

Zbigniew Głabiński, Tomasz Duda, Daniel Szostak

Uniwersytet Szczeciński

e-mails: zbigniew.glabinski@usz.edu.pl; tomasz.duda@usz.edu.pl;

daniel.szostak@usz.edu.pl

ŚWIADOMOŚĆ LOKALNA MIESZKAŃCÓW JAKO CZYNNIK ROZWOJU TURYSTYKI NA PRZYKŁADZIE GMINY KARLINO

LOCAL AWARENESS OF INHABITANTS AS A FACTOR OF TOURISM DEVELOPMENT ON THE EXAMPLE OF KARLINO MUNICIPALITY

DOI: 10.15611/pn.2018.535.05

JEL Classification: 021, 018, 043

Streszczenie: W artykule zaprezentowano przegląd zagadnień dotyczących problematyki udziału mieszkańców w rozwoju lokalnym ze szczególnym uwzględnieniem kreowania potencjału turystycznego. W oparciu o przeprowadzone w środowisku lokalnych liderów zogniskowane wywiady grupowe omówiono główne problemy dotyczące udziału lokalnej społeczności w rozwoju turystyki w gminie Karlino. Zwrócono uwagę na rolę władz gminnych w kształtowaniu świadomości lokalnej oraz budzeniu aktywności społecznej i ekonomicznej wśród mieszkańców. Wyniki badań potwierdziły wysoki poziom świadomości mieszkańców gminy, zaangażowanie władz samorządowych oraz dobre relacje pomiędzy interesariuszami rozwoju turystyki. Głównym ujawnionym problemem były trudności w przepływie informacji. Jako sposób rozwiązywania problemów zaproponowano utworzenie nowych kanałów komunikacji i konsultowania się pomiędzy wszystkimi stronami.

Słowa kluczowe: potencjał turystyczny, świadomość lokalna, partycypacja społeczna.

Summary: The article presents an overview of issues related to the problem of participation of inhabitants in local development, with particular emphasis on creating tourism potential. Basing on the Focus Group Interviews conducted in the community of local leaders, the author analyses the main problems concerning the participation of the local community in the development of tourism in the municipality of Karlino. The article emphasises the role of commune authorities in shaping local awareness and awakening social and economic activity among the residents. The results of the research confirmed the high level of the commune residents' awareness as well as the involvement of local authorities and good relations between stakeholders in the development of tourism. The difficulty in the flow of information turned out to constitute the main problem. As a way of solving the problems, creating new channels of communication and consultation between all parties have been suggested.

Keywords: tourism potential, local awareness, social participation.

1. Wstęp

W Polsce po transformacji ustrojowej w 1989 r. i powstaniu autonomicznych struktur samorządowych większość lokalnych władz, dążąc do nadrobienia wieloletnich zaległości dotyczących warunków życia mieszkańców, skoncentrowała się na efektywności zarządzania rozwojem lokalnym [Juchacz 2007, s. 148]. Pojęcie rozwoju lokalnego rozumiane jest jako różnicowanie i wzbogacanie działań ekonomicznych i społecznych na określonym terytorium, które polega na mobilizacji własnych zasobów i energii [Broński 2006, s. 10]. W obecnej, zglobalizowanej rzeczywistości większość gmin funkcjonuje w podobnych warunkach zewnętrznych. Dlatego coraz więcej uwagi poświęca się endogenicznym czynnikom rozwoju lokalnego [Alejziak 2016; Broński 2006; Majewska 2006]. W bardzo wielu gminach w Polsce, niezależnie od posiadanych zasobów i położenia geograficznego, jako istotny czynnik rozwoju lokalnego traktuje się turystykę [Alejziak 2016; Meyer 2010; Szwacka-Mokrzycka 2012; Zawilińska i in. 2015]. Warunkiem powodzenia działań podejmowanych przez władze samorządowe, związanych z rozwojem turystyki w gminie, jest zaangażowanie lokalnych przedsiębiorców oraz przychylne postawy mieszkańców [Majewska 2006; Nawrocka 2015]. Postawy te zależą od wielu czynników, m.in. od stopnia świadomości istnienia potencjału turystycznego danej gminy oraz stosowanych przez władze narzędzi komunikacji i marketingu wewnętrznego skierowanego do mieszkańców. Jednym z instrumentów stosowanych przez lokalne samorządy, które mogą sprzyjać prawidłowemu i efektywnemu rozwojowi turystyki, są dokumenty planistyczne, m.in. programy rozwoju turystyki lub strategie rozwoju turystyki [Borzyszkowski 2011; Alejziak 2016].

W związku z powyższym celem artykułu jest:

- 1) zaprezentowanie znaczenia świadomości lokalnej mieszkańców w tworzeniu i rozwijaniu potencjału turystycznego gminy;
- 2) omówienie znaczenia współpracy pomiędzy władzami samorządowymi a mieszkańcami na rzecz rozwoju lokalnego produktu turystycznego.

2. Rozwój lokalny a turystyka

Rozwój turystyki stanowi od kilkunastu lat jedno z najważniejszych zagadnień polityki turystycznej władz różnego szczebla – od krajowego przez regionalny aż po poziom lokalny. Coraz częściej dotyczy to także obszarów, na których turystyka dotychczas nie odgrywała istotnej roli. W sposób szczególny ujawnia się potrzeba traktowania turystyki jako jednego z głównych narzędzi rozwoju na szczeblu lokalnym. Dotyczy to przede wszystkim obszarów, które wcześniej miały charakter rolniczy, a obecnie borykają się z problemami strukturalnego bezrobocia [Głabiński 2015; Meyer 2010; Majewska 2006]. Często w tych przypadkach industrializacja ze względu na lokalizację lub brak surowców jest utrudniona, a inne formy aktywności gospodarczej są nieopłacalne.

