

DZIEDZICTWO GEOLOGICZNE

Ogólnopolskie Forum GEO-PRODUKT – projekt integracji działań z zakresu udostępnienia i promocji dziedzictwa geologicznego Polski

Krzysztof Miśkiewicz¹, Michał Poros²



K. Miśkiewicz



M. Poros

Nationwide GEO-PRODUKT Forum – a project to integrate activities in the field of tourist availability and promoting the geological heritage of Poland. Prz. Geol., 70: 568–570.

Abstract. Products and services inspired by geodiversity are referred to as geoproducts and most often constitute an element of the sustainable development of UNESCO's global geoparks. In 2015 an informal group of designers and manufacturers of geotourism products was created in Poland, which is reflected in the annual meetings called the GEO-PRODUKT Forum. The aim of the project is to integrate the activities of scientific bodies, local authorities, non-governmental organisations, tourist and other communities to disseminate knowledge in the field of Earth sciences, to popularize geological and mining heritage of Polish territory, as well as to develop geotourism and geoparks.

Keywords: *geoproduct, geotourism, geoheritage, geopark, sustainable development, Poland*

Geoturystyka, która w sposób zorganizowany rozwija się na świecie i w Polsce od lat 90. XX w., skutecznie popularyzuje dziedzictwo geologiczne i wpływa na rozwój gospodarczy regionów (Duarte i in., 2020). Definiowana jest jako forma turystyki, która skupia się na geologii i krajoznawstwie, przyczyniając się do ochrony obiektów geologicznych i ich poznania oraz zrozumienia wartości przyrody nieożywionej (Dowling, Newsome, 2018). Najważniejszymi centrami rozwoju geoturystyki są obecnie światowe geoparki UNESCO. Są to obszary o międzynarodowym znaczeniu geologicznym, tworzone w holistycznej koncepcji ochrony, edukacji i zrównoważonego rozwoju, wraz z inicjatywami i akceptacją lokalnego społeczeństwa (Alexandrowicz, Miśkiewicz, 2016). Już w początkowej fazie rozwoju geoparków w ich obrębie zaczęto tworzyć tzw. geo-produkty (*geoproducts*), czyli takie wyroby i usługi, które są powiązane z dziedzictwem geologicznym i stanowią element zrównoważonego rozwoju (UNESCO, 1999). Wraz z powołaniem pierwszych geoparków w 2000 r., na rynku pojawiły się tradycyjne i nowe produkty inspirowane lokalną georóżnorodnością, która umożliwia ich produkcję. Są to m.in. *land products*, czyli produkty Ziemi, które są warunkowane abiotycznymi cechami i elementami środowiska, np. wyroby żywnościowe, kosmetyczne czy rękodzielnicze wytwarzane z surowców naturalnych ze znakiem jakości „geo” (Rodrigues i in., 2021). Duża popularność geo-produktów w geoparkach wynika z ich potencjału dla rozwoju nowej przedsiębiorczości i możliwości zarobkowych, inicjowania współpracy i wzrostu lokalnych gospodarek oraz wzmocnienia tożsamości regionalnej. O prestiżu idei geo-produktów może świadczyć fakt, iż marka GEOfood (rodzaj wyrobów żywnościowych wytwarzanych w geoparkach) otrzymała wsparcie w ramach programu IGCP – *The International Geoscience Programme*

na lata 2021–2026 (<https://en.unesco.org/international-geoscience-programme/projects/726>). Wśród atrybutów geo-produktów wyróżnia się ich unikalność i innowacyjność: są one jednocześnie narzędziem edukacyjnym i komercyjnym, a będąc symbolem regionalnego dziedzictwa geologicznego, łączą lokalne tradycje z koncepcjami i interpretacjami w naukach o Ziemi (Farsani i in., 2017). Geo-produkty mieszczą się w celach zrównoważonego rozwoju, a tym samym wpisują się w strategię Agendy 2030 (Rodrigues i in., 2021).

