

*Sebastian Krahel*

## ATRAKCYJNOŚĆ TURYSTYCZNA GIŻYCKA

**Zarys treści.** Przedstawiono próbę oceny atrakcyjności turystycznej Giżycka. Proponowany wykaz obiektów przyrodniczych i antropogenicznych porównano z treścią pocztówek z miasta z okresu ostatnich 100 lat oraz opiniami mieszkańców związanych z obsługą ruchu turystycznego na temat atrakcji turystycznych miasta.

**Słowa kluczowe:** atrakcyjność turystyczna, funkcje turystyczne, miasto, Giżycko.

Kraina Wielkich Jezior Mazurskich stale wymieniana jest jako obszar wysoce atrakcyjny turystycznie. Na opinię taką wpływ ma przede wszystkim cały kompleks znajdujących się tu walorów przyrodniczych. W mniejszym stopniu wpływ na to mają walory kulturowe i otoczka ruchu turystycznego związana z infrastrukturą. Pozorna zresztą słabość czynników antropogenicznych jest pochytywana często jako kolejny ważny atrybut tego regionu, jako że Pojezierze Mazurskie wybierane jest często przez turystów ze względu na panującą tu „dzikość”. Z dość słabym rozwojem tutejszej infrastruktury związek ma na pewno relatywnie niewielki, jak na ogólnopolskie warunki, rozwój sieci osadniczej. Trudno jest z obiektywnych przyczyn oczekiwać, że znajdziemy tutaj osady o dużych rozmiarach czy też duże ich zagęszczenie, jako że brakuje tu surowców, słabo rozwinięta jest sieć komunikacyjna, przede wszystkim zaś duże fragmenty zajęte są przez duże akweny i zwarte kompleksy leśne. W granicach tego regionu, opisanych przez J. Kondrackiego (1973) ujęto jedynie 6 miast: Giżycko, Węgorzewo, Kętrzyn, Ryn, Mikołajki i Orzysz. Modyfikując zasięg regionu można dodać jeszcze trzy ośrodki miejskie: Mrągowo, Pisz i Ruciane-Nida. Wynika z tego, że na obszarze niespełna 2 tysięcy km<sup>2</sup> mamy tylko 9 miast, z których największe (Giżycko, Kętrzyn) mają po około 30 tysięcy mieszkańców.

Miejscowa ludność skupia swoją aktywność na dwóch typach działalności gospodarczej: rolnictwie i turystyce. W większości opracowań planistycznych dotyczących tego terenu są to dwa wiodące kierunki dalszego rozwoju. Obie te dziedziny nie są potencjalnie sobie przyjazne, jednak na takich obszarach jak Kraina Wielkich Jezior Mazurskich nie wykluczają się w tak wielkim stopniu, jak na terenach, gdzie rolnictwo przybrało bardziej intensywne formy. Mała skala gospodarstw połączona z dużą skalą walorów turystycznych tego regionu daje olbrzymi potencjał dla rozwoju turystyki wiejskiej, zwłaszcza agroturystyki. Miejscowa ludność dostrzegła szansę na dodatkowe dochody w tej dziedzinie. Niektóre gminy Krainy Wielkich Jezior Mazurskich dobrze wykorzystują stworzoną w ten sposób szansę. Za wzorcowe przykłady można podawać tutejsze gminy Kruklanki czy Orzysz. Największą jednak, mimo wszystko, rolę w rozwoju turystyki na tym obszarze odgrywają miasta, które od kilkadziesiąt lat już funkcję tę stawiają ponad innymi dziedzinami gospodarki.

Ośrodki takie jak Giżycko, Węgorzewo, Mrągowo zaczęły rozwijać się w zasadzie od początku XX wieku. Ich potencjał rekreacyjny został wykorzystany w pełni przez ówczesnych zarządzających tymi terenami Niemców. Giżycko i Mrągowo należały do najważniejszych kurortów niemieckich w Prusach Wschodnich, były to miasta pełniące funkcje rekreacyjne dla mieszkańców Królewca, również rozwijano tu funkcje związane ze sportem wyczynowym – były to ośrodki szkolenia olimpijczyków biorących udział w Igrzyskach w Berlinie w 1936 roku. Znaczenie obu tych miast, jako głównych ośrodków w regionie nie zmieniło się od tamtej pory, choć bardzo ważnym ośrodkiem turystycznym stały się, zwłaszcza w ostatnich latach, Mikołajki.

Współczesne Giżycko posiada wciąż szereg cech, jakimi powinien charakteryzować się ośrodek o sporej atrakcyjności turystycznej. Jego centralne położenie w Krainie Wielkich Jezior Mazurskich w dużym stopniu predestynuje je do roli głównego miasta tego regionu. Miasto to leży w połowie wodnego „Szlaku Wielkich Jezior”, jest to również najważniejszy węzeł komunikacyjny całego regionu. Tędy właśnie przechodzi najważniejszy szlak kolejowy pomiędzy Ełkiem a Olsztynem<sup>1</sup>. Gorzej wygląda stan komunikacji drogowej, jako że miasto to leży obok

---

<sup>1</sup> Niemcy wytyczyli trzy szlaki kolejowe na trasie z Olsztyna do Ełku. Pierwszy wiodł przez Czerwonkę, Korsze (gdzie była stacja przesiadkowa do Bartoszyc i Królewca), Kętrzyn, Giżycko; druga z Czerwonki wiodła przez Mrągowo, Mikołajki i Orzysz; trzecia zaś wiodła przez Szczytno, Ruciane-Nida i Pisz. W obecnej chwili najważniejsze znaczenie ma ta pierwsza linia, obie pozostałe często wymieniane są jako przeznaczone do likwidacji.

głównych dróg kołowych. Prowadzi tutaj jedynie droga krajowa nr 644, wiodąca z Kisielnicy koło Łomży do Węgorzowa. Jest ona odgałęzieniem planowanego polskiego odcinka autostrady *Via Baltica*, prowadzącej z centralnej Polski do przejścia granicznego w Budzisku. Jeżeli budowa tej trasy stałaby się faktem, zdecydowanie krócej trwałaby podróż z Warszawy do Krainy Wielkich Jezior, co z pewnością podniosłoby znacznie jej atrakcyjność turystyczną. Najważniejszym jednak atrybutem Giżycka i jego okolicy jest jednak środowisko przyrodnicze.

