

BIULETYN

BIURA TURYSTYKI
MINISTERSTWA KOMUNIKACJI

PROBLEM PROPAGANDY TURYSTYCZNEJ

A. ZNACZENIE PROPAGANDY

Propaganda stanowiła zawsze wielką siłę. Postęp techniczny wyposażył ją dzisiaj w cały zespół środków, umożliwiających zwielokrotnienie wpływu na masy ludzkie. Jednakże mimo wielkiej roli, jaką propaganda spełnia w życiu ludzkim, jej znaczenie tylko częściowo jest doceniane.

A przecież w dobie radia, samolotu, olbrzymich nakładów pracy, potęgi żywego słowa — właśnie propaganda może oddać wielkie usługi w dziedzinie zrozumienia i poznania turystyki i po- ciągnięcia do niej szerokich mas.

B. PROPAGANDA W TURYSTYCE

Tam gdzie nie istnieje propaganda turystyczna, tam nie ma turystyki. Z wieloletnich do- świadczeń organizacji turystycznych i licznych opracowań w tej dziedzinie można uznać, że po- stawiona wyżej teza jest słuszna i że nie wymaga ona dodatkowego uzasadnienia.

Zasadnicze zadania, które stanowić muszą podstawę dla propagandy turystycznej są na- stępujące:

1) *Natury ideologicznej i społecznej*

- a) uświadomienie wartości ruchu turystycznego masowego, jako elementu zdrowotnego, społeczno-wychowawczego dla świata pracy — na tle ogólnej akcji socjalistycznej i jako osiągnięcia możliwego do realizacji w wyniku zaszłych zmian ustrojowych.
- b) rozbudzenie potrzeby nawiązania bezpośredniego kontaktu z naturą i jej walorami, z człowiekiem pracy innego rejonu, jego warsztatu pracy, jego dążeniami i osiągnię- ciami.

2) *Natury techniczno obsługowej*

- a) zwrócić uwagę turysty,
- b) podać mu do wiadomości projekt i program,
- c) dobrze obsłużyć i związać go z ruchem na stałe.

Akcja propagandowa musi uwzględniać wszystkie elementy, a wszelkie stosowane środki propagandy muszą wysuwać na czoło elementy natury ideologiczno-społecznej.

Propaganda ogólna, jako mająca charakter zasadniczy, nie może i nie powinna być zwią- zana z pojedynczą imprezą — jednak winna być prowadzona popularnie, choć nie banalnie, gdyż ten rodzaj najłatwiej dociera do ogółu umysłów, szczególnie w pierwszym okresie zjednywania dla problemu.

Do tego typu propagandy należą przewodniki, broszury, książki, częściowo filmy, wystawy, targi, witryny, odczyty, reklama radiowa, znaczki pocztowe czy widokówki, a nawet ogólnej treści dobry afisz, nie mówiąc już o całej gamie środków prasowych.

Propaganda techniczno-obługowa ma do swej dyspozycji ulotkę, prospekt, afisz, ogłosze- nie i częściowo elementy propagandy ogólnej.

Ogłoszenia, afisze i prospekty muszą mieć ton pogodny, zachowywać umiar i powagę — gdyż na długiej fali istotną propaganda jest dobra obsługa.

Kampanie propagandowe technicznie muszą być oczywiście podejmowane w odpowiednich porach roku, muszą mieć ton nowości i atrakcyjności, muszą wyprzedzać imprezy, gdyż jak ro- ślina wymaga i propaganda swego czasu i hodowania.

Czas nie uznaje dzieła, które powstaje bez jego pomocy. Nic innego, jak propaganda wła- śnie, powoduje ewolucję skromnego życzenia ludzkiego w prawdziwą i trwałą potrzebę.

Informacja turystyczna

Z chwilą kiedy turysta przybywa do okienka czy lady informacyjnej, zaczyna się druga faza pracy, którą jest konsekwentna i fachowo podana informacja.

Jako system obsługi przyjęto — z jednej strony aktualne broszury informujące bezpośrednio zainteresowanych w sposób dostępny i wyczerpujący, zapoznające go z całym programem od wyjazdu do powrotu, zaś z drugiej strony szczegółowe informacje na tablicach rozmieszczone na dworcach i ośrodkach informacyjnych.

Obsługa turysty — jako realny element propagandy

Turystyka nie organizuje się sama przez się. Wymaga ona skoordynowania licznych wysiłków. Urządzenia dworcowe, letniskowe itp. warunki przewozu i przejazdu nie powinny następczą turyście niepotrzebnych trudności.

Zdecydowanie ujemną rolę w turystyce może odegrać rozczarowanie turysty, spowodowane rozbieżnością między obietnicami prospektów a rzeczywistością na niekorzyść tej ostatniej.

Takie rezultaty niszczą wielkie, a często kosztowne wysiłki pracy propagandowej.

Wydawnictwa w propagandzie turystycznej

Wydawnictwa, jak: encyklopedie, przewodniki, kalendarze, broszury, afisze, ulotki itp. grają bardzo wielką rolę w propagandzie turystycznej.

