652-018-0849-5>
- Adsule, P., Kadali, B.R. (2024). Analysis of contributing factors in decision to bicycle in developing countries context. *Transport Policy*, 147, 50–58. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2023.12.015>
- Aldred, R., Woodcock, J., Goodman, A. (2016). Does More Cycling Mean More Diversity in Cycling? *Transport Reviews*, 36(1), 28–44. doi: <https://doi.org/10.1080/01441647.2015.1014451>
- Arbis, D., Rashidi, T.H., Dixit, V.V., Vandebona, U. (2016). Analysis and planning of bicycle parking for public transport stations. *International Journal of Sustainable Transportation*, 10(6), 495–504. doi: <https://doi.org/10.1080/15568318.2015.1010668>
- Bartosiewicz, B., Pieleśiak, I. (2019). Spatial patterns of travel behaviour in Poland. *Travel Behaviour and Society*, 15, 113–122. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2019.01.004>
- Biegańska, J., Grzelak-Kostulska, E., Kwiatkowski, M.A., Dąbrowski, L.S., Rogatka, K., Smoliński, P. (2017). Tourist potential of a city – a case study of Toruń (Poland). W: V. Klímová, V. Žítek (eds), *XX Mezinárodní Kolokvium o regionálních Vědách, Kurdějov, 14–16 června 2017: sborník příspěvků*. Brno, Masarykova Univerzita. doi: <https://doi.org/10.5817/CZ.MUNI.P210-8587-2017>
- Bocker, L., Anderson, E., Uteng, T.P., Throndsen, T. (2020). Bike sharing use in conjunction to public transport: Exploring spatiotemporal, age and gender dimensions in Oslo, Norway. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 138, 389–401.
- Brons, M., Givoni, M., Rietveld, P. (2009). Access to railway hubs and its potential in increasing rail use. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 43(2), 136–149. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2008.08.002>
- Cabral, L., Kim, A.M., Parkins, J.R. (2018). Bicycle ridership and intention in a northern, low-cycling city. *Travel Behaviour and Society*, 13, 165–173. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2018.08.005>
- Cervero, R., Caldwell, B., Cuellar, J. (2013). Bike-and-Ride: Build It and They Will Come. *Journal of Public Transportation*, 16(4), 83–105. doi: <https://doi.org/10.5038/2375-0901.16.4.5>

- Chen, W., Chen, X., Chen, J., Cheng, L. (2022). What factors influence ridership of station-based bike sharing and free-floating bike sharing at rail transit station? *International Journal of Sustainable Transportation*, 16(4), 357–373. doi: <https://doi.org/10.1080/15568318.2021.1872121>
- Cheng, L., Jin, T., Wang, K., Lee, Y., Witlox, F. (2022a). Promoting the integrated use of bikeshare and metro: A focus on the nonlinearity of built environment effects. *Multimodal Transportation*, 1(1), 100004. doi: <https://doi.org/10.1016/j.multra.2022.100004>
- Cheng, L., Wang, K., De Vos, J., Huang, J., Witlox, F. (2022b). Exploring non-linear built environment effects on the integration of free-floating bike-share and urban rail transport: A quantile regression approach. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 162, 175–187. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2022.05.022>
- De Chardon, C.M. (2019). The contradictions of bike-share benefits, purposes and outcomes. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 121, 401–419. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2019.01.031>
- De Chardon, C.M., Caruso, G., Thomas, I. (2017). Bicycle sharing system 'success' determinants. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 100, 202–214. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2017.04.020>
- Dobruszkes, F., Dzięcielski, M. (2023). Does docked bike-sharing usage complement or overlap public transport? The case of Brussels, Belgium. *Transportation Planning and Technology*. doi: <https://doi.org/10.1080/03081060.2023.2256717>
- Dzięcielski, M., Nikitas, A., Radzimski, A., Caulfield, B. (2024). Understanding the determinants of bike-sharing demand in the context of a medium-sized car-oriented city: The case study of Milton Keynes, UK. *Sustainable Cities and Society*, 114, 105781. doi: <https://doi.org/10.1016/j.scs.2024.105781>
- Egan, R., Dowling, C.M., Caulfield, B. (2023). Exploring the elements of effective public cycle parking: A literature review. *Journal of Urban Mobility*, 3, 100046. doi: <https://doi.org/10.1016/j.urbmob.2023.100046>
- Felix, R., Cambra, P., Moura, F. (2020). Build it and give 'em bikes, and they will come: The effects of cycling infrastructure and bike-sharing system in Lisbon. *Case Studies on Transport Policy*, 8(2), 672–682. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2020.03.002>
- Garrard, J., Rose, G., Kai Lo, S. (2008). Promoting transportation cycling for women: The role of bicycle infrastructure. *Preventive Medicine*, 46(1), 55–59. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2007.07.010>
- Götschi, T., Garrard, J., Giles-Corti, B. (2016). Cycling as a Part of Daily Life: A Review of Health Perspectives. *Transport Reviews*, 36(1), 45–71. doi: <https://doi.org/10.1080/01441647.2015.1057877>
- Griffin, G.P., Sener, I.N. (2016). Planning for Bike Share Connectivity to Rail Transit. *Journal of Public Transportation*, 19(2), 1–22. doi: <https://doi.org/10.5038/2375-0901.19.2.1>
- Guo, D., Yao, E., Liu, S., Chen, R., Hong, J., Zhang, J. (2023). Exploring the role of passengers' attitude in the integration of dockless bike-sharing and public transit: A hybrid choice modelling approach. *Journal of Cleaner Production*, 384, 135627. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135627>
- Guo, Y., He, S.Y. (2021). The role of objective and perceived built environments in affecting dockless bike-sharing as a feeder mode choice of metro commuting. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 149, 377–396. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.04.008>
- Hamidi, Z., Camporeale, R., Caggiani, L. (2019). Inequalities in access to bike-and-ride opportunities: Findings for the city of Malmo. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 130, 673–688. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2019.09.062>
- Heinen, E., Buehler, R. (2019). Bicycle parking: a systematic review of scientific literature on parking behaviour, parking preferences, and their influence on cycling and travel behaviour. *Transport Reviews*, 39(5), 630–656. doi: <https://doi.org/10.1080/01441647.2019.1590477>
- Hu, S., Chen, M., Jiang, Y., Sun, W., Xiong, C. (2022). Examining factors associated with bike-and-ride (BnR) activities around metro stations in large-scale dockless bikesharing systems. *Journal of Transport Geography*, 98, 103271. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2021.103271>

- Jaber, A., Csonka, B. (2023). Investigating the temporal differences among bike-sharing users through comparative analysis based on count, time series, and data mining models. *Alexandria Engineering Journal*, 77, 1–13. doi: <https://doi.org/10.1016/j.aej.2023.06.087>
- Jahanshahi, D., Tabibi, Z., Van Wee, B. (2020). Factors influencing the acceptance and use of a bicycle sharing system: Applying an extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Case Studies on Transport Policy*, 8(4), 1212–1223. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2020.08.002>
- Jayawardhena, M., Delbosc, A., Currie, G., Rose, G. (2025). When do shared e-scooters complement or compete with public transport? A mixed-method review and comparison with bike sharing. *Journal of Cycling and Micromobility Research*, 100057. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcmr.2025.100057>
- Ji, Y., Fan, Y., Ermagun, A., Cao, X., Wang, W., Das, K. (2017). Public bicycle as a feeder mode to rail transit in China: The role of gender, age, income, trip purpose, and bicycle theft experience. *International Journal of Sustainable Transportation*, 11(4), 308–317. doi: <https://doi.org/10.1080/15568318.2016.1253802>
- Jonkeren, O., Kager, R., Harms, L., te Brommelstroet, M. (2021). The bicycle-train travellers in the Netherlands: personal profiles and travel choices. *Transportation*, 48, 455–476. doi: <https://doi.org/10.1007/s11116-019-10061-3>
- Julio, R., Monzon, A., Susilo, Y.O. (2024). Identifying key elements for user satisfaction of bike-sharing systems: a combination of direct and indirect evaluations. *Transportation*, 51, 407–438. doi: <https://doi.org/10.1007/s11116-022-10335-3>
- Kong, H., Chao, H., Fu, W., Lin, D., Zhang, Y. (2025). Relationship between shared micromobility and public transit: The differences between shared bikes and shared E-bikes. *Journal of Transport Geography*, 123, 104149. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2025.104149>
- Kosmidis, I., Muller-Eie, D. (2024). The synergy of bicycles and public transport: a systematic literature review. *Transport Reviews*, 44(1), 34–68. doi: <https://doi.org/10.1080/01441647.2023.2222911>
- Kudłak, R., Kisiała, W., Kołsut, B. (2024). Systemic transformation, political reforms and car ownership in Poland. *Journal of Transport Geography*, 117, 103893. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2024.103893>
- Kwiatkowski, M.A. (2021). Regional bicycle-sharing system in the context of the expectations of small and medium-sized towns. *Case Studies on Transport Policy*, 9(2), 663–673. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2021.03.004>
- Kwiatkowski, M.A., Karbowskiński, Ł. (2022). Rower w pojeździe publicznego transportu zbiorowego – studium zasad przewozowych w wybranych miastach europejskich [Bicycles in public transport vehicles – a study of transport policies in selected European cities]. *Prace Komisji Geografii Komunikacji PTG*, 25(3), 41–55. doi: <https://doi.org/10.4467/2543859X-PKG.22.015.16609>
- Kwiatkowski, M.A., Karbowskiński, Ł. (2023). *Leksykon polityki rowerowej [Lexicon of Cycling Policy]*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Kwiatkowski, M.A., Grzelak-Kostulska, E., Biegańska, J. (2024). What builds inter-municipal cooperation? Assumed and added effects of a metropolitan bicycle-sharing project. *The Geographical Journal*, 190, e12599. doi: <https://doi.org/10.1111/geoj.12599>
- La Paix Puello, L., Geurs, K. (2015). Modelling observed and unobserved factors in cycling to railway stations: application to transit-oriented-developments in the Netherlands. *European Journal of Transport and Infrastructure Research*, 15(1). doi: <https://doi.org/10.18757/ejtir.2015.15.1.3057>
- Liu, Y., Feng, T., Shi, Z., He, M. (2022). Understanding the route choice behaviour of metro-bikeshare users. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 166, 460–475. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2022.11.006>
- Markvica, K., Millonig, A., Haufe, N., Leodolter, M. (2020). Promoting active mobility behavior by addressing information target groups: The case of Austria. *Journal of Transport Geography*, 83, 102664. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2020.102664>
- Martens, K. (2004). The bicycle as a feeding mode: experiences from three European countries. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 9(4), 281–294. doi: <https://doi.org/10.1016/j.trd.2004.02.005>

- Martens, K. (2007). Promoting bike-and-ride: The Dutch experience. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 41(4), 326–338. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2006.09.010>
- Molin, E., Maat, K. (2015). Bicycle parking demand at railway stations: Capturing price-walking trade-offs. *Research in Transportation Economics*, 53, 3–12. doi: <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2015.10.014>
- Molinillo, S., Ruiz-Montañez, M., Liébana-Cabanillas, F. (2020). User characteristics influencing use of a bicycle-sharing system integrated into an intermodal transport network in Spain. *International Journal of Sustainable Transportation*, 14(7), 513–524. doi: <https://doi.org/10.1080/15568318.2019.1576812>
- Murphy, E., Usher, J. (2015). The Role of Bicycle-sharing in the City: Analysis of the Irish Experience. *International Journal of Sustainable Transportation*, 9(2), 116–125. doi: <https://doi.org/10.1080/15568318.2012.748855>
- Oeschger, G., Carroll, P., Caulfield, B. (2020). Micromobility and public transport integration: The current state of knowledge. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 89, 102628. doi: <https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.102628>
- Oja, P., Titze, S., Bauman, A., de Geus, B., Krenn, P., Reger-Nash, B., Kohlberger, T. (2011). Health benefits of cycling: a systematic review. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 21(4), 496–509. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1600-0838.2011.01299.x>
- Pekdemir, M.I., Altintasi, O., Ozen, M. (2024). Assessing the Impact of Public Transportation, Bicycle Infrastructure, and Land Use Parameters on a Small-Scale Bike-Sharing System: A Case Study of Izmir, Türkiye. *Sustainable Cities and Society*, 101, 105085. doi: <https://doi.org/10.1016/j.scs.2023.105085>
- Qin, H., Gao, J., Kluger, R., Wu, Y.-J. (2018). Effects of perception on public bike-and-ride: A survey under complex, multifactor mode-choice scenarios. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 54, 264–275. doi: <https://doi.org/10.1016/j.trf.2018.01.021>
- Radzimski, A., Dzięcielski, M. (2021). Exploring the relationship between bike-sharing and public transport in Poznań, Poland. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 145, 189–202. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.01.003>
- Ravensbergen, L., Buliung, R., Mendonca, M., Garg, N. (2018). Biking to Ride: Investigating the Challenges and Barriers of Integrating Cycling with Regional Rail Transit. *Transportation Research Record*, 2672(8), 374–383. doi: <https://doi.org/10.1177/0361198118777080>
- Ricci, M. (2015). Bike sharing: A review of evidence on impacts and processes of implementation and operation. *Research in Transportation Business & Management*, 15, 28–38. doi: <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2015.03.003>
- Shen, R., Williams, P.C., Coutts, C. (2024). Identifying the health benefits of city bike infrastructure expansion policy. *Journal of Urban Affairs*. doi: <https://doi.org/10.1080/07352166.2024.2320901>
- Tavassoli, K., Tamannaee, M. (2020). Hub network design for integrated Bike-and-Ride services: A competitive approach to reducing automobile dependence. *Journal of Cleaner Production*, 248, 119247. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119247>
- Torabi K, F., Araghi, Y., van Oort, N., Hoogendoorn, S. (2022). Passengers preferences for using emerging modes as first/last mile transport to and from a multimodal hub case study Delft Campus railway station. *Case Studies on Transport Policy*, 10(1), 300–314. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2021.12.011>
- Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu. *UMK w liczbach*. Retrieved from: <https://www.umk.pl/uczelnia/liczby/> (access: 10.05.2025).
- Van Goeverden, K., Correia, G. (2018). Potential of peer-to-peer bike sharing for relieving bike parking capacity shortage at train stations: an explorative analysis for the Netherlands. *European Journal of Transport and Infrastructure Research*, 18(4). doi: <https://doi.org/10.18757/ejtr.2018.18.4.3259>
- Van Marsbergen, A., Ton, D., Nijenstein, S., Annema, J.A., Van Oort, N. (2022). Exploring the role of bicycle sharing programs in relation to urban transit. *Case Studies on Transport Policy*, 10(1), 529–538. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2022.01.013>
- Van Mil, J.F.P., Leferink, T.S., Annema, J.A., Van Oort, N. (2021). Insights into factors affecting the combined bicycle-transit mode. *Public Transport*, 13, 649–673. doi: <https://doi.org/10.1007/s12469-020-00240-2>

- Wojciechowska, D., Biegańska, J., Kwiatkowski, M.A. (2023). Samochodem, komunikacją publiczną czy rowerem – mobilność mieszkańców strefy podmiejskiej największych miast regionu kujawsko-pomorskiego. *Prace Komisji Geografii Komunikacji Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 26(2), 41–56. doi: <https://doi.org/10.4467/2543859XPKG.23.010.21789>
- Wolny-Kucińska, A. (2020). Rower podmiejski–konceptcja roweru publicznego na obszarach codziennych dojazdów do miast na przykładzie Polski. *Prace Komisji Geografii Komunikacji Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 23(1), 41–57. doi: <https://doi.org/10.4467/2543859XPKG.20.012.12114>
- Ye, J., Bai, J., Hao, W. (2024). A Systematic Review of the Coopetition Relationship between Bike-Sharing and Public Transit. *Journal of Advanced Transportation*, 6681895. doi: <https://doi.org/10.1155/2024/6681895>
- Yu, S., Liu, G., Yin, C. (2021). Understanding spatial-temporal travel demand of free-floating bike sharing connecting with metro stations. *Sustainable Cities and Society*, 74, 103162. doi: <https://doi.org/10.1016/j.scs.2021.103162>

Michał Adam Kwiatkowski, dr, Assistant Professor at the Department of Urban Studies and Sustainable Development, Institute of Social and Economic Geography and Spatial Management, Faculty of Earth Sciences and Spatial Management of the Nicolaus Copernicus University in Toruń, Head of Postgraduate Studies in Cycling Policy and Bicycle Mobility Planning. In his research, he focuses on the socio-spatial aspects of cycling and the perception of bicycle as a means of transport, especially in urban areas.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4708-7508>

Address:

Nicolaus Copernicus University in Toruń
Faculty of Earth Sciences and Spatial Management
Institute of Social and Economic Geography and Spatial Management
Department of Urban Studies and Sustainable Development
Lwowska Street 1,87-100 Toruń, Poland
e-mail: kwiat@umk.pl

WERONIKA BECHCIŃSKA

Uniwersytet Łódzki, Łódź, Polska / University of Lodz, Lodz, Poland

ALEKSANDRA MROCZEK-ŻULICKA

Uniwersytet Łódzki, Łódź, Polska / University of Lodz, Lodz, Poland

PAULINA PENCZEWA

Uniwersytet Łódzki, Łódź, Polska / University of Lodz, Lodz, Poland

ALICJA STĘPIEŃ

Uniwersytet Łódzki, Łódź, Polska / University of Lodz, Lodz, Poland

REMIGIUSZ ŻULICKI

Uniwersytet Łódzki, Łódź, Polska / University of Lodz, Lodz, Poland

Influencer Intentions and Usage of Stereotypes: travel content on Instagram for Italy, Morocco, Portugal and Tunisia

Abstract: This study investigates how travel Instagram influencers use stereotypes in their content on Italy, Morocco, Portugal and Tunisia. By analysing posts and photos, the research examines the frequency of perpetuating or debunking stereotypes, intentions regarding visits to a destination behind these actions, and the means of presenting opinions, experiences and recommendations. The authors have applied a quantitative and qualitative content analysis to the Instagram posts and photos. The findings reveal that more than half of the posts perpetuate stereotypes, while photos show a more balanced distribution. Encouraging or discouraging intentions regarding visits are more common in content that perpetuates stereotypes. The study highlights the significant role of visual content in shaping audience perceptions and underscores the need for influencers to use stereotypes responsibly. The research contributes to understanding the role of social media influencers in creating the image of a destination and shaping consumer decisions in tourism services.

Keywords: Instagram; intention to visit; stereotype usage; tourism destination; travel influencers

Received: 7 February 2025

Accepted: 10 April 2025

Suggested citation:

Bechcińska, W., Mroczek-Żulicka, A., Penczewska, P., Stępień, A., Żulicki, R., (2025). Influencer Intentions and Usage of Stereotypes: travel content on Instagram for Italy, Morocco, Portugal and Tunisia. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society], 39(3), 39–60. doi: <https://doi.org/DOI 10.24917/20801653.393.3>

INTRODUCTION

In recent years, the ways in which customers choose tourist destinations and purchase tourist services have changed radically. The constantly advancing development of technology facilitates access to tourist offers and consumer decision-making (Zdon-Korzeniowska, Rachwał, 2011) with tourist services being chosen based on information shared by social media users and influencers (Saini et al., 2023). Tourists who consider

a destination, first download information about it, form their opinions and then choose a place to stay or avoid one that is stigmatised. According to Benhida et al. (2024), social media influencers leverage genuine, superficial credibility and expertise in specific domains and this article considers their role in perpetuating positive and negative stereotypes of tourism destinations.

Hence, research on influencers on society seems particularly important as they have a massive impact on decision-making, the choice of tourist services and perceptions of tourism destinations (Jaya, Prianthara, 2020). They are crucial in modern marketing communication, particularly in tourism (Saini et al., 2023).

Surprisingly, there is a lack of work on travel influencers' roles in creating or using stereotypes in their narrative techniques or visual styles. As Li described (2024), academic research has focused primarily on two main areas: the effect of travel influencer marketing and their impact on tourists and sustainable tourism development (Asan, 2022; Baltezarević et al., 2022; Palazzo et al., 2021; Schorn et al., 2022). The effectiveness of travel social media influencers has also been analysed by examining the role of argument quality and sponsorship status (Kapoor et al., 2022). Tourist stereotypes have been widely described in recent years from the perspective of how locals perceive tourists (see, for example, McKercher, 2008; Tse et al., 2022; Tung et al., 2020) but in the context of stereotypes, little is known about the role of social media creators. This article fills this gap. We agree with Żemła & Woronkiewicz (2021) that stereotypes create the image of places and consequently shape consumers' choices in tourism services.

Based on this research gap, the article aims to understand how travel Instagram influencers (TIIs) use stereotypes of selected tourism destinations. Specifically, the frequency of perpetuation or debunking of existing stereotypes, its association with visit intentions, and the means of using stereotypes have been investigated. The authors focused on four diverse countries, often chosen as a travel destination by Poles: Italy, Morocco, Portugal and Tunisia. In the academic and popular literature, many stereotypes concerning chosen countries are repeated and described on social media. In Poland, Instagram is the second most popular social media platform and in 2024 the number of Polish Instagram users was 15,386,922, outnumbered only by Facebook (Wirtualnemedia.pl, 2025). We chose Instagram over Facebook because travel influencers prefer it (Rankingblogow.pl, 2020) and we identified Instagram content as a rich data source to answer the research question.

The main question of the study was: How do travel Instagram influencers use stereotypes of Italy, Morocco, Portugal and Tunisia as tourism destinations?

The specific research questions that guided our analysis were:

- SRQ1: How often do influencers perpetuate or debunk existing stereotypes of tourism destinations?
- SRQ2: Is the use of the perpetuation or debunking of existing stereotypes of tourism destinations associated with an intention to discourage or encourage the influencer's audience to visit the destination?
- SRQ3: What are the means of using the stereotypes of travel influencers in terms of presenting their opinions, experiences and recommendations in textual and visual content?

The research was preceded by a literature review on stereotypes of selected tourist destinations (Italy, Morocco, Portugal, Tunisia) and the selection of Polish TIIs whose posts depict these countries. Then, a qualitative content analysis of the selected posts

and photos was performed and after the categorisation of narrative techniques and visual styles in terms of stereotype use, statistical analysis was made. Finally, we chose the most striking examples for an in-depth qualitative analysis.

The results of this study will contribute to understanding the role of social media influencers in creating the images of tourism destinations and shaping consumer decisions regarding stereotypes in the selected countries.

LITERATURE REVIEW

Role of travel influencers. The role of social media influencers (SMIs) is discussed in the literature, especially in modern marketing communication (Femenia-Serra et al., 2022), particularly in tourism (Saini et al., 2023). The impact of SMI content, follower ratios, and engagement in travel decision-making is widely studied (e.g. promoting travel destinations: Xu et al., 2018; and consumer travel decisions: Chen et al., 2023). Pop et al. (2021) analysed the role of trust in the consumer decision journey from the perspective of SMIs, underlining that consumer trust positively affects each phase of travel decision-making (Pop et al., 2021). The stereotyping process may change the consumers' perspective because trusted SMIs shape travel decisions and the perceptions of destinations.

The article focuses on travel influencers who differ from other SMIs. Li et al. (2024) underlined the differences in terms of commercial demands, products, audiences and collaborations with companies, as well as their impact on the tourism marketing agenda. Manthiou et al. (2024) analysed the travel influencer construct in five dimensions: inspiration, authenticity, attractiveness, content expertise and trustworthiness. These elements can be helpful when trying to understand the role of travel influencers, especially to understand followers' reactions to them affecting visit intentions and creating marketing communication strategies to attract more tourists through social media (Seçilmiş et al., 2022).

Therefore, travel influencers play a vital role in shaping the perception of tourism destinations and decision-making (Benhida et al., 2024). Wahba et al. (2024) investigated the effect of SMIs on intention to visit with the mediating role of upward social comparison where the intention from an emotional perspective was underlined (Wahba et al., 2024). Stereotypes are also built and used on strong emotions and observable behaviours that are the basis for creating beliefs and the way influencers construct their social identity and the narratives they share can affect how destinations are perceived. This process involves a dynamic interaction between personal ambition, societal expectations and the platforms they use (Li et al., 2024).

Travel influencers can also play a role in shaping the stereotypes of tourism destinations, as representatives of mass tourists who see themselves as innovators, worldly, outward-looking, risk-takers who are different and somehow better than other members of society, meaning the residents of the tourism destination (McKercher, 2008). Therefore, the experience between the visitor and the guest deepens the sensation of being outside either group, creating stereotypes in turn. Their content often highlights specific aspects of a destination which can lead to the creation of both positive and negative stereotypes. Although influencers can help combat negative stereotypes by showcasing lesser-known aspects of a destination, they can also inadvertently reinforce stereotypes by repeatedly highlighting certain features or experiences (Femenia-Serra, Gretzel, 2020). As Jaya and

Prianthara (2020) proved, the reputation of a destination, how well-known a brand is, and the opinions of influential people on social media, all impact tourists.

Stereotypes in tourism. A stereotype is defined as an image of the external world in the human mind and is shaped by culture, allowing for quick and easy adjustment of the various pieces of information coming from the environment to develop patterns (Nelson, 2003). Stereotypes are mental constructs rooted in language and act as an 'unconscious filter' through which we perceive what is foreign, different and unknown. Created stories about places by the influencers can be part of a new narrative that modifies methods of sending messages but also shapes the language used by the sender (Owsianowska, 2014). This simplified information and the description are used to describe the destination in the tourism industry, and this may influence the decision-making process regarding the selection and perception of the place.

