

Martyna Świeściak, martynaswieosciak@gmail.com

Paweł Matulewski, matul@amu.edu.pl

Mirosław Makohonienko, makoho@amu.edu.pl

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych

Turystyka graffiti w opinii respondentów z wybranych miast: Gdańsk, Łódź, Poznań

Słowa kluczowe: turystyka graffiti, street art, mural, Gdańsk, Łódź, Poznań.

Streszczenie

Niniejsze opracowanie porusza tematykę turystyki graffiti oraz murali w Gdańsku, Łodzi oraz Poznaniu. Głównym celem autorów było poznanie opinii, podejścia i poglądów ankietowanych do sztuki wielkoformatowej. Ponadto scharakteryzowano funkcjonujące szlaki, festiwale oraz instytucje związane z turystyką graffiti. Aby zapoznać się z postawą mieszkańców wobec tego zjawiska, jako alternatywnej formy zwiedzania miasta, wykorzystano kwestionariusz ankietowy.

Wprowadzenie

Impulsywne malowanie na ścianach i pisanie na nich własnego imienia – jako potrzeba manifestacji swojej obecności – towarzyszy człowiekowi od okresu malarstwa jaskiniowego sprzed 35 000 lat po teraźniejszość. Pozostawiali je także: 2000 lat temu obywatele Rzymu, 150 lat temu pierwsi zorganizowani turyści – m.in. na kolumnach egipskich [Rutkiewicz 2013], żołnierze w czasie wojen, czynią to współcześni artyści i turyści. Umieszczanie swoich inicjałów w przestrzeni publicznej pojawiło się znacznie wcześniej niż puszka z farbą czy spray.

Tak zwane *graffiti* (w domyśle: nowojorskie) narodziło się dopiero na przełomie lat 60. i 70. XX wieku i wiązało się z nielegalnym malowaniem metra i ścian przez nastolatków. W tej niedozwolonej aktywności młodzieży miejskiej również można dopatrywać się pierwotnego impulsu, potrzeby pozostawienia swojego śladu w przestrzeni. Z czasem graffiti zaczęło ewoluować ze zwykłych, małych podpisów w formy większe, a następnie przekształcać się w obrazki i wielkopowierzchniowe malunki. Choć murale [Wołodźko 2013] mają równie długą historię jak pisanie na ścianach, stały się one popularne wraz z *writingiem* [Dymna, Rutkiewicz 2012; Rutkiewicz 2013], kiedy do ich tworzenia zaczęto wykorzystywać farby w aerozolu. Obecnie te ogromne obrazy na murach miast zalicza się do dzieł artystycznych i do jednej z najbardziej fenomenalnych form sztuki ulicy [<http://ozkultura.pl>], określanej mianem *street art* [Wacławek 2011], zwaną też *urban art*, sztuką publiczną, post-graffiti lub neo-graffiti; jest to termin dość nowy i szeroko rozumiany, który w ostatnio zyskał na popularności. Mianem tym określa się „najróżniejsze formy artystycznych działań realizowane/prezentowane na ulicach miast lub – jeszcze szerzej – w przestrzeni miasta” [Sikorski, Rutkiewicz 2011]. Dziś swoje murale i towarzyszące im festiwale posiada wiele miejscowości w Polsce [<http://gorzowwielkopolski.naszemiasto.pl>]. Obrazy pojawiające się w miastach na murach budynków tworzą tzw. „miejskie galerie”, po których wyznacza się szlaki kulturowe [<http://lovekrakow.pl>]; traktuje się je jako przejaw sztuki i atrakcję turystyczną, która coraz częściej wymieniana jest wśród ofert turystycznych.

Turystykę graffiti, będącej przedmiotem zainteresowania niniejszej pracy, można uznać za jedną z form turystyki kulturowej, a mianowicie turystyki sztuk plastycznych (ang. *Art. tourism*). Pojęcie to odnosi się do podróży osób, których zainteresowania

koncentrują wokół malarstwa, rzeźby i szeroko pojętego rzemiosła artystycznego, fotografii czy grafiki. Do tej formy turystyki zalicza się odwiedzanie wystaw w galeriach i muzeach, spotkania z przedstawicielami świata sztuki współczesnej, uczestnictwo w festiwalach sztuki, wernisażach czy innych imprezach propagujących rozwój sztuki [Buczowska 2008, s. 61]. Malarstwo wielkoformatowe uznawane za dzieło sztuki i jak najbardziej mieszczące się w ramach malarstwa, można w związku powyższym zaliczyć do turystyki sztuk plastycznych.

Inną formą turystyki, w obrębie której zawiera się turystyka graffiti, jest turystyka miejska. Tym rodzajem podróŜowania określa się specyficzny sposób zachowań, przejawiający się odwiedzaniem i poznawaniem miasta, które traktuje się jako dziedzictwo kulturowe i uważa za niepodzielny element przestrzeni turystycznej; wiąŜe się to z traktowaniem przez turystę odwiedzanego miasta w symbolicznych kategoriach i pozostawiania pod wpływem jego *genius loci* [Kowalczyk 2005]. Natomiast J. Kaczmarek i S. Kaczmarek [2009] podają, że turystyka miejska to „wszystkie grupowe lub indywidualne podróŜe turystyczne, podczas których odwiedzający miasto wkraczają w przestrzeń spotkania wypełnioną obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury popularnej właściwej dla poznawanego miasta”. Twórcy sztuki ulicy wchodząc w tę przestrzeń tworzą ją i przekształcają [Urbański 2012, s. 54], wypełniają ją wielkoformatowymi malunkami, które następnie są poszukiwane i odkrywane przez odwiedzających, dla których są przedmiotem zainteresowań.

Street art, a także graffiti, są całkiem nowymi zjawiskami w świecie turystyki, które stosunkowo niedawno odkryto i zaczęto dostrzegać w nich potencjał możliwy do wykorzystania w ofertach turystycznych. Dlatego też pojęcie turystyki graffiti nie posiada własnej, specjalistycznej definicji. Jedną z definicji turystyki graffiti przedstawia Urbański [2012, s. 54], który określa ją jako „podróżowanie artystów street art do aglomeracji miejskich w celu tworzenia własnych prac w jej przestrzeniach – nie będących jednak aktami wandalizmu, spotkań z innymi artystami i przedstawicielami świata sztuki, odwiedzania galerii sztuki współczesnej, udziału w tzw. jam graffiti. To także podróŜe miłośników street art i graffiti w celu podziwiania dzieł w przestrzeni ulicznej i galeriach, spotkań z artystami, udziału w warsztatach plastycznych czy zakupu dzieł (w przypadku kolekcjonerów)”. Na potrzeby niniejszego opracowania największe znaczenie ma druga część definicji, mówiąca, że są to podróŜe osób, których przedmiotem zainteresowania są dzieła w przestrzeni ulicznej i galeriach, spotkania z artystami a także udział w warsztatach plastycznych czy zakup dzieł. Wszystkie te elementy można odnaleźć w ofertach promujących tę formę turystyki, jako alternatywną możliwość poznania miasta, jak np. w Gdańsku i Łodzi, co zostanie przedstawione w dalszej części pracy. Urbański [2012, s. 53-55] wyróżnił również dwa typy turystów podróżujących w celu poznania sztuki ulicy: są to miłośnicy *street art* i *graffiti*, a także kolekcjonerzy sztuki ulicznej (np. dzieła Banksy’ego). Jak nazwy wskazują, turyści pierwszego typu podróżują po świecie odwiedzając różne przestrzenie miejskie i galerie wystawiające prace *streetartowe* w celu ich poznania, a ci drugiego typu odbywają te wyprawy w celu nabyciu konkretnego dzieła, będącego wytworem artysty ulicznego.

Głównym celem niniejszego opracowania jest poznanie opinii i sugestii respondentów z Gdańska, Łodzi i Poznania na temat murali i turystyki graffiti – przede wszystkim tego, czy według nich mogą one stanowić atrakcję turystyczną miasta i czy sami byliby zainteresowani taką formą jego poznawania. Poprzez wykorzystanie w badaniach metody ankietowej, przedstawiono opinię ankietowanych z tych trzech miast dotyczącą sztuki ulicy, stopień znajomości wśród nich tego zagadnienia oraz czy jest ono dla nich interesujące. Na podstawie przeglądu istniejących szlaków, festiwali oraz instytucji kulturalnych opisano charakter turystyki graffiti i murali w wybranych miastach, dzięki czemu można było określić czy turystyka graffiti może stać się niekonwencjonalną, ciekawą i atrakcyjną formą poznawania Gdańska, Łodzi oraz Poznania.