W krajach gdzie ruch turystyczny jest rozwinięty nakłady sięgają milionów.

I tak np. w związku z Międzynarodową Wystawą Światową w Paryżu 1937 r. — władze i organizacje turystyczne wydały około 10 milionów egzemplarzy różnego rodzaju wydawnictw.

C. PLAN FINANSOWY PROPAGANDY

Wydatkowane na propagandę sumy dają efekt wprost proporcjonalny do ich wysokości, choć efekt ten może nie być natychmiastowy.

Trzeba zaznaczyć, że najkosztowniejsza jest propaganda na odcinku ruchu zagranicznego. Istnieje bowiem konieczność utrzymywania sieci zagranicznych placówek propagandowo-akwizycyjnych, które znów, by spełnić swoje zadanie, muszą posiadać lokale reprezentacyjne, wykwalifikowany personel i muszą mieć odpowiednie środki do prowadzenia akcji propagandowej.

Dodać tu należy, że koszty propagandy nie są zasadniczo przerzucane na turystę.

Założenia ogólne cyfrowe do planu

W perspektywicznym Planie Inwestycyjnym wykazaliśmy potrzebę 61.500 mio zł, na inwestycje turystyczne. Przyjmujemy 10% tej sumy na akcję propagandową tj. sumę zł 6.150 mio z podziałem jak w planie. Przyjmujemy założenie, że na okres np. 1950 — 1955 przyznajemy sumę 450 mio : 6 lat co daje 75 mio rocznie.

Dlaczego 10% na propagandę?

Masa turystyczna, która ma być obsłużona, wynosi: 5.000.000 osób

Aby propaganda była celowa, musi dotrzeć teoretycznie do każdego turysty w ramach planowanej ilości. Przyjmując jako jednostkę propagandy 500 osób (pociąg turystyczny) otrzymamy $5.000.000 : 500 = 10.000$ jednostek propagandowych.

Przyjmując podane wyżej zł 75 mio wydatków propagandowych rocznie dla 10.000 jednostek, otrzymamy wydatek roczny: dla 500 osób — w kwocie zł 7.500 na jednostkę.

Co za tę sumę mamy dać jednostce propagandowej?

Dla 500 osób należy dostarczyć:

- 1) przynajmniej 1 album o kraju,
- 2) „ 10 przewodników turystycznych,
- 3) „ 10 informatorów turystycznych,
- 4) „ 10 kalendarzy turystycznych,
- 5) „ 5 afiszów,
- 6) „ 50 ulotek lub prospektów oraz pokryć część wydatków związanych
- 7) z pogadankami radiowymi,
- 8) z akcją prasową ogólną,
- 9) z akcją informacyjną ogólną i imprezową.

Plan 6-cio letni (1950 — 1955) — (założenia)

Przy rozbijaniu sumy zł 450 mio projektowanej na akcję propagandową w planie 6-cio letnim należy mieć na uwadze 2 kontrastujące ze sobą momenty, z których wyciągnąć trzeba wniosek praktyczny.

Są nimi:

- a) że propaganda musi wyprzedzać akcję i realizację,
- b) czy jesteśmy do tej akcji przygotowani, i czy środki finansowe mogą załatwić rozwiązanie problemu.

Praktyczne wnioski prowadzą do rozbitcia sumy jak niżej:

L A T A	1950	1951	1952	1953	1954	1955	razem
1) opracowanie literackie	20	35	40	40	30	40	205
2) opracowanie graficzne	15	17	21	25	21	21	120
3) akcja filmowa i fotograficzna	12	15	18	20	20	10	95
4) akcja prasowa i radiowa	3	3	6	10	4	4	30
Razem:	50	70	85	95	75	75	450

Plan wykonawczy propagandy w 6-cio leciu:

Wydawnictwa w opracowaniu literackim

1) Przewodniki — 12 sztuk x 2,5 mio =	zł	30 mio	
2) Albumy — 2 szt. × 35 mio =	zł	70 mio	
3) Czasopisma turystyczne	zł	30 mio	
4) Informatory	zł	30 mio	
5) Wydawnictwa dla zagranicy	zł	25 mio	
6) Ulotki, broszury, prospekty	zł	15 mio	
7) Różne	zł	5 mio	205 mio

Wydawnictwa graficzne

1) Afisze — 30 szt.	zł	30 mio	
2) Mapy i Plany 15 szt.	zł	10 mio	
3) Konkursy	zł	5 mio	
4) Wystawy turystyczne i targi (krajowe i zagraniczne)	zł	70 mio	
5) Różne	zł	5 mio	120 mio

Propaganda filmowa i fotografie

1) Filmy krajoznawczo - turystyczne 2 roczn. 6 × 5	zł	60 mio	
2) Serwis fotograficzny	zł	3 mio	
3) Zbiory fotograficzne rocznie 2 mio	zł	12 mio	
4) Poczówki	zł	10 mio	
5) Dekoracje fot. dworców, wagonów, domów turystycznych	zł	10 mio	95 mio

Propaganda radiowa i prasowa 6 × 5 mio

30 mio
Razem: zł 450 mio

W takich to mniejwięcej zakreślonych powyżej ramach znalazłby swoje rozwiązanie problem propagandy turystycznej.