Stereotypes related to tourism destinations are rooted in ethnic and national stereotypes, often as the result of conflicts and wars which can create more conflicts and prejudices – a 'vicious circle' (Michalczuk-Ouerghi, 2019). The negative image of Romania in Poland, related to its existing stereotype, results in a low choice of this tourism destination (Żemła, Woronkiewicz, 2021). In addition, Gajić et al. (2023) proved that stereotypes and prejudices had a more direct influence on the dimensions of loyalty and revisiting for Serbia compared to other factors analysed. Stereotypes undoubtedly are part of the destination image, stemming from perceived relations between two nations (Chen et al., 2016).

Stereotyping in tourism also concerns those created by hosts and residents (see, for example, Chen et al., 2021; McKercher, 2008; Tse et al., 2022, 2023; Tung et al., 2020). Understanding attitudes towards tourists seems crucial because it affects the relation, emotion and behaviour, which guests can be seen by tourists. The interactions between hosts and tourists with existing and experienced stereotypes have an impact on the image of the post-travel destination and the evaluations of residents (Liu et al., 2017). Any tourist can be an influencer who describes their stay on social media.

As Chen et al. (2016) suggested, negative and stereotypical beliefs are shared and have a negative effect on destination perceptions, especially in the context of nations in conflict. In consequence, as Baloglu and Mangalolu (2001) proved in their research, travel intermediaries (which nowadays are also TIIs) can be less open to promoting a destination to which they have a negative or weak image. In this context, Pan and Hsu (2014) analysed factors that affect travel media content which may reflect and carry expectations and stereotypes. Bender et al. (2013) examined the content of travel media exploring how different language guides on Switzerland vary in their representations and interpretations of the tourism destination. Moreover, Owsianowska (2014) suggest that it is crucial to reveal those aspects of communication in travel narration that identify what words express. Our study broadens this perspective – we analysed the usage of stereotypes in posts and photos.

Justification of the choice of the countries and their stereotypes. We chose countries eagerly described by travel influencers so that the analysis was as in-depth and reliable as possible. According to the Polish Ministry of Foreign Affairs, Portugal and Italy are countries where social and cultural norms are similar to those in Poland. At the same time, Morocco and Tunisia differ mainly due to religion. The selection of destinations was made based on a review of the literature on stereotypes and the authors selected those most frequently chosen by tourists from Poland. The keywords related

to the stereotypes of these destinations were determined by searching the literature and finding those that are repeated the most often (Table 1). Some sources are intentionally in Polish due to the analysis of stereotypes built in the minds of Poles. The selection was limited to 10 keywords for each country.

Italy is famous for its good food, while an integral part of Italian culture as *dolce vita* is also associated with cuisine and is deeply rooted in the lifestyle of Italians who value relaxation and the pleasures of daily life. However, they are also described as noisy, especially in crowded towns overflowing with tourists. Italians are perceived as attractive, which may be related to their concern for appearance and fashion which also seems iconic. The negative image of Italy is associated with the activities of the mafia, as well as social problems such as strikes and with garbage on the streets. Its cultural and historical wealth is particularly characteristic with numerous and extremely popular assets that attract crowds of tourists.

In publications about Morocco, the following characteristics were highlighted: Arabs and their religion (Islam), the situation of women (customs and rights), and the specific conduct of business (negotiations) or haggling in bazaars. In contact with the inhabitants, an association with great kindness, even disinterest, dominated. Other topics mentioned concern the culinary arts: intensively spiced dishes (a wealth of smells and spices) and very (even too) sweet dishes. In terms of associations with the appearance of the country, references to characteristic colours dominated: blue or light blue but, on the other hand, degraded spaces (rubble, abandoned buildings). The Sahara was also a typical association, and its vastness was associated with a sense of freedom.

In the descriptions of Portugal, favourable conditions for relaxation are particularly emphasised: the ocean, beaches and hot temperatures. In evaluating space, the perception of colours dominates: colourful buildings, narrow streets, characteristic tiles (*azulejos*) and trams. Moreover, Portugal is associated with islands (especially the Azores and Madeira) and wine.

In turn, Tunisia, an extremely popular destination among Poles (hence the association with many Polish visitors), is mainly associated with all-inclusive travel agency offers and leisure. Despite the high standard of the offers, some public areas are perceived as dirty or neglected. Typical stereotypes about Tunisia are Islamization and a low sense of security, including the threat of extremists but in addition, attention is drawn to the narrow streets of the medinas, markets full of colours, spices and smells.

Table 1. Review of selected literature describing stereotypes of Morocco, Portugal, Tunisia and Italy

COUNTRIES	JUSTIFICATIONS IN THE LITERATURE	STEREOTYPES
Italy	<i>'Polonia? Aaah Bologna!'</i> In a maze of Italian-Polish and Polish-Italian stereotypes (de Carlo, 2008); Information for travellers to Italy (Polish Ministry of Foreign Affairs); <i>Italian language and culture between the image and reality</i> (Henszke, 2011); <i>You say: Italy, you think: mafia? The stereotype of an Italian in the eyes of Polish students</i> (Pawłowska, 2014); <i>Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents</i> (Baloglu, Mangalolu, 2001); <i>Tourism satisfaction effect on general country image, destination image, and post-visit intention</i> (De Nisco et al., 2015)	crowd <i>dolce vita</i> fashion garbage good food mafia monument noise attractive people strike

Morocco	<i>'Supper with Berber' – Hosts and Guests in the View of Ethnic Tourism. Anthropological Analysis of the Travel Agencies' Offers</i> (Michniewicz-Ankiersztajn, Podgórski, 2015); <i>In search of cultural authenticity of the relations between Moroccan society and tourists</i> (Jagiełło, 2013); <i>Muslim fundamentalism and radicalism and the threats to tourism development</i> (Michniewicz-Ankiersztajn, Podgórski, 2015); Information for travellers to Morocco (Polish Ministry of Foreign Affairs); <i>Market guide for entrepreneurs. Morocco</i> (Polish Agency for Enterprise Development, 2006); <i>Tourism geography: Emerging trends and initiatives to support tourism in Morocco</i> (Steenbruggen, 2014); <i>Women and the Violence of Stereotypes in Morocco</i> (Sadiqi, 2011)	abandoned/restored buildings Arabs blue/sky blue freedom market/bazaar Sahara selfless kindness smells/spices sweet food women's situation
Portugal	Information for travellers to Portugal (Polish Ministry of Foreign Affairs); <i>Trends in leisure tourism regions under economic crisis conditions based on the example of Algarve in Portugal</i> (Bajgier-Kowalska, Rettinger, 2014); <i>Melancholy, nostalgia and saudade: on Portuguese national identity</i> (Jurga, 2017); <i>Iberian Peninsula – a paradise for cultural tourists. An overview of Spain and Portugal's potential for the development of the chosen forms of cultural tourism</i> (Malchrowicz, 2009); <i>Tourist Product as an Emanation of Tradition and Culture on the Case of Porto Wine and Fado Music – National Tourist Products of Portugal</i> (Adamowicz, Gawrońska, 2012); <i>Multiculturalism in Aveiro in Portugal: the author's own experience resulting from participating in Erasmus</i> (Niemczyk, 2016); <i>Pictorial analysis of the projected destination image: Portugal on Instagram</i> (Kuhzady, Ghasemi, 2019); <i>The image of Portugal as a tourist destination – an international perspective</i> (Montenegro et al., 2014)	beaches colourful buildings colourful hot islands narrow streets ocean tiles azulejos tram wine
Tunisia	<i>The Dynamics and Features of International Tourist Movement in Tunisia in the Years 1960–2015</i> (Widz, Brzezińska-Wójcik, 2016); <i>Exploration of the Tourism Destination Image's Determinants on the Revisit Intention: The Case of Tunisia</i> (Ksouri, Abdellatif, 2015); Information for travellers to Tunisia (Polish Ministry of Foreign Affairs); <i>Perspectives on the destination image of Tunisia</i> (Selmi, Dornier, 2017); <i>The influence of national stereotypes on the choice of tourist destination – case of Tunisia</i> (Michalczuk-Ouerghi, 2019); <i>The influence of terrorism and Islamization on the tourism economy of Tunisia</i> (Michalczuk-Ouerghi, Dłużewska, 2018)	all-inclusive/ leisure dirty extremists full of colours Islam lots of Poles markets narrow street spices/smells

Source: authors

MATERIALS AND METHODS

After analysis of the stereotypes of selected tourism destinations by TIIs, the authors prepared the data on a spreadsheet. TIIs were selected based on popularity (less than one million followers because they have fewer sponsored posts) and published on at least one of the chosen countries. Finally, we selected 25 TIIs with a total of 128 posts about the selected destinations (an average of 32 posts/country) (Table 2). The selected

influencers attached 501 photos to the chosen posts during the period from 2018-02-04 to 2024-10-09.

Table 2. Number of analysed posts from selected TIIs

Username	#followers	Italy (n = 36)	Morocco (n = 33)	Portugal (n = 23)	Tunisia (n = 36)	Overall (n = 128)
busemprzezswiat	161000	3	2	2	0	7
djerbaztimurem	1825	0	0	0	5	5
gdziebadz	93900	0	2	0	0	2
italia_by_natalia	45900	9	0	0	0	9
italiapozaszlakiem	29500	6	0	0	0	6
itskamila_speaking	13400	1	0	0	0	1
jaktodaleko	57200	0	4	0	0	4
kierunek_wlochy	58500	6	0	0	0	6
lastowicze	64000	0	0	0	5	5
mikolajsondej	161000	0	4	0	0	4
planfortheworld	5080	0	2	0	0	2
podrozowanie	60200	0	9	0	0	9
polishvoyagers	171000	2	0	1	0	3
powroty.do	19500	0	2	2	0	4
szalonenwalizki	37500	0	0	1	0	1
thetravellingonion	141000	0	5	0	0	5
travelovcy	142000	0	0	1	0	1
travelstorypl	53900	0	0	3	0	3
tunezja. mojemiejscenaziemi	4895	0	0	0	2	2
wedrownemotyle	64300	9	2	0	0	11
where_is_kinga	5419	0	0	0	2	2
wiki_w_tunezji	1525	0	0	0	6	6
zadzieramkiecilece	55800	0	1	0	6	7
zajarani.zyciem	8581	0	0	6	0	6
zycie_w_podrozy	41800	0	0	7	10	17
Publication date [20YY-MM-DD]						
from		23-05-28	18-02-04	20-09-09	19-04-19	18-02-04
to		24-10-09	24-06-12	24-07-20	24-10-02	24-10-09

Source: authors

Using the empirical base, we provided qualitative content analysis of the selected posts and photos which is a study of recorded human communication suitable for letters, poems, web pages, books, news articles etc (Babbie, 2021). In tourism research, there are many examples of this method of analysis: both textual and visual content on Instagram, for example in the context of tourism promotion strategy (Majid 2019), cultural tourism promotion (Mele et al., 2021), slow tourism (Le Busque et al., 2021) and adventure tourism trends (Stanišić et al., 2024).

As Babbie (2021) suggested, we answered the question of what was written in the posts and shown in the photos (whether stereotypes were used?), how (in which way

the TIIs used the stereotypes?), and why (what was the intention of the post and photo?). Based on the answers to these questions, the Instagram content was coded and categorised similar to Le Busque (2021) in terms of stereotypes as non-reference, perpetuated or debunked and in terms of intention as discouraging, neutral or encouraging (Table 3).

Table 3. Explanation of categories in the qualitative analysis of posts and photos

Stereotypes		Intention	
non-reference	posts/photos that did not contain any reference to selected stereotypes	discouraging	refers to content that suggests that the audience should avoid visiting a particular tourism destination
perpetuated	meant to reinforce or maintain existing stereotypes about a tourism destination through the content shared by TII	neutral	content that neither encourages nor discourages the audience from visiting a tourism destination. It presents information in a balanced and unbiased manner without expressing a strong opinion
debunked	meant challenging, refuting or dispelling existing stereotypes about a tourism destination through the content shared by TII	encouraging	content that suggests that the audience should visit a particular tourism destination

Source: authors

This analysis allowed the authors to prepare the answer for SRQ1. After categorisation of narrative techniques and visual styles in terms of using stereotypes and expressing the intention to visit a destination, a statistical analysis was undertaken to answer SRQ2.

Finally, we chose the most striking examples for an in-depth qualitative analysis (Babbie 2021) of textual and visual content to answer SRQ3. This part of the investigation consisted of analysing specific types of posts, narrative techniques and visual styles used to describe the chosen stereotypes and underline the intention of posts and photos. To perform an in-depth qualitative textual analysis of posts and photos, one or two from each category (discouraging, encouraging and neutral) were chosen, if such existed, in the main analysis for a given country. A total of 12 posts and 12 photos were selected, the text of the posts was coded, and then the authors built the categories of interpretation consisting of references to the stereotype and their usage context. The photos were also coded: what is on the photograph, in what sense, and how colours are used in the context of stereotypes. The authors built on their interpretation of the intentions of posts and photographs, if they were discouraging, encouraging or neutral.

RESULTS

Quantitative results. To address SRQ1, which asks how often influencers perpetuate or debunk existing stereotypes of tourism destinations, we tested the observed frequency distribution of these categories against an expected distribution with a chi-square goodness of fit test. The equal expected distribution of one third for each of the three categories was assumed to indicate whether the usage was approaching a random distribution.

Regarding posts ($n = 128$), we observed that the most frequent category of stereotype usage was 'perpetuated', with almost 52%. The category 'non-reference' appeared less frequently at 39%, while 'debunked' was the least frequent appearing in just over

9% of the posts (Table 4). The fit-test results are statistically significant $\chi^2(2) = 36.06$, $p < .001$, thus categories of stereotype usage in posts are not equally distributed. These findings indicate that the content of posts is more likely to perpetuate existing stereotypes of tourism destinations, more likely not to refer to stereotypes, and less likely to debunk them, compared to the equal expected distribution.

Table 4. The distribution of posts by stereotype usage versus the destination

	Italy (n = 36)	Morocco (n = 33)	Portugal (n = 23)	Tunisia (n = 36)	Overall (n = 128)
Intention					
discouraging	0 (0%)	2 (6.1%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (1.6%)
neutral	15 (41.7%)	16 (48.5%)	3 (13.0%)	6 (16.7%)	40 (31.3%)
encouraging	21 (58.3%)	15 (45.5%)	20 (87.0%)	30 (83.3%)	86 (67.2%)
Stereotype					
perpetuated	19 (52.8%)	21 (63.6%)	11 (47.8%)	15 (41.7%)	66 (51.6%)
non-reference	13 (36.1%)	7 (21.2%)	11 (47.8%)	19 (52.8%)	50 (39.1%)
debunked	4 (11.1%)	5 (15.2%)	1 (4.3%)	2 (5.6%)	12 (9.4%)

Source: authors

There are some cross-destination differences among posts; nevertheless, in this article, we use this information only descriptively (Table 4). Morocco seems to differ from the other three destinations in the higher share of posts that debunk stereotypes and the lower share of non-references to them.

Regarding photos (n = 501), the most frequent category was 'non-reference' at 53% which appeared less frequently, at 25%, followed by 'debunked' in nearly 22% of the analysed (Table 5). The fit-test results are statistically significant $\chi^2(2) = 87.23$, $p < .001$, thus categories of stereotype usage in photos are not equally distributed. These findings indicate that the content of photos is more likely not to refer to existing stereotypes of tourism destinations and less likely to debunk or perpetuate them compared to the expected equal distribution.

Table 5. The distribution of photos by stereotype usage versus the destination

	Italy (n = 286)	Morocco (n = 101)	Portugal (n = 41)	Tunisia (n = 73)	Overall (n = 501)
Intention					
discouraging	0 (0%)	18 (17.8%)	0 (0%)	0 (0%)	18 (3.6%)
neutral	212 (74.1%)	31 (30.7%)	4 (9.8%)	19 (26.0%)	266 (53.1%)
encouraging	74 (25.9%)	52 (51.5%)	37 (90.2%)	54 (74.0%)	217 (43.3%)
Stereotype					
perpetuated	32 (11.2%)	49 (48.5%)	17 (41.5%)	29 (39.7%)	127 (25.3%)
non-reference	149 (52.1%)	49 (48.5%)	24 (58.5%)	43 (58.9%)	265 (52.9%)
debunked	105 (36.7%)	3 (3.0%)	0 (0%)	1 (1.4%)	109 (21.8%)

Source: authors

There are also some differences in the usage of the photos and we used this information descriptively (Table 5), as we did for posts. Italy differs from the other three destinations in that it has a much higher share of photos that debunk stereotypes and a lower share that perpetuate them. Moreover, Italy has the most photos overall and the highest number of photographs per post, 7.8 (286 photos/36 posts), while for Morocco, which has the second highest proportion of 3.1 (101/33), photos were more than twice less frequent. As for Italy photos represent almost two-thirds of all images analysed ($n = 431$), the overall distribution of stereotype usage in photographs is biased by content for this destination.

The findings to address SRQ1 indicate that analysed posts are more likely to perpetuate existing stereotypes, more likely not to refer to them, and less likely to debunk them. At the same time, photos are more likely not to refer to stereotypes and less likely to debunk or perpetuate them, compared to the equal expected distribution.

To address the second specific question, SRQ2, we analysed the association between the intention of travel influencers (discouraging, neutral or encouraging their audience to visit the destination) and their use of a destination's stereotypes (perpetuated, non-reference or debunked among the published content) in both posts and photos. A chi-square independence test and Fisher's exact test examined the relationship between intention and stereotype usage.

The results of the independent chi-square test were not statistically significant, indicating no strong association between influencer intention and stereotype use in posts $\chi^2(4) = 6.34$, $p = .172$ and the effect size, $w = .22$ suggests it is low (Cohen, 1988). As three cells in the table (Table 6) have expected counts less than five, we also performed Fisher's exact test to validate the chi-square approximation. The results of Fisher's exact test ($p = 0.55$) do not indicate a significant association between the intention to visit and the use of destination stereotypes on the posts analysed.

Table 6. The distribution of posts by intention regarding visits versus destination's stereotype usage

Intention	Stereotype			Total
	perpetuated	non-reference	debunked	
discouraging	2 (3%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (1.6%)
neutral	15 (22.7%)	21 (42%)	4 (33.3%)	40 (31.2%)
encouraging	49 (74.2%)	29 (58%)	8 (66.7%)	86 (67.2%)
Total	66 (100%)	50 (100%)	12 (100%)	128 (100%)
$\chi^2 = 6.396 \cdot df = 4 \cdot \text{Cramer's } V = 0.158 \cdot \text{Fisher's } p = 0.145$				

Source: authors

Regarding the overall intention to visit a destination, the majority of posts were encouraging (more than two-thirds), followed by neutral (nearly one-third), and a small fraction were discouraging (less than 2%). The intention distribution was quite similar across all categories of stereotype usage in posts appearing most frequently in at least three-fifths of the posts in the 'non-reference' stereotype category, approximately two-thirds of the posts in the 'debunked' category, and almost three-quarters for the 'perpetuated' stereotype. It appeared less frequently, in at least 23% of the posts (with perpetuated stereotype) and at most about 42% (non-reference). Intention to discourage the audience from visiting a destination is, in fact, the least frequent type; it occurs only with perpetuated stereotypes in the content ($n = 2$).

The chi-square test results were statistically significant, indicating an association between the intention of the influencers and their use of stereotypes in photos $\chi^2(4) = 96.34, p < .001$ and the effect size, $w = .44$ suggests it is moderate (Cohen, 1988). Given that two cells in the table (Table 7) have expected counts below five, we performed Fisher's exact test ($p < .001$), which confirmed a statistically significant association between the intention of the visit and the use of destination stereotypes in Instagram photos.

Table 7. The distribution of photos by intention versus stereotype usage

Intention	Stereotype			Total
	perpetuated	non-reference	debunked	
discouraging	18 (14.2%)	0 (0%)	0 (0%)	18 (3.6%)
neutral	30 (23.4%)	162 (61.1%)	74 (67.9%)	266 (53.1%)
encouraging	79 (62.2%)	103 (38.9%)	35 (32.1%)	217 (43.3%)
Total	127 (100%)	265 (100%)	100 (100%)	501 (100%)
$\chi^2 = 96.336 \cdot df = 4 \cdot \text{Cramer's } V = 0.310 \cdot \text{Fisher's } p = 0.000$				

Source: authors

Overall, we found that the intention of most photos was neutral (53%), followed by encouraging (more than 43%) and less than 4% discouraging. The intention distribution is similar for the 'non-reference' and 'debunked' stereotype categories while in both the 'neutral' intention appeared most frequently, making up approximately two-thirds of the photos. The 'encouraging' intention appeared less frequently, 32% for the 'debunked' category and 39% for the 'non-reference' category. For the 'perpetuated' stereotype, intention distribution differs from the other two in usage. In this category, the 'encouraging' intention appeared more frequently, at approximately 62%, while the 'neutral' intention was less common, observed only in approximately one-fifth of the photos. In summary, the 'encouraging' intention in the photos with perpetuated stereotypes appeared almost twice as often as in the non-reference and debunked stereotypes. As for the posts, the intention of discouraging the audience from visiting a destination coincides exclusively with the perpetuated stereotype in the content ($n = 18$).

Regarding SRQ2, the analysis reveals that while there is no statistically significant association between intention and stereotype usage in posts, there is a significant association in photos. Photos that perpetuated destination stereotypes contain encouraging intentions more often than photos that debunk stereotypes or do not refer to them. This perpetuation may be related to discouraging intention in both photos and posts, although the association cannot be confirmed with statistical hypotheses testing due to sample size limitations.

Qualitative results. In the qualitative description of the results, the authors answer SRQ3: What are the means of using stereotypes by travel influencers in terms of presenting their opinions, experiences and recommendations in textual and visual content?

Among the analysed countries and influencers, the most discouraging post, which showcases a critical opinion about travel, turns out to be a post by the profile *busem-przezswiat*, on a trip to Morocco. The post consists of three parts. The first, very briefly, announces the character of the post and the expression 'it will be bitter' indicates that the post will not be a gentle description. The central and longest part of the post informs us that corruption is the main factor occurring in Morocco, specifically in Marrakech.

The post does not encourage visiting Morocco. It shows that even with a return visit, one cannot be convinced by this country, and the overall atmosphere of the place becomes imperceptible to the visitor precisely because of the pushy and greedy locals lurking at every corner. In the analysed post, an effort was made to identify the prevailing stereotypes. There is the visible stereotype of the Arab, who is different, culturally distinct and sometimes even does not express culture, however, the stereotype of the selfless nature of the Moroccan locals, ready to help without seeking benefits, is debunked.

The style of the second discouraging post is more common, marking a known tendency to express hidden negative opinions. It can be seen in the post from *zycie_w_podrozy* from Portugal, specifically from Lisbon. The post once again consists of three parts but is shorter and more informational than opinion-forming. In the first part, the post announces a positive opinion. The author of the text draws attention to the spirit of the nightlife in Lisbon (expressed in the words: 'something magical was happening'). In the second part, the reader may wonder why the author greatly emphasises her/his love for exploring cities at night and the answer is: 'I don't like crowds of tourists; I feel better walking through empty streets,' which suggests to the reader that Lisbon during the day is crowded and unpleasant to explore. Although we do not find the previously mentioned stereotypes regarding Portugal in the presented post, new ones appear, such as crowds of tourists and the magical charm of the towns.

Despite both posts being negative, they do not have visible similarities. They illustrate the difficulties in creating such entries and the different perspectives in showing such information.

The situation is entirely different with the encouraging posts, which contain clear indications to visit selected countries. A certain expression pattern is visible, replicated and characteristic.

After exhausting the topic of initial impressions or presenting the general opinions of other travellers, influencers proceed to an emotional turning point. In the case of Tunisia, this could involve breaking out of the safe comfort zone of an 'all-inclusive' package tour and venturing into the untamed, neglected parts of the country. The neglect and daily life of Tunisians become markers of authenticity. Similarly, in the case of Portugal, specifically a trip to Madeira, the influencers *busemprzezswiat* initially planned to relax on the beach but ultimately decided to explore the island. They broke the stereotype of passive recreation, which is probably preferred by other tourists, and discovered abandoned historical buildings and other mysteries. The same travellers share their experience in Italy: 'We treated Italy as a transit point,' which later turned out to be 'beautiful', 'unique', 'exceptional' and 'unparalleled'. This effect is even stronger in Morocco where the authors of the profile *podrozowanie*, after previous negatively toned posts expressing fears and anxieties about visiting the country, eventually express positive emotions. They are surprised that all the negative stereotypes they had heard were not found and that Morocco turned out to be a friendly place worth deeper exploration.

Sometimes, influencers build an unnatural sense of confidence. In two posts (Portugal and Morocco), the declaration of changed perspectives immediately followed an overly intense sense of belonging to the local community or environment, which seems disproportionate to the short time spent there. In the post by *busemprzezswiat*, they write: 'Like true locals of Madeira, we went to Porto Santo for our vacation'. To underscore their confidence in the island, the authors try to blend into the local community. Similarly bold expressions are used by the authors of *podrozowanie* during their first trip

to Morocco: 'we felt like part of the local nature' or 'we are even eating like locals now, without using crockery'.

Encouraging posts are also characterised by the recurring stereotype of the landscape that could be described as 'the sea of sand'. Sand appears repeatedly as a factor that, according to the influencers, attracts visitors to these countries. Sand is the 'wide beach with yellow, incredibly silky sand' in Portugal and the desert areas in Tunisia and Morocco: 'Watching the sunset over the dunes of the Sahara is one of my best travel memories'. The mention of deserts or beaches is a central theme in a vast number of encouraging posts about countries in the article.

