



ZBIGNIEW PODGÓRSKI, PAULINA LIPOWSKA

Kazimierz Wielki University, Institute of Geography, Bydgoszcz, Poland

email: zbigniew.podgorski@ukw.edu.pl (corresponding author)

email: p.lipowska@gmail.com

KRAJOBRAZY TORUNIA W PROJEKTACH FILMÓW FABULARNYCH

LANDSCAPES OF TORUŃ IN PROJECTS OF FEATURE FILMS

Streszczenie

Treść artykułu nawiązuje do wykorzystania krajobrazu jako cennego i rozpoznawalnego produktu turystycznego. Celem opracowania jest identyfikacja krajobrazów staromiejskiej części Torunia wyeksponowanych w projektach filmów fabularnych oraz wskazanie sposobów ich wykorzystania w promocji Miasta. Odniesiono się także do idei tego sposobu reklamy, czyli zagadnienia *product placement*. W części empirycznej przedstawiono wyniki badań analitycznych przeprowadzonych w latach 2014–2015, dotyczących popularyzowania wybranych składników krajobrazu miejskiego Torunia, uznawanych powszechnie za istotne walory przyrodnicze i kulturowe. Na podstawie analizy treści nakręconego w Toruniu serialu telewizyjnego ustalono, które składniki krajobrazu miejskiego wykorzystano do promocji miasta, a następnie określono czas, okoliczności i formę ekspozycji tych elementów krajobrazu. W konkluzji podkreślono, że takie wykorzystanie składników krajobrazu w promocji miasta przyczynia się do wzrostu jego rozpoznawalności, służy budowaniu całościowego produktu turystycznego – stymuluje rozwój turystyki filmowej.

Abstract

This article investigates the use of landscape as a valuable and recognizable tourist product. The aim of the article is to identify the landscapes of the old town part of Toruń exposed in selected projects of feature films and an indication of how to use them in the promotion of the City. Furthermore, the article focuses on the idea of advertising, through product placement. The empirical part presents the results of analytical research carried out in 2014–2015 on the promotion of selected components of the urban landscape of Toruń, which is widely recognised as having significant natural and cultural values. Based on the analysis of the content of the TV series shot in Toruń, it was determined which of the urban landscape components were used for the promotion of the city, and then determined the time, circumstances, and the form of exposure of these landscape elements. In conclusion, it was emphasized that such use of landscape components in the promotion of the city increases recognition, serves to build a holistic tourist product – it stimulates the development of film tourism.

Słowa kluczowe: krajobraz miejski, promocja, *product placement*, atrakcja turystyczna, przestrzeń filmowa

Key words: urban landscape, promotion, *product placement*, tourist attraction, film space

WPROWADZENIE

Toruń¹ należy do najstarszych miast Polski. Od 1997 r., gdy średniowieczny zespół miejski został wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO, krajobraz Torunia stał się dobrem o wyjątkowej i uniwersalnej wartości. Krajobraz Starego i Nowego Miasta, a w szczególności dobrze zachowana architektura z okresu gotyku, tworzy atrakcyjną przestrzeń turystyczną. Niemal każdy turysta podziwia panoramę miasta – jeden z siedmiu cudów turystycznych Polski². Warto także podkreślić, jej reprezentatywność i przydatność w analizach faz rozwoju krajobrazu miejskiego (por. Bogdanowski, 2000) (ryc. 1).

Średniowieczna zabudowa tworzy trzy, niegdyś odrębne, jednostki: Stare Miasto, Nowe Miasto i Zamek Krzyżacki. Stare Miasto miało charakter kupiecki i dzięki stowarzyszeniu z Hanżą (związkiem miast handlowych Europy Północnej) rozwijało się dynamicznie. Z kolei, Nowe Miasto było zaludnione przede wszystkim przez rzemieślników (m.in. sukienników, browarników, garbarzy, kowali). Oba miasta, choć sąsiadujące ze sobą, posiadały własne władze administracyjne, odrębność gospodarczą itd.

Krajobrazy Torunia są wykorzystywane oraz promowane przez różne eventy i na różne sposoby (*Strategia Rozwoju...*, 2012). Niektóre spośród obiektów architektonicznych Starego i Nowego Miasta Torunia, w istotny sposób determinujące proces postrzegania krajobrazu Torunia, wykorzystywane są podczas festiwalu światła i dźwięku – *Bella Skyway Festival*. Bardzo często do realizacji multimedialnych projektów (najczęściej mapowania) służą elewacje obiektów zabytkowych, jak i młodszych budynków, reprezentujących inne style niż gotycki. Wielokrotnie podczas *Bella Skyway Festival* wykorzystywano elewacje:

- 1 Toruń uzyskał prawa miejskie w 1233 r. Obecnie jest dużym ośrodkiem gospodarczym, kulturalnym, naukowym, akademickim i turystycznym oraz ważnym węzłem drogowym i kolejowym. Licząc 202,6 tys. mieszkańców zajmuje szesnaste miejsce pod względem liczby ludności miast w Polsce. Co roku Toruń odwiedza liczna rzesza turystów, np. w roku 2017 na podstawie trzech równoległych metod statystycznych oszacowano ją na 2 148 817 osób (<https://www.torun.pl/pl/turysci-coraz-chetniej-nocuja> [6 grudnia 2018, 20.00]).
- 2 Nadwiślańska panorama Torunia zajęła drugie miejsce w konkursie na siedem cudów Polski „Moich Podróży”, ogłoszonym na łamach dodatku do dziennika „Rzeczpospolita” w 2007 r. Plebiscyt rozstrzygnęli internauci – Toruński Zespół Staromiejski i nadwiślańska panoramę z liczbą 28 tys. wskazań wyprzedziła tylko kopalnia soli w Wieliczce.

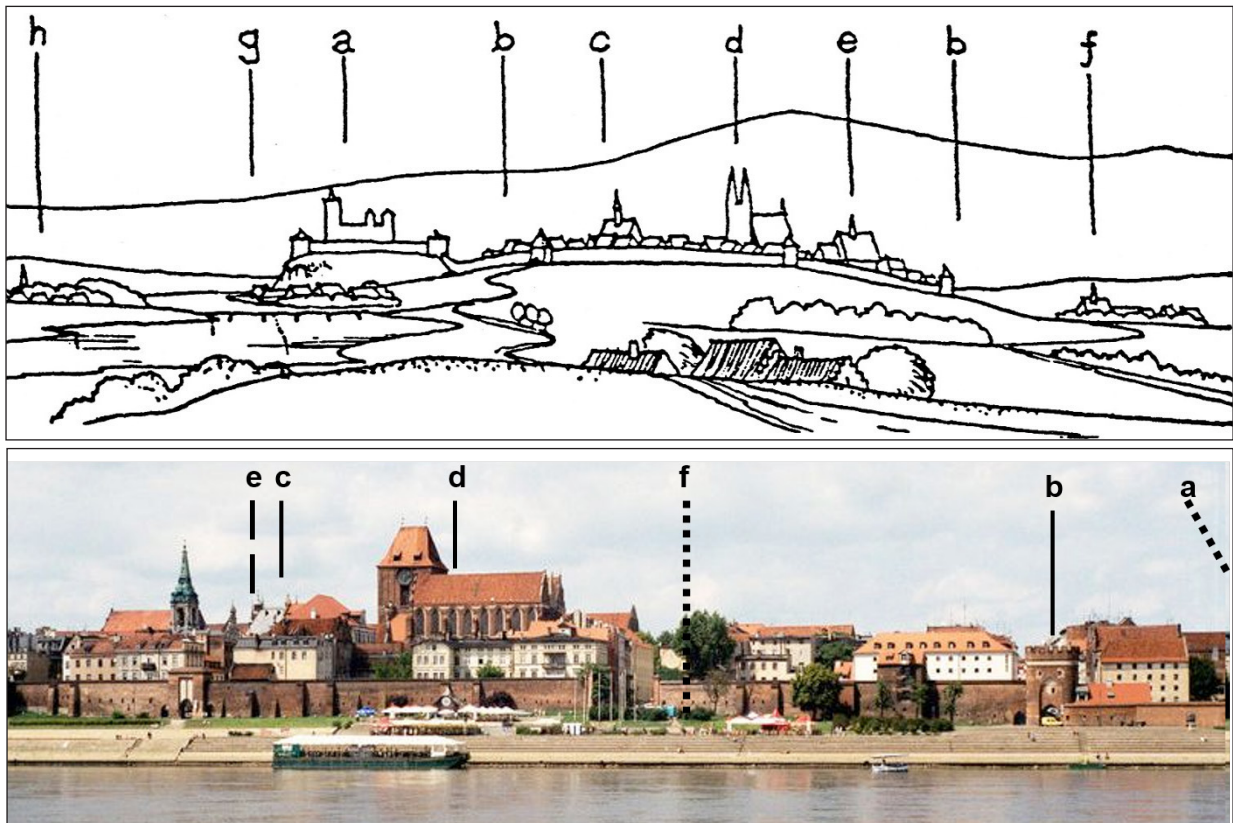
INTRODUCTION

Toruń¹ is one of the oldest cities in Poland. Since 1997, when the medieval urban complex was added to the UNESCO World Cultural Heritage List, the landscape of Toruń has become a good of exceptional and universal value. The landscape of the Old and New Town, and especially the well-preserved architecture from the Gothic period, creates an attractive tourist space. Almost every tourist admires the panorama of the city – one of Poland's seven tourist wonders². It is also worth emphasizing its representativeness and usefulness in analyses of the urban landscape development phases (see Bogdanowski, 2000) (fig. 1).

Medieval buildings create three separate components: The Old Town, the New Town and The Teutonic Castle. The Old Town had a mainly mercantile character, and through the association with Hansa (a union of trading cities in Northern Europe) it developed dynamically. In turn, the New Town was populated primarily by craftsmen (including cloth makers, brewers, tanners, blacksmiths). Both cities, although neighbouring, had their own administrative authorities, separate economic structures, etc.

The landscapes of Toruń are used and promoted by various events and in various ways (*Development Strategy ...*, 2012). Some of the architectural features of the Old and New Town of Toruń, which significantly determine the process of perceiving the landscape of Toruń, are used during the festival of light and sound – the *Bella Skyway Festival*. Very often, the implementation of multimedia projects (most often mappings) are used for elevations of historic buildings, as well as for younger buildings, representing styles other than Gothic. The façades of the Holy Spirit Church (Baroque style), Teatr im. Wilam Horzycy (style of Art Nouveau), Marshal's Office

- 1 Toruń obtained city rights in 1233. Currently, it is a large economic, cultural, scientific, academic and tourist center as well as an important road and rail junction. Counting 202.6 thousand inhabitants occupies the 16th place in terms of the number of population of cities in Poland. Every year, Toruń is visited by a large number of tourists, eg in 2017, based on three parallel statistical methods, it was estimated at 2,148,817 people (<https://www.torun.pl/pl/turysci-coraz-chetniej-nocuja> [6 Dec.2018, 20.00]).
- 2 The Toruń panorama of Toruń took the second place in the competition for the seven miracles of Poland „My Travels”, published in the supplement to the daily „Rzeczpospolita” in 2007. The poll was settled by Internet users – Torun Old Town and the Vistula Panorama with the number of 28 thousand indications overtook only the salt mine in Wieliczka.



Ryc. 1. Krajobraz kulturowy; A – miasto średniowieczne w krajobrazie; B – panorama Torunia. Typowy ład przestrzenny: dominantami są kościół z wieżami (d) i zamek na osobnym wzniesieniu (a). Subdominantami – otaczające mury miejskie z wieżami, basztami i bramami (b) oraz akcenty w postaci ratusza (c) i zespołów klasztornych bez wież (e).
Źródło: A – oprac. J. Bogdanowski (2000), B – oprac. Z. Podgórski.

Fig. 1. Cultural landscape; A – a medieval city in the landscape; B – panorama of Toruń. Typical spatial order: the dominant are the church with towers (d) and the castle on a separate hill (a). Subdominants – surrounding city walls with towers, towers and gates (b) and accents in the form of the town hall (c) and monastic complexes without towers (e).
Source: A – prepared by J. Bogdanowski (2000), B – prepared by Z. Podgórski.