Drugim powodem, dla którego rozwój turystyki jest postrzegany jako zjawisko nader korzystne, są kwestie społeczne i kulturowe. Oczywiście znaczenie podstawowe ma poprawa jakości życia mieszkańców, którzy dzięki przychodom z turystyki będą mogli poprawić swój status materialny [Andereck, Naupane 2011; Głębiński, Szostak, Zalewski (red.) 2016; Kosmaczewska 2009; Majewska 2006; Murzyn-Kurpisz 2010; Zawilińska i in. 2015; Zeinali i in. 2015]. Jednakże prawidłowo zarządzana turystyka może przyczyniać się do odkrywania walorów o charakterze przyrodniczym, jak i kulturowym. Jak twierdzi Broński [2006, s. 10], uświadomienie sobie przez społeczność lokalną swojej sytuacji, a więc m.in. posiadanych zasobów, jest punktem wyjścia w procesie rozwoju lokalnego. W związku z tym elementy dziedzictwa nie tylko mogą stać się atrakcjami turystycznymi o charakterze komercyjnym, ale mogą również wpływać korzystnie na wizerunek danej miejscowości, a przez to kształtować tożsamość mieszkańców [Raszkowski 2012]. Tożsamość zdaniem Szczepańskiego należy rozumieć jako utrwaloną, ugruntowaną i względnie stabilną formę świadomości [1999]. Z kolei Chojnicki twierdzi, że świadomość regionalna jest zbiorem poglądów i przekonań oraz postaw mieszkańców wobec regionu, w którym mieszkają [1999]. W jego opinii poglądy wpływające na idee regionalne kształtują się poprzez walory przyrodnicze, kulturowe i etniczne. Ponadto zauważa, że na wyobrażenie o regionie wpływają wspólne doświadczenia i interpretacja otaczającego świata. Posiadanie przez region szczególnych, pozytywnych cech ekonomicznych, kulturowych i politycznych, które zyskują akceptację mieszkańców, wpływa korzystnie na stan świadomości społecznej. Kształtowanie tych cech wymaga jednak odpowiednio ukierunkowanej działalności władz regionalnych.

Jak twierdzi Rembowska, tożsamość może przyjmować kształt identyfikacji z miejscem, ale również z ludźmi [2000, s. 3]. Wyniki jej badań w regionie łódzkim wskazują, że kwestia przywiązania do miejsca (bycia u siebie) bardziej odnosi się do walorów przyrodniczych [2000, s. 7] niż samego miejsca zamieszkania. Kwestia silniejszego identyfikowania się mieszkańców ze środowiskiem przyrodniczym stwierdzona została również w województwie zachodniopomorskim [Głębiński 2008, s. 113-114; Głębiński, Duda 2017; Rybarska-Jarosz, Barylski 2012, s. 72]. W obydwu przypadkach autorzy wskazują, że czynnikiem wpływającym na takie postawy jest brak historycznych tradycji regionalnych i specyfiki kulturowej. Związane jest to z niezbyt długim okresem zamieszkiwania współczesnych mieszkańców w omawianych województwach, co wynika z przemieszczeń ludności związanych z dynamiczną industrializacją (region łódzki) bądź napływem ludności wskutek zmian granic państwowych (zachodniopomorskie).

Zjawisko to nie jest typowe tylko dla Polski, ponieważ zaobserwowano je również w stanie Virginia w USA [Williams i in. 1995]. Mieszkańcy o długim stażu bardziej identyfikowali się z walorami o charakterze kulturowym, a krótko mieszkający – z elementami środowiska przyrodniczego. Obserwacje z USA mogą wskazywać, że zjawisko to ma charakter bardziej uniwersalny.

Dotyczy to zwłaszcza obszarów o niskim poczuciu przywiązania mieszkańców do swojej „małej ojczyzny”. Z taką właśnie sytuacją mamy do czynienia m.in. na znacznej części województwa zachodniopomorskiego, gdzie mimo upływu kilkadziesiąt lat kształtowanie nowej świadomości terytorialnej ciągle się nie zakończyło [Głębiński 2008; Leoński 2003; Rybarska-Jarosz, Barylski 2012]. Co prawda, jak twierdzi Sakson [1996], zasadnicze znaczenie dla społeczeństwa tego terenu ma stale rosnąca liczba osób tutaj urodzonych, dla których jest to ich mała ojczyzna. Dla nich więzi lokalne i regionalne są tak samo naturalne, jak dla innych mieszkańców Polski. To pozytywne zjawisko jednak w niewielkim stopniu wpływa na postrzeganie istniejących w regionie obiektów o charakterze zabytkowym [Głębiński, Duda 2017]. Mimo znacznej wartości historycznej i architektonicznej w niedostatecznym stopniu są postrzegane jako potencjalne bądź istniejące atrakcje turystyczne. Ich prawidłowe udostępnienie i wykorzystanie mogłoby przyczynić się nie tylko do pomnożenia lokalnych dochodów, ale również do wzrostu lokalnego patriotyzmu. Niestety, przez wiele lat dziedzictwo kulturowe Pomorza Zachodniego, po 1945 r. zastane przez nowych mieszkańców, było traktowane jako „dziedzictwo niechciane”, świadczące o obcej obecności. Jednak jak twierdzi Broński [2006, s. 24], nawet ten rodzaj dziedzictwa można wykorzystać przy budowaniu więzi i przełamywaniu stereotypów. Na terenie gminy Karlino można już dostrzec dobre przykłady działań rewitalizacyjnych dotyczących walorów kulturowych (pałac w Koziej Górze, pozostałości zamku w Karlinie), ale wiele jest jeszcze do zrobienia.