Bogactwo przyrody w tym regionie opisywane jest szeroko przez wielu autorów zarówno w formie naukowej, jak i popularnej. Informacje z tym związane opublikowane zostały w wielu przewodnikach turystycznych i pracach krajoznawczych. Giżycko jest miastem położonym między dwoma dużymi akwenami, jeziorami Niegocin i Kisajno. W ogóle w bezpośrednim otoczeniu miasta znajduje się wiele atrakcji hydrologicznych. Należą do nich wspomniane akweny, ogólnie duży odsekt wód powierzchniowych, ale również przebiegający przez samo miasto dział wodny I rzędu pomiędzy Pregołą i Wisłą, który dodatkowo wskutek przekopania między wspomnianymi wyżej jeziorami kanałów jest ruchomy. Niezaprzeczalne walory klimatyczne tego miejsca, pozbawionego większych zanieczyszczeń przemysłowych (czasami jedynie narażonego na zanieczyszczenia pochodzenia rolniczego) są bardzo ważną cechą sprzyjającą rozwojowi turystyki. Otoczenie miasta dużymi kompleksami leśnymi (granica Puszczy Boreckiej przebiega 15 km na północny wschód od miasta), występowanie ciekawych gatunków zwierząt, duża liczba ryb w jeziorach – to wszystko bezsprzecznie składa się na atrakcyjność Giżycka.

W tym miejscu należy nawiązać do wymienianego już wcześniej pojęcia „atrakcyjność turystyczna”. Ogólnie jest ono używane bardzo często, jednak nie zawsze nadaje się mu właściwe znaczenie. Często jest zamiennie używane z innym pojęciem – „potencjałem turystycznym”. Drugie z tych pojęć odnosi się raczej do precyzyjnego określania zasobów turystycznych danego miejsca, co przekłada się głównie na jego zastosowania w ekonomice turystyki. Ponadto jest pojęciem zawierającym w sobie „atrakcyjność turystyczną”. Potencjał turystyczny, bowiem, to suma tejże atrakcyjności i jej całego kulturowego, społecznego i gospodarczego obudowania (Włodarczyk 1999).

Pojęcie „atrakcyjności turystycznej” zdefiniował O. Rogalewski (1979). W kontekście określonego obszaru jest ona sumą trzech elementów:

- a) rangi walorów turystycznych,
- b) dostępności komunikacyjnej,

c) zdolności obsługowej urzędzeń turystycznych.

O ile dwa ostatnie elementy są w miarę obiektywne i nietrudne do analizy, w przypadku pierwszego z nich istnieje problem z ustaleniem rzeczywistej rangi określonego waloru. Odwieczne jest tutaj pytanie, czy dany obiekt jest bardziej atrakcyjny, niż podobny, ale leżący w innym miejscu. Czynione były niejednokrotnie próby analiz zamierzających obiektywnie zestawić walory turystyczne. Niestety nie stworzono dotąd jeszcze takich, które byłyby na tyle satysfakcjonujące i użyteczne, by można było z nich korzystać bez jakichkolwiek wątpliwości. Przede wszystkim jednak już wszelkie próby wy tłumaczenia i usystematyzowania pojęcia waloru turystyczne spotykają się z poważną barierą związaną z subiektywnością ludzkiego postrzegania. Brak empatii myślowej czy telepatii powoduje, że nie dość, że każdy człowiek patrzy na świat w bardzo osobisty sposób, to jeszcze nie jest w stanie precyzyjnie przekazać swoich wrażeń drugiemu człowiekowi. W efekcie, przy całym nagromadzeniu uprzednich wyobrażeń, wzbogaconych późniejszym bezpośrednim kontaktem z określonym środowiskiem, każdy turysta wyrabia sobie własne, często trudne do przekazania innym zdanie o randze tychże walorów.

Na sytuację tę nakłada się dodatkowo dosyć duży poziom skomplikowania podziału walorów turystycznych. Walory turystyczne w najprostszy sposób dzielimy na wypoczynkowe, krajoznawcze i specjalistyczne. Do tego dochodzi skomplikowany podział walorów krajoznawczych (Przybyszewska-Gudelis i in. 1979), gdzie wyróżnia się jeszcze walory przyrodnicze i antropogeniczne. Stąd właśnie wynika pewien „mętlik”, który powoduje dwie poważne reperkusje. Po pierwsze dyscyplina najściślej związana z walorami turystycznymi – krajoznawstwo od dawna przestała być traktowana jako „poważna” gałąź nauki, pozostając jedynie rzemiosłem dla zapaleńców, którzy za główny swój cel mają inventaryzowanie świata. Po drugie walory turystyczne, jako nieobiektywnie atrakcyjne, są nazbyt często na siłę obiektywizowane, co powoduje, że rodzi się pewna sprzeczność. Turysta kieruje się własnymi wyobrażeniami miejsca, do którego chce pojechać, mając wyrobione zdanie na podstawie cudzych subiektywnych opinii, zawartych na przykład w materiale promocyjnym. W efekcie trafia tam, gdzie trafiają wszyscy i odczuwa dyskomfort, który w finale daje niezadowolenie i rodzi myśl – „co tutaj takiego ciekawego?”. Można przytoczyć przykład australijskiego Ayers Rock, które jest odwiedzane przez nadmierną wręcz liczbę turystów, zaś o leżącym opodal, w obrębie tego samego Parku Narodowego Uluru,

równie ciekawym maszywie Olgas nikt prawie nie słyssał. W efekcie, jeśli nawet turysta kieruje się opiniami innych, najlepiej powinien oceniać walory bezpośrednio na miejscu. Jednak samo dojście do takiego wniosku jest trudne dla współczesnego człowieka, za którego decydują specjaliści od marketingu. Podsumowując, pojęcie waloru turystycznego jest tak nieostre, gdyż odnosi się do osobistego, subiektywnego gustu każdego człowieka. Przewrotnie, jest to też „szczęście” dla każdego pracującego w turystyce, bo z pewnością nie zarabiałby pieniędzy u ludzi, którym wystarczy przeczytać, by wszystko wiedzieć.

Wracając do pojęcia atrakcyjności turystycznej i próby jego precyzyjnego zdefiniowania warto jest przytoczyć również inne opisy. O atrakcyjności turystycznej decyduje jakaś wiodąca cecha danego obszaru, która w wymierny sposób przyczynia się do podjęcia przez turystów decyzji o przyjeździe do danego miejsca (Kruczek i Sacha 1999). Do cech tych zaliczane są między innymi walory krajobrazu naturalnego, klimat, pomniki historii czy po prostu interesujące obiekty turystyczne. Pojęcie walory turystyczne jest jednak pojęciem nieostrym. Za atrakcyjność turystyczną uważana jest także siła przyciągania do danego regionu określonego rodzaju turystyki, czy turystów, a także popyt na oferowane usługi. Tak właśnie rozumiane pojęcie atrakcyjności turystycznej wydaje się być najbardziej zobiektywizowane, gdyż bezpośrednio może mieć zastosowanie w marketingu turystycznym. Autor niniejszego opracowania przyjął założenie, że największy wpływ na kształtowanie atrakcyjności turystycznej miasta wpływ mają w obecnej sytuacji osoby prowadzące działalność turystyczną, gdyż one najlepiej dostrzegają przyciągającą moc określonych obiektów i miejsc położonych w Giżycku.