Kościół Świętego Ducha (styl barokowy), Teatru im. Wilama Horzycy (styl secesja), Urzędu Marszałkowskiego (styl modernizm) itd. (Podgórski, Fido, 2018). Potwierdza to pogląd, że architektura reprezentująca różne style stanowi ogromny potencjał, który może być wykorzystany w celach turystycznych (Kowalczyk 2008; Gonia in. 2013). Ponadto, wytwory architektury i sztuki, postrzegane jako dziedzictwo kulturowe stanowią podstawę do rozwoju turystyki kulturowej (Michniewicz-Ankiersztajn i in., 2012), a wraz z animacjami przestrzeni architektonicznej służą w szczególności rozwojowi turystyki eventowej (Ratkowska, 2010), filmowej (Stasiak, 2009; Tucki, 2016). W przypadku miast o dużej atrakcyjności turystycznej istotne znaczenie ma stałość oddziaływania na potencjalnego turystę, czego nie zapewniają wydarzenia eventowe. Bardziej trwały efekt wiąże

(modernism style) etc. (Podgórski, Fido, 2018). This confirms the view that architecture representing different styles is a huge potential that can be used for tourism (Kowalczyk, 2008; Gonia et al., 2013). In addition, the products of architecture and art, perceived as a cultural heritage form the basis for the development of cultural tourism (Michniewicz-Ankiersztajn et al., 2012), and together with animations of architectural space, they serve in particular the development of event tourism (Ratkowska, 2010), film (Stasiak, 2009; Tucki, 2016). In the case of cities with high tourist attractiveness, the stability of the impact on the potential tourist is of great importance, which is not ensured by event events. A more permanent effect is associated, for example, with the use of the urban landscape for film production, which in turn contributes to the development of film tourism, the result of interest in a place or attraction

się na przykład z wykorzystaniem krajobrazu miejskiego na potrzeby produkcji filmowych, co z kolei przyczynia się do rozwoju turystyki filmowej, będącej rezultatem zainteresowania się miejscem lub atrakcją, która była widziana w filmie (Stasiak, 2009 za Bernat, 2016). Ciekawie zaprezentowane obiekty stają się rozpoznawalnym elementem krajobrazu miejskiego. Związane z produkcjami filmowymi elementy małej architektury tworzą swoisty klimat, niekiedy pozwalający na wyróżnienie tzw. trwałej przestrzeni filmowej.

CEL I METODY BADAŃ

Celem opracowania jest identyfikacja krajobrazów staromiejskiej części Torunia wyeksponowanych w wybranych projektach filmów fabularnych i serialu telewizyjnym oraz wskazanie sposobów ich wykorzystania w promocji Miasta. Z powyższych względów spośród wszystkich produkcji filmowych najczęściej uwagi poświęcono serialowi *Lekarze*, ponieważ głównym powodem realizacji tego filmu w Toruniu było zamierzone promowanie Miasta poprzez wielokrotną wizualną prezentację jego walorów turystycznych, w tym kulturowych i przyrodniczych składników krajobrazu miejskiego. Dążąc do osiągnięcia tak sprecyzowanego celu przeprowadzono w latach 2014-2015 badania analityczne (por. Lipowska, 2015).

Badania szczegółowe poprzedziła kwerenda i studium literatury oraz kwerenda zasobów internetowych. Zapoznano się między innymi z literaturą dotyczącą *product placement* – podświadomego oddziaływania na ludzi w celu zaszczepienia w ich umysłach marki – lokowania produktu w filmach³. By zrozumieć jego wpływ na promocję Torunia zagłębiono się w materiały filmowe i źródła pisane. Stosując metodę retrospektywną sięgnięto do czasów filmów niemych, kiedy po raz pierwszy dokonano lokowania produktu, tj. samochodu Ford Model T w filmie *Jeden tydzień* z 1920 r. (reż. Buster Keaton i Edward F. Cline) (Świątek, 2011; Lipowska, 2015). Równolegle wykonano analizę źródeł,

3 Termin *product placement* oznacza sposób promocji, który polega na komercyjnym umieszczeniu w filmie, programie telewizyjnym, spektaklu teatralnym ewentualnie na nośniku audiowizualnym lub analogowym produktu lub sytuacji ukazującej wzór zachowania konsumenckiego (Czarnecki, 2003).

that was seen in the film (Stasiak, 2009; after Bernat, 2016). Interestingly presented objects become a recognizable element of the urban landscape. The elements of small architecture connected with film productions create a kind of climate, sometimes allowing to distinguish the so-called permanent film space.

AIM AND METHODS OF RESEARCH

The aim of the study is to identify the landscapes of the Old Town part of Toruń exposed in selected projects of feature films and TV series and to indicate the ways of their use in the promotion of the City. Due to the above reasons, the series *Doctors* was the most important among all film productions, because the main reason for making this film in Toruń was the intended promotion of the City through a multiple visual presentation of its tourist qualities, including cultural and natural elements of the urban landscape. Striving to achieve such a specific goal, analytical studies were carried out in 2014-2015 (see Lipowska, 2015).

Detailed research was preceded by a query and study of literature as well as a query of Internet resources. Among other things, the literature on *product placement* – subconscious influence on people to instil in their minds of brands – has been recognized – *product placement* in films³. To understand its impact on the promotion of Toruń, the film materials and written sources were analyzed. Using the retrospective method, it was referred to the times of silent movies, when the product was first placed, i.e. the Ford Model T in the movie *One Week* in 1920 (directed by Buster Keaton and Edward F. Cline) (Świątek, 2011; Lipowska, 2015). At the same time, analysis of sources was carried out in order to delve into the topic of urban promotion with the use of films and film series.

In the implementation of research tasks, the names of Polish films made in Toruń were first established. Both written sources (e.g. Szymański 2010; *Miasta w serialach. Raport Medialny. Press Service Monitoring Mediów* za Lipowską, 2015), źródła

3 The term *product placement* means a method of promotion, which consists in a commercial placement in a film, a television program, a theater performance or an audiovisual or analogue carrier of a product or situation showing the consumer behavior pattern (Czarnecki, 2003).

w celu zagłębienia się w temat promocji miast z wykorzystaniem filmów i seriali filmowych.

Realizując zadania badawcze, w pierwszej kolejności ustalono nazw polskich filmów nakręconych w Toruniu. Analizie poddano zarówno źródła pisane (np. Szymański 2010; *Miasta w serialach. Raport Medialny. Press Service Monitoring Mediów* za Lipowską 2015), źródła internetowe (np. <https://1001miejsc.pl/ciekawe-miejsca-polsce-ktorych-nakrecono-popularne-filmy/> [8 grudnia 2018, 16.50]; <http://filmowytorun.pl/> [8 grudnia 2018, 7.50]; <http://film.kujawsko-pomorskie.pl/arts/punkt-testowy/>) [8 grudnia 2018, 6.50]; <http://film.kujawsko-pomorskie.pl/arts/rok-spokojnego-slonce/> [7 grudnia 2018, 20.50]; jak i materiał filmowy, w tym najstarszy pochodzący z lat 30. XX w. Na tej podstawie dokonano wyboru 27 produkcji. Uwzględniając charakter filmów, a w szczególności ich cechy gatunkowe i czas projekcji, z analizy wyłączono:

- filmy paradokumentalne, m.in. *Taksówkarz* (2008 – reż. Ryszard Kruk), *Hakerzy wolności* (2010 – reż. Marcin Gładych), *Panoptikon* (2012 – reż. Marcin Gładych i Krystian Wieczyński), *Ziggy Dust* (2015 – reż. Ryszard Kruk), *Republika. Narodziny legendy* (2017 – reż. Ryszard Kruk);
- nowe np. *Kolorowe pończochy* (1960 – reż. Janusz Nasfeter), *Caissa* (2011 – reż. Marcel Woźniak);
- filmy krótkometrażowe np. *Konfident* (2011 – reż. Rafał Kapeliński), *Kojot* (2013 – reż. Jędrzej Bączyk), *Głód* (2015 – reż. Marika Krajniewska);
- oraz odcinek nr 6 serialu *Czterej pancerni i pies* (1966 – 1970, reż. Konrad Nałęcki, Andrzej Czekalski), ze względu na pojedynczy plener filmowy.

Ostatecznie do dalszych analiz wyselekcjonowano 17 projektów filmów fabularnych: *Panienska z chmur* (1931 – reż. Bernard Marwiński), *Ludzie Wisły* (1938 – reż. Aleksander Ford, Jerzy Zarzycki), *Celuloza* (1953 – reż. Jerzy Kawalerowicz), *Zamach* (1958 – reż. Aleksander Passendorfer), *Mój stary* (1962 – reż. Janusz Nasfeter); *Prawo i pięść* (1964 – reż. Jerzy Hoffman, Edward Skórzewski), *Rejs* (1970 – reż. Marek Piwowski), *Wśród nocnej ciszy* (1978 – reż. Tadeusz Chmielewski), *Wściekły* (1979 – reż. Roman Załuski), *Rok spokojnego słońca* (1984 – reż. Krzysztof Zanussi), *Wrony* (1994 – reż. Dorota Kędzierska), *1409 afera na zamku Bartenstein* (reż. Rafał Buks, Paweł Czarzasty), *Kto nigdy nie żył* (2006 – reż.

internetowe (np. <https://1001miejsc.pl/ciekawe-miejsca-polsce-ktorych-nakrecono-popularne-filmy/> [8 December 2018, 16.50]; <http://filmowytorun.pl/> [8 December 2018, 7.50]; <http://film.kujawsko-pomorskie.pl/arts/punkt-testowy/>) [8 December 2018, 6.50]; <http://film.kujawsko-pomorskie.pl/arts/rok-spokojnego-slonce/> [7 December 2018, 20.50]; as well as film material, including the oldest from the 1930s. On this basis, 27 productions were selected. Considering the nature of the films, and in particular their genre characteristics and the time of projection, the analysis excluded:

- para-documentary films, including *Taksówkarz* (2008 – director Ryszard Kruk), *Hakerzy wolności* (2010 – director Marcin Gładych), *Panoptikon* (2012 – director Marcin Gładych i Krystian Wieczyński), *Ziggy Dust* (2015 – director Ryszard Kruk), *Republika. Narodziny legendy* (2017 – director Ryszard Kruk);
- film novels, e.g. *Kolorowe pończochy* (1960 – director Janusz Nasfeter), *Caissa* (2011 – director Marcel Woźniak);
- short films, e.g. *Konfident* (2011 – director Rafał Kapeliński), *Kojot* (2013 – director Jędrzej Bączyk), *Głód* (2015 – director Marika Krajniewska);
- and episode 6 of the TV series *Czterej pancerni i pies* (1966 – 1970, director Konrad Nałęcki, Andrzej Czekalski), due to the single film outdoor.

Finally, 17 projects of feature films were selected for further analyses: *Panienska z chmur* (1931 – director Bernard Marwiński), *Ludzie Wisły* (1938 – director Aleksander Ford, Jerzy Zarzycki), *Celuloza* (1953 – director Jerzy Kawalerowicz), *Zamach* (1958 – director Aleksander Passendorfer), *Mój stary* (1962 – director Janusz Nasfeter); *Prawo i pięść* (1964 – director Jerzy Hoffman, Edward Skórzewski), *Rejs* (1970 – director Marek Piwowski), *Wśród nocnej ciszy* (1978 – director Tadeusz Chmielewski), *Wściekły* (1979 – director Roman Załuski), *Rok spokojnego słońca* (1984 – director Krzysztof Zanussi), *Wrony* (1994 – director Dorota Kędzierska), *1409 afera na zamku Bartenstein* (director Rafał Buks, Paweł Czarzasty), *Kto nigdy nie żył* (2006 – director Andrzej Seweryn), *Jeszcze nie wieczór* (2008 – director Jacek Bławut), *Tatarak* (2009 – director Andrzej Wajda), *Dżej, Dżej* (2014 – director Maciej Pisarek), *Excentrycy, czyli po słonecznej stronie ulicy* (2015 – director Janusz Majewski). The research material was film recordings (DVD). In addition, as auxiliary

Andrzej Seweryn), *Jeszcze nie wieczór* (2008 – reż. Jacek Bławut), *Tatarak* (2009 – reż. Andrzej Wajda), *Dżej, Dżej* (2014 – reż. Maciej Pisarek), *Excentrycy, czyli po słonecznej stronie ulicy* (2015 – reż. Janusz Majewski). Materiałem badawczym były nagrania filmów (DVD). Ponadto jako materiał pomocniczy, wykorzystano fotografie ze zbiorów własnych i z innych źródeł (m.in. ze zbiorów Hotelu 1231, strony internetowej <http://filmowyturun.pl/> oraz notatek prasowych). W toku analizy materiału filmowego wyodrębniono sceny i sekwencje, w których widoczne są krajobrazy Torunia. Zastosowanie analizy krajoznawczej materiałów filmowych pozwoliło na dokonanie identyfikacji plenerów (miejsc kręcenia zdjęć poza studiem) jako krajobrazów Torunia, które wykorzystano we wskazanych wyżej projektach filmowych. Natomiast odstąpiono od szczegółowej analizy scen⁴, w celu określenia roli krajobrazów (plenerów) w narracji filmowej, co wymagałoby szczegółowego rozpatrywania koncepcji i fabuł poszczególnych filmów fabularnych. Ostatecznie przyjęto, że bez dostępu do scenopisów uzyskane wyniki będą obciążone zbyt dużym błędem.

