

Andrzej RACZYK\*, Karolina FRYMUS\*\*

## MIEJSCA KULTU RELIGIJNEGO A KSZTAŁTOWANIE PRZESTRZENI INSTYTUCJONALNEJ MIASTA NA PRZYKŁADZIE JASNEJ GÓRY W CZĘSTOCHOWIE

### PLACES OF RELIGIOUS WORSHIP AND THE SHAPING OF INSTITUTIONAL SPACE OF THE CITY – THE EXAMPLE OF JASNA GÓRA IN CZĘSTOCHOWA

DOI: 10.25167/sm.1350

**ABSTRAKT:** Celem pracy była identyfikacja prawidłowości w rozmieszczeniu i strukturze rodzajowej przestrzeni instytucjonalnej w obszarze wokół Sanktuarium Matki Bożej Częstochowskiej na Jasnej Górze. Zakres terytorialny objął przestrzeń instytucjonalną miasta Częstochowy w promieniu 1100 m od sanktuarium. Badania zostały przeprowadzone w końcu 2018 r., a ich podstawą była inwentaryzacja terenowa.

Wyniki wskazały na istnienie wyraźnych związków pomiędzy przestrzenią instytucjonalną miasta a przestrzenią sakralną. Badania pozwoliły na wyróżnienie trzech jego zasadniczych wymiarów: funkcjonalnego, popytowego oraz związanego z prestiżem miejsca.

**SŁOWA KLUCZOWE:** przestrzeń instytucjonalna, przestrzeń sakralna, Jasna Góra, Częstochowa

**ABSTRACT:** The aim of the work was to identify patterns in the distribution and generic structure of the institutional space around the Shrine of Our Lady of Jasna Góra in Częstochowa. The spatial scope covered the institutional space of the city of Częstochowa within a radius of 1,100 m from the Shrine. The empirical study was based on the data obtained from the field inventory, as of 2018.

The analysis showed a clear relationship between the sacred space and the institutional space of the city. The research allowed distinguishing three of its main dimensions: functional, demand-related and that related to the prestige of the place.

**KEY WORDS:** institutional space, sacred space, Jasna Góra, Częstochowa

---

\* Uniwersytet Wrocławski, Wydział Nauk o Ziemi i Kształtowania Środowiska, Zakład Zagospodarowania Przestrzennego, ul. Kuźnicza 49/55, 50-138 Wrocław, e-mail: andrzej.raczyk@uwr.edu.pl, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6400-6087>.

\*\* Uniwersytet Wrocławski, Wydział Nauk o Ziemi i Kształtowania Środowiska, Zakład Zagospodarowania Przestrzennego, ul. Kuźnicza 49/55, 50-138 Wrocław.

## Wprowadzenie

Jednym z istotnych elementów kształtowania polityki przestrzennej miejskich układów osadniczych jest występowanie unikatowych<sup>1</sup> przestrzeni, silnie wpływających na ich funkcjonowanie. Unikatowość ta może wynikać z istnienia różnorodnych obiektów lub zjawisk związanych m.in. z kulturą, sztuką, historią, tradycją, architekturą, tożsamością społeczną, rozwojem ekonomicznym, a często również z obiektami kultu religijnego. Należy zaznaczyć, że ich wpływ na przestrzeń miejską może być bardzo zróżnicowany. Jakkolwiek był on już przedmiotem wielu opracowań, to jednak nadal istnieje istotna luka poznawcza w tym zakresie (Liro, Sołjan and Bilska-Wodecka 2018). W szczególności relatywnie mało uwagi poświęcono zbadaniu związków obiektów kultu religijnego z kształtowaniem przestrzeni instytucjonalnej, która w dłuższym zakresie czasowym może przekładać się na intensyfikację procesów rozwoju społeczno-ekonomicznego. Jest to zjawisko bardzo ważne z punktu widzenia kształtowania lokalnej polityki rozwoju.

Należy mieć na uwadze, iż przestrzeń związana z obiektami kultu religijnego może mieć specyficzny charakter ze względu na osobisty stosunek ludzi do tych obiektów (wiążący się z naznaczaniem ich różnymi atrybutami), określone oczekiwania ludzi wobec takiej przestrzeni oraz sposób jej eksploracji. Wydaje się przy tym, że wraz ze wzrostem znaczenia przestrzeni sakralnej przejawiającym się np. liczbą pielgrzymów zmienia się także siła ich wpływu na otoczenie. Jak wskazuje Sołjan (2012), pomimo upowszechniania się racjonalnego podejścia do świata, wiele przestrzeni traktuje się w sposób wyjątkowy, niezależnie od tego, czy są powiązane z elementami przyrody (m.in. święte jeziora, góry, rzeki), czy są efektami działalności ludzkiej (m.in. obrazy, rzeźby, obiekty architektoniczne). Jakkolwiek czynników związanych z lokalizacją tych obiektów jest bardzo wiele, to z reguły jednym z ważniejszych jest czynnik religijny (Ptaszycka-Jackowska i Jackowski 1998).