Problemy natury społeczno-kulturowej wiążą się ściśle z trzecim zagadnieniem, z powodu którego turystyka może być uważana za pożądaną kierunek rozwoju lokalnego. Dotyczy to fundamentalnego współcześnie problemu, jakim jest rozwój zrównoważony. Powszechnie panuje pogląd, że odpowiednio rozwijana turystyka może być dobrym narzędziem jego wdrażania, a turystyka rozwijana w sposób zrównoważony może być elementem kształtowania przewagi konkurencyjnej gminy bądź powiatu. Mimo że Polacy w znacznym stopniu (ok. 75%) deklarują, że ochrona środowiska jest dla nich ważnym zagadnieniem z punktu widzenia rozwoju kraju, to zachowania na rzecz ochrony środowiska wynikają przede wszystkim z powodów ekonomicznych (obniżenie kosztów życia codziennego), a nie stanu świadomości [Badanie świadomości... 2012; Głębiński 2014; Kiryluk 2015]. Dlatego można przypuszczać, że rozwój turystyki, który wpływałby korzystnie na wzrost dochodów mieszkańców, mógłby skłaniać ich do zachowań proekologicznych. Należy jednak zwrócić uwagę, że dla Polaków głównym źródłem informacji o środowisku są media, głównie TV i Internet [Badanie świadomości... 2012; Głębiński 2014; Kiryluk 2015]. Z tego powodu działania lokalnych władz na rzecz rozwoju turystyki powinny być szeroko nagłaśniane medialnie. Ponieważ wpływ samorządu gminnego na program nawet regionalnej TV jest niewielki, pozostaje oddziaływanie za pomocą lokalnych portali internetowych. Niestety, jak pokazują przykłady, nawet ciekawe inicjatywy turystyczne umieszczane na stronach internetowych gmin giną w gąszczu innych informacji [Ochal 2014, s. 98-99]. Innym sposobem jest organizowanie

konsultacji społecznych i tworzenie różnych narzędzi komunikacji z mieszkańcami i lokalnymi przedsiębiorcami.

Prawdopodobieństwo, że turystyka jako jedna branża będzie napędzała rozwój we wszystkich wymiarach, jest niewielkie [Telfer 2008, s. 238], ale aby dążyć do jej jak najbardziej efektywnego wykorzystania przez lokalną społeczność, niezbędne jest opracowanie prawidłowej strategii rozwoju turystyki. Ze względu na to, że każda gmina posiada pewne swoiste warunki do rozwoju turystyki, udział mieszkańców w opracowywaniu strategii sprzyja osiągnięciu założonych celów [Alejziak 2016, s. 5]. Wynika to przede wszystkim z konieczności długotrwałego i zaangażowanego uczestniczenia przedstawicieli lokalnej społeczności w zaplanowanych działaniach. Ponadto uczestnictwo mieszkańców wpływa korzystnie na niwelowanie efektów akcyjności i kadencyjności funkcjonowania władz samorządowych [Alejziak 2016, s. 5]. Niestety, poziom uczestnictwa mieszkańców w działaniach na rzecz swojego miejsca zamieszkania jest w Polsce ciągle niewielki [Kiryłuk 2015, s. 93], a na terenie województwa zachodniopomorskiego zupełnie symboliczny [Rybarska-Jarosz, Barylski 2012, s. 50]. Co więcej, zgodnie z opinią Durasiewicza i Duranowskiego [2013, s. 25] na terenie całej Polski następuje zmniejszenie udziału obywateli w działalności organizacji społecznych. Dlatego lokalne władze powinny stwarzać takie warunki, aby mieszkańcy tworzyli organizacje pozarządowe m.in. związane z rozwojem turystyki. Jest to poważne wyzwanie dla lokalnego samorządu. Okazją do aktywizacji przedstawicieli lokalnej społeczności może być zainicjowanie opracowywania, a następnie wdrażania gminnej strategii rozwoju turystyki. Przykłady współdziałania władz i mieszkańców na rzecz rozwoju turystyki są prezentowane w literaturze [Beaumont, Dredge 2010; Głębiński, Szostak 2017; Kosmaczewska 2009; Majewska 2006]. Odbywa się to nie bez licznych problemów wynikających m.in. z braku zaufania między stronami. W związku z tym tak ważne jest budowanie atmosfery porozumienia między mieszkańcami a władzami, kreowanie lokalnej świadomości o potencjale turystycznym oraz możliwościach jego wykorzystania dla wspólnego dobra.

W tym kontekście niezbędne jest wyjaśnienie pojęcia potencjału turystycznego. Zdaniem Wyrzykowskiego należy je rozumieć jako atrakcyjność turystyczną danego obszaru połączoną z pojemnością turystyczną oraz uwarunkowaniami klimatycznymi determinującymi możliwości korzystania z walorów turystycznych [2010, s. 33]. Z kolei Kaczmarek, Stasiak i Włodarczyk definiują potencjał jako „wszystkie te elementy środowiska geograficznego oraz zachowania człowieka, które mogą być wykorzystywane do uprawiania bądź zajmowania się turystyką” [2005, s. 51]. Autorzy ci zwracają uwagę, że na wykorzystanie potencjału turystycznego każdego obszaru wpływają różnego rodzaju uwarunkowania, m.in. polityczne, kulturowe, społeczno-demograficzne, psychologiczne, ekologiczne oraz ekonomiczne. Wszystkie te czynniki powinny być brane pod uwagę w działaniach władz dążących do wykorzystania turystyki jako narzędzia we wdrażaniu rozwoju zrównoważonego na poziomie lokalnym.