Kolejny etap obejmował analizę odcinków serialu *Lekarze* (reż. Filip Zylber i Marcin Wrona), emitowanego od 3 września 2012 r. do 30 listopada 2014 r. na antenie TVN. Wskazane odcinki kręcono w Toruniu w latach 2011-2013, natomiast badania przeprowadzono już po zakończeniu ich emisji od października 2014 r. do marca 2015 r. W odniesieniu do każdego z dwóch sezonów, analogicznie jak w przypadku 17 projektów filmów fabularnych, ustalono które sceny (sekwencje) nakręcono w Toruniu, a na podstawie analizy krajoznawczej materiału filmowego dokonano identyfikacji krajobrazów, które wykorzystano jako główne plenery filmowe. Ta część badań była bardzo pracochłonna i wymagała dużej skrupulatności, ponieważ obejmowała szczegółowe rozpoznanie wielu kadrów, składających się na kilkusekundowe panoramy oraz ujęcia obiektów architektury bądź ulic, najczęściej staromiejskiej części Torunia. Następnie, wykorzystując metodę analizy statystycznej scen materiałów filmowych, analizowano 13 odcinków, trwających po 45 minut. Miało to na celu stworzenie zestawienia obiektów promowanych poprzez serial, określenia

material, photographs from own collections and from other sources were used (among others from the collections of the Hotel 1231, the website <http://filmowyturun.pl/> and press notes). In the course of the analysis of the film material, scenes and sequences in which the landscapes of Toruń are visible, they were separated. The use of touring analysis of film materials allowed to identify outdoor locations (shooting locations outside the studio) as landscapes of Toruń, which were used in the above-mentioned film projects. However, detailed analysis of scenes⁴ was abandoned in order to determine the role of landscapes (open air) in film narrative, which would require a detailed consideration of the concept and storylines of individual feature films. Finally, it was assumed that without access to the scenes, the obtained results will be too big a mistake.

The next stage included the analysis of episodes of the series TV *Lekarze* (Doctors) (director Filip Zylber and Marcin Wrona), broadcast from September 3, 2012 to November 30, 2014 on TVN. The indicated sections were shot in Toruń in the years 2011-2013, while the research was carried out after the end of their broadcast from October 2014 to March 2015. For each of the two seasons, analogically to the 17 projects of feature films, it was established which scenes (sequences) were shot in Toruń, and based on the analysis of the touristic footage, the landscapes were identified, which were used as the main film plein-air. This part of the research was very labour-intensive and required great meticulousness, because it included a detailed recognition of many frames, consisting of several seconds of panoramas and shots of architectural or street objects, most often the old-town part of Toruń. Then, using the method of statistical analysis of scenes of film materials, 13 episodes, lasting 45 minutes, were analysed.

The aim was to create a list of objects promoted by the series, to determine the time, time of day and season of using the given outdoor. For the purposes of the analysis, a distinction was made between the image (frame) and the proper panorama and perspectives (perspective panoramas, views). As a proper panorama, the image obtained by slowly rotating the camera around its own axis in the horizontal direction (horizontal, so-called *pan*) or vertical (vertical, so-called *tilt*) was treated. For the proper panoramas, among other images showing

4 Autorzy jako scenę traktują kompozycyjnie wyodrębniony fragment filmu charakteryzujący się jednością czasu, miejsca i akcji.

4 The authors treat a compositionally isolated piece of film as a scene characterized by the unity of time, place and action.

czasu, pory dnia oraz pory roku wykorzystywania danego pleneru. Na potrzeby analizy przyjęto rozróżnienie obrazu (kadru) na panoramę właściwą oraz perspektywę (panoramy perspektywiczne, widoki). Jako panoramę właściwą traktowano obraz uzyskany poprzez powolny obrót kamery wokół własnej osi w kierunku poziomym (horyzontalnym, tzw. *pan*) lub pionowym (wertikalnym, tzw. *tilt*). Za panoramy właściwe uznano m.in. obrazy ukazujące krajobraz staromiejski z lotu ptaka (lub punktów widokowych zlokalizowanych na wieżach), bowiem ich celem było pokazanie rozległego krajobrazu. Z kolei jako perspektywy (widoki, wnętrza) klasyfikowano obrazy terenu obejmujące znaczny wycinek horyzontu (zakrytego lub odkrytego) ale uzyskane z poziomu terenu (por. Bogdanowski, 1976). Najczęściej ich zadaniem było przedstawienie miejsca akcji filmu. Zarówno w przypadku panoram właściwych, jak i perspektywicznych, analizowane obrazy najczęściej oddawały złudzenie głębi przestrzennej, co podkreślało większy realizm ujęć. Obrazy, które pokazywały teren najczęściej pod wąskim kątem (tj. mniejszym niż 100 stopni) potraktowano jako perspektywy (widoki).

Ostatnim etapem pracy była terenowa inwentaryzacja krajoznawcza mająca na celu zweryfikowanie punktów odnalezionych w projektach filmów fabularnych oraz sprawdzenie: *Jak miasto podchodzi do tematu promocji poprzez film i serial?* Jednocześnie pozwoliło to na przygotowanie propozycji nowych produktów turystycznych, które mogą wzbogacić ofertę atrakcji turystycznych miasta, m.in. gry terenowej „Filmowy Toruń” (Lipowska, 2015). Zagadnienia te, ze względu na charakter opracowania, nie zostały szerzej przedstawione w niniejszym artykule. Natomiast kwestię wyeksponowania w przestrzeni miasta elementów małej architektury nawiązujących do zrealizowanych w Toruniu projektów filmowych scharakteryzowano w kolejnej części opracowania.

FILMOWE GENIUS LOCI TORUNIA

O indywidualnym charakterze wielu miejsc, będących niewielkimi fragmentami przestrzeni miejskiej, decydują te jego składowe, które posiadają niepowtarzalne cechy. Często w nietuzinkowy sposób ukazują ciekawy i ważny epizod z historii miasta, i co ważniejsze – pozwalają mieszkańcom i turystom utożsamiać się z tymi miejscami.

the Old Town landscape from the bird's eye view (or viewpoints located on the towers), because their aim was to show a vast landscape. In turn, as a perspective (views, interiors), terrain images covering a significant section of the horizon (covered or uncovered) were classified but obtained from the ground level (see Bogdanowski, 1976). Most often, their task was to present the location of the action of film. Both in the case of proper and perspective panoramas, the analysed images most often reflected the illusion of spatial depth, which emphasized the greater realism of shots. Images that showed the terrain most often at a narrow angle (i.e. less than 100 degrees) were treated as perspectives (views).

The final stage of the work was a field-based inventory study aimed at verifying the points found in the feature film projects and checking: *How does the city approach the theme of promotion through film and TV series?* At the same time, it allowed to prepare proposals for new tourist products that can enrich the offer of the city's tourist attractions, including outdoor game „Filmowy Toruń” (Lipowska, 2015). These issues, due to the nature of the study, are not presented in more detail in this article. On the other hand, the issue of exposing elements of small architecture referring to the film projects implemented in Toruń in the urban space was characterized in the next part of the study.

FILM GENIUS LOCI TORUŃ

The individual character of many places, being small fragments of urban space, is determined by its components, which have unique features. They often present an interesting and important episode from the history of the city in an unconventional way, and more importantly – allow residents and tourists to identify with these places. Objects with such properties are both individual elements of small architecture and numerous communities that correspond with the history of the city, with numerous legends or modern events. In this way, they become other tourist attractions that increase the attractiveness of the urban landscape. Moving in such a shaped urban landscape, you feel a special and unique atmosphere. Because the tourist space of the city is not only a place, and architectural objects that fill it (which is pointed out below) but also real events and events that are only a figment of the imagination (Włodarczyk, 2011). The landscape is in

Obiektami o takich właściwościach są zarówno pojedyncze elementy małej architektury, jak i liczne ich zbiorowiska, które korespondują z historią miasta, z licznymi legendami bądź też ze współczesnymi wydarzeniami. W ten sposób stają się kolejnymi walorami turystycznymi, które podnoszą atrakcyjność krajobrazu miejskiego. Przemierzając się w tak uformowanym krajobrazie miejskim odczuwa się szczególną i niepowtarzalną atmosferę. Bowiem, przestrzeń turystyczna miasta to nie tylko miejsce, oraz wypełniają ją obiekty architektury (na co uwagę zwrócono poniżej) ale także zdarzenia realne i zdarzenia będące tylko wytworem wyobraźni (Włodarczyk, 2011). Krajobraz jest w takim przypadku częścią doświadczenia turystycznego (Bernat, 2016). Takich głębokich doznań doświadcza turysta także w wielu innych miastach, np. Zwierzyńcu, Gdańsku, Kazimierzu Dolnym. Emocjonalne przeżycia estetyczne związane z krajobrazami stały się przedmiotem badań, w tym mających na celu wypracowanie nowych metod, np. metody oceny potencjału inspiracji artystycznych krajobrazu (por. Chmielewski i in., 2017). Miejsca takie wykorzystywane są także na szkolenia w zakresie tzw. etiid krajobrazowych – by uwrażliwić na czytanie i odczuwanie krajobrazów (https://www.up.lublin.pl/files/biologia/Struktura/14Krajobrazy/kolo/14_pdf3.pdf [31 stycznia 2019 16.10]). Koniecznym staje się przywołanie terminu – *genius loci* – rozumianego w nawiązaniu do mitologii rzymskiej (ale także w nawiązaniu do wierzeń słowiańskich i chrześcijańskich) jako „duch opiekuńczy danego miejsca”. W przypadku Torunia pierwszym i niewątpliwie poprawnym odniesieniem jest anioł, którego wizerunki można dostrzec w wielu miejscach. Anioł jest między innymi elementem historycznego herbu od stuleci widniejącego na elewacjach kilku ważnych i reprezentacyjnych obiektów architektury, np. na Ratuszu Staromiejskim, Dworze Artusa. Figurki o tym charakterze zostały rozmieszczone w czasach współczesnych na elewacjach kilku kamienic, podobnie jak wizerunki wykonane technikami malarskimi. Powyższe potwierdza, że w dzisiejszych czasach znaczenie określenia *genius loci* zdecydowanie ewoluowało. Nie mniej jednak jest nadal adekwatne do wszystkich tych miejsc w krajobrazie, które wywołują niezapomniane emocje. Miejsca związane z tymi emocjami silnie

this case part of the tourist experience (Bernat, 2016). Such a deep experience is experienced by a tourist also in many other cities, eg Zwierzyńiec, Gdańsk, and Kazimierz Dolny. Emotional aesthetic experiences related to landscapes have been the subject of research, including those aimed at developing new methods, e.g. methods for assessing the potential of artistic inspiration of the landscape (see Chmielewski et al., 2017). Such places are also used for training in the so-called landscape etudes – to sensitize reading and feeling landscapes (https://www.up.lublin.pl/files/biologia/Struktura/14Krajobrazy/kolo/14_pdf3.pdf [31 December 2019, 16.10]). It is necessary to recall the term – *genius loci* – understood in reference to Roman mythology (but also in reference to the Slavic and Christian beliefs) as „the guardian spirit of a given place”. In the case of Toruń, the first and undoubtedly correct reference is an angel whose images can be seen in many places. The angel is, among other things, an element of the historic coat of arms, which is visible on important and representative architectural objects, for example at the Old Town Hall, the Artus Court. Figures of this character have been arranged in modern times on the facades of several tenement houses, just like images made with painting techniques. The above confirms that nowadays the meaning of the term *genius loci* has evolved. Nevertheless, it is still adequate for all those places in the landscape that evoke unforgettable emotions. Places associated with these emotions strongly and for a long time are remembered, which in the case of residents increases the territorial bond, and tourists – the need to return.

