

## Artykuły

### Potencjalne destynacje turystyki filmowej w Polsce na podstawie analizy miejsc produkcji filmów i seriali

*Dominik Sikorski*

*dominik.sikorski@uwr.edu.pl*

*ORCID: 0000-0003-2612-3490*

*Justyna Wicher*

*wicherjustyna@gmail.com*

*ORCID: 0000-0003-2281-012X*

*Uniwersytet Wrocławski, Wydział Nauk o Ziemi i Kształtowania Środowiska,  
Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego, Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej*

**Abstrakt:** Artykuł jest próbą określenia potencjału turystycznego produkcji filmowych i serialowych oraz miejsc ich kręcenia w Polsce. Przedstawione badania opierają się na założeniu, że na rozwój turystyki filmowej wpływ ma popularność danej produkcji kinematograficznej mierzona liczbą oddanych głosów i średnią ocen wystawionych przez widzów na popularnych serwisach filmowych Filmweb i IMDb. Przyjęte założenie pozwoliło stworzyć autorski wskaźnik potencjału turystycznego produkcji filmowych i serialowych oraz miejsc ich kręcenia. W analizie uwzględniono 888 dzieł kinematografii kręconych w 2 409 lokacjach w latach 1928-2021. Za pomocą stworzonego wskaźnika potencjału turystycznego określono znaczenie każdego dzieła filmowego i serialowego oraz lokacji ich kręcenia w Polsce. Największym potencjałem turystycznym cechują się międzynarodowe dzieła filmowe kręcone w naszym kraju, które zyskały światowy rozgłos (np. „Lista Schindlera”, „Pianista”) oraz produkcje rodzime mające status kulturowych (np. „Seksmisja”). Wśród lokacji, które pokazywane są w dziełach kinematograficznych największy potencjał turystyczny mają Oświęcim, Łeba i Modlin. Ponadto, przeprowadzone badania wykazały, że pomiędzy rozwojem turystyki filmowej w Polsce, a rozwojem turystyki ogółem występuje pewna zależność.

**Słowa kluczowe:** turystyka filmowa, miejsca kręcenia filmów i seriali, Polska

### Wprowadzenie

Turystyka jest obecnie jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki w Polsce i na świecie [Szopa, Szczerbowski, 2013]. Co roku liczba turystów w naszym kraju i na globie wzrasta (nie licząc okresowych lokalnych, rzadziej globalnych perturbacji wywołanych zazwyczaj czynnikiem zewnętrznym w postaci np. zamachu terrorystycznego, pandemii covid-19 itp.), a dochody generowane z tej formy działalności gospodarczej są coraz większe. Konsekwencją tego dynamicznego przyrostu turystów i towarzyszącemu mu wzrostowi dochodów z turystyki jest rozwój

oraz popularyzacja nowych typów i form turystyki, które wcześniej były nieznane lub niszowe.

Wśród wielu czynników wyboru destynacji turystycznej przez turystę z roku na rok wzrasta znaczenie czynnika kulturowego. Bardzo duże znaczenie w tego rodzaju turystyce ma rozpoznawalność danego miejsca, atrakcji turystycznej w kulturze masowej. Narzędziem, które w ostatnich latach wpływa istotnie na kształt kultury masowej, a tym samym na to, czy dana destynacja zyskuje na popularności stają się produkcje filmowe i serialowe. Na ich bazie pręźnie rozwija się tzw. turystyka filmowa, definiowana jako jeden z rodzajów turystyki kulturowej, polegający na wizytach turystów w miejscu lub atrakcji w wyniku pokazania tego miejsca w telewizji, na wideo, DVD czy na ekranie kinowym [Hudson, Ritchie 2006 za: Kronenberg 2016, s. 17] lub jako ruch turystyczny spowodowany filmem/produkcją filmową [Beeton 2005 za: Tucki 2016, s. 141].

Celem artykułu jest próba określenia potencjału turystycznego produkcji filmowych i serialowych oraz miejsc ich kręcenia w Polsce. Przedstawione badania opierają się na założeniu, że na rozwój turystyki wpływ ma popularność danej produkcji kinematograficznej mierzone liczbą oddanych głosów i średnią ocen wystawionych przez widzów na popularnych serwisach filmowych Filmweb i IMDb. Przyjęte założenie pozwoliło stworzyć autorski wskaźnik potencjału turystycznego produkcji filmowych i serialowych oraz miejsc ich kręcenia. W analizie uwzględniono 888 dzieł kinematografii kręconych w 2 409 lokacjach w latach 1928-2021.

### **Znaczenie turystyki filmowej we współczesnym ruchu turystycznym i w gospodarce**

Do niedawna turystyka filmowa uważana była za niszową gałąź turystyki i współistniała z turystyką militarną, kosmiczną czy nurkową, a obecnie jest jednym z najlepiej rozwijających się rodzajów turystyki kulturowej [Tomala, Faber 2011 za: Ciszewska 2016]. Od lat 70. XX wieku film jest dominującym medium, jeśli chodzi o docieranie do masowej publiczności i znacząco oddziałuje na turystykę, poprzez filmy fikcyjne, jak i nie fikcyjne [Beeton 2006].

Z każdym rokiem turystyka filmowa staje się coraz ważniejszą gałęzią gospodarki, co związane jest z dynamicznym rozwojem kinematografii oraz ze zwiększającym się zasięgiem filmów i popkultury. Zaliczana jest ona do turystyki kulturowej, która stanowiąc najważniejszy segment turystyki, odpowiada za 70% przychodów przemysłu

turystycznego [Jędrzyak 2008 za: Nizioł 2015]. Sama turystyka filmowa, według badań TCI Research [2018], była główną motywacją do podróży dla nie mniej niż 80 mln turystów<sup>1</sup>. Przykładem jej znaczenia w działalności turystycznej może być serial „Narcos”, który według wspomnianej wcześniej agencji odpowiada aż za 1/10 całego ruchu turystycznego w Kolumbii<sup>2</sup>.

W skali globalnej rozwój turystyki filmowej jest konsekwencją rozwoju amerykańskiego przemysłu filmowego. Filmem, który ją zapoczątkował był „Bunt na Bounty” (1935). Wyspa Tahiti, gdzie kręcono ten film, stała się po tym dużą atrakcją turystyczną (Bee 1999 za: Roesch 2009). Jednak dopiero ponad 10 lat później nastąpiło prawdziwe ożywienie podróży tropem filmów, po takich premierach jak „Trzeci człowiek” (1949), „Niagara” (1953), „Złodziej w hotelu” (1955), „Most na rzece Kwai” (1958), „Lawrence z Arabii” (1962) i „Dźwięki muzyki” (1965) [Roesch 2009].

Kraje, które najwięcej czerpią z turystyki filmowej to przede wszystkim Nowa Zelandia za sprawą popularności takich filmów jak m. in. „Władca Pierścieni”, Wielka Brytania poprzez filmy takie jak „Harry Potter”, „Notting Hill” i „Braveheart” [Hudson, Ritchie 2006], czy Chorwacja dzięki serialowi „Gra o tron”. Również Norwegia zyskała nowych turystów po premierze „Krainy Lodu” w 2013 roku, znany jest też przykład Karoliny Północnej, do której turystów przyciągają takie filmy jak „Dirty Dancing” czy „Igrzyska Śmierci” [Szpara, Musz 2016].

W Polsce, miejsca najbardziej kojarzone z turystyką filmową to Sandomierz, gdzie kręcone są zdjęcia do serialu kryminalnego „Ojciec Mateusz”, czy Lubomierz, w którym osadzono część akcji trylogii, na którą składają się filmy „Sami Swoi”, „Nie ma mocnych” oraz „Kochaj albo rzuć” [Szpara, Musz 2016]. Od kilku lat na znaczeniu zyskuje także wieś Jeruzal, która gra Wilkowyje z serialu „Ranczo” [Bernat 2016]. Potencjał rozwoju turystyki filmowej w Polsce jest duży. Polska kinematografia wyraźnie odznacza się na arenie międzynarodowej, dzięki takim postaciom jak: Andrzej Wajda, Roman Polański, Krzysztof Kieślowski, Krzysztof Zanussi, Agnieszka Holland czy Janusz Kamiński. Polska stanowi również tło dla znanych filmów międzynarodowych np. „Pianisty”, „Listy Schindlera” [Stasiak 2009] czy serialu „Wiedźmin”.