The last group consists of posts with neutral intentions. These posts are often informational and include questions directed at followers. The profile *zycie_w_podrozy*, in the post about visiting a specific Portuguese town, uses a technique recently popular on social media 'letting others direct your life'. The author of the post asks followers to recommend tourist attractions and accommodations. Ultimately, the influencer promises to deliver the desired content in return. This approach aims to create the impression that followers have the power to decide for them.

Sometimes, to draw attention to a post, the authors use multiple exclamations created to captivate the audience, such as 'WOW! Really!? What time is it!?' The authors of the profile *wedrownemotyle* sought to inform potential tourists about the possibility of visiting Rome without crowds early in the morning before sunrise. They suggest sight-seeing in the late fall and propose an option for those willing to take on the challenge: 'Let's motivate some people to get up early.'

The profile *wedrownemotyle* takes a different approach to presenting neutral content in a post describing a trip to Morocco, including a visit to Fez. Despite referencing typical stereotypes about Arab countries (the smell of spices, the medina, muezzins calling to prayer), they explain these elements and their impact on the surroundings. This ensures that the descriptions are not just template statements but offer an accurate picture of the destination and as a result, every Instagram user who reads the post can form their own opinion about the place.

Photographs that were described as discouraging were characterised by an unfavourable colour composition. They presented objects in the wrong light, creating the impression of being unattractive. Discouraging intention often uses the stereotypes discussed to communicate, and thus perpetuating them. The photographs contained references to the traditions and customs of selected tourist destinations and characteristic elements of space in combination with a contrasting and negative background or element. An example illustrating the perpetuation of a stereotype with discouraging intention can be a photograph from Morocco showing the attitude of the local community toward sugar (Photo 1). The colour scheme of the photo and the indication of how the influencer interprets customs do not encourage trying local products and may even discourage visiting the selected country.

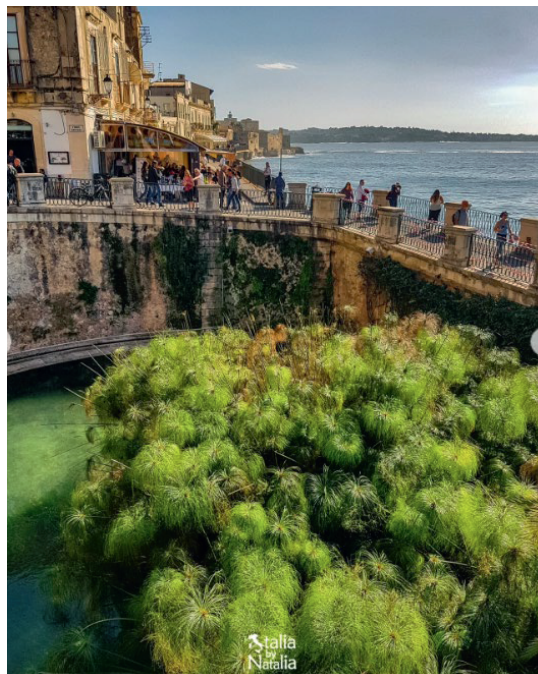
Photographs with neutral intentions presented destinations without a clear evaluation. The composition of this type was not focused on a selected characteristic element as they mainly presented the landscape from a distant perspective (Photo 2). References to stereotypes in the photographs are different and not always noticeable, desert, urban landscape and nature motifs often appear, while the composition of colours is natural, and the whole photograph gives the impression of unexaggerated life, like a traditional postcard.

Photo 1. Example of a photo with a discouraging intention



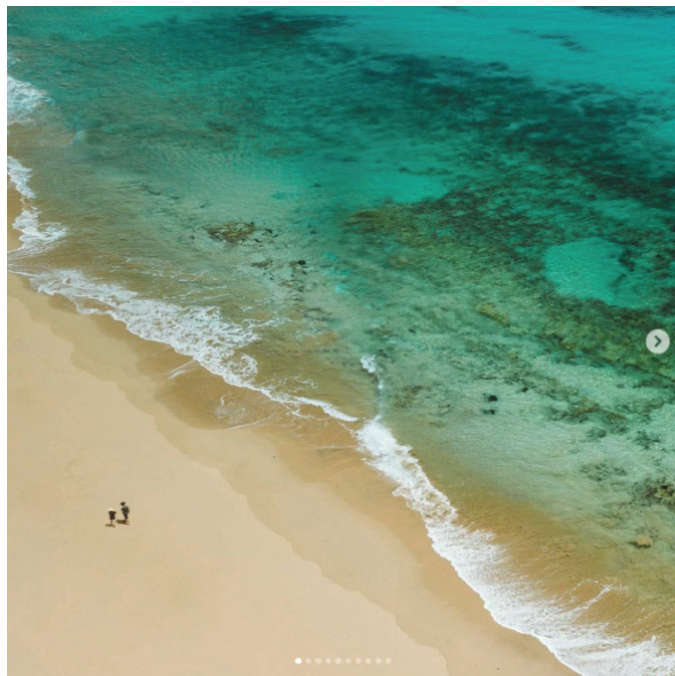
Source: *jaktodaleko*, photo from the post: 7.02.2020, retrieved from: <https://www.instagram.com/p/B8RGKc6hzUa/> (access: 7.02.2025)

Photo 2. Example of a photo with a neutral intention



Source: *italia_by_natalia*, photo from the post: 27.09.2024, retrieved from: https://www.instagram.com/p/DAaR0_7IPM_/ (access: 7.02.2025)

Photo 3. Example of a photo with an encouraging intention



Source: *busemprzezswiat*, photo from the post: 30.05.2021, retrieved from: <https://www.instagram.com/p/CPfSVEpHkdR/> (access: 7.02.2025)

Photos classified as encouraging visits to selected destinations were presented in a brighter light. The composition of colours and the presented objects were considered encouraging due to the emphasis on essential elements in the foreground (including references to the stereotype), specifying important details. Encouraging photographs refer to presenting impressive landscapes, e.g. silky beaches, friendly people or popular objects. The stereotypes presented in the photographs were perpetuated in positive contexts. One such stereotype is azure water and sandy, clean, empty beaches in Portugal (Photo 3) reflecting reality in a positive sense, encouraging visitors.

CONCLUSION

Most of the analysed Instagram posts presented perpetuate existing stereotypes of popular travel destinations (52% of posts), but nearly two-fifths do not refer to them, and just over 9% debunk stereotypes. For photos, the distribution of stereotype usage was different: most do not refer to existing stereotypes of analysed destinations (53%), a quarter perpetuate, and nearly 22% debunk them. Although the results suggest that the content medium may be associated with the portrayal of stereotypes, we conclude that TIIs tend to perpetuate stereotypes of travel destinations, as we found this type of usage among more than half of the analysed posts. Moreover, TIIs tend to use stereotypes of travel destinations, as we found around 62% either perpetuating or debunking them. The observed difference in the distribution of stereotype use between photos and posts may be due to different strategies of portraying destinations, as we noted for

Italy, which has the highest number of photos per post, combined with a much higher share of photos that debunk stereotypes and a lower share of those perpetuating them compared to other countries. However, the photos were taken from analysed posts, thus the distribution of stereotype usage at the post level was used to form the conclusion regarding our first specific research question.

Remarkable patterns of associations between the use of perpetuation or the debunking of existing stereotypes of tourism destinations to discourage or encourage the influencers' audience to visit were found. We have revealed that, in general, both types of non-neutral intention – encouraging and discouraging – were more frequent in the content that perpetuated stereotypes compared to debunking and non-referencing them. Specifically, photos we labelled as perpetuated destination stereotypes seem to contain encouraging intentions nearly twice as often as photos of the other two types. Furthermore, the perpetuation may be related to discouraging intentions by TIIs in both photos and posts, although the association cannot be statistically confirmed. This suggests that visual content may play a more critical role than textual; however, it may also characterise the medium itself, as Instagram is known as a photo-centric platform (Turnbull-Dugarte, 2019). Surprisingly, the discouraging intention was observed only for Morocco and only with the perpetuation of stereotypes, and this may warrant further investigation into cultural or contextual factors for comparison between destinations.

The TIIs choose different ways of using stereotypes by presenting their opinions, experiences and recommendations in textual and visual content. Travel influencers use stereotypes in textual content by presenting critical or positive opinions, experiences and recommendations. Discouraging posts highlight negative aspects such as overcrowding while encouraging posts emphasise unique cultural experiences and beautiful landscapes. Neutral posts often provide facts or ask followers for recommendations, creating an interactive experience. Influencers use emotional narratives, descriptive imagery and personal anecdotes to shape their audience's perceptions of selected destinations. In visual content, the TIIs perpetuated or debunked stereotypes by manipulating colour composition, lighting and subject focus. Discouraging photos often used unfavourable colours and negative elements to highlight unattractive aspects, while neutral photos presented balanced and distant perspectives without clear evaluation. Encouraging photos used bright colours and positive elements to emphasise appealing aspects, perpetuating stereotypes in a positive context.

The result of mostly perpetuating usage of stereotypes in our research agrees with the conclusion that stereotypes are one of the sources that create the image of destinations and shape travel decisions in the tourism industry (Żemła, Woronkiewicz, 2021). Similar to the work of Femenia-Serra and Gretzel (2020), the present study shows that TIIs can help combat negative stereotypes by displaying lesser-known aspects of a destination, and they can also unconsciously reinforce stereotypes by repeatedly highlighting certain associations.

Our findings confirm those of earlier studies, such as Asan (2022), on the categorisation of the impacts of travel influencers on their followers. The use of stereotypes in shaping the intention to visit destinations can be categorised as an 'informative effect' as well as a 'motivational effect' (Asan, 2022). TIIs give information and share experiences by using stereotypes; simultaneously, they can encourage exploring new places. Post descriptions are often built on the emotions that mediate stereotypes (Tse et al., 2022) and are created after their interactions with locals. If TIIs were treated stereotypically

as tourists, their experiences could impact the post travel destination image and residents' evaluations (Liu et al., 2017).

In contrast to the earlier findings of Wahba et al. (2024), our results underline how TIIs' usage of stereotypes can build an intention to visit a tourism destination. Their image of a place, especially negative, may result in less willingness to encourage people to visit (Baloglu, Mangaloglu, 2001), as was demonstrated in our research. In consequence, as Pop et al. (2021) argued, consumers based on their trust in TIIs may change their travel decisions and perception of destinations. Indeed, the impact of Instagram content can be significant; the 128 posts analysed for this article gained 122,024 likes and 2,989 comments.

Moreover, our research highlighted that using stereotypes in travel content can reinforce harmful biases and misrepresentations, leading to a skewed perception of destinations and their cultures (Michalczuk-Ouerghi, 2019). This can even lead to geographical discrimination. The ethical considerations and potential consequences of perpetuating or debunking stereotypes in travel content should be examined further. The same should be considered by researchers, as well as their potential for bias in interpreting influencer intent.

The study found that TIIs predominantly perpetuate existing stereotypes of tourism destinations, with more than half of the posts analysed doing so. The findings highlight the significant role of visual content in shaping audience perceptions, with encouraging and discouraging intentions often linked to the perpetuation of stereotypes. Thus, we broaden knowledge about influencing consumer travel decisions in the tourism industry and building the image of destinations by social media influencers.

The limitations of the study include its small sample size and a focus on specific geographic locations, which may affect the generalisability of the findings. Additionally, potential biases in interpreting influencer intent and the subjective nature of content analysis should be acknowledged. The research does not include the ethical implications of using stereotypes in travel content, and the actual impact on audience perception and behaviour is not explicitly covered.

Hence, the research has practical implications. Travel influencers, marketers and tourism boards should be aware of the stereotypes they perpetuate in their content. They should strive for responsible use of stereotypes by providing balanced and nuanced portrayals of destinations, emphasising diverse and authentic experiences (Femenia-Serra, Gretzel, 2020). This approach can help foster a more accurate and respectful understanding of unfamiliar cultures and places, thus building awareness in tourism (Palazzo et al., 2021). The TIIs can even be an essential partner in preventing the phenomenon of overtourism.

Future research could explore a larger and more diverse sample of influencers and destinations to improve the generalizability of the findings. Differences between destinations in observed phenomena need to be addressed in further studies. Investigating the impact of different social media platforms and comparing the use of stereotypes between various types of influencer (e.g. micro vs macro) could provide deeper insight. Employing mixed-method approaches, such as combining content analysis with audience surveys, could also offer a more comprehensive understanding of the phenomenon.

Understanding and addressing the use of stereotypes in travel content is crucial to promoting responsible and ethical tourism. By fostering accurate and respectful representations, influencers can contribute to a more informed and appreciative global audience, benefiting both destinations and their visitors.

References

- Adamowicz, M., Gawrońska, M. (2012). Produkt turystyczny jako wyraz tradycji i kultury regionu na przykładzie wina porto i muzyki fado – narodowych produktów turystycznych Portugalii. *Studia Ekonomiczne i Regionalne*, 5(1).
- Asan, K. (2022). Measuring The Impacts of Travel Influencers On Bicycle Travellers. *Current Issues in Tourism*, 25(6), 978–994.
- Babbie, E.R. (2021). *The Practice of Social Research*. Cengage: Boston, MA.
- Bajgier-Kowalska, M., Rettinger, R. (2014). Kierunki przemian regionów turystyki wypoczynkowej w warunkach kryzysu gospodarczego na przykładzie Algarve w Portugalii. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 28, 23–37.
- Baloglu, S., Mangalolu, M. (2001). Tourism Destination Images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as Perceived by US-Based Tour Operators and Travel Agents. *Tourism Management*, 22, 1–9. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00030-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00030-3)
- Baltezarević, R., Baltezarević, B., Baltezarević, V. (2022). The Role of Travel Influencers In Sustainable Tourism Development. *International Review*, 3–4, 125–129.
- Bender, J., Gidlow, B., Fisher, D. (2013). National Stereotypes in Tourist Guidebooks: An Analysis Of Auto-And Hetero-Stereotypes in Different Language Guidebooks About Switzerland. *Annals of Tourism Research*, 40, 331–351.
- Benhaida, S., Safaa, L., Perkumienė, D. (2024). Influencers and Tourism: Story of a Recent and Revolutionary Phenomenon: What Does Bibliometric Analysis Reveal. In: K. Berezina, L. Nixon, A. Tuomi (eds), *Information and Communication Technologies in Tourism 2024. ENTER 2024*. Cham: Springer. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-031-58839-6_43
- Chen, C.C., Lai, Y.H.R., Petrick, J.F., Lin, Y.H. (2016). Tourism Between Divided Nations: An Examination of Stereotyping On Destination Image. *Tourism management*, 55, 25–36. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.012>
- Chen, N., Hsu, C.H. (2021). Tourist Stereotype Content: Dimensions And Accessibility. *Annals of Tourism Research*, 89, 103212.
- Chen, W.K., Silaban, P.H., Hutagalung, W.E., Silalahi, A.D.K. (2023). How Instagram Influencers Contribute to Consumer Travel Decision: Insights From SEM and fsQCA. *Emerging Science Journal*, 7(1), 16–37.
- Cichoń, P. (2016). „Podwieczorek u Berbera” – gospodarze i goście w świetle turystyki etnicznej. Antropologiczna analiza ofert biur podróży. *Folia Turistica*, 36, 219–240.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for The Behavioral Sciences*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- de Carlo, A.F. (2008). „Polonia? Aahh Bologna!” W labiryncie stereotypów włosko-polskich i polsko-włoskich. *Postscriptum Polonistyczne*, 1(1), 199–206.
- De Nisco, A., Mainolfi, G., Marino, V., Napolitano, M.R. (2015). Tourism Satisfaction Effect on General Country Image, Destination Image, And Post-Visit Intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 21(4), 305–317.
- Femenia-Serra, F., Gretzel, U. (2020). Influencer Marketing for Tourism Destinations: Lessons from a Mature Destination. In: J. Neidhardt, W. Würndl (eds), *Information and Communication Technologies in Tourism 2020*. Cham: Springer. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-030-36737-4_6
- Femenia-Serra, F., Gretzel, U., Alzua-Sorzabal, A. (2022). Instagram Travel Influencers in #quarantine: Communicative Practices and Roles During COVID-19. *Tourism Management*, 89, 104454.
- Gajić, T., Blešić, I., Petrović, M.D., Radovanović, M.M., Đoković, F., Demirović Bajrami, D., Kovačić, S., Jošanov Vrgović, I., Tretyakova, T.N., Syromiatnikova, J.A. (2023). Stereotypes and Prejudices as (Non) Attractors for Willingness to Revisit Tourist-Spatial Hotspots in Serbia. *Sustainability*, 15(6), 5130. doi: <https://doi.org/10.3390/su15065130>
- Henszke, M.L. (2011). Język i kultura Włoch – między wyobrażeniem a rzeczywistością. *Italica Wratislaviensia*, 2(1), 123–136.
- Jagiello, E.A. (2013). Chcecie zobaczyć prawdziwe Maroko? Lokalna kultura jako produkt w przemyśle turystycznym. *Kultura i rynek*, 61.
- Jaya, I.P.G.I.T., Prianthara, I.B.T. (2020, April). Role Of Social Media Influencers In Tourism Destination Image: How Does Digital Marketing Affect Purchase Intention?. In: *3rd*

- International Conference on Vocational Higher Education (ICVHE 2018)*. Atlantis Press, 9–20.
- Jurga, M. (2017). Melancholia, tęsknota i saudade – czyli tożsamość narodowa Portugalczyków. In: M. Żakowska, A. Dąbrowska A., Parnes J. (red.), *Europa swoich Europa obcych. Stereotypy, zderzenia kultur i dyskursy tożsamościowe*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Kapoor, P.S., Balaji, M.S., Jiang, Y., Jebarajakirthy, C. (2022). Effectiveness of Travel Social Media Influencers: A Case of Eco-Friendly Hotels. *Journal of Travel Research*, 61(5), 1138–1155. doi: <https://doi.org/10.1177/00472875211019469>
- Ksouri, R., Abdellatif, T. (2015). Exploration of the Tourism Destination Image's Determinants on the Revisit Intention: The Case of Tunisia. Retrieved from: <https://ssrn.com/abstract=2572018> (access: 27.12.2024).
- Kuhzady, S., Ghasemi, V. (2019). Pictorial Analysis of The Projected Destination Image: Portugal on Instagram. *Tourism analysis*, 24(1), 43–54.
- Le Busque, B., Mingoia, J., Litchfield, C. (2022). Slow Tourism on Instagram: An Image Content And Geotag Analysis. *Tourism Recreation Research*, 47(5–6), 623–630.
- Li, J., Jing, S., Shang, Y., Li, A., Cheng, M. (2024). Travel Influencers and Their Social Identity: A Phenomenological Approach. *Current Issues in Tourism*, 1–16.
- Liu, Z., Tung, V.W.S. (2017). The Influence of Stereotypes And Host-Tourist Interactions on Post-Travel Destination Image and Evaluations of Residents. *Journal of China Tourism Research*, 13(4), 321–337.
- Majid, G.M. (2019, March). A Study on 'Tourism Ambassadors' in Indonesia Content Analysis, Instagram Accounts, and Tourism Promotion Strategy. In: *2019 5th International Conference on Information Management (ICIM)*. IEEE, 317–326.
- Malchrowicz, E. (2009). Półwysep Iberyjski-raj dla turystów kulturowych. Przegląd potencjału Hiszpanii i Portugalii dla rozwoju wybranych form turystyki kulturowej. *Turystyka Kulturowa*, 9, 4–26.
- Manthiou, A., Ulrich, I., Kuppelwieser, V. (2024). The Travel Influencer Construct: An Empirical Exploration and Validation. *Tourism Management*, 101, 104858.
- McKercher, B. (2008). The Roots of Stereotypes About Tourists. *Society*, 45, 345–347. doi: <https://doi.org/10.1007/s12115-008-9113-5>
- Mele, E., Kerkhof, P., Cantoni, L. (2021). Analyzing Cultural Tourism Promotion on Instagram: A Cross-Cultural Perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(3), 326–340.
- Michalczuk-Ouerghi, K. (2019). Wpływ stereotypów narodowych na wybór destynacji turystycznej przykład Tunezji. *Czasopismo Geograficzne*, 90(1), 60–74.
- Michalczuk-Ouerghi, K., Dłużewska, A. (2018). Wpływ terroryzmu i islamizacji na gospodarkę turystyczną Tunezji. *Turystyka Kulturowa*, 6, 58–79.
- Michniewicz-Ankiersztajn, H., Podgórski, Z. (2015). Fundamentalizm i radykalizm muzułmański a możliwości rozwoju turystyki. In: A. Dłużewska, A. Gonia, H. Michniewicz-Ankiersztajn, Z. Podgórski (2015). *Współczesne problemy turystyki*. Bydgoszcz-Poznań: Ośrodek Sportu, Rekreacji i Edukacji w Poznaniu.
- Ministerstwo Spraw Zagranicznych. (2024). *Informacje dla podróżujących do Maroka*. Retrieved from: <https://www.gov.pl/web/maroko/idp> (access: 27.12.2024).
- Ministerstwo Spraw Zagranicznych. (2024). *Informacje dla podróżujących do Portugalii*. Retrieved from: <https://www.gov.pl/web/portugalia/informacje-dla-podrozujacych> (access: 27.12.2024).
- Ministerstwo Spraw Zagranicznych. (2024). *Informacje dla podróżujących do Włoch*. Retrieved from: <https://www.gov.pl/web/wlochy/informacje-dla-podrozujacych-do-wloch> (access: 27.12.2024).
- Montenegro, M., Costa, J., Rodrigues, D., Gomes, J. (2014). The Image of Portugal as A Tourist Destination–An International Perspective. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(5), 397–412.
- Nelson, T. (2003). *Psychologia uprzedzeń*. Gdańsk: GWP.
- Niemczyk, A. (2016). Wielokulturowość w Aveiro w Portugalii. Własne doświadczenia z udziału w programie Erasmus. W: A. Gancarz (red.), *Wielokulturowość – doświadczanie Innego*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 109–114.
- Owsianowska, S. (2014). Stereotypes in Tourist Narrative. *Turystyka kulturowa*, 3(1), 103–116.

- Palazzo, M., Vollero, A., Vitale, P., Siano, A. (2021). Urban And Rural Destinations on Instagram: Exploring The Influencers' Role in #sustainabletourism. *Land Use Policy*, 100, 104915. doi: <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.104915>
- Pan, S., Hsu, C.H.C. (2014). Framing Tourism Destination Image: Extension of Stereotypes in and by Travel Media. In: F. Hanusch, E. Fürsich (eds), *Travel Journalism*. London: Palgrave Macmillan. doi: https://doi.org/10.1057/9781137325983_4
- Pawłowska, A. (2014). Mówisz: Włochy, myślisz: mafia? Stereotyp Włocha w oczach polskich studentów. In: *Bogactwo językowe i kulturowe Europy w oczach Polaków i cudzoziemców 2*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. (2006). *Przewodnik rynkowy dla przedsiębiorców. Maroko*. Retrieved from: <https://www.parp.gov.pl/publikacje/publication/maroko-przewodnik-rynkowy>, (access: 27.12.2024).
- Pop, R.A., Săplăcan, Z., Dabija, D.C., Alt, M.A. (2021). The Impact of Social Media Influencers on Travel Decisions: The Role of Trust In Consumer Decision Journey. *Current Issues in Tourism*, 25(5), 823–843. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1895729>
- RankingBlogow.pl. (2020, January). *Ranking polskich influencerów podróżniczych*. Retrieved from: <https://rankingblogow.pl/ranking-travel-influencer> (access: 7.02.2025).
- Sadiqi, F. (2011). Women and the Violence of Stereotypes in Morocco. In: *Gender and Violence in the Middle East*. London: Routledge, 221–230.
- Saini, H., Kumar, P., Oberoi, S. (2023). Welcome To The Destination! Social Media Influencers as Cogent Determinant of Travel Decision: A Systematic Literature Review And Conceptual Framework. *Cogent Social Sciences*, 9(1), 2240055.
- Schorn, A., Vinzenz, F., Wirth, W. (2022). Promoting Sustainability on Instagram: How Sponsorship Disclosures And Benefit Appeals Affect The Credibility Of Sinnfluencers. *Young Consumers*, 23(3), 345–361. doi: <https://doi.org/10.1108/YC-07-2021-1355>
- Seçilmiş, C., Özdemir, C., Kılıç, İ. (2022). How Travel Influencers Affect Visit Intention? The Roles of Cognitive Response, Trust, COVID-19 Fear And Confidence In Vaccine. *Current Issues in Tourism*, 25(17), 2789–2804.
- Selmi, N., Dornier, R. (2017). Perspectives on The Destination Image of Tunisia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(5), 564–569.
- Stanišić, T., Lazarević, S., Kopeva, D. (2024). Exploring Adventure Tourism Trends Through Image Content Analysis Of Instagram Posts. *Hotel and Tourism Management*, 12(2).
- Steenbruggen, J.G.M. (2014). *Tourism Geography: Emerging Trends and Initiatives to Support Tourism in Morocco*. Retrieved from: <https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/1122648/2014-2.pdf> (access: 27.12.2024).
- Trojan, J. (2024). Znaczenie stereotypów w postrzeganiu Rumunii jako destynacji turystycznej turystów z Polski [master thesis]. Pozyskano z: <https://ruj.uj.edu.pl/handle/item/374579> (access: 27.12.2024).
- Tse, S., Tung, V.W.S. (2022). Understanding Residents' Attitudes Towards Tourists: Connecting Stereotypes, Emotions and Behaviours. *Tourism Management*, 89, 104435.
- Tse, W.T.S., Tung, V.W.S. (2023). Assessing Explicit and Implicit Stereotypes In Tourism: Self-Reports and Implicit Association Test. In: *Methodological Advancements in Social Impacts of Tourism Research*. London: Routledge, 78–100.
- Turnbull-Dugarte, S.J. (2019). Selfies, Policies, Or Votes? Political Party Use of Instagram in The 2015 And 2016 Spanish General Elections. *Social Media + Society* 5(2), 1–15.
- Tung, V.W.S., King, B.E.M., Tse, S. (2020). The Tourist Stereotype Model: Positive and Negative Dimensions. *Journal of Travel Research*, 59(1), 37–51.
- Wahba, S., El-Deeb, S., Metry, S. (2024). The Role of Influencers and Social Comparison In Shaping Travel Intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Insights* [ahead of print]. doi: <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2024-0042>
- Widz, M., Brzezińska-Wójcik, T. (2016). Dynamika i cechy międzynarodowego ruchu turystycznego w Tunezji w latach 1960–2015. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 35, 287–299.
- Wirtualnemediapl. (2025, January 3). *Instagram, TikTok, Facebook w Polsce: Jak korzystać z najpopularniejszych serwisów*. Wirtualnemediapl. Retrieved from: <https://www.wirtualnemediapl.pl/artykul/instagram-tiktok-facebook-w-polsce-jak-korzystac-najpopularniejsze-serwisy> (access: 3.01.2025).