In Toruń, despite the rich film city's past, there are not many such places. This is probably due to the long-term treatment of the city's film past as not important, at least not matching the rich history. Valuable for this tourist city were (and still are) primarily Gothic monuments, which are a recognizable component of the urban landscape. After adding Toruń to the UNESCO list, due to the need to use other city facilities, such as historic fortifications from the Prussian times (Podgórski, Chechłowska, 2011), began to be used to develop tourism. This was a response to the initiative of protecting fortifications that played significant roles in the space of Polish cities, components of fortified landscapes (including Bogdanowski, 1996; Klupsz, 1998, 2006). Along with the unrelenting and even growing popularity of cinema and television, Toruń appreciated

i na długo zapadają w pamięci, co w przypadku mieszkańców wznaga więź terytorialną, a turystów – potrzebę powrotu.

W Toruniu, pomimo bogatej filmowej przeszłości miasta, nie ma wielu takich miejsc. Jest to zapewne spowodowane traktowaniem przez długie lata filmowej przeszłości miasta jako mało ważnej, a przynajmniej nie dorównującej bogatej historii. Cenne dla tego turystycznego miasta były (i nadal są) przede wszystkim gotyckie zabytki, które są rozpoznawalnym składnikiem krajobrazu miejskiego. Po wpisaniu Torunia na Listę UNESCO zaczęto dostrzegać potrzebę wykorzystania do rozwoju turystyki także innych obiektów miasta, np. zabytkowych fortyfikacji z czasów pruskich (Podgórski, Chechłowska, 2011). Stanowiło to odpowiedź na inicjatywę ochrony fortyfikacji pełniących istotne role w przestrzeni polskich miast, składników krajobrazów warownych (m.in. Bogdanowski, 1996; Klupcz, 1998, 2006). Wraz z niesłabnącą, a wręcz rosnącą popularnością kina i telewizji, zaczęto doceniać w Toruniu korzyści, jakie może przynieść promowanie aspektów jego filmowej przeszłości. Stąd też, zaczęły pojawiać się „pomniki” mające nie tylko przypominać o tym mieszkańcom, ale także wypełniać funkcję informacyjną dla turystów, i przede wszystkim stanowić atrakcje turystyczne.

Pierwszy i zarazem największy powierzchniowo, filmowy *genius loci* miasta, znajduje się na Bulwarze Filadelfijskim. Upamiętnia on istnienie pleneru filmowego – miejscu w którym nakręcono część scen słynnej komedii polskiej pt. *Rejs* (1970 – reż. Marek Piwowski)⁵. Poza stosowną tablicą informacyjną (m.in. z fotosami, oraz wiadomościami o kulisach kręcenia tego filmu), znajduje się ściana, na której umieszczono w lipcu 2005 r. mural autorstwa Nataszy Piskorskiej zawierający cytaty z tego filmu (ryc. 2). W bezpośrednim sąsiedztwie (na wysokości Bramy Żeglarskiej) znajduje się Katarzynka – łódź, rekwizyt z filmu *Rejs*. Jednak dla mieszkańców Torunia to także łódź spacerowa, wykorzystywana w latach 1969-2000 do przepływania się na południowy brzeg Wisły, na tzw. Kępę Bazarową. To właśnie stamtąd każdy Torunianin i niemal każdy turysta podziwiają panoramę miasta.

Na Rynku Staromiejskim (przed Dworem Artusa) znajduje się kolejny obiekt – Piernikowa Aleja Gwiazd. Tworzą ją umiejscowione w chodniku

the benefits that promotion of aspects of its film past can bring. Hence, „monuments” have begun to appear, not only to remind the inhabitants, but also to fulfil the information function for tourists, and above all to constitute tourist attractions.

The first and also the largest surface film *genius loci* of the city is located on the Philadelphia Boulevard. It commemorates the existence of a film outdoor – the place where some of the scenes of the famous Polish comedy were filmed *Rejs* (1970 – directed by Marek Piwowski)⁵. In addition to the appropriate information board (including photos and news on the coolies of filming), there is a wall on which a mural by Natasza Piskorska containing the quotations from this film was placed in July 2005 (fig. 2). In the immediate vicinity (at the height of the Seaman’s Gate) is Katarzynka – a boat, a prop from the film *Rejs*. However, for the inhabitants of Toruń, it is also a walking boat, used in the years 1969-2000 to cross the southern bank of the Vistula, on the so-called Kępa Bazarowa. It is from there that every Torunian and almost every tourist admire the panorama of the city.

On the Old Town Market (in front of the Artus Court) there is another object – “The Gingerbread Avenue of Stars”. It consists of plates cast in bronze, shaped like a sidewalk, resembling the most famous Torun gingerbreads – katarzynki. You can find among them, among other names of well-known actors originating from Toruń. Autographs left, e.g. Grażyna Szapołowska, Małgorzata Kożuchowska, Bogusław Linda, Katarzyna Żak. In turn, on the New Town Square, in front of the Tavern “Under the Blue Apron”, 44 years after the premiere, a monument commemorating the filming of many scenes for the film entitled *Prawo i pięść* – a cast-iron cart with the belongings of displaced persons from which the title melody arrives (fig. 3). Beside him, on the round advertising pole, there was information about the history and plot of the film. It is another monument of small architecture strictly referring to films shot in Toruń.

The presence of such symbols in the city landscape is usually treated as an appropriate way to enrich the tourism space, serves to increase the tourist attractiveness of the city, encourages the development of film tourism. Unfortunately, this is not a general view, because after almost every

5 Miejsca faktycznie istniejące w przestrzeni, które posłużyły za plenery filmowe S. Roesch (2010) określa jako *on-locations* (za Bernat, 2016).

5 The places that actually exist in the space that served as the film locations of S. Roesch (2010) are described as *on-locations* (after Bernat, 2016).

plyty odlane z brązu, kształtem przypominające naj słynniejsze toruńskie pierniki tzw. katarzynki. Można wśród nich odnaleźć m.in. nazwiska znanych aktorów wywodzących się z Torunia. Autografy pozostawili, np. Grażyna Szapołowska, Małgorzata Kozuchowska, Bogusław Linda, Katarzyna Żak. Z kolei, na Rynku Nowomiejskim, 44 lata po premierze filmu, powstał pomnik upamiętniający



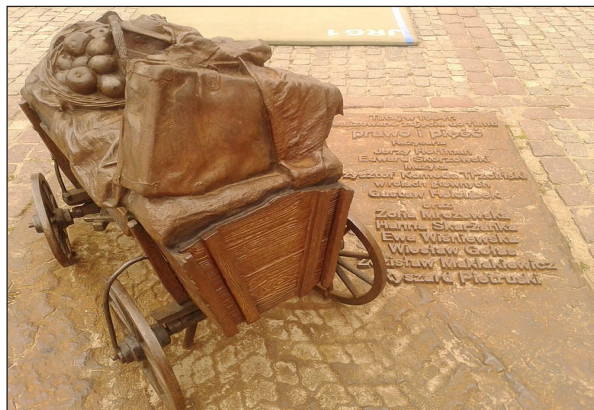
Ryc. 2. Toruń, Bulwar Filadelfijski – mural upamiętniający kręcenie zdjęć do filmu *Rejs*. **Źródło:** <http://www.studiopiktogram.pl/foto%20piktogram/miasta/torun%2012.htm> [8 grudnia 2018, 17.10]

Fig. 2. Toruń, Philadelphia Boulevard – mural commemorating the film *Rejs*. **Source:** <http://www.studiopiktogram.pl/foto%20piktogram/miasta/torun%2012.htm> [8 Dec. 2018, 17.10]

nakręcenie w tym miejscu wielu scen do filmu *Prawo i pięść* – żeliwny wózek z dobytkiem przesiadłców, z którego dociera tytułowa melodia (ryc. 3). Obok niego, na okrągłym słupie reklamowym umieszczono informacje o historii i fabule filmu. Jest to kolejny pomnik małej architektury stricte nawiązujący do filmów nakręconych w Toruniu.

Obecność w krajobrazie miasta tego typu symboli jest najczęściej traktowana jako właściwy sposób na wzbogacenie przestrzeni turystycznej, służy podniesieniu atrakcyjności turystycznej miasta, zachęca do rozwoju turystyki filmowej. Niestety, nie jest to pogląd powszechny, bowiem po niemal każdym odsłonięciu nowego pomnika, przetacza się ogromna fala krytyki przez blogi, fora internetowe, serwisy społecznościowe i media. Zwraca się uwagę, że obiekty takie jak np. ściana z cytatami z filmu *Rejs*, są skierowane wyłącznie do osób, które znają film – mieszkańców miasta i turystów krajowych. Dla turystów z zagranicy, których tak wielu przyjeżdża do Torunia, prawidłowy odbiór takiego przekazu jest utrudniony.

unveiling of the new monument, a huge wave of criticism rolls through blogs, internet forums, social networks and the media. It is noted that objects such as the wall with quotes from the film *Rejs* are directed only to people who know the film – city residents and domestic tourists. For tourists from abroad, which so many come to Toruń, the correct reception of such a message is difficult.



Ryc. 3. Rynek Nowomiejski – rzeźba upamiętniająca realizację filmu *Prawo i pięść*. **Źródło:** https://pl.wikipedia.org/wiki/Prawo_i_pięść [8 grudnia 2018, 16.10]

Fig. 3. The Old Town Market – a sculpture commemorating the realization of the film *Prawo i pięść*. **Source:** https://pl.wikipedia.org/wiki/Prawo_i_pięść [8 December 2018, 16.10]

RESULTS

The oldest of the seventeen analysed feature films made in Toruń is the production from 1931 *Panienska z chmur* (directed by Bernard Marwiński), and the youngest film from 2015 titled *Excentrycy, czyli po słonecznej stronie ulicy* (directed by Janusz Majewski). Based on the visual analysis of the film materials, the landscapes (open-air locations) were identified, which were the main outdoor in the above-mentioned film projects (tab. 1). In the analysed 17 projects of feature films, about 60 outdoor for film locations were used, of which 45 were considered the main, that is, those that in a legible (although sometimes difficult to identify) use the landscapes of Toruń. The vast majority of these locations, as much as 82.2%, are located within the limits of medieval Toruń or in the immediate vicinity of the Old Town (fig. 4).

Among them are places located on levelled surfaces, created in the nineteenth century as a result of filling in a fragment of moats, among others



Ryc. 4. Plenery filmowe w przestrzeni staromiejskiej zabudowy Torunia oraz w jej sąsiedztwie

Oznaczenia: 1 – most im. Józefa Piłsudskiego; 2 – ul. Pod Krzywą Wieżą; 3 – Krzywa Wieża; 4 – Brama Klasztorna; 5 – przystań żeglarska; 6 – ul. Bankowa; 7 – ul. Żeglarska; 8 – Kościół p.w. Św. Jana Chrzciciela i św. Jana Ewangelisty; 9 – Brama Żeglarska; 10 – Bulwar Filadelfijski; 11 – Brama Mostowa; 12 – Dwór Mieszczański; 13 – ruiny zamku krzyżackiego; 14 – ul. Ciasna; 15 – ul. Mostowa; 16 – ul. Przedzamcze; 17 – ul. Wielkie Garbary; 18 – ul. Ślusarska; 19 – Gospoda Pod Modrym Fartuchem; 20 – Rynek Nowomiejski; 21 – ul. św. Jakuba; 22 – Kościół p.w. Św. Jakuba; 23 – zbór ewangelicki; 24 – Hotel Heban; 25 – Budynek I LO; 26 – ul. Most Pauliński; 27 – ul. Szewska; 28 – ul. Podmurna; 29 – ul. Chełmińska; 30 – Hotel Polonia; 31 – Teatr im. Wilama Horzycy; 32 – Toruński Areszt Śledczy; 33 – ul. Najświętszej Marii Panny; 34 – Kościół p.w. Najświętszej Marii Panny; 35 – Rynek Staromiejski; 36 – Ratusz Staromiejski; 37 – Dwór Artusa.

Źródło: opracowanie własne na podkładzie planu miasta Z. Preisner, A. Urbański red. (1991).

Fig. 4. Places of film open-air locations in the Old Town space of Toruń and its neighborhood

Explanations: 1 – Józef Piłsudski Bridge; 2 – Leaning Tower Street; 3 – Leaning Tower; 4 – Monastery Gate; 5 – The Seaman's harbor; 6 – Bankowa Street; 7 – Żeglarska Street; 8 – Church of St. John the Baptist and St. John the Evangelist; 9 – The Seaman's Gate; 10 – Philadelphia Boulevard; 11 – The Bridge Gate; 12 – Burgher House (St. George Guildhall); 13 – The Ruins of the Teutonic Castle; 14 – Ciasna Street; 15 – Mostowa Street; 16 – Przedzamcze Street; 17 – Wielkie Garbary Street; 18 – Ślusarska Street; 19 – "Under the Blue Apron" Inn; 20 – The New Town Market; 21 – Saint James Street; 22 – Saint James Church; 23 – Evangelical Church; 24 – Heban Hotel; 25 – Building of the High School No. 1; 26 – Pauliński Bridge Street; 27 – Szewska Street; 28 – Podmurna Street; 29 – Chełmno Street; 30 – Polonia Hotel; 31 – The Wilam Horzycy Theatre; 32 – Detention Center; 33 – Virgin Mary Street; 34 – The Church of the Assumption of the Blessed Virgin Mary; 35 – The Old Town Market; 36 – Old Town Hall; 37 – Artus Court.