---

<sup>1</sup> <https://www.traveldailynews.com/post/80-million-international-travellers-influenced-by-films-worldwide> [dostęp: 21.05.2021]

<sup>2</sup> <https://tci-research.com/narcos/> [dostęp 21.05.2021]

Nie da się precyzyjnie zmierzyć bądź opisać jaki wpływ wywierają filmy na ruch turystyczny. Jest to wręcz niemożliwe [Kronenberg 2016]. Jednakże takie badania są przeprowadzane i mają wymiar szacunkowy, np. Riley, Baker i van Doren (1998), zbadali, na przykładzie dwunastu różnych produkcji, iż pomimo, że szczyt popularności film osiąga zaraz po premierze, w ciągu pięciu najbliższych lat, lokacja, w której powstał, może doświadczyć wzrostu ruchu turystycznego o 54%. Turystyka filmowa jest więc bardzo korzystna ekonomicznie. Hudson i Ritchie [2006] piszą, że jej przyszłość będzie zależeć od pięciu czynników: działalności marketingu terytorialnego, cech potencjalnych destynacji i możliwości dotarcia do nich, specyfiki filmów oraz wysiłków komisji filmowych i władz [Hudson, Ritchie 2006].

Przykładem oddziaływania kinematografii na turystykę w wymiarze ilościowym i ekonomicznym może być np. serial „Gra o tron”, który zwiększył liczbę turystów pobytowych w Dubrowniku o około 5 tys. miesięcznie, czyli średnio o 60 tys. rocznie [Depken, Globan, Kożiń 2020]. W Irlandii Północnej 4 sezony „Gry o tron” przyniosły 80 mln funtów zysku do budżetu państwa, powstało tam także 900 pełnowymiarowych miejsc pracy i 5 700 miejsc na pół etatu. Wiele z tych miejsc pracy to były głównie prace przy produkcji i montażu tego serialu [Addley 2014 za: Hellemans 2014].

Według badań przeprowadzonych w Nowym Meksyku, turystyka filmowa zwiększyła tam liczbę turystów od ok. 1,4% do 6,3%. Jednocześnie wydłużyła się liczba dni pobytu (od 1,2% do 12,4%), co poskutkowało tym, że turyści zostawiają w tym regionie od 132 mln do 950 mln dolarów więcej. Dzięki temu możliwe było utworzenie między 1 450 a 10 400 miejsc pracy i wygenerowanie od 8,4 mln do 60,3 mln dolarów przychodów z podatków [Hellemans 2014]. O sile oddziaływania turystyki filmowej świadczy też fakt, że po premierze „Pola Marzeń” 60 tys. osób przyjechało do Dyersville (Iowa), żeby odwiedzić zbudowany na potrzeby filmu plan zdjęciowy [Riley, Baker, Van Doren 1998].

Szczególne znaczenie turystyka filmowa ma w Wielkiej Brytanii, gdzie istnieje bardzo wiele szlaków i atrakcji turystycznych powiązanych z kinematografią (np. z filmami o Sherlocku Holmesie, Jamsie Bondzie, Harrym Potterze i wielu innych). Według badań przeprowadzonych przez J. Hellemansa [2014] lokacje, które wystąpiły w filmie cechowały się wzrostem natężenia ruchu turystycznego przeciętnie na poziomie nawet o 30%. Zaobserwowano także, że 25% wszystkich brytyjskich turystów, zdecydowało się na wybór destynacji wakacyjnej, przez wgląd na film, książkę lub serial. Uważa się, że filmy kręcone w Wielkiej Brytanii są odpowiedzialne za około

10% turystów zagranicznych, którzy wydają na podróżę około 1,8 mld funtów rocznie. Co przekłada się na wzrost PKB Wielkiej Brytanii o 900 mln funtów w skali roku [Hellemans 2014].

Przykładowo, w 2011 roku 1 na 8 Brytyjczyków odwiedził atrakcję związaną z serialem bądź filmem. Najczęstszą destynacją turystyki filmowej w tym kraju był Highclere Castle związany z powstaniem w tym miejscu serialu „Downton Abbey” [Hellemans 2014]. W 2011 roku zamek odwiedziło 50 tys. osób, czyli o 20 tys. więcej niż w roku 2010, kiedy serial jeszcze nie wyszedł na ekrany telewizorów [Pawlowski 2012 za: Hellemans 2014]. Również według badań organizacji Visit Scotland, od kilku lat można doświadczyć w Szkocji zjawiska zwanego „Outlander effect”. Od rozpoczęcia zdjęć do tego serialu w 2013 roku (premiera w 2014 r.) do 2018 roku ruch turystyczny w miejscach, gdzie kręcono serial, wzrósł średnio o 136%. Największy ruch turystyczny odnotowano w Newhailes House – z ponad 5 tys. odwiedzających w 2017 roku, liczba turystów wzrosła do ponad 68 tys. w 2018 roku, czyli 11-krotnie<sup>3</sup>.

Poniżej podano przykładowe korzyści płynące z rozwoju turystyki filmowej związanej z uzyskaniem popularności przez dane dzieło filmowe (Tab. 1). Widać z nich wyraźną korelację pomiędzy rozpoznawalnością (popularnością) danego dzieła filmowego a jego sukcesem w dziedzinie turystyki.

Tab. 1. Korzyści płynące z turystyki filmowej dla wybranych destynacji

Film lub serial	Lokacja	Wpływ na liczbę turystów lub zyski
Alicja w Krainie Czarów (2010)	Antony House, Anglia	5,5% więcej turystów w 2010 roku; 7% więcej turystów międzynarodowych w 2010 roku
Wallander (2005-2013)	Ystad, Szwecja	wzrost liczby pracowników sektora turystycznego na pełen etat (z 338 do 560) w 2011 roku; przychód z sektora turystycznego wzrósł w 2011 roku z 56 mln euro do 83 mln euro
Braveheart. Waleczne Serce (1995)	Wallace Monument, Szkocja	300% więcej turystów w rok po premierze, z 40 tys. do 126 tys. w 2009 roku
Heartbeat (1992-2010)	Goathland, North Yorkshire, Anglia	przed serialem 200 tys. odwiedzających rocznie, obecnie 1,5 mln
Uwolnienie (1972)	Rayburn County, Georgia	20 tys. turystów filmowych rocznie, przychody z tego tytułu od 2 do 3 mln \$
Taniec z Wilkami	Fort Hayens, Kansas	25% wzrostu (wcześniej przez 4 lata

<sup>3</sup> <https://www.visitscotland.org/binaries/content/assets/dot-org/pdf/research-papers/outlander-effect-2019-updated.pdf> [dostęp: 14.06.2021]

