

**Andrzej KOWALCZYK**  
Uniwersytet Warszawski  
Wydział Geografii i Studiów Regionalnych  
email: akowalczyk@uw.edu.pl  
ORCID: 0000-0002-7862-7001

## **MAPY I INNE FORMY GEOWIZUALIZACJI WYKORZYSTYWANE W ENOTURYSTYCE**

### **Maps and other forms of geovisualization used in enotourism**

**Abstract:** The article concerns the utility of traditional maps as well as different forms of geovisualization in wine tourism (enotourism). At various stages, the so-called tourist experience (stages: anticipation, planning, travel-to, on-site, travel-from and recollection), the usefulness of analogue maps and geovisualization is different. The introduction and development of the Internet makes new forms of cartographic communication more popular and mobile applications has begun to replace traditional maps.

**Key words:** maps, mobile applications, wine tourism, stages of tourism experience

### **WSTĘP**

Pod pojęciem „enoturystyka”, czy też turystyka winiarska (*wine tourism*) należy rozumieć wszystkie wyjazdy o charakterze turystycznym (nie tylko urlopowe, ale i podczas świąt i weekendów), których powodem jest chęć poznania teraźniejszości i historii regionów (miejscowości) związanych z uprawą winorośli oraz produkcją i składowaniem wina, możliwością jego degustacji i zakupu (często u producenta), uczestniczenie w wydarzeniach kulturalnych związanych z winem, jak również chęć przebywania w specyficznym krajobrazie kulturowym charakterystycznym dla terenów uprawy winorośli z powodów turystyczno-rekreacyjnych (Kowalczyk 2010, s. 209). Takie rozumienie enoturystyki sprawia, że można ją uznać za jedną z form turystyki kulturowej.

Podobnie, jak ma to miejsce w odniesieniu do innych rodzajów turystyki (zwłaszcza tzw. turystyki aktywnej), dla osób uprawiających turystykę kulturową duże znaczenie ma posługiwanie się mapami. Podobnie, jak i w przypadku innych map turystycznych, z punktu widzenia potrzeb osób uprawiających turystykę kulturową, można je podzielić na analogowe oraz cyfrowe, czyli z wykorzystaniem

---

**Wpłynęło:** 29.01.2023  
**Zaakceptowano:** 5.09.2023

**Zalecany sposób cytowania / Cite as:** Kowalczyk A., 2023, Mapy i inne formy geowizualizacji wykorzystywane w enoturystyce, *Prace i Studia Geograficzne*, 68.2, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, 75–102, DOI: 10.48128/pisg/2023-68.2-04.

technik informatycznych. Według B. Medyńskiej-Gulij „...mapa analogowa jest graficzną postacią prezentacji danych przestrzennych na stałych nośnikach materialnych lub niematerialnych”. Najczęściej mapa analogowa ma postać wydruku na papierze, rzadziej jest przedstawiana na monitorze lub na ekranie. Natomiast „...mapa cyfrowa jest modelem przestrzeni geograficznej zapisanym w postaci cyfrowej zachowującym informację o położeniu i cechach obiektów” (Medyńska-Gulij 2012, s. 27). W tym miejscu należy zauważyć, że mapy cyfrowe mogą występować w dwóch postaciach: jako tradycyjne mapy analogowe, które objęto skanowaniem i zamieszczono na stronach internetowych, a także jako mapy od początku redagowane i wykonane z uwzględnieniem technik cyfrowych (mapy wektorowe lub mapy rastrowe). Zdaniem cytowanej autorki, wśród map redagowanych i wykonywanych wyłącznie z uwzględnieniem technik cyfrowych można wyróżnić mapy nieanimowane oraz mapy animowane,<sup>1</sup> przy czym te drugie dzielą się na mapy animowane nieinteraktywne, mapy animowane interaktywne oraz mapy multimedialne (Medyńska-Gulij 2012, s. 27).

