

Elżbieta Zuzńska-Żyśko

 <https://orcid.org/0000-0003-1258-3816>


Uniwersytet Śląski w Katowicach

Wydział Nauk Przyrodniczych

Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej

elzbieta.zuzanska-zysko@us.edu.pl

Małgorzata Szymiczek

 <https://orcid.org/0000-0003-3096-2764>

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Wydział Nauk Przyrodniczych

Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej

malgorzata.szymiczek@us.edu.pl

MAŁE MIASTA NA SZLAKU KULTUROWYM W ANDALUZJI WALORY TURYSTYCZNE I WYBRANE ASPEKTY GLOBALIZACJI

Abstrakt: Celem opracowania jest przybliżenie walorów turystycznych małych miast znajdujących się na Szlaku Białych Miast w Andaluzji oraz wskazanie wybranych przejawów globalizacji turystycznej na ich obszarze. Małe miasta górskie położone peryferyjnie często ulegają marginalizacji z uwagi na słabe podstawy gospodarcze i niewielką bazę ekonomiczną. Ważnym czynnikiem rozwoju tych miejsc staje się turystyka, która coraz częściej podlega procesom globalizacji i przyczynia się do większych przepływów turystycznych. Wyniki badań wskazują, że omawiana grupa miast ma wysokie walory zarówno kulturowe, jak i przyrodnicze. Miejscowości te łączy także kilka wspólnych cech, które nawiązują do przeszłości arabskiej i silnych związków z przyrodą. Przejawy globalizacji związane z turystyką odnoszą się głównie do postępującej adaptacji technologii komunikacji i cyfryzacji. Dotyczy ona m.in.: upowszechniania systemu rezerwacji i dystrybucji miejsc noclegowych przez Internet, marketingu turystycznego w zakresie promocji walorów turystycznych miast oraz popularyzacji ośrodków w mediach społecznościowych.

Słowa kluczowe: małe miasto, szlak kulturowy, globalizacja, walory turystyczne, Andaluzja, Hiszpania

SMALL TOWNS ON THE CULTURAL ROUTE IN ANDALUSIA: TOURIST VALUES AND SELECTED ASPECTS OF GLOBALIZATION

Abstract: The aim of the article is to present the problems of small towns on the White Towns Route in Andalusia regarding their tourist values and indicate selected manifestations of globalization in tourism. Small mountain towns located peripherally are often subject to marginalization due to weak economic foundations and a small economic base. Tourism becomes a crucial factor in their development, increasingly undergoing processes of globalization and contributing to greater tourist flows. Research results indicate that the examined group of towns possess both high cultural and natural values. They share several common features that refer to their Arabic origins and strong connections with nature. Manifestations of globalization related to tourism mainly concern the growing adaptation of communication technology and digitization. This includes the widespread use of online reservation and distribution systems for accommodation, tourism marketing promoting the tourist values of towns, and the popularization of centers through social media.

Keywords: small town, tourist route, globalization, tourism, Andalusia, Spain

1. WPROWADZENIE

Współcześnie turystyka należy do niezwykle dynamicznie rozwijających się sektorów gospodarczych (Bąk i Szczecińska, 2016; Durydiwka i Kowalczyk, 2003;

Dwyer, 2015). Ma to m.in. związek z globalizacją (Mańko i in., 2012), większą dostępnością przestrzeni oraz szybkością i łatwością przemieszczania się (Pietrzak

i Roman, 2014). Hiszpania odgrywa ważną rolę w rozwoju światowej turystyki. Znana jest bowiem z bogatej historii, różnorodnej kultury, malowniczych plaż i krajobrazów. W 2022 r. kraj ten odwiedziło 71,6 mln turystów zagranicznych (Ministerio de Industria y Turismo, 2023), co dało mu drugie miejsce po Francji, a przed Stanami Zjednoczonymi i Chinami (United Nations World Tourism Organization, 2019). Z jednej strony turystyka jest bardzo istotnym czynnikiem dochodów produktu krajowego brutto (PKB) w Hiszpanii – na poziomie 15% budżetu kraju, przyczynia się do powstania wielu miejsc pracy i przeciwdziała bezrobociu, które według Eurostatu w 2023 r. wynosi 12,4% i jest to najwyższy wskaźnik w całej Unii Europejskiej (EuroPAP News, 2023). Z drugiej strony prowadzi do niezwykle dynamicznych procesów nadpodaży turystów, a czasami do konfliktów społecznych, jak to ma miejsce m.in. w Barcelonie czy Sewilli (Kowalczyk-Anioł i Zmysłony, 2017). Wobec wciąż rosnącego sektora turystycznego niektóre regiony próbują stworzyć nowe produkty marketingowe w celu uatrakcyjnienia ofert swoich prowincji. Przykładem jest Andaluzja, która promuje niezbyt znane miasta w celu wzmocnienia funkcji usługowych mniejszych ośrodków położonych w górach, a więc peryferyjnie w stosunku do głównych centrów turystycznych. Jednym z takich produktów jest Szlak Białych Miast, zwany w języku hiszpańskim Ruta de los Pueblos Blancos. Powstał, aby podkreślić walory przyrodniczo-kulturowe regionu i obszarów wiejskich (Andalucia.org, b.r.) oraz poszerzyć ofertę turystyczną Andaluzji, która jest zdominowana przez dobrze rozwinięte nadmorskie kurorty turystyczne. Istniejący szlak turystyczny biegnie przez małe miasta i tradycyjne hiszpańskie wsie. Daje to możliwość podziwiania wyjątkowej architektury, dziedzictwa kulturowego i historycznego w prowincjach Kadyks i Malaga, będących częścią Andaluzji.

W literaturze przedmiotu istnieje niewiele publikacji na temat szlaku. Do nielicznych prac można zaliczyć badania J.D. Albarraña Periañeza (2017), który zwrócił uwagę na przemiany funkcjonalne miasteczek rolniczych w ośrodki usługowe, koncentrując się na poszukiwaniu nowych dróg dla dywersyfikacji gospodarczej hiszpańskich terenów rolniczych poprzez turystykę i lokalną politykę rozwoju. Albarrañ Periañez zaznaczył również, że ważne jest podejście mieszkańców do ochrony ich dziedzictwa kulturowego. Szlak był także przedmiotem uwagi zespołu badaczy z Uniwersytetu w Kordobie (Millán i in., 2013). Dzięki analizie SWOT pokazali oni potencjał turystyczny regionu, w tym białych miasteczek, wskazując na strategiczną potrzebę skoordynowania działań sektora publicznego i inicjatyw prywatnych w celu ich ukierunkowania na turystykę zarządzania zrównoważonym rozwojem tego obszaru. Autorzy poruszyli problem zagrożenia białych miasteczek i obszarów wiejskich w Andaluzji

dewastacją środowiska naturalnego przez masową turystykę oraz zmian charakteru miejscowości. Podkreśla się, że powinny one ze sobą współpracować w ramach jednej strategii turystycznej. Te kwestie należy rozpatrywać szerzej – w kontekście postępującej globalizacji turystyki (Bąkiewicz i Żuławska, 2010).

W świetle przedstawionych zagadnień celem niniejszego artykułu jest przybliżenie walorów turystycznych małych miejscowości tworzących Szlak Białych Miast w Andaluzji oraz wskazanie wybranych przejawów globalizacji turystycznej na ich obszarze. Opracowanie wpisuje się w zakres tematyczny zarówno geografii miast, jak i geografii turystyki.