Source: own study on the basis map of Z. Preisner A. Urbański ed. (1991).

Tab. 1. Krajobrazy Torunia jako plenery filmowe wybranych projektów filmów fabularnych**Tab. 1.** Landscapes of Toruń as film open-air locations of selected feature film projects

Title of the Film and year of production	Director	Places of film open-air locations (numbering as in fig. 4)
Panienska z chmur 1931	Bernard Marwiński	Panorama Torunia (10), przystań wioślarska w sąsiedztwie Portu Zimowego, Most im. Józefa Piłsudskiego (1)
Ludzie Wisły 1938	Aleksander Ford Jerzy Zarzycki	Most im. Józefa Piłsudskiego (1), Port Zimowy, Bulwar Filadelfijski (10) – nabrzeże Wisły na wschód od mostu do Bramy Żeglarskiej, ulice: Mostowa (15) i Podmurna (28) – przy Dworze Mieszczańskim (12), panorama Torunia (10), bramy: Żeglarska (9), Mostowa (11), Klasztorna (4)
Celuloza 1953	Jerzy Kawalerowicz	koszary przy ul. Warszawskiej
Zamach 1958	Aleksander Passendorfer	Most im. Józefa Piłsudskiego (1)
Mój stary 1962	Janusz Nasfeter	kamienica przy ul. Szewskiej 12 (27), ul. Wielkie Garbary (17)
Prawo i pięść 1964	Jerzy Hoffman Edward Skórczewski	Rynek Nowomiejski (20), kościoły: Św. Jakuba (22), Św. Trójcy – zbór ewangelicki (23); Gospoda „Pod Modrym Fartuchem” (19), ulice: Ślusarska (18), Podmurna (28), Ciasna (14) i Mostowa (15)
Rejs 1970	Marek Piwowski	Panorama miasta od strony Wisły (10), Kępa Bazarowa, Most im. Józefa Piłsudskiego (1), Bulwar Filadelfijski (5) – przystań (5) oraz ruchomy plan zdjęciowy na Wiśle, nabrzeże Wisły na wschód od Mostu im. Józefa Piłsudskiego (1) do Bramy Żeglarskiej (9)
Wśród nocnej ciszy 1978	Tadeusz Chmielewski	ul. Ciasna (14), Port Zimowy na Wiśle przy ul. Rybaki, kościół Najświętszej Marii Panny (34) – wewnątrz
Wściekły 1979	Roman Załuski	dworzec PKP Toruń Główny, panorama Starego Miasta (10) widziana z lotu ptaka (śmigłowca), lotnisko Aeroklubu Pomorskiego, ulice: Przedzamcze (16), Chełmińska (29), Hotel „Polonia” (30)
Rok spokojnego słońca 1984	Krzysztof Zanussi	ulice: Św. Jakuba (21), Przedzamcze (16), budynek I LO przy ulicy Zaulek Prosowy (25), zbieg ulic: Most Pauliński (26), Szewska (27) i Podmurna (28), ul. Podmurna od Mostu Paulińskiego do Placu Teatralnego (31), Dwór Artusa (37) – Sala Wielka, Areszt Śledczy – „Okraglak” (32), ul. Fosa Staromiejska
Wrony 1994	Dorota Kędzierska	Bydgoskie Przedmieście, Rynek Staromiejski (35) – Pomnik Flisaka, ulice: Panny Marii (33), Podmurna (28)
1409 afera na zamku Bartenstein 2005	Rafał Buks, Paweł Czarzasty	ruiny zamku krzyżackiego (13) – otoczenie, dziedziniec, lochy, zachowane elementy krużganków, kościół św. Jakuba (22) – kruchta, ruiny zamku Dybów, wyspa Kępa Bazarowa, Skansen Muzeum Etnograficznego
Kto nigdy nie żył 2006	Andrzej Seweryn	Krzywa Wieża (3), ulice: Pod Krzywą Wieżą (2), Bankowa (6), Żeglarska (7), katedra Św. Janów (8) – otoczenie i wewnątrz, Hotel Heban (24) – ul. Małe Garbary, Dwór Mieszczański (12) – ul. Podmurna, Dwór Artusa (37), Rynek Staromiejski (35), Ratusz Staromiejski (36), Kępa Bazarowa, Most im. Józefa Piłsudskiego (1)
Jeszcze nie wieczór 2008	Jacek Bławut	Areszt Śledczy – „Okraglak” (32), ulice: Bankowa (6), Ciasna (14), Podmurna (28), Flisacza, Pod Krzywą Wieżą (2), Teatr im. Wilama Horzycy (31), Ratusz Staromiejski (36) – „Piwnica pod Aniołem”
Tatarak 2009	Andrzej Wajda	Most im. Józefa Piłsudskiego (1), most kolejowy
Dżej, Dżej 2014	Maciej Pisarek	Bydgoskie Przedmieście, ulice na trasie Toruń – Bydgoszcz
Excentrycy, czyli po słonecznej stronie ulicy 2015	Janusz Majewski	Rynek Staromiejski (35), Dwór Artusa (37) – Sala Wielka, ulice: Szewska (27) i Przedzamcze

Źródło: opracowanie własne. *Source: own compilation*

WYNIKI

Najstarszym, spośród siedemnastu analizowanych filmów fabularnych nakręconych w Toruniu, jest produkcja z 1931 r. *Panienska z chmur* (reż. Bernard Marwiński), a najmłodszym film z 2015 r. pt. *Excentrycy, czyli po słonecznej stronie ulicy* (reż. Janusz Majewski). Na podstawie analizy krajoznawczej materiałów filmowych dokonano identyfikacji krajobrazów (lokalizacji miejsc), które stanowiły główne plenery we wskazanych wyżej projektach filmowych (tab. 1).

W analizowanych 17 projektach filmów fabularnych wykorzystano około 60 miejsc na plenery filmowe, z których 45 uznano za główne, tzn. takie, które w sposób czytelny (choć niekiedy trudny do identyfikacji) wykorzystują krajobrazy Torunia. Zdecydowana większość z tych plenerów, bo aż 82,2% znajduje się w granicach średniowiecznego Torunia lub w bezpośrednim sąsiedztwie Starego Miasta (ryc. 4).

Wśród nich są miejsca zlokalizowane na powierzchniach wyrównanych, utworzonych w XIX w. wskutek zasypiania fragmentu fos, m.in. eklektyczny budynek Teatru im. Wilama Horzycy i Hotel Polonia oraz miejsca położone na nabrzeżach Wisły, m.in. przystań żeglarska na brzegu północnym. Pozostałych 17,8% miejsc znajduje się w niewielkim oddaleniu od centrum, np. wyspa – Kępa Bazarowa zlokalizowana jest przy południowym brzegu Wisły. Inne położone są w obrębie średniowiecznych przedmieść, m.in. Muzeum Etnograficzne na Chełmińskim Przedmieściu, a budynki koszar na Jakubskim Przedmieściu. Natomiast, plenerem filmowym położonym najdalej od centrum miasta było Bydgoskie Przedmieście z secesyjną architekturą, którego krajobrazy wykorzystano jako wnętrza architektoniczne i architektoniczno-krajobrazowe podczas nakręcania filmu *Wrony*. Cechą charakterystyczną większości analizowanych projektów filmów fabularnych jest wykorzystywanie walorów co najmniej kilku plenerów – krajobrazów (76,5% produkcji).

Z analizy wykorzystania plenerów w poszczególnych produkcjach filmów fabularnych wynika, że najczęściej w sferze zainteresowań filmowców znalazły się: most drogowy im. Józefa Piłsudskiego oraz ul. Podmurna (sześć produkcji), a następnie – panorama Torunia od strony Wisły i Rynek Staromiejski (cztery produkcje) oraz Dwór Artusa, Bulwar

an eclectic building of the Wilam Horzycy Teatre and Polonia Hotel and places located on the Vistula waterfront, among others The Seaman's harbour on the north shore. The remaining 17.8% of the sites are located a small distance from the centre, e.g. the island – Kępa Bazarowa is located at the southern bank of the Vistula. Others are located within the medieval suburbs, including The Ethnographic Museum in Chełmno Przedmieście, and the buildings of the military barracks at Jakubskie Przedmieście. On the other hand, the best-known film spot, located farthest from the city centre, was Bydgoskie Przedmieście with Art Nouveau architecture, whose landscapes were used as architectural and architectural-landscape interiors during the making of the film *Wrony*. A characteristic feature of most of the analysed feature film projects is the use of at least a few outdoor landscapes (76.5% of production).

The analysis of the use of open air in individual productions of feature films shows that most often in the sphere of interest of filmmakers are: a Józef Piłsudski Bridge and Podmurna Street (six productions), then - Toruń panorama from the Vistula side and Old Town Market (four productions) and Artus Court, Philadelphia Boulevard, Ciasna Street and Przedzamcze Street (three productions). Quite often, the following streets are used as open air: Szewska and Mostowa, The Seaman's Gate, Detention Center, Port Zimowy, Kępa Bazarowa and Bydgoskie Przedmieście, as well as the Saint James Church (tab. 2). However, the way the open-air are used is directly related to the plot of the film. Analysing this issue in terms of quantity, there was clearly greater interest in closed landscapes. As many as 26 of the analysed 60 locations (and 18 out of 37 places located in fig. 5) were used as urban or landscape-urban interiors. On the other hand, in the form of panoramas and views, the following are most often seen in film productions: a Józef Piłsudski Bridge and the old town of Toruń seen from the side of the Vistula.

In the series TV *Lekarze*, among the cultural components of the city landscape, mainly architectural objects were exposed, but this was not always the case in relation to their actual function. Based on the analysis, it was also found that in the film production the landscape components were used only as a place of action – an element of the open-air film. The most frequently shown object (also as an element of the view) was the Fair Centre "Park" building (located outside the Old Town part

Tab. 2. Przykłady wykorzystania jednostek kompozycyjnych na plenery projektów filmów fabularnych*Tab. 2. Examples of using landscape composition units for places of film open-air locations*

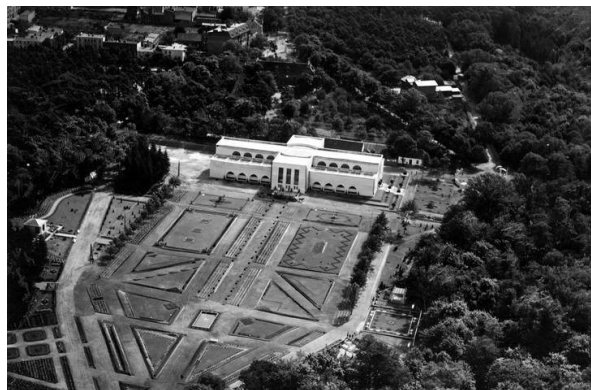
Places of film open-air locations	Landscape composition unit	Title of the Film
Most im. Józefa Piłsudskiego Józef Piłsudski Bridge	widok (view)	Panienka z chmur
	panorama, widok (panorama, view)	Ludzie Wisły
	wnętrze urbanistyczne, widok (urban interior, view)	Zamach
	widok (view)	Rejs
	widok (view)	Kto nigdy jeszcze nie żył
	wnętrze urbanistyczno-krajobrazowe (urban-landscape interior)	Tatarak
Ulica Podmurna Podmurna Street	wnętrze urbanistyczne (urban interior)	Ludzie Wisły
	wnętrze urbanistyczne (urban interior)	Prawo i pięść
	wnętrze urbanistyczne, widok (urban interior, view)	Rok spokojnego słońca
	widok (view)	Wrony
	wnętrze urbanistyczno-krajobrazowe (urban-landscape interior)	Kto nigdy nie żył
	wnętrze urbanistyczne (urban interior)	Jeszcze nie wieczór
Panorama Torunia Panorama of Toruń	widok (view)	Panienka z chmur
	panorama, widok (panorama, view)	Ludzie Wisły
	panorama, widok (panorama, view)	Rejs
	panorama (panorama)	Wściekły
Rynek Staromiejski The Old Town Market	widok, obiekt (view, object)	Wrony
	wnętrze urbanistyczne, widok (urban interior, view)	Kto nigdy nie żył
	wnętrze architektoniczne (architectural interior)	Jeszcze nie wieczór
	widok (view)	Excentrycy...
Dwór Artusa Artus Court	wnętrze architektoniczne (architectural interior)	Rok spokojnego słońca
	widok, wnętrze urbanistyczne (view, urban interior)	Kto nigdy nie żył
	wnętrze architektoniczno-krajobrazowe, obiekt, wnętrze architektoniczne (architectural-landscape interior, object, architectural interior)	Excentrycy....
Bulwar Filadelfijski Philadelphia Boulevard	widok (view)	Panienka z Chmur
	widok (view)	Ludzie Wisły
	widok, panorama, wnętrze krajobrazowe (view, landscape interior)	Rejs
Ulica Ciasna Ciasna Street	wnętrze urbanistyczne (urban interior)	Prawo i pięść
	wnętrze urbanistyczne (urban interior)	Wśród nocnej ciszy
	wnętrze urbanistyczne (urban interior)	Jeszcze nie wieczór
Ulica Przedzamcze Przedzamcze Street	wnętrze urbanistyczne (urban interior)	Wściekły
	wnętrze urbanistyczne (urban interior)	Rok spokojnego słońca
	wnętrze urbanistyczne (urban interior)	Excentrycy.....
Kościół Św. Jakuba Saint James Church	widok (view)	Prawo i pięść
	wnętrze architektoniczne (architectural interior))	1409 afera na zamku...