Mający miejsce w ostatnich latach szybki rozwój informatyki, a zwłaszcza grafiki komputerowej, sprawił, że dla turystów, jak również dla osób i instytucji świadczących usługi turystyczne, coraz większe znaczenie zaczynają odgrywać środki prezentacji wizualnej, określane mianem geowizualizacji. W tym miejscu warto odwołać się do poglądów W. Pokojkiego, który zaproponował, żeby używane przez turystów mapy cyfrowe i inne środki przekazu wizualnego podzielić na aplikacje komputerowe i aplikacje mobilne (Kowalczyk, Pokojki 2018, s. 23, ryc. 2). Zdaniem wyżej wspomnianego badacza, wśród tych pierwszych można wyróżnić: geowyszukiwarki (np. Google Maps), globusy wirtualne (np. Google Earth) i geoportale.<sup>2</sup> Natomiast aplikacje mobilne można podzielić na: aplikacje zaprojektowane na urządzenia mobilne, mobilne wersje aplikacji komputerowych i mapy nawigacyjne. Należy dodać, że problem korzystania z aplikacji mobilnych znalazł również odzwierciedlenie w badaniach dotyczących turystyki, o czym mogą świadczyć badania, jakie prowadzili m.in. H. Kennedy-Eden i U. Gretzel (2012), A. Gupta i in. (2018), czy T. Manitchalermchai i in. (2020), którzy na jednym przykładzie wypróbowali użyteczność kilku aplikacji, jakie są oferowane turystom.

Tylko niewielka część badań dotyczących wykorzystania przez turystów nowych technologii informatycznych dotyczy enoturystyki. Jako przykład mogą posłużyć badania z wykorzystaniem GPS przeprowadzone na Tasmanii (Australia), a dotyczące przemieszczeń „enoturystów” (Lewis i in. 2021), czy też dokonana przez G. Zamarreño Aramendia i in. (2021) analiza literatury przedmiotu poświęconej m.in. roli mediów społecznościowych (Instagram, Facebook i YouTube) w enoturystyce. Z kolei R. Garibaldi (2023) poruszyła w swoim artykule (pisanym w czasie największego nasilenia pandemii COVID-19) zjawisko tzw. *virtual tours* i *digital tastings*, zwracając uwagę na fakt, iż można „uprawiać turystykę” winiarską nie odwiedzając miejsc uprawy winorośli i wytwarzania wina. Jednak mimo licznych publikacji dotyczących wykorzystania w turystyce nowych technik przekazu graficznego (nie tylko kartograficznego), autorowi prezentowanego artykułu nie udało się znaleźć tekstów poświęconych wykorzystaniu w turystyce winiarskiej technik związanych z geowizualizacją.

Odnosząc się znowu do poglądów B. Medyńskiej-Gulij (2012, s. 27), iż geowizualizacja to nie tylko przedstawianie w formie wizualnej informacji dotyczących przestrzeni (w formie wspomnianych wyżej map multimedialnych), ale także ułatwienie zrozumienia i przyswojenia wiedzy o środowisku geograficznym i tworzenie obrazów wizualnych, właśnie te dwie ostatnie kwestie są szczególnie ważne w kontekście turystyki kulturowej (w tym turystyki winiarskiej). Można uznać je za szczególnie istotne w kontekście geowizualizacji, w tym geowizualizacji wieloelementowej, którą I. Gołębiow-

<sup>1</sup> Podział ten odpowiada wprowadzonemu przez M.-J. Kraaka (2001, s. 3, ryc. 1.2) rozróżnieniu *web maps* (co można tłumaczyć jako „mapy internetowe”) na *static maps* i *dynamic maps*. W kolejnym kroku M.-J. Kraak dzieli i *static maps* i *dynamic maps* na „view only” oraz „interactive interface and/or contents”. W przedstawianym artykule (np. w tab. 1) przyjęto podział zaproponowany przez M.-J. Kraaka.

<sup>2</sup> W odniesieniu do turystyki mogą one zawierać informacje dotyczące regionów geograficznych (miejscowości), bądź informacje dotyczące danej formy turystyki.

ska definiuje jako „...zestawienie kilku różnych form prezentacji danych pokazanych jednocześnie w oddzielnych modułach”, przy czym „Moduły te połączone są ze sobą przy pomocy narzędzi interaktywności...” (Gołębiowska 2021, s. 29). Chociaż w literaturze przedmiotu dotyczącej geowizualizacji wymieniane są różne moduły, w przypadku środków przekazu kartograficznego, które zostały przedstawione w dalszej części artykułu, najczęściej są to – poza mapą lub schematem ją przypominającym – informacje tekstowe (czasami w formie audiowizualnej), fotografie (rzadziej krótkie filmy), niekiedy również dodatkowe mapy, czy wykresy.

