

CEZARY KOŚCIELNIAK

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Instytut Kulturoznawstwa
e-mail: cezkos@amu.edu.pl
<https://orcid.org/0000-0003-0066-7481>
<https://doi.org/10.14746/h.2025.2.3>

Przesycenie turystyczne w Tatrach i jego kulturowe konsekwencje

The cultural consequences of overtourism in the Tatra mountains

Abstract. *The overtourism is one of the most important challenges for places with unique natural and cultural values. These processes occur particularly in mountainous areas in Poland, especially in Zakopane and the Tatra Mountains. They bring with them a number of unfavorable consequences, including cultural ones, which are the subject of this article. Attention will be paid to two aspects: the impact of the overtourism in Tatra region on over-urbanisation and its negative impact on the preservation of local identity. These are long-term and permanent changes that not only change the structure of space but also affect the cultural system of the region, what is the subject of the analysis in the article.*

Keywords: overtourism, Zakopane, Tatra mountains, cultural heritage, sustainable development

Słowa kluczowe: przesycenie turystyczne, Zakopane, Tatry, dziedzictwo kulturowe, zrównoważony rozwój

Wprowadzenie

Przesycenie turystyczne (ang. *overtourism*) jest zjawiskiem, które pojawiło się w miejscach o unikatowych walorach przyrodniczych i kulturowych. Towarzyszy mu nie zrównoważona gospodarka nie tylko w branżach szeroko pojętego „biznesu czasu wolnego”, ale także pochodnych, np. branży budowlanej, czy występowanie punktowych zjawisk gospodarczych, np. nie zrównoważony wzrost cen



usług, nieruchomości *etc.* na danym obszarze. Artykuł ma na celu ukazać wyzwania i zagrożenia związane z przesyleniem turystycznym, skupiając się na aspektach kulturowych i kulturowo-gospodarczych tego zjawiska w regionie Tatr – miejscu przypuszczalnie najbardziej nim dotkniętym. Tekst będzie stanowił rozwinięcie wątków przedstawionych w poprzednich publikacjach, z położeniem nacisku tym razem na zagadnieniu przesylenia turystycznego¹. Pojęcie przesyłu turystycznego jest waloryzowane negatywnie, a jego przeciwieństwem jest odniesienie do turystyki zrównoważonej. W raporcie opublikowanym przez World Tourism Organization określa się przesylenie turystyczne jako zjawisko negatywne:

Wpływ turystyki na miejsce docelowe, lub jego składowe, który nadmiernie obciąża jakość życia obywateli i/lub jakość doświadczeń odwiedzających w negatywny sposób².

Ten negatywny wpływ dotyczy również samych turystów:

Partnerstwo na rzecz odpowiedzialnej turystyki odnosi się do „nadmiernej turystyki” jako „miejsc docelowych, w których gospodarze lub goście, mieszkańcy lub odwiedzający uważają, że jest zbyt wielu odwiedzających i że jakość życia w danym obszarze lub jakość doświadczeń pogorszyła się w sposób niedopuszczalny. Jest to przeciwieństwo odpowiedzialnej turystyki, która polega na wykorzystywaniu turystyki do tworzenia lepszych miejsc do życia i lepszych miejsc do odwiedzenia. Często zarówno odwiedzający, jak i goście doświadczają pogorszenia jednocześnie³.

Zjawisko przesylenia turystycznego jest stawiane w kontrze do turystyki zrównoważonej, a jego egemplifikacje w Tatrach są dobrze opracowane w literaturze przedmiotu. Zadaniem badawczym na polu kulturoznawstwa jest jego interpretacja oraz wskazanie na jego wybrane kulturowe konsekwencje.

2. Góry przesycone. Kilka impulsów historycznych

Odkrycie gór było wydarzeniem dla zachodniej nowoczesności, wcześniej góry, szczególnie Alpy, zapisywały się przez wieki w świadomości Europejczyków jako przeszkoda do pokonania między południem a północą, niekiedy zbawienna w przypadku prowadzonych wojen. Na przełęcz św. Bernarda do dziś przywołuje się zatrzymanie Napoleona, kulturowo istotny moment w historii Alp. Jacques-Louis David (1748–1825) malując portret Pierwszego Konsula Republiki Francuskiej na rwącym koniu, oddał w tle surową dostojność otaczających skał, podkreślając

¹ Zob. C. Kościelniak, *Wyzwania zrównoważonego rozwoju terenów górskich na przykładzie wybranych problemów Tatr Polskich i Zakopanego*, „Humaniora. Czasopismo Internetowe” 2024, nr 4(48).

² Zob. *‘Overtourism’? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. Executive Summary*, UNWTO, Madrid 2018, s. 4, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070> [dostęp: 27.06.2025].