Szlaki murali i festiwale

W przestrzeniach miast pojawia się coraz więcej nowych murali, coraz częściej słyszy się w mediach o powstaniu kolejnych dzieł [<http://culture.pl>]. Wiele ośrodków miejskich próbuje wykreować z murali atrakcję, a także wykorzystać jako główny element promujący miasto, jak np. Belfast [<http://www.muraltoursbelfast.com>] w Irlandii Północnej czy Vernon w Kanadzie [<http://www.vernonmurals.ca>]. Na początku istnienia graffiti w Nowym Jorku władze miasta potępiały i zwalczały zjawisko malowania ścian, dziś organizuje się wycieczki po miejscach gdzie widnieją owe prace [<https://littletownshoes.wordpress.com>]. Swoje murale posiada San Francisco [<http://www.sanfrancisco.com>], Berlin [<http://www.streetartbln.com>], Zurich [<http://www.inyourpocket.com>] czy Kapsztad [<http://www.capetownmagazine.com>]. Na wyspie Penang w mieście George Town w Malezji istnieje szlak zaproponowany przez litewskiego artystę Ernesta Zacharewica, który stworzył murale przy wykorzystaniu realnych elementów, jak np. roweru czy motocyklu [<http://www.penang-discovery.com>]. Miastem murali określane jest Palatka na Florydzie, które posiada ponad 30 malowideł ściennych przedstawiających historyczne, kulturowe i naturalne bogactwa regionu [<http://www.putnamcountychamber.com>]. Kanadyjski Moose Jaw [<http://www.mooselaw.ca>] posiada swój szlak murali, gdzie na frontach budynków znajduje się obrazkowa historia miasta [Widdis 2000], podobnie jak w Tucumcari w Nowym Meksyku [<http://www.newmexicoexplorer.com>] czy The Dalles w Oregonie [<http://www.historicthedalles.org>]. Dla mieszkańców australijskiego Kurri Kurri murale stały się rozwiązaniem problemów społeczno-gospodarczych – 2003 roku zainicjowano w tym mieście „Mural Project”, którego celem było przyciągnięcie turystów przejeżdżających przez miasto [<http://www.kurrikurrimurals.com>].

Podobnie dzieje się w polskich ośrodkach, m.in. we Wrocławiu, Krakowie czy Gorzowie Wielkopolskim, gdzie często nawiązuje się do lokalnej historii i charakteru miasta. Ma to miejsce również w omawianym Gdańsku oraz Łodzi, gdzie istnieją szlaki murali, które są promowane na większą skalę. Na potrzeby publikacji pozyskano informacje z ich stron internetowych, folderów, albumów oraz własnych doświadczeń na temat malarstwa monumentalnego.

Murale w Gdańsku

W Gdańsku murale znajdują się głównie na Zaspie, jednym z największych w Polsce skupisk bloków mieszkalnych. Dzielnica ta, powstała za czasów PRL-u na terenach byłego lotniska, miała stanowić ucieleśnienie modernistycznych wizji doskonałego organizmu urbanistycznego. Niestety w efekcie stała się ona wielką betonową porażką. Dzielnica próbuje zmienić swoje oblicze poprzez liczne inicjatywy kulturalne – jedną z nich jest Kolekcja Malarstwa Monumentalnego, w której skład wchodzi: festiwal Monumental Art, Gdańska Szkoła Muralu oraz Lokalni Przewodnicy i Przewodniczki po Zaspie [www.muralegdanskazspa.pl]. W 2014 roku murale z gdańskiej Zasy zostały uznane za najpiękniejsze na świecie [<http://wyborcza.pl>]; na jednym z nich przedstawione są postaci Jana Pawła II oraz Lecha Wałęsy (ryc. 1)

Ryc.1. Jan Paweł II oraz Lech Wałęsa na jednym z budynków na gdańskiej Zaspie

Źródło: <http://www.polskiekrajobrazy.pl/images/stories/big/56491mural.jpg>



Festiwal Malarstwa Monumentalnego – Monumental Art na Zaspie

Festiwal ów jest cykliczną imprezą organizowaną od 2009 roku (pierwsza edycja), jednakże pierwsze prace wielkoformatowe powstały na Zaspie już w 1997 roku podczas festiwalu zorganizowanego w ramach obchodów tysiąclecia Gdańska. Do tej pory odbyło się siedem edycji, dzięki którym kolekcja pozyskała prace artystów z całego świata. Od 2010 roku galeria systematycznie wzbogaca się o dzieła adeptów Gdańskiej Szkoły Muralu. Każdego roku na Zaspie powstają co najmniej cztery obrazy ścienne w wybranej tematyce, w obecnie zbiór składa się z 54 murali [<http://www.tvn24.pl>]. Pomysłodawcą tego przedsięwzięcia był Rafał Rozkowiński, natomiast jego realizacją zajął się Piotr Szwabe vel Pisz, który jest koordynatorem festiwalu. Impreza ma wymiar międzynarodowy, ale jest również inicjatywą lokalną mającą na celu ożywienie blokowiska i umożliwienie jego mieszkańcom codziennego obcowania ze sztuką. Osiedle, a wraz z nim murale, można zwiedzać na trzy sposoby: z Lokalnymi Przewodnikami i Przewodniczkami po Zaspie, samodzielnie z mapą, którą można odebrać w Punkcie Informacji Kulturalnej lub klubie Plama, a także pobrać w formacie PDF i wydrukować oraz samodzielnie ze smartfonem z aplikacją Foursquare. W ramach tego ostatniego rozwiązania utworzono listę „Murale Gdańsk Zaspa”, która prowadzi szlakiem dzieł. Gdy zwiedzający zamelduje się pod adresem każdego z nich, pojawi się krótka informacja dotycząca danej realizacji. Wszelkie dane dotyczące tej aplikacji, a także instrukcję korzystania z niej, można znaleźć na stronie Instytutu Kultury Miejskiej. Celem festiwalu Monumental Art jest stworzenie zintegrowanej galerii malarstwa monumentalnego, a także budowa największej w Europie kolekcji prac uznanych artystów ze świata [www.muralegdanskzasp.pl; www.ikm.gda.pl; *Raport...*, 2014].

Gdańska Szkoła Muralu

Gdańska Szkoła Muralu została założona przez Rafała Rozkowińskiego i Jacka Zdybła, a celem jej jest przywrócenie muralowi jego pierwotnej funkcji, czyli sztuki społeczno-politycznej, a także stylistyczne ujednoczenie lokalnego street artu poprzez warsztaty integrujące malarskie środowisko. Lekcje skierowane są przede wszystkim do studentów i absolwentów Akademii Sztuk Pięknych oraz architektury na Politechnice Gdańskiej. Podczas zajęć poznają oni założenia muralu w przestrzeni publicznej, zasady projektowania oraz technologie dawne i współczesne [www.ikm.gda.pl; *Raport...*, 2014].

Lokalni Przewodnicy i Przewodniczki

Lokalni Przewodnicy i Przewodniczki jest inicjatywą skierowaną do miejscowych społeczności; jej pierwsza edycja odbyła się właśnie na Zaspie w 2011 roku, wówczas do pełnienia funkcji przewodników po Kolekcji Malarstwa Monumentalnego przygotowywała się grupa 30 mieszkańców, którzy musieli uczestniczyć w wykładach i warsztatach dotyczących dzielnicy, a na koniec zdać egzamin. Z czasem projekt objął także inne dzielnice. W projekcie mogą wziąć udział zarówno mieszkańcy danej jednostki administracyjnej, jak i jej pasjonaci. Ich wiedza jest stale uzupełniana, np. w 2013 roku przewodnicy z Zaspy mieli okazję poszerzyć wiadomości o swoim osiedlu podczas dwóch spacerów połączonych z wykładami: pierwszy dotyczył dziejów lotnictwa w Gdańsku, a drugi podążał szlakiem Miejskich Znaków Kultury – artystycznych działań w przestrzeni publicznej nawiązujących do danego miejsca. Z roku na rok oferta tras spacerowych jest wzbogacana, np. w 2014 roku dołączono trasy literackie. Zwiedza się jest bezpłatnie, zaś zapisy na wycieczki prowadzi Punkt Informacji Kulturalnej. Organizatorem przedsięwzięcia jest Instytut Kultury Miejskiej, a zostało ono dofinansowane ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Muzeum Historii Polski w ramach programu „Patriotyzm Jutra” [www.ikm.gda.pl; *Raport...*, 2014].

W 2014 roku mieszkańcy mogli zapisać się na osiem tras spacerowych, które wiodły przez: Biskupią Górkę i Zaspę, Dolne Miasto, po których wędrowali Lokalnymi Przewodnikami i Przewodniczkami, a także tereny Stoczni, Miast Głównego i Starego, gdzie byli oprowadzani przez grupę społeczną Metropolitanka. W sierpniu 2014 roku do istniejących szlaków dołączono cykl literackich wędrowek z pisarzami i pisarkami w roli pilotów. Alternatywne zwiedzanie miasta cieszy się dużym powodzeniem, zarówno wśród gdańszczan, jak i przyjezdnych. Czasami na spacer przychodzi nieraz ponad sto, a nawet dwieście osób; wśród nich były i takie, które uczestniczyły w kilku edycjach wycieczki w tej samej dzielnicy. Łączna liczba zrealizowanych spacerów to 186, a udział w nich wzięło 4095 osób, w tym 54 wycieczki odbyły się na Zaspie, podczas nich murale zobaczyło 754 osoby. Zainteresowanie taką formą poznawania miasta było tak duże, że realizację spacerów przedłużono na weekendy wrześniowe [www.ikm.gda.pl].