- Xu, X., Pratt, S. (2018). Social Media Influencers as Endorsers To Promote Travel Destinations: An Application Of Self-Congruence Theory To The Chinese Generation Y. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(7), 958–972.
- Zdon-Korzeniowska, M., Rachwał, T. (2011). Turystyka w warunkach światowego kryzysu gospodarczego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 18, 116–128.
- Żemła, M., Woronkiewicz, R. (2021). Znaczenie stereotypów w postrzeganiu atrakcyjności Nowej Huty dla odwiedzających i mieszkańców. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 17(2), 92–104. doi: <https://doi.org/10.24917/20833296.172.7>

A place for thanks: we would like to thank Judyta Barańska and Julia Lessman who were engaged in the process of collecting data.

Weronika Bechcińska, bachelor's degree in Tourism and Recreation, University of Lodz, Faculty of Geographical Sciences. A first-year master's degree student in Sustainable Tourism at Geographical Sciences, University of Lodz. Activist of the Student Scientific Club for Tourism Geographers 'Włóczykije'.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9610-5211>

Address:

University of Lodz
Faculty of Geographical Sciences
ul. Kopcińskiego 31
90–142, Łódź, Poland
e-mail: veronika.bechcinska@edu.uni.lodz.pl

Aleksandra Mroczek-Żulicka, Ph.D. in social sciences in the discipline of socioeconomic geography and spatial management, University of Lodz, Faculty of Geographical Sciences, with a master's degree in pedagogical sciences. Assistant Professor at the Faculty of Geographical Sciences, University of Lodz, tutor of the Student Scientific Club of Geographers of Tourism 'Włóczykije' and faculty coordinator for tutoring.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0065-4659>

Address:

University of Lodz
Faculty of Geographical Sciences
ul. Kopcińskiego 31
90–142, Łódź, Poland
e-mail: aleksandra.mroczek@geo.uni.lodz.pl

Paulina Penczewa, a graduate of the Master's program in Sustainable Tourism at the Faculty of Geographical Sciences, University of Łódź. Awarded a distinction in the nationwide 'Teraz Polska Turystyka' competition for a master's thesis on overtourism and the issues of the Polish coast in the context of tourism. Long-time president of the Student Scientific Association of Tourism Geographers 'Włóczykije' her interests include active tourism and expanding the knowledge of archaeological, anthropological and ethnological research on local homelands.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7108-1912>

Address:

University of Lodz
Faculty of Geographical Sciences
ul. Kopcińskiego 31
90–142, Łódź, Poland
e-mail: paulina.penczewa@outlook.com

Alicja Stępień, third-year student of Tourism and Recreation, University of Lodz, Faculty of Geographical Sciences, University of Lodz. She is the president of the Student Scientific Club for Geographers of Tourism 'Włóczykije' and is interested in mountain tourism, as well as traveling itself, learning about new places and cultures.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-1114-488X>

Address:

University of Lodz
Faculty of Geographical Sciences
ul. Kopcińskiego 31
90-142, Łódź, Poland
e-mail: alicja.stepien@edu.uni.lodz.pl

Remigiusz Żulicki, Ph.D. in sociology and Assistant Professor, University of Lodz, Faculty of Economics and Sociology. He works on the social aspects of digital technologies.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2624-2422>

Address:

University of Lodz
Faculty of Economics and Sociology
ul. Rewolucji 1905 r. 41/43
90-214, Łódź, Poland
e-mail: remigiusz.zulicki@eksoc.uni.lodz.pl

CATALIN-IOAN MAIOR
University of Oradea, Romania

Erasmus Students' Engagement with UNESCO Heritage Sites and Consumption of PDO/PGI Products: a Comparative Study of Poland and Slovenia

Abstract: This study explores the cultural engagement of Erasmus students with UNESCO heritage sites and Protected Designation of Origin (PDO) and Protected Geographical Indication (PGI) products during their academic stays in Poland and Slovenia. Leveraging a survey distributed at the University of Gdańsk and the University of Primorska in Koper, the research examines students' interests, preferences and behaviors related to cultural tourism and local gastronomy. Field studies at key UNESCO sites – including Malbork Castle and Wieliczka Salt Mine in Poland, and Škocjan Caves and Ljubljana in Slovenia – provide qualitative and contextual insights to complement survey data. The findings reveal that Erasmus students are highly motivated to explore cultural heritage and consume local PDO/PGI products, driven by a combination of curiosity, academic mobility and exposure to diverse cultural landscapes. Comparative analysis highlights both shared and unique patterns in student engagement across the two countries. The study concludes with recommendations for heritage site management, tourism marketing and educational institutions to enhance the cultural experiences of international students. By linking academic mobility to heritage tourism, this research contributes to the broader discourse on cultural preservation, regional branding and the role of education in fostering cross-cultural connections.

Keywords: Academic mobility; Cultural tourism; Erasmus students; PDO/PGI products; UNESCO heritage

Received: 10 December 2024

Accepted: 2 May 2025

Suggested citation:

Maior, C-I. (2025). Erasmus Students' Engagement with UNESCO Heritage Sites and Consumption of PDO/PGI Products: a Comparative Study of Poland and Slovenia. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society], 39(3), 61–78. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.393.4>

INTRODUCTION

Cultural tourism plays a key role in the global tourism industry by allowing travellers to engage with local history, traditions and gastronomy. For Erasmus students, it adds a rich immersive layer to academic mobility, fostering cross-cultural understanding and personal growth. By experiencing local heritage and cuisine (Rakowska, 2020),

international students gain deeper connections to their host country and expand their global outlook. Tourism is one of the main factors that encourages students to participate in the Erasmus programme in Poland (Zubrytska, 2021; Popova, 2019).

Poland and Slovenia, with their rich cultural and natural assets, exemplify destinations that integrate UNESCO heritage with distinctive regional products. Więckowski and Saarinen (2019) highlight how tourism in Central and Eastern Europe has transformed since the 1990s, with EU integration, privatization and heritage commodification reshaping both infrastructure and destination strategies in countries like Poland and Slovenia. Recent research indicates that the UNESCO label in Europe is associated with enhanced sustainable tourism perceptions among travellers (Van der Zee et al., 2024). Poland features iconic sites like Malbork Castle – the world’s largest brick castle – and the Wieliczka Salt Mine, famed for its underground chapels. Slovenia highlights include the Škocjan Caves, a striking karst formation, and Ljubljana, whose urban landscape was inscribed on the UNESCO World Heritage List in 2021 under “The works of Jože Plečnik: Human Centred Urban Design.” Plečnik’s architectural legacy, visible in the city’s bridges, markets and public spaces, reflects a unique blend of tradition and modernity that contributes to Ljubljana’s identity as a vibrant cultural and academic centre. Both countries also offer renowned PDO and PGI products that reflect regional identity and craftsmanship. This integration of heritage and gastronomy aligns with the concept of tourism clusters where local stakeholders collaborate to enhance regional identity and competitiveness. Jackson and Murphy (2002) demonstrate that such clustering can foster innovation, attract targeted visitor segments, and reinforce destination (Petrevska, Mihalič, Andreški, 2023) branding through shared cultural assets (Tleuberdinova et al., 2023). This study examines Erasmus students’ engagement with UNESCO sites and PDO/PGI products in these two countries, focusing on how such experiences influence their academic journeys. Using a mixed-methods approach – survey data from the University of Gdańsk and the University of Primorska, alongside field visits to key heritage sites – it identifies student motivations, preferences and interactions with local culture.

By linking cultural tourism and academic mobility, this research highlights how heritage and gastronomy can enhance international student experiences while supporting cultural preservation and regional branding. Nostalgia, sensory appeal and local products enhance rural tourism by strengthening ties to place identity and cultural heritage (Kastenholz, FernándezFerrín, Rodrigues, 2021).

LITERATURE REVIEW

Cultural Engagement Among Erasmus Students

Heritage and gastronomy play a vital role in shaping Erasmus students’ academic mobility experiences, with cultural tourism offering meaningful ways to engage with local traditions, history and identity. While academic mobility encourages intercultural exchange and personal growth, limited research has focused on the specific influence of UNESCO sites and PDO/PGI products on students’ cultural experiences. Recent research confirms that international students’ cultural consumption is shaped by destination motivation, adaptation capacity and cultural orientation, which also affect their engagement with heritage tourism and regional identity (Jamaludin, Sam, Sandal, 2018). Visits to heritage

locations and encounters with traditional foods often foster cross-cultural competence and a deeper sense of belonging, yet their impact on perceptions of cultural identity and less-commercialized tourism remains underexplored.

UNESCO sites and regional food products serve as powerful cultural drivers, supporting sustainable tourism and regional development. The foundational framework and early institutional vision that shaped the World Heritage Convention continue to influence how such sites are interpreted and experienced today (Cameron, Rössler, 2013). Poland's Malbork Castle and Wieliczka Salt Mine, and Slovenia's Škocjan Caves and Ljubljana, illustrate the diverse appeal of natural and cultural heritage. Ljubljana's historic core, shaped by Jože Plečnik's human-centred urban design, was inscribed on the UNESCO World Heritage List in 2021, reinforcing its role as a model of integrated cultural planning. In line with Slovenia's rich cultural assets, Faganel, Reisman and Tomažič (2023) document how heritage tourism contributes to the revitalization of nearby Koper's medieval city center, further highlighting the potential of cultural tourism in Slovenian coastal and urban regions. Their study shows how heritage-led retail initiatives and cruise-ship visitor flows can reinforce urban identity and promote sustainable local development. Similarly, PDO/PGI products offer authentic culinary experiences that connect visitors with regional identity. Cooper and Wood (2022) map these products across the EU and reveal a strong correlation with regions of cultural, ecological and tourism significance, underscoring their value in regional branding and sustainable rural development. Bessi re (1998) argues that traditional food can drive local development and rural tourism by reinforcing heritage values and supporting collective identity, particularly through its role in territorial branding and the creation of authentic visitor experiences. Joshi et al. (2024) provide a comprehensive systematic review of rural tourism in Europe, highlighting how cultural landscapes and community involvement shape sustainable and identity-rich rural destinations.  iri , Kalenjuk and Jankovi  (2020) examine how protected regional products in Serbia enrich rural tourism offerings and strengthen place identity, indicating the practical application of PDO strategies in heritage-based tourism. Rach o et al. (2019) further highlight how food tourism contributes to regional development by fostering cultural continuity and cross-cultural engagement, which is especially relevant in the context of academic mobility. This connection between gastronomic heritage and territorial branding has been widely recognized in recent scholarship. Fox (2007) illustrates how rural destinations have reinvented their gastronomic identity by aligning traditional food practices with tourism development, creating distinctive culinary brands that reflect both heritage and innovation. BarzalloNeira and PulidoFern andez (2023) provide a comprehensive review of gastronomic tourism literature, identifying sustainability, cultural practices and rural development as core research themes, further supporting the relevance of food heritage in regional tourism strategies. Lin, MarineRoig and LlonchMolina (2021) demonstrate through a bibliometric analysis that PDO/PGI products play a central role in promoting cultural identity and sustainable tourism development across European regions. However, there is little understanding of how Erasmus students engage with these assets during short-term academic stays. Evidence from broader European initiatives supports this connection. Srakar and Vecco (2017), analyzing the impact of Maribor's European Capital of Culture 2012, found that cultural tourism events can significantly increase regional tourism inflow and employment, reinforcing the role of heritage-driven strategies in economic development. As noted by Maior (2024), PDO products serve not

only as gastronomic attractions but also as cultural markers, reinforcing authenticity and supporting sustainable development in tourism.

This study addresses these gaps by examining Erasmus students' interest in heritage and gastronomic tourism, analyzing the influence of academic mobility on cultural engagement, and comparing the tourism strategies of Poland and Slovenia. The findings contribute to academic literature and provide actionable insights for heritage management, tourism marketing and mobility program development (Popova, 2019).

Beyond enriching student experiences, cultural and gastronomic tourism can also support local development. In regions with strong heritage and culinary traditions, engaging international visitors – such as Erasmus students – creates opportunities for local producers, artisans and guides. Scheyvens (2007) identifies this link between tourism and poverty reduction as the “tourism–poverty nexus”, arguing that well-managed cultural tourism can foster empowerment, equitable benefit distribution and long-term community resilience.

Traditional foodways and regional culinary practices are increasingly recognized as part of cultural heritage. This perspective aligns with the principles of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, adopted by UNESCO in 2003, which emphasizes the preservation of traditions, knowledge and practices that form the identity of communities (UNESCO, 2003). Jeczmyk, KozeraKowalska and Uglis (2024) underline how intangible cultural heritage – such as language, rituals and traditional tastes – serves as a living source of authenticity that enhances the appeal and depth of tourism products in Poland.

METHODOLOGY

This study employs a mixed-methods approach to assess Erasmus students' engagement with UNESCO heritage sites and PDO/PGI products in Poland and Slovenia, combining quantitative survey data with qualitative field observations. A structured survey was conducted among 120 students – 65 at the University of Gdańsk (October 2024) and 55 at the University of Primorska in Koper (January 2024) – covering demographics, cultural motivations and perceptions of academic impact. The questionnaire included Likert-scale, multiple-choice and open-ended items, distributed via institutional email and online platforms.

To enrich the survey findings, field visits were carried out at four heritage sites: Malbork Castle and Wieliczka Salt Mine in Poland, and Škocjan Caves and Ljubljana in Slovenia. These visits involved on-site observation, informal interviews with staff and the collection of educational materials. Particular attention was given to features that enhance international student engagement, including interactive exhibits, multilingual resources and thematic tours. In Ljubljana, focus was placed on Jože Plečnik's UNESCO-listed architectural works and the city's integration of cultural heritage into public space and student life.

ANALYTICAL TECHNIQUES

Data analysis combined quantitative methods, including descriptive and inferential statistics (e.g. chi-square, ANOVA), with qualitative thematic coding of field notes and interviews, triangulated against survey data. A comparative analysis between Poland and

Slovenia identified cross-cultural engagement patterns, while GIS mapping visualized students' interest in specific heritage and gastronomic sites. This integrated approach provided a comprehensive and contextualized understanding of Erasmus students' cultural tourism experiences, offering insights relevant to education, tourism development and heritage management.

STUDY AREAS

This study focuses on four UNESCO heritage sites – two in Poland and two in Slovenia – and key PDO/PGI products from both countries. These sites and products were selected for their cultural, historical and touristic value, as well as their relevance to Erasmus students' experiences during academic mobility. The aim is to explore how these elements foster deeper engagement with local heritage and gastronomy.

POLAND: MALBORK CASTLE

Inscribed as a UNESCO World Heritage Site in 1997 (UNESCO World Heritage Centre, 1997 inscription), Malbork Castle is the largest brick fortress in the world and a prominent symbol of Poland's medieval heritage and the Teutonic Order's legacy. Its Gothic architecture, rich museum collections, and interactive exhibits provide Erasmus students with immersive exposure to European medieval history. Multilingual resources and educational programs support accessibility, while medieval festivals, reenactments and workshops offer dynamic cultural experiences that link students to local traditions.

POLAND: WIELICZKA SALT MINE

Designated a UNESCO World Heritage Site in 1978 (UNESCO World Heritage Centre, 1978), the Wieliczka Salt Mine near Kraków is one of the oldest operational salt mines in the world, featuring a vast network of underground chambers and salt-carved chapels. It combines industrial heritage with artistic expression, most notably in the Chapel of St. Kinga, adorned with intricate salt sculptures. Erasmus students benefit from multilingual tours that offer insights into geology, mining history and Polish cultural traditions, making it a popular destination for those interested in history, engineering and natural heritage.

SLOVENIA: ŠKOCJAN CAVES

Recognized as a UNESCO World Heritage Site since 1986 (UNESCO World Heritage Centre, 1986), the Škocjan Caves are among the world's most significant karst landscapes, known for their vast chambers and underground rivers. Located in southwestern Slovenia, the site illustrates the connection between geology, biodiversity and conservation. Educational tours focus on karst ecology, sustainable tourism and its Ramsar Wetland designation. With its dramatic scenery and guided learning opportunities, the caves offer a valuable experience for international students, particularly those interested in environmental studies and ecotourism.

SLOVENIA: LJUBLJANA

Ljubljana, the capital of Slovenia, offers a dynamic setting for cultural and academic tourism. In 2021, several of its iconic landmarks were inscribed on the UNESCO World Heritage List under the title “The works of Jože Plečnik in Ljubljana – Human Centred Urban Design”. These include the Triple Bridge, Central Market and Žale Cemetery, (UNESCO, 2021) which reflect a unique integration of modern urban planning with historical heritage. For Erasmus students, the city provides accessible cultural experiences through open-air markets, architectural tours and student-oriented festivals. Ljubljana’s emphasis on sustainability, walkability and cultural programming make it a key site for immersive learning and intercultural engagement.

POLAND: SELECTED PDO/PGI PRODUCTS

Poland’s regional cuisine is well represented through its certified products. Oscypek, a smoked sheep’s milk cheese from the Tatra Mountains, reflects the country’s pastoral traditions and artisanal food heritage. Kabanosy, thin smoked sausages, are a staple of Polish gastronomy, showcasing time-honored meat preservation and seasoning methods. *Wiśnia Nadwiślańska*, cherries grown along the Vistula River, are valued for their rich flavor and versatility in traditional preserves and liquors, highlighting the agricultural diversity of the region.

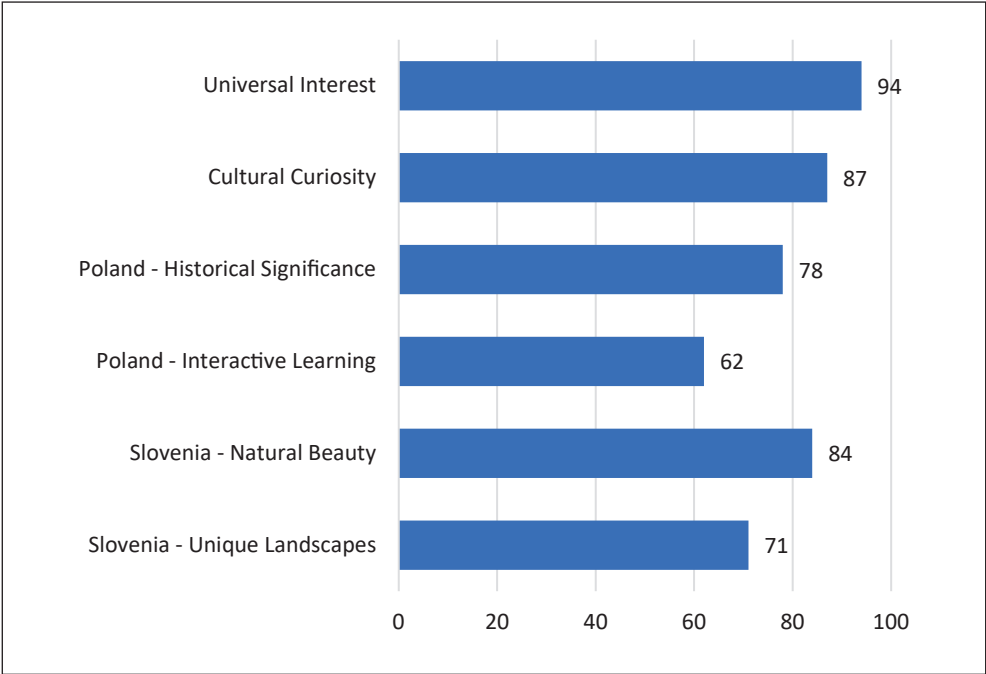
SLOVENIA: SELECTED PDO/PGI PRODUCTS

Slovenia’s gastronomic identity is reflected in its certified regional products. Idrija Žlikrofi, traditional potato-filled dumplings from the Idrija region, are a culinary staple often served with local wines. Teran wine, a robust red from the Karst region, is noted for its unique terroir and cultural ties to Slovenian winemaking. Piran salt, harvested from the historic Sečovlje Salt Pans, is valued for its purity and artisanal methods, symbolizing both Slovenia’s culinary heritage and its historical role in the Adriatic salt trade.

RESULTS

This section presents findings from surveys conducted at the University of Gdańsk and the University of Primorska, supplemented by field observations at key UNESCO heritage sites and insights into PDO/PGI product engagement. The results highlight the significant role of cultural tourism in shaping Erasmus students’ academic mobility experiences. A striking 94% of respondents expressed strong interest in visiting UNESCO sites, confirming their importance as both cultural and educational anchors within student exchange programs. In Poland, students were primarily motivated by historical value and interactive learning opportunities, particularly at sites like Malbork Castle and Wieliczka Salt Mine, which exemplify the country’s medieval and industrial heritage. In Slovenia, students were drawn to the natural beauty and unique karst landscapes of the Škocjan Caves, as well as the urban cultural richness of Ljubljana where the works of Jože Plečnik were inscribed on the UNESCO World Heritage List in 2021. Overall, 87% of students reported that these visits deepened their understanding of the host countries, highlighting the educational value of heritage tourism as a meaningful complement to their academic journey.

Figure 1. Interest in UNESCO Sites among Erasmus students



Source: author based on findings

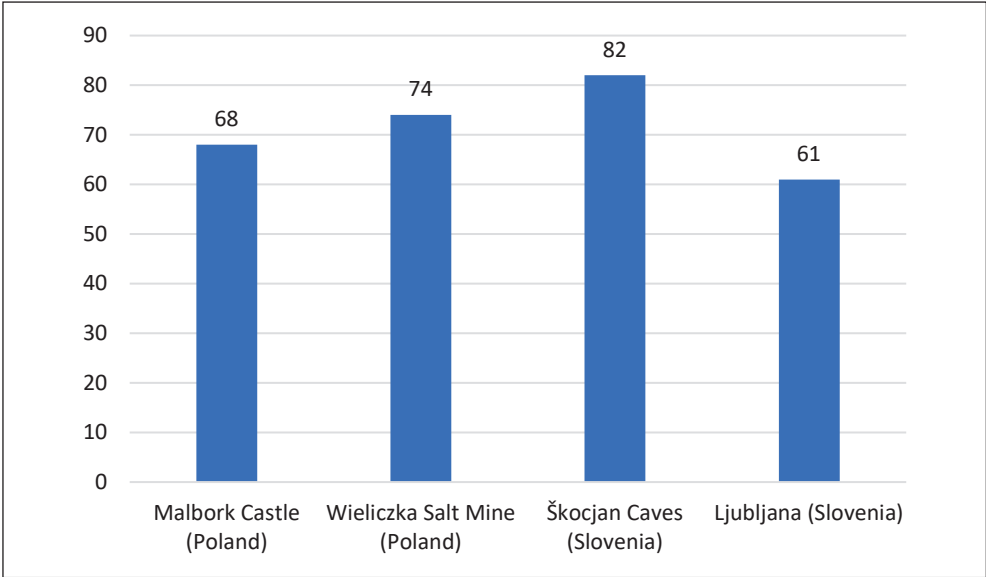
PATTERNS OF SITE VISITS

Visitation patterns revealed strong engagement with key UNESCO sites in both countries. In Poland, 74% of respondents visited the Wieliczka Salt Mine, where the artistic and spiritual features of the underground chapels were especially appreciated. Malbork Castle attracted 68% of students who praised its immersive medieval reenactments and multilingual guided tours. In Slovenia, the Škocjan Caves were the most visited, drawing 82% of participants who were impressed by the dramatic karst landscapes and ecological education. Ljubljana, visited by 61% of respondents, stood out for its blend of cultural heritage and urban accessibility. Students particularly appreciated the UNESCO-listed works of Jože Plečnik, including the Triple Bridge and Central Market, which added architectural and historical depth to their academic stay.