(1990)		liczba turystów co roku rosła o 7%)
Bliskie Spotkanie Trzeciego Stopnia (1977)	Devils Tower, Wyoming	75% wzrostu w 1975 roku, od tamtego czasu 20% turystów to turyści filmowi
Thelma i Louise (1991)	Arches National Monument in Moab, Utah	19,1% wzrostu w 1991 roku
Pole Marzeń (1989)	Iowa	35 tys. odwiedzających w 1991 roku, od tamtego czasu coroczny wzrost
Dallas (1978-1991)	Southfork Ranch, Dallas	500 tys. odwiedzających rocznie
Władca Pierścieni (2001-2003)	Nowa Zelandia	10% wzrostu co roku między 1998 i 2003, 41 mln \$ oszczędności na promocji
Stalowe Magnolie (1989)	Louisiana	48% wzrostu w rok po premierze
Ostatni Mohikanin (1992)	Chimney Rock Park, Karolina Północna	25% wzrostu w rok po premierze
Ścigany (1993)	Dillsboro, Karolina Północna	11% wzrostu w rok po premierze
Małe Kobiетки (1994)	Orchard House, Concord, Massachussets	65% wzrostu w rok po premierze
Bill z Durham (1988)	Durham, Karolina Północna	25% wzrostu w rok po premierze
Harry Potter (2001-2011)	Wielka Brytania	co najmniej 50% wzrostu we wszystkich filmowych lokacjach
Mission: Impossible 2 (2000)	Park Narodowy w Sidney	200% wzrostu w 2000 roku
Goryle we Mgle (1988)	Rwanda	20% wzrostu w 1998 roku
Krokodyl Dundee (1986)	Australia	20,5% wzrostu liczby amerykańskich turystów w latach 1981-1988
Niebiańska Plaża (2000)	Tajlandia	25,7% wzrostu wśród turystów zagranicznych w rok po premierze 22% wzrostu na rynku młodzieżowym w roku 2000
Wszystkie Zwierzęta Duże i Małe (1978-1990)	Yourkshire Dales	Zysk w postaci 5 mln funtów
To the Manor Born (1979-1981)	Cricket St Thomas, Leisure Club, Anglia	37% wzrostu między 1978 a 1980 rokiem
Miasteczko Middlemarch (1994)	Stamford, Lincolnshire, Anglia	27% wzrostu w 1994 roku
Cztery Wesela i Pogrzeb (1994)	The Crown Hotel, Amersham, Anglia	W pełni zaboookowany na co najmniej 3 lata
Jej Wysokość Pani Brown (1997)	Osborne House, Isle of Wight, Wielka Brytania	25% wzrostu
Notting Hill (1999)	Kenwwood House, Anglia	10% wzrostu w miesiąc
Szeregowiec Ryan (1998)	Normandia, Francja	40% wzrostu liczby amerykańskich turystów
Rozważna i Romantyczna (1995)	Saltram House, Anglia	39% wzrostu

Zdrówko! (1982-1993)	Boston	7 mln \$ oszczędności na promocjach co roku
Policjanci z Miami (1984-1990)	Miami	150% wzrostu w liczbie niemieckich turystów w latach 1985-1988
Forrest Gump (1994)	Savannah, Georgia	7% wzrostu
Troja (2004)	Canakkale, Turcja	73% wzrostu
Kapitan Corelli (2001)	Kefalinia, Grecja	50% wzrostu w ciągu 3 lat
Igrzyska Śmierci (2012-2015)	Hunger Games Fan Tours, Karolina Północna	30% wzrostu między 2011 a 2012 rokiem
Dirty Dancing (1987)	Karolina Północna	25% wzrostu
Ostatni Samuraj i Między Słowami (2003)	Japonia	28% wzrostu liczby brytyjskich turystów
Bezdroże (2004)	Kalifornia	42% wzrostu wśród brytyjskich turystów
Narcos (2015-2017)	Kolumbia	10% ogółu turystów przybywa tam z powodu serialu
Outlander (2014-)	Szkocja	136% wzrostu w porównaniu do czasu przed premierą serialu
Gra o tron (2011-2019)	Dubrovnik	60 tys. turystów pobytowych rocznie więcej (5 tys. miesięcznie)

Źródło: opracowanie własne na podstawie Hudson i Ritchie (2006), Nizioł (2009), Månsson i Eskilsson (2013), Nizioł (2015), Żemła, Zawadzki (2014), TCI Resaearch (2008), Visit Scotland (2019), Siriangkul (2005), Depken, Globan, Kozic (2020) i inni.

Turyści, którzy podejmują decyzję o wyjeździe do destynacji związanych z miejscem kręcenia jakiegoś filmu lub serialu to zazwyczaj osoby młode, i jako turyści filmowi, stanowią od 1% do 10% turystów w wielu destynacjach. Najchętniej tropem filmów podróżują Rosjanie, Brazylijczycy, Hindusi i Chińczycy [Nizioł 2015]. Ciężko jednak określić jaki dokładnie wpływ na turystykę w regionie mają produkcje filmowe. Trudno jest oszacować, na ile to film wpłynął na decyzję turystów o podróży do danego miejsca, a na ile inne czynniki [Bieńkowska-Gołasa 2018]. W przypadku wielu lokacji niełatwo jest zmierzyć liczbę turystów, ponieważ wcześniej to nawet nie były atrakcje turystyczne [Hellemans 2014].

Jedno jest pewne, że to właśnie bardzo często dany film lub serial i jego popularność zapoczątkowały rozwój turystyki w wybranych lokacjach. Poprzez nakręcenie filmu do danego miejsca zaczęli przybywać turyści filmowi, a następnie, kiedy powstała tam odpowiednia infrastruktura i „moda” na to miejsce, dalsze przyjazdy, odbywały się nie ze względu na film, ale dlatego, że lokacja stała się z różnych względów popularna. Przykładowo, jak pisze A. Nizioł [2015] w Polsce na „modę” na wakacje w Chorwacji swój udział miały kręcone tam sceny do serialu „Winnetou”, a w ostatnich latach do serialu „Gra o tron”.

Jeśli chodzi o Polskę, pierwszym filmem, który zapoczątkował turystykę filmową, i który, co więcej, został stworzony właśnie do tego celu, był film „Zadzwońcie do mojej żony” z 1958 roku. Była to kooperacja polsko-czeska i miała na celu wypromowanie turystyki w powojennej Polsce. Chodziło o przedstawienie Polski jako atrakcyjnej turystycznie, a nie zniszczonej po wojnie [Ciszewska 2017]. Ogólnie jednak rzecz ujmując, turystyka filmowa w Polsce jest we wczesnej fazie rozwoju [Bernat 2016]. Produktów turystycznych związanych z turystyką filmową jest stosunkowo niewiele – pierwszy skansen filmowy powstał dopiero w 1999 roku (Soplicowo w Cichowie), a pierwszy przewodnik po Polsce śladami filmu w 2010 roku [Szymański 2010, Bernat 2016]. Najpopularniejsze plenery filmowe to Warszawa, Kraków, Łódź, a wśród mniejszych miast: Piotrków Trybunalski czy Wałbrzych [Bernat 2016]. Z kolei miejsca kojarzone faktycznie z turystyką filmową to Sandomierz (za sprawą serialu „Ojciec Mateusz”) oraz Lubomierz (za sprawą filmu „Sami Swoi” i jego kontynuacji) [Szpara, Musz 2016]. W ciągu ostatnich kilkunastu lat na znaczeniu zyskała także wieś Jeruzal, stanowiąca tło do serialu „Ranczo” [Bernat 2016].

### **Metody i źródła pracy**

W celu przeprowadzenia analizy ilościowej i przestrzennej potencjalnych miejsc rozwoju i destynacji turystyki filmowej w Polsce stworzono autorską bazę danych w oparciu o dane dostępne z portalu Filmweb w Polsce oraz IMDb na świecie (dwóch największych serwisów internetowych o kinematografii). Z ich zasobów uzyskano informację na temat:

- daty produkcji filmu/serialu,
- liczby ocen wystawionych przez widzów danej produkcji filmowej lub serialowej,
- średniej ocen wystawionych przez widzów danej produkcji filmowej lub serialowej,
- miejsca/miejsc kręcenia produkcji filmu/serialu uzupełnionych przez inne źródła internetowe<sup>4</sup>.

W ten sposób powstała baza filmów oraz seriali krajowych i międzynarodowych kręconych w Polsce w latach 1928-2021 (wiosna). Zestawienie te zawiera łącznie 888 tytułów produkcji filmów i seriali kręconych w 2 409 powtarzalnych destynacjach

---

<sup>4</sup> W przypadku braku informacji na temat miejsca kręcenia danej produkcji w serwisie Filmweb lub IMDb informacji szukano na innych portalach filmowych lub stronach stworzonych przez fanów danego dzieła.



(jedna produkcja mogła być kręcona w kilku miejscach). Przy tworzeniu bazy przyjęto założenie, że ma ona zawierać jak najszersze spektrum produkcji filmowych, od kinowych i telewizyjnych, poprzez dzieła wyprodukowane dla platform streamingowych, a kończąc na produkcjach niezależnych i tytułach nagradzanych. Żeby dana produkcja filmowa lub serialowa została uwzględniona w badaniach musiała znaleźć się zarówno w wykazie produkcji kinematograficznych w Filmweb, jak i w IMDb.