Sanktuarium Matki Bożej Częstochowskiej na Jasnej Górze jest w skali świata jednym z najważniejszych ośrodków kultu religijnego, związanym z ruchem pielgrzymkowym (w tym również pieszym), posiada jednocześnie silny kontekst historyczny i tożsamościowy dla wielu mieszkańców Polski (Stoddard 1994). Stanowi dlatego bardzo dobre studium przypadku, które może być podstawą określenia najważniejszych prawidłowości we wzajemnych relacjach między przestrzenią sakralną a przestrzenią miejską (w tym instytucjonalną).

## Cel, zakres pracy, metoda badania

Celem pracy była identyfikacja prawidłowości w rozmieszczeniu i strukturze rodzajowej podmiotów gospodarczych, zlokalizowanych wokół Sanktuarium Matki Bożej Częstochowskiej na Jasnej Górze. Zakres terytorialny objął przestrzeń instytucjonalną

---

<sup>1</sup> Tzn. przestrzeni wyróżnionych na podstawie specyficznych, wyjątkowych cech.

Częstochowy w promieniu 1100 m od Sanktuarium. Badania zostały przeprowadzone w końcu 2018 r.

Należy zauważyć, że w literaturze przedmiotu brak uniwersalnego wzorca badań relacji obiektów kultu religijnego z przestrzenią instytucjonalną. Sołjan (2012) wyróżniła strefę przysanktuaryjną, której zasięg w przypadku Częstochowy (wzdłuż alei Najświętszej Maryi Panny, dalej: alei NMP) określiła na około 700 m. Zasięg badań w niniejszej pracy został określony z uwzględnieniem wskazanych przez Ilnickiego i Czerwińskiego (2016) uwarunkowań zachowań konsumenckich oraz założenia, że przyjęta odległość przy średniej prędkości marszu 5 km/h może zostać pokonana w około 15 minut. Powinna to być również odległość, na jaką przeciętnie oddala się pielgrzym lub turysta odwiedzający nieznanne sobie miejsce. Wzięto także pod uwagę przebieg dróg oraz lokalizację zabudowy, co spowodowało ostateczne przyjęcie jako obszaru badań okręgu o promieniu 1100 m od geometrycznego środka klasztoru. W efekcie objął on całą aleję NMP, która jest najbardziej istotną osią urbanistyczną miasta w pobliżu Sanktuarium.

Podstawą badania była inwentaryzacja terenowa, która polegała na identyfikacji całej przestrzeni instytucjonalnej, występującej na przyjętym obszarze. Zasadniczym założeniem było występowanie przejawów prowadzenia działalności gospodarczej w postaci np. umieszczonych szyldów, napisów na witrynach itd. W trakcie inwentaryzacji pozyskano następujące informacje: przeważający przedmiot prowadzonej działalności gospodarczej (zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności 2007), lokalizację (adres), której przypisano współrzędne geograficzne oraz określono siłę związków z miejscem kultu religijnego na podstawie prowadzonej działalności (trzystopniowa skala). Ze względów praktycznych rodzaje działalności gospodarczej zostały utrzymane na poziomie działu (głównie ze względu na trudne do dokładniejszego sklasyfikowania stragany na targowiskach).

## **Teoretyczne aspekty kształtowania przestrzeni instytucjonalnej i przestrzeni sakralnej**

Istotnym elementem większości religii świata jest posiadanie miejsc, które przez jej wyznawców uznawane są za święte. Stąd rozwojowi kultu religijnego na danym obszarze towarzyszy z reguły powstawanie przestrzeni sakralnej (sakralny od łac. *sacer* – święty, poświęcony Bogu) (Nowiński 2011). W literaturze przedmiotu do jej opisu stosuje się wiele pokrewnych pojęć takich, jak miejsce święte, miejsce kultu, przestrzeń święta czy krajobraz sakralny. Jak zauważa Della Dora (2011), koncepcja przestrzeni sakralnej jest bardzo trudna do jednoznacznego zdefiniowania.

Z geograficznego punktu widzenia przestrzeń sakralną można określić jako funkcjonalnie wyróżnioną podprzestrzeń przestrzeni geograficznej, która stanowi odzwierciedlenie potrzeb i możliwości wyrażanych przekonań religijnych danej społeczności (Przybylska 2008, 11). Sołjan (2012) proponuje w tym kontekście stosowanie terminu „strefa sakralna”, rozumianego jako część realnej przestrzeni geograficznej o przeważającej funkcji religijnej, mieszczącej się wokół centralnego obiektu sakralnego. Nieco

inne podejście prezentuje Jackowski (2003), który używa określenia „krajobraz sakralny” i definiuje go jako zespół obiektów sakralnych, zbudowanych w określonym czasie i na określonym obszarze. Zgodnie z nim krajobraz sakralny stanowi jeden z rodzajów krajobrazu kulturowego, który jest widocznym wytworem kultury, powstałym jednakże w całości lub w znacznej części dzięki religii.