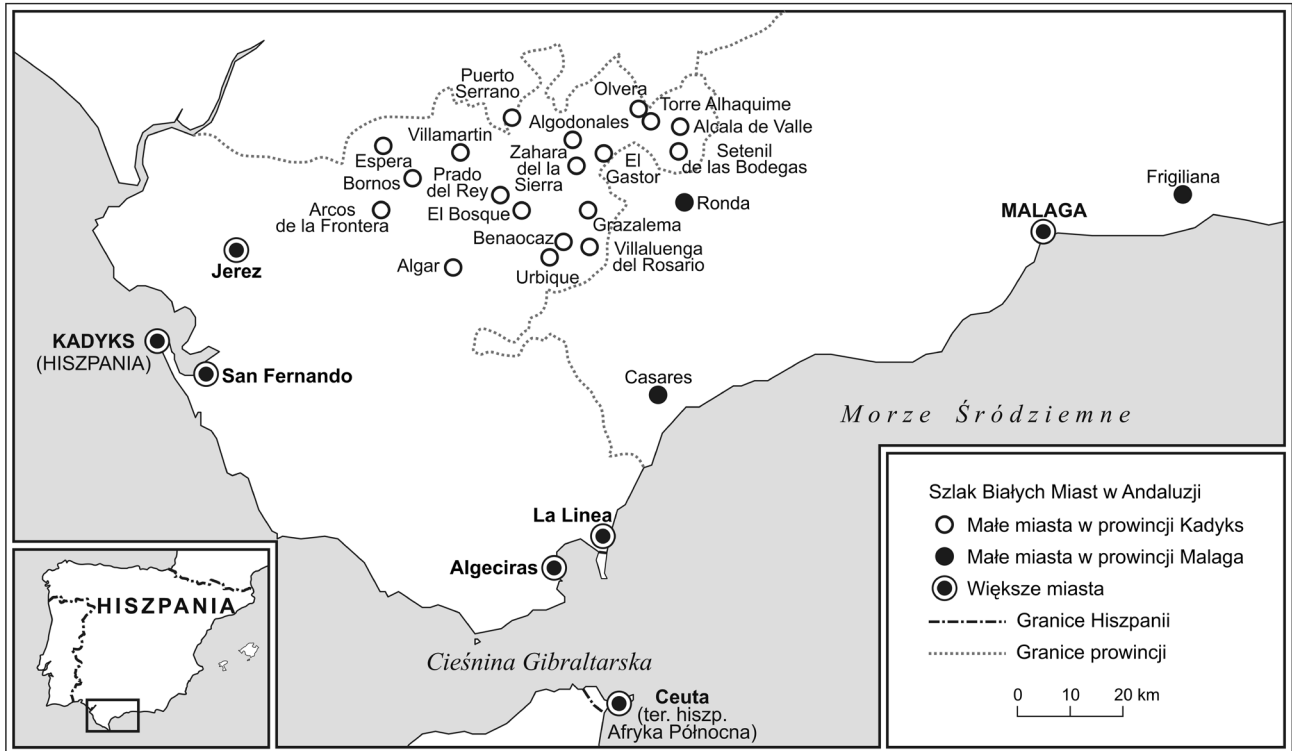
2. ZAKRES PRACY

Obszar badań jest położony w południowej Hiszpanii, w regionie Andaluzji, i obejmuje 19 miejscowości znajdujących się na Szlaku Białych Miast w prowincji Kadyks w paśmie Sierra de Cádiz. Z uwagi na podobieństwo architektoniczne i kulturowe przeanalizowano także trzy miasta z prowincji Malaga, które przypisuje się do tego szlaku. Łącznie zbadano grupę 22 miast. W prowincji Kadyks są to miejscowości: Alcalá del Valle, Algar, Algodonales, Arcos de la Frontera, Benaocaz, Bornos, El Bosque, El Gator, Espera, Grazalema, Olvera, Prado del Rey, Puerto Serrano, Setenil de las Bodegas, Torre-Alháquime, Ubrique, Villaluenga del Rosario i Villamartín, Zahara de la Sierra, a w prowincji Malaga to: Casares, Frigiliana i Ronda (rysunek 1).

Większa część miejscowości ze szlaku znajduje się w Obszarze Chronionego Krajobrazu Sierra de Grazalema. Jest on cennym skupiskiem jodły hiszpańskiej oraz jednym z najbardziej widowiskowych kompleksów krasowych w Hiszpanii. W 1977 r. terytorium Sierra de Grazalema zostało uznane przez United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) za Rezerwat Biosfery (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Cadiz, 2016). Drugim terenem, na którym leżą białe miasteczka, jest Obszar Chronionego Krajobrazu Alcornales. Są tam unikatowe w Europie enklawy reliktovej roślinności trzeciorzędowej oraz wąskie doliny pochodzenia rzecznoego, tzw. *canutos* (Portal oficial de turismo de España, b.r.).

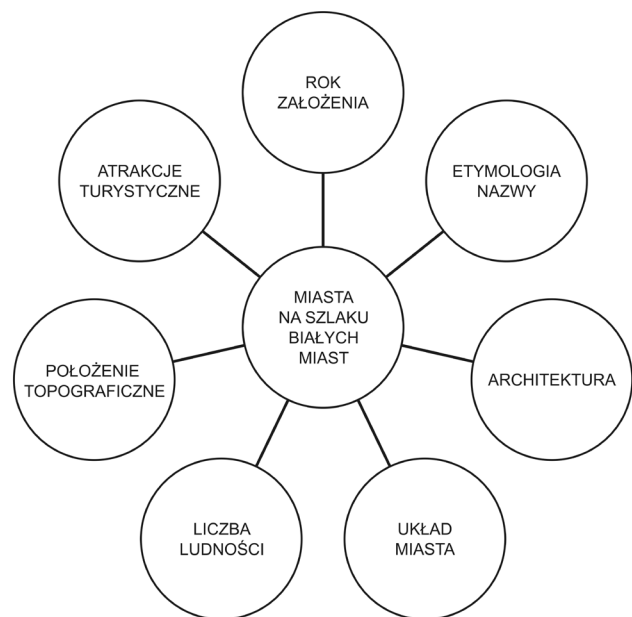
Zakres czasowy opracowania obejmuje lata 2010–2023. Analizy dokonano na podstawie metody dedukcyjnej, która wpisuje się w metodę badań jakościowych. Zastosowano badania typu *desk research*. Nie prowadzono badań terenowych, ale wykorzystano dokumentację fotograficzną z wyjazdów studyjnych do Andaluzji. Do wizualizacji położenia obszaru badań zastosowano metody kartograficzne z zakresu systemu informacji geograficznej (GIS).

Materiały źródłowe pochodzą głównie ze stron internetowych poszczególnych małych miast, portali



Rysunek 1. Małe miasta i wsie tworzące Szlak Białych Miast w Andaluzji (prowincje Kadyks i Malaga) w południowej Hiszpanii
 Źródło: opracowanie własne

turystycznych Hiszpanii i regionu Andaluzja. W badaniach wykorzystano dane statystyczne z Narodowego Instytutu Statystycznego Hiszpanii (Instituto Nacional de Estadística [INE]). Były to dane o liczbie ludności w latach 2000–2022, które uzupełniono o liczbę turystów ogółem oraz o wpływy z turystyki zagranicznej. Korzystano z informacji na stronach internetowych poświęconych turystyce w Andaluzji oraz w prowincji Kadyks (Andalucia.org, b.r.; Cádiz Turismo, b.r.; Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, b.r.). Dodatkowo uwzględniono oficjalne raporty Departamentu Rolnictwa, Rybołówstwa, Wody i Rozwoju Wsi (Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, 2015), Departamentu Turystyki, Rewitalizacji, Sprawiedliwości i Administracji Lokalnej (Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, 2018). Bazowano również na danych statystycznych Ministerstwa Przemysłu, Handlu i Turystyki dotyczących turystyki i cyfryzacji w Andaluzji (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo [MINCOTUR]). Posłużono się także materiałami zebranymi podczas wyjazdów studyjnych do Andaluzji i obserwacji bezpośredniej. Ważną grupę materiałów źródłowych stanowiły informacje publikowane na stronach poszczególnych miast. Na ich podstawie zidentyfikowano wspólne dane obszaru badań w kategorii siedmiu cech (rysunek 2), takich jak: rok założenia, etymologia nazwy, architektura miast, układ miast, liczba ludności, atrakcje turystyczne, położenie topograficzne. Dane te pogrupowano,



Rysunek 2. Cechy miast położonych na szlaku Ruta de los Pueblos Blancos uwzględnione w analizie
 Źródło: opracowanie własne

co pomogło wyodrębnić podobieństwa i różnice pomiędzy analizowanymi obszarami w zakresie walorów kulturowych i przyrodniczych. Informacje dotyczące globalizacji turystycznej pochodzą z baz internetowych Booking.com i Airbnb.com, stron internetowych poświęconych systemom komunikacji miejskiej, transportowej

i lotniczej (Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, 2015). Wykorzystano także dokumentację fotograficzną zebraną w terenie. W tym miejscu warto dodać, że zakres źródeł i badania nie obejmowały zmian społecznych związanych z turystyką pod wpływem globalizacji, zmian form własności nieruchomości udostępnianych turystom ani wpływu na dziedzictwo materialne i niematerialne.

3. PRZEGLĄD LITERATURY

3.1. POJĘCIE GLOBALIZACJI W LITERATURZE PRZEDMIOTU

Globalizacja to zespół różnych relacji przyczyniających się do wzajemnych powiązań życia społecznego w (post)nowoczesnym świecie (Pacione, 2009), dzięki którym krajowe i regionalne gospodarki, społeczeństwo i ich kultura włączają się w jeden światowy system zależności (Albrow i King, 1990). Ten ogólnoswiatowy proces wiąże się z przepływami informacji, technologii, kapitału, towarów, usług i ludzi. Ważnym czynnikiem globalizacji są czynniki technologiczne (Dwyer, 2015), w tym zmiany wynikające z cyfryzacji oraz komunikacji (Brenes Leiva, 2017). Charakterystyczną cechą tego procesu jest także zdominowanie rynku światowego przez duże firmy, często o międzynarodowym charakterze, które konkurują nie tylko ze sobą, ale jednocześnie z jednostkami lokalnymi i regionalnymi (Meyer, 2004; Panasiuk, 2014). Globalizacja może dotyczyć różnych zjawisk zachodzących we współczesnym świecie (Wosińska, 2010). Według R. Robertsona (1992) można ją rozpatrywać w kilku ujęciach, np. gospodarczym jako wymianę i dystrybucję towarów oraz usług w ponadnarodowych powiązaniach globalnych lub kulturowym – jako wymianę informacji, towarów, usług, preferencji i wartości zmierzających do kosmopolitycznego stylu życia. Z kolei ujęcie przestrzenne globalizacji odnosi się do zmian w skali światowej na skutek sił globalnych, które są osadzone w kontekście lokalnym (Pacione, 2009).

Początki globalizacji w turystyce można odnaleźć po 1945 r., kiedy rozpoczęła się nowa faza rozwoju tej branży (Mańko i in., 2012). Wzrost popytu na usługi turystyczne spowodował zmiany na rynku usług. Ukształtowały one nowoczesną gospodarkę turystyczną, która cechuje się nie tylko większą masowością produktu turystycznego i jego unifikacją (Durydiwka i Kowalczyk, 2003), ale również większą normalizacją, specjalizacją oraz dywersyfikacją oferty turystycznej (Dwyer, 2015). Turystyka dzięki swojej internacjonalizacji jest w stanie szybciej wykorzystać zalety gospodarki globalnej (Kędziorek i Różycka, 2016a). Jest też najbardziej zglobalizowanym

sektorem gospodarki (Mańko i in., 2012), chociaż według W. Alejskiego i B. Szczepowicza (2019) dotyczy to głównie państw wysoko rozwiniętych.