POCIĄGI TURYSTYCZNE ZDAŁY EGZAMIN ŻYCIA

Minęło zaledwie sześć tygodni od wydania przepisów o pociągach turystycznych, a już zanotować możemy poważny sukces 52.000 turystów przewiezionych w miesiącu sierpniu br.

Zobaczymy skąd i dokąd turyści jechali:

Miejscowości wyjazdowe	ilość osób	Miejscowości wyjazdowe	ilość osób	Miejscowości docelowe	ilość osób
1. Łódź	17.826	21. Zabrze	701	1. Warszawa	29.436
2. Gdynia	3.775	22. Rawicz	650	2. Zakopane	3.426
3. Wrocław	2.170	23. Warszawa	600	3. Kruszwica	3.360
4. Włocławek	1.900	24. Jeleśnia	590	4. Sopoty Gdynia	2.731
5. Poznań	1.775	25. Bytom	572	5. Malbork	2.000
6. Gdańsk	1.650	26. Białystek	550	6. Hel	1.300
7. Katowice	1.510	27. Głuszyce	548	7. Spała	1.230
8. Toruń	1.450	28. Inowrocław	500	8. Henryków	1.104
9. Lublin	1.406	29. Sosnowiec	432	9. Oświęcim	990
10. Bydgoszcz	1.260	30. Łowicz	420	10. Wieżyca	800
11. Grudziądz	1.200	31. Będzin	420	11. Kraków	763
12. Kalisz	1.131	32. Nowy Sącz	400	12. Tychy	746
13. Tychy	1.000	33. Żary	368	13. Otmuchów	715
14. Częstochowa	1.000	34. Gniezno	352	14. Oborniki Śl.	701
15. Bielsko	930	35. Kudowa	350	15. Bielsko	701
16. Myszków	835	36. Spała	350	16. Wrocław	650
17. Kraków	774			17. Wieliczka	518
18. Olsztyn	755			18. Ciechocinek	500
19. Chebzie	746			19. Grabówek	368
20. Tarn. Góry	745			20. Bytom	352

Wśród miejscowości docelowych wycieczek niemal $\frac{2}{3}$ to punkty o znaczeniu wypoczynkowym, a w $\frac{1}{3}$ miasta ze stolicą na czele.

W pierwszym przypadku chodziło o wypoczynek, o zetknięcie się z lasem, górami, rzekami, jeziorami i morzem. Jechali tu głównie robotnicy i pracownicy umysłowi z miast i osad robotniczych.

W drugim przypadku przyświecał inny cel wycieczkom w pociągach turystycznych. Jechali poznać duże miasta, ich zabytki, warsztaty pracy i postęp odbudowy. Stolica ze swoją Trasą W—Z była największym magnesem i jak widzimy wielką atrakcją turystyczną. W grupie tej przeważali mieszkańcy wsi. Taka turystyka przyczynia się w szczególności celowy sposób do zbliżenia mieszkańca wsi do pracownika miasta. Poznanie to bowiem nie jest przypadkowe, znajduje się pod świadomym kierownictwem, chłop poznaje tu nie przybysza z miasta, lecz sam ogląda miasto, jadąc specjalnie w tym właśnie tylko celu.

Ponieważ naczelnym hasłem dzisiejszej naszej polityki turystycznej jest danie wypoczynku dla świata pracy, dlatego akwizycja w 90% dokonywana była w środowisku pracowniczym przez inicjatywę i akcję Związków Zawodowych, organizacji młodzieżowych i chłopskich.

Akwizycja taka jest słuszną, ułatwiając wykonanie zadania pobudzenia szerokich mas świata pracy ku turystyce częstotliwej, dopełniającej pobytową akcję wczasów na odcinku turystyki wycieczkowej. Nikt właściwiej i wnikliwiej nie może budzić zrozumienia potrzeby takiego turystyki jak reprezentanci samych zainteresowanych i nikt nie może lepiej ręczyć za zebranie potrzebnych kontyngentów, odpowiadających minimum miejsc, od których zależy organizacja wycieczki i uruchomienie oddzielnego pociągu. A trzeba zaznaczyć, że minimum to jest duże, bo wynosi 350 osób. (Średnio w sierpniu było w pociągu 794 osoby).

Dziś nie potrzeba przekonywać mas pracowniczych, że wycieczki turystyczne tego czy innego rodzaju, są nie tylko nowym prawem, ale i nowym obowiązkiem mas w interesie zdrowotności, postępu kultury, zbliżenia wzajemnego, oraz lepszego poznania ojczyzny i jej budowy w nowym ustroju. Masy same coraz to bardziej żywiołowo garną się ku tej wędrówce różnorodnej i częstotliwej, orzeźwiającej po pracy i krzepiącej.