3. Świadomość społeczna i poziom zaangażowania mieszkańców gminy Karlino w kontekście opracowywania i wdrażania strategii rozwoju turystyki

3.1. Zastosowanie zogniskowanych wywiadów grupowych w badaniu świadomości społecznej i poziomu zaangażowania mieszkańców gminy

Strategia rozwoju turystyki na poziomie lokalnym jest ze swojej natury dokumentem o charakterze planistycznym, związanym z programowaniem rozwoju, który „można określić jako proces polegający na poszukiwaniu możliwych sposobów realizacji wyznaczonych celów oraz wskazaniu tych sposobów, które wydają się najbardziej odpowiednie ze względu na wybrane wcześniej kryterium” [Alejziak 2016, s. 7]. Trudno sobie zatem wyobrazić sytuację, gdy cele oraz sposoby ich realizacji są ustalane bez zaangażowania osób, których to dotyczy, a w przypadku danej gminy jej mieszkańców oraz działających na danym terenie przedsiębiorców.

Z tego też powodu, przystępując do realizacji opracowania „Strategia rozwoju turystyki dla gminy Karlino do 2025 r.”, zaproszono osoby związane zawodowo bądź w inny sposób zainteresowane rozwojem turystyki na terenie gminy Karlino do udziału w badaniu na temat oceny możliwości rozwoju turystyki. Wyniki tego badania uzupełniały przeprowadzoną inwentaryzację walorów turystycznych gminy o bardzo ważny element. Jest nim postrzeganie potencjału turystycznego gminy Karlino, wynikające m.in. z poziomu świadomości społecznej i zaangażowania w rozwój turystyki. W celu wyjaśnienia tego zagadnienia sformułowano trzy główne problemy, które zostały zidentyfikowane w trakcie zogniskowanych wywiadów grupowych:

1. Ocena walorów turystycznych i infrastruktury oraz ich wykorzystanie.
2. Rola turystyki w gospodarce gminy.
3. Wskazywane kierunki działań służące rozwojowi turystyki.

Badanie opinii z użyciem metody zogniskowanych wywiadów grupowych (ZWG, fokusów) odbyło się w Karliniu 29 września 2017 r. Szczegółowe warunki operacyjno-metodologiczne, jakie zastosowano w niniejszym badaniu, były zgodne z wytycznymi zawartymi w literaturze [Maison 2010; Lisek-Michalska 2013]. Dla zapewnienia prawidłowości metodologicznej postępowania badawczego przeprowadzono dwa fokusy. W badaniu wzięli udział lokalni przedsiębiorcy, przedstawiciele Urzędu Miasta odpowiedzialni za turystykę oraz osoby reprezentujące koła gospodyń wiejskich i stowarzyszenia, których działalność jest związana z turystyką. W ten sposób wypełniono kryterium reprezentatywności typologicznej, gdyż w badaniu uczestniczyły osoby zamieszkałe lub prowadzące działalność na terenie gminy Karlino i posiadające największą wiedzę o warunkach oraz możliwościach rozwoju turystyki. Prezentowanych opinii nie można traktować w kategoriach ilościowych, lecz jedynie jakościowych. Jak podkreślają specjaliści badań społecznych, choć nie dają one informacji, ilu mieszkańców podziela te poglądy, to z dużym prawdopodo-

bieństwem prezentują one najbardziej powszechne przekonania występujące w gminie w odniesieniu do rozwoju turystyki [Maison 2010; Lisek-Michalska 2013]. W prezentowanych w dalszej części cytatach zachowano oryginalną stylistykę oraz słownictwo.

3.2. Ocena walorów turystycznych i infrastruktury oraz ich wykorzystanie

W ocenie uczestników ZWG walory turystyczne gminy Karlino mają zarówno charakter przyrodniczy, jak i antropogeniczny. Wśród tych pierwszych wyróżniają się dwie rzeki Parsęta i Radew, które umożliwiają rozwój turystyki kajakowej i wędkarskiej. *„Jeżeli chodzi o naturalne warunki, to mamy perfekcyjne warunki do uprawiania turystyki w kajaku, na rowerze i z wędką”*. Atrakcyjne elementy krajobrazu oraz położenie geograficzne gminy na skrzyżowaniu ponadregionalnych i międzynarodowych tras rowerowych sprzyjają rozwojowi turystyki rowerowej. W ocenie uczestników ZWG podejmowane są również działania na rzecz podniesienia specjalistycznych walorów turystycznych. Respondenci stwierdzili, że na terenie gminy nie ma walorów dla turystyki wypoczynkowej w postaci zbiorników wodnych.

Wśród walorów kulturowych dominują zabytki o znaczeniu lokalnym bądź regionalnym w postaci kościołów, pałaców i pozostałości zamku biskupiego w Karlino. Uczestnicy ZWG posiadali wiedzę na temat położenia obiektów zabytkowych w swojej gminie na trasie szlaków turystycznych o charakterze zarówno regionalnym jak i międzynarodowym, m.in. Szlaku św. Jakuba oraz Szlaku Solnym. Co ciekawe, oceny znacznej części walorów kulturowych były nacechowane silnymi pozytywnymi emocjami. *„Budynek dawnego sądu robi wrażenie ogromne”*; *„Ceglany most kolejowy. On jest przecież przepiękny”*. Te opinie wskazują na zasadność twierdzenia, że nawet dziedzictwo świadczące o obcej obecności może służyć do budowania więzi z własną małą ojczyzną [Broński 2006, s. 24].