Źródło: opracowanie własne. *Source: own compilation*

Filadelfijski, ulica Ciasna i ulica Przedzamcze (trzy produkcje). Dość często jako plenery wykorzystywane są ulice: Szewska i Mostowa, Brama Żeglarska, Toruński Areszt Śledczy, Port Zimowy, Kępa Bazarowa oraz Bydgoskie Przedmieście oraz Kościół Św. Jakuba (tab. 2). Natomiast, sposób wykorzystania plenerów bezpośrednio wynika z fabuły filmu. Analizując to zagadnienie pod kątem ilościowym stwierdzono wyraźnie większe zainteresowanie krajobrazami zamkniętymi. Aż 26 spośród analizowanych 60 plenerów (a 18 spośród 37 miejsc zlokalizowanych na ryc. 4) wykorzystano traktując je jako wnętrza urbanistyczne lub krajobrazowo-urbanistyczne. Z kolei w formie panoram i widoków najczęściej w produkcjach filmowych pojawiają się: most drogowy im. Józefa Piłsudskiego oraz starówka toruńska widziana od strony Wisły.

W serialu *Lekarze*, spośród kulturowych składników krajobrazu miasta, eksponowano głównie obiekty architektury, przy czym nie zawsze odbywało się to w nawiązaniu do ich rzeczywistej funkcji. Na podstawie przeprowadzonej analizy stwierdzono także, że we wskazanej produkcji filmowej składniki krajobrazu wykorzystywano tylko jako miejsce akcji – element pleneru filmowego. Najczęściej pokazywanym obiektem (także jako element widoku) był budynek Centrum Targowego „Park” (leżący poza staromiejską częścią Torunia, na Bydgoskim Przedmieściu) – główne miejsce akcji serialu – Szpital Copernicus (ryc. 5).

W pierwszych dwóch seriach pokazano go aż 89 razy, a łączny czas emisji wyniósł 12 minut i 29 sekund. W podanych wartościach nie uwzględniono czasu prezentacji w serialu wnętrza architektonicznych tego obiektu, który łącznie dla 26 odcinków przekracza kilka godzin. Poza budynkiem Centrum Targowego „Park”, który w opinii filmowców okazał się idealnym planem zdjęciowym do serialu, najczęściej eksponowano toruńską starówkę. Niewątpliwy urok i odczuwalna tu wyjątkowa atmosfera oraz zachowane w bardzo dobrym stanie budynki stanowią wspaniałą wizytówkę miasta. W serialu szczególną rolę pełniła także wiślana wyspa tzw. Kępa Bazarowa, z tarasem widokowym umożliwiającym podziwianie panoramy Torunia. Łączny czas emisji takich ujęć wyniósł 54 sekundy, i obejmował różne pory dnia (18,5%) i nocy (81,5%), głównie zimą – 64,8% (tab. 3). Zaskakujący może wydać się fakt większej ilości czasu przeznaczonego na prezentację mostu drogowego im. Józefa Piłsudskiego w formie



Ryc. 5. Toruń – Centrum Targowe „Park” – budynek w stylu modernistycznym wg projektu inż. K. Ulatowskiego wraz z przyległymi parterami rabatowymi (stan z okresu I Pomorskiej Wystawy Ogrodniczo-Przemysłowej w 1928 roku)

Źródło: <https://pomorska.pl/powrot-do-przeszlosci/ar/6819391> [8 grudnia 2018, 15.10]

Fig. 5. Toruń – Fair Center „Park” – a modernist-style building designed by Ing. K. Ulatowski together with adjacent rebate partnerships (state from the period of the 1st Pomeranian Garden and Industrial Exhibition in 1928)

Source: <https://pomorska.pl/powrot-do-przeszlosci/ar/6819391> [8 December 2018, 15.10]

of Toruń, Bydgoszcz Przedmieście) – the main place of the series – Copernicus Hospital (fig. 5).

In the first two series, it was shown as many as 89 times, and the total emission time was 12 minutes and 29 seconds. The given values do not include the time of presentation in the series of architectural interiors of this object, which for a total of 26 episodes exceeds several hours. In addition to the Fair Centre “Park”, which in the opinion of the filmmakers turned out to be the perfect photo plan for the series, the Toruń Old Town was most often exposed. The unmistakable charm and the unique atmosphere that is felt here and the buildings preserved in very good condition are a great showcase of the city. In the series, a special role was also played by the so-called Vistula island. Kępa Bazarowa, with an observation terrace allowing you to admire the panorama of Toruń. The total time of emission of such intakes was 54 seconds and included various times of day (18.5%) and nights (81.5%), mainly in winter – 64.8% (tab. 3). Surprisingly, it may seem that more time is spent on presenting the Józef Piłsudski Bridge to them, in the form of panoramas and views (89 seconds) than the panorama of Toruń. However, the above results directly from the dramaturgy of the plot of the film, and therefore has no direct relation to

Tab. 3. Czas prezentacji wybranych składników krajobrazu Torunia w 26 odcinkach serialu Lekarze
Tab. 3. Time of presentation of selected components of the landscape of Toruń in 26 episodes of the TV series Lekarze (Doctors)

Józef Piłsudski Bridge (panorama, view, urban-landscape interior)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	43	3	10	21	12	0	

Fair Center "Park" (view, object, landscape interior, urban interior)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	140	9	169	212	189	30	

Panorama of the Old Town from a bird's eye view (panorama, view)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	39	0	48	4	26	5	

Panorama of the Old Town from the Vistula (panorama, view)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	2	7	7	2	1	35	

Perspectives in space of the Old Town (urban interior, objects, views)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Noc Night	Dzień Day	Noc Night	
	1	2	36	20	2	6	

Bankowa Street / Leaning Tower Street (urban interior, architectural interior, object)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	18	0	0	0	2	0	

Artus Court (urban interior, object, view)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Dzień Day	Noc Night	Dzień Day	Noc Night	Dzień Day	Noc Night	
	3	15	45	0	0	0	

Hotel "1231" and surroundings (urban interior, architectural interior, object)							
Czas Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Dzień Day	Noc Night	Dzień Day	Noc Night	Dzień Day	Noc Night	
	0	0	2	72	0	0	

Łazienna Street (urban interior, objects)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	32	2	50	51	137	0	

Podmurna Street (urban interior, object)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Dzień Day	Noc Night	Dzień Day	Noc Night	Dzień Day	Noc Night	
	22	0	0	1	0	0	

Ciasna Street (urban interior, object)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	0	0	0	0	0	38	

Bridge Street (urban interior, objects)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	0	0	0	15	0	0	

Szeroka Street (urban interior, objects)							
Time [s]	Autumn		Winter		Wiosna Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	0	0	1	0	0	6	

Nicolaus Copernicus Street (urban interior, objects)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	0	0	2	5	0	0	

„Róże i Zen” Restaurant (architectural interior, object)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	0	0	0	104	0	0	

Chełmińska Street (urban interior, objects)							
Time [s]	Autumn		Winter		Spring		Total
	Day	Night	Day	Night	Day	Night	
	0	0	44	0	0	38	

Źródło: opracowano na podstawie Lipowska (2015)

Source: compiled on the basis of P. Lipowska (2015)



Ryc. 6. Krajobraz miejski zamknięty: A – wewnątrz ulicy z łukami rozporowymi zamknięte kamienicą (Toruń, ul. Ciasna); B – ulica z basztą obronną zamknięta perspektywicznie (Toruń, ul. Bankowa)

Źródło: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/59/Ulica_Bankowa_w_Toruniu%2C_mury_miejskie.JPG [8 grudnia 2018, 15.45].

Fig. 6. The urban landscape closed: A – the interior of the street with arches, with a tenement house in perspective (Toruń, Ciasna Street); B – street with a defensive tower in perspective (Toruń, Bankowa Street)

Source: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/59/Ulica_Bankowa_w_Toruniu%2C_mury_miejskie.JPG [8 Dec. 2018, 15.45].

panoram i widoków (89 sekund) niż panoramy Torunia. Jednak powyższe wynika bezpośrednio z dramaturgii fabuły filmu, a zatem nie ma bezpośredniego związku z walorami wskazanych składników krajobrazu. Nie mniej jednak, dowodzi, że autorzy serialu, podobnie jak reżyserzy filmów fabularnych docenili walory tego obiektu (por. tab. 1). Natomiast w odniesieniu do krajobrazu zabytkowego centrum preferowano ujęcia ogólne (w tym panoramy z lotu ptaka), co miało na celu promowanie miasta, jako całościowego produktu turystycznego.

W analizowanych 26 odcinkach serialu, łączny czas prezentacji panoram Starego Miasta z lotu ptaka wyniósł 122 sekundy, z czego tylko 5,8% czasu wypełniły nocne ujęcia, a pozostałe 94,2% czasu stanowiły ujęcia sfilmowane za dnia – w 42,5% zimą. Perspektywy starówki (w większości najbardziej

the values of the indicated landscape components. Nevertheless, it proves that the authors of the series, just like the directors of feature films, appreciated the advantages of this object (see tab. 1). On the other hand, the landscape of the historic centre, general views were preferred (including aerial panoramas), which was aimed at promoting the city as a comprehensive tourism product.

In the analysed 26 episodes of the series, the total time of presenting panoramas of the Old Town from a bird's flight was 122 seconds, of which only 5.8% of the time was filled by night shots, and the remaining 94.2% of the time were shots filmed during the day – 42.5% of which in winter. The Old Town's prospects (in most of the most known and recognizable architectural monuments) were presented in the series only for 67 seconds, but they were mainly made in the winter close to the objects (and

znanych i rozpoznawalnych zabytków architektury) prezentowane były w serialu co prawda tylko przez 67 sekund, ale były to głównie wykonane zimą bliskie ujęcia obiektów (oraz widoki): dzienne (53,7%) i nocne (29,9%). Przedmiotem prezentacji były także składniki krajobrazu miejskiego zamkniętego, jak wnętrza urbanistyczne ulic zamkniętych perspektywicznie: bramą (m.in. ul. Żeglarska), kamienicą (np. ul. Ciasna – 38 sekundy), obiektem sakralnym (np. ul. Kopernika), z basztą (np. ul. Podmurna – 23 sekundy, ul. Bankowa i ul. Pod Krzywą Wieżą – 20 sekund) lub wnętrza ulic jednostronnie zdominowane bryłą kościoła (m.in. ul. Św. Jana) (ryc. 6). Charakter tych ekspozycji był silnie zdeterminowany przebiegiem akcji filmu. Z tego względu najczęściej, bo przez 272 sekund, ulicą widoczną w serialu była Łazienna⁶, a następnie ul. Chełmińska – przez 82 sekundy. Łączny czas prezentacji wnętrza urbanistycznych (perspektyw) dziewięciu ulic Starego Miasta Torunia i znajdujących się na nich ważnych obiektów wyniósł 462 sekundy. Spośród budynków, które były częstym obiektem ekspozycji na planie filmowym, należy jeszcze wymienić Hotel 1231⁷, położony w sąsiedztwie ruin Zamku Krzyżackiego (74 sekundy) oraz małą toruńską kawiarnię „Róże i Zen” (104 sekundy emisji, głównie wnętrza architektonicznych), zlokalizowaną przy ul. Podmurnej. W krótkich epizodach w serialu wykorzystano także walory architektoniczne: Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki Czasu” (jako widoki i wnętrza architektoniczne), Dwór Artusa (obiekt, widoki, wnętrza architektoniczne) oraz najnowocześniejszy w Europie stadion żużlowy – Motoarena (widok, panorama, wnętrza krajobrazowe). Dodatkowo, w części końcowej każdego z odcinków (jako tło dla napisów informacyjnych), wykorzystano ujęcia ukazujące rozpoznawalne walory kulturowe Torunia, np. Ratusz Staromiejski, pomniki: Kopernika, Flisaka itd.