IMPACT ON ACADEMIC MOBILITY

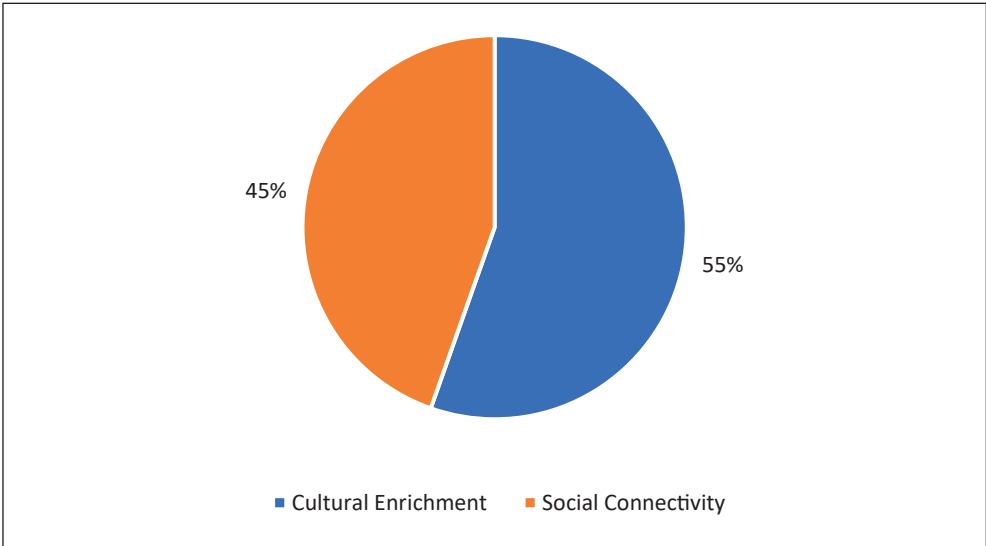
The integration of cultural tourism into academic mobility had a marked impact on students’ overall experiences. Over 92% of respondents reported that visiting UNESCO sites significantly enriched their understanding of the host culture, adding meaningful depth to their academic journey. Chhabra (2010) found that “authenticity” was a key motivator for students engaging with heritage tourism, confirming that meaningful cultural interactions drive student satisfaction and learning. This aligns with recent findings by CapellaMoreno, Antón and Whiteoak (2022) who report that Erasmus students

Figure 2. Patterns of Site Visualisation Among Erasmus Students



Source: author based on findings

Figure 3. Impact of Visiting UNESCO Sites on Academic Mobility



Source: author based on findings

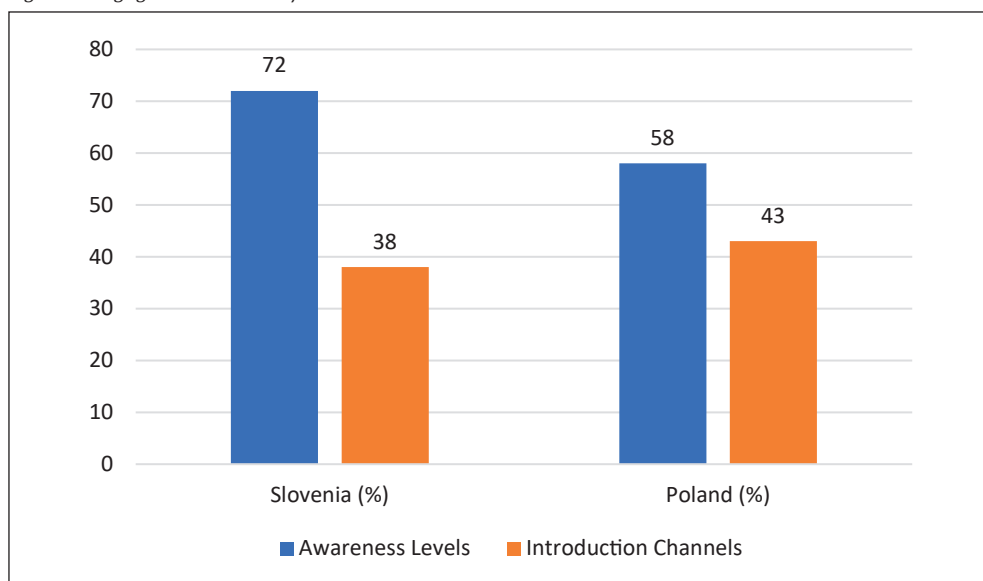
perceive their time in university cities through a cultural tourist lens, shaping both destination image and city identity. These findings are consistent with prior research highlighting the educational function of heritage sites. Stolare, Ludvigsson and Trenter (2021) demonstrate that UNESCO World Heritage Sites function as outdoor classrooms where direct interaction with heritage enhances student learning, fosters cultural awareness and deepens engagement with local identity, where interpretive programs enhance

student learning, cultural awareness and engagement with local identity. Additionally, 74% noted that these visits fostered social connectivity, providing opportunities to build intercultural relationships with peers from other countries. These findings underscore the dual role of cultural tourism in supporting both educational and social dimensions of academic mobility.

ENGAGEMENT WITH PDO/PGI PRODUCTS

Student engagement with PDO/PGI products varied across the two countries, reflecting differences in visibility and institutional support. In Slovenia, awareness was relatively high (72%), driven by the strong presence of certified products in local markets and university-organized cultural events. Many students were introduced to items like Idrija Žlikrofi or Piran salt through structured activities such as food tours and campus events, which 38% cited as their first point of contact. In contrast, awareness in Poland was more moderate (58%), with products like Oscypek and Kabanosy typically encountered informally in restaurants, markets or through personal exploration, the latter being the primary introduction channel for 43% of respondents. These patterns suggest that Slovenia's more proactive integration of gastronomy into student life enhances visibility and cultural engagement.

Figure 4. Engagement with PDO/PGI Products: awareness and introduction channels



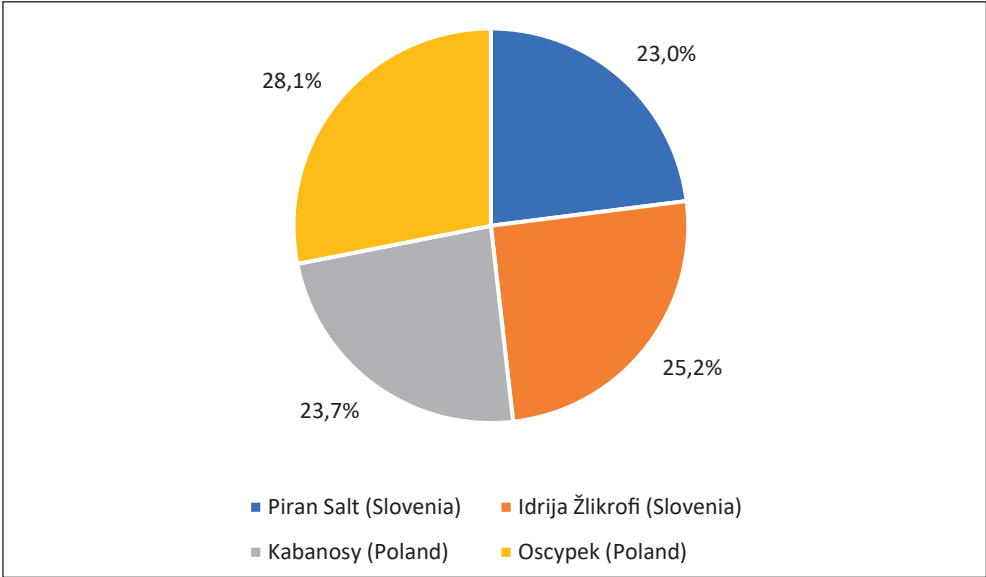
Source: author based on findings

CONSUMPTION PATTERNS

Erasmus students demonstrated strong interest in traditional PDO/PGI products in both countries, though with varying preferences. In Poland, Oscypek was the most frequently consumed product with 76% of respondents highlighting its smoky flavor and cultural link to the Tatra Mountains. Kabanosy sausages were also popular (64%), valued for

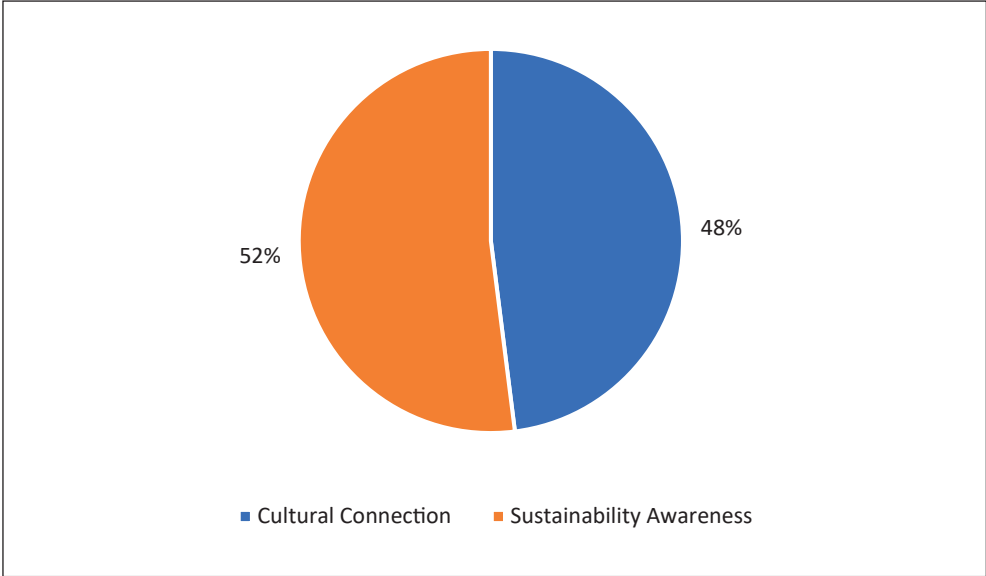
their convenience and taste. In Slovenia, Idrija Žlikrofi was consumed by 68% of students, who praised its artisanal preparation and deep regional roots. Piran salt, enjoyed by 62%, was appreciated for its traditional harvesting methods and integration into local cuisine. These findings suggest that both cultural authenticity and sensory appeal influence student consumption choices.

Figure 5. Consumption Patterns of PDO/PGI Products Among Erasmus Students



Source: author based on findings

Figure 6. Perceived Value of PDO/PGI Products Among Erasmus Students



Source: author based on findings

PERCEIVED VALUE

PDO/PGI products were widely seen as enhancing students' cultural immersion, with many respondents describing them as an authentic expression of regional identity (Figure 6). This connection to place deepened their understanding of local traditions through taste and storytelling. Additionally, around 52% of students recognized the sustainability associated with these products, appreciating traditional production methods and linking their consumption to broader ethical and environmental values. This highlights how gastronomy served not only as a cultural experience but also as a channel for raising awareness about sustainable practices.

COMPARATIVE ANALYSIS: POLAND VS. SLOVENIA

The comparison between Poland and Slovenia reveals key differences in the accessibility, experiential quality, and integration of heritage and gastronomy in the Erasmus student experience. Polish UNESCO sites, such as Malbork Castle and Wieliczka Salt Mine, were praised for their excellent infrastructure, multilingual resources and proximity to urban centers, making them highly accessible and well-integrated into broader tourism networks. In contrast, Slovenia's Škocjan Caves, while more remote, still offered manageable access due to the country's compact size and efficient road system. Despite the added effort required, students felt the natural beauty and ecological uniqueness justified the visit.

In terms of experiential depth, Poland's sites provided more structured, narrative-rich experiences, featuring guided tours, interactive exhibits and historical reenactments. Malbork Castle's immersive medieval atmosphere and Wieliczka's underground chapels illustrated the country's focus on detailed storytelling. Slovenian sites, however, offered a different engagement style, emphasizing ecology, geology and sustainability. The Škocjan Caves provided insight into environmental conservation and karst landscapes, while Ljubljana showcased architectural heritage through the UNESCO-listed works of Jože Plečnik, offering students a model of human-centered urban design and cultural continuity within a modern capital city.

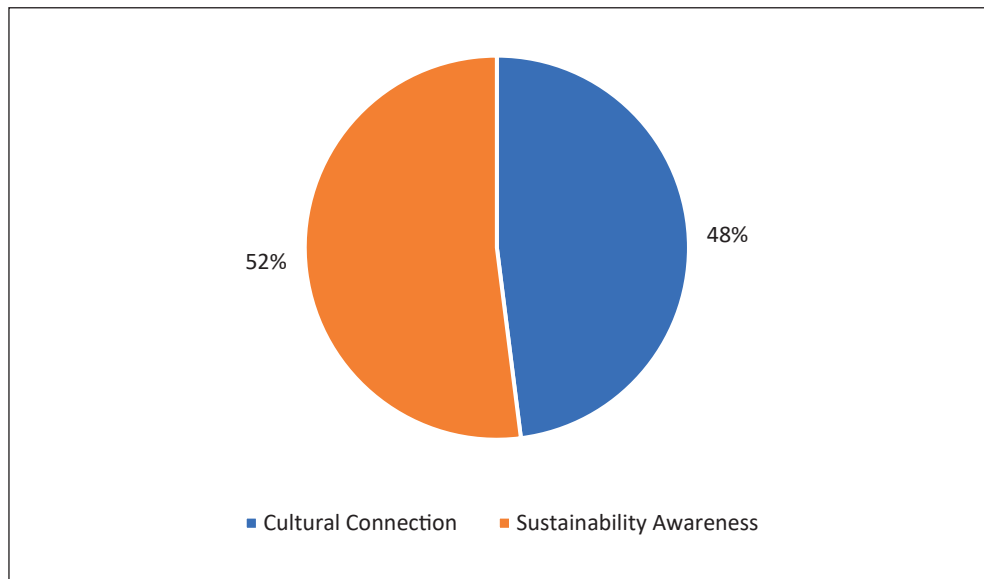
Gastronomic engagement followed a similar pattern. Slovenia effectively integrated PDO/PGI products into the cultural tourism experience, using food festivals, tastings and student events to highlight items like Idrija Žlikrofi, Teran wine and Piran salt. This approach created strong connections between local products and regional identity. In Poland, while PDO/PGI products such as Oscypek and Kabanosy, were widely available, they were mainly encountered in restaurants and markets rather than through curated cultural experiences. Nonetheless, students visiting regions like the Tatra Mountains or the Vistula River Valley reported deeper engagement when exposed to traditional production methods.

Three overarching themes emerged. First, combining heritage sites with local gastronomy enhanced students' overall cultural experience by providing a more holistic understanding of national identity. Second, both UNESCO sites and regional foods were seen as powerful educational tools, bridging formal learning and lived experience. Finally, students reported a heightened appreciation for cultural diversity, with many citing these experiences as pivotal in shaping their global outlook.

These findings suggest that closer integration of heritage and gastronomy, along with targeted marketing and improved accessibility, can greatly enhance the Erasmus

experience. They offer practical guidance for heritage managers, tourism boards and academic institutions aiming to align cultural tourism with international education goals.

Figure 7. Comparative Analysis Engagement in Poland vs Slovenia



Source: author based on comparative data analysis of cultural tourism engagement in Poland and Slovenia

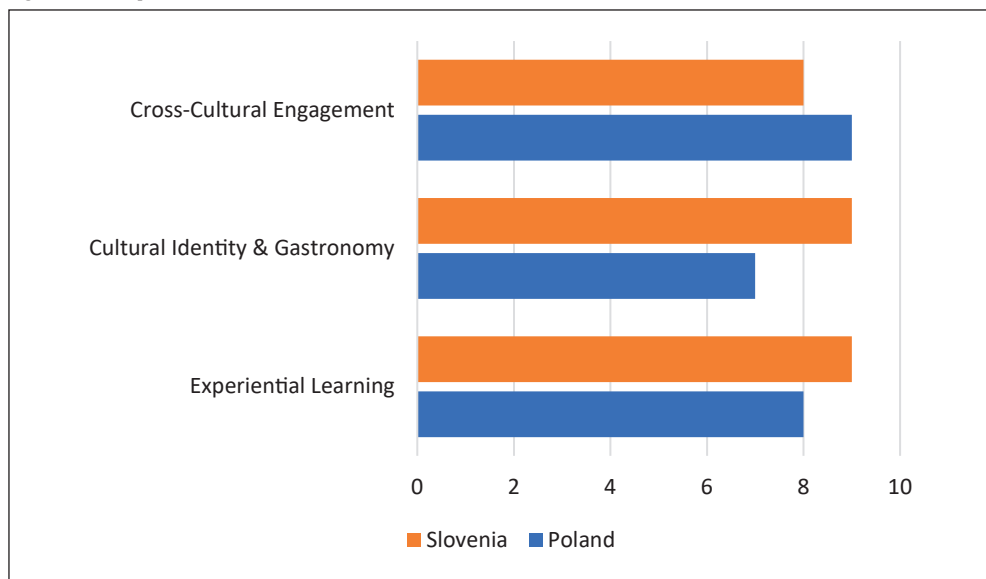
DISCUSSION

The findings of this study strongly support existing cultural tourism theories, particularly in relation to experiential learning and academic mobility. Erasmus students' engagement with UNESCO heritage sites in Poland and Slovenia reflects Kolb's (1984) experiential learning model, where cognitive, emotional and behavioural dimensions contribute to informal yet impactful educational experiences. Sites like Malbork Castle and the Wieliczka Salt Mine provided Erasmus students with immersive historical narratives, exemplifying Richards' (2011) concept of "deep tourism," where visitors engage meaningfully with the cultural fabric of a destination. In contrast, Slovenia's natural sites, such as the Škocjan Caves and Piran, embodied what Timothy and Boyd (2006) define as "eco-cultural tourism," blending environmental features with cultural interpretation. Fennell and Dowling (2003) emphasize that such approaches align with broader European ecotourism strategies which aim to balance environmental conservation with community participation and educational value, particularly in protected heritage landscapes. Cultural routes unite multiple heritage sites under a unified experience framework, promoting both conservation and regional development (Lin et al., 2024). Recent geo-heritage research highlights the symbolic and tourism value of karst landscapes, supporting their role in cultural identity and place attachment (HerreraFranco et al., 2022). The students' strong interest in authenticity, sustainability and educational value reflect a clear alignment with current trends in cultural tourism. Gastronomic heritage also emerged as a key driver of cultural identity, as illustrated by the popularity of PDO/PGI products such as Oscypek

and Idrija Žlikrofi. These food items represent “intangible heritage” (Smith, Akagawa, 2009), and students’ engagement with them reflects a broader desire to connect with local culture through everyday traditions (Zhu, 2012). In Slovenia, gastronomic tourism is well-integrated into national branding strategies, with products like Piran salt and Teran wine featured prominently in food festivals and guided tastings, reflecting Everett and Aitchison’s (2008) “gastro-regional branding” approach. In contrast, while Polish PDO/PGI products are highly appreciated, they are mostly encountered in casual settings rather than as part of structured experiences. This highlights a gap and opportunity for Poland to enhance its gastronomic tourism by promoting food trails, tasting sessions and educational workshops, particularly in regions with rich culinary heritage.

Finally, the study emphasizes the role of heritage and gastronomy as tools for cross-cultural engagement. Erasmus students not only consumed cultural experiences but also acted as intermediaries who transferred knowledge across borders. Recent empirical evidence confirms that international mobility enhances students’ multicultural awareness and employability, particularly through sustained engagement with local culture and heritage (Valls-Figuera, Torrado-Fonseca, Borràs, 2023). Their engagement supports theories of intercultural competence and global citizenship, demonstrating how cultural tourism within academic mobility fosters mutual understanding and contributes to the globalization of local heritage.

Figure 8. Interpretation of Results in the Context of Cultural Tourism Studies



Source: author based on interpretations of survey results and cultural tourism theories

IMPLICATIONS FOR HERITAGE SITE MANAGEMENT AND MARKETING STRATEGIES

This study highlights several strategic implications for heritage managers and tourism marketers in Poland and Slovenia. Accessibility and visitor-centric design emerged as critical factors influencing Erasmus students’ engagement. Polish heritage sites generally

benefited from strong infrastructure and communication, whereas Slovenia's more remote destinations, such as the Škocjan Caves, posed logistical challenges. To enhance engagement, Poland should expand on its strengths by incorporating interactive tools like augmented reality and educational workshops, while Slovenia could improve access to remote areas through eco-sensitive transport options, ensuring minimal environmental impact.

Gastronomy also proved to be an underutilized but powerful tool for enriching the heritage tourism experience. PDO and PGI products can serve as cultural bridges, connecting students with regional identity and tradition. Poland could develop partnerships between heritage sites and local producers to offer curated culinary experiences, while Slovenia can build on its existing food festivals and workshops to more actively involve international students.

Erasmus students, combining cultural curiosity with academic motivations, represent a unique audience for heritage engagement. Targeted programming – such as discounted educational tours or university-led events at heritage sites – can reinforce the academic-cultural connection and create lasting impressions. Academic institutions and heritage stakeholders should collaborate to design experiences that merge coursework with cultural immersion.

Beyond immediate engagement, Erasmus students act as informal cultural ambassadors, sharing their experiences and promoting the heritage of their host countries abroad. This dynamic aligns with broader concepts of cultural globalization, where international visitors contribute to the dissemination of local traditions, encouraging students to document and share their experiences through digital platforms can amplify this effect.

Moreover, Erasmus students' interest in authenticity and sustainability reflect a growing alignment between academic mobility and sustainable tourism goals. Their preferences are consistent with the UN's 2030 Agenda, particularly regarding sustainable heritage and urban tourism. Universities and tourism boards can respond to this demand by co-developing programs that highlight responsible travel and consumption practices.

The results emphasize the need to strengthen the academic-cultural nexus by integrating cultural tourism into educational curricula. Interdisciplinary courses, heritage-related events and collaborative excursions could foster deeper student engagement and broaden the educational value of mobility programs.

In sum, this research affirms the potential of cultural tourism as a transformative element of academic mobility. By strategically integrating UNESCO heritage sites and PDO/PGI products into the Erasmus experience, stakeholders in Poland and Slovenia can enhance educational outcomes, preserve cultural assets and advance sustainable tourism. A coordinated effort between universities, heritage institutions and tourism boards will be key to positioning both countries as leaders in aligning cultural tourism with international education and global engagement.

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

This study has explored how Erasmus students engage with UNESCO heritage sites and PDO/PGI products in Poland and Slovenia, emphasizing the role of cultural tourism in enhancing academic mobility, regional branding and heritage preservation. Using a mixed-methods approach that combines surveys and field observations, the research

provided insight into students' motivations, experiences and the perceived value of cultural and gastronomic engagement.

The findings confirm that heritage sites and regional food products play a key role in students' cultural immersion. A large majority expressed strong interest in visiting UNESCO sites, citing historical relevance, experiential learning and social interaction as main drivers. PDO/PGI products similarly offered authentic connections to local traditions, often associated with sustainability, identity and regional pride.

Comparative analysis revealed differences between the two countries. Slovenia offers a more integrated and immersive cultural tourism experience, combining well-promoted heritage sites with gastronomy, strong branding and sustainable practices. In contrast, Poland, despite its rich historical assets, has yet to fully incorporate food heritage into its tourism strategy. Greater emphasis on experiential tourism, including regional food trails and the promotion of traditional products, could enhance its appeal to international students.

To strengthen the role of cultural tourism in academic mobility, both countries should consider linking gastronomy more closely with heritage experiences, improving multilingual resources, promoting sustainable tourism models and fostering collaboration between universities, heritage sites and local producers. By doing so, they can enrich the Erasmus experience, support heritage conservation and reinforce their position as culturally vibrant destinations (Table 1).

Table 1. Recommendations for Stakeholders

Stakeholder Group	Recommendations
Heritage Site Managers	Heritage site managers should improve accessibility, especially to remote sites in Slovenia, while preserving ecological sustainability. Expanding interactive and multilingual offerings at UNESCO sites can better engage international students. Stronger partnerships with local producers and cultural groups can integrate culinary elements through food trails, tastings and workshops. Enhancing digital tools—such as virtual tours and interactive storytelling—will also help broaden international outreach and engagement.
Tourism Boards	Tourism boards and heritage managers should promote Erasmus-friendly tourism through targeted campaigns that highlight the educational and cultural value of UNESCO sites and PDO/PGI products. Cross-border initiatives between Poland and Slovenia could offer joint programs to attract a broader international audience. Introducing student discounts, cultural passes and academic partnerships would incentivize participation in cultural and culinary tourism. Emphasizing sustainability-focused travel and integrating local gastronomy can further align with students' values and expectations.
Universities	Academic mobility programs should integrate cultural tourism into Erasmus curricula by linking coursework with site visits and experiential learning. Universities can collaborate with tourism boards and heritage institutions to involve students in cultural heritage research. Organizing study visits, fieldwork and interdisciplinary courses on heritage, sustainability and gastronomy will enrich learning. Supporting students in documenting their experiences through academic work, storytelling and social media can further promote cultural engagement and visibility.
Local Communities & Producers	To enhance cultural engagement, local communities and producers should create student-focused tourism experiences that showcase regional traditions, artisanal skills and PDO/PGI products. Culinary workshops and tastings offer Erasmus students direct interaction with local food heritage. Collaborating with universities and heritage sites can support festivals, markets and educational events. Emphasizing sustainable production, ethical sourcing and farm-to-table practices aligns with students' interest in environmental responsibility and agro-tourism.

Source: author based on findings / results

FINAL CONSIDERATIONS

This study highlights the transformative role of cultural tourism within academic mobility programs. By integrating UNESCO heritage sites and PDO/PGI products into structured tourism experiences, stakeholders in Poland and Slovenia can enrich the Erasmus student journey while promoting heritage preservation and sustainable tourism.

The findings indicate that immersive, experience-oriented cultural tourism strategies can enhance the international appeal of both countries. For Poland, expanding gastronomic tourism to complement its historical attractions presents a clear opportunity. For Slovenia, the focus should be on improving accessibility to remote sites without compromising its sustainability goals.

FUTURE RESEARCH DIRECTIONS

While this study offers meaningful insights, further research is needed to examine the long-term impacts of cultural tourism on Erasmus students. Future studies could explore:

- The influence of cultural tourism on students' long-term travel behavior and heritage appreciation.
- Longitudinal analysis of post-mobility engagement with host country culture and traditions.
- Comparative research across other European countries with similar UNESCO and PDO/PGI assets.
- Continued exploration of the intersection between cultural tourism, academic mobility and heritage policy can contribute to the sustainable development of international student engagement and support Europe's broader efforts in cultural diplomacy.