Jest ono, co było wcześniej wspomniane, uznawane za atrakcyjne turystycznie, ale autorowi wydało się ciekawym ustalenie, w jaki sposób ta atrakcyjność jest widziana przez osoby oferujące usługi turystyczne. Podstawowym problemem w pierwszym etapie pracy badawczej było poszukanie w miarę obiektywnego czynnika umożliwiającego identyfikację tych cech okolic Giżycka, które można byłoby uznać za najbardziej obiektywnie wyróżniany zespół walorów turystycznych. W tym właśnie kontekście wydawać się może, że dobrym punktem wyjścia jest analiza wizerunku miasta umieszczanego na pocztówkach. Ten z pozoru niewielki fragment działalności promocyjnej jest bardzo ważnym elementem wyrabiającym wyobrażenia u potencjalnego gościa. Autor dotarł do materiału z bardzo różnego okresu, poczynając od początku XX wieku na współczesnych pocztówkach kończąc.

W tym właśnie miejscu należałoby się zastanowić nad tym, co należy uznać za najistotniejsze potencjalne walory miasta Giżycka. Przyjmując do tych rozważań wspomnianą wyżej definicję O. Rogalewskiego (1979), ale pomijając na tym etapie rozważań wpływ stanu komunikacji i zdolności obsługowej obiektów turystycznych na atrakcyjność miasta, skupić się można na sile samych walorów. I tak, jak trudno jest ocenić moc przyciągającą tych obiektów, tak nie sprawia większych problemów ich wskazanie. Przyjmując za podstawę podział na walory naturalne (przyrodnicze) i antropogeniczne (kulturowe) wskazać można następujące atrakcje, którymi dysponuje Giżycko (Wakar 1983):

**a) walory przyrodnicze:**

- rzeźba terenu: duże powierzchnie wodne, wały moren czołowych z punktami widokowymi (tzw. Krzyż Św. Brunona nad Jeziorem Niegocin, czy punkty widokowe w obrębie Twierdzy Boyen zbudowanej przy wykorzystaniu naturalnego ukształtowania terenu)
- atrakcyjność wód powierzchniowych – duże, otwarte akweny, połączone w duży system wodny, dodatkowo dobrze zagospodarowane turystycznie;
- atrakcyjność szaty roślinnej: w samym mieście są trzy parki, dobrze zadbane zieleń, w bezpośrednim otoczeniu zaś miasta znajdują się zwarte kompleksy leśne o urozmaiconym drzewostanie i rzeźbie terenu (tzw. Las Miejski leżący na północno-wschodnim obrzeżu miasta ze świetnie wyposażoną infrastrukturą – tereny rekreacyjno-sportowe, ścieżki edukacyjne)
- warunki klimatyczne: w tym wypadku wspomnieć należy o swoistym mikroklimacie Giżycka, gdzie względnie rzadziej pada w porównaniu z okolicznymi miejscowościami;
- osobliwości fauny i flory: w mieście można znaleźć miejsca, gdzie gniazduje orzeł bielik (obrzeża Jeziora Kisajno), kruk, czapla siwa; są miejsca, gdzie pojawiają się bobry; nierzadko można na obrzeżach miasta zobaczyć dziki, sarny czy łosie, ponadto w obrębie granic miasta znajduje się kilka drzew-pomników przyrody;
- inne atrakcje przyrodnicze: zdecydowanie adresowane do miłośników turystyki specjalistycznej: wędkarstwa, żeglarstwa, kajakarstwa czy myślistwa

**b) walory antropogeniczne:**

- Twierdza Boyen – XIX wieczny obiekt obronny położony na powierzchni ok. 100 ha, jedna z głównych atrakcji krajoznawczych całej Krainy Wielkich Jezior Mazurskich, do dopracowania pozostaje jedynie zagospodarowanie turystyczne tego obiektu;

- kościół ewangelicki – położony przy placu Grunwaldzkim (dawny Markt-platz), dziewiętnastowieczny obiekt sakralny;
- zamek krzyżacki – raczej pozostałe po II wojnie światowej skrzydło zamku pochodzącego pierwotnie z XV wieku, ale później wielokrotnie przebudowywanego, w tej chwili pozbawiony właściciela, również wszelkiego zainteresowania, obiekt ten niszczeje;
- zwodzony most na Kanale Łuczańskim – oparta na unikatowym pomysle konstrukcja, która przy pomocy ręcznego mechanizmu jest obracana, a nie unoszona, jak bywa częściej w takich konstrukcjach; pochodzi z połowy XIX wieku;
- kamienice na Ulicy Pionierskiej – wcześniej niedoceniana dzielnica, teraz kreowana na najbardziej ekskluzywny fragment Giżycka. Znajduje się tutaj kilkanaście neogotyckich kamienic z XIX i XX wieku, w przyszłości być może powstanie tu deptak, do czego dąży dość pręźnie działające Towarzystwo Miłośników Ulicy Pionierskiej;
- plac Grunwaldzki – jako całość zdaniem autora niewykorzystane miejsce o ogromnym potencjale; ładny skwer, kilka zabytkowych budynków; jedynie zbyt duży ruch samochodowy w jego obrębie może być największą przeszkodą w uczynieniu z tego miejsca atrakcji na wielką skalę;
- kamienice przy ulicy Dąbrowskiego – podobnie jak w przypadku kamienic na ulicy Pionierskiej bardzo ciekawy zabytkowy zespół budynków pochodzących z przełomu wieków XIX i XX. Ulica ta ma wielką przewagę nad Pionierską, gdyż jest drogą prowadzącą do jeziora Niegocin. Jednak problemem jej jest zaś niezbyt dobra reputacja tej okolicy, jako że w tym miejscu umiejscowiono kiedyś mieszkania socjalne;
- plaża miejska – położone bezpośrednio nad jeziorem Niegocin tereny, potencjalnie najciekawszy obszar rekreacyjny miasta, wyposażony w port żeglugi śródlądowej („Żegluga Mazurska”), marinę na 200 jachtów, malowniczo umiejscowiony amfiteatr w kształcie galeonu, halę sportową, małą scenę, która częściej jest wykorzystywana niż wspomniany amfiteatr, moło o długości ok. 300 m, boiska do gier zespołowych, powstający aktualnie skate-park oraz przede wszystkim plażę z kąpieliskiem. Zdaniem autora jest to wybitna atrakcja turystyczna tego miasta, na dzień dzisiejszy jednak brak jest spójnej koncepcji, co można zrobić z tym miejscem;
- ulica Wyzwolenia – ulica prowadząca z placu Grunwaldzkiego do wspomianej wyżej plaży miejskiej, świetne miejsce na deptak, co zresztą znajduje się

w planach zagospodarowania tego miejsca. Do ulicy tej od wschodu przylegają kilkuhektarowe tereny, które nie są aktualnie wykorzystane. Znajduje się tam pusty, opuszczony teren, który szpeci najciekawszy fragment miasta. W planach władze miasta umiejscawiają tu duży hotel oraz obiekty rekreacyjne, niestety planów tych nie udaje się zrealizować od 10 lat, co automatycznie powinno spowodować ich weryfikację;