Celem przedstawianego artykułu jest omówienie głównych zagadnień związanych z wykorzystaniem map – zarówno analogowych, jak i wykonanych z uwzględnieniem technik cyfrowych – oraz wybranych form geowizualizacji, jakie są stosowane w enoturystyce. W artykule starano się wykazać, że zarówno tradycyjne, jak i nowe środki prezentacji kartograficznej służą nie tylko turystom zainteresowanym odwiedzaniem regionów i miejsc związanych z uprawą winorośli i produkcją wina, ale są także wykorzystywane przez osoby i instytucje zajmujące się marketingiem turystycznym i promocją regionów winiarskich.<sup>3</sup>

## WYKORZYSTANIE ŚRODKÓW PREZENTACJI KARTOGRAFICZNEJ W TURYSTYCE

Jak twierdzi G.F. McCleary, Jr (2009, s. 2), powołując się zresztą na przedstawione już na początku lat 60. XX w. poglądy M. Clawsona (dotyczące tzw. *phases of recreational experience*), turyści posługują się mapami w kilku sytuacjach:

- (1) podczas pojawienia się myśli o wyjeździe w celach turystycznych (*anticipation stage*);
- (2) w trakcie planowania wyjazdu (*planning stage*);
- (3) podczas podróży z miejsca zamieszkania do miejsca wybranego, jako cel wyjazdu (*travel-to stage*);
- (4) w czasie pobytu w odwiedzanym miejscu (*on-site activities stage*);
- (5) podczas podróży powrotnej do miejsca zamieszkania (*travel-from stage*);
- (6) w trakcie wspomniania przeżyć dotyczących pobytu w miejscu będącym wcześniej celem podróży (*recollection stage*).

Posługiwanie się mapami, dawniej w wersji analogowej, obecnie głównie w postaci cyfrowej (co raz częściej z użyciem aplikacji mobilnych), w związku z pojawieniem się pomysłu dotyczącego wyjazdu turystycznego występuje niezależnie od formy turystyki i dotyczy prawie wszystkich wyjeżdżających. Najczęściej sięga się wówczas do małoskalowych map ogólnogeograficznych. Podobnie jest w przypadku korzystania z map w trakcie planowania wyjazdu, przy czym można przyjąć, że na tym etapie przygotowań częściej korzysta się z wielkoskalowych map topograficznych lub map tematycznych (co często zdarza się w przypadku turystyki kulturowej). Zwłaszcza po to, aby móc wybrać odwiedzane obiekty, miejsca noclegów itp.

Mapy są szeroko wykorzystywane przez turystów, a nawet wręcz niezbędne, również w trakcie podróży do miejsca mającego być celem wyjazdu. Dawniej były to przede wszystkim mapy drogowe (samochodowe) w postaci analogowej. Obecnie, w związku z powszechnym posiadaniem aplikacji mobilnych w telefonach komórkowych oraz wyposażeniem nowo produkowanych samochodów w systemy nawigacji (nawigacja GPS, zwłaszcza firm TomTom i Garmin), tradycyjne mapy analogowe wydawane w wersji drukowanej są używane rzadziej, m.in. z powodu niedogodności związanych z rozkładaniem mapy w ciasnym wnętrzu samochodu, a tym bardziej niemożności pogodzenia

<sup>3</sup> O dużym zainteresowaniu mapami, na których przedstawione są regiony uprawy winorośli i produkcji wina, może świadczyć komercyjna strona internetowa należąca do firmy VinMaps (*Shop wine maps. The source for wine maps, spirit maps & wine gifts*).

prowadzenia samochodu z śledzeniem trasy na mapie. To co wyżej napisano dotyczy również etapu obejmującego powrót do miejsca zamieszkania, przy czym jeżeli powrót odbywa się tą samą trasą co dojazd, potrzeba korzystania z mapy, czy nawigacji samochodowej, jest mniejsza.

Inaczej wygląda korzystanie przez turystów z map, aplikacji mobilnych posiadających mapy, czy nawigacji GPS w trakcie pobytu w miejscu docelowym. Zależy to od rodzaju uprawianej turystyki i o ile w przypadku np. turystyki pieszej, czy rowerowej, posługiwanie się mapami wielkoskalowymi i urządzeniami zawierającymi GPS jest powszechne, to w przypadku turystyki pobytowej w ośrodku nadmorskim z ofertą all-inclusive korzystanie z nich nie jest konieczne. Podobne zróżnicowanie dotyczy turystyki kulturowej. Osoby zwiedzające miasto i chcące zobaczyć występujące w nim zabytki zapewne częściej posługują się planem miasta, czy GPS, niż osoby mające na celu odwiedzenie konkretnego muzeum, czy pałacu.