Wycieczki sierpniowe w pociągach turystycznych były krótkotrwałe, jednodniowych wycieczek było 48, dwudniowych 16 i trzydniowych 2. Zawsze łączyły się z niedzielą lub świętem kiedy pracownik rozporządza czasem wypoczynkowym. O dłuższe wycieczki jest trudniej, zwłaszcza przy szczupłości taboru, gdyż ten sam pociąg przywozi i odwozi wycieczkowiczów, a gdyby pozostał dłużej, w docelowym miejscu turystycznym, byłby nie wykorzystany i stąd impreza wypadłaby drożej. Zresztą wolne wagony na wycieczki turystyczne, wybierane są nie łatwo z ogólnego ruchu. Trzeba wielkiej wprawy dyspozycji taborowej, aby zaspokoić wszystkie wnioski i trzeba powiedzieć, że kolejarze potrafiли wagony i parowozy wydobyć w tym celu nieraz jakby z pod ziemi. Bo przecież ruch dodatkowy nie może naruszać potrzeb ruchu regularnego, a ta sama aparatura kolejowa musi przyjąć większy przewóz.

I tu dochodzimy do wyjaśnienia wartości pociągów turystycznych, jako *środk*a masowej turystyki.

Jedynie dzięki szczytowej koordynacji dyspozycji i ustanowienia w całym kraju jednego punktu decydującego o imprezach i dekoncentracji wykonawczej, możliwe jest najdalej idące wykorzystanie w tym celu, całego wolnego taboru w kraju w każdym czasie.

Nowo wprowadzone przepisy o organizacji wycieczek i przewozu ich pociągami turystycznymi, ustalają właśnie taką organizację zrywając z dotychczasowym brakiem koordynacji szczytowej postanawiając, że na każdą imprezę potrzebna jest akceptacja ogólna ogarniająca całość oferowanej zdolności taboru kolejowego.

Stąd dopiero w ramach nowych przepisów ustalających jedność decyzji na całą koleją, dekoncentrację wykonania i wreszcie akwizycję organizacji pracowniczych, można było osiągnąć już u startu nowego systemu powodzenia.

Z tego przykładu nauka ważna dla całokształtu organizacji turystyki. Ta mianowicie, że obecnie po pierwszym próbnym miesiącu zachodzi już potrzeba koordynacji całego *aktywu turystycznego* i zachodzi potrzeba ustalenia maksymalnej ilości turystów, jaką równocześnie można przewieźć do danej miejscowości, biorąc przy tym pod uwagę możliwości zakwaterowania, żywienia i obsługi turystycznej (przewodników, atrakcyj itp.).

Wycieczki całopociągowe same tworzą nowe szlaki i kierunki odpowiadające potrzebom turystycznym mas pracowniczych. Są to jak widzimy potrzeby realne.

Masy zwożone planowo i programowo z różnych części kraju w kolejności po sobie, do tego samego punktu, muszą mieć jednak możliwość oparcia się o punkt noclegowy i obsługowy.

Rolę tę spełnią tzw. *masowe hotele*, gdzie ten turysta ma się przespać i tzw. *hotele dzienne*, gdzie jednodniowy turysta pozostawi swój bagaż, odświeży się, w razie potrzeby wypocznie, a w razie nie pogody znajdzie schronienie.

Pierwszy miesiąc turystyki masowej wykazał już dotkliwy brak takich urządzeń w Warszawie i Gdyni. Jednodniowe nasilenie dochodziło bowiem od 2 do 6 tysięcy turystów, jednak bez zaplecza wypoczynkowego i obsługowego.

Jeśli chodzi o zaplecze noclegowe, to Biuro Turystyki planuje budowę tego typu pomieszczeń, o czym wspomniano w poprzednim numerze. Jeśli chodzi o rolę gospodarza, przyjmującego wycieczki *tj. samorządu*, to do niego i jego lokalnych Związków Popierania Turystyki w pierwszym rzędzie należy zapoczątkowanie organizacji należytej obsługi turystycznej.

Dalszą korzyścią koordynacji całego aktywu turystycznego będzie równomierne i pełne wykorzystanie sezonów w miejscach docelowych. Masy turystów otrzymałyby wiele różnorodnych okazji w ciągu całego roku, a poszczególne imprezy nie wchodziłyby sobie w drogę.

Zagadnieniom koordynacji, zagadnieniom hoteli masowych i obsłudze, Rada Turystyczna, mająca się niedługo zebrać, powinna poświęcić największą uwagę.

Dorzucając jeszcze kilka cyfr należy stwierdzić, że gros inicjatywy w sierpniu br. organizowania wycieczek, leżało w rękach Związków Zawodowych — ok. 70. jedna piąta — ok. 20% w ręku Związku Samopomocy Chłopskiej, część u kolei, reszta u innych organizacji. „Orbis“ obsługiwał wiele wycieczek.