– Kanał Łuczański – znany też pod nazwą Kanału Giżyckiego – zbudowany w XVIII wieku łączy jeziora Kisajno i Niegocin, stanowi ważny element szlaku Wielkich Jezior Mazurskich. Jego otoczenie w pobliżu jeziora Niegocin jest dobrze zagospodarowane, niestety jednak im bliżej Jeziora Kisajno, tym jest gorzej. Faktem jest, że w tej części miasta znajduje się duży fragment terenu należącego do wojska, co z pewnością ogranicza potencjalne inwestycje, jednak z niezrozumiałych przyczyn nie jest wykorzystywany na przykład prawy brzeg Kanału przy samym ujściu do wspomnianego jeziora Kisajno, a jest to potencjalnie bardzo atrakcyjne miejsce na plażę;

– obszar nad Jeziorem Tajty położony przy rozwidleniu dróg do Kętrzyna i Mrągowa – absolutnie najlepsze miejsce w całym mieście dla posadowienia ekskluzywnego hotelu, o jakim się tutaj marzy od dawna. Sam teren malowniczo położony nad jeziorem, w ciszy, otoczony lasem i niskimi wzgórzami moreny czołowej;

– krzyż Św. Brunona – malowniczo położony punkt widokowy, z którego rozciąga się widok na całe jezioro Niegocin i przybrzeżną część Giżycka. Według legend, prawdopodobnie niestety niezgodnych z historyczną prawdą, męczeńską śmierć z rąk plemion pruskich poniósł tutaj św. Brunon z Kwerfurtu, przyjaciel św. Wojciecha i sukcesor jego misyjnej pracy;

– las miejski – położony na północno-wschodnich rubieżach miasta kompleks leśny, wspominany już tutaj wcześniej jako atrakcja przyrodnicza. Ponowne wskazanie tego miejsca związane jest ze świetnym zagospodarowaniem skraju lasu jako pięknych terenów rekreacyjnych (boiska, ścianka wspinaczkowa, teren piknikowy z położonymi na brzegu stawu altanami) oraz świetnie przygotowane ścieżki edukacyjne, z których nauczyciele – przyrodnicy korzystają przez cały rok.

Powyższy wykaz zawiera najważniejsze walory turystyczne Giżycka. Jak wcześniej było wspomniane, ważną rolę w kreowaniu atrakcyjności poprzez ukazywanie wizerunku ciekawych miejsc lub walorów turystycznych, stanowią



widokówki z wizerunkiem miasta. Autor pokusił się o analizę tego typu materiału pochodzącego z kolekcji giżyckich hobbystów, którzy nierzadko posiadają pocztówki z przełomu XIX i XX wieku<sup>2</sup>. Niewielka niestety liczba udostępnionych zdjęć pochodzi z samego początku XX wieku. Na widokówkach z tego okresu dominują obrazy ukazujące miasto w szerszym kontekście. Pojawiają się tutaj:

- a) główny plac w mieście (kiedyś Marktplatz, obecnie Plac Grunwaldzki),
- b) Kanał Giżycki,
- c) ogólne widoki na miasto i okolice.

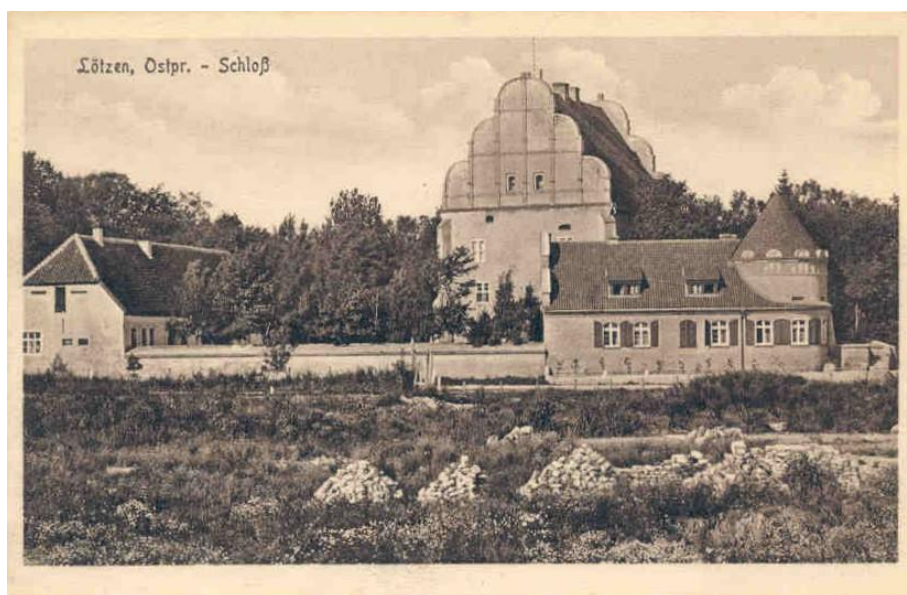
Bardzo charakterystyczne jest również umieszczanie na pocztówkach z tego okresu obrazu zniszczeń wojennych, jakich zaznały te ziemie podczas przemarszu wojsk rosyjskich w 1914 roku. Z pewnością z dzisiejszej perspektywy jest to bardzo osobliwe rozwiązanie, ale przypuszczać można, że dla Niemców pokonanie w obrębie Prus Wschodnich dwóch potężnych, choć nieudolnie dowodzonych armii rosyjskich musiało być traktowane jako wielki honor i służyło wojennej propagandzie.



Ryc. 1. Marktplaz – ob. Plac Grunwaldzki (pocztówka z 1917 r.)

Fig. 1. Marktplaz – now Grunwald Square (postcard 1917)

<sup>2</sup> Jako, że pojedyncze widokówki mają olbrzymią wartość, nie tylko kolekcjonerską, ale też i materialną cały zgromadzony materiał autor uzyskał dzięki pomocy jednego z lokalnych historyków, który udostępnił cały zgromadzony przez siebie w formie cyfrowej materiał.