W niniejszej pracy przyjęto definicję przestrzeni sakralnej jako przestrzeni, w której znajdują się obiekty sakralne, w której dominuje lub odgrywa istotną rolę funkcja religijna, i z którą związani są przebywający w znacznej liczbie pielgrzymi. Można założyć przy tym, że przestrzeń sakralna w zauważalny sposób wpływa na przestrzeń społeczno-ekonomiczną np. poprzez decyzje lokalizacyjne podmiotów gospodarczych, wynikające z istniejących powiązań kooperacyjnych z sanktuarium albo z popytu na określone dobra i usługi generowanego przez pielgrzymów i turystów. Oddziaływanie to może mieć także charakter pośredni, np. poprzez wzrost atrakcyjności lokalizacyjnej, wynikającej z prestiżu miejsca czy lokalizacji działalności jako efektu kształtowania określonej polityki marketingowej (np. budowania określonego wizerunku firmy). Jak wskazuje Przybylska (2014), może być ono także wynikiem zjawiska sakralizacji przestrzeni, które wiąże się ze wzrostem przejawów religijności na obszarze, który jest dostępny i przeznaczony dla wszystkich użytkowników przestrzeni – ulice, drogi, parki, place, instytucje – pod wpływem obiektu kultu religijnego.

W literaturze przedmiotu można zauważyć dominację badań centrów pielgrzymkowych, obiektów kultu religijnego oraz badań związanych z problematyką pielgrzymowania w te miejsca (Liro, Sołjan and Bilska-Wodecka 2018). Wskazuje się przy tym, iż poszczególne obiekty kultu religijnego przyciągają różne kategorie osób, więc w odmienny sposób mogą kształtować otaczającą przestrzeń (Bond, Packer and Ballantyne 2014). Należy podkreślić relatywnie małą liczbę publikacji poświęconych badaniu wpływu przestrzeni sakralnej na najbliższe otoczenie, w tym szczegółowych badań uwzględniających przestrzeń (zwłaszcza gospodarczą). Jedną z nich jest praca Ptaszyckiej-Jackowskiej i Jackowskiego (1998) badająca związki przestrzeni sakralnej z rozwojem przestrzennym oraz ekonomicznym miasta Częstochowy. Z kolei w opracowaniach Rinschede (1986) oraz Sołjan (2005) poświęconych Lourdes, wskazano na związki tej przestrzeni z rozwojem m.in. obiektów noclegowych, restauracji, barów czy placówek handlowych prowadzących sprzedaż dewocjonałów. W tym też kontekście Jackowski (2007) podkreśla potencjalne znaczenie ruchu pielgrzymkowego dla rozwoju społeczno-ekonomicznego poszczególnych lokalnych układów terytorialnych. Jak zauważa Swaryczewska (2009), istnienie przestrzeni sakralnej ma przełożenie na dochody generowane z turystyki pielgrzymkowej oraz na określone formy zagospodarowania terenu. Również Vijayanand (2012) wskazuje na rolę rozwoju turystyki pielgrzymkowej w zmianach społeczno-gospodarczych. W przypadku Indii otoczenie miejsc kultu religijnego z reguły stanowią religijnie zorientowane przedsiębiorstwa i obiekty, takie jak hotele, sklepy z pamiątkami, biura podróży czy szpitale, determinując nawet w wielu wypadkach kierunki rozwoju lokalnego (np. jako zasadniczy czynnik tworzenia

nowych miejsc pracy). Bardzo podobne wnioski wysuwają również Saayman, Saayman i Agyapong (2014).

Jakkolwiek w literaturze przedmiotu wpływ przestrzeni sakralnej na przestrzeń gospodarczą poszczególnych układów osadniczych jest oceniany różnie, to jednak badania dość zgodnie podkreślają, że jest on istotny i pozytywny. Dotyczy to głównie kwestii powstawania nowych podmiotów gospodarczych, tworzenia miejsc pracy oraz rozwoju handlu i turystyki. Wskazywane są jednak także negatywne zjawiska towarzyszące ruchowi pielgrzymkowemu, jak zanieczyszczenie środowiska czy intensywne i często niekorzystne zmiany w zagospodarowaniu terenów w ich najbliższym otoczeniu (czasami o charakterze rabunkowym i obniżającym efektywność funkcjonowania człowieka w przestrzeni) (Shinde 2012). Cały czas aktualna wydaje się przy tym obserwacja Collins-Kreiner (2010), iż literatura dotycząca pielgrzymek jest rozdrobniona oraz pozbawiona syntezy i holistycznej konceptualizacji.

W odróżnieniu od przestrzeni sakralnej pojęcie przestrzeni instytucjonalnej w literaturze przedmiotu pozbawione jest jednoznacznych definicji. W znacznej mierze wynika to z faktu różnego określania „instytucji”, dokonywanego np. na gruncie różnych dyscyplin naukowych. Zgodnie ze *Słownikiem języka polskiego PWN* (Drabik i Sobol 2018) instytucją jest zakład o charakterze publicznym, który zajmuje się określonym zakresem spraw. Z kolei z prawnego punktu widzenia, instytucja definiowana jest jako zbiór norm prawnych określonych w przepisach; instytucja prawna musi podlegać regulacji i konkretnemu stosunkowi prawnemu (Gaweł i Klimczak 2005). W ujęciu Nowakowskiej przestrzeń instytucjonalna (2013) to przestrzeń, której zadaniem jest dostarczenie bliskości instytucjonalnej, powstałej ze zbioru wspólnych ustalonych zasad, procedur i relacji zachodzących pomiędzy podmiotami. Nieco inne podejście zaprezentował Śleszyński (2006), który badając rozmieszczenie przedsiębiorstw w przestrzeni Warszawy, użył określenia „geografia przedsiębiorstw”. Według niego stanowi ona osobną subdyscyplinę w zakresie geografii ekonomicznej, która traktuje firmy jako podmiot organizujący przestrzeń.