Elementami pozytywnie się wyróżniającymi w ocenie respondentów są wydarzenia organizowane na terenie gminy, związane z turystyką wędkarską, motorową i sportową, które wykorzystują lokalną infrastrukturę turystyczną. Potencjalnym walorem kulturowym typu wydarzenie/obiekt, o znaczeniu ogólnopolskim lub nawet międzynarodowym, który mógłby się stać ikoną turystyczną gminy Karlino, byłoby wykorzystanie wydarzenia związanego z erupcją ropy naftowej z grudnia 1980 r. Badani pozytywnie wyrażali się o inicjatywie władz gminnych dotyczącej powstania tego typu obiektu. Stwierdzili jednak, że wykorzystanie tego wydarzenia do stworzenia atrakcji turystycznej wymaga znacznych nakładów finansowych.

Bardzo pozytywne opinie wyrażali badani również o stanie zagospodarowania turystycznego: *„My jako jedyni na rzece Parsęcie mamy infrastrukturę do obsługi turystów, do turystyki aktywnej”*. Zwracali uwagę na działania władz gminy na rzecz mieszkańców i wykazywali znaczną świadomość w zakresie wykorzystania istniejącej ogólnie dostępnej infrastruktury dla ruchu turystycznego: *„Turysta korzystając z naszych szlaków rowerowych i wodnych może wejść do świetlicy, są one dobrze*

zagospodarowane”; „W każdej niemal miejscowości jest plac zabaw, boisko, toaleta przy świetlicy, parking dla rowerów”. Takie opinie świadczą o pozytywnym nastawieniu mieszkańców do rozwoju turystyki, a także inicjatyw władz gminy.

3.3. Znaczenie gospodarcze turystyki w gminie

Rozwój turystyki jest postrzegany jako jeden z najważniejszych potencjalnie kierunków służących podnoszeniu jakości życia mieszkańców. Obecnie ze względu na niewielki stopień wykorzystania istniejących walorów oraz skromną bazę noclegową turystyka jako źródło dochodu mieszkańców ma marginalne znaczenie. Jednak pojawiają się lokalne inicjatywy służące rozwojowi turystyki: „Założyliśmy Karlińskie Towarzystwo Wędkarskie „Srebro Parsęty”, ale to jest dopiero początek”. Lokalni liderzy widzą możliwości rozwoju przede wszystkim turystyki wędkarskiej oraz mają świadomość potrzeb turystów dotyczących zakwaterowania i usług towarzyszących. Główny problem w ich ocenie to kwestia wykreowania wspólnego, lokalnego produktu turystycznego: „Tylko ludzie nie potrafią tego sobie poskładać w całość”.

Co ciekawe, mieszkańcy gminy Karolino wyraźnie zaznaczają brak uprzedzeń do gości z Niemiec: „Często ludzie z Niemiec przyjeżdżają, którzy mieszkali tu przed wojną. Nawet z niektórymi mamy kontakt dosyć bliski”. W tym kontekście opinia Brońskiego [2006, s. 24] w kwestii przełamywania stereotypów etnicznych znajduje dodatkowe potwierdzenie nie tylko w wyrażanych opiniach, ale również w wydawnictwie o charakterze lokalnej książki kucharskiej, w której mieszkańcy wsi Domacyno umieścili tradycyjne, domowe przepisy [Pałka 2017]. Symboliczne znaczenie ma fakt, że jako pierwszy przepis w tym wydawnictwie umieszczono przedruk potrawy z kalendarza z roku 1926.

Położenie gminy na skrzyżowaniu obecnych dróg krajowej nr 6 Szczecin – Gdańsk i wojewódzkiej nr 163 Poznań – Kołobrzeg sprzyjało dotychczas rozwojowi turystyki tranzytowej i jednodniowym pobytom turystów przebywającym nad morzem: „Są to turyści, którzy spędzają wakacje w Kołobrzegu”. Budowana właśnie droga ekspresowa S-6 będzie przebiegać w odległości ok. 20 km na północ od granic gminy, a planowana droga S-11 ma prowadzić ok. 20 km na wschód i wpłynie zapewne zdecydowanie na zmniejszenie ruchu tranzytowego przez teren gminy. Budziło to obawy wśród uczestników ZWG o dalszy wzrost ruchu turystycznego w gminie, a co za tym idzie – wzrost dochodów z turystyki. Respondenci upatrują możliwości dalszego rozwoju turystyki na obszarach wiejskich, jednak mają świadomość istniejących ograniczeń. Wskazywali m.in. na niedoskonałości przepływu informacji pomiędzy podmiotami świadczącymi usługi na rzecz turystów i odpowiednich działań promocyjnych: „Przeważnie trafiają na zasadzie poczty pantoflowej”. Jednak podkreślali wzajemną życzliwość i chęć współpracy.