Murale w Łodzi

Obok Gdańska, Łódź jest jednym z najważniejszych miast, gdzie sztuka ulicy stale się rozwija; co więcej – posiada ono „własną, publiczną galerię malarstwa monumentalnego”, a także szlak murali [<http://www.murale.mnc.pl>]. Galeria tego typu malunków, a także coroczny festiwal malarstwa monumentalnego, są inicjatywą fundacji Urban Forms (UF). Przedsięwzięcie znajduje się pod patronatem Prezydent Łodzi Hanny Zdanowskiej i jest przez miasto współfinansowane. Co ciekawe, w 2013 roku CNN – jedna z największych telewizji informacyjnych świata – wyemitowała dwa półgodzinne programy o polskich muralach, skupiając się przede wszystkim na Łodzi [<http://www.tvn24.pl>].

Fundacja Urban Forms

Fundacja Urban Forms, której działania koncentrują się wokół szeroko rozumianej kultury miejskiej, powstała w 2009 roku. Zajmuje się ona promocją, organizacją i wspieraniem niezależnych inicjatyw społecznych, artystycznych i sportowych, wspomaga wszelką działalność w ikonosferze miejskiej, będącą przejawem kreatywności oraz narzędziem rewitalizacji społecznej. Fundacja stara się wyjść ze sztuką do społeczeństwa i umożliwia mu czynny udział w organizowanych przed siebie wydarzeniach. Urban Forms



dąży do nasycenia łódzkiej tkanki miejskiej kreatywną, wielowymiarową i nowoczesną sztuką, która pozwoliłaby na poprawienie wizerunku dzisiejszej Łodzi (szarej, zniszczonej), nadając jej artystyczny i oryginalny walor. W tym celu organizacja wykorzystuje malarstwo wielkoformatowe [www.urbanforms.org].

Jednym z ciekawszych murali w Łodzi jest ten znajdujący się przy ul. Nowomiejskiej 5. Jego autorem jest ROA – prawdopodobnie najślynniejszy i najbardziej rozpoznawalny artysta na świecie. Belg przybyły na zaproszenie Fundacji Urban Forms stworzył na ścianie budynku obraz bawiących się trzech łasic [<http://www.mmlodz.pl>] (ryc. 2).

Ryc. 2. Mural przy ul. Nowomiejskiej 5 stworzony przez ROA- przedstawiający trzy łasice

Źródło:

http://gfx.dlastudenta.pl/photos/kultura/sztuka2010b/ROA_ul.Nowomiejska_5.jpg.

Galeria Urban Forms

Galeria Urban Forms jest to stała ekspozycja sztuki ulicznej w przestrzeni publicznej Łodzi, będąca autorskim projektem fundacji Urban Forms. Aktualnie instytucja obejmuje 36 wielkoformatowych malowideł zlokalizowanych bezpośrednio na elewacjach budynków w centrum miasta tworzonych przez wybitnych artystów z całego świata specjalizujących się w tego typu malarstwie. Murale organizują szlak artystyczny, dostępny dla wszystkich mieszkańców oraz turystów (mapkę z muralami można pobrać w Internecie). Podstawową ideą projektu jest stworzenie stałej ekspozycji sztuki ulicznej w ścisłym centrum Łodzi, którą w najbliższym czasie planuje się rozszerzyć o inne obiekty sztuki miejskiej, jak np. rzeźba, instalacja czy biżuteria itp. Zakłada się, że na przestrzeni kilku lat powiększy się ona o kilkadziesiąt eksponatów, które będzie można zwiedzić pieszo w ciągu paru godzin. Dla twórców galerii najważniejsza jest dbałość o jak najwyższą jakość artystyczną przedsięwzięcia, dlatego do współpracy zapraszają oni wybranych artystów ze światowej czołówki. Obecnie placówka stara się, aby projekt był atrakcyjny i zrozumiały dla wszystkich odbiorców, nie tylko tych związanych ze środowiskiem sztuki. Z tego powodu skupiono się na zaakcentowaniu aspektów plastycznych, odchodząc od projektów *stricte* konceptualnych, mogących być nieczytelnymi dla większości odbiorców. Galeria ma prezentować bogatą i zróżnicowaną paletę koncepcji artystycznych. Twórcom murali nie narzuca się formy ani tematyki, jedyną zasadą, do jakiej muszą się stosować, to zachowanie rygorów etyczno-religijno-moralnych, które funkcjonują w każdym społeczeństwie. Prace w przestrzeni miejskiej powstają przez cały rok. Ich punktem kulminacyjnym jest odbywający się raz do roku we wrześniu Festiwal, w ramach którego do Łodzi zjeżdżają artyści z całego świata [www.urbanforms.org].

Festiwal Galerii Urban Forms

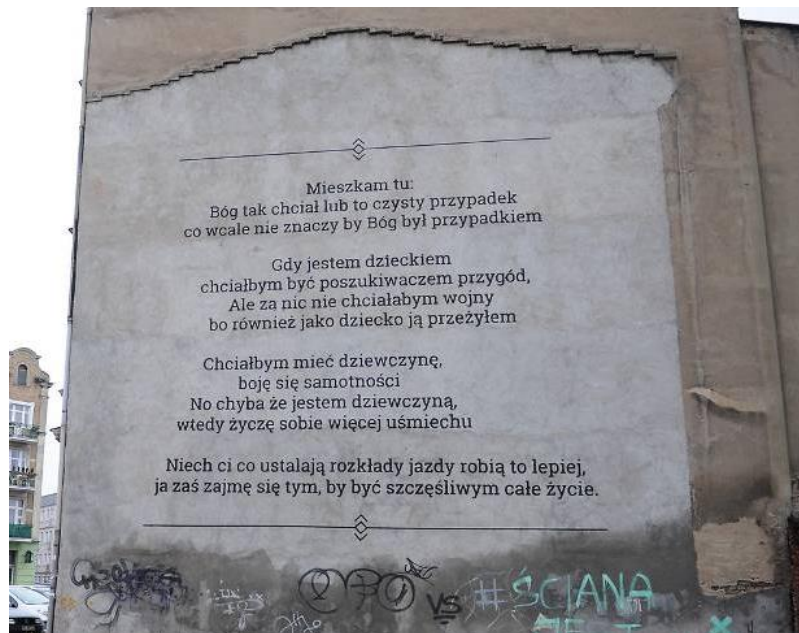
Jak już zostało wspomniane, festiwal Galerii Urban Forms odbywa się cyklicznie we wrześniu. Jego celem jest permanentna zmiana wizerunku Łodzi i poprawa jej codziennej estetyki. W przyszłości miasto ma być kojarzone na całym świecie z nowatorską, wartościową sztuką umieszczoną w przestrzeni publicznej; murale mają stanowić jego wizytówkę a galeria główną atrakcję turystyczną. W 2012 roku festiwal w Łodzi został zaliczony w poczet pięciu najważniejszych streetartowych imprez na świecie przez prestiżowy francuski magazyn Graffiti Art Magazine [www.urbanforms.org].

Szlak murali w Łodzi można zwiedzać samodzielnie z mapką, którą można pobrać na stronie galerii [www.galeriaurbanforms.org] lub poprzez wycieczki organizowane przez fundację Urban Forms. Proponowane wycieczki to jednodniowe wyprawy autokarowe, piesze lub rowerowe z przewodnikiem oraz różnego rodzaju gry terenowe związane z muralami w galerii. Jak podaje J. Bienias forma takiego zwiedzania miasta cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem i zawsze posiada pełen komplet uczestników. W większości wypadków wycieczki są darmowe, lecz gdy organizuje się je dla zamkniętych grup (istnieje taka możliwość), wymagają wówczas opłaty – jej wysokość uzależniony jest od liczby uczestników, jednak zazwyczaj ceny wahają się w przedziale od 10 do 18 zł za osobę. Oprócz tego na stronie internetowej galerii można znaleźć informację o wycieczkach 2- lub 3-dniowych połączonych z warsztatami sztuki miejskiej. Zajęcia te składają się z dwóch części: praktycznej i dydaktycznej. Moduł edukacyjny zapoznaje uczestnika z sylwetkami artystów tworzących Galerię UF oraz z problematyką sztuki w przestrzeni miejskiej, natomiast w praktycznym uczestnicy we współpracy z artystą ćwiczą swoje umiejętności związane ze sztuką miejską (proponuje się im pięć rodzajów aktywności). Zarówno w wycieczkach, jak i warsztatach, może wziąć udział każdy zainteresowany sztuką miejską; te ostatnie są ponadto dostępne również dla osób niekorzystających z ofert wycieczek [www.urbanforms.org].

Murale w Poznaniu

Sytuacja w Poznaniu, który wypada słabo na tle dwóch powyższych miast, jest zdecydowanie odmienna. Nie znajduje się tu żadna instytucja czy organizacja zajmująca się muralami, a przynajmniej badacze do takowej nie dotarli. Od 2011 roku w mieście organizowano festiwal Outer Spaces, w ramach, którego zapraszano różnych twórców, w tym także z zagranicy, w celu malowania ścian. Imprezę aranżowało Stowarzyszenie Inner Art, o którym jednak nie udało się autorom znaleźć żadnych bliższych informacji, poza taką, że istnieje i przyczyniło się do organizacji wydarzeń streetartowych. Festiwal Outer Spaces miał trzy edycje w Poznaniu w latach 2011 i 2012 [<http://poznan.naszemiasto.pl/>] i 2013 [<http://poznan.gazeta.pl/>], w czasie których w mieście powstały murale w dzielnicach Wilda, Jeżyce i Garbary. Niestety w 2013 roku odbyła się ostatnia jego edycja, a w następnych latach wydarzenie to zmieni formę – będzie nastawione bardziej na wszelkiego rodzaju happeningi i inne formy *street art*, a z tworzenia murali rezygnuje, co jednak nie oznacza, że nie będą takie wydarzenia w ogóle w Poznaniu mieć miejsca.