W celu określenia potencjału turystycznego konkretnych miejsc kręcenia oraz samych produkcji kinematografii w Polsce stworzono autorski wskaźnik potencjału turystycznego ( $PTF_i$ ) bazujący na liczbie ocen wystawionych przez widzów i ich średnią umieszczoną na badanych portalach filmowych: Filmweb i IMDb. Przy jego tworzeniu założono, że nie da się jednoznacznie stwierdzić, czy w turystyce filmowej ważniejsze jest samo dzieło filmowe lub serialowe, czy też miejsce jego powstania w kreowaniu natężenia ruchu turystycznego. W związku z tym wskaźnik ten jest jednolity zarówno dla oceny potencjału turystycznego danego dzieła kinematografii, jak i dla miejsca powstania danego filmu lub serialu.

Stworzony wskaźnik potencjału turystycznego ( $PTF_i$ ) to wartość średnia iloczynu potencjału turystycznego autorskich punktów rankingowych danego miejsca kręcenia lub dzieła kinematografii obliczonego na podstawie danych z portalu Filmweb ( $IPf_i$ ) oraz IMDb ( $IPi_i$ ). Obliczanie punktów rankingowych dla miejsca kręcenia lub filmu i serialu polega na wyliczeniu iloczynu:

- wartości średniej oceny danego filmu lub serialu ( $\overline{of}_i$  lub  $\overline{oi}_i$ ) zwiększony 100 razy, przez
- wartość punktów rankingowe związane z liczbą ocen danego dzieła filmowego lub serialowego w stosunku proporcjonalnym do dzieła kinematografii najlepiej ocenianego w danym serwerze filmowym ( $PRfo_i$ ) lub ( $PRio_i$ ).

$$PTF_i = (IPf_i \times IPi_i) = \left( \left( \overline{of}_i \times 100 \right) \times PRfo_i \right) \times \left( \left( \overline{oi}_i \times 100 \right) \times PRio_i \right)$$

gdzie:

$PTF_i$  – to potencjał turystyczny miejsca kręcenia lub danej produkcji filmowej albo serialowej,

$IPf_i$  – wartość potencjału turystycznego wg danych serwisu Filmweb  $i$  – tego miejsca kręcenia lub produkcji filmowej albo serialowej,

$IPi_i$  – wartość iloczynu wg danych serwisu IMDb  $i$  – tego miejsca kręcenia lub produkcji filmowej albo serialowej,

$\overline{of}_i$  – średnia ocen  $i$  – tego miejsca kręcenia lub produkcji filmowej albo serialowej na portalu Filmweb,

$PRfo_i$  – punkty rankingowe związane z liczbą ocen  $i$  – tego miejsca kręcenia lub produkcji filmowej albo serialowej na portalu Filmweb w stosunku do miejsca kręcenia lub produkcji filmowej najlepiej ocenianej,

$\overline{oi}_i$  – średnia ocen  $i$  – tego miejsca kręcenia lub produkcji filmowej albo serialowej na portalu IMDb,

$PRio_i$  – punkty rankingowe związane z liczbą ocen  $i$  – tego miejsca kręcenia lub produkcji filmowej albo serialowej na portalu IMDb w stosunku do miejsca kręcenia lub produkcji filmowej najlepiej ocenianej.

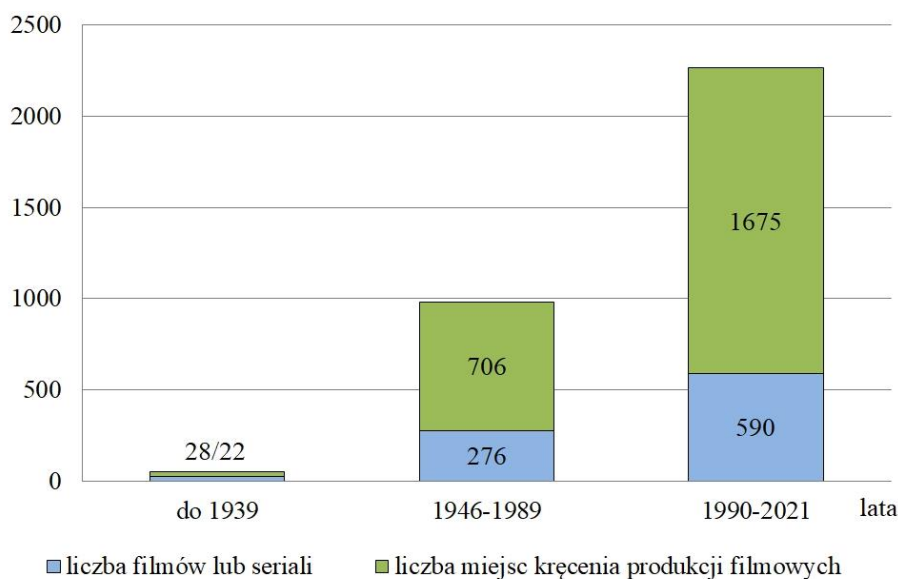
Przyjęta metoda pozwoliła na wskazanie nie tylko konkretnych produkcji filmowych lub serialowych, które mogą przyczynić się do wzrostu natężenia ruchu turystycznego, ale także do wyznaczenia ogólnie miejsc (miejscowości), gdzie tego rodzaju turystyka może się rozwijać w przyszłości. Założeniem tej metody jest wspomniana już teza, że popularność turystyczna danego miejsca w turystyce filmowej związana jest zarówno z samym dziełem kinematografii, jak i miejscem jego kręcenia.

Zaprezentowane powyżej założenie stanowi jednocześnie pewnego rodzaju ograniczenie w stosowanej metodyce badań. Należy zwrócić uwagę, że zaproponowany wskaźnik potencjału filmowego ( $PTF_i$ ) bardziej bazuje na popularności danej produkcji filmowej lub serialowej niż na rzeczywistym potencjale turystycznym destynacji związanych z tymi produkcjami. Potencjał turystyczny takich destynacji związany jest nie tylko z samą ich popularnością, ale też np. z dostępnością miejsca, zagospodarowaniem czy chwilową modą na dane miejsce. Jednak z uwagi na zakres przestrzenny badań (cały kraj) oraz przede wszystkim dostępność do danych w niniejszym opracowaniu zdecydowano się badany i skonstruowany wskaźnik oprzeć tylko na jednym jego elemencie składowym.

## Wyniki

### *Krótką charakterystyką danych na temat miejsc kręcenia oraz samych produkcji filmowych i serialowych*

Najstarszym filmem polskim uwzględnionym w badanych portalach internetowych był film pt. „Pan Tadeusz” z 1928 roku, który był kręcony w Radziejowicach. Ogólnie w badanych źródłach było tylko 22 polskich produkcji kinematograficznych kręconych w 28 miejscach w okresie międzywojennym (do 1945 roku). Po II wojnie światowej pierwszą produkcją filmową w Polsce był film pt. „Zakazane piosenki” kręcony w Łodzi i Warszawie. W okresie Polski Ludowej powstało łącznie 276 filmów lub seriali kręconych w 706 lokacjach. Od lat 90-tych XX w. widoczny jest rozkwit kinematografii polskiej. W III Rzeczypospolitej Polskiej do wiosny 2021 roku powstało dodatkowo 590 produkcji filmowych lub serialowych w 1675 lokacjach (ryc. 1). Łącznie w latach 1928-2021 powstało 888 tytułów produkcji filmów i seriali ocenianych przez widzów na portalach filmowych, a które nakręcone były w 2 409 destynacjach.