Według A. Lubbeego (2010) istotnymi czynnikami globalizacji są popyt i podaż. Wpływają one zwłaszcza na globalizację turystyki (Dwyer, 2015), w której widać podział rynku między dużymi operatorami globalnej branży turystycznej, fuzje firm oraz wzrost globalnych marek turystycznych. Związki z ogólnoswiatową gospodarką można także zauważyć poprzez rozwój technologii komunikacyjnych, informatycznych, rozwój transportu i mobilności. Dynamiczny rozwój cyfryzacji wpływa na postęp w gromadzeniu oraz przesyłaniu danych. Współczesne systemy internetowe w prosty sposób ułatwiają dokonanie rezerwacji noclegu czy biletów lotniczych z dowolnego miejsca na świecie. Rozwój transportu – lotniczego, kolejowego, samochodowego i morskiego – wpłynął na poprawę szybkości oraz komfortu podróży (Pietrzak i Roman, 2014). Dla turystyki ważne są również: integracja gospodarcza, liberalizacja przepisów wizowych i celnych (Mańko i in., 2012), a w turystyce międzynarodowej: wymiana walut, zatrudnienie i inwestycje (Dwyer, 2015). Integracja gospodarcza poszczególnych regionów świata ujednolica warunki konkurencji i przepisy podatkowe oraz prowadzi do eliminowania barier w prowadzeniu działalności gospodarczej na skalę światową (Kędziorek i Różycka, 2016b).

Czynnikami rozwoju globalizacji turystycznej są także lepszy przeciętny stan zdrowia ludności oraz wyższe dochody. Dzięki temu ludzie podróżują dłużej, częściej i dalej. Również edukacja, dostęp do wiedzy, cyfryzacji oraz znajomość języków mogą prowadzić do rozwoju globalizacji i zwiększania międzynarodowego ruchu turystycznego (Mańko i in., 2012).

3.2. MAŁE MIASTA W PRZESTRZENI GEOGRAFICZNEJ

Pojęcie miasta jest zagadnieniem niezwykle szerokim i wieloaspektowym. Na świecie nie ma jednego kryterium identyfikacji, a w literaturze przedmiotu wciąż trwa dyskusja nad określeniem znaczenia miejskości i wiejskości (Konecka-Szydłowska, 2018; Kwiatek-Sołtys i Runge, 2011; Sokołowski, 1999). Jednym z kryteriów wydzielenia miast jest liczba ludności (Jóźwik i Dymek, 2022; Liszewski i Maik, 2000; Szymańska, 2013; Zdrojewski, 1994). W Hiszpanii liczba małych miast według danych z 2021 r. (INE, 2021a) kształtuje się na poziomie około 610 miejscowości (7,5% w skali całego kraju), zamieszkuje je pomiędzy 10 tys. a 50 tys. osób (26,7% ludności Hiszpanii¹ – 12,7 mln).

W kontekście podjętego tematu Szlaku Białych Miast w Andaluzji warto zaznaczyć, że w przeszłości, zwłaszcza w średniowieczu, w Europie głównym

zadaniem małych miast była obsługa wiejskiego zaplecza (Kiełczewska-Zaleska, 1972). Miasta te pełniły m.in. funkcje administracyjne, handlowe i rolnicze (Liszewski i Maik, 2000). W późniejszym okresie rozwinęły się w nich usługi i funkcje produkcyjne na rzecz otaczającego zaplecza. Znaczenie ośrodków lokalnych w rozwoju wsi jako centrów lokalnych opisywał K. Heffner (2003). W świetle teorii W. Christallera małe miasta to zazwyczaj ośrodki targowe lub administracyjne pierwszego rzędu (Petryszyn, 2005). Ta reguła była zaburzona w obszarach górskich, gdzie topografia terenu uniemożliwiała regularny układ sieci osadniczej, oraz w silnie uprzemysłowionych rejonach.

Obecnie małe miasta, niezależnie od ich genezy, zwykle podlegają peryferyzacji, często też wyludnianiu z uwagi na słabe podstawy gospodarcze (Bartosiewicz i in., 2019). Wynikają one m.in. z niewielkich rozmiarów bazy ekonomicznej, która jest pochodną utraty znaczenia gospodarczego na rzecz innych większych i lepiej rozwiniętych ośrodków. Niewielka jest rola małych miast w zakresie pełnionych funkcji, głównie lokalnych lub nieznacznie wykraczających poza obszary wiejskie (Bartosiewicz, 2012; Sitek i in., 2013; Wirth i in., 2016). Lepszy rozwój występuje najczęściej w zapleczu dużych miast i ośrodków metropolitalnych (Bartosiewicz, 2012; Heffner, 2003; Zuzañska-Żyśko, 2005, 2007).

Współcześnie czynnikiem rozwoju małych miast często jest funkcja turystyczna, o ile ośrodek ma dostatecznie korzystne walory turystyczne, na podstawie których może wykreować atrakcje kulturowe lub przyrodniczo-krajobrazowe (Derek, 2007; Derek i in., 2005; Jażewicz, 2011; Matczak, 2011, 2019; Myga-Piątek, 2012; Petryszyn i Zuzañska-Żyśko, 2008; Tkocz i in., 2009).

Małe miasta hiszpańskie, zwłaszcza usytuowane na wybrzeżu, doskonale wykorzystują swoje walory przyrodnicze. Dobre warunki rekreacyjne i klimatyczne, takie jak: dostęp do morza, piaszczyste, szerokie plaże oraz największa liczba dni słonecznych w Europie (ponad 300 w ciągu roku), połączone z infrastrukturą hotelową i gastronomiczną sprawiają, że turystyka jest niezwykle istotną gałęzią gospodarki. Małe miasta hiszpańskie na wybrzeżu pełnią funkcje portów, ekskluzywnych marin dla jachtów oraz funkcje wypoczynkowo-rekreacyjne. Są to często odwiedzane nadmorskie kąpieliska i miasta słońca (rysunek 3) (Beaujeu-Garnier i Chabot, 1971). Małe miasta turystyczne występują na całym wybrzeżu od Costa Brava w Katalonii (Calella, Blanes, Cadaques), przez Costa Blanca w Walencji (Calpe, Benidorm, Albir) aż do andaluzyjskich Costa del Sol (Puerto Banus, Estepona, Torremolinos) i Costa de la Luz (Barbarte, Conil, Tarifa). Czasami ich rozwój turystyczny prowadzi do nadmiernej turystyki – overtourismu (Milano i in., 2019) – i jest tak dynamiczny, że przekracza możliwości obsługi gości, którzy do danej destynacji przybywają, dzieje się tak np. w przypadku Besalú (Muler Gonzalez i Galí Espelt, 2021). Ma to związek

z napływem odwiedzających w wyniku globalizacji, rozwojem tanich linii lotniczych i powszechnymi formami rezerwacji noclegów przez Internet. W konsekwencji przekłada się to na budowę nowych apartamentów pod wynajem dla turystów i jest przejawem globalizacji, która czasami prowadzi do konfliktów między lokalną społecznością i interesariuszami turystyki (Diaz-Parra i Jover, 2020).



Rysunek 3. Puerto Marina w mieście Benalmadena w stylu mauretańskim w prowincji Malaga uznawany za jeden z najpiękniejszych portów żeglarskich na świecie
Źródło: E. Zuzañska-Żyśko, 2006

Nieco inaczej rozwijają się małe miasta Andaluzji usytuowane z dala od wybrzeża, na obszarach górskich (rysunek 4). Charakterystyczne dla takich ośrodków jest to, że często zamieszkują je tradycyjne społeczności o określonych wartościach kulturowych. Duże znaczenie ma tam wciąż funkcja rolnicza związana z uprawą oliwek, pomarańczy, słonecznika, produkcją korka czy wina. Położenie peryferyjne czyni te miejsca z jednej strony wyizolowanymi, z drugiej urokliwymi z uwagi na piękno otaczającego krajobrazu przyrodniczego. W celu wsparcia podstaw gospodarczych oraz wyeksponowania cech kulturowych i niepowtarzalnych atrakcji, nierzadko sięgających czasów rzymskich, aktualnie próbuje się zaktywizować te miejscowości poprzez rozwój turystyki i tworzenie tras tematycznych, jak opisywany Szlak Białych Miast.



Rysunek 4. Typowy krajobraz ośrodków na Szlaku Białych Miast w Andaluzji
Źródło: E. Zuzañska-Żyśko, 2006

3.3. SZLAKI TURYSTYCZNE

Szlaki turystyczne są uznawane za bardzo ważną składową rozwoju turystyki. Mogą być elementem zagospodarowania turystycznego, atrakcją, a także produktem turystycznym (Stasiak, 2007). Uważa się je za element przygotowania obszaru do przyjęcia turystów i traktuje jako infrastrukturę uzupełniającą. Są niemal tak samo istotne, jak baza noclegowa i gastronomiczna, gdyż służą udostępnieniu turystom najbardziej atrakcyjnych walorów danego obszaru. Szlak sam w sobie może stanowić atrakcję turystyczną, ale – według Z. Kruczka (2005) – bez komercjalizacji będzie tylko wyznaczoną trasą, zespołem obiektów, propozycją niemającą rynkowego znaczenia. Jednak przy odpowiednim działaniu szlak może tworzyć ważny produkt turystyczny i stać się nową, silną marką. Dlatego w hierarchii kategorii produktów turystycznych zaproponowanej przez J. Kaczmarka, A. Stasiaka i B. Włodarczyka (2005) szlak zajmuje wysokie miejsce. Wynika to z faktu integracji organizacyjnej – łączenia różnych obiektów i miejsc geograficznych, często odległych od siebie, które wchodzi w zakres innych gmin i które są przypisane do konkretnej lokalizacji w przestrzeni geograficznej, a to wymaga dobrej organizacji i zarządzania.