Na początku 2015 roku na ścianach kamienic na Wildzie i Jeżycach powstały murale z wierszami polskich poetów [<http://poznan.gazeta.pl/>] (ryc. 3). Akcja zrealizowana została w ramach konkursu „Centrum warte Poznania”, zaś jej autorzy to Tomasz Genow i Joanna Pańczak [<http://poznan.naszemiasto.pl/>]. W marcu 2015 roku na pomysł pomalowania bloków na os. Rusa wpadł natomiast grafik Maciej Laskowski; dotyczy on czterech wieżowców – trzech na os. Tysiąclecia i jednego na os. Rusa właśnie. Budynek te przygotowywane są w 2015 roku do termomodernizacji i to może być doskonała okazja, by namalować na nich murale [<http://www.tvn24.pl/>].



Ryc. 3. Jeden z poetyckich murali na murach poznańskiej kamienicy

Źródło: <http://www.mmpozn.pl/art ykul/zdjecia/poetyckie-murale-na-poznanskich-kamienicach-zdjecia,3263908,gal,14169030,t,id,t m,zid.html>.

Analiza wyników badań ankietowych przeprowadzonych wśród respondentów z Gdańska, Łodzi oraz Poznania dotyczących turystyki graffiti i murali

Badanie ankietowe zostało przeprowadzone z respondentami osobiście przez autorów artykułu w Łodzi 29 marca 2014 r. i Poznaniu 4 kwietnia 2014 r. W mieście Łodzi ankieta miała miejsce na ul. Piotrkowskiej, w Manufakturze oraz się w okolicy centrum miasta; w rezultacie udało się uzyskać 38 ankiet. W Poznaniu badanie przeprowadzono w sąsiedztwie Rynku Łazarskiego wśród 19 respondentów. Kwestionariusz, sporządzony za pomocą strony www.moje-ankiety.pl, został również udostępniony za pośrednictwem internetu w okresie od

5 marca do 27 kwietnia 2014 roku na forach portali Łodzi, Poznania i Gdańska, takich jak: naszemiasto.pl, trojmiast.pl. Oprócz tego link do ankiety został opublikowany na stronach przewodników PoPoznaniu.pl, Łódź Hipsterem Miast i w grupie studentów Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu, znajdujących się na portalu społecznościowym Facebook. Efektem tych działań było uzyskanie drogą internetową 256 kwestionariuszy, w tym 51 z Gdańska, 181 z Poznania i 24 z Łodzi. Pytania zawarte w obu wersjach – internetowej oraz papierowej – były jednakowe. W sumie liczba przeanalizowanych ankiet wyniosła 313. Należy podkreślić, że próba nie jest reprezentatywna, jednak ocena otrzymanych ankiet zwrotnych jest bardzo istotna w dyskusji na temat turystyki graffiti oraz murali.

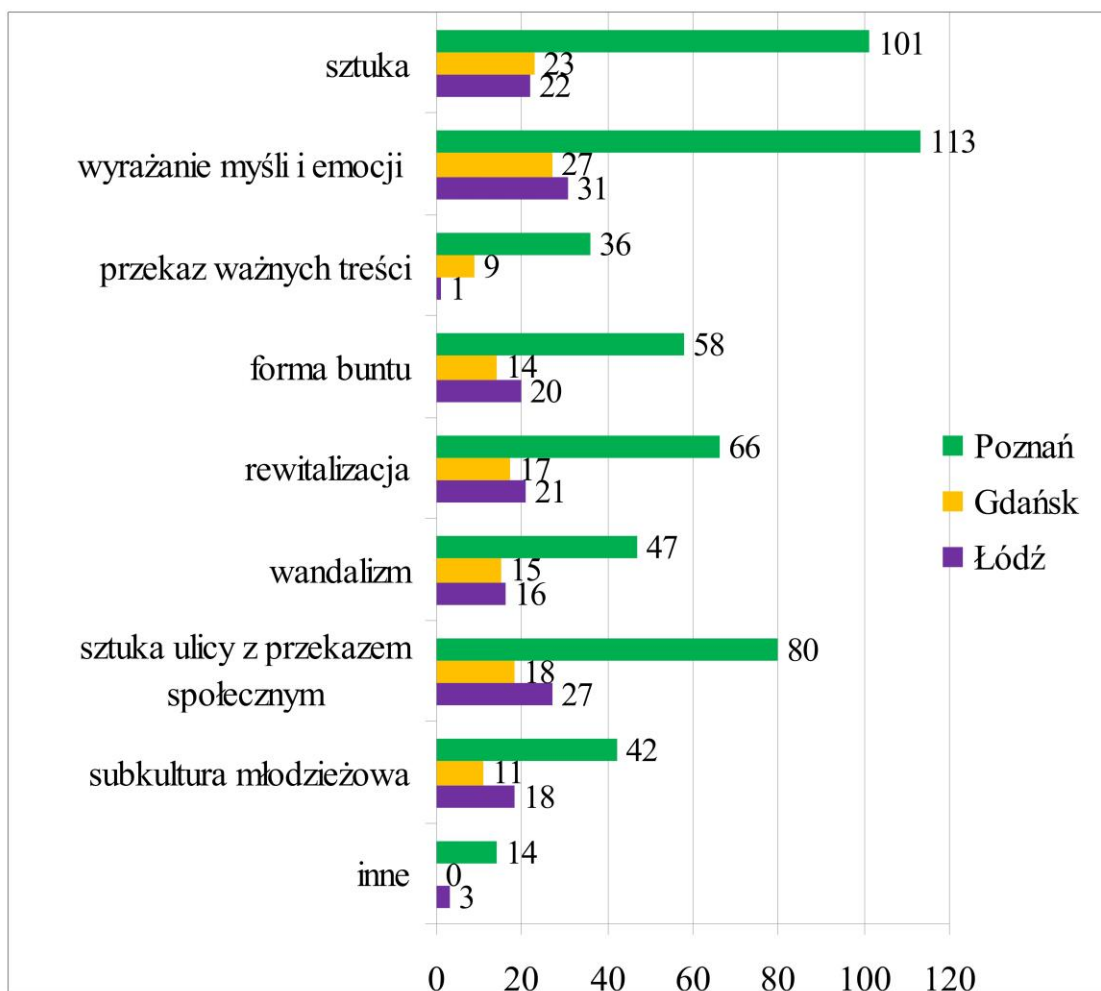
W sondażu przeważają kobiety, stanowiące 70% (218 ankietowanych) respondentów oraz osoby w przedziale wiekowym od 19 do 25 lat (aż 70%). W tym przypadku znaczenie może mieć tematyka badania, a także sposób jego przeprowadzenia – głównie poprzez internet. Osoby będące w tej grupie wiekowej przejawiają znaczniejsze zainteresowanie „malowaniem ścian”, jest to dla nich bardziej interesująca atrakcja niż dla osób w grupie wiekowej od 26 do 35 roku życia (17%) i są bardziej zorientowane w temacie murali. Dysponują oni większą ilością czasu wolnego, zwracają baczniejszą uwagę na zmiany zachodzące w tkance miejskiej, a także na wydarzenia, które mają miejsce w mieście i chętniej w nich uczestniczą. Grupa wiekowa od 36 do 50 stanowi niecałe 6% respondentów, a przedział osób powyżej 50 lat – 3%). Połowa badanych osób (55%) posiadała wykształcenie wyższe, znaczną grupę tworzą również ankietowani z wykształceniem średnimi (39%).

Analizę badań zaczynają skojarzenia respondentów z pojęciami *graffiti* i *street art*. Ankietowani mieli do wyboru osiem możliwości, również z miejscem na podanie swojej sugestii. Wśród trzech najczęściej zaznaczanych opcji znalazły się kolejno: „wyrażanie myśli i emocji”, „sztuka” i „sztuka ulicy z przekazem społecznym”; na czwartym miejscu znalazła się rewitalizacja. Wandalizm i forma buntu, mające raczej wydźwięk negatywny uplasowały się na niższych pozycjach. Wśród innych odpowiedzi znalazły się m.in.: metro, hip-hop, Bunksy, manifestacja poglądów, Festiwal Outer Spaces.

Odczucia respondentów z Łodzi, Gdańska i Poznania związane z *graffiti* i *street art* były zbliżone i zostały uporządkowane z uwzględnieniem częstości odpowiedzi (ryc.4). Dla mieszkańców Łodzi najbardziej trafna jest opcja: „sztuka ulicy z przekazem społecznym”, a dopiero później „wyrażanie myśli i emocji”; wśród nich malowanie ścian rzadziej kojarzono też z wandalizmem, który zajął przedostatnie miejsce lokując się za formą buntu. Łodzianie są obecnie na etapie tworzenia nowego wizerunku miasta, kojarzonego z malarstwem monumentalnym i w następstwie tego łączono to pojęcie z czymś interesującym, co może zaciekać przyjezdnych.