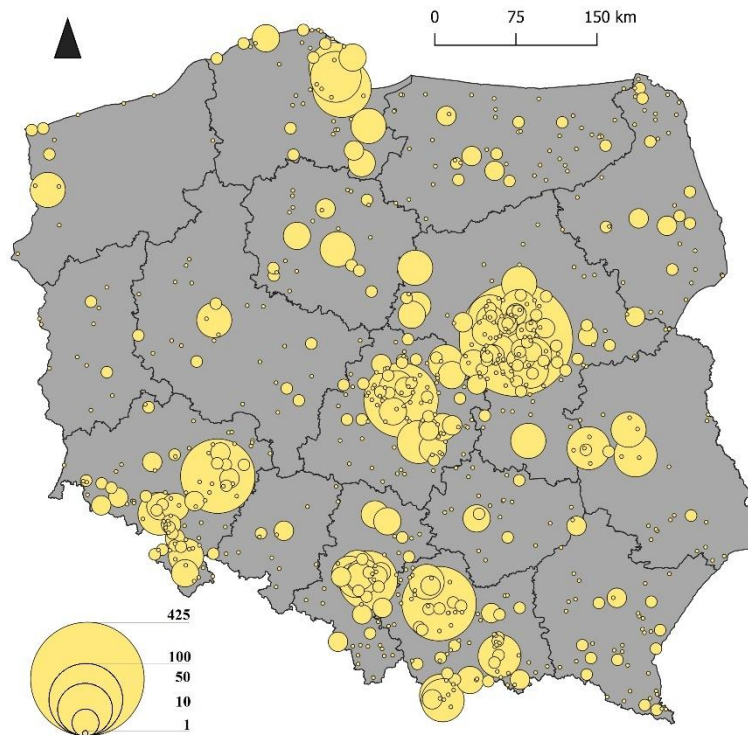


Ryc. 1. Liczba wyprodukowanych filmów lub seriali oraz liczba miejsc ich kręcenia w Polsce w okresie międzywojennym, w latach 1946-1989 i 1990-2021

Źródło: Opracowanie własne na podstawie portali Filmweb i IMDb

W rozmieszczeniu przestrzennym miejsc kręcenia filmów i seriali w Polsce widać pewnego rodzaju prawidłowość przestrzenno-historyczną. W początkowych latach (do ok. lat 70-tych XX w.) produkcje filmowe były kręcone głównie w dużych ośrodkach miejskich i w ich najbliższym zapleczu (np. Warszawa, Łódź, Wrocław, Kraków,

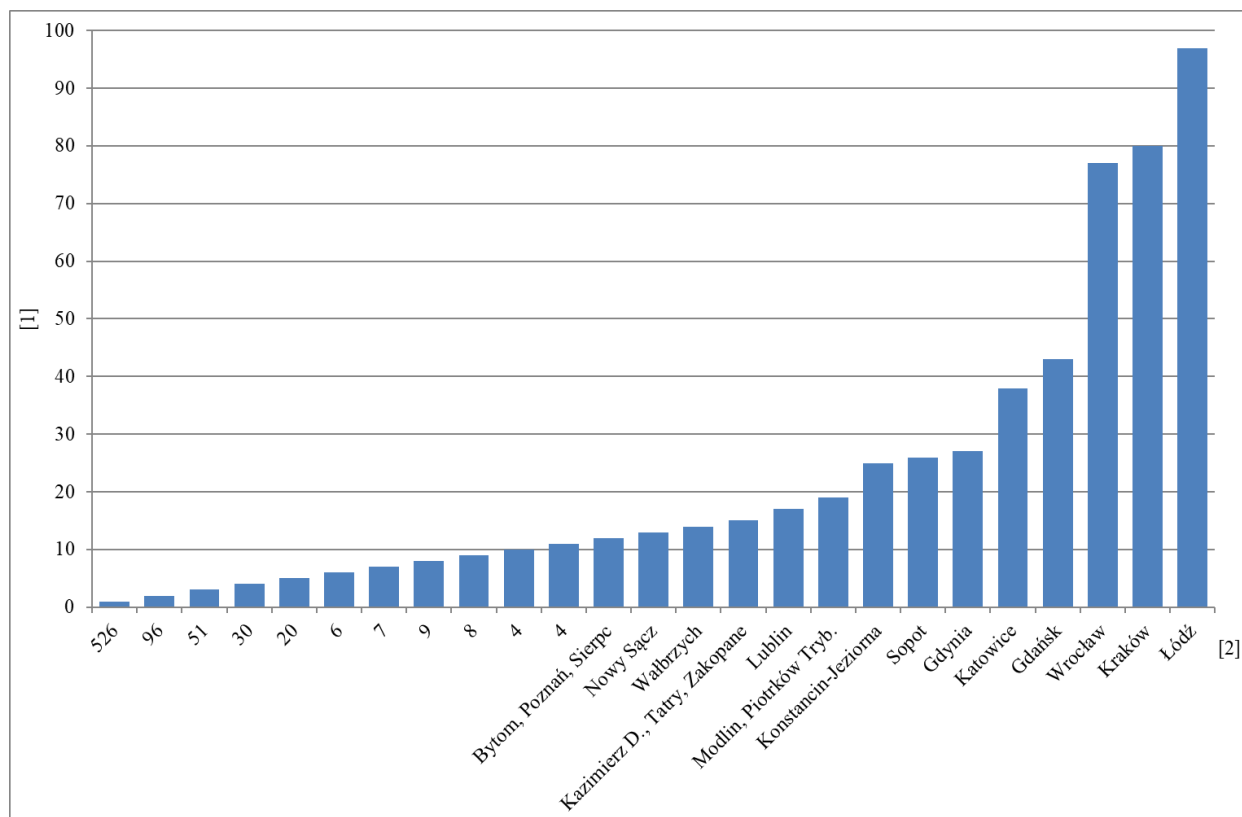
Trójmiasto) (ryc. 2), a następnie lokalizacje plenerów zdjęciowych uległy stopniowemu rozproszeniu. Obecnie można zauważyć kilka ośrodków koncentracji kręcenia filmów i seriali w Polsce, do których zaliczymy m. in.: Warszawę (425 filmów) i okolice, Łódź (97) i okolice, Trójmiasto (Gdańsk (43), Gdynia (27), Sopot (26)), Małopolskę ze szczególnym znaczeniem Krakowa (80), Nowego Sącza (17), Zakopanego (15) i Tatr (15), Dolny Śląsk z dużą rolą Wrocławia (77) i Wałbrzycha (14), Katowic (38) i okolic oraz Lublina (17). Liczba filmów lub seriali kręconych w danej destynacji zależy jest także od zaplecza filmowego w postaci szkół i uczelni filmowych np. zwiększona liczba produkcji kinematograficznych w Warszawie i Łodzi wynika zapewne z obecności uczelni filmowych w tych miastach.



Ryc. 2. Liczba oraz rozmieszczenie miejsc kręcenia filmów i seriali w Polsce do 1945 (A.), do 1989 r. (B.) i do wiosny 2021 roku (C.) (kartodiagram punktowy sumaryczny)  
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie portali Filmweb i IMDb

Jedna produkcja kinematograficzna w Polsce powstała przeciętnie początkowo w 1,27 destynacjach do 1939 r., w 2,56 w latach 1946-1989 oraz w 2,84 w czasach współczesnych. Unikatowych destynacji, których powstawały dzieła kinematografii polskiej było 785. Wśród konkretnych destynacji największą popularnością cieszyła się stolica kraju – Warszawa, gdzie łącznie kręcono sceny do 425 produkcji filmowych lub serialowych. Dużą popularnością dla produkcji filmowych lub serialowych cieszyły się także takie miasta jak: Łódź (97), Kraków (80), Wrocław (77), Gdańsk (43) i Katowice

(38). Zdecydowana większość produkcji filmowych lub serialowych powstała w jednorazowych lokacjach. Takich miejsc produkcji było łącznie 526 (ryc. 3).



[1] – liczba filmów, [2] – nazwa lub liczba miejscowości

Ryc. 3. Histogram częstości występowania miejscowości jako tła filmowego (bez Warszawy)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie portali Filmweb i IMDb

### Potencjał turystyczny produkcji filmowych lub serialowych

Polskie produkcje filmowe i serialowe zostały łącznie ocenione ponad 96,0 mln razy na serwisie filmowym Filmweb. Według tej platformy największą popularnością, a tym samym najwyższym potencjałem turystycznym cieszy się film pt. „Seksmisja”, który oceniło na tym serwisie blisko 650 tys. widzów przyznając mu średnią ocen 7,8/10. Także ogromną popularnością cieszą się takie produkcje filmowe jak: „Pianista” (blisko 600 tys. ocen; 8,3/10) oraz „Dzień świra” (ponad 600 tys. ocen; 7,8/100). Średnio produkcja filmowa lub serialowa na tym portalu została oceniona na 6,56/10 (mediana: 6,8) przez przeciętnie 33 914 widzów na każdy film lub serial (mediana: 11 251). Wartość badanego wskaźnika potencjału turystycznego na tym portalu filmowym wynosiła średnio 357,9 pkt. (mediana: 111,6) (tab. 2).