Podmioty gospodarcze w przestrzeni instytucjonalnej rozpatrywane są w dwóch aspektach:

- jako jednostki będące przejawem określonych atrybutów miejsca oraz występujących w nim procesów i zjawisk, m.in. popytu, prestiżu miejsca, postrzegania miejsca przez klientów, kosztów funkcjonowania, dostępności przestrzennej i możliwości prowadzenia działalności;
- jako jednostki organizujące przestrzeń, a więc także nadające jej różne atrybuty.

Przestrzeń instytucjonalna i jej wybrane elementy były przedmiotem wielu badań empirycznych m.in. Śleszyńskiego (2006), Kretowicza (2012), Ilnickiego i Czerwińskiego (2016) oraz Raczyka i Herbut (2016). W literaturze przedmiotu względnie rzadko podnoszony był problem związków przestrzeni instytucjonalnej z przestrzenią sakralną. Shoval and Cohen-Hattab (2001) dokonali analizy przestrzennego rozmieszczenia i zmian lokalizacji bazy noclegowej w Jerozolimie w okresie 150 lat. Z kolei Sołjan (2012) szczegółowym badaniem objęła strefę przysanktuaryjną w Lourdes i Częstochowie.

Uwzględniła przy tym sklepy z dewocjonaliami, księgarnie religijne, pozostałe placówki handlowe, obiekty gastronomiczne, noclegowe, zakony, parkingi, muzea. Badania te, jakkolwiek o unikatowym charakterze, miały jednak dość ograniczony przestrzennie charakter. Wokół Sanktuarium na Jasnej Górze obejmowały aleję NMP (na odcinku 1000 m) i ulicę 7 Kamienic (500 m).

### **Przestrzeń instytucjonalna w otoczeniu Sanktuarium Matki Bożej Częstochowskiej na Jasnej Górze**

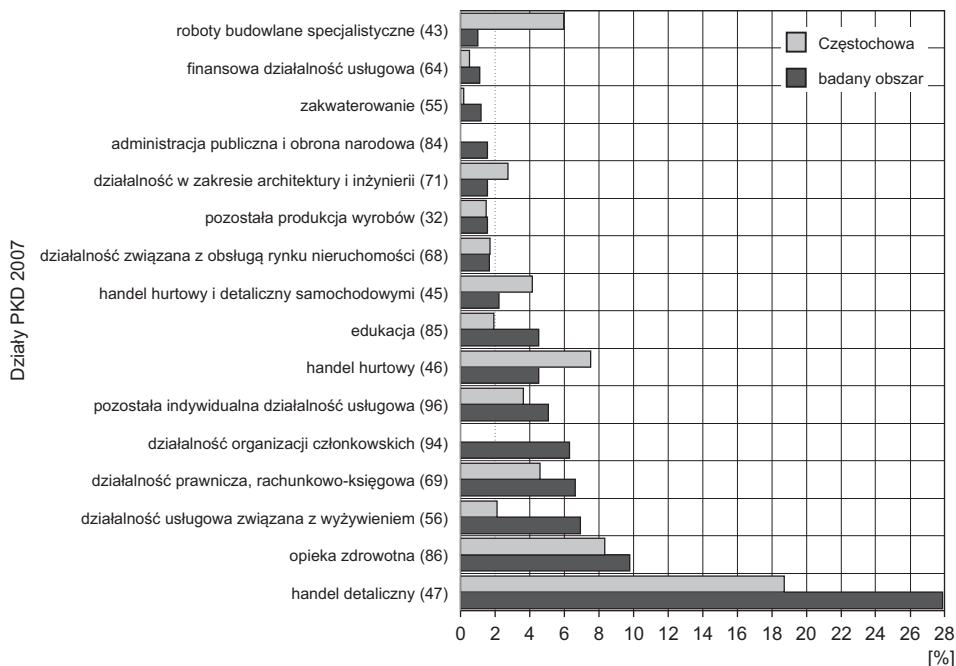
Jak wskazuje Ptaszycka-Jackowska i Jackowski (1998), Częstochowa w porównaniu z innymi ośrodkami kultu religijnego na świecie posiada relatywnie słabo rozwiniętą infrastrukturę turystyczną. Być może wynika to częściowo z faktu, iż cechą charakterystyczną jasnogórskiego ruchu pielgrzymkowego jest dominacja osób przybywających do miasta na jeden dzień (dotyczy to głównie pielgrzymów polskich) (Owsiak et al. 2006).