³ *Ibidem*.

dynamikę pochodu cesarskiego przez Alpy. Obraz ten pozostaje na swój sposób symboliczny – możemy tu znaleźć nie tylko moc Napoleona, któremu Alpy nie są już straszne, a siły natury nie zatrzymają woli podążającego przez nie cesarza, podobnie jak Hannibala czy Karola Wielkiego, ale także złamanie górskiej przeszkody. Napoleon jakby oddawał surową przyrodę we władanie ludziom⁴. Wojska Napoleona przechodzą przez Alpy w 1800 r., a XIX wiek otwiera góry na czas gwałtownej eksploracji przez artystów, literatów, kuracjuszy, dalej inżynierów, architektów. Jednym słowem, przestają one być przeszkodą, a stają się poskromioną częścią cywilizacji. Jednocześnie zmienia się już nieodwracalnie charakter gór, następuje dynamiczny rozwój podgórskich miejscowości, którego czas można już liczyć w stuleciach. Przykładowo, Bernard Fischesser wskazuje na etapy rozwoju gospodarki górskiej na przykładzie gór we Francji, która nabiera dynamiki od XIX stulecia: „1850 – przełomowa data w historii krajobrazu górskiego: przejście od gospodarki agropasterskiej opartej na cyklu traw, do gospodarki wielozadaniowej wygenerowanej przez rewolucję przemysłową. 1851 – rozwój kolejnictwa [...]. 1870 – początek hydroelektrowni i przekop pierwszych tuneli”⁵. Rozwijają się alpejskie kurorty, szczególnie w aspekcie leczniczym, np. austriacki Bad Gastein jest jednym z ulubionych miejsc Bismarcka, przyciągając jednocześnie artystów i literatów (pojawia się tutaj wątek polski, bo nie tylko w Zakopanem, ale także w Bad Gastein Henryk Sienkiewicz napisze sporą część swojej powieści *Bez dogmatu*).

Turystyka staje się częścią stylu bycia Europy. Thomas Cook zorganizował w 1841 r. pierwszą masową, udaną wycieczkę, którą uważa się niekiedy za początek turystyki, można by dodać, turystyki masowej. Jednocześnie krajobraz gór staje się tłem politycznego zegara czy narodowego sentymentu, jak w przypadku obrazów pochodzącego z nadbałtyckiego Greiswaldu Dawida Friedricha Caspara, z którym będą się już zawsze kojarzyć pejzaże filozoficzne spowitych mgłą pagórków. Natura górska staje się nie tylko tłem, ale i inspiracją dla wydarzeń kultury i polityki⁶. Góry, górskie miasteczka i wioski zdobywają sławę, stając się sezonowymi stolicami europejskich salonów politycznych i artystycznych. Za nimi, w góry zaczynają zjeżdżać mieszczaństwo i poszukiwacze przygód, dla których główną atrakcją będzie przeżycie adrenaliny, zabawa czy po prostu odpoczynek od słończonych miast. Najbardziej zauważalną konsekwencją tego ruchu było masowe zaludnianie gór, przede wszystkim sezonowe, i związany z tym proces ich uprzemysłowienia. Kategoria *wildnis*, przyrody nieposkromionej, coraz mniej pasowała do opisu europejskich gór, odnosząc się już jedynie do sztucznie chro-

⁴ Obraz ten został namalowany w pięciu wersjach i znajduje się w depozytach muzeów w Wiedniu, Charlottenburgu (Berlin), Malmaison oraz dwie kopie w Wersalu. Zob. J.L. David, „Napoleon przekraczający przełęcz św. Bernarda w 1800 roku”, olej na płótnie, dwie wersje datowane na 1801 r., jedna wersja na 1802 r., a dwie na 1803 r.

⁵ B. Fischesser, *La vie de la montagne*, Wyd. Delachaux et Niestlé, Paris 2022, s. 339.

⁶ P. Stoffel, *Die Alpen. Wo die Natur zur Vernunft kam*, Wallstein Verlag, Goettingen 2018.

nionych enklaw przyrodniczych. Nie pozostało to bez echa. Niemalże od samego początku tych procesów pojawił się spór między zwolennikami rozwoju, który w napoleońskim tempie zdobędzie góry dla gospodarki i zysku, a – nazwijmy ich roboczo – „ochronnikami”, którzy widzą w nim kluczowy problem nieodwracalnego niszczenia tkanki przyrody. Przez Alpy przechodzą dziś główne europejskie szlaki komunikacyjne, autostrady, linie kolejowe. W miastach alpejskich, jak Innsbruck czy Salzburg, funkcjonują lotniska, uniwersytety, powstają nowoczesne siedziby firm. W górach zbudowano infrastrukturę do turystyki przemysłowej, przede wszystkim przeznaczoną dla sportów zimowych. W regionach tych, w XIX i XX wieku zaszła zmiana kulturowo-gospodarcza – jest nią odejście od gospodarki pasterskiej, czy szerzej, rolniczo-górskiej, na rzecz gospodarki czasu wolnego i zdrowia, głównie turystyki i lecznictwa uzdrowiskowego. Zmianie tej towarzyszy włączenie kultury górskiej, głównie architektury, do mainstreamu kulturowego, ale także innowacyjność techniczno-użytkowa, np. w postaci elektrowni wodnych. XXI wiek i globalizacja, której znakiem na rynku turystycznym jest łatwa i powszechna dostępność, przynosi jeszcze większy popyt, który prowadzi do coraz większego nacisku inwestycyjnego na terenach górskich, a co za tym idzie, napięcia między tym, co ma zostać zachowane a tym, co ma być rozwinięte. Temat ten pozostaje wspólny dla górskich miejscowości Alp, jak i Karpat, gdzie w największym stopniu dotyka właśnie Zakopanego.