Tworzenie szlaków dziedzictwa kulturowego przyczynia się do dywersyfikacji turystyki w regionie (Duda, 2018) oraz do rozwoju nowych funkcji zarządzania obszarem i planowania turystycznego. Dzięki nim można kierować ruchem turystycznym. Świadome wytyczanie szlaków może prowadzić do powstania nowego produktu turystycznego, odciągnąć uwagę turystów od najbardziej znanych i obleganych atrakcji i przekierować ją do mniej uczęszczanych miejsc, ograniczając nadmierną turystykę. Umiejętne wykorzystanie funkcji szlaków turystycznych może stać się skutecznym narzędziem sterowania potokami ruchu turystycznego, rozpraszając osoby odwiedzające dany obszar po mniej znanych atrakcjach w regionie.

Pojęcie szlaku jest znane i szeroko opisane w literaturze, a typów szlaków jest wiele. Opisują je m.in. A. Mikos von Rohrscheidt (2008), K. Orzechowska-Kowalska (2009), K. Kołodziejczyk (2014) i T. Duda (2018). Zasięg szlaków turystycznych pod względem oddziaływania może mieć charakter lokalny, regionalny, krajowy lub międzynarodowy. W Hiszpanii wśród szlaków warto wymienić trasę Cami de Ronda (Otero i in., 2023) i opisywany Szlak Białych Miast w Andaluzji o tematyce miejsko-wiejskiej i architektonicznej, natomiast przykładem szlaku kulturowego oraz międzynarodowego jest Szlak Dziedzictwa Andaluzjskiego, który powstał w 1997 r. Dzięki niemu można poznać dziedzictwo, kulturę oraz architekturę Arabów zamieszkujących Półwysep Iberyjski między VIII a XV w. Szlak biegnie również przez inne kraje, takie jak: Portugalia, Egipt i Włochy (Council of Europe, b.r.b). Na problem komercjalizacji

cennych historycznie miejsc Hiszpanii, w tym opisywanego szlaku, zwrócił uwagę T. Lobo Montero (1998). Tematyka osadnicza dotyczy wielu innych szlaków kulturowych w Europie (Orzechowska-Kowalska, 2009). Koordynacją działań związanych z powoływaniem i rozwojem Europejskich Szlaków Kulturowych zajmuje się Instytut Szlaków Kulturowych (European Institute of Cultural Router) z siedzibą w Luksemburgu. Szlaki kulturowe są również mocno wspierane przez działania Rady Europy (Council of Europe, b.r.a). Coraz większe zainteresowanie szlakami kulturowymi można wyjaśnić, za A. Otero, D.J. Timothym, N. Galí, N. i D. Vidal-Casellas (2023), rosnącym trendem doceniania krajobrazów kulturowych oraz łączenia krajobrazów z szerszym otoczeniem dziedzictwa kulturowego.

Opisywany Szlak Białych Miast w Andaluzji jest produktem turystycznym, który pozwala na promowanie krajobrazu kulturowego. To przykład szlaku miejskiego, tematycznego, kulturowego i jednocześnie krajoznawczego, o charakterze regionalnym, położonego w południowej Hiszpanii.

4. ROZWÓJ TURYSTYKI W REGIONIE ANDALUZJI NA TLE HISZPANII

Turystyka w Hiszpanii rozwija się od XIX w., jednak na skalę masową rozpoczęła się w latach 1961–1970. Wówczas nastąpił wzrost liczby miejsc noclegowych o 335% (Koliba, 1997). Stało się tak dzięki wsparciu kredytowemu rządu hiszpańskiego dla przemysłu hotelowego. Mniejsze miejscowości na wybrzeżu Morza Śródziemnego, w pobliżu Barcelony czy Malagi, zaczęły się przekształcać w duże ośrodki ruchu turystycznego. Przykładem może być Calella na Costa del Maresme, położona 50 km od Barcelony. Miasteczko, liczące 3,5 tys. mieszkańców na przełomie XIX i XX w., stało się centrum turystycznym z licznymi hotelami i apartamentami. Według danych INE miasto w 2022 r. liczyło 19,4 tys. mieszkańców (Ajuntament de Calella, 2021).

Popularność Hiszpanii jako kraju turystycznego to zasługa walorów przyrodniczych, krajobrazowych oraz kulturowych. Oferta turystyczna jest bardzo różnorodna, nie opiera się jedynie na modelu 3xS (ang. *sea, sand, sun* – ‘morze, piasek, słońce’), ale również na bogatej propozycji kulturalnej (Malchrowicz, 2009).

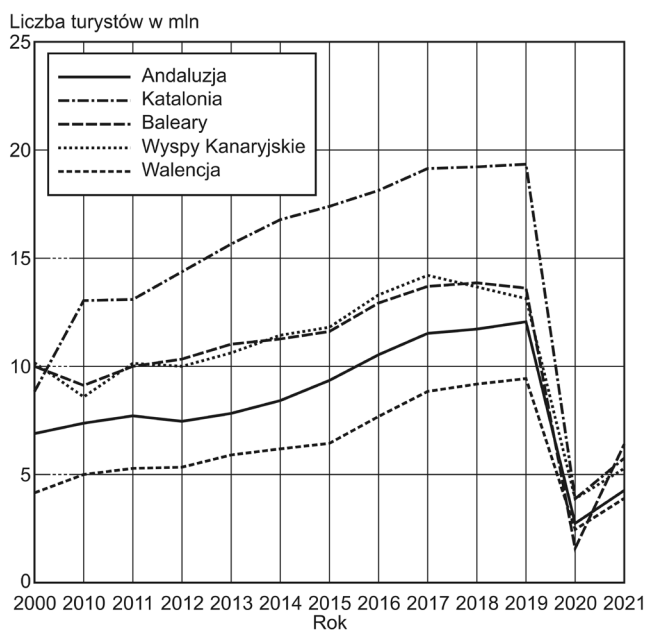
Andaluzja jest jedną z 17 wspólnot autonomicznych Hiszpanii, znajduje się w południowo-zachodniej części tego kraju. Dzieli się na osiem prowincji: Almeria, Kadyks, Kordoba, Grenada, Huelva, Jaén, Malaga i Sewilla. Część z nich leży u wybrzeży Morza Śródziemnego, natomiast inne położone są w głębi lądu. Prowincje Kadyks i Malaga, gdzie znajduje się Ruta de los Pueblos Blancos, mają podobne cechy fizyczno-geograficzne. Południowa część tych prowincji zlokalizowana jest na

wybrzeżu Morza Śródziemnego oraz Oceanu Atlantyckiego, a środkowa i północna to pasmo górskie Sierra Morena. Jest to region rolniczo-przemysłowy.

Do najpopularniejszych miast turystycznych należą: Málaga, Grenada, Kordoba, Kadyks, Sewilla oraz mniejsze kurorty turystyczne, powstałe na peryferiach miast nadmorskich, m.in.: Benidorm, Marbella, Torremolinos i Estepona. Mimo ciekawych walorów architektonicznych ich krajobraz uległ przekształceniom związanym z rozbudową miast i funkcji turystycznej. Te głębokie, niekorzystne zmiany krajobrazu, zwłaszcza w sąsiedztwie linii brzegowej, zyskały już w latach 60. XX w. określenie „marbelizacja” (Donadieu i Perigord, 2005, za: Kulczyk, 2013).

Region Andaluzji jest ważny dla gospodarki turystycznej Hiszpanii (rysunek 5). Według danych INE (Ministerio de Industria y Turismo, 2023) rok 2019 był najintensywniejszym rokiem pod względem liczby turystów w Hiszpanii przed pandemią koronawirusa (tabela 1). Andaluzję odwiedziło wtedy 14% wszystkich turystów zagranicznych przyjeżdżających do Hiszpanii.

Wpływy z turystyki w Andaluzji sięgają 12,8 mld euro. Według danych INE (2021b) region ten znajduje się na trzecim miejscu spośród najwyższych PKB w Hiszpanii (dochody z turystyki w kraju na poziomie 160 mld euro). Mimo to, przeliczając wpływy na jednego mieszkańca,



Rysunek 5. Liczba turystów w najpopularniejszych regionach Hiszpanii w latach 2000–2021
Źródło: opracowanie własne

Tabela 1. Liczba turystów (w mln) w Andaluzji na tle Hiszpanii w latach 2000–2021

Liczba turystów	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Hiszpania	46,4	52,6	56,1	57,4	60,7	64,9	67,7	75,3	81,9	82,8	83,5	18,9	31,2
Andaluzja	6,9	7,4	7,8	7,5	7,9	8,5	9,3	10,6	11,5	11,7	12,0	2,7	4,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych INE (b.r.b).

Andaluzja zajmuje ostatnie miejsce spośród wszystkich regionów autonomicznych. Jest to jeden z najbardziej ubogich regionów w kraju, opierający swoją gospodarkę głównie na rolnictwie i turystyce, gdzie bezrobocie wśród młodych ludzi do 25. roku życia według Eurostatu (Opińska, 2023) sięga 32%. Średnio jeden turysta pozostawia w Andaluzji około 1050 euro (INE, b.r.a). Badanie przeprowadzone w 2022 r. przez badaczy z Uniwersytetu w Maladze (Cruz-Ruiz i in., 2022) wykazało, że wbrew coraz większej niechęci do turystów, po kryzysie finansowym związanym z pandemią COVID-19, Andaluzjczycy ponownie upatrują w rozwoju turystyki istotne narzędzie dla gospodarczego ożywienia regionu.