Wyniki wskazują, że malowanie ścian jest pozytywnie odbierane i częściej łączone z odnową miasta niż z aktem wandalizmu. Podczas badania respondenci zwracali uwagę na czytelne rysunki, na które przyjemnie się patrzy i które ożywiają ściany. Natomiast z mniejszym entuzjazmem odnosili się do napisów na ścianach budynków, murach przemysłowych czy na wagonach pociągów. Można z tego wywnioskować, że murale uzyskują większą aprobatę społeczeństwa i będą dla niego bardziej atrakcyjne niż podpisy czy „wrzuty¹” zaliczane typowo do graffiti.

¹ W publikacji J. Dymnej i M. Rutkiewicza (2012) terminem tym określa się „wszelkie wykonane nielegalnie w przestrzeni publicznej przedstawienia graficzne i napisy”. Wrzuty często przyjmują formę tak zwanych sreber lub chromów, które nazwę zawdzięczają kolorowi farby, jaką są malowane.

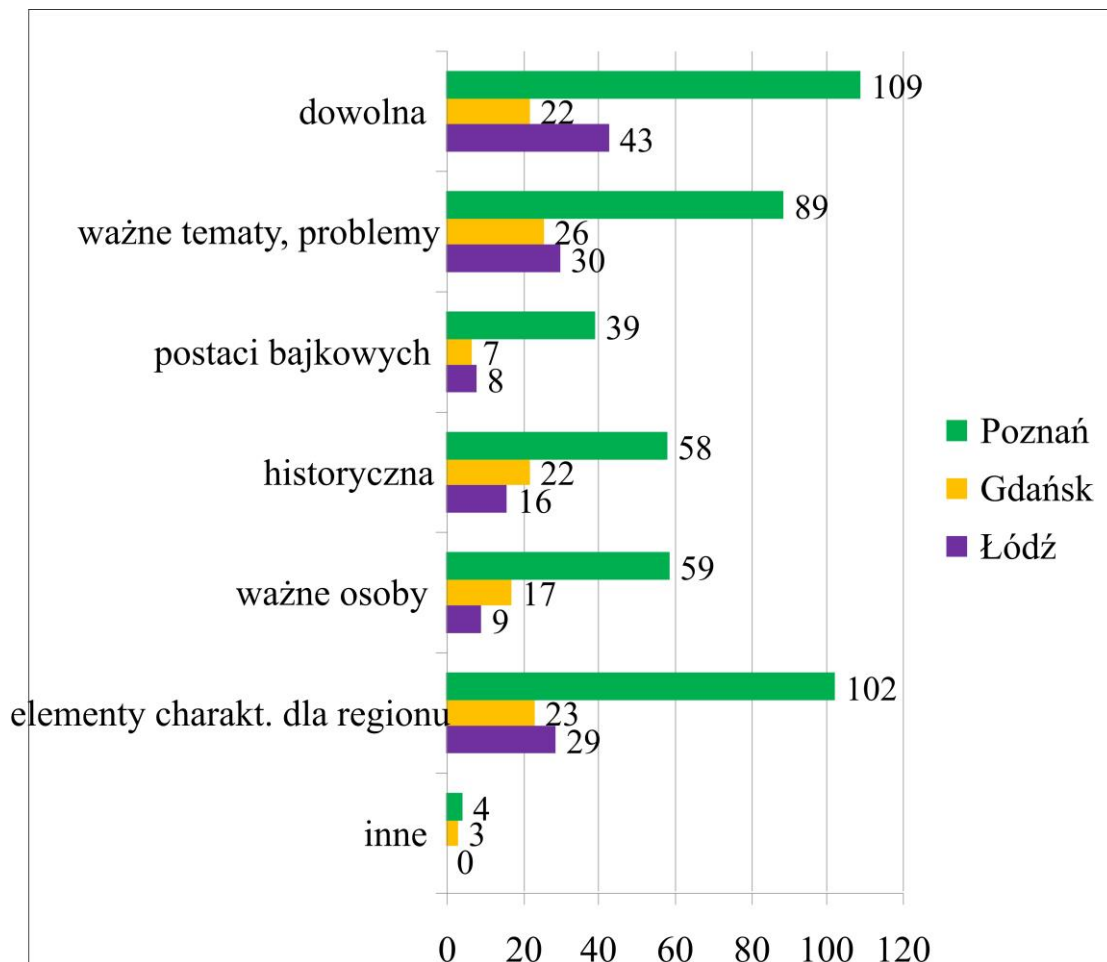


Ryc. 4. Skojarzenia respondentówz pojęciami street art/graffiti?

Źródło: opracowanie własne.

Kolejne pytanie dotyczy wiedzy respondentów na temat muralu. Zdecydowana większość (aż 69%) odpowiedziała na to pytanie twierdząco; reszta przyznała się do niewiedzy w tej materii.. Osoby osobiście ankietowane w terenie częściej wykazywały się nieznajomością pojęcia niż te pytane drogą elektroniczną, co może wskazywać na sprawdzanie definicji w internecie. Jednakże mimo tego dla sporej części określenie było jasne. Podobne wyniki uzyskano dla poszczególnych miast.. Spośród nich nieznacznie wybija się Łódź, w której dla 73% badanych jest ono znane. Może to wynikać z faktu, iż Łódź ostatnimi czasy bardzo promuje malarstwo monumentalne, zarówno w kraju, jak i za granicą.

W celu ustalenia preferencji respondentów poproszono ich o wskazanie zagadnień,, które powinny być poruszane przez murale (ryc. 5). W rezultacie wskazano , że najchętniej widziano by prace o tematyce dowolnej, będące inwencją twórczą autora, te zawierające elementy charakterystyczne dla danego regionu, a także poruszające aktualne, ważne tematy i problemy społeczne. Wśród innych odpowiedzi pojawiły się: złudzenia optyczne, motywy roślinne i zwierzęce, malunki ładne, spokojne, refleksyjne, bez przemocy, wszystkie powyższe, a także stwierdzenie, że żadne, bo są „brzydkie”. Zwrócono także uwagę, że skoro mural ma być sztuką, nie powinien służyć jakiegokolwiek idei.



Ryc. 5. Pożądana tematyka murali wg ankietowanych

Źródło: opracowanie własne.

W Poznaniu i Łodzi dokonywano podobnych wyborów w niemal tej samej kolejności jak powyżej. Natomiast gdańszczanie najczęściej zaznaczali bieżące problemy i ważne tematy, następnie elementy charakterystyczne dla regionu, a dopiero na trzecim miejscu tematykę dowolną na równi z historyczną. Najrzadziej decydowano się na wybór postaci bajkowych. Pokazuje to, że mimo wysokiej pozycji uzyskanej przez inwencję własną autorów, najmilej byłby widziane jednak dzieła mające jakieś przesłanie, zwracające uwagę na bieżące problemy, jak nadmierny konsumpcjonizm, zanieczyszczenie środowiska, narkomania lub mające związek z miastem, regionem, podkreślające jego charakter, kulturę i na swój sposób promujące je.

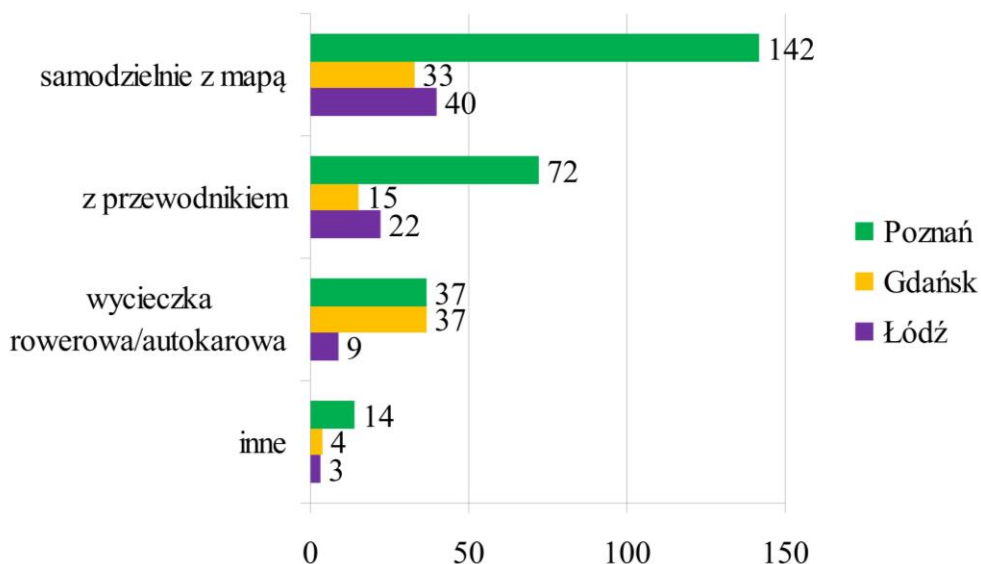
W następnym punkcie poproszono ankietowanych o zdecydowanie czy murale mogą stanowić atrakcję turystyczną miasta. Blisko 88% z nich odpowiedziało twierdząco, niecałe 5% przecząco a 7% nie miało zdania. Prawie wszyscy łodzianie uczestniczący w badaniu stwierdzili, że malarstwo monumentalne może przyciągać uwagę (93,5%), jedynie 6,5% nie miało na ten temat zdania. Tak przychylne stanowisko miejscowych może wynikać z istniejącej w centrum miasta galerii malarstwa monumentalnego, która co roku powiększana jest o nowe dzieła, a także fakt, że miasto nie posiada zbyt wielu charakterystycznych budynków, zabytków, z którymi można by je utożsamiać. Duży nacisk kładziony przez władze miasta, a także starania działającej fundacji Urban Forms w kwestii rozwoju sztuki w przestrzeni miejskiej i jej promocji, zarówno w kraju, jak i za granicą, powoduje, że Łódź uchodzi dziś za jeden z najważniejszych ośrodków *street art* w kraju i na świecie. Jej wielkoformatowe obrazy są wymieniane jako jedna z głównych atrakcji. Najwięcej osób nastawionych sceptycznie do tej idei znalazło się wśród respondentów z Gdańska – aż 12% wskazało, że murale są nieatrakcyjne, a ok. 8% nie wyraziło swojej opinii, chociaż