Przestrzeń instytucjonalna wokół Sanktuarium jest mocno zróżnicowana. Przejawia się to zarówno występowaniem wielu odmiennych rodzajów działalności gospodarczej, jak również silną ich koncentracją na wybranych obszarach (rycina 2).

W wyniku przeprowadzonych badań, w promieniu 1100 m od Jasnej Góry zidentyfikowano 1083 podmioty gospodarcze. Znaczna część z nich była zlokalizowana przy najważniejszych w tej części miasta ciągach komunikacyjnych, tj. ulicy św. Barbary, ulicy 7 Kamienic oraz alei NMP. Cechą charakterystyczną było często obserwowane zjawisko występowania wielu działalności pod jednym adresem – rekordowa pod tym względem lokalizacja miała przypisane 21 firm o bardzo różnorodnym profilu działalności.

Badana przestrzeń instytucjonalna charakteryzowała się dość dużym zróżnicowaniem – zidentyfikowano łącznie jednostki w obrębie aż 61 działów PKD 2007. W strukturze działalności dominował handel detaliczny (prawie 28%), ponadto duże znaczenie miała działalność związana z opieką zdrowotną (ok. 9,8%) oraz z żywnością (ponad 6,9%) (rycina 1).

Porównując struktury podmiotów gospodarczych badanego obszaru z Częstochową, można zaobserwować zdecydowaną przewagę znaczenia działu 47 (handel detaliczny) wokół terenów Sanktuarium (ponad 9 p.p.). Wskazuje to, iż handel detaliczny odgrywa bardzo istotną rolę w kształtowaniu przestrzeni instytucjonalnej związanej z obsługą ruchu pielgrzymkowego oraz turystycznego. Świadczy o tym lokalizacja wielu wyspecjalizowanych placówek sprzedających dewocjonalia, pamiątki, książki i przedmioty liturgiczne oraz straganów oferujących szeroki asortyment towarów. Istotna różnica występowała także w odniesieniu do organizacji członkowskich (ponad 6 p.p.), działalności usługowej związanej z żywnością (prawie 5 p.p.) czy edukacji (ok. 2,6 p.p.). W większości przypadków organizacje członkowskie to instytucje prowadzące działalność organizacji religijnych m.in. wszystkie zgromadzenia sióstr zakonnych, kościoły czy instytucje prowadzone przez duchownych np. Kuria Metropolitalna w Częstochowie. Zauważalne było także niewielkie znaczenie na badanym obszarze w relacji



Ryc. 1. Procentowy udział podmiotów gospodarczych według działów PKD 2007 w otoczeniu Jasnej Góry oraz w pozostałej części Częstochowy (uwzględniono tylko kategorie, których udział przekracza 1%)  
 Źródło: opracowanie własne.

do całego miasta działalności niezwiązanych z przestrzenią sakralną, np. transportu lądowego i rurociągowego (różnica o ponad 5,4 p.p.) oraz specjalistycznych robót budowlanych (prawie 5 p.p.).

Ważnym wymiarem przeprowadzonych badań było określenie związku rodzaju działalności zidentyfikowanych podmiotów gospodarczych z przestrzenią sakralną, w efekcie czego zostały one przypisane do jednej z trzech kategorii:

- związku bezpośredniego,
- związku pośredniego,
- braku związku, w sytuacji nie wykazywania powiązań z przestrzenią sakralną.

Związek bezpośredni był stwierdzany wówczas, gdy istotą podmiotów gospodarczych było kształtowanie przestrzeni sakralnej. W zakres ten wchodziły działalności prowadzone przez siostry zakonne lub księży – m.in. domy zakonne, zgromadzenia zakonne, domy rekolekcyjne, sklepy i domy pielgrzymia. Związek bezpośredni był także przypisywany podmiotom gospodarczym, które w sposób bezpośredni nastawione były na obsługę ruchu pielgrzymkowego lub ich istnienie wiązało się z obrotem produktami lub usługami o religijnym charakterze, np. handlem dewocjonaliami, przedmiotami liturgicznymi, szatami liturgicznymi czy wytwarzaniem przedmiotów religijnych.