5. CECHY BADANYCH MIAST ORAZ ICH WALORY TURYSTYCZNE

W przeprowadzonej analizie skupiono się na siedmiu cechach małych miast: roku założenia, etymologii nazwy, dominującym typie architektury, układzie miasta, liczbie ludności, położeniu topograficznym oraz głównych atrakcjach turystycznych (rysunek 5).

Powstanie badanych miast datuje się między VIII a XV w. (dla przykładu miasteczko Grazalema powstało w 715 r., a Alcala del Valle w 1488 r.). Ich początki wpisują się w panowanie Maurów na Półwyspie Iberyjskim – ludu berberyjsko-arabskiego pochodzącego z północno-zachodniej Afryki. Władza Maurów na ziemiach hiszpańskich przypadała między VIII a XV w. (aż do 1491 r.). Pozostawili oni po sobie wspaniałą architekturę, nowoczesne rolnictwo (usprawnienie systemów irygacyjnych), rozpropagowali naukę na wysokim poziomie. W białych miasteczkach na szlaku do dziś widać silne wpływy arabskie w architekturze (Malchrowicz, 2009). Niektóre nazwy miejscowości pochodzą od arabskich słów, np.: Algar (arab. *al-gār* – ‘jaskinia’), Alcala del Valle (arab. *al-qal’ah* – ‘cytadela’), Zahara de la Sierra (arab. *zahara* – ‘twierdza’, oznacza ‘zamek na wzgórzu’).

Analizując 22 ośrodki na obszarze badań, znajdujące się w prowincji Kadyks (19 miast) i Málaga (3 miasta), zaobserwowano silne wpływy muzułmańskie w budownictwie. Szczególnie widoczne jest to w strukturze przestrzennej miast, która ma typowe dla całej Afryki Północnej, Bliskiego Wschodu oraz Półwyspu Arabskiego cechy układów nieregularnych. Charakteryzują się one wąskimi krętymi uliczkami, często ślepo

zakończonymi (Zuzańska-Żyśko, 2008). Z uwagi na gorący klimat domy położone są blisko siebie, dzięki czemu rzucają cień na ulicę. Zabudowania mieszkalne są bielone, aby odbijały promienie słoneczne. Jednocześnie wykorzystywane wapno miało znaczenie sanitarne – odkażające. Domy mają patia z elementami roślinności i fontanny, które z jednej strony dawały wytchnienie od wysokich temperatur, a z drugiej reprezentowały styl *mudéjar*. Styl ten wykształcił się podczas panowania Maurów na Półwyspie Iberyjskim i łączył sztukę muzułmańską z chrześcijańską (Danecki, 2015; Wydawnictwo Naukowe PWN, b.r.). Domy dekorowane były kaflami zwanymi *azulejos*, z motywami kwiatów, arabeskami i wzorami geometrycznymi. Do dzisiaj kafle te zdobią budynki w Andaluzji, widać je w nazwach ulic oraz domostw. Miasta są spójne krajobrazowo pod kątem wyglądu oraz układu urbanistycznego (domy bielone wapnem, kamienne dachy, niska zabudowa).

Liczba ludności zamieszkująca miejscowości objęte analizą jest zróżnicowana, tak samo jak funkcje, które te miasta pełnią. Badane ośrodki liczą od zaledwie 480 mieszkańców do 30 tys. Do najmniejszych z nich należą m.in.: Villaluenga del Rosario, Benaocaz, Torre Alhaquime, a największym jest Arcos de la Frontera. Podstawową funkcją miast i wsi położonych na trasie Pueblos Blancos jest funkcja rolnicza: uprawa oliwek, winorośli, hodowla bydła i produkcja sera. Jednakże niektóre z nich koncentrują się głównie na pełnieniu funkcji turystycznych. Zachęca do tego ciekawa architektura. Interesującą atrakcją turystyczną jest miasto Setenil de las Bodegas. Tamtejsze domy zostały wybudowane oraz wkomponowane w skały, a samo miasto w średniowieczu zostało rozbudowane, aby pełnić funkcje obronne (Cádiz Turismo, b.r.). Pozostałości arabskich budynków obronnych można znaleźć w mieście Bornos. Zamek Fontanar był starą fortecą pochodzenia arabskiego, z której zachowały się niektóre malowidła ścian i wieży. W XVI w. został gruntownie odrestaurowany i przebudowany, otrzymując nazwę Pałac Ribera (Tudestino, b.r.). W miejscowości Alcalá del Valle, w Tomillo, odkryto dolmeny, a w mieście Espera znajduje się stanowisko Carissa Aurelia z zachowaną nekropolią z czasów rzymskich. Stanowiska archeologiczne to cenna atrakcja kulturowa Andaluzji. Walorem krajobrazowym jest położenie topograficzne najbardziej zaludnionego miasta na szlaku: Arcos de la Frontera. Miasto znajduje się na szczycie klifu nad rzeką Guadalete, co zapewnia niezwykle widoki.

Omawiane miejscowości są atrakcyjnie położone – znajdują się w granicach dwóch obszarów chronionego krajobrazu: Sierra de Grazalema oraz Las Alcornales, na zboczach gór lub w dolinach (Puerto Serrano, Arcos de la Frontera), tworząc niepowtarzalny układ nawiązujący do topografii terenu, niemal wykorzystując założenia starożytnych miast greckich, które wkomponowywano w naturalny krajobraz. Miasta zostały

ulokowane w miejscach ułatwiających obronę przed atakami wroga. Dzięki temu współcześnie turyści mogą tam uprawiać różne formy turystyki kwalifikowanej – trekking w górach Grazalema czy nurkowanie w zatokach Zahara-El Gastor oraz Bornos.

Poznając Szlak Białych Miast, można rozszerzyć obszar zwiedzania Pueblos Blancos o prowincję Málaga. Jedną z najpopularniejszych miejscowości jest Ronda z dobrze zachowaną arabską zabudową miasta (rysunek 6). Składa się ona z dwóch części: arabskiej (la Ciudad) oraz nowszej (el Mercadillo), dobudowanej w późniejszym okresie. Obydwie części miasta łączy XVIII-wieczny most Puente Nuevo, a arabska architektura przyciąga turystów swoimi atrakcjami, np. domami zawieszonymi na skałach wąwozu El Tajo. Atrakcją turystyczną jest również arena byków pochodząca z końca XVIII w. W 2011 r. władze Rony podjęły starania o wpisanie miasta na Listę światowego dziedzictwa UNESCO (Ronda Today, 2011).

Walory turystyczne współwystępują z funkcją rolniczą i rzemieślniczą. W ośrodkach wciąż obecne są niewielkie zakłady produkcyjne. W wielu miasteczkach rozwijało się tradycyjne rzemiosło, jak garbarstwo – Ubrique słynie z wyrobów skórzanych (znajduje się tu Muzeum Skóry), ich produkcja odbywa się tam od pokoleń, a materiały są skupowane przez największe luksusowe światowe marki (Armario, 2019).



Rysunek 6. Ronda – białe miasto na skale wąwozu rzeki Guadalevín w prowincji Málaga
Źródło: E. Zuzańska-Żyśko, 2006

6. PROCESY GLOBALIZACJI ZWIĄZANE Z TURYSTYKĄ W BADANYCH MIASTACH – WYBRANE ASPEKTY

Analizując przejawy globalizacji w ośrodkach położonych na Szlaku Białych Miast w Andaluzji, warto mieć na uwadze, że rozważania te wpisują się w ogólną dyskusję na temat rozwoju turystyki jako ważnego sektora

gospodarczego. Ogólnoświatowe trendy globalizacji turystyki, którym podlegają Hiszpania i region Andaluzji, zazwyczaj uwzględniają takie cechy jak: technologię komunikacji, informatyzację, cyfryzację, rozwój transportu, mobilność, systemy rezerwacji (m.in. miejsc noclegowych, biletów), aspekt dominacji dużych firm, internacjonalizację oraz zmianę rynku usług i związaną z nią masowość produktu (Alejziak i Szczechowicz, 2019; Durydiwka i Kowalczyk, 2003; Dwyer, 2015; Kędziorek i Różycka, 2016a; Mańko i in., 2012; Meyer, 2004; Panasiuk, 2014; Pietrzak i Roman, 2014).

W badanych miastach przejawy globalizacji są widoczne w niewielkim stopniu. Rynek turystyczny nie jest zdominowany przez firmy międzynarodowe. Baza noclegowa jest niewielka w poszczególnych ośrodkach, wykazuje cechy lokalne. Przeważają w niej domy i apartamenty na wyłączność, brak także międzynarodowych sieci hotelowych. Ma to związek z mniejszym rozprzestrzenieniem się trendów turystyki masowej, co może być uwarunkowane położeniem górskim i wynikającą z niego słabą dostępnością transportową. Stanowi ona barierę komunikacyjną, która utrudnia rozwój współczesnej, masowej turystyki. Ponadto walory krajobrazowe i występowanie parków narodowych nie sprzyjają budowie nowych obiektów turystycznych. Widoczne są natomiast przejawy globalizacji w internetowym systemie rezerwacji noclegów związanym z rosnącą rolą technologii informatycznych, w tym w upowszechnianiu wykorzystywania internetowych platform rezerwacyjnych przez lokalnych usługodawców (np. Booking.com, Airbnb.com).