Jednocześnie coraz mocniej wybrzmiewa pytanie, gdzie są granice rozwoju gospodarczego w górach, pozwalające na znalezienie równowagi między naturą a kulturą i w którym momencie przekroczona została czerwona linia⁷.

2. Tatry, czyli legenda gór prowadząca do przesycenia turystycznego

Legendy opowiedziane przez Kazimierza Przerwę-Tetmajera opublikowane na kartach *Na skalnym Podhalu* już dawno przestały być magnesem przyciągającym turystów na Podtatrze. Współcześnie w gwarnym, kilkutysięcznym tłumie przemieszczającym się nad Morskie Oko można zobaczyć puszkę z piwem czy nerwowy tłum w kolejce po fast food wydawany w „schronisku” (cudysłów jest jak najbardziej na miejscu, gdyż te punkty masowego żywienia mało już mają wspólnego ze schroniskami górskimi). Z panoramą gór konkuruje treść wyświetlana na ekranach telefonów, a głośne wypowiedzi świadczące o ignorancji wobec topografii nie są jak niegdyś traktowane jako jej wyraz. Nie inaczej będzie w innych miejscach w Tatrach, np. na szlaku do Doliny Gąsienicowej, a w ostatnich latach także na zimowym szlaku do Doliny Chochołowskiej, gdzie masy idą podziwiać kwitnące na śniegu krokusy. Naiwne byłoby oczekiwanie, aby w tłumie idących

⁷ B. Fischesser, *La vie de la montagne*, s. 334.

uświadczyc już nie *Legendę Tatr*, ale jakiś profesjonalny przewodnik po Tatrach, skądinąd wydawano je jeszcze niedawno w wysokich nakładach. Jednym słowem, odwiedzających Tatry jest za dużo, a jakość proponowanej turystyki odbiega od wysokiej. Towarzyszy temu erozja etosu turysty tatrzańskiego. Zdaniem Anny Datko na etos ten składają się: cele i motywacje wyjazdu w Tatry, wiedza, przygotowanie fizyczne i techniczne, a także zbiory zachowań piętnowanych, aprobowanych i pożądanых⁸. Tatrzańska „klasa turystyczna” należała jeszcze w latach 90. XX wieku do elity turystycznej, świadomej stawianych wymagań. Próba doszukania się kategorii etosu w aktualnych realiach byłaby zadaniem staroświeckim, zresztą komercjalizacja zamienia etos w relację usługodawca–klient. Procesom egalitaryzacji turystyki towarzyszy jej kiczowatość, a przyspieszeniu w dostarczaniu przeżyć – kicz i karykatura opowieści o górach, będąca zwykle połączeniem banałów z prostymi dowcipami. Turystyce tej towarzyszy równie masowa ignorancja zasad, reguł bezpieczeństwa czy przygotowania kondycyjnego, o czym raz po raz możemy dowiedzieć się z prasy. Tatry przestały być wyzwaniem, a stały się kolejnym miejscem do zaliczenia, z pozornie łatwą dostępnością.

Masowa turystyka nie jest pod Tatrami nowością. Choć jeszcze daleko do przesycenia, zaczyna się już od czasu „odkrycia” Tatr przez dr. Tytusa Chałbińskiego. Pomimo że pierwsze turystyczne wyprawy w góry przypominały przecieranie dzikich szlaków, jakby wyprawy w dzikość, niczym w prozie Josepha Conrada Korzeniowskiego, to jednak opisujący je w *Na przełęczy* Stanisław Witkiewicz wzmiankuje już o ich popularności: „Gdziekolwiek wypadki rzucają Polaka, jakimikolwiek środkami wydostanie się z matni życia, na pewno przyjedzie do Zakopanego”⁹.

Zakopane będzie pojawiać się jako kurort sanatoryjny, siedlisko awangardy, a zawody Międzynarodowej Federacji Narciarskiej (FiS) w lutym 1939 r. pieczętuje jego status europejskiego centrum narciarskiego, co zresztą zostanie wykorzystane w czasie wojny przez hitlerowską propagandę sportową.

Zasygnalizujmy w tym miejscu, że pojawiający się dylemat kulturowy, upraszczając: jakość vs. ilość, jest istotny i wcale niełatwy do rozwiązania. Wszak to dzięki przesyceniu turystycznemu gminy mogą inwestować w ulepszenie infrastruktury, usługi publiczne, utrzymać regularną komunikację miejską, instytucje kultury czy wreszcie profesjonalizować sferę bezpieczeństwa. Bez zostawianych przez miliony turystów środków nie byłoby to możliwe, co zresztą można porównać z pobliskimi, a mniej przyrodniczo atrakcyjnymi miejscowościami. Warto w tym miejscu zauważyć, że turystyka masowa zmienia charakter mniejszych miejscowości, w tym i stolicę Tatr. Projektowana infrastruktura coraz rzadziej przestaje odpowiadać na potrzeby przyrodnicze i kulturowe miasta, zamiast tego wypełnia ona funkcje speł-

⁸ J. Datko, *Turystyka tatrzańska i etos turysty w dobie nowoczesności*. „Ruch Prawniczy Ekonomiczny i Socjologiczny” 2012, nr 74(2).