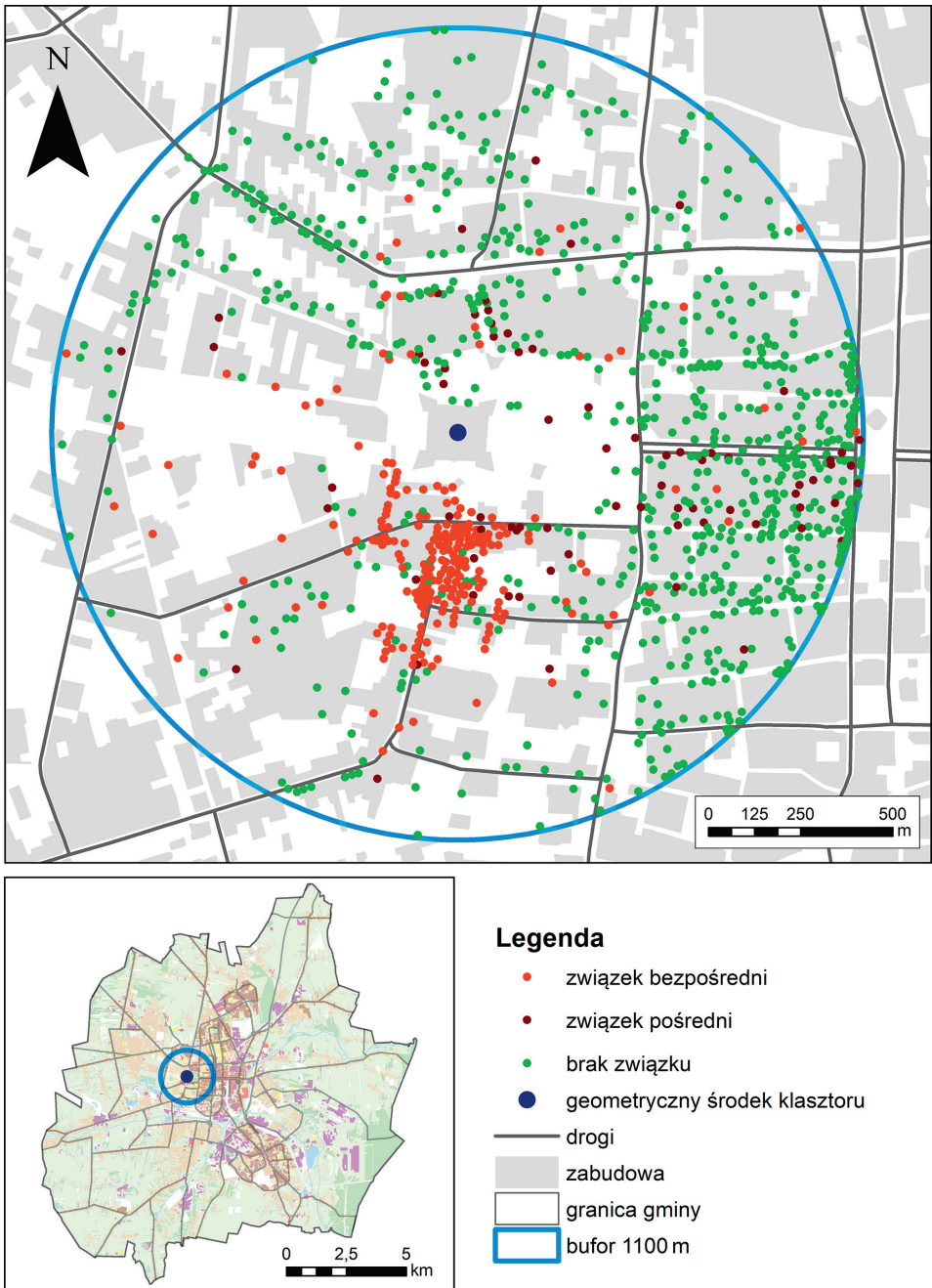
Związek pośredni stwierdzano wówczas, gdy przedmiot działalności mógł częściowo wiązać się z obsługą ruchu pielgrzymkowego, ale jednocześnie mógł służyć także innym celom, np. turystyce miejskiej niezwiązanej z obszarem Sanktuarium. Precyzyjne określenie stopnia związku tych jednostek z przestrzenią sakralną wymagałoby podjęcia odrębnych i bardzo szczegółowych badań. Można przypuszczać, że w poszczególnych przypadkach jednostki takie mogły funkcjonować praktycznie wyłącznie pod wpływem Sanktuarium. Do tej kategorii były zaliczane przede wszystkim niektóre podmioty gospodarcze związane z wyżywieniem, zakwaterowaniem oraz biura turystyczne.

Spośród wszystkich zidentyfikowanych na badanym obszarze podmiotów gospodarczych ponad 22% wykazało związek bezpośredni, a niespełna 7% związek pośredni (rycina 2). W wymiarze przestrzennym jednostki o związku bezpośrednim koncentrowały się przede wszystkim wzdłuż ul. św. Barbary oraz murów Jasnej Góry. Wynikało to z faktu, iż praktycznie cała działalność znajdująca się w murach klasztoru należała i była prowadzona przez zakon paulinów. Wydaje się przy tym, że na podstawie rozmieszczenia tego typu jednostek można wskazać przestrzeń eksploracji pielgrzymkowej. Identyfikacja tej przestrzeni powinna mieć istotne znaczenie dla kształtowania polityki przestrzennej w zakresie unikania konfliktów między przestrzenią sakralną a pozostałymi wymiarami przestrzeni miasta. Jednocześnie może wskazywać na niewykorzystane fragmenty przestrzeni, stwarzające duże potencjalne możliwości związane z zaspokojeniem różnorodnych potrzeb pielgrzymów oraz turystów. Powinna także stanowić istotną przesłankę dla stosownych działań jednostki zarządzającej Sanktuarium (czyli zakonu paulinów) z punktu widzenia zachowania sfery *sacrum*, ponieważ jej zaburzenie utrudniałoby z pewnością dalszy rozwój ruchu pielgrzymkowego.