Nie bez znaczenia jest dostęp do Internetu szerokopasmowego, cyfryzacji usług i ich zastosowanie w gospodarce turystycznej. Z danych wynika, że w badanym obszarze na Szlaku Białych Miast ludność powyżej 55. roku życia w mniejszym stopniu korzysta z e-usług (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía [IECA], 2021). Niektóre raporty mówią nawet o procesie analfabetyzacji cyfrowej lub też o problemie luki cyfrowej (Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, 2015). To może wynikać z wykształcenia lub z tradycyjnego sposobu życia w małych ośrodkach górskich, które mają inny rytm i są związane z gospodarką rolniczą i rzemiosłem, a nie tylko turystyką. Jednocześnie taki typ społeczności lokalnej wolniej adaptuje się do nowych trendów i cyfrowych środków przekazu. Dlatego też wprowadza się specjalne programy społeczne, służące polepszeniu sytuacji Andaluzyjczyków poprzez budowanie nowych stałych połączeń sieciowych w miejscach słabo dostępnych, lub też edukuje się lokalną ludność w zakresie cyfryzacji (Malgesini i in., 2022). W 2023 r. uruchomiono również specjalny program bonu cyfrowego (Bono Digital), związany ze zniżką finansową na przyłącze domowe w wysokości 240 euro w okresie 12 miesięcy (Agencia Digital de Andalucía, b.r.). Ma to za zadanie

zwiększyć świadomość cyfryzacji w Andaluzji, także na badanym obszarze. Instytut Statystyki i Kartografii Andaluzji w raporcie dotyczącym digitalizacji Andaluzyjczyków (IECA, 2021) zwraca również uwagę, że dostęp do Internetu w regionie zależy od położenia geograficznego oraz stopnia urbanizacji miejscowości. Aż 89,7% mieszkańców obszarów wiejskich ma stałe łącze internetowe w porównaniu z 95,1% mieszkańców w większych miejscowościach. Różnica jest także widoczna w posiadaniu komputera osobistego. Ludność miejska dysponuje w 82,3% dostępem do tego rodzaju sprzętu, wiejska zaś tylko w 68,9%.

Pomimo tego nawet w tak odległe tereny docierają współczesne trendy związane z technologią komunikacji. Przejawiają się one podawaniem wiadomości na stronach internetowych przez władze lokalne miast położonych na szlaku. Zamieszczane są również notatki o walorach turystycznych na blogach i w mediach społecznościowych, takich jak: Instagram, Facebook i YouTube. Przejawem globalizacji w aspekcie technologii komunikacji jest obecność informacji na temat Szlaku Białych Miast na oficjalnym portalu turystycznym Andaluzji oraz na stronach niektórych miejscowości.

Mniejszy stopień zaawansowania procesów globalizacji na analizowanym terenie wynika także z ograniczonej wewnętrznej dostępności transportowej. Najłatwiejszym sposobem dostania się do badanych ośrodków jest wynajęcie samochodu. Znacznie trudniej poruszać się komunikacją publiczną, co wynika ze słabej siatki połączeń między miejscowościami i w obszarze górskim. Ten problem dotyczy także powiązań komunikacyjnych z najbliższymi położonymi większymi ośrodkami miejskimi (Jerez de la Frontera, Kadyks, Sewilla).

Najpopularniejszą formą transportu do Andaluzji, a zarazem najczęściej wybieraną przez turystów zagranicznych według Turismo Extranjero en Andalucía, jest samolot – 74% (Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, 2018). W regionie znajduje się pięć lotnisk międzynarodowych: Malaga, Sewilla, Granada, Jerez oraz Almeria. To powoduje, że napływ turystów do Andaluzji i jej prowincji, Kadyksu i Malagi, jest duży. Centrum turystycznym jest lotnisko w Maladze, przyjmujące ponad 10 mln pasażerów rocznie, obsługujące również tanie linie lotnicze (Orellana, 2023). Mimo iż procesy globalizacji są obecne w Andaluzji, to na Szlaku Białych Miast stopień umiędzynarodowienia jest niewielki.

Z kolei nietypowym przejawem globalizacji ekonomicznej w niektórych badanych ośrodkach (np. Ubrique) jest wykorzystywanie tradycyjnego rzemiosła przez globalne marki. Niewielkie garbarskie zakłady produkcyjne współpracują ze światowymi domami mody, jak Chanel czy Dior (Armario, 2019). Przyczynia się to do przemian ekonomicznych i społecznych badanych miast i otaczających je obszarów wiejskich, prowadząc do powiązań z dużymi przedsiębiorstwami międzynarodowymi (Huwart i Verdier, 2013).

7. PODSUMOWANIE

Analizując wyniki badań w kontekście postawionego celu badawczego, wnioskuje się, że omawiane ośrodki, położone na Szlaku Białych Miast w Andaluzji, mają cenne walory zarówno kulturowe, jak i przyrodnicze. Na podstawie zebranego materiału stwierdzono, że małe miasta łączy kilka wspólnych cech. Opisane elementy budowy przestrzennej i ciekawe układy architektoniczne oraz geneza lokalnych nazw wskazują na wysokie walory kulturowe ośrodków położonych na szlaku i potencjał do rozwoju turystyki. Według J. Daneckiego (2015) świat arabski i kultura islamu w całej Andaluzji zachowały tradycje arabskiego Wschodu. Wspólna kolorystyka domów, różnorodność budynków oraz andaluzyjski styl architektoniczny, którego geneza sięga czasów mauretańsko-muzułmańskich i sztuki *mudéjar*, są podstawą autentyczności, poszukiwanej współcześnie przez turystów. Opisane małe miasta odznaczają się także istotnymi walorami przyrodniczo-krajobrazowymi. Łączą się one nadal z tradycyjną funkcją rolniczą i rzemieślniczą. Ma to duże znaczenie dla rozwoju funkcji turystycznej małych ośrodków w obszarach peryferyjnych, do których należą górskie rejony Andaluzji. Warto również podkreślić, że współcześnie w Europie występuje coraz mniej miejsc zamieszkałych przez tradycyjne społeczności o silnej tożsamości lokalnej.

Widoczne jest zdywersyfikowanie źródeł utrzymania miejscowej ludności w kierunku usług turystycznych. Ośrodki położone na szlaku mogą podlegać w przyszłości dużej intensywności ruchu turystycznego, co dla małych społeczności może być bardzo niekorzystne i może prowadzić do zaniku autentyczności krajobrazu kulturowego (Myga-Piątek, 2012). Wspominają o tym prace G. Millán, L. Amadora i L. Arjony (2013) oraz J.D. Albarrána Periañeza (2017). Tego typu przykłady są znane na świecie, zwłaszcza w sytuacji popularyzacji niszowych krajobrazów (np. w turystyce filmowej). Dlatego ważne jest, aby zachować zrównoważony rozwój podobnych ośrodków i nie utracić ich unikatowości.

Nawiązując do celu dotyczącego wskazania przejawów globalizacji w badanych ośrodkach, stwierdza się, że ogólnoswiatowe trendy turystyczne występują w nich w niewielkim stopniu i odnoszą się głównie do rosnącej adaptacji technologii komunikacji i cyfryzacji. Dotyczy ona upowszechniania systemów rezerwacji i dystrybucji miejsc noclegowych przez Internet, marketingu turystycznego w zakresie promocji walorów turystycznych miast oraz ich popularyzacji przez media społecznościowe dzięki opisom turystów podkreślających atrakcyjność Szlaku Białych Miast i poszczególnych miejscowości. Zatem globalizacja w turystyce na badanym obszarze wiąże się z rozwojem technologii informatyczno-komunikacyjnych, co jest zgodne z innymi badaniami

(Durydiwka i Kowalczyk, 2003; Dwyer, 2015). Brakuje informacji w tych ośrodkach na temat płatności kartami kredytowymi czy wykorzystywania aplikacji telefonii komórkowej podczas podróży. Poziom zaawansowania technologicznego w poszczególnych miastach, z uwagi na położenie górskie, tereny objęte ochroną przyrody i problemy z dostępnością do sieci komórkowych i Internetu, jest zróżnicowany. Trudno jednak wnioskować o innych wymiarach procesów globalizacyjnych – na przykład przejawach globalizacji społecznej i wpływie na rynek nieruchomości turystycznych, ponieważ te kwestie nie były przedmiotem rozważań i wymagają one odrębnych badań w terenie.

PRZYPISY

¹ W Polsce przez małe miasto rozumie się zazwyczaj ośrodek mający prawa miejskie i liczący do 20 tys. ludności (Konecka-Szydłowska, 2016; Kwiatek-Sołtys, 2004; Zuzarska-Żyśko, 2006). W 2021 r. istniało 736 małych miast, co stanowi 77,6% ogółu miast w Polsce (Główny Urząd Statystyczny, 2022). Zamieszkiwało je 13% ludności całego kraju (4,9 mln).