Tabela 2. Potencjał turystyczny TOP 10 produkcji filmowych lub serialowych wg serwisu Filmweb

Lp.	Tytuł filmu lub serialu	Rok produkcji	$\overline{of}_i$	$\overline{of}_i \times 100$	Liczba ocen	$PRfo_i$	$IPf_i$
1.	Seksmisja	1983	7,8	78	646 996	100,0	7800,0
2.	Pianista	2002	8,3	83	585 825	90,5	7515,3
3.	Dzień świra	2002	7,8	78	603 886	93,3	7280,3
4.	Kiler	1997	7,7	77	441 632	68,3	5255,9
5.	Chłopaki nie płaczą	2000	7,8	78	416 166	64,3	5017,2
6.	Lista Schindlera	1993	8,4	84	356 995	55,2	4634,9
7.	Bogowie	2014	8,0	80	337 518	52,2	4173,4
8.	Miś	1980	7,8	78	330 362	51,1	3982,8
9.	Jak rozpętałem II wojnę światową	1969	7,9	79	270 484	41,8	3302,7
10.	Sami swoi	1967	7,8	78	256 473	39,6	3092,0
Polska	średnia: mediana:	-	6,6 6,8	65,6 68	107 966 15 990	5,2 1,7	357,9 111,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z serwisu Filmweb.

W międzynarodowym serwisie filmowym IMDb produkcje polskiej kinematografii z oczywistych względów cieszą się mniejszym zainteresowaniem niż na krajowym serwisie Filmweb. Polskie filmy i seriale zostały tutaj ocenione przez ponad 15,8 mln użytkowników. Na IMDb zdecydowanym liderem wśród liczby ocen, a także wartości przyjętego wskaźnika potencjału turystycznego, cechują się produkcje międzynarodowe powstałe w naszym kraju. Na pierwszym miejscu znalazł się film pt. „Lista Schindlera”, który został oceniony przez ponad 1,2 mln użytkowników z notą przeciętną wynoszącą 8,9/10. Także w serwisie tym mocno zaznacza się film „Pianista”, którego oceniono blisko 750 tys. razy na przeciętną ocenę 8,5/10. Średnio produkcja filmowa lub serialowa na tym portalu została oceniona na 6,14/10 (mediana: 6,4) przez przeciętnie 5 220 widzów na każdy film lub serial (mediana: 352). Wartość badanego wskaźnika potencjału turystycznego na tym portalu filmowym wynosiła średnio tylko 33,1 pkt. (mediana: 1,6) (tab. 3).

Tabela 3. Potencjał turystyczny TOP 10 produkcji filmowych lub serialowych wg serwisu IMDb

Lp.	Tytuł filmu lub serialu	Rok produkcji	$\overline{oi}_i$	$\overline{oi}_i \times 100$	Liczba ocen	$PRio_i$	$IPi_i$
1.	Lista Schindlera	1993	8,9	89	1 232 952	100,0	8900,0
2.	Pianista	2002	8,5	85	745 934	60,5	5142,5
3.	Wiedźmin	2019	8,2	82	313 316	25,4	2083,8
4.	Most Szpiegów	2015	7,6	76	292 084	23,7	1800,4
5.	Wróg numer jeden	2012	7,4	74	276 309	22,4	1658,4
6.	Lektor	2008	7,6	76	232 382	18,8	1432,4
7.	Opowieści z Narnii: Książę Kaspian	2008	6,5	65	197 010	16,0	1038,6
8.	Trzy kolory: Biały	1994	7,6	76	66 031	5,4	407,0
9.	Ida	2013	7,4	74	54 226	4,4	325,5
10.	Zimna Wojna	2018	7,6	76	50 599	4,1	311,9
Polska	średnia:	-	6,1	61,4	17 839	0,4	33,1
	mediana:	-	6,4	64	430	0,03	1,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z serwisu IMDb

Rozpatrując łącznie dane pochodzące z serwisów Filmweb i IMDb okazuje się, że przeciętnie produkcja filmowa i serialowa w Polsce posiada potencjał turystyczny na poziomie 195,5 pkt. (mediana: 58,7). Najbardziej znanymi, a tym samym mogącym mieć największy potencjał turystyczny są filmy międzynarodowe kręcone w Polsce, takie jak: „Lista Schindlera” (6767,4) oraz „Pianista” (6328,9). Wśród filmów krajowych największy potencjał turystyczny ma film „Seksmisja” (3938,2) oraz „Dzień świra” (3671,1) (tab. 4).

Tabela 4. Średni potencjał turystyczny TOP 10 produkcji filmowych lub serialowych wg serwisu Filmweb i IMDb

Lp.	Tytuł filmu lub serialu	Rok produkcji	$IPf_i$	$IPi_i$	$PTF_i$
1.	Lista Schindlera	1993	4634,9	8900,0	6767,4
2.	Pianista	2002	7515,5	5142,5	6328,9
3.	Seksmisja	1983	7800,0	76,3	3938,2
4.	Dzień świra	2002	7280,3	61,8	3671,1
5.	Kiler	1997	5255,9	38,8	2647,4
6.	Chłopaki nie płaczą	2000	5017,2	35,9	2526,6
7.	Bogowie	2014	4173,4	39,8	2106,6
8.	Miś	1980	3982,8	37,0	2009,9
9.	Wiedźmin	2019	1757,6	2083,8	1920,7
10.	Lektor	2008	2376,6	1432,4	1904,5
Polska	średnia:	-	357,9	33,1	195,5
	mediana:	-	111,6	1,6	58,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z serwisu Filmweb i IMDb

### Potencjał turystyczny miejsc kręcenia produkcji filmowych lub serialowych

W Polsce miejsc, gdzie powstało 5 lub więcej dzieł kinematografii jest 78 (9,9% ogółu unikatowym lokacji). W tych miejscach kręcono sceny łącznie do aż 1 416 produkcji filmowych lub serialowych (59,3% ogółu powtarzalnych lokacji). Przeciętnie w najpopularniejszych miejscach kręcenia badanych dzieł powstawało ich ponad 18,2 (mediana: 8).

Miejsca, gdzie nakręcono min. 5 lub więcej dzieł kinematografii polskiej oceniono łącznie ponad 53,8 mln razy (co stanowiło 56,1% wszystkich ocen), na serwisie filmowym Filmweb. Według badanego wskaźnika potencjału turystycznego największe prawdopodobieństwo osiągnięcia sukcesu turystycznego rokuje kręcenie zdjęć w takich miejscowościach jak: Łeba, Modlin i Góra Kalwaria. W Łebie, gdzie nakręcono łącznie 7 filmów i seriali (np. „Seksmisję”) przeciętnie każdy z nich został oceniony przez widzów na 6,0/10, a każda produkcja tu kręcona przeciętnie dostała ponad 106 tys. ocen. Także filmy i seriale kręcone m. in. w Modlinie (np. „Killer”, „Miasto `44”, „Pan Tadeusz”, „Czas honoru”) i na Górze Kalwarii (np. „Katyń”, „Drogówka”) cieszyły się wysoką i liczną oceną widzów (tab. 5).