Wraz z rozwojem idei geo-produktów poszerzono ich charakterystykę i zróżnicowanie, wprowadzając nowe definicje i klasyfikacje, w tym pojęcie produktu geoturystycznego (Migoń, 2012; Dryglas, Miśkiewicz, 2014; Rodrigues i in., 2021). W nowym ujęciu geo-produkty nie są już tylko „wrobami z geoparków”. Zgodnie z teorią marketingu produkt geoturystyczny ma złożoną strukturę jako kompozycja geo-produktu i turystyki, a jego istotą (rdzeniem produktu) jest geodziedzictwo wraz z jego poznaniem, gromadzeniem nowych doświadczeń i ciekawymi przeżyciami (Dryglas, Miśkiewicz, 2014). Ma to niebagatelne znaczenie w popularyzacji wiedzy o dziedzictwie geologicznym Polski (Urban i in., 2021), pod warunkiem zapewnienia kreatywnego przekazu informacji i zastosowania metod marketingowych (Kaczmarek i in., 2010).

Koncepcję produktu geoturystycznego zastosowano już dla różnych regionów Polski (m.in. Migoń, 2012; Brzezińska-Wójcik, 2012, 2015; Rogowski, 2014, 2016; Jawecki, Tarka, 2017 i literatura tamże). Wśród typowych produktów geoturystycznych funkcjonujących na rynku krajowym, można wymienić: przewodniki i tablice geoturystyczne, gry geoedukacyjne, pamiątki inspirowane dziedzictwem geologicznym, muzea geologiczne, geocentra, dinoparki, lapidaria, obiekty dziedzictwa górniczego, pikniki geolo-

¹ Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie, ul. Mickiewicza 30, 30-059 Kraków; krzysztof.miskiewicz@agh.edu.pl

² Geonatura Kielce, ul. Daleszycka 21, 25-202 Kielce; michal.poros@geonatura-kielce.pl

giczne, geoturystyczne usługi przewodnickie czy szlaki geoturystyczne (Migoń, 2012; Dryglas, Miśkiewicz, 2014). Wiele z tych produktów istnieje na polskim rynku od wielu lat, a część jest tworzona na nowo. Jednak dopiero teraz, wraz ze zdefiniowaniem pojęcia produktu geoturystycznego, a także ciągłym rozwojem geoturystyki i geoparków, produkty te nabierają innego, wieloaspektowego znaczenia.

Aby geo-produkty zaistniały w świadomości polskich producentów i odbiorców, potrzeba współpracy i połączenia wiedzy naukowej z praktycznymi doświadczeniami związanymi z promocją i marketingiem. Projekt integracji różnych środowisk, tj. naukowych, samorządowych, turystycznych, zajmujących się udostępnianiem i promocją dziedzictwa geologicznego Polski, powstał podczas konferencji pt. *Forum: geoturystyka dla zrównoważonego rozwoju*, która odbyła się w ramach Targów Kielce Geo-Expo-Tour w dniach 24–26 października 2013 r. Zainicjowano wówczas współpracę i wstępne porozumienie pomiędzy Geoparkiem Kielce (obecnie Geonatura Kielce) a Katedrą Geologii Ogólnej i Geoturystyki działającej na Wydziale Geologii, Geofizyki i Ochrony Środowiska Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie. Efektem uzgodnień była propozycja corocznych spotkań pod hasłem „Forum GEO-PRODUKT”, zaproponowanie najważniejszych tematów do dyskusji oraz współorganizacja dwóch pierwszych konferencji w Kielcach i Krakowie. I Ogólnopolskie Forum GEO-PRODUKT, które odbyło się 24–25 września 2015 r. w Centrum Geoedukacji w Kielcach, było spotkaniem wprowadzającym i integrującym przedstawicieli różnych instytucji (ryc. 1). II forum (27–28 października 2016 r., Wydział Geologii, Geofizyki i Ochrony Środowiska Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie) miało charakter

warsztatowy, rozwinięto na nim najważniejsze tematy zainicjowane podczas pierwszej edycji. Najistotniejsze problemy i wyzwania krajowej geoturystyki zostały ujęte w obszary tematyczne omawiane w ramach wspomnianej edycji forum (Miśkiewicz i in., 2016) i kontynuowane w różnym zakresie podczas kolejnych spotkań z tego cyklu. Wśród kluczowych zagadnień znalazły się m.in.:

- możliwość tworzenia geoparków w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem instytucjonalizacji działań, uwarunkowań ustawowych, a także certyfikowania geo-produktów,
- aspekty prawne i organizacyjne ochrony i zagospodarowania obiektów geologicznych, w tym rewitalizacji obiektów dziedzictwa górniczego, rozwiązywanie konfliktów w ochronie bio- i georóżnorodności, stosowanie mechanizmów zrównoważonego rozwoju,
- metody przekazywania wiedzy geologicznej w edukacji formalnej, pozaformalnej i nieformalnej, projektowanie materiałów geoedukacyjnych w zależności od typu odbiorcy oferty geoturystycznej,
- pozyskiwanie funduszy na tworzenie i rozwój geo-produktów oraz przygotowywanie projektów geoturystycznych zgodnie z programami finansowymi,
- partnerstwo lokalne i regionalne dla rozwoju geoturystyki, w tym zadania jednostek naukowych, rola lokalnych przedsiębiorców, jednostek samorządowych i organizacji pozarządowych,
- przygotowanie kadry pracowników do geoturystyki i geoparków, w tym programów kształcenia w zakresie zarządzania dziedzictwem geologicznym.



Ryc. 1. Rezerwat przyrody Góra Rzepka w Chęcinach. I Ogólnopolskie Forum GEO-PRODUKT. Fot. K. Miśkiewicz
Fig. 1. Góra Rzepka Nature Reserve in Chęciny. I Nationwide GEO-PRODUKT Forum. Photo by K. Miśkiewicz

Założenia Forum GEO-PRODUKT, jako platformy integracji różnych środowisk skupionych wokół tematyki geo-produktów, determinują jednocześnie najważniejsze cele tej długofalowej inicjatywy. Wśród najważniejszych można wskazać m.in.:

- upowszechnianie wiedzy z zakresu nauk o Ziemi oraz popularyzacja dziedzictwa geologicznego i górniczego Polski, bogactwa przyrody nieożywionej (georóżnorodności), w tym zasobów surowcowych, oraz ich wykorzystania w życiu codziennym dla zrównoważonego rozwoju cywilizacyjnego,
- integracja działań na rzecz geoochrony, geoturystyki i geodukacji oraz promocja idei Światowych Geoparków UNESCO na forum krajowym,
- zachęcenie przedsiębiorców wytwarzających zarówno nowe, jak i tradycyjne produkty na bazie surowców naturalnych do włączenia informacji geodukacyjnych do swoich wyrobów,
- współdziałanie z branżą turystyczną w celu rozwoju geoturystyki w Polsce.

Idea Ogólnopolskiego Forum GEO-PRODUKT, zainicjowana podczas I edycji forum w Kielcach i przedstawiona w ramach II edycji forum w Krakowie, uzyskała podstawy merytoryczne i skonkretyzowany zakres tematyczny. Znalazła ona poparcie wśród uczestników konferencji, a rozmowy były kontynuowane podczas następujących spotkań: Geopark Przedgórze Sudeckie (22–24.09.2017), GEOsfera Jaworzno (27–28.09.2018), Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrze (12.09.2019), Geopark Kraina Wygasłych Wulkanów (6.10.2021).

Kolejna, VII edycja Ogólnopolskiego Forum GEO-PRODUKT, która odbędzie się w terminie 6–7 października 2022 r., będzie miała szczególny charakter. Po raz pierwszy w ponad 7-letniej historii forum, gospodarzem i głównym organizatorem wydarzenia będzie Geopark Świętokrzyski (od kwietnia 2021 r. Światowy Geopark UNESCO). Tegorocznej edycji towarzyszą ponadto wyjątkowe okoliczności związane z wpisaniem wydarzenia w obchody Światowego Dnia Georóżnorodności (*International Geodiversity Day*) ustanowionego przez UNESCO na dzień 6 października (www.geodiversityday.org). Dzięki temu wydarzenie o charakterze krajowym ma szansę stać się przykładem dobrych praktyk w zakresie integracji różnych środowisk wokół tematyki geoturystycznej na forum międzynarodowym.

Pomysłodawcy idei Forum GEO-PRODUKT zachęcają wszystkich zainteresowanych do włączenia się w tę inicjatywę. Porozumienie ogólnopolskie zwiększy efektywność działań w zakresie geoturystyki i geoparków, w tym tworzenia geo-produktów, ich promocji i komercjalizacji. Pozwoli na wymianę doświadczeń oraz dobrych praktyk, co wpłynie na lepsze wykorzystania dziedzictwa geologicznego w turystyce, edukacji i innowacyjnej przedsiębiorczości dla zrównoważonego rozwoju regionów.