Rodzaj zawodów turystów był następujący: włókniarze, górnicy, marynarze, robotnicy rolni, budowlani i chłopi niejednokrotnie w strojach regionalnych.

O opłacalności tych pociągów dla kolei będziemy mówić osobno po wnikliwym przebadaniu dłuższego okresu próbnego. Dzisiaj po wstępnej analizie jest pewne, że nie są one deficytowe, a tajemnicą kalkulacyjną jest ich pełna frekwencja i przewożona masa przy minimum postoju. Jest to zresztą ruch dodatkowy, a wiadomo, że każdy przybytek przewozu, nie powodujący kolei dodatkowych inwestycji, zwiększa tylko ogólną jej dochodowość.

Pragnęcem brać udział w akcji szerzenia ruchu turystycznego przy pomocy pociągów turystycznych zwracam uwagę na przepisy o tym ruchu, podane w poprzednim numerze. (SD)

K R O N I K A

I. Z DZIAŁALNOŚCI BIURA TURYSTYKI MINISTERSTWA KOMUNIKACJI

Konferencja w sprawie programu wydawnictw turystycznych na rok 1950

15 lipca odbyła się w Ministerstwie Komunikacji zwołana przez Biuro Turystyki konferencja w sprawie programu wydawnictw turystycznych na rok 1950. Konferencja miała na celu unikanie na przyszłość dublowania niektórych wydawnictw krajoznawczo-turystycznych, podejmowanych przez różne Ministerstwa, instytucje, spółdzielnie i stowarzyszenia oraz zebranie danych, potrzebnych do ustalenia programu wydawniczego w dziedzinie turystyki na rok 1950.

W konferencji, prócz przedstawicieli Ministerstwa Komunikacji, wzięli udział przedstawiciele: Ministerstwa Spraw Zagranicznych, Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego, Polskiego Tow. Krajoznawczego, Polskiego Związku Narciarskiego, Polskiego Związku Kolarskiego, Automobilklubu Polski, Polskiego Archiwum Krajoznawczego, Spółdzielni Wydawniczej „Książka i Wiedza“, Spółdzielni Wydawniczo-Oświatowej „Czytelnik“, Instytutu Wydawniczego „Nasza Księgarnia“, Polskiego Związku Zachodniego, Polskich Linii Lotniczych „Lot“, Polskich Linii Żeglugowych „Gal“. Konferencji przewodniczył Dyrektor Biura Turystyki Dr Zygmunt Filipowicz.

Referat o potrzebach w dziedzinie wydawnictw turystycznych propagandowych i informacyjnych na tle dotychczasowego dorobku powojennego wygłosił kierownik referatu wydawniczo-propagandowego Biura Turystyki ob. Lenartowicz, po czym przedstawiciele poszczególnych instytucji i organizacji wydających publikacje turystyczne, zgłosili swe potrzeby, postulaty i programy. W obszernej dyskusji położono nacisk na konieczność ustalenia jednolitego ogólnopolskiego programu wydawniczego turystycznego na rok 1950, obejmującego i uwzględniającego wszystkie palące potrzeby w dziedzinie literatury turystycznej i kartografii turystycznej, celem ułożenia i ustanowienia hierarchii pilności tych potrzeb, uniknięcia na przyszłość dotychczasowego chaosu jaki panował w tej dziedzinie, gdy wydawano publikacje mniej potrzebne, lub nawet zbyteczne kosztem pilnych i bardzo potrzebnych, zwłaszcza zaś, celem unikania dotychczas spotykanego dublowania, a nawet wielokrotnego jednoczesnego wydawania opracowań tych samych tematów.

Położono nacisk również na konieczność uwzględniania w opisach obiektów, miejscowości i regionów, w podawaniu osobliwości turystycznych — wszystkich szczegółów i momentów podkreślających odbudowę Polski dzisiejszej, przejawy życia współczesnego, rozwój gospodarczy i kulturalny, dorobek świata pracy i osiągnięcia demokracji ludowej. Ustalono zasadę, że polityką wydawnicza turystyczna w Polsce musi być nastawiona na potrzeby turystyki powszechnej, masowej, z uwzględnieniem również turystyki ludności wiejskiej do miast i specyficznego charakteru wydawnictw potrzebnych dla tej ludności.

W dziedzinie wydawnictw turystycznych w językach obcych dla turystów zagranicznych uznano konieczność przestrzegania wysokiego poziomu tych publikacji, zarówno pod względem

języka, jak i szaty zewnętrznej (graficznej, ilustracyjnej) oraz niezbędność uprzedniego aprobowania tych wydawnictw przez Departament Prasy i Propagandy Ministerstwa Spraw Zagranicznych.

Synteza zgłoszonych przez przedstawicieli poszczególnych urzędów, instytucji i stowarzyszeń programów wydawniczych, oraz przeprowadzona nad nimi dyskusja, posłuży Biuru Turystyki Ministerstwa Komunikacji do opracowania ostatecznego, ramowego turystycznego programu wydawniczego w skali ogólnopolskiej.