References

- Authenticity in Intangible Heritage as a Key to the Development of Tourism Products: Theoretical Frameworks from Poland. *European Research Studies Journal*, 27(4), 1391–1404. doi: <https://doi.org/10.35808/ersj/3865>
- BarzalloNeira, C., PulidoFernández, J.I. (2023). Identification of the main lines of research in gastronomic tourism: A review of the literature. *Sustainability*, 15(7), 5971. doi: <https://doi.org/10.3390/su15075971>
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34. doi: <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Cameron, C., Rössler, M. (2013). *Many Voices, One Vision: The Early Years of the World Heritage Convention*. 1st ed. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315593777>
- CapellaMoreno, N., Antón, C., Whiteoak, J. (2022). Erasmus students' experiences as cultural visitors: lessons in destination perception and city identity. *Sustainability*, 14(5), 2553. doi: <https://doi.org/10.3390/su14052553>
- Chhabra, D. (2010). Student motivations: A heritage tourism perspective. *Anatolia*, 21(2), 249–269. doi: <https://doi.org/10.1080/13032917.2010.9687102>
- Ćirić, M., Kalenjuk, B., Janković, I. (2020). Regional products with the protection of origin in Serbia tourism offer. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 1(2), 35–52. doi: <https://journal.lasigo.org/index.php/IJTL/article/view/101>
- Cooper, G., Wood, J. (2022). EUwide mapping of 'Protected Designations of Origin' food products and their socioecological landscape values. *Agronomy for Sustainable Development*, 42, 55. doi: <https://doi.org/10.1007/s13593-022-00778-4>

- Cotton, D.R.E., Morrison, D., Magne, P., Payne, S., Heffernan, T. (2018). Global citizenship and cross-cultural competency: student and expert understandings of internationalisation terminology. *Journal of Studies in International Education*, 23(3), 346–364. doi: <https://doi.org/10.1177/1028315318789337>
- Everett, S., Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150–167. doi: <https://doi.org/10.2167/jost696.0>
- Faganel, A., Reisman, B., Tomažič, T. (2023). Heritage Tourism, Retail Revival and City Center Revitalization: A Case Study of Koper, Slovenia. *Heritage*, 6(12), 7343–7365. doi: <https://doi.org/10.3390/heritage6120385>
- Fennell, D.A., Dowling, R.K. (Eds.). (2003). *Ecotourism policy and planning*. CABI International. doi: <https://doi.org/10.1079/9780851996097.0000>
- Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3), 546–559. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2006.03.001>
- HerreraFranco, G., CarriónMero, P., MontalvánBurbano, N., CaicedoPotosí, J., Berrezueta, E. (2022). Geoheritage and Geosites: A Bibliometric Analysis and Literature Review. *Geosciences*, 12(4), 169. doi: <https://doi.org/10.3390/geosciences12040169>
- Jackson, J., Murphy, P. (2002). Tourism destinations as clusters: Analytical experiences from the New World. *Tourism and Hospitality Research*, 4(1), 36–52. doi: <https://doi.org/10.1177/146735840200400104>
- Jamaludin, N.L., Sam, D.L., Sandal, G.M. (2018). Destination Motivation, Cultural Orientation, and Adaptation: International Students' Destination Loyalty Intention. *Journal of International Students*, 8(1), 38–65. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.1101030>
- Joshi, S., PanzerKrause, S., Zerbe, S., Saurwein, M. (2024). Rural tourism in Europe from a landscape perspective: A systematic review. *European Journal of Tourism Research*, 36, 3616. doi: <https://doi.org/10.54055/ejtr.v36i.3328>
- Kastenholz, E., FernándezFerrín, P., Rodrigues, Á. (2021). Nostalgia, sensations and local products in rural tourism experiences in a Portuguese schist village. *European Countryside*, 13(3), 599–621. doi: <https://doi.org/10.2478/euco-2021-0034>
- Lin, M.-P., MarineRoig, E., LlonchMolina, N. (2021). Gastronomy as a sign of the identity and cultural heritage of tourist destinations: A bibliometric analysis 2001–2020. *Sustainability*, 13(22), 12531. doi: <https://doi.org/10.3390/su132212531>
- Lin, X., Shen, Z., Teng, X., Mao, Q. (2024). Cultural routes as cultural tourism products for heritage conservation and regional development: A systematic review. *Heritage*, 7(5), 2399–2425. doi: <https://doi.org/10.3390/heritage7050114>
- Maior, C.-I. (2024). Gastronomic landscapes: Exploring the role of Protected Designation of Origin (PDO) in shaping culinary tourism in Portugal. *Tourism Today*, 23, 7–15. Retrieved from: <https://tourismtodayjournal.com/wp-content/uploads/2025/02/TOURISM-TODAY-23.pdf> (access: 10.06.2025).
- Petrevska, B., Mihalič, T., Andreeski, C. (2023). Tourism sustainability model for a world heritage destination: the case of residents' perception of Ohrid. *European Journal of Tourism Research*, 34, 3408. doi: <https://doi.org/10.54055/ejtr.v34i.2783>
- Popova, K. (2019). Exploring the relationship between education and tourism: A case study of Erasmus students at the University of Economics – Varna. *Izvestia Journal of the Union of Scientists – Varna. Economic Sciences Series*, 8(2), 27–36. doi: <https://doi.org/10.36997/IJUSV-ESS/2019.8.2.27>
- Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., Joukes, V. (2019). Food tourism and regional development: a systematic literature review. *European Journal of Tourism Research*, 21, 33–49. doi: <https://doi.org/10.54055/ejtr.v21i.357>
- Rakowska, J. (2020). European Union Funding for Preservation of Religious Cultural Heritage in Poland. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 19(4), 113–120. doi: <https://doi.org/10.22630/ASPE.2020.19.4.47>
- Richards, G.W. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>

- Scheyvens, R. (2007). Exploring the tourism–poverty nexus. *Current Issues in Tourism*, 10(2–3), 231–254. doi: <https://doi.org/10.2167/cit318.0>
- Stolare, M., Ludvigsson, D., Trenter, C. (2021). The educational power of heritage sites. *History Education Research Journal*, 18(2), 264–279. doi: <https://doi.org/10.14324/HERJ.18.2.08>
- Timothy, D.J., Boyd, S.W. (2006). Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1–16. doi: <https://doi.org/10.1080/17438730608668462>
- Tleuberdinova, A.T., Kalmenov, B.T., Mihalic, T., Salauatova, D.M. Theoretical aspects of the innovative tourism development. *Bulletin of "Turan" University*, 4, 308–320. doi: <https://doi.org/10.46914/1562-2959-2023-1-4-308-320>
- UNESCO World Heritage Centre. (1978). Wieliczka and Bochnia Royal Salt Mines. UNESCO. Retrieved from: <https://whc.unesco.org/en/list/32/> (access: 10.05.2025).
- UNESCO World Heritage Centre. (1986). Škocjan Caves. UNESCO. Retrieved from: <https://whc.unesco.org/en/list/390/> (access: 10.05.2025).
- UNESCO World Heritage Centre. (1997). Castle of the Teutonic Order in Malbork. UNESCO. Retrieved from: <https://whc.unesco.org/en/list/847/> (access: 10.05.2025).
- UNESCO. (2003). Convention for the safeguarding of intangible cultural heritage. UNESCO. Retrieved from: Publishing. <https://ich.unesco.org/en/convention> (access: 10.05.2025).
- UNESCO. (2021). The works of Jože Plečnik in Ljubljana – Human Centred Urban Design. UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org/en/list/1643/> (access: 10.05.2025).
- VallsFiguera, R.G., TorradoFonseca, M., Borràs, J. (2023). The impact of international student mobility on multicultural competence and career development: The case of students from Latin America and the Caribbean in Barcelona. *Education Sciences*, 13(9), 869. doi: <https://doi.org/10.3390/educsci13090869>
- Van der Zee, E., Camatti, N., Bertocchi, D., Shomali, K.W.A. (2024). UNESCO World Heritage Site label and sustainable tourism in Europe: a user-generated content analysis. *Regional Studies*. doi: <https://doi.org/10.1080/00343404.2024.2333787>
- Więckowski, M., Saarinen, J. (2019). Tourism transitions, changes, and the creation of new spaces and places in CentralEastern Europe. *Geographia Polonica*, 92(4), 369–377. doi: <https://doi.org/10.7163/GPol.0154a>
- Zhu, Y. (2012). Performing heritage: Rethinking authenticity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1495–1513. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.003>
- Zubrytska, H. (2021). Erasmus students as consumers of tourism services in Poland. *Studia Periegetica*, 35(3), 9–22. doi: <https://doi.org/10.5604/01.3001.0015.4215>

Catalin-Ioan Maior is a PhD candidate in Geography with a research focus on cultural tourism, regional branding and the impact of academic mobility on heritage engagement. His work explores the intersection of UNESCO heritage sites, Protected Designation of Origin (PDO), and Protected Geographical Indication (PGI) products as tools for enhancing international student experiences and promoting sustainable tourism development. He is currently affiliated with University of Oradea, Romania, where he conducts research on European cultural heritage, tourism strategies and policy frameworks. He has participated in international academic mobility programs, including CEEPUS and Erasmus+, and has collaborated with institutions in Poland, Slovenia and across Europe. His broader academic interests include economic policy, heritage management and the role of regional products in tourism economics.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1608-6481>

Address:

University of Oradea
1 Universitatii Street
4100087 Oradea, Romania
e-mail: joan.catalin@gmail.com

KAROL BOŻEK

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Polska / University of the National Education Commission, Krakow, Poland

Współczesne funkcje wschodniopruskich pałaców i dworów w kontekście rozwoju zrównoważonej turystyki dziedzictwa

Contemporary Functions of East Prussian Palaces and Manors in the Context of Sustainable Heritage Tourism Development

Streszczenie: Artykuł ma na celu z jednej strony analizę funkcji pełnionych współcześnie przez wschodniopruskie rezydencje wiejskie (pałace i dwory), które znajdują się na obszarze Polski, a z drugiej – identyfikację możliwości i barier związanych z wykorzystaniem ich potencjału w kreowaniu zrównoważonych produktów turystycznych. Punktem wyjścia jest przegląd literatury poświęconej zrównoważonej turystyce dziedzictwa. Wyróżniono cztery kluczowe filary rozwoju tej turystyki: stabilność ekonomiczną, odpowiedzialność środowiskową, sprawiedliwość i równowagę społeczną oraz trwałość kultury. W dalszej części artykułu scharakteryzowano historyczne i współczesne funkcje wschodniopruskich pałaców i dworów, wskazując, że jedynie ok. 11% z nich jest aktywnie wykorzystywanych w działalności turystycznej, a ponad 30% stanowią obiekty opuszczone i nieużytkowane. Następnie rozważono główne bariery ograniczające rozwój zrównoważonych produktów turystycznych, co jest związane m.in. ze stanem zachowania rezydencji, z ich sytuacją własnościową, peryferyjną lokalizacją względem ośrodków koncentracji ruchu turystycznego oraz niewdrożeniem podejścia sieciowego. Jednocześnie wskazano możliwości turystycznej aktywizacji tych produktów, nawiązujące do założeń koncepcji zrównoważonej turystyki dziedzictwa.

Abstract: This article examines the contemporary functions of historical rural residences of former East Prussia, located in present-day Poland, and identifies the opportunities and barriers related to their potential role in developing sustainable tourism products. The discussion is framed by the concept of sustainable heritage tourism. Both historical and current uses of East Prussian palaces and manors are analyzed, showing that only around 11% are currently engaged in tourism, while over 30% remain abandoned or unused. The main barriers limiting the development of sustainable tourism products based on this heritage were also considered, including the condition of the residences, their ownership status, their peripheral location in relation to tourist traffic centers, and the lack of network-based management approaches. At the same time, possibilities for their tourist activation are indicated, referring to the principles of the concept of sustainable heritage tourism.

Słowa kluczowe: dwory; dziedzictwo; pałace; turystyka dziedzictwa; turystyka zrównoważona; zrównoważony rozwój

Keywords: heritage; heritage tourism; manors; palaces; sustainable development; sustainable tourism

Otrzymano: 22 września 2025

Received: 22 September 2025

Zaakceptowano: 26 września 2025

Accepted: 26 September 2025

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Bożek, K. (2025). Współczesne funkcje wschodniopruskich pałaców i dworów w kontekście rozwoju zrównoważonej turystyki dziedzictwa. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 39(3), 79–96. doi: <https://doi.org/DOI.10.24917/20801653.393.5>

WSTĘP

Każde miejsce i region na świecie ma własne dziedzictwo, które za sprawą turystyki coraz częściej staje się narzędziem rozwoju gospodarczego. Materialne i niematerialne elementy dziedzictwa kulturowego są uznawane za jeden z kluczowych zasobów turystycznych (Rambe, Khairani, 2021), a sama turystyka dziedzictwa należy obecnie do najpowszechniejszych form podróżowania (Timothy, 2014). Według różnych szacunków od 50% do 80% wszystkich podróży obejmuje elementy kultury, takie jak zwiedzanie zabytków i muzeów, uczestnictwo w wydarzeniach artystycznych czy zanurzanie się w żywej kulturze danego miejsca (Timothy, 2011).

W ostatnich dekadach w odpowiedzi na nieustannie rosnące zainteresowanie dziedzictwem kulturowym pojawiło się wiele zauważalnych zmian i trendów w planowaniu turystyki dziedzictwa, obejmujących przede wszystkim dążenie do minimalizacji jej negatywnych skutków (Stoica i in., 2022; Suryani, 2024). Coraz częściej podkreśla się też konieczność włączania zasad zrównoważonego rozwoju w procesy związane z zarządzaniem dziedzictwem kulturowym (Bożek, 2024; Facchinetti, 2014; Guzmán i in., 2017; Keitumetse, 2011; Landorf, 2009; Yan, Li, 2023).

Wiele regionów szuka możliwości rozwoju społeczno-gospodarczego za sprawą turystyki, wykorzystując w tym celu zasoby środowiska przyrodniczego lub kulturowego. Na obszarach o wysokiej atrakcyjności środowiska naturalnego rozwijają się przede wszystkim różne formy turystyki wypoczynkowej i aktywnej, zorientowane na obcowanie z przyrodą (Donici, Dumitras, 2024; Marcouiller, 1998). Zjawisko to można zaobserwować m.in. na Pojezierzu Mazurskim, gdzie ruch turystyczny koncentruje się wokół jezior i położonych nad nimi kurortów wypoczynkowych, podczas gdy peryferyjnie położone małe miasta oraz wsie, mimo że obfitują w bogate zasoby dziedzictwa kulturowego, często pozostają poza głównym nurtem zainteresowania turystów.

Tymczasem odpowiednie wykorzystanie potencjału dziedzictwa kulturowego może przyczyniać się nie tylko do wzbogacenia oferty turystycznej obszarów przyrodniczych, lecz także do dywersyfikacji ruchu turystycznego (Esfehani, Albrecht, 2018). Badania nad obszarami wiejskimi wskazują ponadto, że dziedzictwo kulturowe oraz lokalne tradycje odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu poczucia miejsca i mogą być warunkiem wstępnym pomyślnego rozwoju turystyki, nawet jeśli głównym czynnikiem przyciągającym turystów są walory przyrodnicze (Csurgó, Smith, 2022; Giordano, 2020).

W krajowej literaturze przedmiotu problematyce wpływu dziedzictwa kulturowego na rozwój turystyki na obszarach wiejskich poświęcono wiele uwagi (m.in. Andrzejczyk, Niedziółka, 2019; Balińska, 2019; Czapiewska, 2020; Dorocki, 2020; Durydiwka, 2017; Jędrysiak, 2010; Poczta, 2013; Roman, Roman, 2019; Widawski, 2011; Wiśniewska, 2023; Zakrzewska, 2011; Ziernicka-Wojtaszek, Zawora, 2010). Wciąż widoczna pozostaje jednak

luka badawcza dotycząca wykorzystania dziedzictwa kulturowego w turystyce na obszarach wiejskich północno-wschodniej Polski, obejmujących makroregiony Pojezierza Mazurskiego oraz Niziny Staropruskiej, a więc terenów historycznie związanych z Prusami Wschodnimi. Choć powstało kilka opracowań bezpośrednio związanych z tą tematyką (np. Batyk, 2010; Kulczyk, 2015; Lisowska, Łojko, 2022, 2023; Łojko, Lisowska, 2020; Szubert, 2020), to niewiele miejsca poświęcono w nich dziedzictwu wiejskich rezydencji dawnych Prus Wschodnich, mimo że stanowią one niewątpliwie wyróżnik tamtejszych krajobrazów kulturowych.

Dotychczasowe rozważania naukowe podejmowały wskazaną problematykę z perspektywy historii sztuki (Rzempołuch, 2002) lub były publikacjami albumowymi (Jackiewicz-Garniec, Garniec, 2001). Zauważalny jest brak szerszego ujęcia, które analizowałoby potencjał tych obiektów w kontekście ich aktywizacji na rzecz rozwoju turystyki zrównoważonej. W związku z tym zasadniczym celem niniejszego opracowania jest analiza współczesnych funkcji pełnionych przez wschodniopruskie rezydencje wiejskie (dwory i pałace) znajdujące się w granicach Polski oraz wskazanie możliwości i barier związanych z wykorzystaniem ich potencjału w kreowaniu zrównoważonych produktów turystycznych.

Zakres przestrzenny badań obejmuje południową część dawnych Prus Wschodnich, czyli terytorium funkcjonującego pod tą nazwą w latach 1773–1945, które na mocy postanowień konferencji poczdamskiej zostało w 1945 r. włączone do Polski. Analizie nie poddano natomiast rezydencji z obszaru dawnej rejencji zachodniopruskiej, przyłączonej do Prus Wschodnich dopiero w 1920 r.

Przyjęte postępowanie badawcze obejmowało kwerendę i krytyczną analizę literatury przedmiotu, analizę dokumentów (przede wszystkim kart ewidencyjnych zabytków), materiałów kartograficznych oraz danych satelitarnych. W artykule uwzględniono również analizę wpisów dotyczących obiektów oraz ich fotografii publikowanych w internecie (m.in. Google Maps Reviews, Flickr, Facebook, Instagram). Uzyskane w ten sposób informacje zostały poddane weryfikacji podczas badań terenowych. Zastosowanie triangulacji metod badawczych pozwoliło na wzajemną weryfikację danych, co przełożyło się na zwiększenie ich rzetelności i wiarygodności.

IDEA I ZAŁOŻENIA ZRÓWNOWAŻONEJ TURYSTYKI DZIEDZICTWA

Turystyka dziedzictwa może być definiowana szeroko – jako forma turystyki, w której główną motywacją do podjęcia podróży jest poznawanie dziedzictwa danego miejsca, interpretowanego i odbieranego przez turystę przez pryzmat jego własnych doświadczeń oraz w odniesieniu do kontekstu kulturowego. W ostatnich dekadach stała się ona jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi sektora turystycznego (Timothy, 2014). W dobie postępującej globalizacji oraz rosnącej mobilności coraz częściej pojawia się jednak pytanie o granice turystycznej eksploatacji zasobów środowiska przyrodniczego i kulturowego (Stoica i in., 2022). W literaturze przedmiotu rozważane są różne strategie mające na celu minimalizację negatywnych skutków nadmiernego rozwoju ruchu turystycznego w miejscach związanych z dziedzictwem kulturowym. Większość tych strategii bezpośrednio odwołuje się do założeń zrównoważonego rozwoju (Alamineh i in., 2023; Bertocchi i in., 2020; De Luca i in., 2020; Maingi, 2019; Musikanski i in., 2019).

Należy podkreślić, że potrzeba wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju w turystyce dziedzictwa nie powinna ograniczać się wyłącznie do miejsc dotkniętych lub

zagrożonych zjawiskiem *overtourismu*. Powinna być ona uwzględniana zarówno przez społeczności lokalne, jak i przez podmioty zewnętrzne zaangażowane w rozwój turystyki, niezależnie od wielkości destynacji czy stadium jej rozwoju, analizowanego w kontekście koncepcji cyklu życia obszaru turystycznego R.W. Butlera (1980). W fazach eksploracji i wprowadzenia zrównoważony rozwój umożliwia implementację zasad odpowiedzialnego planowania turystyki już w początkowych stadiach rozwoju destynacji. W fazach wzrostu, konsolidacji i rozkwitu może pełnić funkcję mechanizmu prewencyjnego, ograniczającego wystąpienie negatywnych konsekwencji związanych z intensyfikacją ruchu turystycznego. Z kolei w fazie stagnacji lub upadku może sprzyjać odrodzeniu się funkcji turystycznej, m.in. przez rozwój alternatywnych form turystyki (por. Kozak, Martin, 2012; Kruczek i in., 2018).

Idea zrównoważonej turystyki dziedzictwa wyrasta z ogólnej koncepcji zrównoważonego rozwoju, u podstaw której leży równowaga między zaspokajaniem potrzeb obecnych użytkowników a obowiązkiem zachowania zasobów środowiska przyrodniczego i kulturowego w stanie co najmniej nie pogorszonym dla przyszłych pokoleń (Padilla, 2002). Strategiczne planowanie zrównoważonego rozwoju turystyki dziedzictwa powinno zatem obejmować działania ukierunkowane na kontrolę intensywności wykorzystania zasobów środowiska przyrodniczego i kulturowego, wdrażanie polityk ochrony ekosystemów i dziedzictwa kulturowego, przeciwdziałanie skutkom zmian klimatycznych, optymalizację mechanizmów alokacji zasobów, wspieranie współpracy regionalnej, zwiększanie partycypacji społeczności lokalnych oraz zapewnianie sprawiedliwego podziału korzyści płynących z rozwoju turystyki (Ou, 2025).

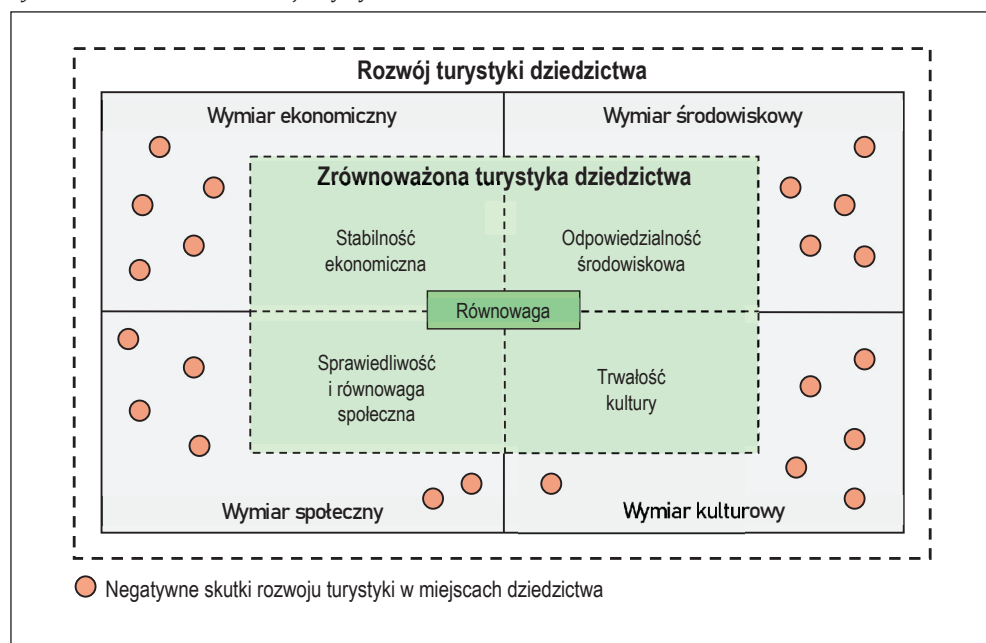
Odwołując się do szerszej kategorii, czyli do turystyki zrównoważonej, A. Kowalczyk (2010: 20) przedstawił ją na gruncie polskiej literatury jako wyidealizowany model rozwoju turystyki, w którym „działania podejmowane przez turystów nie powodują strat lub trudnych do odwrócenia zmian w środowisku przyrodniczym, a jednocześnie przynoszą korzyści samym turystom, społecznościom zamieszkującym odwiedzane przez nich miejscowości i obszary, a także osobom i instytucjom świadczącym usługi turystyczne”. W takim ujęciu zrównoważony rozwój turystyki jest możliwy wyłącznie w warunkach zachowania równowagi i kompromisu między ochroną środowiska przyrodniczego a potrzebami turystów, społeczności lokalnych oraz usługodawców turystycznych. Analogicznie, w odniesieniu do turystyki dziedzictwa, równowaga ta powinna uwzględniać nie tylko relacje między interesariuszami a środowiskiem naturalnym, lecz także konieczność zachowania i ochrony zasobów dziedzictwa kulturowego.

Warto odwołać się również do rozważań E. Inskeepa (1991: 459–467), który podejmując próbę systematyzacji cech turystyki zrównoważonej, wskazał, że powinna charakteryzować się ona: uwzględnianiem specyfiki kulturowej i przyrodniczej obszaru, angażowaniem ludności miejscowej, analizą kosztów i korzyści działalności turystycznej z perspektywy krótkoterminowej i długofalowej – przy równomiernym podziale zysków i obciążeń między turystów a społeczność lokalną, integracją z innymi działami gospodarki, oceną wpływu turystyki na środowisko przyrodnicze i kulturowe oraz podejmowaniem działań minimalizujących skutki negatywne, a także dążeniem do zachowania przyrody dla następnych pokoleń. W kontekście turystyki dziedzictwa do wskazanego zestawu cech należałoby dodać również konieczność zachowania zasobów dziedzictwa kulturowego z myślą o ich ochronie i transmisji dla przyszłych pokoleń.