Ryc. 2. Zamek w Gizačku (pocztówka z 1920 r.)

Fig. 2. The castle in Gizačko (postcard 1920)



Ryc. 3. Dom uzdrowiskowy (*Kurhaus*) w Gizačku (pocztówka z ok. 1930 r.)

Fig. 3. Kurhaus in Gizačko (postcard 1930)



Ryc. 4. Nadbrzeże portowe na Kanale Łuczańskim (pocztówka z lat międzywojennych)

Fig. 4. Waterfront of Łuczański Canal (postcard from interwar period)

Pocztówki opublikowane w okresie międzywojennym to już obrazy miasta traktowanego przez ówczesne władze co najmniej za najważniejszy ośrodek sportów wodnych w Prusach Wschodnich, jeśli nawet nie najważniejszego miasta turystycznego w tym regionie. Gama tematów zawartych na widokówkach z Giżycka jest już bardzo szeroka. Znajdują się tutaj obrazy ogólne:

- a) panorama miasta,
- b) przyroda w bliżej nieokreślonym miejscu,
- c) widok na jezioro.

Najważniejsze są jednak wizerunki konkretnych obiektów czy miejsc, które pocztówki te kreują na największe atrakcje miasta. Zdecydowanie najczęściej eksponowanym jest obraz głównego placu miasta (wspominany wcześniej Marktplatz). Bardzo często pojawia się na pocztówkach Kanał Giżycki, jezioro Niegocin, zamek krzyżacki, leżący pod miastem las oraz reprezentacyjne fragmenty miasta. Widać również na pocztówkach odnośniki do bazy turystycznej (wnętrze reprezentacyjnego hotelu, schronisko młodzieżowe,

dom uzdrowiskowy<sup>3</sup>), do różnych rodzajów aktywności rekreacyjnej i sportowej (żeglarstwo, kajaki, statek wycieczkowy). Brakuje jedynie wizerunku najważniejszego obiektu krajoznawczego w mieście – Twierdzy Boyen, aczkolwiek zrozumiałym jest, że w tamtych czasach nie promowało się obiektu militarnego, w którym pomimo utraty swego znaczenia strategicznego, stacjonowały jeszcze wojska. Bardzo ciekawym zaś wydaje się pomysł pocztówki honorującej lokalnego poetę Friedricha Dewisseita, na której znajdują się małe zdjęcie obelisku wystawionego na cześć jego pamięci oraz wiersz jego autorstwa.

Okres, o którym zaświadczać opisywane wyżej pocztówki zbiegł się z bardzo dynamicznym rozwojem turystycznej funkcji miasta. Pod koniec XIX dzięki dyrektorowi miejscowego banku Ernestowi Rakowskiemu powstało Towarzystwo dla Ułatwienia Ruchu Osobowego na Jeziorach Mazurskich<sup>4</sup>. Dzięki rozwojowi komunikacji wodnej pomiędzy miastami na Mazurach, zaczęły również pojawiać się inwestycje związane z bazą turystyczną (Orłowicz 1922). Giżycko stało się faktycznie modne dopiero w latach 20. XX wieku. Przyjeżdżali tutaj głównie zamożni turyści, w związku z tym przygotowywana dla nich baza była ekskluzywna. Powstały wówczas nieliczne i dość drogie hotele, które znane były dość szeroko (*Deutsches Haus, Kaiserhof, Masovia, Schlossshotel*). Powstawały też wówczas kluby sportowe związane głównie z wodą – były to dwa kluby wioślarskie i jeden żeglarski. Baza sportowa Giżycka wówczas wyposażona była nawet w skocznnię narciarską. Dzięki temu miasto dość dynamicznie rozwijało się przez cały okres międzywojenny, w efekcie dość mocno zaczęło się wyróżniać na tle innych okolicznych ośrodków.

Czasy powojenne nie przynoszą dużych zmian w treści pocztówek. Pojawiają się na nich te same treści, jakie prezentowane były wcześniej. Znow eksponowany jest Kanał Giżycki, Jezioro Niegocin, żeglarstwo. Znamienne jest jednak to, że na tych widokówkach nie pokazuje się już tak wielu konkretnych miejsc i budynków, choć często przedstawia się na nich na przykład siedzibę władz miasta i powiatu. W pewnym sensie ukazuje to podejście ówczesnych władz miasta, służb związanych z turystyką i sposób prowadzenia promocji. Były to wszak czasy dużego zastoju w turystyce, zwłaszcza w pierwszych

<sup>3</sup> W przedwojennych Niemczech nie wymagano nazbyt wielkich formalności od potencjalnych gestorów chcących otwierać obiekty związane z turystyką zdrowotną. Stąd w wielu modnych miastach, będących zwykłymi kurortami turystycznymi pojawiały się tzw. *Kurhausy*, gdzie można było, obok klasycznego hotelowego wypoczynku, skorzystać z prostych usług medycznych, podobnych do tych, które serwowano w uzdrowiskach (kąpiele lecznicze, woda mineralna, masaże, itp.).

<sup>4</sup> Gesellschaft zur Erleichterung des Personenverkehrs auf den Masurischen Seen.

dwóch dekadach władzy socjalistycznej. Wtedy to właśnie, zamiast hoteli i plaż pojawiły się w Giżycku zakłady przemysłowe. Na szczęście nie poczyniono tutaj tak dużych inwestycji, jak na przykład w Ełku. Dodatkowo w tym okresie najciekawszy obiekt w mieście – Twierdza Boyen – została odebrana wojsku, jednak nie dostosowywano jej dla potrzeb turystyki, a stworzono w jej obrębie przetwórnice spożywcze, warsztaty naprawcze. Pozbawiona opieki w znaczący sposób straciła swe walory i w chwili obecnej są duże problemy z niedopuszczeniem do dalszej degradacji, nie mówiąc o jej odnawianiu.

Współcześnie tematyka pocztówek z wizerunkiem Giżycka nie różni się zbyt wiele od ujęć historycznych. Być może dzięki nowoczesnym technikom graficznym są one efektowniejsze (choć to akurat jest znowu tylko kwestią gustu), jednak obraz miasta jest bardzo podobny do tego, jaki prezentowano przed I wojną światową czy w okresie międzywojennym. Niestety z krajobrazu miasta wojna usunęła wiele ciekawych obiektów, późniejszy zaś okres władzy ludowej nie sprzyjał tym, które przetrwały. Na wydawanych w tej chwili pocztówkach z Giżycka znowu można znaleźć dużo wody, bieli żagli, osobliwości mazurskiej przyrody, kilka miejscowych zabytków z Twierdzą Boyen na czele, która się w końcu na nich pojawiła.