⁹ S. Witkiewicz, *Po latach*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1978, s. 78.

niające zapotrzebowania konsumpcyjne przyjeżdżających. Przestaje ona wpisywać się w funkcje turystyki górskiej czy nawiązania do regionalnej kultury, o czym świadczą powstające kolejne aquaparki, centra rozrywki, a nawet „sieciówki” handlowe. W podobnym kierunku podąża budownictwo, które ma zaspokoić potrzeby konsumencie, nie zważając na charakter estetyczny i kulturowy regionu, który może znacząco ograniczać funkcjonalność, co jest traktowane jako strata zysku. Wzorem są wielkie, dynamiczne metropolie. Tym samym poczucie, że jedzie się „z miasta w góry” czy z Warszawy „wyjeżdża się” (gdzie tenże czasownik podkreślał różnicę między miastem a miastem górskim) do Zakopanego układa się w poczucie monopolis, oddzielone jedynie czasem podróży. W monopolis, konsument ma dostęp do tych samych lub podobnych marek i usług, pozwalających mu skorzystać z takiej samej formy spędzenia wolnego czasu. Oczywiście, nie musi to oznaczać wady. Zakopane, pomimo funkcjonowania jako *Nebenstadt* Warszawy, Krakowa czy Poznania, łącząc w sobie wielkomiejskie instytucje, muzea, galerie, kawiarnie, teatr czy infrastrukturę sportową, z niepowtarzalną aurą wysokogórskiej wsi – co zresztą kształtowało jego tożsamość od międzywojnia – zachowuje swoją tożsamość. Odwiedzający to miasto czują się w nim blisko gwaru ulic Marszałkowskiej czy Świętego Marcina, a jednocześnie można zażyć ciszy i świadomości bycia u bram dostojnych gór. Nie bez znaczenia jest dojazd – zbudowana zaledwie w kilka lat trasa ekspresowa na samo Podhale, pociąg, a w przyszłości pewnie skomunikowanie polskich Tatr z lotniskiem w słowackim Popradzie powoduje, że dostępność Zakopanego jest prostsza niż dekadę temu. Co i dlaczego zatem powinno stać się przedmiotem niepokoju? Odpowiedź okazuje się prosta – jest nią skala. Osiągnięcie takiej równowagi miejscowości i dostępności do natury jest kosztowne, a przy śródkach płynących z turystyki masowej pojawia się pokusa, aby inwestować więcej, co prowadzi nie do problemów, z jakimi borykają się wielkie miasta, ale przede wszystkim do dewastacji tkanki kulturowej.

Popularyzacja Tatr w prozie m.in. wspomnianego Przerwy-Tetmajera została współcześnie przeniesiona do mediów społecznościowych. Badacze wskazują, że relacje w mediach społecznościowych wpływają na popularność turystyczną, a w przypadku Zakopanego na przesycenie turystyczne¹⁰. Bez mała kilkanaście portali tatrzańskich, obserwowanych przez tysiące ludzi, wysyłają w świat obrazki z widokami górskimi. Ikoną popkultury stało się otoczenie Morskiego Oka, pokazywane jako reklamówka Polski, występująca w niezliczonych folderach, pseudowydawnictwach o „cudach natury”, reklamach hoteli (niekiedy zlokalizowanych nawet o kilkadziesiąt kilometrów od Morskiego Oka) czy niezliczonych postach dowodzących wyczynu zdobycia górskiego jeziora (co prawda bardziej ekonomicznego niż sportowego).

¹⁰ P. Majdak, A. Maliszewska, Z. Kruczek, *Unveiling the Impact of Over-tourism: A Case Study on Zakopane, Exploring Symptoms, Effects, and Strategies for Sustainable Management*, „European Research Studies Journal” 2023, vol. XXVI, issue 4.

3. Przesycenie dzisiaj. Dylematy kulturowe

Jaka jest skala przesycenia turystycznego w Tatrach? W 2024 r. Tatry odwiedziło 5 mln 91 tys. osób¹¹. Do TPN sprzedano 4 902 775 biletów¹². Tendencja wzrostowa pewnie będzie zahamowana ze względu na ograniczenia w bazie noclegowej, jednak nie zmienia to faktu istnienia problemów związanych z przesyceniem turystycznym. Zresztą realna liczba turystów może być niedoszacowana, jeśli przyjąć wchodzących przed czy po zamknięciu kas turystycznych, na teren Tatr nienależący do TPN czy turystów zatrzymujących się w miejscach, gdzie właściciele nie odprowadzają opłaty lokalnej.

Dynamika przyrostu odwiedzin turystów w Tatrach jest zdecydowanie większa aniżeli w innych polskich górskich parkach narodowych. Mateusz Rogowski, Bernadetta Zawilińska i Joanna Hibner kompilują dane wejścia do TPN w poszczególnych latach, wskazując, że w 2021 r. TPN odwiedziło 3 153 617 turystów, a już w 2022 r. – 4 518 015. Jak wspomniano wyżej, dwa lata później przekroczono 5 mln¹³.

Przesycenie turystyczne niesie negatywny wpływ zarówno na środowisko, jak i na sferę kulturową¹⁴. Przed wskazaniem na wyzwania i zagrożenia płynące z przesycenia turystycznego poczyniona zostanie uwaga metodologiczna. W problemie przesycenia turystycznego zwykle wskazuje się na kulturowe skutki uboczne z perspektywy przyrody. Wydaje się jednak, że interesującą optyką pozwalającą doprecyzować ten problem jest kulturowo-gospodarcza, gdyż skupia ona kluczowy dylemat, czyli rozwój vs. protekcja walorów unikatowych.