Należy więc zauważyć, że praktyczna implementacja koncepcji zrównoważonej turystyki dziedzictwa wymaga równoczesnego uwzględnienia aspektów środowiskowych,

ekonomicznych, społecznych i kulturowych, co znajduje szerokie potwierdzenie w literaturze przedmiotu (Amerta i in., 2018; Muhanna, 2006; Padin, 2012; Richins, 2009; Salinero i in., 2025). W takim ujęciu turystyka w miejscach dziedzictwa kulturowego nie powinna być traktowana wyłącznie jako instrument generowania korzyści gospodarczych, lecz również jako narzędzie służące ochronie zasobów przyrodniczych i kulturowych oraz budowaniu kapitału społecznego. Jej rozwój wymaga podejścia holistycznego, opartego na partycypacji społecznej, sprawiedliwym podziale zysków, a także poszanowaniu lokalnej tożsamości i tradycji. Wówczas turystyka dziedzictwa może stać się czynnikiem wzmacniającym więzi społeczne i poczucie międzypokoleniowej odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa w stanie nienaruszającym jego wartości dla przyszłych generacji. Planowanie strategii zrównoważonego rozwoju turystyki dziedzictwa powinno zatem opierać się na czterech kluczowych filarach: stabilności ekonomicznej, odpowiedzialności

Rycina 1. Istota zrównoważonej turystyki dziedzictwa



Źródło: opracowanie własne

środowiskowej, sprawiedliwości i równowadze społecznej oraz trwałości kultury (rycina 1).

PRZESZTAŁCENIA FUNKCJI WSCHODNIOPRUSKICH PAŁACÓW I DWORÓW W UJĘCIU HISTORYCZNYM

Dogodne warunki glebowe, szczególnie w północnej części historycznych Prus Wschodnich, w połączeniu z dostępem do zasobów wodnych oraz korzystnymi warunkami transportowymi (rozwinęta sieć szlaków lądowych i wodnych, port w Królewcu), sprzyjały kształtowaniu się na tym obszarze dużych majątków ziemskich. Już w okresie panowania

zakonu krzyżackiego, a następnie w czasach Prus Książęcych i Królestwa Pruskiego rozwijał się tam system folwarków nastawionych na produkcję zboża przeznaczanego na eksport oraz hodowlę zwierząt gospodarskich (Biskup, Labuda, 1986). Uwarunkowania te przyczyniły się do utrwalenia modelu wielkoobszarowych gospodarstw, które przez kilka stuleci stanowiły podstawę lokalnej struktury agrarnej. Charakterystycznym elementem tych majątków była świadomie kształtowana kompozycja przestrzenna, w której centralne miejsce zajmowała zazwyczaj rezydencja właścicieli – pałac lub dwór – pełniąca funkcje rezydencjonalną i administracyjną (Jackiewicz-Garniec, Garniec, 2001).

Pierwszymi właścicielami majątków ziemskich w Prusach Wschodnich byli junkrzy – posiadacze ziemscy wywodzący się z warstwy szlacheckiej, która zaczęła kształtować się pod koniec panowania zakonu krzyżackiego (Carsten, 1947). Podstawą funkcjonowania ich majątków była gospodarka folwarczna o charakterze eksportowym, zdominowana przez produkcję zboża kierowanego na rynki niemiecki, skandynawski i brytyjski (Brincken, 1949). Do lat 70. XIX w. eksport utrzymywał się na stosunkowo stabilnym poziomie, jednak nasilająca się konkurencja z Europy Wschodniej i ze Stanów Zjednoczonych spowodowała spadek jego opłacalności, zmuszając właścicieli majątków do ograniczenia zbytu do rynku wewnętrznienieckiego (Brincken, 1949; Muennich, 1934).

Zmiana warunków ekonomicznych, w połączeniu z postępującą modernizacją rolnictwa, oddziaływała na strukturę i funkcje zaplecza folwarcznego, czego przejawem były przebudowy stajni, spichlerzy, gorzelni i młynów (Brincken, 1949). W wielu przypadkach utrzymanie majątku stawało się nieopłacalne, co już na początku XX w. skutkowało zmianą funkcji licznych obiektów. Przykładem może być Tarpno, gdzie w latach 30. XX w. dwór został przekształcony w pensjonat wypoczynkowy. Rezydencje, które utraciły zaplecze ekonomiczne i nie znalazły nowego przeznaczenia, popadały w stopniową degradację. Proces ten był widoczny na szerszą skalę już w okresie dwudziestolecia międzywojennego (Kozak, 2008).

Wiele wschodniopruskich pałaców i dworów uległo zniszczeniu w trakcie II wojny światowej i zostało bezpowrotnie utraconych. Rezydencje, które przetrwały działania wojenne, po 1945 r. były najczęściej przejmowane przez Państwowe Gospodarstwa Rolne (PGR-y). Część z nich adaptowano na potrzeby budynków użyteczności publicznej. Z kolei obiekty cechujące się atrakcyjnym położeniem, zwłaszcza w sąsiedztwie jezior, często przeznaczano na domy wczasowe i ośrodki kolonijne. Nowi użytkownicy nie zawsze zapewniali im jednak właściwą opiekę, a w wielu przypadkach wręcz przyczyniali się do ich degradacji (Jackiewicz-Garniec, Garniec, 2001; Wylegała, 2021). Powojenne remonty i przebudowy często pozbawiały rezydencje cech stylowych, natomiast opuszczone budynki szybko popadały w ruinę (Uruszczak, 2023).

Jak podkreślają M. Jackiewicz-Garniec i M. Garniec (2001), paradoksalnym skutkiem utworzenia na terenach dawnych majątków ziemskich PGR-ów był fakt, że wiele zespołów rezydencjonalnych przetrwało do współczesności, choć w różnym stanie. W większości przypadków zachowały one spójną kompozycję przestrzenną mimo znacznych strat w detalu architektonicznym (Mikulski, 2023). Gorszy los spotkał rezydencje, które nie zostały zaadaptowane do nowych funkcji – wiele z nich uległo znacznej degradacji, prowadzącej ostatecznie do całkowitej destrukcji (Kozak, 2008).

W pierwszych latach po transformacji ustrojowej znaczna część dawnych rezydencji znalazła się w zasobie Agencji Własności Rolnej Skarbu Państwa (AWRSP), która przejęła mienie po zlikwidowanych PGR-ach. Ze względu na ograniczone środki finansowe oraz brak kompleksowych programów konserwatorskich wiele obiektów ulegało w tym

czasie dalszej degradacji (Mikulski, 2023). Prowadzona w latach 90. XX w. prywatyzacja stopniowo zmieniała strukturę własności. Większość zespołów pałacowo-dworskich trafiła w ręce prywatne. W części przypadków nowi właściciele podejmowali działania restauracyjne, przywracając obiektom funkcje mieszkalne, w innych adaptowano je do celów hotelarskich lub eventowych. Zdarzały się jednak takie sytuacje, gdy brak inwestorów, niedostateczne nakłady finansowe lub rozbieżności między inwestorem a konserwatorem zabytków prowadziły do dalszej degradacji obiektów (Jackiewicz-Garniec, Garniec, 2001).

M. Kozak (2008) wskazuje, że charakterystycznym zjawiskiem, obserwowanym zwłaszcza na początku lat 90. XX w. była spekulacja polegająca na nabywaniu obiektów zabytkowych w oczekiwaniu na ich korzystną odsprzedaż byłym właścicielom lub spadkobiercom (po zniesieniu ograniczeń w nabywaniu nieruchomości przez cudzoziemców). Podmioty dokonujące takich transakcji zazwyczaj nie podejmowały żadnych działań inwestycyjnych. Dopiero późniejsze zmiany legislacyjne skuteczniej zapobiegały tego rodzaju praktykom. Współcześnie, wraz ze wzrostem wartości rynkowej zabytków rezydencjonalnych, właściciele zwykle podejmują bardziej racjonalne decyzje w zakresie użytkowania i adaptacji tych budynków. W rezultacie już na początku XXI w. zasób obiektów rezydencjonalnych na obszarze dawnych Prus Wschodnich odznaczał się dużym zróżnicowaniem pod względem stanu zachowania i pełnionych funkcji – obejmował m.in. rezydencje starannie odrestaurowane i zaadaptowane do potrzeb działalności z zakresu usług turystycznych, popegeerowskie budynki mieszkalnictwa wielorodzinnego, a także obiekty opuszczone, stopniowo popadające w ruinę i nierzadko obciążone problemami własnościowymi.

WSPÓŁCZESNE FUNKCJE WSCHODNIOPRUSKICH PAŁACÓW I DWORÓW

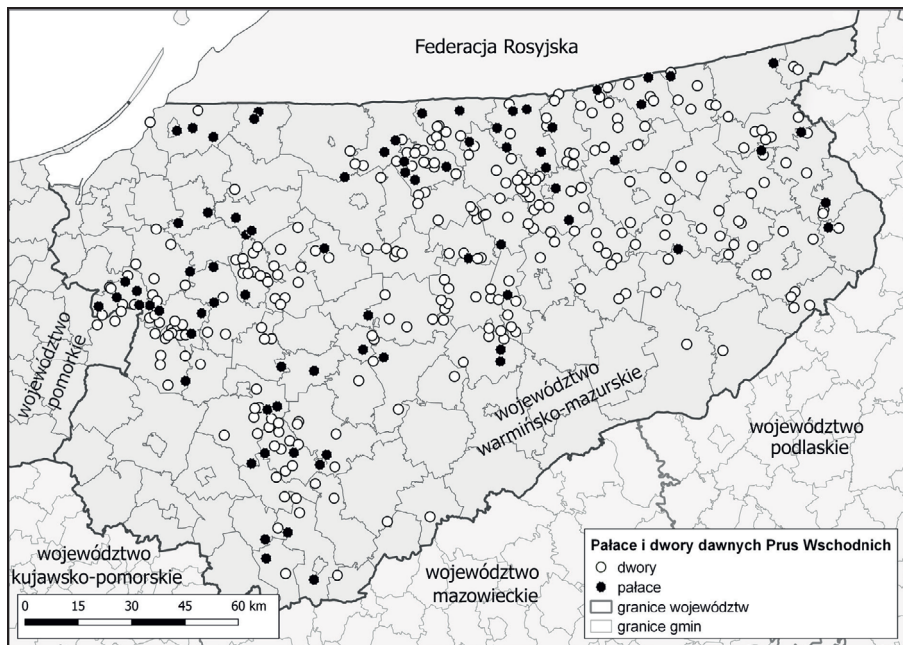
W toku badań terenowych oraz analizy źródeł literaturowych i internetowych zidentyfikowano łącznie 358 rezydencji, w tym 282 dwory i 76 pałaców. W inwentaryzacji uwzględniono wyłącznie te obiekty, które zachowały się w stanie umożliwiającym ich jednoznaczną identyfikację. Pod uwagę nie wzięto natomiast miejsc popałacowych i podworskich, założeń rezydencjonalnych, z których przetrwały jedynie zabudowania folwarczne, a także obiektów, po których jedynymi śladami są pozostałości fundamentów. Podstawowym kryterium kwalifikującym była zatem fizyczna obecność bryły pałacu lub dworu, nawet wówczas, gdy obiekt znajdował się w stanie ruiny lub został przebudowany w stopniu skutkującym utratą wartości zabytkowej.

Większość analizowanych rezydencji (64,5%) w momencie gromadzenia danych była wpisana do rejestru zabytków. Odsetek ten, choć stosunkowo niski, nie odbiega znacząco od wartości przedstawianych przez badaczy w odniesieniu do innych regionów Polski, np. w Wielkopolsce wynosi on 68,9% (Szczepańska, Piechel, 2024). Należy to wiązać przede wszystkim z faktem, że znaczna część obiektów rezydencjonalnych – nie tylko na obszarze dawnych Prus Wschodnich – utraciła wartość zabytkową w wyniku przebudów i remontów prowadzonych w okresie PRL-u, mających na celu ich dostosowanie do potrzeb PGR-ów (Wylegała, 2021). Przy czym problemem pozostaje nieaktualność wielu kart ewidencji zabytków, które w przeważającej mierze po raz ostatni zostały uzupełnione w pierwszych latach XXI w.

Rozmieszczenie analizowanych obiektów, wskazujące na ich przestrzenne zróżnicowanie w podziale na pałace i dwory, zostało przedstawione w odniesieniu do granic

województw oraz gmin (rycina 2). Największa koncentracja wschodniopruskich rezydencji występuje w północnej i zachodniej części województwa warmińsko-mazurskiego, co można wiązać ze stosunkowo korzystnymi warunkami glebowymi, które w przeszłości

Rycina 2. Lokalizacja zachowanych pałaców i dworów dawnych Prus Wschodnich w granicach Polski



Źródło: opracowanie własne

stanowiły podstawowy czynnik lokalizacji wielkoobszarowych majątków ziemskich. Z kolei najmniejszą koncentracją tego typu obiektów charakteryzuje się obszar wzdłuż południowej granicy województwa warmińsko-mazurskiego, w pasie od Nidzicy po Ełk, gdzie dominują gleby bielcowe i rdzawe, o małej przydatności dla rolnictwa.

Wśród gmin, na obszarze których zachowało się najwięcej wschodniopruskich rezydencji dworskich i pałacowych (10 i więcej), należy wymienić: Bartoszyce, Kętrzyn, Miłakowo, Małdyty, Węgorzewo, Ostródę, Rychliki i Grunwald. Największe zagęszczenie obiektów przypadające na 50 km² odnotowano w gminach: Rychliki, Miłakowo, Małdyty, Kętrzyn, Grunwald, Bartoszyce, Srokowo, Sorkwity, Sępólno i Zalewo.

Warto podkreślić, że chociaż dla mobilności turystów granice administracyjne gmin mają niewielkie znaczenie (kluczowa pozostaje sama odległość pomiędzy poszczególnymi obiektami), to identyfikacja zasobów dziedzictwa kulturowego w odniesieniu do różnych jednostek przestrzennych może stanowić istotne narzędzie prowadzenia skutecznej polityki turystycznej na poziomach lokalnym i regionalnym. Warunkiem jej efektywności jest jednak szeroka współpraca między różnymi grupami interesariuszy, w szczególności między jednostkami samorządu terytorialnego, obejmująca m.in. usieciowienie walorów turystycznych przez tworzenie klastrow. Należy przy tym pamiętać, że skuteczna aktywizacja zasobów dziedzictwa rezydencjonalnego do pełnienia funkcji turystycznej wymaga często podejścia ponadlokalnego (Szczepańska, Piechel, 2024).

W ramach przeprowadzonych badań sklasyfikowano współczesne funkcje pełnione przez wschodniopruskie dwory i pałace, co pozwoliło na identyfikację obiektów wykorzystywanych w działalności turystycznej. Wyróżniono siedem podstawowych kategorii obiektów: obiekty opuszczone lub nieużytkowane, obiekty mieszkalne, obiekty powszechnej użyteczności publicznej, obiekty wykorzystywane gospodarczo przez przedsiębiorstwa prywatne, obiekty bazy noclegowej lub gastronomicznej, obiekty funkcjonujące jako pełnoprawne atrakcje turystyczne, a także obiekty kultu religijnego. Szczegółowa charakterystyka poszczególnych kategorii, wraz z ich liczebnością oraz udziałem w ogóle analizowanego zasobu, została przedstawiona w tabeli 1.

Tabela 1. Funkcje pełnione przez wschodniopruskie rezydencje wiejskie wraz z ich liczebnością i udziałem w ogóle zasobu

Charakterystyka funkcji	Liczba	Udział ogółem
Obiekty mieszkalne Budynki przystosowane do funkcji mieszkalnych (jednorodzinnych i wielorodzinnych), w tym również prywatne rezydencje.	127	35,47%
Obiekty nieużytkowane/opuszczone Rezydencje znajdujące się w stanie postępującej degradacji, opuszczone, niezamieszkałe i niepełniące żadnej funkcji w obiegu gospodarczym, a także obiekty z różnych przyczyn nieużytkowane (np. będące w trakcie remontu).	112	31,28%
Obiekty bazy noclegowej lub gastronomicznej Budynki zakwaterowania turystycznego (hotele, pensjonaty, gospodarstwa agroturystyczne itd.) oraz obiekty świadczące usługi gastronomiczne i eventowo-konferencyjne.	37	10,34%
Obiekty wykorzystywane gospodarczo przez przedsiębiorstwa prywatne Siedziby lub biura przedsiębiorstw prywatnych, budynki inwentarsko-składowe, kwatery pracownicze, a także inne obiekty o przeznaczeniu komercyjnym, w których nie jest prowadzona działalność turystyczna.	18	5,03%
Obiekty powszechnej użyteczności publicznej Budynki pełniące funkcje edukacyjne (np. szkoły), administracyjne (np. siedziby administracji samorządowej), opieki zdrowotnej (np. szpitale, zakłady opieki medycznej), a także ogólnodostępne obiekty kulturalne (np. świetlice wiejskie, siedziby instytucji kultury).	16	4,47%
Obiekty funkcjonujące jako pełnoprawne atrakcje turystyczne Rezydencje, których podstawą działalności nie jest hotelarstwo i gastronomia, które mają jednak odpowiednią infrastrukturę (np. częściowe zagospodarowanie przestrzeni na cele wystawiennicze) oraz świadczą usługi (np. z zakresu przewodnictwa) pozwalające im funkcjonować jako pełnoprawna atrakcja turystyczna.	4	1,12%
Obiekty kultu religijnego Dawne rezydencje zaadaptowane na cele sakralne, w tym kościoły, klasztory lub inne obiekty pełniące funkcje związane z praktykami religijnymi.	1	0,27%
Brak danych Obiekty, w przypadku których nie udało się ustalić pełnionej funkcji.	43	12,01%

Źródło: opracowanie własne

Najliczniejszą kategorię stanowią obiekty pełniące funkcję mieszkaniową (31,3%), wśród których zdecydowaną większość tworzą budynki wielorodzinne zamieszkiwane przez społeczności popegeerowskie, rzadziej przez nowych lokatorów. W ostatnich latach obserwuje się także tendencję do rewitalizacji dawnych założeń pałacowych i dworskich oraz ich adaptacji na prywatne rezydencje (np. dwory w Zawiszynie i Kalistach). Na szczególne wyróżnienie zasługuje tu działalność Stefana Hippra, niemieckiego przedsiębiorcy,

który uratował od całkowitej ruiny kilka rezydencji na Warmii, m.in. w Bogatyńskich i Gładyszach. Obecnie rezydencje te, mimo że pozostają w użytku prywatnym i nie są dostępne dla zwiedzających, stanowią atrakcyjny wyróżnik krajobrazu kulturowego warmińskich wsi.

Drugą pod względem liczebności kategorią są obiekty nieużytkowane lub opuszczone (35,5%), obejmujące ruiny, budynki w stanie postępującej degradacji i rezydencje będące w trakcie remontu bądź już odrestaurowane, które nadal są pozbawione funkcji użytkowej. Znaczna część z nich znajduje się w stanie całkowitej ruiny, a jedyną realną formą ich zagospodarowania pozostaje odbudowa lub zabezpieczenie i ekspozycja w postaci tzw. trwałej ruiny. Często obserwowanym zjawiskiem jest podejmowanie prac renowacyjnych, które nie zostają doprowadzone do końca (np. w Gródkach, Kolkiejmach, Okowiznie, Potrytach, Skandławkach, Szydłaku, Tracku czy Warkałach).

Kolejną kategorię o relatywnie niewielkim udziale w strukturze zasobu tworzą rezydencje zaadaptowane do pełnienia funkcji hotelarskich, gastronomicznych oraz eventowo-konferencyjnych (10,3%). Grupa ta cechuje się znacznym zróżnicowaniem pod względem standardu świadczonych usług i charakteru oferty. Obejmuje ona z jednej strony luksusowe hotele dysponujące rozbudowaną infrastrukturą rekreacyjną (np. pałac w Pacótkowie, dwór w Dadaju), z drugiej zaś – kameralne pensjonaty oraz gospodarstwa agroturystyczne prowadzone w duchu *slow tourism* (np. dwory w Gajlitach, Mioduńskich, Szwałku, Wojciechach), które można uznać za szczególnie istotne z perspektywy rozwoju turystyki zrównoważonej. Wskazać można również obiekty wyspecjalizowane w organizacji wydarzeń okolicznościowych i konferencji (np. pałac w Markowie, dwór w Siejniku).

Mało liczną kategorię stanowią rezydencje wykorzystywane gospodarczo przez sektor prywatny (5%) – głównie jako siedziby lub biura przedsiębiorstw, rzadziej jako obiekty o innym przeznaczeniu komercyjnym – nieświadczące usług turystycznych (np. sklepy rolnicze). W zdecydowanej większości są one częścią dużych przedsiębiorstw rolnych lub budowlanych, wykorzystujących do prowadzenia swojej działalności infrastrukturę popegeerowską.

Obiekty powszechnej użyteczności publicznej, pełniące funkcje edukacyjne, administracyjne, kulturalne lub związane z opieką zdrowotną, stanowią zaledwie 4,5% analizowanego zasobu rezydencji. Aktualnie do Skarbu Państwa należy 21 rezydencji, do powiatów – 4, a do gmin – 23. Zdecydowana większość majątków została sprywatyzowana na przełomie lat 90. XX w. oraz w pierwszych latach XXI w., jednak proces ten postępował również w ostatniej dekadzie. Przykładem jest dwór w Marwicy, w którym do 2022 r. mieścił się dom dziecka. Po sprzedaży został on odrestaurowany i obecnie pełni funkcję prywatnej rezydencji. Podobna sytuacja miała miejsce w pałacu w Rudziszkach, gdzie do 2023 r. działał szpital psychiatryczny. Placówkę przeniesiono, natomiast pałac – ze względu na wysokie koszty niezbędnych remontów – pozostaje obecnie nieużytkowany.

Zaskakująco niewielki odsetek wschodniopruskich obiektów rezydencjonalnych ma status pełnoprawnych atrakcji turystycznych, których podstawowa działalność nie opiera się wyłącznie na świadczeniu usług hotelarskich czy gastronomicznych. Obiekty zaliczone do tej kategorii dysponują odpowiednią infrastrukturą oraz ofertą umożliwiającą obsługę ruchu turystycznego, obejmującą m.in. częściowe zagospodarowanie przestrzeni na cele wystawiennicze czy świadczenie usług przewodnickich. Przykładami takich obiektów są: pałac w Białej Oleckiej, w którym część kompleksu zaadaptowano na Muzeum Motoryzacji, pałac w Nagórkach (Olsztyn), przeznaczony przez Muzeum Warmii i Mazur na Muzeum Przyrody, pałac w Nakomiadach, pełniący funkcję hotelarską,

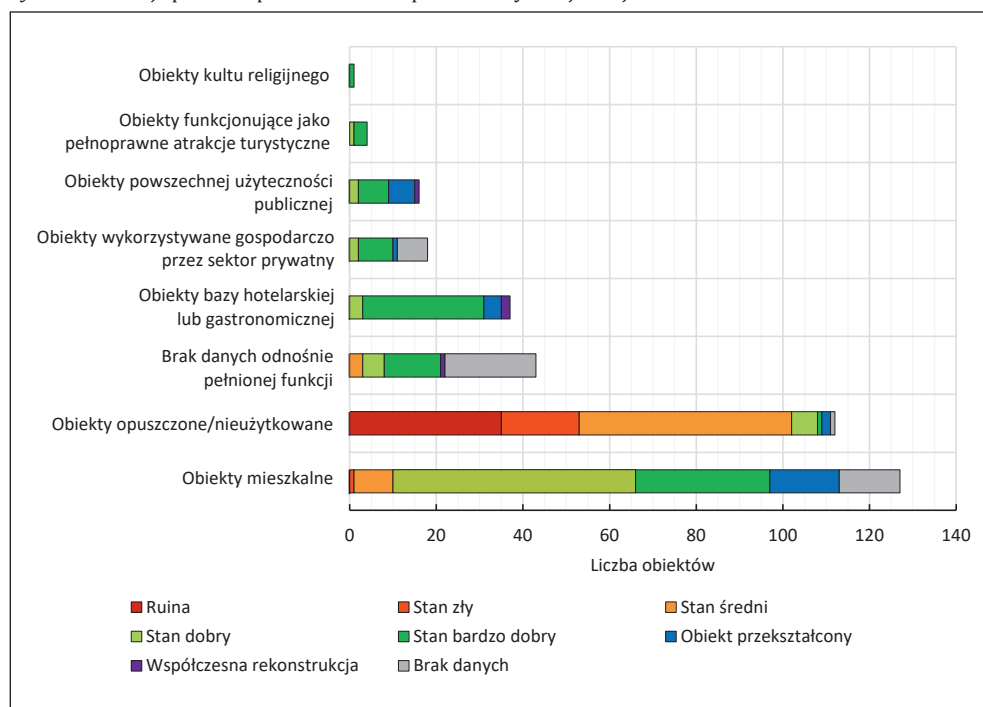
lecz dysponujący równocześnie rozbudowaną ofertą turystyczną, obejmującą m.in. manufakturę ceramiki z pokazami jej wytwarzania, a także możliwość zwiedzania dziedzińca i założenia parkowego. Kolejnym przykładem jest dwór w Drulitach, udostępniany sezonowo w okresie letnim – funkcjonuje tam restauracja oraz odbywają się liczne wydarzenia kulturalne, takie jak koncerty muzyczne czy wystawy malarskie. Dodatkowo obiekt udostępnia ekspozycję poświęconą własnej historii oraz zapewnia profesjonalną obsługę przewodnicką.

W prezentowanym zbiorze wyróżniono jeden przypadek adaptacji rezydencji na obiekt kultu religijnego – jest to dwór w Rychnowie, który został przekształcony w dom zakonny sióstr terezanek.