W odniesieniu do zagadnienia *product placement* zwrócono uwagę na traktowanie staromiejskiej części Torunia przede wszystkim jako jednego markowego produktu turystycznego (*placement city*). Wykorzystanie uniwersalności i skuteczności metod marketingowych spowodowało, że

views): day-time (53.7%) and night (29.9%) %). The subject of the presentation were also components of the closed urban landscape, like the urban interiors of streets closed in a perspective: a gate (including Żeglarska Street), a tenement house (e.g. Ciasna Street – 38 seconds), a religious building (e.g. Kopernika Street), with a tower (for example, Podmurna street – 23 seconds, Bankowa Street and Leaning Tower Street – 20 seconds) or the interiors of streets are one-sidedly dominated by the church structure (including St. John’s Street) (fig. 6). The nature of these exposures was strongly determined by the course of the film’s action. For this reason, most often, because for 272 seconds, the street visible in the series was Łazienna Street⁶, and then Chełmińska Street – for 82 seconds. The total time of presentation of the urban interiors (perspectives) of the nine streets of the Old Town of Toruń and the important facilities located there was 462 seconds. Of the buildings that were a frequent exposition on the film set, the Hotel 1231⁷ should be mentioned, located in the neighbourhood of the ruins of the Teutonic Castle (74 seconds) and the small café „Róże i Zen” (104 seconds of emission, mainly architectural interiors), located at Podmurna Street. In short episodes the series also uses architectural qualities: Centre of Contemporary Art „Znaki Czasu” (as architectural views and interiors), Artus Court (object, views, architectural interiors) and the most modern speedway stadium in Europe – Motoarena (view, panorama, landscape interior). Additionally, in the final part of each episode (as a background for information subtitles), the shots showing recognizable cultural values of Toruń were used, e.g. Old Town Hall, monuments: Copernicus, Flisak, etc.

Regarding the *product placement* issue, attention was paid to treating the old part of Toruń primarily as one branded tourist product (*placement city*). The use of the universality and effectiveness of marketing methods resulted in the fact that due to investing in the series *Lekarze* amounts of approx. PLN 1.5 million, the Toruń Brand reached millions of recipients in Poland, but also abroad, including to China via the largest CCTV television (about one billion subscribers). The series was also

6 Na ulicy Łaziennnej znajduje się kamienica, w której mieszkano mieszkanie głównej bohaterki filmu „Lekarze”.

7 Pierwotnie znajdował się tu młyn zbożowy, wchodzący w skład kompleksu zamkowego z XIII w. – siedziby komtura Zakonu Szpitala Najświętszej Marii Panny Domu Niemieckiego.

6 On Łazienna Street, there is a tenement house where the main character of the film *Lekarze* is lived.

7 Originally, there was a grain mill, part of the castle complex from the thirteenth century - the seat of the commander of the Order of the Hospital of the Blessed Virgin Mary of the German House

wskutek zainwestowania w serial *Lekarze* kwoty ok. 1,5 mln złotych. Marka Toruń dotarła do milionów odbiorców w Polsce, ale także zagranicę, m.in. do Chin za pośrednictwem największej tamtejszej telewizji CCTV (o zasięgu około miliarda abonentów). Serial zakupiły również amerykańskie stacje hiszpańskojęzyczne (za <http://filmowytorun.pl/filmy/lekarze/> [27 stycznia 2019, 17.50]). Wyznacznikiem sukcesu jest także znaczna liczba wzmianek o Toruniu i serialu *Lekarze* w popularnych mediach (np. w I półroczu 2014 r. – 157). Największą oglądalność serial uzyskał w IV kwartale 2013 r. (w trakcie emisji III sezonu), gdzie z oglądalnością 2 823 400 widzów zajmował 6 miejsce w rankingu najpopularniejszych programów telewizji TVN (*Miasta w serialach. Raport Medialny. Press Service Monitoring Mediów...* za Lipowską, 2015). Łącznie, co potwierdzają wyniki badań, przeprowadzonych przez „PRESS-SERVICE Monitoring Mediów”, ukazało się ponad 800 publikacji w mediach, a liczba odbiorców którzy zetknęli się z informacjami o grodzie Kopernika przekroczyła 450 mln.

DYSKUSJA

Niestety, mimo wielokrotnego oglądu kadrów, składających się na kilkusekundowe ujęcia obiektów architektury bądź ulic, w wielu przypadkach nie uzyskano pewności, że poprawnie rozpoznano wszystkie plenery (miejsca kręcenia zdjęć poza studiem). Bowiem, w odniesieniu do najstarszych filmów ustalenie dokładnego miejsca niektórych akcji było utrudnione, m.in. wskutek zmian funkcjonalnych i fizjonomicznych tych fragmentów miasta (np. renowacji bądź rewitalizacji ulic i budynków), a niekiedy także ze względu na celowe zabiegi reżyserów i scenografów⁸. Ponadto, w szeregu przypadkach, sposób prezentacji obiektów architektury oraz wnętrza urbanistycznych i architektonicznych (krótki czas, fragmentaryczny lub mało ostry obraz w tle itp.) nie pozwolił na jednoznaczną identyfikację plenerów. Warto także zaznaczyć, że w przypadku najstarszego

purchased by American Spanish-language stations (for <http://filmowytorun.pl/filmy/lekarze/> [27 January 2019, 17.50]). The number of mentions about Toruń and the series *Lekarze* in popular media (e.g. in the first half of 2014 – 157) is also a determinant of success. The highest viewership of the series was obtained in the fourth quarter of 2013 (during the third season issue), where with the audience of 2 823 400 viewers it was ranked 6th in the ranking of the most popular TVN television programs (*Miasta w serialach. Raport Medialny. Press Service Monitoring Mediów...* after Lipowska 2015). In total, as confirmed by the results of the research carried out by „PRESS-SERVICE Monitoring Mediów”, over 800 publications were published in the media, and the number of recipients who came across information about the Copernicus town exceeded 450 million.

DISCUSSION

Unfortunately, in spite of the multiple view of the frames, which consisted of a few seconds of architectural or street objects, in many cases it was not certain that all the locations (shooting locations outside the studio) were correctly identified. Because, in relation to the oldest films, determining the exact location of some shares was difficult, including as a result of functional and physiognomic changes of these parts of the city (e.g. renovation or revitalization of streets and buildings), and sometimes also due to intentional efforts of directors and set designers.⁸ Moreover, in several cases, the manner of presenting architectural objects, as well as urban and architectural interiors (short time, fragmentary or little sharp images in the background, etc.), did not allow unambiguous identification of open-air exhibitions. It is also worth noting that in the case of the oldest film (*Panienka z chmur*), he only kept a fragment of it, only a few minutes long. Therefore, it is difficult to recognize the landscapes of Toruń presented in this film, including views of the road bridge Józef Piłsudski and the perspective

8 O pracy scenografów na planie filmu *Prawo i pięść* ukazała się m.in. notatka w Gazecie Toruńskiej (wydanie z 17 października 1964 r.): *Pamiętamy jeszcze dobrze jak „charakteryzowali” Nowy Rynek na miarę niemieckiego miasteczka z okresu końca wojny. Trzeba było nie tylko zawieszać nowe szyldy, zamalowywać szyby, ale również likwidować nowoczesne latarnie [...]*

8 Of the work of the set designers on the set of the film entitled *Prawo i pięść* appeared, among others note in *Gazeta Toruńska* (published on October 17, 1964): *We still remember well how „characterized” the New Market as a German town from the period of the end of the war. It was necessary not only to suspend new signs, paint the windows, but also to liquidate modern street lamps [...]*

filmu (*Panienka z chmur*) zachował tylko jego fragment, o długości zaledwie kilka minut. Zatem, trudno potraktować zaprezentowane w tym filmie krajobrazy Torunia, m.in. widoki mostu drogowego im. Józefa Piłsudskiego oraz perspektywy przystani wioślarskiej, jako wszystkie plenery filmowe wykorzystujące krajobrazy ówczesnego Torunia. Jednak, mimo tych ograniczeń potwierdzono, że wspomniana przystań wioślarska została zlokalizowana w sąsiedztwie Portu Zimowego itp. (por. <http://filmowyturun.pl/>).

Zagadnienie wykorzystania krajobrazów Torunia w projektach filmowych odmiennie potraktowano wykonując analizy dla filmów fabularnych oraz serialu filmowego. W pierwszym przypadku zwrócono uwagę przede wszystkim na identyfikację krajobrazów oraz sposób ich wykorzystania. Natomiast w przypadku serialu uwzględniono także czas prezentacji wybranych krajobrazów (panoram, widoków, wnętrz, obiektów). W pierwszym bowiem przypadku krajobrazy Torunia stanowią jedynie tło akcji, w efekcie czego sposób ich wykorzystania jest w pełni podporządkowany wymogom filmu. Jest związany z historycznymi, społecznymi, bądź artystycznymi przesłaniami filmowego dzieła. Wiąże się to często z wprowadzeniem na plan filmowy elementów scenografii modyfikujących te krajobrazy, np. w celu odtworzenia realiów epoki lub wzmocnienia dramaturgii akcji. Zatem, prezentacje krajobrazów w analizowanych projektach filmów fabularnych mają w znacznym stopniu charakter subiektywny. Natomiast, akcja serialu *Lekarze* toczy się w czasie współczesnym i z tego względu wskazane wyżej zabiegi zasadniczo nie były konieczne. Tylko w szeregu przypadkach dokonano ingerencji w charakter wnętrz architektonicznych (np. Centrum Handlowego „Park”, Dworu Artusa). Można zatem przyjąć, że krajobrazy Torunia zaprezentowano w serialu *Lekarze* w sposób zbliżony do obiektywnego, tzn. zgodny z odbiorem większości turystów. Niemniej jednak należy podkreślić, że dobór plenerów oraz czas i sposób prezentacji panoram, widoków i obiektów najcenniejszych zabytków Torunia oraz znanych obiektów współczesnych (np. jedyne krytego w Polsce stadionu żużlowego „Motoarena”) służył przede wszystkim promocji walorów Miasta. Natomiast prezentacja wnętrz architektonicznych bezpośrednio wiązała się z fabułą filmu, chociaż także służyła promocji Miasta.

of a rowing harbour, as all the film locations using the landscapes of Toruń at that time. However, despite these restrictions, it was confirmed that the rowing harbour was located in the vicinity of the Winter Port, etc. (see <http://filmowyturun.pl/>).

The issue of using the landscapes of Toruń in film projects was treated differently by performing analyses for feature films and a film series. In the first case, attention was paid first to the identification of landscapes and the way they were used. However, in the case of the series, the time of presentation of selected landscapes (panoramas, views, interiors, objects) was also considered. In the first case, the landscapes of Toruń constitute only the background of the action, as a result of which the method of their use is fully subordinated to the requirements of the film. He is associated with historical, social or artistic messages of the film work. This is often connected with the introduction to the film set of scenery elements modifying these landscapes, for example in order to recreate the realities of the era or to strengthen the drama of action. Thus, landscape presentations in the analysed projects of feature films have a largely subjective character.

However, the action of the series *Lekarze* takes place in the modern time and for this reason, the above-mentioned treatments were generally not necessary. Only in a number of cases were the interventions into the nature of architectural interiors (e.g. the Fair Centre „Park”, the Artus Court). It can therefore be assumed that the landscapes of Toruń were presented in the series *Lekarze* in a manner similar to the objective one, i.e. in line with the reception of the majority of tourists. Nevertheless, it should be emphasized that the selection of open air and the time and manner of presenting panoramas, views and objects of the most valuable monuments of Toruń and known modern buildings (e.g. the only covered in Poland speedway stadium „Motoarena”) served primarily to promote the advantages of the city. However, the presentation of architectural interiors was directly related to the plot of the film, although it also served to promote the city.