Ażeby na przyszłość całkowicie nie dopuścić do dublowania tych samych wydawnictw, Biuro Turystyki przeprowadzać będzie regularne ankiety u czynników inicjujących i przeprowadzających akcję wydawniczą turystyczną i wyniki jej ogłaszać na łamach „Biuletynu Biura Turystyki” w stałej rubryce, poświęconej akcji wydawnictw turystycznych. W ten sposób Biuletyn odgrywać będzie rolę organu Biura Turystyki, ewidencjonującego, kontrolującego i regulującego turystyczną politykę wydawniczą w Polsce.

Dyrektor Biura Turystyki, zamykając konferencję, uprzedził zebranych, że wydawnictwa, które się nie podporządkują wytycznym, ustalonym na tej konferencji, nie dostosują się do ustanowionej każdorazowo hierarchii pilności potrzeb, zwłaszcza zaś wydawnictwa dublowane, nie mogą na przyszłość liczyć na żadną pomoc finansową ze strony Ministerstwa Komunikacji.

Turystyczny Park Ludowy dla Warszawy

W problemach masowego ruchu turystycznego dla świata pracy, wysuwa się na czołowe miejsce, społeczne zagadnienie rozrywek świątecznych w dniu wolne od pracy a w związku z tym zagadnienie miejsca rozrywek dla wycieczek, zjazdów itp. imprez tak krajowych jak zagranicznych.

Wziąwszy powyższe pod uwagę Biuro Turystyki Ministerstwa Komunikacji przystępuje do zaprojektowania takiego ośrodka dla Warszawy, który pod nazwą „Turystycznego Parku Ludowego” stałby się miejscem wypoczynku i rozrywek dla szerokich rzesz pracujących naszej stolicy.

Teren zostanie wybrany w odległości 10—15 km od centrum miasta nad rzeką, w miejscu zadrzewionym, posiadającym dobrą komunikację (kolej, autobus, tramwaj) i uzbrojonym w instalacje światła i wody. Ośrodek taki zapewni możliwość odpoczynku i rozrywki dla około 10.000 osób jednorazowo.

Na terenie „Turystycznego Parku Ludowego” zostaną urządzone boiska do gier sportowych, korty tenisowe, plaża, pływalnia, przystań łodzi i kajaków, piaskownie i baseniki do brodenia dla dzieci a prócz tego na otwartej przestrzeni podia dla ludowych festiwalów muzycznych i teatralnych, parkietów do tańca, muszli dla orkiestry i urządzenia głośnikowe.

Wśród pomieszczeń krytych dachem przewiduje się urządzenie stołówek i barów, które będą mogły obsłużyć jednorazowo przelotowo do 2.500 osób, oraz budynków mieszczących świetlice, czytelnie, muzeum regionalne, kioski księgarskie i kioski z pamiątkami (sztuka ludowa) oraz ewentualnie sal muzycznych, teatralnych i kinowych. Wnętrza budynków ozdobi się motywami ludowymi.

Ośrodek ten będzie również posiadał hotel turystyczny.

Realizacja pełnego programu „Turystycznego Parku Ludowego” jest przewidziana w ciągu kilku lat, z tym, że częściowo będzie można uruchomić Park już w roku 1950.

Dział Turystyczny na II Targach Olsztyńskich

Organizacją działu turystyki na II Targach Olsztyńskich zajął się Wydział Komunikacyjny Urzędu Wojewódzkiego w Olsztynie pod nadzorem Biura Turystyki Ministerstwa Komunikacji.

W pawilonie „Bogactwa naturalne Warmii i Mazur” znajdowało się wprowadzenie w temat, zaś jego rozwinięcie w osobnym pawilonie VIIa: „Turystyka, sport, i wczasy”.

W dziale turystyki na specjalną uwagę zasługiwały:

1. dobrze opracowane szlaki turystyki wodnej Ostróda — Elbląg i Węgorzewo — Giżycko — Miłkołajki — Pisz — Ruciane z podaniem znajdujących się na szlakach schronisk Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego.
 2. powiększenie fotograficzne o pow. ca 4m² Matejkowskiego „Grunwaldu” w odpowiedniej oprawie dekoracyjnej z zaznaczeniem historycznych dat 1410 — 1945.
 3. eksponaty ludowej sztuki regionalnej.
 4. powiększenia fotograficzne obrazujące wartości turystyczne „Ziemi Warmińsko-Mazurskiej — krainy załbityków i tysiąca jezior”.
 5. stoisko „Orbisu” — jako źródło informacji komunikacyjnej i turystycznej.
- Podkreślić należy współpracę i pomoc DOKP Olsztyn i Oddziału PTK Olsztyn.

Z okazji Targów zorganizowany został przez Olsztynski Klub Motocyklowy pod protektorem Biura Turystyki Ministerstwa Komunikacji Zjazd Plakietowy, którego zakończenie odbyło się dnia 4 września 1949 r. na terenie Targów. W zjeździe wzięło udział 70 motocykli. Zwycięzcom zjazdu wręczono między innymi 3 nagrody Biura Turystyki.