jednocześnie ankietowani przedstawiali gdańską Zaspę jako miejsce atrakcyjne turystycznie. Z kolei aż 88% poznaniaków było w tej kwestii na tak, tylko 4,5% miało negatywne nastawienie, a 7,5% nie miało zdania. Akcentowano także fakt, iż murale tworzone ze smakiem mogą upiększyć miasto, uczynić je bardziej kolorowym i przyjaznym, a także charakteryzować dany region. Zwracano również uwagę, że są one milej widziane niż reklamy i bilbordy oraz zniszczone i zaniedbane elewacje kamienic. Tego typu uwagi mieli głównie ankietowani z Łodzi.

W dalszej kolejności zapytano ludność lokalną czy przemierzanie miasta w poszukiwaniu murali może stanowić alternatywną formę jego zwiedzania; blisko 80% odpowiedziało, że tak. Tylko 7% uznało, że nie, a 13% nie miało zdania. Z największym entuzjazmem do tej idei odnieśli się poznaniacy (aż 82% z nich), a najmniej gdańszczanie (13,7%, dodatkowo ok. 12% nie wyraziło opinii). Wiele osób uważało, że może być to ciekawa forma poznania miasta, ale uwarunkowana treścią murali. Jeżeli malowidła byłyby umiejscowione w ciekawych miejscach i prezentowały lub przekazywały jakąś wartość, np. kulturę regionu czy elementy związane z miastem, mogłyby według ankietowanych komponować zgraną i interesującą całość. Zwrócono także uwagę, że przy pierwszej wizycie w danym miejscu malarstwo wielkoformatowe nieposzerzające wiedzy o nim, niewpływające na jego postrzeganie przez odwiedzającego, jest mało odkrywczą formą poznania, dlatego też wybraliby inny rodzaj penetracji. Na taki sposób zapoznania się z miastem zdecydowałoby się ok. 71% respondentów, a 16% nie byłoby nim zainteresowane. Spora część badanych zaznaczyła, tak jak w poprzednim pytaniu, że prace musiałyby być naprawdę warte zobaczenia. Dobrze byłoby, gdyby mural przedstawiał informacje o danym miejscu, jego kulturze, ludziach czy historii. Znaczna część badanych uznała, że jest to coś oryginalnego, nowego, atrakcyjnego i chętnie wzięliby udział w takiej formie zwiedzania. Jedna osoba przemierzyłaby „szlak murali” i zobaczyła w ten sposób miasto, gdyby była ona ceniona przez krytyków, a przewodniki danego miasta zamieszczałyby informacje o takiej możliwości oraz o muralach. Mimo uznania tej formy poznawania miasta za interesującą, blisko 10% mniej zadeklarowało chęć uczestnictwa w niej. Może to wynikać z faktu, że część respondentów uważa to za ciekawą alternatywę, ale jednak nie dla siebie, lub też, że mają oni wątpliwości czy przemierzając szlak poznają okolice i jej najważniejsze obiekty. Najwięcej chętnych na taką formę turystyki znalazło się wśród respondentów z Poznania (74, 5%), natomiast najmniej z Łodzi (61,3%).

Osoby, które odpowiedziały twierdząco na powyższe pytanie, miały dodatkowo określić, w jak sposób chciałyby przebyć szlak murali (ryc. 6). Przeważająca ich część opowiedziała się za samodzielnym oglądaniem malowideł, na drugim miejscu znalazło się zwiedzanie z przewodnikiem, a najmniej chętnych było na wycieczkę autokarową czy rowerową. Wśród innych propozycji, jakie podali respondenci, znalazły się: w grupie znajomych, w grupie znajomych artystów, którzy chodzą od miejsca do miejsca i interpretują je, metodą odkrywczą, przypadkowe odkrycia w tkance miasta, z przewodnikiem w formie papierowej, z aplikacją na telefonie i zdjęciami w internecie. Podobnie odpowiadali ankietowani z Poznania i Łodzi, natomiast gdańszczanie byłiby bardziej zainteresowani wycieczkami autokarowymi i rowerowymi, niż chodzeniem z przewodnikiem.

Kolejne pytanie dotyczyło informacji o przebytych wędrówkach „szlakiem murali”. Aż 90% respondentów nie korzystało z takiego szlaku, z czego 64% stwierdziło, że zamierza to zrobić, a 26% w ogóle nie jest tym zainteresowane. Dodatkowo w przypadku uczestnictwa w wycieczce poproszono o podanie formy, w jakiej ona przebiegała; przeważnie udzielano odpowiedzi, że zwiedzano samodzielnie. W pozostałych przypadkach były to zorganizowane spacery z przewodnikiem lub podczas streetartowych eventów.



Ryc. 6. Najpopularniejsze probabilistyczne formy zwiedzania murali wg respondentów

Źródło: opracowanie własne.

Najwięcej osób, które przemierzyły już trasę, znalazło się wśród respondentów z Łodzi (16% badanych), najbardziej zainteresowani byli poznaniacy (67%), a najmniej chętni okazali się badani z Gdańska (30%). Większy udział łodzian w tego typu działaniach może wynikać z aktywności fundacji Urbans Form, która organizuje wiele przedsięwzięć tego typu, choć biorąc pod uwagę skalę, na jaką tam się to odbywa, to nie jest to znacząca liczba. Często odpowiadano, że spotyka się obrazy w przestrzeni miejskiej, ale brak jest wiedzy o szlaku. Narzekano też na brak informacji i promocji trasy wśród mieszkańców. Z kolei niewystępowanie tego rodzaju wydarzeń i tras spacerowych w Poznaniu może przyczyniać się do większego zainteresowania nimi. Życie w stolicy Wielkopolski koncentruje się wokół Starego Rynku, ulicy Półwiejskiej, Placu Wolności i Ostrowa Tumskiego, które są głównymi celami przyjezdnych; brakuje niestety ofert pozwalających na poznanie innych części miasta.

W dalszej kolejności zapytano o chęć obejrzenia murali w innych miastach, na co 75% odpowiedziało twierdząco, a niewielki odsetek osób zaakcentował, że tak, ale w przypadku wizyty w danej miejscowości. Tylko 8% udzieliło przeczącej odpowiedzi, a 17% nie wyraziło zdania. Większe zainteresowanie muralami prawdopodobnie wynika z tego, że zjawisko i prace są atrakcyjne i dobrze jest je spotkać w mieście, ale dla niektórych nie na tyle, aby od razu przejść cały szlak i decydować się na zwiedzanie miasta w tej formie. Najprzychylniej do tej kwestii odnieśli się mieszkańcy Poznania (80%), natomiast z najmniejszym entuzjazmem podeszli do niej łodzianie (64% badanych), z kolei 73% mieszkańców Gdańska chętnie odwiedziłoby inne miasta.