Można sądzić, że najrzadziej turyści posługują się mapami już po powrocie do stałego miejsca zamieszkania. W tej fazie doświadczeń turystycznych znacznie częściej wspomnienia z podróży są przywoływane podczas oglądania lub pokazywania fotografii. Nie oznacza to jednak, iż w opisanych sytuacjach mapa jest całkowicie bezużyteczna, gdyż np. podczas spotkań z rodziną, czy znajomymi, niekiedy jest wykorzystywana dla pokazania lokalizacji odwiedzanego miejsca, pokonanej trasy itp. Co warto zauważyć, na tym etapie częściej są wykorzystywane mapy analogowe lub cyfrowe na stronach internetowych, niż mapy na urządzeniach mobilnych (z racji niedużej wielkości obrazu przedstawionego na ekranie).

Kończąc te rozważania należy przyjąć, że teoretycznie wszystkie opisane wyżej sytuacje mogą wystąpić w przypadku turystyki winiarskiej, aczkolwiek korzystanie z map (obojętnie w jakiej postaci) w czasie przebywania turysty w odwiedzanym miejscu, czy też podczas wspomniania pobytu w winnicy (winiarni) prawdopodobnie zdarza się rzadziej, niż na etapie pojawienia się pomysłu odwiedzenia jakiegoś regionu winiarskiego, w trakcie wytyczania trasy dojazdu do wybranej winnicy, podczas podróży itp.

## WYKORZYSTANIE MAP I FORM GEOWIZUALIZACJI W TURYSTYCE WINIARSKIEJ

Jak już wspomniano na wstępie, mapy i formy geowizualizacji są w turystyce winiarskiej wykorzystywane nie tylko przez turystów, ale również osoby i instytucje zajmujące się organizowaniem wyjazdów (biura turystyczne), jednostki samorządu terytorialnego w regionach winiarskich itp. Jako przykład wykorzystania GIS i analizy wielokryterialnej dla wyznaczenia terenów uprawy winorośli i produkcji wina, które z racji walorów kulturowych mogą szczególnie zainteresować osoby kierujące się podczas uprawiania enoturystyki atrakcyjnością krajobrazu i dziedzictwa kulturowego, mogą posłużyć badania przeprowadzone przez L. Riguccio i in. (2017) w okolicach Etny na Sycylii (Włochy). Na temat przydatności nowych technologii w promocji regionów znanych z tradycji winiarskich wypowiedziada się także M. Asenova (2019), proponując stronę internetową, która mogłaby służyć turystom do wybrania miejsc, które pragnęliby odwiedzić podczas wyjazdów enoturystycznych.

W tym miejscu warto przytoczyć wyniki badań przeprowadzonych w regionie winiarskim obejmującym dolinę rzeki Douro (Portugalia), z których wynika, że turyści korzystający z aplikacji mobilnych szczególnie często korzystali z funkcji dotyczących kwestii ogólnych, informacji ogólnoturystycznych i dotyczących noclegów (opcje „general information”, „other tourism information” i „accomodation”), jak również z funkcji pozwalającej na bezpośredni kontakt z usługodawcą (opcja „contact phone number”). Oznacza to, iż badania przeprowadzone przez D. Dimitrovskiego i in. (2019) wyraźnie wskazują, że nie można oddzielić enoturystyki od innych rodzajów turystyki, co zresztą potwierdza tezę, iż można ją traktować zarówno jako formę turystyki kulturowej, jak i turystyki aktywnej (oraz zja-

wiska nazywanego *shopping tourism*, które trudno przypisać do tradycyjnie wyróżnianych rodzajów turystyki).