3.4. Kierunki działań służące rozwojowi turystyki

Podstawowym działaniem w tym zakresie, w opinii uczestników wywiadów, jest podnoszenie świadomości mieszkańców gminy i ich aktywizacja społeczno-zawodowa poprzez turystykę: „*Społeczeństwo lokalne nie widziało w tym walorów turystycznych*”. W tym celu gmina powinna podjąć działania organizacyjne i instytucjonalne, które będą służyły zwiększeniu zaangażowania mieszkańców w działania proturystyczne, rozszerzeniu współpracy pomiędzy podmiotami turystycznymi działającymi na terenie gminy, promocji lokalnych walorów i infrastruktury turystycznej: „*Potrzebujemy kogoś, kto się zajmie przekazywaniem informacji o wszystkim co się odbywa*”. Jako pomysł na stworzenie platformy współpracy padła propozycja powołania lokalnego touroperatora: „*Tak żeby ci ludzie do nas więcej przyjeżdżali, to my musimy wspólnie połączyć*”. W ocenie respondentów są po temu sprzyjające warunki, gdyż mieszkańcy są zainteresowani lokalnym dziedzictwem i posiadają wiedzę, którą mogą przekazywać turystom: „*Niektórzy lokalni mieszkańcy potrafią opowiadać o historii tych obiektów*”. Badani wskazywali, że przedsiębiorcy w gminie dysponują gotowymi produktami turystycznymi: „*Produkt mamy, ale ludzie nie wiedzą o tym produkcie*”. Dlatego jako niezbędny element współdziałania przedsiębiorców, mieszkańców i władz gminy wskazano promocję turystyczną: „*Turystów nie ma no, bo marketing jest za słaby*”. Respondenci byli zgodni, że dotychczasowe działania gminy były nastawione na bezpośrednie potrzeby mieszkańców: „*Gmina jest zorientowana na swoich mieszkańców, ale nie na zewnątrz*”. Przedsiębiorcy w gminie oczekują wsparcia ze strony administracji samorządowej, gdyż mają świadomość konieczności koordynacji działań i wsparcia marketingowego: „*Jest chęć do pracy*”; „*Tak żeby ci ludzie do nas więcej przyjeżdżali, to my musimy wspólnie połączyć*”; „*Nie mamy takich atutów promocyjnych, menedżerskich i jakby potrzebujemy wsparcia, żeby ktoś za nas to zrobił*”. Przedstawione opinie potwierdzają wcześniejsze wyniki badań [Meyer 2010, s. 28] i wskazują na zdecydowaną wolę współpracy ze strony przedsiębiorców między sobą oraz z władzami gminy w kreowaniu lokalnego produktu turystycznego, a także rolę władz lokalnych jako inicjatora działań proturystycznych. Jak pokazują inne doświadczenia, rozwój współpracy w turystyce nie jest sprawą prostą. Można stwierdzić, że obecnie turystyka w gminie Karlino znajduje się w stadium izolacji (separacja, defensywność), a współpraca ma charakter doraźny. Aby doszło do osiągnięcia choćby stadium pośredniego, niezbędne byłoby powstanie LOT lub aktywizacja istniejącego LOT Dorzecza Parsęty [<http://lot.parseta.pl>] jako integratora lokalnej sieci turystycznej [Nawrocka 2015].

Wiodącym przedsięwzięciem w gminie, z którym respondenci wiązali duże nadzieje, było powstanie Karlińskiego Kuwejt, zwanego również Muzeum Wybuchu Ropy bądź Centrum Nauki i Techniki Energia, którego celem ma być upamiętnienie wydarzenia z 1980 r. [Głąbiński 2015]: „*To odróżniłoby nas od innych*”. W opinii uczestników ZWG było to jedyne wydarzenie w historii gminy, które może zostać wykorzystane do stworzenia jej unikatowego i pozytywnego wizerunku w skali

ogólnopolskiej, a nawet międzynarodowej: „*Gdy mówimy Karlino, to każdy kojarzy, to tam, gdzie ropa wybuchła*”. Powstanie takiego obiektu mogłoby dać impuls do zdecydowanego przyspieszenia rozwoju turystyki w gminie, a w konsekwencji szeroko rozumianej koniunktury społeczno-gospodarczej.

4. Podsumowanie

Zaprezentowane wyniki badań opinii mieszkańców gminy Karlino wskazują na wysoki poziom świadomości istnienia walorów turystycznych zarówno o charakterze przyrodniczym, jak i kulturowym. Respondenci w dużym stopniu rozumieją potrzebę rozwoju istniejącej infrastruktury turystycznej oraz zauważają niedostatki w tym zakresie. Ponadto w gminie Karlino istnieje świadomość i wola współpracy pomiędzy przedsiębiorcami, działaczami pozarządowymi i władzami gminy. W opinii Kosmaczewskiej [2009, s. 91] porozumienie wszystkich stron dotyczące procesu tworzenia lokalnego produktu turystycznego zwiększa szansę na sukces. Na uwagę zasługuje pozytywne postrzeganie historycznego dziedzictwa kulturowego. Zdaniem Brońskiego [2006, s. 17] słabo zintegrowane i pasywne zbiorowości społeczne, które starają się zyskiwać świadomość walorów historyczno-kulturowych, przekształcają się w kreatywne społeczności lokalne. W efekcie lepiej rozwiązują różne problemy, a mieszkańcy mogą partycypować w lokalnym rozwoju. Zaprezentowane poglądy mieszkańców gminy Karlino, dotyczące rozwoju turystyki, oraz analiza materiałów źródłowych zebranych w związku z opracowaniem Strategii rozwoju turystyki w gminie do 2020 r. [Głabiński, Duda, Szostak 2017] wskazują, że władze samorządowe od lat prowadzą liczne działania na rzecz rozwoju lokalnej infrastruktury technicznej, społecznej, turystycznej i paraturystycznej.

Ujawnione w trakcie ZWG problemy dotyczące komunikacji i współpracy pomiędzy władzami gminy a mieszkańcami oraz przedsiębiorcami są typowe dla większości gmin w Polsce [Głabiński, Szostak 2017; Majewska 2006; Meyer 2010; Zawilińska i in. 2015]. Trzeba jednak podkreślić, że działalność władz gminy Karlino wyróżnia się pozytywnie. Przykładem tego mogą być liczne inicjatywy na rzecz aktywizacji mieszkańców gminy, choćby konkurs „Karlińskie Wieże Sukcesu”, w którym nagradzane są osoby wyróżniające się swoimi inicjatywami społecznymi lub gospodarczymi w gminie [Wieści z Karlina 2018]. Dla ułatwienia komunikacji wewnątrzgminnej związanej z turystyką mogłaby zostać specjalnie utworzona turystyczna strona internetowa gminy, gdyż obecny portal [www.karlino.pl] jest przeładowany informacjami. Byłaby ona również dobrym narzędziem promocji. Niewątpliwie docelowym sposobem, który mogłoby rozwiązać problemy z komunikacją wśród interesariuszy oraz kwestie turystycznej promocji gminy, a także kreowania nowych produktów turystycznych, byłoby powołanie lokalnej organizacji turystycznej lub zdecydowanie zaktywizowanie działalności istniejącego LOT „Dorzeczka Parsęty”. Pierwsze rozwiązanie wymagałoby znacznego zaangażowania finansowego i organizacyjnego po stronie zainteresowanych podmiotów, organizacji