Tabela 5. Potencjał turystyczny TOP 10 miejsc kręcenia produkcji filmowych lub serialowych, gdzie powstało 5 lub więcej dzieł wg serwisu Filmweb

Lp.	Miejsce kręcenia produkcji	Liczba produkcji	$\overline{of}_i$	$\overline{of}_i \times 100$	średnia liczba ocen	$PRfo_i$	$IPf_i$
1.	Łeba	7	6,0	60,0	106 330	16,4	1225,2
2.	Modlin	19	6,7	67,3	92 026	14,2	1032,7
3.	Góra Kalwaria	10	7,0	69,7	94 634	14,6	1014,1
4.	Oświęcim	5	7,5	75,2	74 317	11,5	960,3
5.	Kampinoski PN	7	6,8	68,4	85 960	13,3	930,7
6.	Zielonka	5	5,7	57,0	92 196	14,2	897,7
7.	Jezioro Zegrzyńskie	5	7,3	72,6	71 264	11,0	840,5
8.	Piaseczno	5	6,4	64,2	67 122	10,4	705,9
9.	Lublin	17	6,6	65,7	61 906	9,6	672,0
10.	Tomaszów Mazowiecki	16	6,8	67,7	60 670	9,4	668,9
78. Polska	średnia: mediana:	1416	6,6 6,7	65,7 66,7	35 941 29 815	5,6 4,6	383,0 315,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z serwisu Filmweb

Na serwisie IMDb miejsca, które najczęściej były związane z produkcją filmową oceniano blisko 6,6 mln razy, co stanowiło 41,6% wszystkich głosów oddanych na dzieła kinematografii polskiej. Według tego międzynarodowego serwisu filmowego filmy



kręcone w Oświęcimiu cieszyły się zdecydowanie największą popularnością (średnio filmy tu kręcone były oceniane przez blisko 250 tys. widzów) i najlepszą średnią ocen (7,3/10). Niewątpliwie wpływ na to, że Oświęcim posiada największy potencjał turystyczny miał fakt, że w tym mieście kręcono m. in. „Życie za życie. Maksymilian Kolbe” (1991) i „Listę Schindlera” (1993) (tab. 6).

Tabela 6. Potencjał turystyczny TOP 10 miejsc kręcenia produkcji filmowych lub serialowych, gdzie powstało 5 lub więcej dzieł wg serwisu IMDb

Lp.	Miejsce kręcenia produkcji	Liczba produkcji	$\overline{of}_i$	$\overline{of}_i \times 100$	średnia liczba ocen	$PRfo_i$	$IPf_i$
1.	Oświęcim	5	7,3	73,4	247 006	20,0	1782,4
2.	Zamek Dunajec w Niedzicy	8	6,6	65,9	39391	3,2	261,6
3.	Kraków	80	6,5	65,1	17150	1,4	121,4
4.	Lublin	17	6,4	63,5	15204	1,2	92,7
5.	Pabianice	7	6,9	68,9	8706	0,7	52,1
6.	Gdańsk	43	6,3	62,9	8224	0,7	49,2
7.	Wrocław	77	6,2	61,9	5481	0,4	33,2
8.	Zgierz	11	6,8	68,4	5506	0,4	33,1
9.	Zielonka	5	5,5	55,2	4658	0,4	25,1
10.	Tomaszów Mazowiecki	6	6,8	68,0	3585	0,3	20,7
78. Polska	średnia: mediana:	1416	6,2 6,3	62,1 63,2	5 660 1 177	0,5 0,1	37,8 6,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z serwisu IMDb

Analizując potencjał turystyczny miejsca kręcenia produkcji filmowych lub serialowych w Polsce na podstawie danych pochodzących z dwóch badanych serwisów filmowych widać duży potencjał turystyczny przede wszystkim Oświęcimia (ponad 1370 pkt.), Łeby (blisko 620), Modlina (ponad 520) i Góry Kalwarii (blisko 520) (tab. 7).

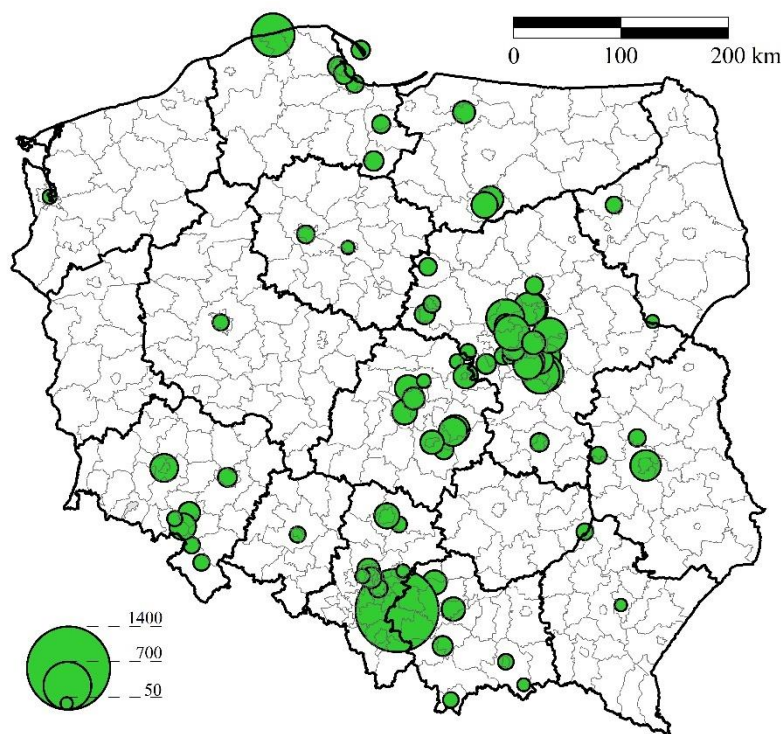
Tabela 7. Średni potencjał turystyczny TOP 10 miejsc kręcenia produkcji filmowych lub serialowych gdzie powstało 5 lub więcej dzieł wg serwisu Filmweb i IMDb

Lp.	Miejsce kręcenia produkcji	Liczba produkcji	$IPf_i$	$IPi_i$	$PTF_i$
1.	Oświęcim	5	960,3	1782,4	1371,4
2.	Łeba	7	1225,2	12,6	618,9
3.	Modlin	19	1032,7	11,9	522,3
4.	Góra Kalwaria	10	1014,1	18,6	516,3
5.	Kampinoski PN	7	930,7	13,8	472,2
6.	Zielonka	5	897,7	25,1	461,4
7.	Jeziro Zegrzyńskie	5	840,5	9,1	424,8

8.	Lublin	17	672,0	92,7	382,4
9.	Piaseczno	5	705,9	7,6	356,8
10.	Tomaszów Mazowiecki	6	668,9	20,7	344,8
78. Polska	średnia: mediana:	1416	383,0 315,7	37,8 6,6	210,4 165,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z serwisu Filmweb i IMDb

W rozmieszczeniu przestrzennym lokacji, gdzie powstało 5 lub więcej dzieł kinematografii polskiej zauważalne są pewne prawidłowości. Miejscowości, które mogą mieć największy potencjał turystyczny w związku z rozwojem turystyki filmowej są skoncentrowane głównie: na Mazowszu (Warszawa i okolice), w Małopolsce (Oświęcim, Kraków, Nowy Sącz, Zakopane), na Dolnym Śląsku (Wrocław, Wałbrzych, ziemia kłodzka), w województwie łódzkim (Łódź i okolice) oraz pomorskim (Łeba i Trójmiasto) (ryc. 4).



Ryc. 4. Potencjał turystyczny lokacji, gdzie powstało 5 lub więcej dzieł kinematografii polskiej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie portali Filmweb i IMDb

## Wnioski i podsumowanie

Wraz ze wzrostem znaczenia mediów i kultury masowej na świecie wzrastało znaczenie mediów audiowizualnych jako środka przekazu informacji o otaczającym nas świecie i jego realiach. Przykładem tego, może być rosnąca z każdym rokiem popularność filmów i seriali, która przyczyniła się do narodzenia nowej grupy

społecznej – miłośników (fanów) danych dzieł kinematografii, którzy, żeby być jak najbliżej swoich ulubionych dzieł są w stanie odbyć podróże do miejsc, gdzie były one kręcone. W ten sposób m. in. narodził się nowy rodzaj turysty – turysty filmowego, którego celem jest zwiedzanie miejsc związanych bezpośrednio lub pośrednio z daną produkcją filmową lub serialową.

Znaczenie turystyki filmowej wzrasta. Miłośnicy danych dzieł coraz częściej decydują się na podróż w celu odwiedzenia miejsc kręcenia swoich ulubionych scen z filmu lub serialu powodując nowe strumienie przepływów turystycznych lub wzmocnienie już istniejących. Wśród badaczy zagadnienia turystyki filmowej istnieje przekonanie, że nie da się precyzyjnie zmierzyć bądź opisać jaki wpływ wywierają filmy na ruch turystyczny. Jest to wręcz niemożliwe (por. Kronenberg 2016), ale na pewno taki związek między nimi zachodzi. Popularne filmy lub seriale są w stanie wykreować lub wzmocnić ruch turystyczny w miejscu, gdzie dane dzieło powstało.