SUMMARY AND CONCLUSIONS

The issues raised in this study concern the role of landscapes in projects of feature films made (in whole or in part) in Toruń. The way of using the landscape as a valuable component of film locations

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Problematyka, podjęta w niniejszym opracowaniu, dotyczy roli krajobrazów w projektach filmów fabularnych, nakręconych (w całości lub w części) w Toruniu. Rozpatrzono sposób wykorzystania krajobrazu jako cennego składnika plenerów filmowych oraz mechanizm promowania miasta poprzez jego krajobrazy. Zwrócono także uwagę, że produkcje filmowe mogą mieć dodatni wpływ na atrakcyjność turystyczną miasta i w rezultacie stanowić istotny czynnik sprzyjający rozwojowi turystyki filmowej. Charakter tego wpływu zależy przede wszystkim od dostępu do informacji o wykorzystaniu poszczególnych miejsc (plenerów krajobrazowych) w produkcji filmowej oraz obecności w przestrzeni turystycznej miasta elementów małej architektury nawiązujących do znanych produkcji filmowych. Obiekty te (pomniki, tablice, murale, elementy scenografii itp.) wzbogacają krajobrazy miasta i współtworzą jego atmosferę, którą w przypadku Torunia najsilniej warunkują: bogata i złożona historia miasta, zabytkowa zabudowa, elementy małej architektury nawiązujące do zdarzeń realnych i wytworów wyobraźni a także zmienne warunki zewnętrzne, np. pora dnia i roku; bieżące wydarzenia kulturalne, np. festiwale filmowe i eventy. Na podstawie analizy treści nakręconych w Toruniu filmów fabularnych oraz wielogodzinnego serialu telewizyjnego zidentyfikowano składniki krajobrazu miejskiego, które wykorzystano dla promocji Torunia. Ponadto, określono czas, okoliczności i formę ekspozycji tych elementów krajobrazu w serialu. Interpretując wyniki badań analitycznych wybranych projektów filmów fabularnych oraz serialu telewizyjnego *Lekarze*, przeprowadzonych w latach 2014-2015, sformułowano szereg wniosków. Stwierdzono, że:

- umiejscowienie ponad 40 głównych plenerów filmowych w obrębie staromiejskiej zabudowy Torunia oraz w jej bezpośrednim sąsiedztwie świadczy o dużej atrakcyjności krajobrazów tej części miasta;
- bogata tematyka filmów, których fabuły przenoszą widzów w różne okresy historyczne, dowodzi możliwości tworzenia w Toruniu plenerów, na które składają się różnorodne elementy kompozycji krajobrazowych (panoramy, widoki, wnętrza architektoniczne,

and the mechanism of promoting the city through its landscapes was considered. It was also pointed out that film productions may have a positive impact on the tourist attractiveness of the city and, as a result, constitute an important factor conducive to the development of film tourism. The nature of this impact depends primarily on access to information on the use of individual sites (landscape plain-airs) in film production and the presence in the urban tourism space of elements of small architecture referring to known film productions. These objects (monuments, plaques, murals, elements of stage design, etc.) enrich the city's landscapes and co-create its atmosphere, which in Toruń's case are the most important: rich and complex history of the city, historic buildings, elements of small architecture referring to real events and products of the imagination and changing external conditions, e.g. time of day and year; current cultural events, e.g. film festivals and events. Based on the analysis of the content of feature films made in Toruń and a multi-hour television series, components of the urban landscape were identified, which were used to promote Toruń. In addition, the time, circumstances and the form of exposure of these landscape elements in the series were determined. Based on the results of analytical studies of selected projects of feature films and the television series *Lekarze*, carried out in the years 2014-2015, a number of applications were formulated. It was found that:

- the location of over 40 major film locations within the old town of Toruń and in its immediate vicinity testifies to the high attractiveness of the landscapes of this part of the city;
- rich subject matter of films, whose plot takes viewers into different historical periods, proves the possibility of creating open air exhibitions in Toruń, which include various elements of landscape compositions (panoramas, views, architectural interiors, urban interiors, architectural and landscape interiors, landscape interiors) representing various architectural styles;
- at least a dozen or so use of the same landscape plain-airs for the needs of significantly different plot of feature film and television

9 Spośród festiwali filmowych odbywających się w Toruniu największe znaczenie ma realizowany od 2002 r. Międzynarodowy Festiwal Filmowy TOFIEFEST.

9 Among the film festivals taking place in Toruń, the International Film Festival TOFIEFEST, which has been realized since 2002, is of the greatest importance.

- wnętrza urbanistyczne, wnętrza architektoniczno-krajobrazowe, wnętrza krajobrazowe) reprezentujące różne style architektoniczne;
- co najmniej kilkunastokrotne wykorzystywanie tych samych plenerów krajobrazowych na potrzeby istotnie różniących się fabułą projektów filmów fabularnych oraz serialu telewizyjnego świadczy o dużych możliwościach adaptacyjnych krajobrazów staromiejskiej części Torunia;
 - wykorzystując na plenery filmowe składniki krajobrazu w serialu *Lekarze* dążono do promocji Torunia poprzez wzrost rozpoznawalności jego atrakcyjnych obiektów architektury, obiektów sportowych oraz panoramy Miasta, co służyło budowaniu całościowego produktu turystycznego;
 - sposób prezentacji krajobrazów potwierdza tezę, że rozpoznane i zapamiętane charakterystyczne elementy przestrzeni filmowej (pleneru filmowego) stają się dla turystów częścią ich doświadczenia i przeżyć – podnoszą atrakcyjność krajobrazu.
- series projects proves the great adaptability of the landscapes of the old town part of Toruń;
 - by using landscape components in the series *Lekarze*, the aim was to promote Toruń by increasing the recognition of its attractive architecture, sports facilities and the panorama of the city, which served to build a holistic tourist product;
 - the way of presenting landscapes confirms the thesis that recognizable and memorable characteristic elements of the film space (film outdoor) become for tourists' part of their experience and experiences – they increase the attractiveness of the landscape.

REFERENCES

- Bernat S., 2016: Film i turystyka filmowa a krajobraz [in:] *Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego*, 34: 85-101.
- Bogdanowski J., 1976: *Kompozycja i planowanie w architekturze krajobrazu*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich. Wydawnictwo PAN, Wrocław-Kraków.
- Bogdanowski J., 1996: *Architektura obronna w krajobrazie Polski*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Kraków.
- Bogdanowski J., 2000: Czytanie krajobrazu [in:] *Krajobrazy Dziedzictwa Narodowego*, 1: 7-18.
- Chmielewski Sz., Chmielewski T. J., Samulowska M., 2017: Ocena potencjału inspiracji artystycznych krajobrazu Kazimierza Dolnego i jego otoczenia [in:] *Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego*, 36: 33-46.
- Czarnecki A., 2003: *Product placement. Niekonwencjonalny sposób promocji*, Warszawa.
- Gonia A., Kozłowska-Adamczak M., Michniewicz-Ankiersztajn H., Dłużewska A., 2013: The importance of the 19th and 20th cc. Architecture in developing cultural tourism in cities [in:] *Tourism Research: An Interdisciplinary Perspective* (eds): N. Kozak, M. Kozak, Cambridge Scholars Publishing: 27-45.
- Klupsz L., 1998: Możliwości ochrony obiektów i zespołów fortyfikacyjnych w świetle obowiązującego prawa [in:] *Zespół Forteczny Gdańsk – Wiśłoujście. Materiały Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej Towarzystwa Przyjaciół fortyfikacji*, Gdańsk.
- Klupsz L., 2006: Miejsce fortyfikacji we współczesnych aglomeracjach [in:] *Fortyfikacje w przestrzeni miasta* (eds): A. Wilkaniec, M. Wichrowski, Akademia Rolnicza, Poznań.
- Kowalczyk A., 2008: *Współczesna turystyka kulturowa – między tradycją a nowoczesnością* [in:] *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne* (eds): A. Kowalczyk, Wyd. UW, Warszawa: 9-57.
- Lipowska P., 2015: *Promocja atrakcji turystycznych Torunia poprzez produkcje filmowe*, UKW Bydgoszcz [manuskrypt pracy magisterskiej napisanej pod kierunkiem Z. Podgórskiego – zasoby Instytutu Historii i Stosunków Międzynarodowych UKW].

- Michniewicz-Ankiersztajn H., Gonia A., Kozłowska-Adamczak M., Dłużewska A., 2012: The 19th and 20th Century Architecture Seen as Products of Cultural Tourism in Bydgoszcz and its Surroundings [in:] 2nd Interdisciplinary Tourism Research Conference (eds): M. Kozak, N. Kozak, „Proceedings Book”, Ankara: 24-27.
- Podgórski Z., Chechłowska K., 2011: Kierunki zmian krajobrazu warownego Torunia – ujęcie retrospektywne, diagnostyczne i prognostyczne [in:] Koncepcje i problemy badawcze geografii (eds): K. Marciniak, K. Sikora, D. Sokołowski, Wyd. Uczelniane WSG, Bydgoszcz: 601-615.
- Podgórski Z., Fido A., 2018, Event tourism on the example of Bella Skyway Festival (Toruń, Poland) [in:] Challenges for computational methods in wellbeing and social science research (eds): T. E. Simos, Z. Kalogiratou, T. Monovasilis, New York, American Institute of Physics, AIP Conference Proceedings; 2040, pp. 120006-1-4 (<http://www.iccmse.org>).
- Preisner Z., Urbański A., red., 1991: Toruń. Plan przestrzenny śródmieścia, Spółka Wydawniczo-Handlowa „Kraj”, Toruń.
- Ratkowska P., 2010: O festiwalu w kontekście turystyki kulturowej, czyli turystyka eventowa raz jeszcze [in:] Turystyka Kulturowa, 6: 26-46.
- Roesch S., 2010: The Experiences of Film Locations Tourist. Aspects of Tourism [in:] Channel View Publications, Titan, London.
- Stasiak A., 2009: Turystyka literacka i filmowa [in:] Współczesne formy turystyki kulturowej (eds): K. Buczkowska, A. M. Rohrscheidt, Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Poznań.
- Strategia Rozwoju Kultury Miasta Torunia do roku 2020, 2012: FDRL Małopolski Instytut Samorządu Terytorialnego i Administracji, Toruń [http://www.torun.pl/sites/default/files/pictures/Dokumenty/kultura_strategia_2020_dok_gl.pdf – 20 września 2015, 12.25].
- Szymański M., 2010: Polska na filmowo: gdzie kręcono znane filmy i seriale, Wyd. MJ Media Szymański i Glapiak.
- Świątek P., 2011: Zjawisko odwróconego product placement jako rodzaj strategii intertekstualnej w grze Fallout 3 [in:] Media i Społeczeństwo, 1: 120-125.
- Tucki A., 2016: Turystyka filmowa – wybrana problematyka badawcza [in:] Barometr regionalny, 14, 2: 141-146.
- Włodarczyk B., 2011: Miasto i przestrzeń turystyczna [in:] Turystyka (ed.): B. Włodarczyk, Wyd. UŁ, Łódź: 105-120.

ŹRÓDŁA ELEKTRONICZNE

- <https://www.torun.pl/pl/turysci-coraz-chetniej-nocuja> [6 grudnia 2018, 20.00].
- <http://www.studiopiktogram.pl/foto%20piktogram/miasta/torun%2012.htm> [8 grudnia 2018, 17.10].
- https://pl.wikipedia.org/wiki/Prawo_i_pięć [8 grudnia 2018, 16.10].
- <https://1001miejsc.pl/ciekawe-miejsca-polsce-ktorych-nakrecono-popularne-filmy/> [8 grudnia 2018, 16.50].
- <http://filmowyturun.pl/> [8 grudnia 2018, 7.50].
- <http://film.kujawsko-pomorskie.pl/arts/punkt-testowy/> [8 grudnia 2018, 6.50].
- <http://film.kujawsko-pomorskie.pl/arts/rok-spokojnego-slonca/> [7 grudnia 2018, 20.50].
- <https://pomorska.pl/powrot-do-przeszlosci/ar/6819391> [8 grudnia 2018, 15.10].
- https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/59/Ulica_Bankowa_w_Toruniu%2C_mury_miejskie.JPG [8 grudnia 2018, 15.45].
- https://www.up.lublin.pl/files/biologia/Struktura/14Krajobrazy/kolo/14_pdf3.pdf [31 stycznia 2019, 16.10].