BIBLIOGRAFIA

- Agencia Digital de Andalucía. (b.r.). *Adhesión al programa Bono Digital como operador – colaborados*. <https://www.junta.deandalucia.es/organismos/ada/areas/red-corporativa/ayudas-conectividad/bono-digital-operadores.html>
- Ajuntament de Calella. (2021, 18 sierpnia). *Història: De l'edat antiga al segle XIV*. <https://www.calella.cat/ciutat/el-municipi/historia/>
- Albarrán Periañez, J.D. (2017). Políticas turísticas y urbanísticas en torno al patrimonio cultural en la Comarca de los Pueblos Blancos de Cádiz: Análisis de los casos de Olvera y Zahara de la Sierra. *Cuadernos de Turismo*, 40, 13–43. <http://doi.org/10.6018/turismo.40.309601>
- Albrow, M., King, E. (red.). (1990). *Globalization, knowledge and society: Readings from International Sociology*. SAGE Publications.
- Alejziak, W., Szczechowicz, B. (2019). Globalizacja a rozwój turystyki – implikacje dla planowania i polityki turystycznej. W: *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki: T. 22: Planowanie i polityka turystyczna* (s. 9–27). Uniwersytet Adama Mickiewicza; Bogucki – Wydawnictwo Naukowe.
- Andalucia.org. (b.r.). *Pueblos Blancos*. <https://www.andalucia.org/es/rutas-pueblos-blancos>
- Armario, E. (2019, 8 grudnia). Los mejores escaparates del lujo huelen a piel de Ubrique. *Diario de Cádiz*. https://www.diariodecadiz.es/sierra/mejores-escaparates-lujo-piel-Ubrique_0_1416158729.html
- Bartosiewicz, B. (2012). Powiązania małych miast z metropolią w świetle dojazdów do placówek usługowych – przykład Łódzkiego Obszaru Metropolitalnego. W: K. Heffner, A. Halama (red.), *Ewolucja funkcji małych miast w Polsce. Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach* (s. 50–62). Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.
- Bartosiewicz, B., Kwiatek-Sołtys, A., Kurek, S. (2019). Does the process of shrinking concern also small towns? Lessons from Poland. *Quaestiones Geographicae*, 38(4), 91–105. <https://doi.org/10.2478/quageo-2019-0039>

- Bąk, I., Szczecińska, B. (2016). Konkurencyjność Polski na światowym rynku turystycznym. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica*, 329(84)3, 7–20. <https://foliaoe.zut.edu.pl/pdf/files/magazines/2/64/845.pdf>
- Bąkiewicz, A., Zuławska, U. (2010). *Rozwój w dobie globalizacji*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Beaujeu-Garnier, J., Chabot, G. (1971). *Zarys geografii miast*. Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Brenes Leiva, R. (2017). El turismo en la globalización. *CoRis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4, 21–30. <http://www.circulodecartago.org/wp-content/uploads/2012/08/El-Turismo-en-la-Globalizaci%C3%B3n.pdf>
- Cádiz Turismo. (b.r.). *Setenil de las Bodegas*. <https://www.cadizturismo.com/municipios/setenil-de-las-bodegas>
- Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural. (2015, 10 sierpnia). *Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014–2020: Versión 1*. https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/PDR%20de%20Andaluc%C3%ADa%202014-2020%20V1_10ago15.pdf
- Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local. (2018). *Turismo extranjero en Andalucía: Año 2018. Demanda turística en Andalucía. Mercados turísticos*. https://multimedia.andalucia.org/saeta/destino_ex_2018.pdf
- Council of Europe. (b.r.a). *Cultural routes of the Council of Europe programme*. <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes>
- Council of Europe. (b.r.b). *Routes of El legado andalusí*. <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/the-routes-of-el-legado-andalusi>
- Cruz-Ruiz, E., Ruiz-Romero de la Cruz, E., Caballero-Galeote, L. (2022). Recovery measures for the tourism industry in Andalusia: Residents as tourist consumers. *Economies*, 10(6), 133. <https://doi.org/10.3390/economies10060133>
- Danecki, J. (2015). *Arabowie* (wyd. 2). Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Derek, M. (2007). Od wioski rybackiej do turystycznej enklawy? Turystyka a rozwój lokalny na przykładzie Mikołajek. *Studia Regionalne i Lokalne*, 2(28), 112–127. https://studreg.uw.edu.pl/dane/web_sril_files/237/2007_2_derek.pdf
- Derek, M., Kowalczyk, A., Swianiewicz, P. (2005). Wpływ turystyki na sytuację finansową i rozwój miast w Polsce (na przykładzie miast średniej wielkości). *Prace i Studia Geograficzne*, 35, 199–217.
- Diaz-Parra, I., Jover, J. (2020). Overtourism, place alienation and the right to the city: Insights from the historic centre of Seville, Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2–3), 158–175. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1717504>
- Duda, T. (2018). Szlak dziedzictwa kulturowego jako produkt identyfikujący tożsamość i stymulujący dywersyfikację turystyki w regionie – na przykładzie budowanego Szlaku Gryfitów (Pomorze Zachodnie). *Turystyka Kulturowa*, 4, 95–112. <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/949>
- Durydiwka, M., Kowalczyk, A. (2003). Region turystyczny a procesy globalizacji. *Turyzm/Tourism*, 13(1), 21–42. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.13.1.02>
- Dwyer, L. (2015). Globalization of tourism: Drivers and outcomes. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 326–339. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1075723>
- EuroPAP News. (2023, 3 listopada). *Eurostat: Polska wśród trzech krajów Unii z najniższym bezrobociem we wrześniu*. <https://europapnews.pap.pl/eurostat-polska-wsrod-trzech-krajow-unii-z-najnizszym-bezrobociem-we-wrzesniu>
- Główny Urząd Statystyczny. (2022). *Rocznik demograficzny 2022*. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/rocznik-demograficzny-2022,3,16.html>
- Heffner, K. (2003). Małe miasta a rozwój obszarów wiejskich. *Biuletyn Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, 207, 11–34.
- Huwart, J.-Y., Verdier, L. (2013). Does globalisation promote development? W: *Economic globalisation: Origins and consequences* (s. 68–87). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/19936753>
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. (2021). *Encuesta social 2021. Digitalización y uso de datos personales. Capacidades y actitudes de la población andaluza*. <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/encsocial/2021-digitalizacion/index.htm>
- Instituto Nacional de Estadística. (b.r.a). *Encuesta de gasto turístico (EGATUR)*. Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas. Pobrane 5 października 2023 r. z <https://www.dataestur.es/general/egatur/>
- Instituto Nacional de Estadística. (b.r.b). *Tourism movement at borders (FRONTUR)*. Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas. Pobrane 5 października 2023 r. z <https://www.dataestur.es/en/general/tourism-movement-at-borders-frontur/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2021a). *Cifras oficiales de población resultantes de la revisión del Padrón municipal a 1 de enero*. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2917>
- Instituto Nacional de Estadística. (2021b). *Spanish Regional Accounts: SRA: 2000–2022 Series*. Pobrane 5 października 2023 r. z https://www.ine.es/dyngs/INEbase/en/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736167628&menu=ultiDatos&idp=1254735576581
- Jaźewicz, I. (2011). Przestrzeń turystyczna Pojezierza Drawskiego na przykładzie gminy Czaplnek i Złocieniec. W: M. Durydiwka, K. Duda-Gromada (red.), *Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany* (s. 251–264). Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych.
- Jóźwik, J., Dymek, D. (2022). Kryteria identyfikacji miast na świecie. *Prace Geograficzne*, 166, 9–26. <https://doi.org/10.4467/20833113PG.22.001.16131>
- Kaczmarek, J., Stasiak, A., Włodarczyk, B. (2005). *Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kędziorek, W., Różycka, E. (2016a). Turystyka w dobie globalizacji i internacjonalizacji działalności gospodarczej. *Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku. Nauki Ekonomiczne*, 24, 49–62.
- Kędziorek, W., Różycka, E. (2016b). Wpływ procesów globalizacji na przeobrażenia rynku turystycznego i ekspansję grupy największych działających na nim międzynarodowych sieci hotelowych w XXI w. *Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku. Nauki Ekonomiczne*, 23, 71–85.
- Kielczewska-Zaleska, M. (1972). *Geografia osadnictwa* (wyd. 2 popr.). Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Koliba, A. (1997). Hiszpania. W: J. Warszńska (red.), *Geografia turystyczna świata. Cz. 1* (s. 11–31). Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kołodziejczyk, K. (2014). Pojęcie szlaku turystycznego w polskiej literaturze przedmiotu – przegląd koncepcji. W: B. Krakowiak, J. Latosińska (red.), *Warsztaty z Geografii Turyzmu: 5* (s. 115–128). <https://doi.org/10.18778/7969-262-0.08>
- Konecka-Szydłowska, B. (2016). Ocena przestrzeni publicznej małych miast aglomeracji poznańskiej. *Problemy Rozwoju Miast. Kwartalnik Naukowy Instytutu Rozwoju Miast*, 13(3), 5–12.
- Konecka-Szydłowska, B. (2018). Najmniejsze miasta w Polsce w ujęciu koncepcji kontinuum miejsko-wiejskiego. *Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna*, 41, 151–165. <https://doi.org/10.14746/rrpr.2018.41.11>
- Kowalczyk-Anioł, J., Zmysłony, P. (2017). Turystyka miejska jako źródło protestów społecznych: przykłady Wenecji i Barcelony. *Turystyka Kulturowa*, 2, 7–36. <http://www.turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/837>
- Kruczek, Z. (2005). *Geografia atrakcji turystycznych Polski*. Prokmedia.
- Kulczyk, S. (2013). *Krajobraz i turystyka. O wzajemnych relacjach*. Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych.