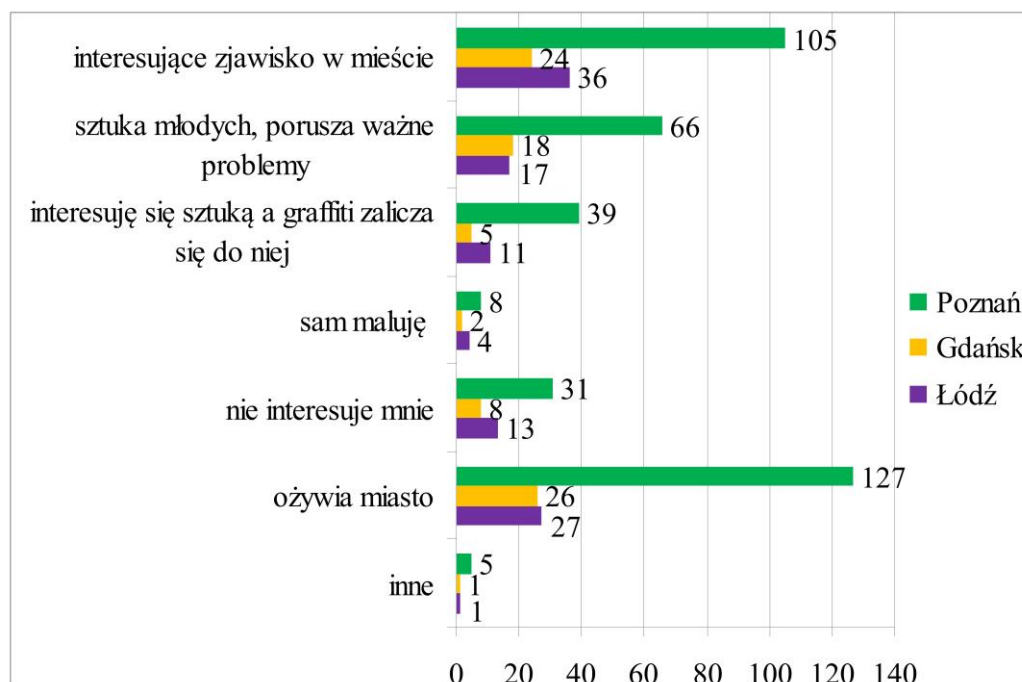
Kolejne pytanie dotyczyło oceny imprez streetartowych, mających charakter cykliczny i goszczących zagranicznych artystów, którzy malują wyznaczone mury. Aktualnie odbywają się one w każdym większym mieście. W Poznaniu jest to festiwal Outer Spaces, w Łodzi – Outline Colour Festival, a w Gdańsku Monumental Art.; tego typu widowiskom często towarzyszą koncert i inne zdarzenia. Zdecydowana większość respondentów ustosunkowała się do tych imprez przychylnie (82%), tylko niecałe 2% było nastawionych negatywnie. Zwrócono uwagę, że dobrze jest jak coś dzieje się w mieście, umożliwia to zbliżenie różnych artystów i ludzi biorących w tym udział. Jedna osoba stwierdziła, że „może być to cokolwiek, najważniejsze jest to, żeby pokazać młodzieży, że graffiti to nie tylko bazgroły na ścianach budynków”. Jeden z badanych wyraził opinię, że murale „nie powinny znajdować się na terenach reprezentacyjnych miasta”, m.in. na kamienicach, ponieważ najlepiej by było, gdyby to onereprezentowały miasto i były jego dumą, a murale niszczą ten krajobraz. Podobne wyniki uzyskano w innych badanych miastach – w każdym ponad 80% ankietowanych była za organizowaniem tego typu imprez w swoich miastach.

Jak już wcześniej wspomniano festiwale streetartowe są wydarzeniami cyklicznymi. W wybranych miastach odbyło się już kilka ich edycji, dlatego postanowiono sprawdzić, jak wiele osób wśród respondentów w nich uczestniczyło. Mimo dużego poparcia (ponad 80%) dla tego typu zdarzeń, tylko 8% badanych brało w nich udział; były to imprezy w: Poznaniu, Gdańsku, Opolu, Wrocławiu, Łodzi i Trzycie (jedna osoba); dodatkowo ponad 60% zapytanych zadeklarowało, że zamierza być na takim wydarzeniu.

Uczestnictwo w imprezach najchętniej deklarowali badani z Gdańska (10%), natomiast najmniejszy – łodzianie (3%), którzy wykazali z kolei największe zainteresowanie nimi. Sporo chętnych osób znalazło się też w Poznaniu, gdzie tylko 29% nie zamierzało w żadnej z imprez uczestniczyć. Łodzianie często oznajmiali, że nie wiedzieli, że w ich mieście odbywa się Outline Colour Festival, a nawet, że istnieje szlak murali, co wskazuje na słabą promocję tej imprezy oraz trasy wśród mieszkańców. Stąd być może mały odsetek uczestniczących...

Ostatnia część ankiety miała wykazać nastawienie badanych do malowania ścian, a konkretnie wyjaśnić kwestię ich zainteresowania tematem graffiti i obrazów naściennych. Wśród podanych przyczyn przodowały: ożywienie miasta i ciekawe zjawisko w mieście. „Nie interesuje mnie w ogóle” zaznaczyły tylko 52 osoby. Oprócz tego zwrócono uwagę na fakt, że graffiti bywa też formą wandalizmu (przykład POTSE w Poznaniu), a także wpisywano następujące komentarze: „znajomi malują; jest to dla mnie coś nowego”; „jest to poznanie artystów, ich punktu widzenia świata”; „to jeden z elementów kultury hip-hop”; „każde graffiti ma swoją historię i swój charakter”; „zwracam uwagę na graffiti, jeśli jest ciekawe, intrygujące, oryginalne”. Wyniki te są zbliżone do odpowiedzi dotyczące pierwszej indagacji i wskazują na przychylne nastawienie badanych do tego typu działań w przestrzeni miejskiej. Murale podobają się i są odbierane jako sztuka, która nadaje koloru szarym murom i upiększa środowisko.

Zarówno mieszkańcy Poznania, Gdańska, jak i Łodzi, dokonywali podobnych wyborów (ryc. 7). U łodzian na pierwszej pozycji znalazło się interesujące zjawisko w mieście; oznacza to, że malarstwo monumentalne może być dobrze odbierane i przyjmowane w każdej miejscowości, pod warunkiem, że ich tematyka i lokalizacja nie będą kontrowersyjne.



Ryc. 7. Odpowiedź na pytanie z ankiety: Dlaczego interesuje Pana/Pani temat graffiti?

Źródło: opracowanie własne

Podsumowanie

Turystyka graffiti jest to zupełnie nowa forma podróżowania, która dopiero zostaje powoli odkrywana. Nie doczekała się ona jeszcze żadnych specjalistycznych opracowań, a także nie podjęto nad nią szerszych badań. Pojawiła się ona wraz z coraz modniejszym ostatnimi czasy pojęciem tzw. *street art*, jak określa się sztukę ulicy, a głównie z jedną jej popularniejszych form, jaką jest mural. Obecnie w każdym większym ośrodku miejskim spotyka się obiekty malarstwa monumentalnego, powstające w wyniku odbywających się cyklicznie festiwali. Dzieła tworzą swoiste galerie, które mogą być przedmiotem zainteresowania, zarówno mieszkańców, jak i turystów. Aranżowanie dzieł na ścianach jest ingerencją w przestrzeń publiczną, a tym samym – w lokalną społeczność.

W niniejszej pracy postanowiono zbadać, jak mieszkańcy wybranych miast postrzegają sztukę ulicy i towarzyszące jej zmiany oraz festiwale. Obszarem badawczym zostały trzy miasta: Gdańsk, Łódź oraz Poznań. Przy wyborze dwóch pierwszy sugerowano się tym, że są to główne ośrodki street artu w Polsce, w których istnieją galerie i szlaki murali. Oprócz poznania opinii respondentów zamiarem było przestudiowanie ich funkcjonowania ewentualnego zainteresowania nimi. Z kolei w Poznaniu, w którym to sztuka ulicy nie jest tak popularna i promowana, chciano ustalić, czy istnieje możliwość wytyczenia szlaku malarstwa monumentalnego i czy poznaniacy będą przychylnie nastawieni do tej idei. Wyniki badań ankietowych wykazały, że zdecydowana większość mieszkańców wszystkich trzech miast ma pozytywny stosunek do działań streetartowych w przestrzeni publicznej, odbiera je dobrze i popiera. Przeważająca część ankietowanych orientuje się w tej dziedzinie, pojęcia *street art* i *mural* nie są im obce; co więcej – respondenci widzą w tych działaniach sposób na rewitalizację i ożywienie swoich miast. Obrazy wielkoformatowe uważają oni za atrakcyjne, a spacer ich szlakiem postrzegają jako ciekawą, oryginalną formę poznania miasta i najbliższych im okolic. Znaczna liczba osób zadeklarowała chęć uczestnictwa w zwiedzaniu miasta w taki sposób oraz zaznaczyła, że jeżeli byłoby to dobrze zorganizowane i połączone ze zdobywaniem wiedzy o danym miejscu i regionie, to skorzystałaby z tej formy zwiedzania również w innych miejscowościach. Badani popierają również inicjatywy organizacji festiwali malarstwa monumentalnego i większość chętnie uczestniczyłaby w nich.

W Łodzi i Gdańsku trasy wiodące po galeriach obrazów wielkoformatowych cieszą się dużym powodzeniem i zainteresowaniem. Oryginalny wydaje się być gdański projekt Lokalnych Przewodników i Przewodniczek, który w oprowadzanie angażuje lokalną społeczność. Ciekawą ofertę prezentuje także Fundacja Urban Forms z Łodzi w postaci warsztatów, wycieczek rowerowych czy autokarowych oraz różnych gier miejskich. Zarówno w Gdańsku, jak i Łodzi tego typu wyprawy mają komplet uczestników.