3.1. Przesycenie turystyczne a nadurbanizacja

Czynnikiem bezpośrednio wywołującym nadurbanizację jest przesycenie turystyczne. W praktyce oznacza to budowę bazy noclegowej, miejsc najmu krótkoterminowego *etc.*, przy wykorzystaniu wszelkich możliwości prawnych, co w efekcie rodzi chaos urbanistyczny¹⁵. W efekcie, w dzielnicach willowych powstają obiekty ingerujące estetycznie w tkankę urbanistyczną. Michał Murzyn tak określił sprzeczności między rozwojem budowlanej infrastruktury turystycznej a samym wsparciem turystyki:

¹¹ Portal Tatrzński, <https://tiny.pl/mnrtd4mq> [dostęp: 20.06.2025].

¹² Zob. Statystyki TPN: *Sprzedaż biletów wstępu 2024–2013*, <https://tiny.pl/rkt1nhvm> [dostęp: 20.06.2025].

¹³ M. Rogowski, B. Zawilińska, J. Hibner, *Managing tourism pressure: Exploring tourist traffic patterns and seasonality in mountain national parks to alleviate overtourism effects*, „Journal of Environmental Management” 2025, no. 373.

¹⁴ Por. D. Zaręba, *Ekoturystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN Warszawa 2010.

¹⁵ Por. A. Böhm, A. *Krajobraz w czasach populizmu i postprawdy*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2021.

Poprzeplatane blokami mieszkalnymi kwartały dzielnic willowych, wciskane wysokie pensjonaty w budownictwo zagrodowe, zabudowa stoków i szczytów wzniesień, wkraczanie z terenami budowlanymi na tereny otwarte, niszczenie krajobrazu przez stawianie przypadkowych akcentów, jednocześnie powodując, że dane miejsce traci swoje turystyczne walory. Czy tworząc logiczny ciąg zdarzeń, obiekty przeznaczone dla turystów, jednocześnie degradujące przestrzeń i walory krajobrazowe, sprzyjają rozwojowi tak pożądanej turystyki?¹⁶

Innymi słowy dylemat między rozwojem gospodarczym a zachowaniem tożsamości kulturowej jest w tym przypadku rozstrzygnięty na niekorzyść obu: krótkofalowego zysku, który w rosnącej ofercie w innych miejscach nie utrzyma swojej dynamiki, oraz trwałego zniszczenia unikatowych w skali europejskiej walorów krajobrazowych i kulturowych Podtatrza. Aleksander Böhm wskazuje na czynniki kultury krajobrazu, a wśród nich wymienia:

1. Unikatowość (gdzie indziej tego nie zobaczysz) [...], 2. Wzniosłość [...] np. rozległość panoramy, 3. Trwałość najbardziej charakterystycznych, „klasycznych” motywów [...], 12. Wyróżniające się zabytki i szlaki kulturowe, 15. Doznania pozawzrokowe pożądane w krajobrazie¹⁷.

Czynniki te odnoszą się zarówno do krajobrazu przyrodniczego, jak i do osadzonych w przyrodzie systemów architektury i urbanistyki. Od 2016 r. w Zakopanem funkcjonuje Park Kulturowy Krupówki, obejmujący centrum miasta, jednocześnie jednak w pozostałych częściach miasta pojawiają się inwestycje wielkopowierzchniowe¹⁸. Poza licznymi zagrożeniami tych inwestycji w miejscach o unikatowej architekturze, warto wspomnieć, idąc za typologią Aleksander Böhma, dwa – zagrożenia dla unikalności oraz doznań pozawzrokowych. Lokalizacja nowych inwestycji wielkopowierzchniowych zakłóca krajobraz architektoniczny, a prawo jest mocno ograniczone, jeśli chodzi o wybór ich finalnej wersji architektonicznej. Drugą sprawą są jednak „doznania pozawzrokowe”, w tym akustyka czy zmniejszony ruch, które zostają zakłócone zwiększonym ruchem przy tych obiektach. Oznacza to zmianę charakteru dzielnic, których wartością dodaną jest właśnie utrzymanie warunków ograniczonego ruchu, charakterystycznego dla miast górskich. Idąc za Böhmem, kulturę krajobrazu i jego społeczną funkcję współtworzy nie tylko sfera wizualna i przynależne jej estetyczne wartości, ale także akustyczna czy kształtująca tożsamość poszczególnych dzielnic dynamika natężenia ruchu. Oznacza to wyzwanie dla władz, w jaki sposób kształtować rozwój, bez rozbijania tych walorów, a przynajmniej jak łagodzić pojawiające się ryzyka i w jaki sposób

¹⁶ M. Murzyn, *Zarządzanie dziedzictwem kulturowym na podstawie wartości*, „Zarządzanie w Kulturze” 2016, nr 17(3), s. 81.

¹⁷ A. Böhm, *Planowanie w obszarach o wysokich walorach krajobrazowych*, „Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego” 2010, nr14, s. 32. file:///C:/Users/User/Downloads/Planowanie_w_obszarach_o_wysokich_w.pdf [dostęp: 20.05.2024].