- Kwiatkiewicz-Sołtys, A. (2004). *Małe miasta województwa małopolskiego w okresie transformacji systemowej*. Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej. <https://rep.up.krakow.pl/xmlui/handle/11716/2185>
- Kwiatkiewicz-Sołtys, A., Runge, A. (2011). Małe i średnie miasta na osi kontinuum osadniczego. W: M. Soja, A. Zborowski (red.), *Człowiek w przestrzeni zurbanizowanej* (s. 151–162). Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ.
- Liszewski, S., Maik, W. (2000). *Wielka encyklopedia geografii świata: T. 19: Osadnictwo*. Wydawnictwo Kurpisz.
- Lobo Montero, P. (1998). La comercialización turística de las ciudades históricas españolas. *Ería*, 47, 281–298. <https://reunido.uniovi.es/index.php/RCG/article/view/1292/1211>
- Lubbe, A. (2010). Globalizacja i regionalizacja we współczesnej gospodarce światowej. W: A. Bąkiewicz, U. Żuławska (red.), *Rozwój w dobie globalizacji* (s. 36–63). Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Malchrowicz, E. (2009). Półwysep Iberyjski – raj dla turystów kulturowych. Przegląd potencjału Hiszpanii i Portugalii dla rozwoju wybranych form turystyki kulturowej. *Turystyka Kulturowa*, 9, 4–26. <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/395>
- Malgesini, G., Jiménez, N., Sánchez, S., Urbano, C. (2022, listopad). *Estudio: Brecha digital, rural y de género*. European Anti-Poverty Network España. https://www.eapn.es/ARCHIVO/documentos/documentos/1672316546_eapn_estudio-brechara-documental_271222.pdf
- Mańko, K., Wolna-Samulak, A., Stankiewicz, M. (2012). Globalizacja rynku usług turystycznych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne problemy usług*, 96(723), 325–336.
- Matczak, A. (2011). Zmiany w strukturze funkcjonalnej małych miast w regionie łódzkim w latach 1973–2007. W: S. Sitek (red.), *Stare i nowe problemy badawcze w geografii społeczno-ekonomicznej* (s. 63–75). Polskie Towarzystwo Geograficzne, Oddział Katowicki.
- Matczak, A. (2019). Changes in the structure of the tourist function in Kujawy spas (based on the volume and structure of tourist traffic). *Turizm/Tourism*, 29(2), 81–94. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.29.2.08>
- Meyer, B. (red.). (2004). *Wybrane aspekty obsługi rynku turystycznego*. Fundacja na Rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Mikos von Rohrscheidt, A. (2008). Kulturowe szlaki turystyczne – próba klasyfikacji oraz postulaty w zakresie ich tworzenia i funkcjonowania. *Turystyka Kulturowa*, 2, 17–31. <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/184>
- Milano, C., Novelli, M., Cheer, J.M. (2019). Overtourism and degrowth: A social movements perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1857–1875. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1650054>
- Millán, G., Amador, L., Arjona, J. (2013). Sustainable rural tourism in Andalusia: A SWOT analysis. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 2(1), 123–136. <https://www.managementjournal.info/index.php/IJAME/article/view/513>
- Ministerio de Industria y Turismo. (2023, 2 lutego). *Reyes Maroto: “La extraordinaria recuperación del turismo internacional en 2022 muestra la fortaleza del sector y la eficacia de las medidas adoptadas por el Gobierno”*. <https://www.mincotur.gob.es/es-es/Gabinete-Prensa/NotasPrensa/2023/Paginas/En-2022-visitaron-Espa%C3%B1a-71,6-millones-de-turistas-internacionales-que-realizaron-un-gasto-de-87.061-millones-de-euros.aspx>
- Muler Gonzalez, V., Galí Espelt, N. (2021). How do degrowth values in tourism influence the host-guest exchange? An exploratory analysis in small towns in the rurality. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(6), 884–903. <https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1832103>
- Myga-Piątek, U.Z. (2012). *Krajobrazy kulturowe. Aspekty ewolucyjne i typologiczne*. Uniwersytet Śląski.
- Opińska, G. (2023, 10 stycznia). *Eurostat: Hiszpania ma najwyższe bezrobocie w UE, także wśród młodzieży*. Polska Agencja Prasowa. <https://www.pap.pl/aktualnosci/news%2C1519679%2CEurostat-hiszpania-ma-najwyzsze-bezrobocie-w-ue-takze-wsrod-mlodziezy.html>
- Orellana, J.S. (2023, 12 lipca). *El Aeropuerto de Málaga alcanza un nuevo récord con diez millones de viajeros registrados en el primer semestre del año*. Cadena SER. <https://cadenaser.com/andalucia/2023/07/12/el-aeropuerto-de-malaga-alcanza-un-nuevo-record-con-diez-millones-de-viajeros-registrados-en-el-primer-semestre-del-ano-ser-malaga/>
- Orzechowska-Kowalska, K. (2009). Europejskie Szlaki Kulturowe Rady Europy. *Turystyka Kulturowa*, 12, 4–20. <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/415>
- Otero, A., Timothy, D.J., Galí, N., Vidal-Casellas, D. (2023). Historical pathways as promoters and protectors of the cultural landscape: Tourism and the *Camí de Ronda* on the Costa Brava. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(2), 255–270. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.017>
- Pacione, M. (2009). *Urban geography: A global perspective*. Routledge.
- Panasiuk, A. (2014). *Rynek turystyczny. Studium strukturalne*. DIFIN.
- Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Cádiz. (2016). *Pueblos Blancos: Sierra de Cádiz*. https://www.pueblosblancosdecadiz.es/rutas/GUIA_PUEBLOS_BLANCOS.pdf
- Petryszyn, J.S. (2005). *Instytucyjne podstawy ośrodków centralnych poziomu powiatowego w Polsce*. Wydział Nauk o Ziemi Uniwersytetu Śląskiego.
- Petryszyn, J., Zuzanna-Żyśko, E. (2008). Od funkcji przemysłowej do turystycznej: przykład Ustronia. W: I. Jażdżewska (red.), *Konwersatorium Wiedzy o Mieście: T. 21: Funkcja turystyczna miast* (s. 133–144). Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Pietrzak, M., Roman, M. (2014). Rozwój transportu jako siła napędowa procesów globalizacji i regionalizacji międzynarodowej. *Logistyka*, 4, 3639–3648. <https://www.logistyka.net.pl/bank-wiedzy/item/87996-rozwoj-transportu-jako-sila-napedowa-procesow-globalizacji-i-regionalizacji-miedzynarodowej>
- Portal oficial de turismo de España / Oficjalny portal turystyczny Hiszpanii. (b.r.). *Obszar chronionego krajobrazu Los Alcornocales*. <https://www.spain.info/pl/natura/obszar-chronionego-krajobrazu-alcornocales/>
- Robertson, R. (1992). *Globalisation: Social theory and global culture*. Sage.
- Ronda Today. (2011, 22 stycznia). *Ronda's request to king Juan Carlos for UNESCO World Heritage Status*. <https://www.rondatoday.com/tag/unesco-world-heritage-site/>
- Sitek, S., Runge, J.H., Kłosowski, F.Z., Runge, A.Z., Petryszyn, J.S., Pytel, S., Zuzanna-Żyśko, E.K., Spórna, T., Kurpanik, M. (2013). *Spoleczno-gospodarcze oraz przestrzenne kierunki zmian regionalnego oraz lokalnych rynków pracy województwa śląskiego: raport końcowy*. Wydział Nauk o Ziemi Uniwersytetu Śląskiego.
- Sokołowski, D. (1999). *Zróżnicowanie zbioru małych miast i większych osiedli wiejskich w Polsce w ujęciu koncepcji kontinuum wiejsko-miejskiego*. Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Stasiak, A. (2007). Szlaki turystyczne – zagospodarowanie, atrakcja czy produkt turystyczny? W: P. Kuleczka (red.), *Szlaki turystyczne a przestrzeń turystyczna* (s. 45–53). Wydawnictwo PTTK „Kraj”.
- Szymańska, D. (2013). *Geografia osadnictwa*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Tkocz, M., Zuzanna-Żyśko, E., Pytel, S. (2009). Wisła – jeden z ośrodków turystycznych w zapleczu Katowickiego Obszaru Metropolitalnego. W: T. Marszał (red.), *Funkcja usługowa małych miast*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Tudestino. (b.r.). *Castillo de Fontanar – Palacio de los Ribera*. Pobrane 2 października 2023 r. z <https://www.tudestino.es/andalucia/provincia-de-cadiz/bornos/sugerencia/edificio-historico/castillo-del-fontanar-palacio-de-los-ribera/>

- United Nations World Tourism Organization. (2019). *International tourism highlights: 2019 edition*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
- Wirth, P., Elis, V., Müller, B., Yamamoto, K. (2016). Peripheralisation of small towns in Germany and Japan – dealing with economic decline and population loss. *Journal of Rural Studies*, 47(A), 62–75. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.07.021>
- Wosińska, W. (2010). *Oblicza globalizacji*. Smak Słowa. Wydawnictwo Naukowe PWN. (b.r.). Mudéjar. W: *Encyklopedia PWN*. Pobrane 5 października 2023 r. z <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/mudejar;3944172.html>
- Zdrojewski, E. (1994). *Zarys geografii osadnictwa: przewodnik do ćwiczeń*. Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Słupsku.
- Zuzańska-Żyśko, E. (2005). Economic transformation of small Silesian towns in the years 1990–1999. *Geographia Polonica*, 78(1), 137–150. <https://www.geographiapolonica.pl/article/item/7721.html>
- Zuzańska-Żyśko, E. (2006). *Małe miasta w okresie transformacji. Studium w regionie śląskim*. Wydawnictwo „Śląsk”.
- Zuzańska-Żyśko, E. (2007). Małe miasta w strefie oddziaływania ośrodków regionalnych. *Biuletyn Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, 232, 62–78.
- Zuzańska-Żyśko, E. (2008). Fizjonomia miast arabskich. *Acta Geographica Silesiana*, 3, 61–66. https://ags.wnp.us.edu.pl/download/wydawnictwa/ags/ags_3.pdf

Artykuł wpłynął:
10 października 2023
Zaakceptowano do druku:
20 grudnia 2023