Dożynki na Psim Polu k. Wrocławia

W dniach 23 i 24 sierpnia br. odbyła się z inicjatywy Biura Turystyki Ministerstwa Komunikacji w Generalnej Dyrekcji Kolei Państwowych narada w sprawie „Dożynek” na Psim Polu obok Wrocławia z udziałem przedstawicieli wszystkich Dyrekcji Kolejowych, Zarządu Głównego Związku Samopomocy Chłopskiej, przedstawicieli PKS, lokalnego Komitetu Wrocławskiego itp.

Na konferencji tej przepracowano program organizacji zjazdu do Wrocławia dokąd z całej Polski (z 225 miejscowości) zjechało ponad 40.000 uczestników „Dożynek”. Byli to delegaci wsi. Dla przewiezienia tych wszystkich wycieczek uruchomione były 33 pociągi turystyczne. Zjazd odbył się dnia 11 września br.

Opracowany plan obejmował synchronizację przewozów koleją, samochodem i tramwajem.

W organizacji tak wielkiego zjazdu wykonały bardzo duży wysiłek wszystkie wymienione komunikacje, oraz Związek Samopomocy Chłopskiej, który urządził tam namioty dla tysięcy uczestników.

Dla ułatwienia odprawy biletowej uczestników zjazdu, kolej zastosowała uproszczony system.

II INWESTYCJE TURYSTYCZNE W TERENIE

Konferencja w sprawie wykonania planu inwestycyjnego w r. 1949

W dniu 30 sierpnia odbyła się w Biurze Turystyki Ministerstwa Komunikacji konferencja w której wzięli udział przedstawiciele Zarządów Głównych: Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego, Polskiego Towarzystwa Tatrzńskiego, Polskiego Związku Narciarskiego, Polskiego Związku Kajakowego, Ligi Morskiej, oraz przedstawiciele Urzędów Wojewódzkich z Wrocławia, Krakowa i Warszawy.

Tematem obrad były sprawy wykonania planu inwestycyjnego i przeprowadzenia remontów w roku 1949 w schroniskach, hotelach turystycznych i stanicach kajakowych, prowadzonego przez wymienione stowarzyszenia pod nadzorem urzędów wojewódzkich. Poza tym zgłoszone zostały w s t ę p n e d e z y d i e r a t y stowarzyszeń na rok 1950 w sprawach potrzeb inwestycyj turystycznych, oraz remontów i wyposażenia obiektów turystycznych do nich należących.

Zebrany materiał jest obecnie tematem szczegółowej analizy. (S)

III. Z ŻYCIA STOWARZYSZEŃ KRAJOZNAWCZO-TURYSTYCZNYCH

Działalność Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego

Realizacja planów inwestycyjnych w dziale schronisk turystycznych Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego znajduje się w pełnym toku. W schroniskach już otwartych zanotowano w sezonie letnim niezwykle ożywiony ruch. Wielką frekwencję zanotowano w schroniskach nadmorskich i Pojezierza Mazurskiego. Stałe przepełnione były schroniska PTK nad Wigrami i w Augustowie.

Zarząd Okręgu Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego w Rzeszowie przy współdziałaniu z Okręgową Komisją Związków Zawodowych zorganizował w Gorlicach trzytygodniowy kurs krajoznawczy dla instruktorów oświatowych Związków Zawodowych. Kierownictwo kursu spoczywało w rękach prof. Piątka, prezesa Okręgu PTK. Na kurs zgłosiło się 48 działaczy Związków Zawodowych oraz 22 działaczy Polskiego Tow. Krajoznawczego. Uczestnicy kursu odbyli szereg wycieczek, wysłuchali wykładów z zakresu ogólnej ideologii społecznej oraz z dziedziny metodyki krajoznawstwa. Zadaniem kursu było przeszkolenie kandydatów do prac krajoznawczych w Związkach Zawodowych. Kurs był subwencionowany przez Zarząd Główny PTK oraz Centralną Radę Związków Zawodowych. Podobny kurs dla Okręgu śląsko-dąbrowskiego odbędzie się wkrótce w Katowicach.

Komisja Kół Krajoznawczych Młodzieży Szkolnej Pol. Tow. Krajoznawczego przy pomocy finansowej Głównego Urzędu Kultury Fizycznej zorganizowała 13 obozów krajoznawczych dla młodzieży, w których wzięło udział ponad 300 uczestników.

Obozy wędrowne przenosiły się z miejsca na miejsce, poznając kraj ojczysty. Obozy stałe opracowywały w czasie wycieczek wyznaczony im rejon pod względem krajoznawczym.

Niektóre prace obozów wydrukowane będą w „Orlim Locie”, miesięczniku krajoznawczym dla młodzieży.

Prezes Polskiego Tow. Krajoznawczego prof. Stanisław Leszczycki wizytował osobiście następujące Oddziały Pol. Tow. Krajoznawczego: w Zakroczymiu, Bielsku Podl., Białymstoku i Suwałkach.