¹⁸ Park Kulturowy Krupówki, <http://pkk.zakopane.eu/Park-Kulturowy> [dostęp: 27.06.2025].

kompensować mieszkańcom powstałe szkody. Problem pojawia się, gdy zabytkowy obiekt nie może „obsłużyć turystycznie” danego mu potencjału. Warto zwrócić uwagę na argument, jaki podaje Michał Murzyn:

Turyści przybywający do Zakopanego, oprócz gór, szukają w tym miejscu pierwiastka „starożytniczego”. Drewniana zabudowa jest dla nich czymś niezwykle ważnym, co buduje klimat tego miejsca, unikatową atmosferę, której trudno szukać w dużym mieście. W opozycji stoją mieszkańcy, którzy chcąc się dorobić, budując nowe obiekty w miejscu starych, wierząc, że przyniosą im one większe zyski¹⁹.

Przykładem jeszcze odwracalnego zniszczenia walorów widokowych jest droga na Gubałówce, zabudowana budkami zasłaniającymi widok na Tatry. Otwarta do użytkowania w 1938 r. kolej linowo-terenowa była zlokalizowana w tym miejscu właśnie ze względu na unikatowy krajobraz w kierunku południowym, na Tatry i panoramę miasta Zakopanego, oraz w kierunku północnym, na Podhale. Obecnie widok ten został niemalże zasłonięty. Nie inaczej jest z audiosferą, zakłócaną płynącą ze stoisk muzyką. Podobnie wygląda to u wejścia do zarządzanej przez Wspólnotę Leśną Uprawnionych Ośmiu Wsi, które postawiły „Bangladesz” u wejścia do Doliny Chochołowskiej szereg bud, w których są sprzedawane różne produkty. Problem stoisk jest akurat rozwiązywalny, choćby poprzez zbudowanie hali targowej oferującej sprzedaż produktów regionalnych w jednym miejscu, zaopatrzonej jednocześnie w niezbędne zaplecze turystyczne. Pozostaje tylko pytanie o wolę znalezienia rozwiązania.

Poważnym zagrożeniem kulturowym jest nie zrównoważone przechylenie tkanki turystycznej, która prowadzi do dominacji urbanistycznej, a co za tym idzie, minimalizacji i zaniku życia lokalnego, co przyczynia się do powstania sztucznych dzielnic turystycznych. Takie zjawisko już jest widoczne w centrach miast, gdzie występuje migracja mieszkańców do dzielnic peryferyjnych, w konsekwencji czego centra stają się sztucznie utrzymywanym parkiem rozrywki. W chwili obecnej taki scenariusz nie grozi Zakopanemu, jeśli jednak wziąć pod uwagę czynnik depopulacyjny, to może on się w ciągu dwóch dekad ziścić.

W tym miejscu warto spojrzeć na destrukcję tkanki miejskiej w miastach górskich na Zachodzie, np. w miejscowości Mittenwand w Niemczech (oficjalny, historyczny status tej miejscowości to Marktgemeinde, czyli „wspólnota targowa”). W mieście przy gęstości zaludnienia 56 os./km i powierzchni 183 km², żyje 7323 mieszkańców. W 2024 r. odnotowano w nim 531 267 noclegów, co nie pokrywa się z liczbą turystów przybywających bez noclegu, ustaloną na 116 422²⁰. To ok. 1,5 mln odwiedzających, co przy rozproszonej powierzchni miejscowości daje poczucie, że nie ma ono własnej tkanki przypisanej do życia społeczności, a jedynie funkcjonuje jako zaplecze turystyczne.

¹⁹ M. Murzyn, *Zarządzanie dziedzictwem kulturowym...*, s. 81.

²⁰ Ch. Schnürer, *Wetter-Kapriolen verlageln Tourismus-Bilanz*, 24.02.2025, <https://tiny.pl/9hznz6vj> [dostęp: 27.06.2025].

Warto zwrócić uwagę jeszcze na mikroarchitekturę, która pojawiła się wraz z przepisami pozwalającymi stawiać budynki małowymiarowe bez pozwolenia na budowę. Wysyp tych obiektów nie tylko na Podtatrzu, ale w całej Polsce stał się wyzwaniem estetycznym, poważnie zakłócając lokalną kulturę krajobrazu. Paradoksalnie obiekty te stają się ersatzem wielkich hoteli, rozpraszając, a nie skupiając ruch turystyczny, jednak negatywna część efektów ubocznych pozostaje, np. zakłócenie krajobrazu, zwiększenie ruchu często na niedostosowanych do większej przepustowości drogach dojazdowych. Wprowadzenie budowy „na zgłoszenie” znacząco zmniejszyło kontrolę państwa nad ładem urbanistycznym, a negatywne skutki tego przepisu będą niosły konsekwencje przez kilkadziesiąt lat.