Wychodząc z założenia, że popularność danego miejsca w turystyce filmowej związana jest z popularnością i oceną danego dzieła kinematografii stworzono wskaźnik potencjału turystycznego miejsca kręcenia, jak i samego dzieła. Jego analiza wykazała, że turystyka filmowa w Polsce:

- bazuje przede wszystkim na produkcjach krajowych kręconych w naszym kraju; liczba oddanych głosów na platformie Filmweb jest ponad sześciokrotnie większa niż na platformie IMDb
- w małym stopniu bazuje na produkcjach międzynarodowych kręconych w Polsce, mimo, że cieszą się one często bardzo dużą popularnością, jest to najprawdopodobniej związane z ich liczbą, która jest niewielka i w związku z tym ich siła oddziaływania jest zbyt niska, żeby mogła przyciągnąć większą grupę turystów zagranicznych;
- najpopularniejsze potencjalne miejsca destynacji turystycznej to lokacje, w których były kręcone filmy międzynarodowe (np. Oświęcim – „Lista Schindlera”, Warszawa – „Pianista”) lub polskie, które znalazły ogromne uznanie wśród widzów i dziś noszą miano „kultowych produkcji” (np. lokacje związane z kręceniem serialu „Ojciec Mateusz”);
- wykazuje pewną zależność pomiędzy miejscami o dużym potencjale dla rozwoju turystyki filmowej, a stanem rozwoju ogółu turystyki (np. Łeba to popularna destynacja wakacyjna, Warszawa i Kraków to miasta najczęściej odwiedzane przez turystów w Polsce, Zakopane i Tatry to miejsce popularnej destynacji dla miłośników turystyki górskiej itp.).

Turystyka filmowa w Polsce jest wciąż we wczesnej fazie rozwoju. Jest ona jednak coraz częściej dostrzegana i doceniana, zarówno przez turystę, jak i biznes, czego wyrazem jest m. in. pojawienie się zjawiska *city placement* polegającym na lokowaniu produktu jakim jest najczęściej dana miejscowość w tle toczącej się fabuły filmu lub serialu. Dobrze pokazana lokacja w danym dziele kinematograficznym jest w stanie zwrócić uwagę widza i być może przemienić go w perspektywie czasowej w turystę filmowego.

## Bibliografia

- Addley E., 2014, *Game of Thrones brings its magic to Northern Ireland's economy*, The Guardian [online]. Available at: <http://www.theguardian.com> [8th May, 2014]
- Beeton S., 2005, *Film-induced tourism*, Buffalo: Channel View Publications
- Beeton S., 2006, *Understanding film-induced tourism*, *Tourism analysis*, 11(3), s. 181–188
- Bernat S., 2016, *Film i turystyka filmowa a krajobraz*, *Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego*, 34, s. 85–101
- Bieńkowska-Gołasa W., 2018, *Film tourism in the promotion of selected tourist destinations*, *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 4 (17), s. 5–12
- Ciszewska E., 2016, *Postfilmowa Łódź i spojrzenie turysty. Sposoby wykorzystywania filmowych walorów miasta w przedsięwzięciach biznesowych i niekomercyjnych*, *Panoptikum*, 16, s. 205–227
- Ciszewska E., 2017, *Tourism and film in the Polish People's Republic in the 1950s*, "Turystyka Kulturowa", nr 2, s. 178–194
- Depken C. A., Globan T., & Koźić I., 2020, *Television-Induced Tourism: Evidence from Croatia*, *Atlantic Economic Journal*, 48(2), s. 253–262
- Tomala K., Faber F., 2011, *Film Tourism*, [w:] A. Papathanassis, (red.), *The long tail of tourism: Holiday niches and their impact on mainstream tourism*, Wiesbaden: Gabler Verlag, s. 149–158
- Hellemans J., 2014, *Film Induced Tourism: Television Series*, Universidad de Murcia
- Hudson S., Ritchie J. B. R., 2006, *Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives*, "Journal of travel research", 44 (4), s. 387–396
- Jędrysiak T., 2008, *Turystyka kulturowa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Kronenberg M., 2016, *Potencjał turystyczny dziedzictwa filmowego w województwie łódzkim*, Centrum Inicjatyw na rzecz Rozwoju REGIO, Łódź
- Månsson M., Eskilsson L., 2013, *Euroscreen: The attraction of screen destinations. Baseline report assessing best practice*, Rzeszów
- Nizioł A., 2015, *Turystyka filmowa szansą rozwoju nowych produktów turystycznych na Podkarpaciu*, [w:] J. Krupa (red.), *Kreowanie przedsiębiorczości w turystyce na terenach wiejskich oraz ochrona środowiska i dziedzictwa kulturowego*, Związek Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego, Dynów, s. 311–323
- Pawłowski A., 2012, *Downton Abbey creates tourism boom*. CNN, [online] 30 January 2012 Available at: <http://www.edition.cnn.com> [Accessed 12th May, 2014]
- Riley R., Baker D., Van Doren C. S., 1998, *Movie induced tourism*, *Annals of Tourism Research*, 25(4), s. 919–935

- Roesch S., 2009, *The experiences of film location tourists*, Aspects of Tourism, vol. 42, Channel View Publications
- Siriangkul A., 2005, *Movie Effects on the Image of Thailand among Foreign Student Travelers*. [https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/jan\\_june2005/artitaya.pdf](https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/jan_june2005/artitaya.pdf)
- Stasiak A., 2009, *Turystyka literacka i filmowa*, [w:] K. Buczkowska, A. Mikos von Rohrscheidt (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, 1, s. 223–265
- Szopa R., Szczerbowski M., 2013, *Turystyka czynnikiem przemian ekonomicznych*, [w:] S. Nowak (red.), *Ekonomiczno-organizacyjne problemy działalności turystycznej w regionach*, Katowice, s. 27–42
- Szpara K., Musz R., 2016, *Turystyka filmowa w Sandomierzu*, *Prace Geograficzne*, 2016 z. 145, s. 31–45
- Szymański M., Chodyniecka B., 2010, *Polska na filmowo: gdzie kręcono znane filmy i seriale*. Wydawn. „MJ Media Szymanski i Glapiak”
- Tucki A., 2016, *Turystyka filmowa – wybrana problematyka badawcza*, „Barometr Regionalny”, 14(2), s. 141–146
- Żemła M., Zawadzki P., 2014, *Film-Induced Tourism: Basic Relations Between Films and Tourism from Tourism Destinations Perspective*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki”, 4 (28), s. 203–221

### Źródła internetowe

<https://tci-research.com/narcos/> [dostęp: 21.05.2021]

<https://www.visitscotland.org/binaries/content/assets/dot-org/pdf/research-papers/outlander-effect-2019-updated.pdf> [dostęp: 14.06.2021]

## Potential film tourism destinations in Poland based on the analysis of film and series production sites

**Abstract:** The article is an attempt to define the tourist potential of film and series productions and their filming locations in Poland. The presented research is based on the assumption that the development of film tourism is influenced by the popularity of a given cinematographic production, measured by the number of votes cast and the average rating given by viewers on the popular film websites Filmweb and IMDb. The adopted assumption made it possible to create an original indicator of the tourist potential of film and series productions and their shooting locations. The analysis included 888 works of cinematography shot in 2,409 locations in the years 1928-2021. Using the created tourism potential indicator, the significance of each film and series work as well as the location of their shooting in Poland was determined. The greatest tourist potential is characterized by international film works shot in our country, which have gained worldwide recognition (eg "Schindler's List", "The Pianist") and domestic productions with cult status (eg "Sexmission"). Among the locations shown in cinematographic works, the greatest tourist potential has: Oświęcim, Łeba and Modlin. Moreover, the conducted research has shown that there is a certain relationship between the development of film tourism in Poland and the development of tourism in general.

**Key words:** film tourism, film and series filming locations, Poland