pozarządowych oraz władz gminy. W obecnej sytuacji wydaje się to trudne i mało prawdopodobne. Z kolei poprawa funkcjonowania istniejącego LOT-u zależy od porozumienia się z władzami i podmiotami z innych gmin. Jednak niewątpliwie byłoby to najlepsze rozwiązanie. Ze względu na poziom świadomości zarówno samorządu gminy, jak i mieszkańców Karlino mogłoby pełnić rolę lidera w tej organizacji.

Przy okazji opracowywania strategii rozwoju turystyki dla gminy warto byłoby rozważyć powołanie zespołu monitorującego wdrażanie tego dokumentu, w którego skład weszliby przedstawiciele przedsiębiorców oraz liderów społecznych związanych z turystyką. Ponadto informacje na temat podejmowanych działań mogłyby być zamieszczane w lokalnej gazecie „Wieści z Karlina”. Mając na uwadze, że lokalna polityka turystyczna powinna być realizowana przy współudziale wszystkich interesariuszy, niezbędne jest podejmowanie różnych inicjatyw, które będą wpływać na wzrost ich zaangażowania w procesy lokalnego rozwoju. Na zakończenie należy podkreślić, że turystyka realizowana w mniejszej skali i oparta na lokalnych zasobach (walory przyrodnicze i kulturowe, kapitał, ludzi, tradycje) pozwala na wypracowanie zysku porównywalnego (lub nawet większego) z zyskiem z turystyki masowej dzięki pozostawianiu znacznej części zysków w gminie [Murzyn-Kupisz 2010 s. 153]. Osiągnięcie tego celu będzie jednak możliwe dopiero wtedy, gdy zainteresowane strony stworzą sieć współpracy opartą na kreatywności i wzajemnym zaufaniu.

Literatura

- Alejski W., 2016, *Metodyka programowania rozwoju turystyki na szczeblu regionalnym i lokalnym*, http://wtir.awf.krakow.pl/attachments/article/135/met_prog_roz_tur_w_gminach.pdf (28.02.2018).
- Andereck K., Naupane G., 2010, *Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents*, Journal of Travel Research, 50 (3), s. 248-260.
- Badanie świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski*, 2012, Raport TNS Polska dla Ministerstwa Środowiska, Warszawa.
- Beaumont N., Dredge D., 2010, *Local tourism governance: A comparison of three network approaches*, Journal of Sustainable Tourism, vol. 18, no. 1, s. 7-28.
- Borzyszkowski J., 2011, *Rola turystyki kulturowej w życiu społeczno-gospodarczym polskich gmin, powiatów czy województw. Czy jest właściwie eksponowana, czy też nie?* Turystyka Kulturowa, 7, s. 54-62.
- Broński K., 2006, *Rola dziedzictwa kulturowego w rozwoju lokalnym: doświadczenia polskiej doby transformacji (po 1989 r.)*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie, nr 706, s. 7-25.
- Chojnicki Z. 1999. *Podstawy metodologiczne i teoretyczne geografii*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Durasiewicz A., Duranowski W., 2013, *Kapitał społeczny – wybrane aspekty zarządzania i kreacji w skali mikro i mezo*, Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, 23, s. 13-32.
- Głabiński Z., 2008, *Szkolny ruch turystyczno-krajoznawczy jako czynnik kształtowania tożsamości regionalnej na przykładzie województwa zachodniopomorskiego*, Forum Turystyki Regionów, Szczecin.