3.2 Problem zachowania tożsamości lokalnej w kontekście kryzysu turystyki wysokojakościowej

Tatry od samego początku były miejscem dla turystyki wysokojakościowej, to dla niej powstało w 1873 r. Polskie Towarzystwo Tatrzańskie, którego pierwszymi działaczami byli m.in. Tytus Chałbiński, Eugeniusz Janota, Walery Eljasz-Radzikowski czy ks. Józef Stolarczyk. Oferta turystyki wysokojakościowej w Zakopanem jest obecnie profesjonalnie zaprojektowana zarówno dla odbiorcy z kraju, jak i zza granicy. Wystarczy tylko wymienić sprawną infrastrukturę i skok rozwojowy lokalnych instytucji kultury (choćby remont willi „Atma”, filii MNK w 2013 r., otwarcie filii Muzeum Tatrzańskiego „Palace” w 2024 r., remont generalny gmachu głównego muzeum zakończony w 2022 r., modernizację filii, np. willi „Opolanka” czy muzeum stylu zakopiańskiego w willi „Koliba”), bezpłatną ofertę edukacyjną w najbardziej charakterystycznych miejscach w Tatrach organizowanych przez TPN, festiwale kultury folkloru górskiego oraz kultury wysokiej, odnowione pomniki i zabytki w Zakopanem, a także działanie prywatnych stowarzyszeń, np. prowadzących muzeum, dom Jana Kasprowicza na Harendzie, miejsca licznych, mniejszych inicjatyw kulturalnych dostępnych dla turystów. Nie inaczej jest w gminach ościennych, prezentujących interesujące, również dla turystów, oferty kulturalne i utrzymujących profesjonalne ośrodki kultury i informacji turystycznej, np. w gminie Kościelisko. Źródłem kryzysu nie jest zatem brak oferty wysokojakościowej, ale niszcząca komercjalizacja, nie licząca się z kosztami dla przyrody i lokalnej społeczności. Skrajnym przykładem stały się usługi wypożyczania pojazdów off-roadowych, skutkiem czego było niszczenie użytków rolnych, łąk i ścieżek, dróg leśnych oraz obniżenie bezpieczeństwa pieszych. Użytkowanie to zostało zablokowane uchwałami samorządowymi. Nie sposób jednak nie zauważyć, że samo istnienie sporu o formę turystyki i lobby turystyki wysoko eksploatacyjnej świadczy o potrzebie podniesienia świadomości kulturowej, przede wszystkim potrzeby ochrony dziedzictwa przyrodniczego i poszukiwania zrównoważonych sposobów na komercjalizację turystyczną.

Kryzys wysokojakościowej turystyki bezpośrednio przekłada się na problem tożsamości miejsca, zachowania i kultywowania tradycji, a poza wymiarem turystycznym – przedsiębiorczości opierającej się na lokalnej tradycji. O ile w Zakopanem sprzedaje się oscypek, chroniony unijnie, jako produkt regionalny, o tyle jednocześnie rośnie zalew sprzedawanej w miejscach wysokiego ruchu turystycznego tandety, niemającej wiele wspólnego z lokalnym rzemiosłem. Oznacza to walkę droższej i wymagającej więcej wysiłku lokalnej produkcji i koniecznej do jej sprzedaży przedsiębiorczości z globalnymi produktami niskiej jakości lub zalewem masowym produkcji tańszej. Tymczasem lokalne wyroby spożywcze, usługi architektoniczne, designerskie, rzemiosło odzieżowe i wiele innych potencjalnych źródeł produkcji powinno być sprzężone z ruchem turystycznym, jako forma promocji i wyjścia z usługami, które mogą stać się punktem rozwoju dla gospodarki. Zbudowanie holistycznego systemu oferty nie tylko usług turystycznych, ale także form rzemiosła czy usług ogólnych z akcentem lokalnym (np. projektowych, budowlanych) na zewnątrz regionu może stać się przyczynkiem do zbudowania regionalnej, zrównoważonej kultury gospodarczej. Postawienie na przemysły kreatywne jest jednak zadaniem trudnym – po pierwsze biznesowo ryzykownym, a po drugie kosztochłonnym, co oznacza potrzebę zbudowania ze strony państwa instrumentów wspierających taką działalność.

Podsumowanie

Problem przesycenia turystycznego po części jest tematem tabu. W działaniach praktycznych wymaga on zarówno odwagi w komunikacji ważnych dla regionu i państwa wartości, jak i umiejętności prowadzenia długofalowego dialogu. Interesariuszami są nie tylko lokalne społeczności, ale i państwo (reprezentowane przez instytucje ochrony przyrody, instytucje kultury), środowisko sportu (przede wszystkim sportów zimowych) czy szeroko pojęta opinia publiczna, od której zależy w dobie epoki mediów społecznościowych wizerunek miejsca. Badanie porównawcze tematyki przesytu turystycznego nie jest łatwe ze względu na dostęp do danych. O ile TPN sprzedając bilety wstępu, podaje statystyczne podsumowanie roku, o tyle np. Park Narodowy Hohe Tauern w Austrii, jeden z największych w UE, nie zbiera tych danych, zasłaniając się jego dostępnością z poziomu kilku krajów związkowych. Strategia chowania głowy w piasek pozwala z pewnością przenieść na później problemy wynikające z przesycenia turystycznego, co siłą rzeczy nie jest rozwiązaniem optymalnym. Dobre narzędzia analityczne są punktem wyjścia do zbudowania dobrych strategii rozwojowych, pozwalających łączyć interesy różnych interesariuszy i szukać kompromisu.