Z analizy wizerunku miasta Giżycka na pocztówkach publikowanych na przestrzeni ostatnich stu lat wynika jasno, że przez cały ten czas niezmiennie uznaje się za najatrakcyjniejsze te same miejsca i tematy. Wahania w tej kwestii są naprawdę niewielkie, w związku z tym uznać można, że ludzie promujący miejscowość myślą cały czas o jej atrakcyjności w podobny sposób. Na pocztówkach znajdują się ciągle kościół ewangelicki, plac Grunwaldzki, Kanał Łuczański, pojawiła się Twierdza Boyen. Z widokówek znikł niestety jedynie zamek krzyżacki, a raczej jego ruiny<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Jest to najmniejszy z zachowanych do dziś zamków krzyżackich. Najstarsza część obiektu – piwnice – pochodzi jeszcze z XV wieku. Najważniejsza część, zachowane do dziś skrzydło na planie prostokąta pochodzi z wieku XVIII. W bezpośrednim otoczeniu zamku są liczne pozostałości po późnośredniowiecznej zabudowie. W zamku do roku 1945 mieściły się kwatery komendantów giżyckiego garnizonu, później ekskluzywny hotel. Po roku 1945 zamek przez pewien czas używany był jako budynek mieszkalny, później znalazł się w zarządzie Wojewódzkiego Przedsiębiorstwa Turystycznego „Wigry” w Suwałkach. Przedsiębiorstwo to umieściło tam początkowo swe biuro, w bezpośredniej bliskości umiejscowiono funkcjonujące do dziś pole campingowe, motel oraz nieistniejącą już restaurację „Zamkową”. Na początku lat 90-tych XX wieku zamek trafił w ręce władz lokalnych, które z kolei sprzedały obiekt z posesją hiszpańskiej firmie Porto Balbo. Miał tu powstać ekskluzywny hotel dla kadry zarządzającej tą wielką korporacją. Niestety trwające bez końca problemy ze służbami konserwatorskimi oraz nie do końca wyjaśniona sprawa własności gruntów spowodowały, że przy rosnącej recesji firma wycofała się z inwestycji, pomimo tego, że pierwsze prace były w toku. W dniu dzisiejszym zamek stoi z odrapanym tynkiem, nikt chyba nie sprawuje żadnej nad nim pieczy. Można mieć jedynie nadzieję, że nie jest to koniec jego historii.

Za podstawę do głównych rozważań nad atrakcyjnością turystyczną Giżycka posłużyła ankieta, którą przeprowadzono wiosną 2003 roku w ramach pracy licencjackiej Kamili Wasilewskiej – studentki Prywatnej Wyższej Szkoły Zawodowej w Giżycku. Kwestionariusz badania oraz narzędzia do analizy zostały przygotowane przez autora niniejszego komunikatu, zaś studentka przeprowadziła wywiady oraz wstępnie je opracowała. Adresatami ankiety były osoby wpływające na wizerunek miasta, ale przede wszystkim korzystające z tego właśnie wizerunku. Zapytanie ankietowe skierowane było do 42 osób i instytucji mających swe siedziby w Giżycku i działających na miejscowym rynku turystycznym. Były to zarówno osoby zarządzające hotelami, jak też wypożyczające jachty, czy oferujące pokoje gościnne. Byli to również przewodnicy turyści. Udało się zebrać opinię od trzydziestu czterech osób.

Sam kwestionariusz był podzielony na dwie główne części: ogólną i dotyczącą samego miasta Giżycka (gminy miejskiej). W części ogólnej zadaniem respondenta była ocena w skali od 1 do 6 punktów podstawowych elementów związanych z atrakcyjnością turystyczną Giżycka i całego powiatu giżyckiego. Do oceny przedstawiono:

- a) warunki naturalne; w tym rzeźbę terenu, atrakcyjność wód powierzchniowych, atrakcyjność szaty roślinnej, stan środowiska naturalnego, stan ochrony środowiska, warunki klimatyczne latem i zimą,
- b) możliwość rozwijania ruchu turystycznego latem i zimą,
- c) kulturowe elementy krajoznawcze, w tym atrakcyjność obiektów zabytkowych i godnych zwiedzenia, stan zagospodarowania tych obiektów, ofertę kulturalno-rozrywkową w sezonie i poza sezonem,
- d) stan dostępności komunikacyjnej, w tym sieć dróg, ich stan, system połączeń komunikacyjnych, sieć szlaków turystyki lądowej i wodnej oraz ich oznakowanie,
- e) stan bazy noclegowej,
- f) stan bazy gastronomicznej,
- g) stan bezpieczeństwa.

Przyjmując, że oceny w wyżej wymienionej skali można podzielić na dwie kategorie: pozytywne (oceny 4-6) oraz negatywne (1-3) warunki naturalne zostały ogólnie ocenione przez ankietowanych bardzo wysoko. Szczególnie oceniono wody powierzchniowe, które wszyscy ocenili pozytywnie. Gorzej wypadł stan ochrony środowiska naturalnego, który uzyskał 30 pozytywnych wskazań.



Tab.1. Ocena potencjału turystycznego miasta  
 Tab.1. Evaluation of town potential for tourism

Walory turystyczne	Oceny pozytywne	Oceny negatywne	Brak odpowiedzi
<b>Warunki naturalne – ogólnie</b>	31	3	
Rzeźba terenu	31	3	
Atrakcyjność wód powierzchniowych	34	0	
Atrakcyjność szaty roślinnej	31	3	
Stan środowiska naturalnego	30	4	
Stan ochrony środowiska naturalnego	20	13	1
Warunki klimatyczne – sezon letni	32	2	
Warunki klimatyczne – sezon zimowy	21	13	
Możliwości rozwijania ruchu turystycznego wiosną	21	9	2
Możliwości rozwijania ruchu turystycznego jesienią	12	20	2
<b>Kulturowe elementy krajoznawcze – ogólnie</b>	24	10	
Atrakcyjność obiektów zabytkowych i godnych zwiedzenia	24	10	
Stan zagospodarowania obiektów godnych zwiedzenia	12	22	
Oferta kulturalno – rozrywkowa w sezonie	20	14	
Oferta kulturalno – rozrywkowa poza sezonem	3	29	2
<b>Stan dostępności komunikacyjnej – ogólnie</b>	17	17	
Sieć dróg	17	17	
Stan dróg	1	33	
System połączeń komunikacji masowej	14	20	
Sieć szlaków turystycznych lądowych	18	13	1
Sieć szlaków turystycznych wodnych	32	2	
Oznakowanie szlaków i miejsc atrakcyjnych	16	17	1
<b>Ogólna ocena bazy noclegowej</b>	29	5	
<b>Ogólna ocena bazy gastronomicznej</b>	28	6	
<b>Ocena stanu bezpieczeństwa</b>	13	20	1

Źródło: opracowanie własne.