W toku badań dokonano zestawienia stanu zachowania rezydencji z pełnionymi przez nie funkcjami (rycina 3). Diagnoza stanu zachowania historycznych rezydencji (pałaców i dworów) miała charakter eksploracyjny i koncentrowała się wyłącznie na percepcyjnej ocenie zewnętrznych cech obiektów, uznawanych za główny wyznacznik ich atrakcyjności turystycznej. Analizie metodą wizualną poddano jedynie bryłę zewnętrzną budynków – stan zachowania i stopień przekształcenia oryginalnej formy oraz detalu architektonicznego, czyli elementy dostrzegalne przez przeciętnego odbiorcę podczas oglądu obiektu z zewnątrz. Diagnoza nie obejmowała natomiast szczegółowych kryteriów konserwatorskich, w tym np. oceny stanu technicznego wnętrza.

Przeprowadzona analiza ujawniła wyraźną zależność: najlepszym stanem zachowania charakteryzują się obiekty zaadaptowane na potrzeby bazy hotelarskiej lub

Rycina 3. Funkcje pełnione przez wschodniopruskie rezydencje wiejskie w Polsce oraz ich stan zachowania



gastronomicznej, a także obiekty funkcjonujące jako pełnoprawne atrakcje turystyczne. W zdecydowanej większości przypadków rezydencje te są utrzymane w bardzo dobrym stanie.

Warto zwrócić uwagę, że stan zachowania historycznych rezydencji nie determinuje jednoznacznie ich atrakcyjności turystycznej. Niewielkie założenia rezydencjonalne, nawet stosunkowo dobrze utrzymane i z zachowanym detalem architektonicznym, mogą być postrzegane jako mało przydatne dla rozwoju turystyki – zwłaszcza w sytuacji ograniczonej dostępności dla zwiedzających. Dla kontrastu ruiny, mimo zaawansowanej degradacji, często przyciągają zainteresowanie tzw. eksploratorów historii, stanowiących niszowy segment ruchu turystycznego (Le Gallou, 2018). Monumentalne rezydencje w stanie postępującej ruiny mogą funkcjonować jako atrakcyjny cel podróży. Ostatecznie więc zarówno ruiny, jak i zrewitalizowane rezydencje mogą być traktowane jako wartościowe zasoby turystyczne – pod warunkiem zapewnienia odpowiedniej dostępności. Z kolei stan zachowania staje się głównym czynnikiem różnicującym ich atrakcyjność turystyczną dopiero podczas porównywania obiektów o zbliżonych cechach oraz o tej samej funkcji.

MOŻLIWOŚCI I BARIERY ZWIĄZANE Z WYKORZYSTANIEM WSCHODNIOPRUSKICH PAŁACÓW I DWORÓW W KREOWANIU ZRÓWNOWAŻONYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH

Jedną z głównych barier aktywizacji turystycznej wschodniopruskich rezydencji jest ich stan własnościowy, który w znacznym stopniu ogranicza dostępność tych obiektów dla ruchu turystycznego. Większość z nich znajduje się w rękach prywatnych i jest aktywnie wykorzystywana w mieszkalnictwie jedno- lub wielorodzinnym, co można traktować jako pewną ciągłość funkcji. Zdarzają się jednak sytuacje, gdy właściciel nie dysponuje środkami lub woli, by zainwestować w remont i nadać obiektowi funkcję użytkową. Wskazany problem sięga lat 90. XX w., kiedy Skarb Państwa wyzbył się większości rezydencji, a część z nich stała się przedmiotem spekulacji w oczekiwaniu na korzystną odsprzedaż (Kozak, 2008). Niewiele obiektów trafiło wówczas do zasobu gminnego, co dziś wydaje się naturalnym kierunkiem, zwłaszcza że władztwo samorządowe może sprzyjać ich adaptacji do funkcji ogólnodostępnych (np. świetlice wiejskie, siedziby instytucji kultury, przestrzenie wystawiennicze prezentujące dzieje regionu). W przypadku własności prywatnej realizacja takich inicjatyw jest ograniczona, przez co dziedzictwo wielkich majątków ziemskich pozostaje w dużej mierze zapomniane. Potencjalny turysta, chcąc poznać historię obszarów wiejskich na Warmii i Mazurach, często nie znajdzie w terenie żadnych punktów interpretacyjnych, co może znacząco ograniczać potencjał turystyczny nie tylko samych rezydencji, lecz także całego regionu.

Kolejną istotną barierą może stanowić brak odpowiedniej strategii adaptacyjnej, a w przypadku obiektów o docelowym przeznaczeniu komercyjnym – brak przemysłanego planu inwestycyjnego. Należy zauważyć, że w wielu przypadkach odrestaurowane rezydencje od dłuższego czasu pozostają niewykorzystane, co nie jest zjawiskiem incydentalnym (m.in. Gródki, Kolkiejmy, Okowizna, Potryty, Skandławki, Szydłak, Track, Warkały). Porzucenie i niezabezpieczenie rozpoczętych inwestycji prowadzi do przyspieszenia procesów degradacji biologicznej i strukturalnej, a także może osłabiać zaufanie potencjalnych inwestorów oraz lokalnych społeczności. W konsekwencji zasadne wydaje się przeprowadzenie pogłębionych badań ukierunkowanych na identyfikację

przyczyn przerywania prac remontowych oraz barier – zarówno ekonomicznych, jak i organizacyjno-prawnych – które uniemożliwiają zakończenie adaptacji oraz nadanie obiektom trwałych funkcji użytkowych.

W przypadku podejmowania prób adaptacji obiektów dziedzictwa rezydencjonalnego do pełnienia funkcji komercyjnych kluczowe znaczenie ma przygotowanie rzeczowego planu biznesowego (Bishoff, Allen, 2004; Saleh, Ost, 2023). Szczególnie cenne może okazać się czerpanie inspiracji z dobrych praktyk regionu, kraju i świata, gdzie podobne rezydencje traktowane są jako istotne elementy gospodarki turystycznej oraz nośniki lokalnej tożsamości, przyczyniające się do realizacji celów zrównoważonego rozwoju (Erdoğan, Göker, 2019; Sauliene i in., 2018). Możliwości adaptacji są szerokie: od ośrodków agroturystycznych rozwijanych w duchu *slow tourism*, przez obiekty gastronomiczne, eventowo-konferencyjne (w tym sale bankietowe), aż po centra edukacyjne czy miejsca warsztatów i aktywności społecznych. W dobie rosnącego zapotrzebowania na autentyczne doświadczenia dobrze zaprojektowana oferta turystyczna historycznych rezydencji wydaje się mieć duże szanse powodzenia.

Kubatura pałaców i dworów, ich malownicze usytuowanie w krajobrazie wiejskim oraz aktualne trendy na rynku turystycznym (obejmujące rosnące zainteresowanie turystyką dziedzictwa, wypoczynkiem w otoczeniu przyrody i ofertą typu premium) sprzyjają ich adaptacji do funkcji turystycznych. Wyniki przeprowadzonych badań empirycznych wskazują ponadto, że rezydencje zaadaptowane na cele turystyczne odznaczają się zazwyczaj bardzo dobrym stanem zachowania. Z tego względu uzasadnione wydaje się tworzenie, zgodnie z ideą *adaptive reuse*, warunków sprzyjających turystycznemu wykorzystaniu inwestycji, co wymaga skoordynowanego zaangażowania ze strony różnych podmiotów odpowiedzialnych za rozwój turystyki.

Kluczowe znaczenie dla rozwoju oferty turystycznej opartej na dziedzictwie rezydencjonalnym dawnych Prus Wschodnich mogą mieć pałace i dwory, które obecnie pozostają nieużytkowane. Obiekty znajdujące się w stanie ruiny, po odpowiednim zabezpieczeniu i przygotowaniu infrastruktury, mogłyby zostać włączone do obiegu turystycznego jako trwałe ruiny, co wpisawałoby się w aktualne trendy w turystyce (Chylińska, Kołodziejczyk, 2017; Le Gallou, 2018; Wang i in., 2023). Warto zaznaczyć, że standard zabezpieczania tego typu obiektów nie tylko obejmuje konserwację techniczną, lecz także zakłada potrzebę ich przystosowania dla potrzeb odwiedzających (Szmygin, 2018). Obecnie żadna z ruin wschodniopruskich pałaców czy dworów nie została zabezpieczona i udostępniona w formie trwałej ruiny. Szczególnie uzasadnione wydaje się podjęcie takich działań wobec obiektów o wyjątkowej wartości historycznej i architektonicznej, np. ruiny pałacu w Słobitach (niegdyś główna siedziba rodu Dohnów), a także ruiny pałaców w Mieduniskach Wielkich, Arklitach, Rudłowie, Prośnie i Barzynie.

Istotną barierę dla wykorzystania historycznych rezydencji w kreowaniu zrównoważonych produktów turystycznych stanowią uwarunkowania przestrzenne. Większość pałaców i dworów jest usytuowana na terenach peryferyjnych, o ograniczonej dostępności komunikacyjnej i słabo rozwiniętej infrastrukturze turystycznej. Położenie z dala od głównych ośrodków koncentracji turystycznej i popularnych szlaków turystycznych ogranicza potencjał ekonomiczny tych rezydencji. Problem ten jest często potęgowany przez zły stan techniczny dróg dojazdowych oraz niewystarczającą infrastrukturę okołoturystyczną. Co więcej, pojedynczy obiekt, nawet o wysokiej wartości historycznej i dużych walorach estetycznych, w warunkach słabo rozwiniętej infrastruktury ma ograniczone możliwości przyciągania ruchu turystycznego. W tym kontekście szansą

na aktywizację zasobu historycznych rezydencji jest tworzenie sieciowych produktów turystycznych opartych na rozproszonej strukturze podmiotów, atrakcji i punktów obsługi, funkcjonujących jako spójna koncepcja o łatwo identyfikowalnej marce. Formą takiego produktu może być szlak kulturowy, integrujący najcenniejsze pałace i dwory z obszaru dawnych Prus Wschodnich.

ZAKOŃCZENIE

Przeprowadzone badania miały charakter eksploracyjny i stanowią wstępny etap analizy potencjału turystycznego wschodniopruskich pałaców i dworów w Polsce. Inwentaryzacja zasobu rzeczonych rezydencji umożliwiła wyodrębnienie siedmiu podstawowych funkcji, jakie pełnią współcześnie te obiekty. Widoczna jest przy tym wyraźna dominacja obiektów o funkcji mieszkalnej i obiektów nieużytkowanych, a także marginalny udział rezydencji pełniących funkcję turystyczną. Wyniki badań potwierdzają, że potencjał turystyczny analizowanego zasobu pozostaje w dużej mierze niewykorzystany i wymaga aktywizacji w ramach zintegrowanych strategii rozwoju regionalnego.

Kierunki podejmowanych działań powinny być zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju turystyki dziedzictwa. Opiera się ona na czterech filarach: stabilności ekonomicznej, odpowiedzialności środowiskowej, sprawiedliwości i równowadze społecznej oraz trwałości kultury. Wyłącznie podejście holistyczne, angażujące różne grupy interesariuszy, może pozwolić na zachowanie rezydencji oraz ich zrównoważone wykorzystanie w procesach rozwoju regionalnego. W tym kontekście szczególnego znaczenia nabierają działania ukierunkowane na kontrolę intensywności wykorzystania zasobów środowiska przyrodniczego i kulturowego, wdrażanie polityk ochrony ekosystemów i dziedzictwa kulturowego, przeciwdziałanie skutkom zmian klimatycznych, optymalizację mechanizmów alokacji zasobów, wzmacnianie współpracy regionalnej, zwiększanie partycypacji lokalnej, a także zapewnianie sprawiedliwego podziału korzyści generowanych przez rozwój turystyki (Ou, 2025).

W dalszej perspektywie badawczej zasadne wydaje się przeprowadzenie studiów przypadku, obejmujących analizę czynników determinujących atrakcyjność turystyczną poszczególnych obiektów, a także badań nad satysfakcją i dyssatysfakcją turystów korzystających z usług historycznych rezydencji zaadaptowanych do funkcji hotelarskich oraz eventowo-konferencyjnych. Uzupełnieniem takich analiz powinna być ocena możliwości wykorzystania wschodniopruskich pałaców i dworów w budowaniu zintegrowanej oferty turystycznej regionu, m.in. w ramach produktów sieciowych. Istotnym kierunkiem badawczym będzie również rozpoznanie motywacji inwestorów podejmujących decyzje o zakupie i renowacji tego typu obiektów. Wyniki uzyskane w toku takich badań mogą stanowić podstawę do opracowania rekomendacji dla decydentów i inwestorów, co będzie wspierać rozwój zrównoważonej turystyki dziedzictwa na obszarze dawnych Prus Wschodnich.

Literatura References

- Alamineh, G.A., Hussein, J.W., Mulu, Y.E., Taddesse, B. (2023). The negative cultural impact of tourism and its implication on sustainable development in Amhara Regional State. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1), 2224597.

- Amerta, I.M.S., Sara, I.M., Bagiada, K. (2018). Sustainable tourism development. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 5(2), 248–254.
- Andrzejczyk, R., Niedziółka, A. (2019). Dziedzictwo kulturowe jako czynnik rozwoju turystyki wiejskiej na Podhalu. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, 97(3), 59–71.
- Balińska, A. (2019). Wiejska turystyka kulturowa w kontekście teorii rozwoju endogenicznego. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, 97(3), 24–33.
- Batyk, I. (2010). Dziedzictwo kulturowe Warmii. *Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich*, 2, 35–43.
- Bertocchi, D., Camatti, N., Giove, S., van Der Borg, J. (2020). Venice and overtourism: Simulating sustainable development scenarios through a tourism carrying capacity model. *Sustainability*, 12(2), 512.
- Biskup, M., Labuda, G. (1986). *Dzieje Zakonu Krzyżackiego w Prusach*. Gdańsk: Wydawnictwo Morskie.
- Bożek, K. (2024). Możliwości wykorzystania zasobów dziedzictwa kulturowego do realizacji założeń zrównoważonego rozwoju. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 20(2), 157–177.
- Brincken, W. (1949). Rolnictwo i handel Prus Wschodnich wobec traktatu z 1894 r. *Przegląd Zachodni*, 7–8, 69–76.
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourism area cycle of evaluation: Implications of management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Carsten, F.L. (1947). The Origins of the Junkers. *The English Historical Review*, 62, 145–178.
- Chylińska, D., Kołodziejczyk, K. (2017). Degraded landscapes as a tourist attraction and place for leisure and recreation. *Turyzm / Tourism*, 27(2), 23–33.
- Colavitti, A.M., Usai, A. (2015). Partnership building strategy in place branding as a tool to improve cultural heritage district's design. The experience of UNESCO's mining heritage district in Sardinia, Italy. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 5(2), 151–175.
- Csurgó, B., Smith, M.K. (2022). Cultural heritage, sense of place and tourism: An analysis of cultural ecosystem services in rural Hungary. *Sustainability*, 14(12), 7305.
- Czapiewska, G. (2020). Turystyka dziedzictwa kulturowego szansą rozwoju obszarów wiejskich regionu pomorskiego. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, 98(4), 20–36.
- De Luca, G., Shirvani Dastgerdi, A., Francini, C., Liberatore, G. (2020). Sustainable cultural heritage planning and management of overtourism in art cities: Lessons from atlas world heritage. *Sustainability*, 12(9), 3929.
- Dorocki, S. (2020). Lokalne dziedzictwo kulturowe, jako element rozwoju usług agroturystycznych w Polsce. *Turystyka Kulturowa*, 1, 72–84.
- Durydiwka, M. (2017). Wiejski krajobraz osadniczy i możliwości jego wykorzystania w turystyce (na wybranych przykładach). *Turystyka Kulturowa*, 2, 102–122.
- Esfehiani, M.H., Albrecht, J.N. (2018). Roles of intangible cultural heritage in tourism in natural protected areas. *Journal of Heritage Tourism*, 13(1), 15–29.
- Facchinetti, S. (2014). *Cultural heritage management in Myanmar: A gateway to sustainable development*. Brussels: European Institute for Asian Studies.
- Giordano, S. (2020). Agrarian landscapes: from marginal areas to cultural landscapes – paths to sustainable tourism in small villages – the case of Vico Del Gargano in the club of the Borghi più belli d'Italia. *Quality & Quantity*, 54(5), 1725–1744.
- Guzmán, P.C., Roders, A.P., Colenbrander, B.J.F. (2017). Measuring links between cultural heritage management and sustainable urban development: An overview of global monitoring tools. *Cities*, 60, 192–201.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Jackiewicz-Garniec, M., Garniec, M. (2001). *Pałace i dwory dawnych Prus Wschodnich. Dobra utracone czy ocalone?*. Olsztyn: Studio Wydawnicze ARTA Mirosław Garniec.
- Jędrysiak, T. (2010). *Wiejska turystyka kulturowa*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Keitumetse, S.O. (2011). Sustainable development and cultural heritage management in Botswana: Towards sustainable communities. *Sustainable Development*, 19(1), 49–59.

- Kowalczyk, A. (2010). Turystyka zrównoważona – aspekty kulturowe. W: Z. Młynarczyk, I. Potocka, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, 6. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Bogucki, 19–29.
- Kozak, M. (2008). Dwory, pałace i zamki – kosztowne pamiątki czy zasób w rozwoju? *Studia Regionalne i Lokalne*, 32, 92–111.
- Kozak, M., Martin, D. (2012). Tourism life cycle and sustainability analysis: Profit-focused strategies for mature destinations. *Tourism Management*, 33(1), 188–194.
- Kruczek, Z., Kruczek, M., Szromek, A.R. (2018). Possibilities of using the tourism area life cycle model to understand and provide sustainable solution for tourism development in the Antarctic Region. *Sustainability*, 10(1), 89.
- Kulczyk, S. (2015). Między kulturą a naturą. Zastosowanie koncepcji usług ekosystemowych w badaniach nad turystyką kulturową – przykład szlaku Wielkich Jezior Mazurskich. *Turystyka Kulturowa*, 1, 64–78.
- Landorf, C. (2009). Managing for sustainable tourism: a review of six cultural World Heritage Sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 53–70.
- Le Gallou, A. (2018). From urban exploration to ruin tourism: a geographical analysis of contemporary ruins as new frontiers for urban tourism. *International Journal of Tourism Cities*, 4(2), 245–260.
- Lisowska, K., Łojko, M. (2022). Promocyjne działania wiosek tematycznych na rzecz niematerialnego dziedzictwa kulturowego Warmii i Mazur. *Turystyka Kulturowa*, 3(124), 125–144.
- Lisowska, K., Łojko, M. (2023). Rola i zadania przewodników turystycznych w promocji turystyki zrównoważonej województwa warmińsko-mazurskiego poprzez turystykę kulturową w oparciu o doświadczenia przewodników – badania pilotażowe. *Turystyka Kulturowa*, 3(128), 67–91.
- Łojko, M., Lisowska, K. (2020). Wioski tematyczne w upowszechnianiu dziedzictwa kulturowego Warmii i Mazur jako przykład edukacji i przedsiębiorczości regionalnej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 16(1), 184–197.
- Maingi, S.W. (2019). Sustainable tourism certification, local governance and management in dealing with overtourism in East Africa. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(5), 532–551.
- Mikulski, D. (2023). *Krajobraz folwarczny Ziemi Średzkiej w środkowej Wielkopolsce. Analiza i ocena zmienności krajobrazu w kontekście roli i znaczenia dawnych majątków ziemskich*. Warszawa: Narodowy Instytut Dziedzictwa.
- Muennich, A. (1934). *Osadnictwo niemieckie w Prusach Wschodnich*. Toruń: Wydawnictwa Instytutu Bałtyckiego.
- Muhanna, E. (2006). Sustainable tourism development and environmental management for developing countries. *Problems and Perspectives in Management*, 4(2), 14–30.
- Musikanski, L., Rogers, P., Smith, S., Koldowski, J., Iriarte, L. (2019). Planet happiness: A proposition to address overtourism and guide responsible tourism, happiness, well-being and sustainability in world heritage sites and beyond. *International Journal of Community Well-Being*, 2(3), 359–371.
- Ou, Y. (2025). Research on Strategic Planning for Sustainable Development of Tourism. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 18(1), 14–17.
- Padilla, E. (2002). Intergenerational equity and sustainability. *Ecological Economics*, 41(1), 69–83.
- Padin, C. (2012). A sustainable tourism planning model: Components and relationships. *European Business Review*, 24(6), 510–518.
- Pocza, J. (2013). Wiejska turystyka kulturowa zgodna z paradygmatem zrównoważonego rozwoju. *Turystyka Kulturowa*, 4, 21–35.
- Rambe, T., Khairani, L. (2021). Mapping Tourism Potential Based on Urban Heritage Tourism in Medan City. *CSR International Journal*, 1(1), 1–11.
- Richins, H. (2009). Environmental, cultural, economic and socio-community sustainability: A framework for sustainable tourism in resort destinations. *Environment, Development and Sustainability*, 11(4), 785–800.
- Roman, M., Roman, A. (2019). Wykorzystanie dziedzictwa kulturowego w działaniach terapeutycznych realizowanych w turystyce wiejskiej. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, 97(3), 72–83.

- Rzempołuch, A. (2002). Architektura dworska w Prusach Książących i na Warmii. Studium genezy i odrębności. *Roczniki Humanistyczne*, 50(4), 197–242.
- Salinero, Y., Prayag, G., Gómez-Rico, M., Molina-Collado, A. (2025). Generation Z and pro-sustainable tourism behaviors: Internal and external drivers. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(6), 1059–1078.
- Stoica, G.D., Andreiana, V.A., Duica, M.C., Stefan, M.C., Susanu, I.O., Coman, M.D., Iancu, D. (2022). Perspectives for the development of sustainable cultural tourism. *Sustainability*, 14(9), 5678.
- Suryani, W. (2024). Cultural and heritage tourism trends for sustainable tourism. W: K. Wongmahesak, P. Suanpang (red.), *Special Interest Trends for Sustainable Tourism*. Hershey: IGI Global, 1–15.
- Szczepańska, M., Piechel, A. (2024). Ochrona i promocja krajobrazu kulturowego poprzez usieciowanie założeń rezydencjonalnych. *Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna*, 69, 147–166.
- Szubert, M. (2020). Nowe Guty – wieś w przestrzeni turystycznej jeziora Śniardwy. Studium relacji między rozwojem turystyki a krajobrazem kulturowym. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia Geographica*, 15, 50–71.
- Timothy, D.J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Bristol: Channel View Publications.
- Timothy, D.J. (2014). Contemporary Cultural Heritage and Tourism: Development Issues and Emerging Trends. *Public Archaeology*, 13(1–3), 30–47.
- Wang, J., He, Q., Qian, L., Wang, G. (2023). From ruins to heritage tourism sites: Exploring tourists' perceptions, evaluations and behavioral intentions toward natural disaster sites. *Tourism Review*, 78(3), 949–965.
- Widawski, K. (2011). *Wybrane elementy dziedzictwa kulturowego środowiska wiejskiego – ich wykorzystanie w turystyce na przykładzie Hiszpanii i Polski*. Wrocław: Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego.
- Wiśniewska, A. (2023). Dziedzictwo kulturowe w programach edukacyjnych pomorskich gospodarstw agroturystycznych należących do Sieci Zagród Edukacyjnych. *Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna*, 67, 43–68.
- Wylegała, A. (2021). *Był dwór, nie ma dworu. Reforma rolna w Polsce*. Sękowa: Wydawnictwo Czarne.
- Yan, W.J., Li, K.R. (2023). Sustainable cultural innovation practice: heritage education in universities and creative inheritance of intangible cultural heritage craft. *Sustainability*, 15(2), 1194.
- Zakrzewska, J. (2011). Wiejska turystyka kulturowa na przykładzie Wielkopolskiego Parku Etnograficznego w Dziekanowicach. *Turystyka Kulturowa*, 7, 4–19.
- Ziarnicka-Wojtaszek, A., Zawora, T. (2010). Dziedzictwo kulturowe obszarów wiejskich małopolski jako atrakcja agroturystyczna. *Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich*, 2, 119–130.

Karol Bożek, mgr, Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Zarządzania i Spraw Społecznych, Katedra Turystyki i Badań Regionalnych. Absolwent studiów magisterskich z zakresu geografii (specjalność geografia społeczno-ekonomiczna) oraz turystyki i rekreacji (specjalność turystyka kulturowa) na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie. Aktualnie zatrudniony na stanowisku asystenta naukowo-dydaktycznego w Instytucie Zarządzania i Spraw Społecznych Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Uczestnik XVIII edycji Akademii Dziedzictwa – studiów podyplomowych z zakresu ochrony i zarządzania dziedzictwem kulturowym. Jego zainteresowania badawcze dotyczą głównie problematyki zarządzania dziedzictwem kulturowym, turystyki dziedzictwa kulturowego, trudnego dziedzictwa oraz krajobrazów pamięci.

Karol Bożek, MSc, University of the National Education Commission, Krakow, Institute of Management and Social Affairs, Department of Tourism and Regional Studies. A dedicated academic with a master's degree in geography (specializing in socio-economic geography) and tourism studies (specializing in cultural tourism) from the Pedagogical University in Cracow. Currently serving as a research and teaching assistant at the Institute of Management and Social Affairs, University of the National Education Commission, Krakow. A participant in the 18th edition of the Heritage Academy, pursuing postgraduate studies in the field of protection and management of cultural heritage. His research interests focus primarily on cultural heritage management, heritage tourism, dissonant heritage, and landscapes of memory.

Adres / Address:

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Zarządzania i Spraw Społecznych
Katedra Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków
e-mail: karol.bozek@uken.krakow.pl