Z problemem kompromisu i ograniczenia inwestycyjnego wiąże się filozoficzny problem własności, który wykracza poza pytanie: „Ile powinno być mi wolno budo-

wać na swoim” ku szerszemu: „Kto powinien wyznaczać kierunek rozwoju terenów z przyrodą unikatową?”. Jeśli przyjąć, że tereny te kształtują kulturę i tożsamość istotną dla wspólnoty narodowej i państwowej, to podejmowanie kluczowych decyzji powinno wykraczać poza samorząd. Zagadnienie to jest oczywiście regulowane prawem, jednak na poziomie ideowym często przyjmuje się ograniczenia jako zamach na własność i wolność. Kształtowanie kultury krajobrazu, działania protekcyjne wobec dziedzictwa nie ograniczają się jedynie do materialnego zachowania jej tkanki, ale także do budowania świadomości, w tym także poczucia dumy i przekonania o trwałości lokalnej kultury, tradycji i praktyk społecznych, bez których unikatowość miejsca nie byłaby możliwa do utrzymania. Trzeba od razu dodać, że wymaga to jednak nie tylko świadomości samoograniczenia, ale także działań wspomagających ze strony państwa, również o charakterze finansowym.

W kontekście nie tylko Zakopanego i Tatr, ale też całego Podtatrza i Podhala zjawisko przesycenia turystycznego należy obecnie do krytycznych. Specyficznym problemem Tatr i Zakopanego jest geografia, uwarunkowania kulturowe, ale i skala terenu o unikatowej przyrodzie, gdzie, przyjmując oficjalne i pewnie zaniżone dane, zatrzymanie się ponad 5 mln ludzi wpływa na tkankę kulturową i przyrodniczą. Tematem politycznie niewygodnym jest ograniczenie liczby wejść na teren Tatr. Z tym jednak powinny iść w parze plany pozwalające na dywersyfikację ruchu turystycznego o gminy ościenne (skądinąd takie powstawały w międzywojniu), budowę parkingów buforowych w sezonie wysokim i korzystanie z bardzo dobrze rozwiniętej, publicznej i prywatnej komunikacji lokalnej. Wreszcie, na poziomie politycznym, rozpoczęcie rozmów o większej synergii z turystyczną bazą na Słowacji – przez 30 lat od upadku komunizmu współpracy ze stroną słowacką nie rozwinęto w stopniu odpowiadającym aktualnym potrzebom. Osobną sprawą jest opłata miejscowa, której podniesienie dałoby przynajmniej na poziomie usług publicznych możliwość rekompensaty poniesionych przez specyfikę miejsca ograniczeń. Góry przestały być już przeszkodą, zostały całkowicie zdobyte i ujarzmione. Nadchodzi epoka, gdy powinny być szczególnie chronione, podobnie jak ich społeczne otoczenie.

Literatura

- Böhm A., *Krajobraz w czasach populizmu i postprawdy* *Krajobraz w czasach populizmu i postprawdy*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2021.
- Böhm A., *Planowanie w obszarach o wysokich walorach krajobrazowych*, „Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego” 2010, nr 14, file:///C:/Users/User/Downloads/Planowanie_w_obszarach_o_wysokich_w.pdf [dostęp: 20.05.2024].
- Datko J., *Turystyka tatrzańska i etos turysty w dobie nowoczesności*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2012, nr 74(2).
- Fischesser B., *La vie de la montagne*, Delachaux et Niestlé, Paris 2022.

- Kościelniak C., *Wyzwania zrównoważonego rozwoju terenów górskich na przykładzie wybranych problemów Tatr Polskich i Zakopanego*, „Humaniora. Czasopismo Internetowe” 2024, nr 4(48).
- Majdak P., Maliszewska A., Kruczek Z., *Unveiling the Impact of Over-tourism: A Case Study on Zakopane, Exploring Symptoms, Effects, and Strategies for Sustainable Management*, „European Research Studies Journal” 2023, vol. XXVI, issue 4.
- Murzyn M., *Zarządzanie dziedzictwem kulturowym na podstawie wartości*, „Zarządzanie w Kulturze” 2016, nr 17(3).
- Rogowski M., Zawilińska B., Hibner J., *Managing tourism pressure: Exploring tourist traffic patterns and seasonality in mountain national parks to alleviate overtourism effects*, „Journal of Environmental Management” 2025, no. 373.
- Stoffel P., *Die Alpen. Wo die Natur zur Vernunft kam*, Wallstein Verlag, Goettingen 2018.
- Witkiewicz S., *Po latach*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1978.
- Zaręba D., *Ekoturystyka*, wyd. III, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

Źródła internetowe

- ‘Overtourism’? – *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. Executive Summary*, UNWTO, Madrid 2018, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070> [dostęp: 27.06.2025].
- Park Kulturowy Krupówki, <http://pkk.zakopane.eu/Park-Kulturowy> [dostęp: 27.06.2025].
- Portal Tatrzański, <https://tiny.pl/mnrtd4mq> [dostęp: 20.06.2025].
- Schnürer Ch., *Wetter-Kapriolen verhaseln Tourismus-Bilanz*, 24.02.2025, <https://tiny.pl/9hznz6vj> [dostęp: 27.06.2025].
- Sprzedaż biletów wstępu 2024–2013*, <https://tiny.pl/rkt1nhvm> [dostęp: 20.06.2025].