Praca została sfinansowana z subwencji Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie nr 16.16.140.315 dla Katedry Geologii Ogólnej i Geoturystyki. Autorzy dziękują dr. hab. inż. Janowi Urbanowi za recenzję artykułu i wnikliwe uwagi.

LITERATURA

- ALEXANDROWICZ Z., MIŚKIEWICZ K. 2016 – Geopark – od idei do realizacji, ze szczególnym uwzględnieniem Polski. *Chrońmy Przyrodę Ojczystą*, 72 (4): 243–253.
- BRZEZIŃSKA-WÓJCIK T. 2012 – Produkty geoturystyczne w województwie lubelskim jako przykład działań innowacyjnych, poszerzających dotychczasową ofertę turystyczną regionu. [W:] Jęgorow D., Niedużak A. (red.), *Wpływ sektora B+R na wzrost konkurencyjności polskiej gospodarki poprzez rozwój innowacji*, tom 1. Chełmskie Stowarzyszenie Rozwoju Społeczno-Gospodarczego CIVIS, Chełm: 127–148.
- BRZEZIŃSKA-WÓJCIK T. 2015 – *Strategia hands-on activity w kreowaniu geoproduktów w kontekście edukacji, interpretacji i promocji geodziedzictwa na Rostoczu (środkowo-wschodnia Polska)*. Zesz. Nauk. USzczec. nr 847, *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 29 (1): 169–193.
- DOWLING R., NEWSOME D. 2018 – *Geotourism: definition, characteristics and international perspectives*. [W:] Dowling R., Newsome D. (red.), *Handbook of Geotourism*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK: 1–22.
- DUARTE A., BRAGA V., MARQUES C., SÁ A. A. 2020 – *Geotourism and Territorial Development: a Systematic Literature Review and Research Agenda*. *Geoheritage*, 12 (3): 1–19.
- DRYGLAS D., MIŚKIEWICZ K. 2014 – *Construction of the geotourism product structure on the example of Poland*. [W:] *GeoConferences on Ecology, Economics, Education and Legislation*, 14th International Multidisciplinary Scientific Geoconferences SGEM 2014, 2: 155–162. <https://en.unesco.org/international-geoscience-programme/projects/726>
- FARSANI N.T., MORTAZAVI M., BAHRAMI A., KALANTARY R., BIZHAEM F.K. 2017 – *Traditional Crafts: a Tool for Geo-education in Geotourism*. *Geoheritage*, 9 (4): 577–584.
- JAWECKI B., TARKA R. (red.) 2017 – *GEO-PRODUKT: od geodukacji do innowacji. Geopark Przedgórze Sudeckie, Piława Górna*.
- KACZMAREK J., STASIAK A., WŁODARCZYK B. 2010 – *Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie*. PWE, Warszawa.
- MIGOŃ P. 2012 – *Geoturystyka*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- MIŚKIEWICZ K., WELC E., POROS M. (red.) 2016 – *GEO-PRODUKT – materiały warsztatowe. II Ogólnopolskie Forum GEO-PRODUKT, 27–28 października 2016, AGH, Kraków (materiały niepublikowane, arch. Katedry Geologii Ogólnej i Geoturystyki AGH, <http://www.kgos.-agh.edu.pl>)*.
- RODRIGUES J., NETO DE CARVALHO C., RAMOS M., RAMOS R., VINAGRE A., VINAGRE H. 2021 – *Geoproduks – Innovative development strategies in UNESCO Geoparks: Concept, implementation methodology, and case studies from Naturtejo Global Geopark, Portugal*. *Inter. J. Geoheritage and Parks*, 9 (1): 108–128.
- ROGOWSKI M. 2014 – *Produkty geoturystyczne Sudetów jako unikatowa oferta regionu*. *Studia Periegetica*, 2 (2): 93–107.
- ROGOWSKI M. 2016 – *The potential of the Sudetes Mountains for the Development of Geotouristic products*. *Geotourism/Geoturystyka*, 46–47 (1): 59–80.
- UNESCO 1999 – *UNESCO geoparks programme – a new initiative to promote a global network of geoparks safeguarding and developing selected areas having significant geological features*, 156 EX/11 Rev. UNESCO, Paris.
- URBAN J., MIGOŃ P., RADWANEK-BAK B. 2021 – *Dziedzictwo geologiczne*. *Prz. Geol.*, 69 (1): 16–20.

Praca wpłynęła do redakcji 16.05.2022 r.
Akceptowano do druku 27.06.2022 r.