Na podstawie analizy badania ankietowego wydaje się, że utworzenie szlaku malarstwa monumentalnego w Poznaniu ma szansę na powodzenie. Spośród wszystkich respondentów to właśnie poznaniacy wykazali największy entuzjazm i aprobatę w stosunku do działań w ramach sztuki ulicy. Dlatego kolejną ważną inicjatywą będzie zaprojektowanie takiej trasy w stolicy Wielkopolski, która mogłaby stać się alternatywną formą poznawania miasta zarówno dla mieszkańców, jak i przyjezdnych. Podczas jej tworzenia winno się wziąć pod uwagę również najważniejsze zabytki Poznania, aby stanowił atrakcję i alternatywę także dla „standardowych” turystów. Jako że poznańskie murale skupiają się w trzech dzielnicach Poznania (Jeżyce, Wilda, Garbary), wprowadzając projekt w życie można by skorzystać z rozwiązań wykorzystywanych w Gdańsku i Łodzi, jak np. Lokalni Przewodnicy i Przewodniczki, angażujących lokalną społeczność lub wprowadzając różne gry miejskie czy wycieczki rowerowe. Mimo przychylnego nastawienia mieszkańców Poznania miasto do tej pory nie doczekało się własnego szlaku malarstwa monumentalnego, a sztuka ulicy wydaje się tu być spychana na margines. W 2013 roku odbyła się ostatnia edycja organizowanego tu Festiwalu Outer Spaces, podczas którego tworzone murale. Mógłby być to ciekawy sposób na

zachęcenie do poznawania i jednocześnie wypromowania tych dzielnic miasta, które są raczej omijane przez typowego turystę... Być może w przyszłości ktoś podejmie się realizacji szlaku murali w Poznaniu lub postara się wyjść z podobną inicjatywą.

Reasumując krótko – street art jest równie interesującym, jak i kontrowersyjnym zjawiskiem w przestrzeni publicznej, które może przyczynić się do ożywienia miasta oraz uatrakcyjnienia jego przestrzeni, a także oferty turystycznej. Dla mieszkańców może stanowić oryginalną i alternatywną formę spędzania czasu łączącą zabawę (gry miejskie) z poznawaniem miejsca. Umiejętne wykorzystanie perspektyw, jakie daje sztuka ulicy, i odpowiednie zarządzanie nimi może przyczynić się do aktywizacji innych, rzadziej odwiedzanych dzielnic czy obszarów.

Bibliografia

- Buczowska K., 2008, *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Wyd. AWF w Poznaniu, Poznań.
- Dymna E., Rutkiewicz M., 2012, *Polski street art 2. Między anarchią a galerią*, Carta Blanca, Warszawa.
- Kaczmarek J., Kaczmarek S., 2009, *Turystyka kulturowa – człowiek w miejskiej przestrzeni wymiany*, [w:] Buczowska K., Mikos v. Rohrscheidt A. [red.], *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Wyd. AWF w Poznaniu, Poznań, s. 59-84.
- Kowalczyk A., 2005, *Nowe formy turystyki miejskiej*, [w:] „Prace i Studia Geograficzne”, t. 35, *Zmiany przestrzenne i funkcjonalne obszarów miejskich*, Uniwersytet Warszawski, s. 155-197.
- Raport z działalności Instytutu Kultury Miejskiej styczeń – grudzień 2013, 2014*, Instytut Kultury Miejskiej, Gdańsk.
- Rutkiewicz M., 2013, *Murale w Polsce*, [w:] Wołodźko A. [red.], *Czytając mury. Książka fotograficzna*, Instytut Kultury Miejskiej, Gdańsk.
- Sikorski T., Rutkiewicz M., 2011, *Graffiti w Polsce 1940-2010*, Carta Blanca, Warszawa.
- Stępień B., 2010, *Łódzkie murale: niedoceniona grafika użytkowa PRL-u*, Księży Młyn, Łódź.
- Urbański M., 2012, *Podróże malarzy graffiti – nietypowa forma turystyki kulturowej*, [w:] „Turystyka Kulturowa”, nr 8, s. 49-64.
- Wacławek A., 2011, *Graffiti and street art*, Thames & Hudson, Londyn
- Widdis R.W., 2000, *The Murals of Moose Jaw: Commodification or Articulation of the Past*, [w:] „Historical Geography”, nr 28, s. 234-252.
- Wołodźko A., 2013, *Czytając mury. Książka fotograficzna*, Instytut Kultury Miejskiej, Gdańsk

Źródła internetowe

- <http://culture.pl/pl/artykul/polska-muralem-stoi> (14.07.2015)
- <http://gorzowwielkopolski.naszemiasto.pl/artykul/kolejne-murale-ozdobia-smutne-i-szare-sciany,3298185,art,t,id,tm.html> (dostęp 14.05.2015),
- http://lovekrakow.pl/galeria/szlakiem-krakowskich-murali-zdjecia_829.html (dostęp 13.07.2015)
- <http://ozkultura.pl/node/5321>, Obserwatorium Żywej Kultury – sieć badawcza (dostęp 15.05.2015)
- http://poznan.gazeta.pl/poznan/1,36037,17302088,Herbert_i_Rozewicz_na_kamienicach__Nowe__swietne_murale.html (dostęp 15.03.2015)
- <http://poznan.naszemiasto.pl/artykul/festiwal-outer-spaces-w-poznaniu-zobacz-efektywne-murale,1406009,artgal,t,id,tm.html> (dostęp 4.05.2015)
- <http://poznan.naszemiasto.pl/artykul/poetyckie-murale-na-poznanskich-kamienicach-zdjecia,3263908,gal,t,id,tm.html> (dostęp 3.05.2015)
- <http://poznan.naszemiasto.pl/artykul/sukces-festiwalu-murali-outer-spaces-2011-zdjecia-wideo,916713,artgal,t,id,tm.html> (dostęp 4.05.2015)
- <http://szlakmurali.mallwallart.com/pl> (dostęp 14.05.2015)
- http://wyborcza.pl/1,75475,15860195,Murale_z_gdanskiej_Zaspy_wsrod_najpiekniejszych_na.html (dostęp 22.05.2015)

- <https://littletownshoes.wordpress.com/2015/07/04/bushwick-najwieksza-na-swiecie-ekspozycja-sztuki-graffiti/> (16.07.2015)
- www.capetownmagazine.com/cape-town-street-art (18.07.2015)
- www.historichedalles.org/mural_society/The_Dalles_Mural_Society.htm (17.07.2015)
- www.ikm.gda.pl/dzialanie/sztuka-w-przestrzeni-miejskiej/kolekcja-malarstwamonumentalnego/ (dostęp 15.11.2014)
- www.ikm.gda.pl/dzialanie/z-mieszkancami/przewodnicy/ (dostęp 12.03.2015)
- www.inyourpocket.com/Zurich/The-Giacomettis_72115f (18.07.2015)
- www.kurrikurrimurals.com/ (18.07.2015)
- www.mmlodz.pl/artykul/lodzkie-murale-w-swiatowej-czolowce,2716526,art,t,id,tm.html, Łódzkie murale w światowej czołówce (dostęp 21.05.2015)
- www.moosjaw.ca/?service=273 (17.07.2015)
- www.murale.mnc.pl/, Łódzkie Murale (dostęp 22.05.2015)
- www.muralegdanskzaspa.pl/ (dostęp 20.11.2014)
- www.muraltoursbelfast.com/ (15.07.2015)
- www.newmexicoexplorer.com/tucumcari-murals/ (17.07.2015)
- www.penang-discovery.com/attraction/mural_wall_art/ (16.07.2015)
- www.putnamcounty-chamber.com/mx/hm.asp?id=murals (17.07.2015)
- www.sanfrancisco.com/attractions/murals.html (17.07.2015) www.streetartbln.com/ (18.07.2015)
- www.tourismpenang.net.my/pdf/street-art-brochure.pdf (16.07.2015)
- www.tvn24.pl/lodz,69/lodzkie-murale-w-cnn-caly-swiat-zobaczy-ze-miasto-stoi-street-artem,372803.html, Łódzkie murale w CNN. „Cały świat zobaczy, że miasto stoi street Artem” (dostęp 21.05.2015)
- www.tvn24.pl/poznan,43/nowe-murale-w-poznaniu-chca-pomalowac-wiezowce-przy-chartowie,522437.html (dostęp 13.03.2015)
- www.tvn24.pl/zdjecia/gdansk-murale,38268.html, Gdańskie murale (dostęp 20.05.2015)
- www.urbanforms.org/about/pl/, O fundacji (dostęp 22.05.2015)
- www.urbanforms.org/tours/pl/, Wycieczki (dostęp 22.05.2015)
- www.urbanforms.org/UF_Walls/pl/, Murale (dostęp 22.05.2015)
- www.vernonmurals.ca/ (16.07.2015)
- www.wroclaw.pl/spacer-po-wroclawiu-tropem-murali, (dostęp 17.05.2015)

Tourism graffiti of selected cities: Gdańsk, Łódź, Poznań in the respondents' opinion

Key words: graffiti tourism, street art, graffiti, mural, Gdańsk, Łódź, Poznań.

Abstract: This thesis concerns graffiti tourism and murals in the cities Gdańsk, Łódź and Poznań. The main aim was to investigate the attitude of respondents of these cities to this phenomenon, examine how the existing trials of murals function in Gdańsk and Łódź. The thesis introduces the development of graffiti and street art in these cities. In order to find out the opinion of the inhabitants about graffiti tourism as an alternative form of exploring the city there were used questionnaires and surveys.