Klimat okolic miasta pozytywniej oceniono latem, niż zimą. Autor wysnuł z tego wniosek, że turystyka na Mazurach długo jeszcze nie będzie potrafiła poradzić sobie z problemem sezonowości. Pewnym pozytywem w tym kontekście jest fakt, że wielu odpowiadających odnajduje szansę na przedłużenie sezonu wiosną. Jesień ich zdaniem zawsze będzie „martwym” sezonem. Bardzo nisko ocenione zostały elementy antropogeniczne. Atrakcyjność obiektów interesujących

krajoznawczo oceniono niżej niż przyrodniczych (24 oceny pozytywne, 10 negatywnych). Z kolei stan ich przygotowania oceniono w 24 przypadkach negatywnie. Oferta rozrywkowa w sezonie oceniona została pozytywnie, zaś zimowa uznana została za niewystarczającą. Bardzo krytycznie oceniono stan dróg, ich przygotowanie, trochę lepiej stan szlaków turystycznych. Opinie negatywne w tym wypadku są idealnie zrównoważone z pozytywnymi (po 17). Podobnie oceniono oznakowanie szlaków. Baza noclegowa i gastronomiczna zostały ocenione dość wysoko. Dość wysokie, mimo wszystko, oceny uzyskał stan bezpieczeństwa. W tym wypadku autor spodziewał się niższych not.

Dodatkowo zadano pytanie o rolę, jaką turystyka powinna odgrywać w rozwoju regionu. Tutaj większość ankietowanych odpowiedziała, że decydującą (71 %), zaś kolejne 21% uznało, że rola ta powinna być znacząca.

Druga część ankiety dotyczyła samego miasta. Pierwsze pytanie dotyczyło oceny przygotowania miasta Giżycka do obsługi ruchu turystycznego. Ocena ta była znów oparta na skali 1-6. Biorąc pod uwagę, że zgodnie z definicją składową atrakcyjności turystycznej jest zdolność obsługowa bazy turystycznej, pytanie to wydaje się dotyczyć ważnej kwestii. Tutaj 24 respondentów oceniła stan ów pozytywnie, zaś 10 negatywnie. Jak widać nie ma jednoznacznej opinii na tak ważny temat. Autor wyciąga z tego wnioski, że niezadowolenie oferujących usługi turystyczne może wynikać z prozaicznego faktu słabości lub braku w ogóle współpracy między nimi. Paradoksalnie oni przecież stanowią o zdolności obsługowej.

W dalszej części ankiety pytano o wskazanie trzech największych atutów i wad gminy miejskiej Giżycko. Ankietowani wskazali w sumie 22 różne atuty i 32 wady. Do tych pierwszych najczęściej zaliczano: jeziora, warunki naturalne, stan środowiska naturalnego. Za największe wady uznano: zły stan bezpieczeństwa, zły stan dróg oraz brak oferty kulturalno-rozrywkowej poza sezonem. Z tego akurat zestawu odpowiedzi wysnuć można wnioski, że najatrakcyjniejsze nadal są jednak elementy przyrodnicze, zaś większość problemów z rozwojem turystyki w Giżycku bierze się z wielu chaotycznych działań podejmowanych przez władze i mieszkańców. Autor nie zgadza się ze wszystkimi zarzutami, ale należy uszanować zdanie respondentów.



Tab. 2. Atuty miasta Giżycko (z liczbą wskazań)

Tab. 2. Advantages of Giżycko town (a number of indications)

1	Jeziora	20
2	Warunki naturalne	11
3	Dobry stan środowiska naturalnego	10
4	Dobrze rozwinięta baza noclegowa i gastronomiczna	9
5	Usytuowanie na Szlaku Wielkich Jezior Mazurskich	8
6	Rzeźba terenu-krajobraz	6
7	Twierdza Boyen	5
8	Atrakcje turystyczne dla żeglarzy (kanały, port, most)	5
9	Zabytki	5
10	Klimat	3

Źródło: opracowanie własne.

Tab. 3: Wady miasta Giżycka (liczba wskazań)

Tab. 3. Drawbacks of Giżycko town (a number of indications)

1	Stan bezpieczeństwa – zły	18
2	Zły stan dróg	15
3	Brak ofert kulturalno – rozrywkowych poza sezonem	8
4	Słabe zagospodarowanie linii brzegowej	5
5	Nieumiejętność wykorzystania walorów turystycznych	5
6	Bezrobocie	4
7	Brak rozrywki (ofert kulturalnych)	4
8	Niewykorzystanie możliwości rozwoju turystycznego poza sezonem	4
9	Niska świadomość mieszkańców w zakresie porządku	3
10	Brak wizji rozwoju	3

Źródło: opracowanie własne.

Giżyccy przedsiębiorcy turystyczni mają bardzo zróżnicowane opinie na temat kierunku rozwoju oferty usług w tej dziedzinie. Mogli oni wskazać jedną spośród następujących rodzajów turystyki: masowej, krajoznawczej (należało wskazać główną atrakcję), kwalifikowanej (należało określić jej dziedzinę), przygranicznej oraz weekendowej i świątecznej. Możliwe również było wskazanie innego kierunku rozwoju. Najwięcej, bo co czwarty pytany był zdania, że najlepsza jest turystyka masowa. Niewielu mniej (22%) uznało, że lepsza jest

turystyka krajoznawcza, wskazując najczęściej za największą atrakcję jeziora i Twierdzę Boyen. Co piąty respondent wskazał kierunek turystyki weekendowej i świątecznej oraz kwalifikowanej (głównie żeglarstwo i kajakarstwo, ale także narciarstwo biegowe, jazdę konną, rowery, wędkarstwo i inne). Jako alternatywę dla podanych wyżej rodzajów turystyki podawano konferencje szkolenia, kulturę, rozrywkę, sporty wodne, żeglarstwo (sic!). Prawie nie wskazywano turystyki przygranicznej. W tej części ankiety autor na podstawie udzielonych odpowiedzi wysnuł wniosek, że jest pewien problem z kompetencjami osób pracujących w branży turystycznej. Wskazywanie jezior jako atrakcji krajoznawczej, czy umieszczanie żeglarstwa poza turystyką kwalifikowaną jest dość dziwnym rozwiązaniem.