W Tarnowie powstał Oddział PTK. Adres Oddziału: Tarnów, ul. Brodzińskiego 29 m 14.

Oddział Warszawski stale obsługuje liczne wycieczki przybywające do stolicy w związku z otwarciem trasy W — Z.

W dniu 22 lipca 30 przewodników PTK obsłużyło wycieczki 2.500 uczestników Zjazdu Odbudowy Warszawy.

W dniu 21 sierpnia 16 przewodników PTK oprowadzało wycieczki chłopskie, zorganizowane przez Związek Samopomocy Chłopskiej. Przewodnicy PTK oprowadzali po stolicy liczne wycieczki młodzieży z zagranicy do Polski, wycieczki grup wojskowych, oraz liczne wycieczki związków zawodowych.

Prelegent objazdowy Polskiego Tow. Krajoznawczego Kazimierz Rapacz objechał z odczytami o pięknie Polski — ośrodki kolonii dzieci polskich z zagranicy w Chodzieży, Rogowie, Czarnkowie, Wągrowcu, Kaliszu, Rydzynie. Jego odczyty, ilustrowane przezroczami, były gorąco przyjęte przez młodzież polską z zagranicy.

IV. RUCH WYDAWNICZY

Czesław Piskorski: „Ze Szczecina przez Świnoujście do Międzyzdrojów“. — Nakładem wydawnictwa „Polskie Pismo i Książka“ w Szczecinie, ukazał się ostatnio na rynku księgarskim przewodnik turystyczny zawierający treściwy opis portu szczecińskiego, trasy wodnej ze Szczecina do Świnoujścia i Międzyzdrojów oraz wyspy Wolin z wszystkimi kąpieliskami. Umieszczenie w tekście czterech mapek i planów opisywanych tras i okolic daje turystę cenną orientację w terenie.

Autor doskonale wczuwa się w potrzeby i zainteresowania zwiedzającego, dzięki czemu przewodnik zawiera wiele praktycznych wskazówek i dużo bardzo istotnych danych turystycznych. Przewodnik odznacza się ponadto wielką zwięzłością, przejrzystością i cechuje go przystępny styl, zrozumiały dla każdego, toteż przewodnik ten powinien się stać nieodzownym doradcą szerokiego rzesz wczasowiczów i turystów, zwiedzających ten jeden z najpiękniejszych rejonów polskiej ziemi.

Polskie Towarzystwo Tatrzańskie wydało ostatnio

„Informator Turystyczny i Regulamin Górskiej Odznaki Turystycznej PTT“

w opracowaniu mgr. W. Krygowskiego. Książeczka ta, w wygodnym formacie kieszonkowym, liczy 116 stron i zawiera wszystkie najważniejsze wiadomości, jakie mogą być potrzebne każdemu turystę górskiemu.

Znajdziemy w niej informacje o organizacji i działalności PTT, o przywilejach członków, wysokości składek członkowskich, bardzo cenny wykaz schronisk i stacyj turystycznych PTT z podaniem ich adresów, ilości miejsc i cen noclegów. Schroniska są zestawione według grup górskich (Tatry, Pieniny, Karkonosze itd.), a włączone do tekstu 2 mapki sytuacyjne (1 — Beskidy i Tatry, 2 — Sudety) orientują w umiejscowieniu schronisk w terenie. — Książeczka informuje dalej o Klubie Wysokogórskim, Tatrzańskim Ochotniczym Pogotowiu Ratunkowym, daje przestrogi dla wybierających się w Tatry, przedstawia sprawę turystycznego szkolenia górskiego, zawiera spis przewodników tatrzańskich i kierowników wycieczkowych na Tatry oraz wylicza rośliny i zwierzęta podlegające ochronie przyrody.

Specjalny rozdział poświęcony szkolnym wycieczkom zawiera okólnik Ministerstwa Oświaty w sprawie organizacji wycieczek młodzieżowych w góry oraz dwa wykazy tras tatrzańskich dozwolonych dla młodzieży, jeden dla wieku od 14—16 lat, drugi dla młodzieży ponad 16 lat.

Zestawienie aktualnych wydawnictw PTT (periodyki, przewodniki, mapy) zamyka część pierwszą „Informatora“. Część II poświęcona jest Górskiej Odznace Turystycznej PTT, zwanej popularnie w skrócie GOT, i zawiera zarówno regulamin tej odznaki, jak i wykaz wycieczek punktowanych do GOT-u, (który niezależnie od GOT-u może stanowić cenny materiał do układania tur wycieczkowych), oraz spis przewodników GOT, upoważnionych do potwierdzania protokółów odbytych wycieczek.

„Informator“ powinien się znaleźć w ręku każdego turysty, udającego się w góry.



WYDAWNICTWO MINISTERSTWA KOMUNIKACJI
NAKLADEM PRZEDSIĘBIORSTWA „WYDAWNICTWA KOMUNIKACYJNE“

Warszawa 12, ul. Kazimierzowska 52