Interesującą prawidłowością było także występowanie stosunkowo dużej liczby prywatnych gabinetów lekarskich zlokalizowanych wokół Sanktuarium. Jakkolwiek prawdopodobnie nie miały one bezpośredniego związku z przestrzenią sakralną, to jednak wydaje się, iż ich obecność mogła być tłumaczona chęcią wykorzystania prestiżu oraz unikatowych atrybutów miejsca. Atrybuty te sprzyjały podnoszeniu rangi placówek medycznych poprzez przypisanie im cech przestrzeni sakralnej – np. jakości, znaczenia, skuteczności czy lepszej pomocy (zgodnie z warunkowanym psychologicznie efektem halo – por. Krzakiewicz 2014). Może to wskazywać na istnienie szerszego zjawiska wykorzystywania atrybutów przestrzeni sakralnej przez jednostki, których działalność w żaden sposób nie jest związana z ruchem pielgrzymkowym i ma wymiar ściśle komercyjny i pozareligijny. Otwiera to stosunkowo nowe pole badawcze związane z oceną wpływu obiektów kultu religijnego na przestrzeń mentalną, waloryzację przestrzeni miejskiej oraz marketing terytorialny.

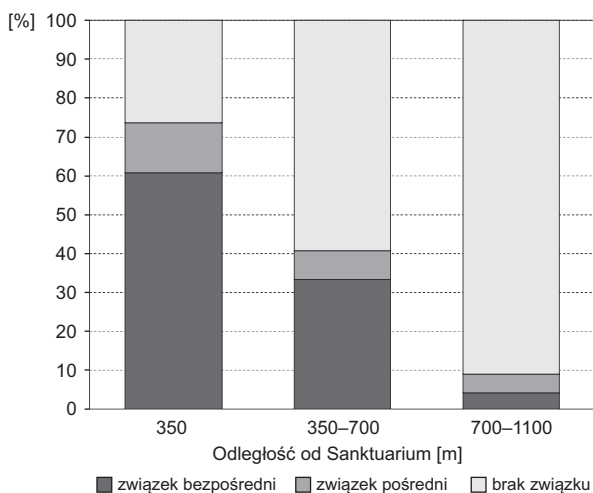
W pracy zbadano również wpływ odległości od Sanktuarium na lokalizację podmiotów gospodarczych ze względu na stopień ich związku z przestrzenią sakralną (rycina 3). Uwzględniono przy tym trzy strefy: do 350 m od Sanktuarium, 350–700 m oraz 700–1100 m. Wraz ze zwiększaniem odległości udział podmiotów gospodarczych bezpośrednio i pośrednio związanych z przestrzenią sakralną w sposób wyraźny malał, przy czym granica 700 m w zasadzie wyznaczała koniec oddziaływania Sanktuarium.





Ryc. 2. Podmioty gospodarcze zlokalizowane w promieniu 1100 m od Sanktuarium Matki Bożej Częstochowskiej na Jasnej Górze według stopnia związku z przestrzenią sakralną – stan w 2018 r.

Źródło: opracowanie własne.



Ryc. 3. Udział procentowy podmiotów gospodarczych zlokalizowanych w otoczeniu Sanktuarium Matki Bożej Częstochowskiej na Jasnej Górze według odległości oraz stopnia związku z przestrzenią sakralną – stan w 2018 r.

Źródło: opracowanie własne.

Wniosek ten koresponduje z wynikami badań Sołjan (2012). Pokazuje także, iż mimo bardzo dużego natężenia ruchu pielgrzymkowego, jego oddziaływanie jest przestrzennie dość mocno limitowane.

## Wnioski

Przeprowadzone badania wskazują na istnienie wyraźnych związków pomiędzy przestrzenią sakralną obejmującą obiekty religijne a przestrzenią instytucjonalną miasta. W wymiarze bezpośrednim oraz pośrednim wpływała ona na funkcjonowanie prawie 1/3 podmiotów gospodarczych w promieniu 1100 m od Sanktuarium. Siła tego wpływu w sposób bardzo wyraźny malała wraz z odległością oraz związana była częściowo z dostępnością przestrzenną.

Badanie pozwoliło na wyróżnienie trzech zasadniczych wymiarów związku pomiędzy przestrzenią sakralną a przestrzenią instytucjonalną. Po pierwsze, przestrzeń sakralna przyciąga jednostki silnie związane z nią funkcjonalnie (np. wszelkiego typu organizacje religijne). Po drugie, wiąże się ona z lokalizacją podmiotów gospodarczych ukierunkowanych na zaspokojenie popytu generowanego przez ruch pielgrzymkowy, przy czym popyt ten częściowo dotyczy dóbr i usług typowych dla przestrzeni turystycznej (m.in. gastronomii, biur turystycznych, muzeów), jak i o bardziej unikatowym charakterze, związanych ze sferą *sacrum* (m.in. handlu dewocjonaliami, organizacji wydarzeń religijnych). Po trzecie, przekłada się na wzrost atrakcyjności lokalizacyjnej

w wyniku nadawania przez sferę *sacrum* określonych atrybutów przestrzeni, pożądanych (lub nie pożądanych) przez określone rodzaje działalności. Wiąże się z tym podniesienie prestiżu miejsca, zmiana waloryzacji przestrzeni, ocena firm przez pryzmat cech przestrzeni sakralnej itd. (dotyczy to np. usług zdrowotnych, kosmetycznych, fryzjerskich, odnowy biologicznej).