Tab.4. Najważniejsze atrakcje miasta Giżycka\*

Tab. 4. The most important attractions of Giżycko town

L.P.	Wskazane atrakcje	Liczba wskazań
1	Obecność dużych akwenów wodnych	570
2	Festiwal „Szanty w Giżycku”	519
3	Twierdza Boyen	517
4	Most obrotowy	475
5	Imprezy żeglarskie	408
6	Bliskość rezerwatów przyrody	370
7	Bliskość Puszczy Boreckiej	322
8	Kościół ewangelicki	303
9	Brzeg Jeziora Niegocin	287
10	Koncerty Organowe w Giżycku	283
11	Krzyż św. Brunona	244
12	Dni Giżycka	229
13	Trasy Rowerowe	224
14	Baza Sportowa i rekreacyjna	221
15	Skrzydło zamku krzyżackiego	172
16	Bliskość Mikołajek	159
17	Ulica Pionierska	158

\* Przy opracowaniu przyjęto, że wskazane na pierwszym miejscu atrakcje otrzymają 20 pkt, dalej odpowiednio – drugie 18, trzecie – 16, i dalej od czwartej do siedemnastej – od 14 pkt. do 1 pkt.

Źródło: opracowanie własne.

W kolejnym zadaniu respondenci mieli zadanie ułożenia hierarchii spośród podanych atrakcji turystycznych. Za najważniejszą uznano obecność w pobliżu miasta dużych akwenów, festiwal „Szanty w Giżycku” oraz Twierdzę Boyen. Za najmniej istotne zaś uznano zabytkową ulicę Pionierską, bliskość Mikołajek oraz zamek krzyżacki. Ponadto respondenci wskazywali las miejski i zabytkowa wieżę ciśnień jako pominięte w powyższym zestawieniu atrakcje.

Podsumowując – giżycczanie oferujący swe usługi w turystyce postrzegają swe miasto jako atrakcyjne, choć głównie ze względu na środowisko naturalne. Te właśnie walory decydują o randze miasta. Dostyc wysoko oceniana jest także zdolność obsługowa bazy turystycznej, choć wskazywane są też duże jej mankamenty. Największy zaś problem dla atrakcyjności turystycznej miasta ukryty jest w słabej bazie komunikacyjnej. W efekcie miasto Giżycko jest jednak tylko dość atrakcyjne, choć ma z pewnością duży potencjał w postaci ciekawych walorów i dobrej bazy noclegowej i gastronomicznej. Można przypuszczać, że na pocztówkach z Giżycka pojawiać się będzie tradycyjnie dużo wody, trochę zieleni i Twierdza Boyen, jako najciekawszy obiekt w mieście.

#### LITERATURA

- Kondracki J., 1973, *Polska północno-wschodnia*. PWN, Warszawa.
- Kruczek Z., Sacha S., 1999, *Geografia atrakcji turystycznych Polski*. Proksenia, Kraków.
- Orłowicz M., 1922 (reprint 1991), *Ilustrowany przewodnik po Mazurach Pruskich i Warmii*. Remix, Olsztyn.
- Przybyszewska-Gudelis R., Grabiszewski M., Iwicki S., 1979, *Problematyka waloryzacji i zagospodarowania turystycznego miejscowości w Polsce*. Instytut Turystyki, Warszawa.
- Rogalewski O., 1979, *Zagospodarowanie turystyczne*. WSiP, Warszawa.
- Wakar A. (red.), 1983, *Giżycko – z dziejów miasta i okolic*. Pojezierze, Olsztyn.
- Wasilewska K., 2003, *Atrakcyjność turystyczna miasta Giżycka*, praca licencjacka, Giżycko.
- Włodarczyk B., 1999, *Przemiany form atrakcyjności turystycznej na obszarze północnej części krawędzi Wyżyny Łódzkiej*. Praca doktorska, Łódź (s. 58-110).

*Sebastian Krahel*

### **Tourist Attractiveness of Giżycko**

#### Summary

The paper offers an evaluation of Giżycko's potential for tourism. The proposed list of natural and anthropogenic objects is compared against the town's postcards from the past 100 years and the opinions of the residents working in the tourist sector about the town's assets for tourism. The residents who are involved in the provision of tourist services regard their town as attractive, though mainly due to its natural environment. This seems to be the town's main asset. The potential of the tourist base is also rather highly evaluated, although it has its deficiencies. On the weaknesses' side, the town's poor transport facilities seem to be the main obstacle hindering its development for tourism. All in all, Giżycko seems to be only sufficiently attractive, although certainly it has a considerable potential in the form of interesting assets for tourism, as well as well-developed accommodation and catering facilities.

## AUTORZY PRAC (CONTRIBUTORS)

**Marta Derek** – [martaderek@interia.pl](mailto:martaderek@interia.pl)

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych  
Uniwersytet Warszawski, 00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 30,

**Wojciech Dziemianowicz** – [wziemianowicz@uw.edu.pl](mailto:wziemianowicz@uw.edu.pl)

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych,  
Uniwersytet Warszawski, 00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 30

**Mirosław Grochowski** – [M.Grochowski@uw.edu.pl](mailto:M.Grochowski@uw.edu.pl)

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych  
Uniwersytet Warszawski, 00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 30

**Urszula Klimska**

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych,  
Uniwersytet Warszawski, 00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 30.

**Andrzej Kowalczyk** – [akowalczyk@uw.edu.pl](mailto:akowalczyk@uw.edu.pl)

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych,  
Uniwersytet Warszawski, 00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 30

**Sebastian Krahel** – [krahel@o2.pl](mailto:krahel@o2.pl)

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych  
Uniwersytet Warszawski, 00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 30,

**Andrzej Lisowski** – [alisowski@uw.edu.pl](mailto:alisowski@uw.edu.pl)

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych,  
Uniwersytet Warszawski, 00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 30

**Marek Pieniążek** – [mapi@uw.edu.pl](mailto:mapi@uw.edu.pl)

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych,  
Uniwersytet Warszawski, 00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 30

**Paweł Swianiewicz** – [pswian@uw.edu.pl](mailto:pswian@uw.edu.pl)

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych,  
Uniwersytet Warszawski, 00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 30

**Waldemar Wilk** – [wwwilk@uw.edu.pl](mailto:wwwilk@uw.edu.pl)

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych  
Uniwersytet Warszawski, 00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 30,

WYDZIAŁ GEOGRAFII  
I STUDIÓW REGIONALNYCH  
UNIWERSYTETU  
WARSZAWSKIEGO

**ogłasza nabór na**

***DZIENNE I ZAOCZNE***  
**STUDIA**  
**DOKTORANCKIE**

w roku akademickim 2005/2006

w zakresie:

*geoekologii, geoinformacji, gospodarki przestrzennej,  
geografii człowieka, studiów regionalnych.*

**Informacje:**

**godz. 9.00-15.00**

**tel. +22 55 20 631**

**oraz na stronach internetowych**

***[www.wgsr.uw.edu.pl](http://www.wgsr.uw.edu.pl)***