- Głębiński Z., 2014, *Postrzeżanie obszarów Natura 2000 przez mieszkańców nadmorskich terenów w Polsce w kontekście możliwości rozwoju turystyki*, [w:] Furmańczyk K., Głębiński Z. (red.), *Zintegrowane Zarządzanie Obszarami Przybrzeżnymi w Polsce. T. 5. Turystyka na nadmorskich obszarach Natura 2000 – nauka i praktyka*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, s. 27-45.
- Głębiński Z., 2015, *Projektowane Centrum Nauki i Techniki „Energia” w Karlinie – nowa atrakcja turystyczna na Pomorzu Zachodnim*, Przegląd Zachodniopomorski, nr 4, s. 43-59.
- Głębiński Z., Duda T., 2017, *The local community perception of tourism development. The case study of Gryfino County – Western Pomerania, Poland*, Bulletin of Geography. Socio-economic Series, No. 37, s. 7-23, DOI: <http://dx.doi.org/10.1515/bog-2017-0021>.
- Głębiński Z., Duda T., Szostak D., 2017, *Strategia rozwoju turystyki dla gminy Karlino do 2025 roku*, Urząd Miejski w Karlinie.
- Głębiński Z., Szostak D., 2017, *Partycypacja społeczna jako warunek realizacji zamierzeń strategii rozwoju turystyki*, Ekonomiczne Problemy Turystyki, 3, s. 7-17.
- Głębiński Z., Szostak D., Zalewski T. (red.), 2016, *Strategia rozwoju turystyki na poziomie lokalnym. Przykład powiatu gryfińskiego*, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa.
<http://karlino.pl/> (25.02.2018).
<http://lot.parseta.pl> (1.03.2018).
- Juchacz P.W., 2007, *O potrzebie wykorzystania nowych modeli partycypacji publicznej w aktywizacji obywateli wspólnot samorządowych*, [w:] Buksiński T., Bondyra K., Jakubowski J. (red.), *Demokracja – samorządność – prawo*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, s. 147-162.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005, *Produkt turystyczny*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Kiryłuk H., 2015, *Proekologiczne zachowania i aktywność społeczności lokalnych na obszarach recepcji turystycznej województwa podlaskiego*, Europa Regionum, 24, s. 85-96.
- Kosmaczewska J., 2009, *Kapitał społeczny mieszkańców wsi jako czynnik turystycznego rozwoju obszarów wiejskich*, Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia, 8(4), s. 87-96.
- Leoński J., 2003, *Kilka socjologicznych uwag o świadomości regionalnej mieszkańców Pomorza Zachodniego*, [w:] *Integracja i tożsamość. Zachodniopomorskie w przededniu rozszerzenia Unii Europejskiej*, Materiały I Kongresu Zachodniopomorskiego, Szczecin.
- Lisek-Michalska J., 2013, *Badania fokusowe. Problemy metodologiczne i etyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Maison D., 2010, *Jakościowe metody badań marketingowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Majewska J., 2006, *Wyzwalanie ducha przedsiębiorczości w środowisku społecznym gminy dla rozwoju lokalnego*, Przedsiębiorczość-Edukacja, 2, s. 91-100.
- Meyer B., 2010, *Aktywność samorządu lokalnego jako element potencjału turystycznego na przykładzie wybranych gmin województwa zachodniopomorskiego*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług, nr 52, s. 23-32.
- Murzyn-Kupisz M., 2010, *Wpływ przedsięwzięć związanych z odnową obiektów i miejsc zabytkowych na gospodarkę lokalną i regionalną*, Ochrona Zabytków, 1-4, s. 139-156.
- Nawrocka E., 2015, *Współpraca podmiotów na rzecz kreowania i wzmocnienia wizerunku regionu turystycznego – perspektywa teorii sieci*, Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy, (8), s. 118-130.
- Ochal K., 2014, *Wykorzystanie stron internetowych w promocji lokalnych walorów przyrodniczych na przykładzie miejscowości Międzyzdroje i Rowy*, [w:] Furmańczyk K., Głębiński Z. (red.), *Zintegrowane Zarządzanie Obszarami Przybrzeżnymi w Polsce, t. 5: Turystyka na nadmorskich obszarach Natura 2000 – nauka i praktyka*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, s. 93-101.
- Pałka J., 2017, *Domacyński Przypiśnik Potraw Tradycyjnych*, Agencja Wydawniczo-Reklamowa Joanna Kowalewska, Białogard.
- Raszkowski A., 2012, *Rola wizerunku w odniesieniu do rozwoju społeczno-ekonomicznego miasta*, Studia Miejskie, t. 7, s. 81-89.

- Rembowska K., 2000, *Tożsamość lokalna i regionalna. Region łódzki*, Acta Universitatis Lodzianis. Folia Geographica Socio-Oeconomica, 3, s. 3-9.
- Rybarska-Jarosz D., Barylski L., 2012, *Tożsamość regionalna mieszkańców województwa zachodniopomorskiego. Raport z badań eksploracyjno-diagnostycznych*, Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej, Szczecin.
- Sakson A., 1996, *Procesy integracji i dezintegracji społecznej na Ziemiach Zachodnich i Północnych Polski po 1945 roku*, [w:] Sakson A. (red.), *Pomorze – trudna Ojczyzna?* Instytut Zachodni, Poznań.
- Szczeciński K., 2018, *Historyczna mapa gminy*, Wieści z Karlina, nr 1 (113).
- Szczepański M.S., 1999, *Tożsamość regionalna – w kręgu pojęć podstawowych i metodologii badań*, [w:] Gorzelak G., Szczepański M., Zarycki T. (red.), *Rozwój – region – społeczeństwo*, Europejski Instytut Rozwoju Regionalnego i Lokalnego Uniwersytet Warszawski, Instytut Socjologii, Uniwersytet Śląski, Warszawa – Katowice.
- Szwacka-Mokrzycka J., 2012, *Znaczenie turystyki w strategii rozwoju gminy*, Studia Ekonomiczne i Regionalne, 5(1), s. 28-33.
- Telfer D., 2008, *Zarządzanie turystyką a rozwój*, [w:] Pender L., Sharpley R. (red.), *Zarządzanie turystyką*, PWE, Warszawa, s. 234-249.
- Wieści z Karlina, nr 2 (2018).
- Williams D.R., McDonald C.D., Riden C.M., Uysal M., 1995, *Community attachment, regional identity and resident attitudes toward tourism*, Proceeding of the 26th Annual Travel and Tourism Research Association Conference Proceedings, s. 424-428.
- Wyrzykowski J., 2010, *Potencjał turystyczny w ujęciu geograficznym*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Usług, 52, s. 33-42.
- Zawilińska B., Wilkońska A., Szpara K., 2015, *Miejscowy potencjał turystyczny i zrównoważony rozwój turystyki w opinii i działaniach lokalnych samorządów. Lokalny potencjał a zrównoważony rozwój turystyki w Karpatach*, Centrum UNEP/GRID – Warszawa, Rzeszów – Warszawa.
- Zeinali B., Jafarpour M., Omidi E., Tahmasbi N., Dorangard S., 2015, *Will tourism development improve the quality of life in Hashtpar City? An analysis of local residents' attitudes*, International Journal of Economy, Management and Social Sciences, 4(3), s. 293-300.