## Bibliografia

- Bond, Nigel, Jan Packer and Roy Ballantyne. 2014. Exploring Visitor Experiences, Activities and Benefits at Three Religious Tourism Sites. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 471–481.
- Collins-Kreiner, Noga. 2010. Geographers and pilgrimages: changing concepts in pilgrimage tourism research. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 101(4), 437–448.
- Della Dora, Veronica. 2011. Engaging Sacred Space: Experiments in the Field. *Journal of Geography in Higher Education*, 35(2), 163–184.
- Drabik, Lidia i Elżbieta Sobol. 2018. *Słownik języka polskiego PWN*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gaweł, Tomasz i Mikołaj Klimczak. 2005. Pojęcie instytucji w prawie i ekonomii. *Ekonomia i Prawo*, 1, 73–86.
- Ilnicki, Dariusz i Sławomir Czerwiński. 2016. Działalności usługowe w otoczeniu wybranych centrów handlowych Wrocławia. *Studia Miejskie*, 22, 35–57.
- Jackowski, Antoni. 2003. *Święta przestrzeń świata*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Jackowski, Antoni. 2007. Zagraniczne pielgrzymki szansą dla rozwoju polskich ośrodków kultu religijnego. *Prace Geograficzne*, 117, 239–257.
- Kretowicz, Paweł. 2012. Rozmieszczenie placówek służby zdrowia w Krakowie na tle struktury przestrzenno-demograficznej miasta. *Studia Miejskie*, 5, 115–127.
- Krzakiewicz, Kazimierz. 2014. Efekt aureoli i badanie czynników sukcesu organizacji. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 359, 159–169.
- Liro, Justyna, Izabela Sojjan and Elżbieta Biliska-Wodecka. 2018. Spatial Changes of Pilgrimage Centers in Pilgrimage Studies – Review and Contribution to Future Research. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6(3), Article 3.
- Nowakowska, Aleksandra. 2013. Terytorium – źródło procesów innowacji. W: *Zrozumieć terytorium. Idea i praktyka*, red. Aleksandra Nowakowska, 39–57. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Nowiński, Janusz. 2011. Sakralna przestrzeń – charakterystyka oraz wybrane treści ideowe i symboliczne. *Seminare*, 29, 269–283.
- Owsiak, Jan et al. 2006. *Badania i analiza ruchu pielgrzymkowo-turystycznego dla miasta Częstochowy*. Warszawa/Toruń: Instytut Turystyki.
- Przybylska, Lucyna. 2008. Zróżnicowanie przestrzeni sakralnej Gdyni. *Regiony Nadmorskie*, 14.
- Przybylska, Lucyna. 2014. *Sakralizacja przestrzeni publicznych w Polsce*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Ptaszycka-Jackowska, Danuta i Antoni Jackowski. 1998. *Jasnogórskie pielgrzymki w przestrzeni miasta i regionu Częstochowy*. Kraków: Wydawnictwo Instytutu Geografii Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Raczyk, Andrzej i Anna Herbut A. 2016. Kluby seniora w przestrzeni miasta na przykładzie Wrocławia. *Studia Miejskie*, 22, 89–101.
- Rinschede, Gisbert. 1986. The Pilgrimage Town of Lourdes. *Journal of Cultural Geography*, 7(1), 21–34.
- Saayman, Andrea, Melville Saayman and Agyapong Boateng Gyekye. 2014. Perspectives on the Regional Economic Value of a Pilgrimage. *International Journal of Tourism Research*, 16, 407–414.
- Shinde, Kiran. 2012. Place-making and environmental change in a Hindu pilgrimage site in India. *Geoforum*, 43(1), 116–127.
- Shoval, Noam and Kobi Cohen-Hattab. 2001. Urban hotel development patterns in the face of political shift. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 908–925.

- Soljan, Izabela. 2005. Fenomen Lourdes. W: *Geografia i sacrum*, red. Bolesław Domański, Stefan Skiba, 431–439. Kraków: Wydawnictwo Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Soljan, Izabela. 2012. *Sanktuaria i ich rola w organizacji przestrzeni miast na przykładzie największych europejskich ośrodków katolickich*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Stoddard, Robert. 1994. Major pilgrimage places of the world. *Geographia Religionum*, 8, 17–36.
- Swaryczewska, Magdalena. 2009. Czy święte miasto jest na sprzedaż? Krajobraz sakralny wobec rozwoju infrastruktury turystycznej. *Nauka Przyroda Technologie*, 3(1), #55.
- Śleszyński, Przemysław. 2006. *Atlas Warszawy. Z. 9: Przedsiębiorstwa w przestrzeni Warszawy*. Warszawa: PAN IGiPZ.
- Vijayanand, S. 2012. Socio-economic impacts in pilgrimage tourism. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 2(1), 329–343.