Jak dotychczas, problem korzystania ze środków przekazu kartograficznego w kontekście turystyki winiarskiej nie cieszył się większym zainteresowaniem badaczy. Do wyjątków należą badania przeprowadzone w stanie Wirginia (Stany Zjednoczone) przez K. Pritchard, których wyniki sprawiły, iż autorka postawiła bardzo śmiałą tezę, że „Obecne mapy wydają się być na tyle pozbawione użyteczności, że ludzie woleliby ich w ogóle nie używać...”, gdyż „...respondenci woleliby, aby na mapie pokazane były inne atrakcje, a nie tylko winiarnie” (Pritchard 2008, s. 18). Należy jednocześnie nadmienić, że badania wykazały, iż ci sami respondenci, wypowiadając się na temat rozmiarów przedstawionych im do oceny map enoturystycznych, uważali że ich wielkość jest odpowiednia. Konfrontując te dwie opinie K. Pritchard zauważa, że występuje między nimi sprzeczność, gdyż zachowanie dotychczasowych rozmiarów map z jednoczesnym dodaniem nowych treści spowodowałoby, iż stałyby się one nieczytelne (Pritchard 2008, s. 19). W tym miejscu trzeba pamiętać, że opisane wyżej badania dotyczyły użyteczności tradycyjnych map analogowych, a nie map cyfrowych opracowanych z myślą o ich zamieszczeniu na stronach internetowych. To przypomnienie jest o tyle ważne, gdyż wyjście z sytuacji zaobserwowanej przez K. Pritchard umożliwiają wykorzystywane w kartografii nowe środki przekazu, które można nazwać geowizualizacjami i które są przedmiotem rozważań w dalszej części prezentowanego artykułu.

#### **Etap oczekiwania (*anticipation stage*)**

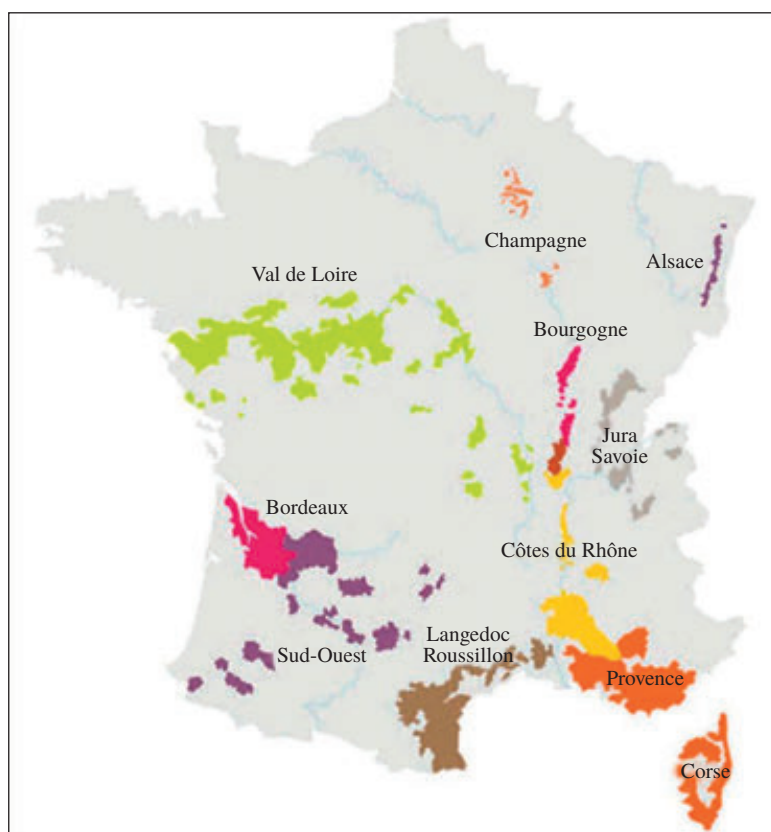
Należy przyjąć, że miejscowości i regiony znane z uprawy winorośli i produkcji wina są odwiedzane zarówno przez osoby mające duże doświadczenie w uprawianiu enoturystyki, jak i turystów przybywających do danego miejsca w innych celach, dla których zwiedzanie winnicy, czy wytwórni wina oraz możliwość degustacji i zakupu wina jest rodzajem aktywności współtowarzyszącej innym formom spędzania wolnego czasu podczas wyjazdu turystycznego. Rozróżnienie to jest o tyle istotne, gdyż sprawia, że turyści mający doświadczenie w odwiedzaniu regionów słynących z uprawy winorośli i wytwarzania wina na ogół korzystając z map i/lub innych form geowizualizacji (np. stron internetowych, aplikacji mobilnych<sup>4</sup>) dobrze im znanych. Natomiast osoby nie stykające się wcześniej z enoturystyką sięgają na ogół do opracowań kartograficznych najbardziej dostępnych i najczęściej zawierających ogólne informacje o danym regionie, wśród których turystyka winiarska może, ale nie musi, odgrywać pierwszoplanową rolę. Przykład mapy służącej wyborowi regionu winiarskiego, który może stać się celem odwiedzin został przedstawiony na ryc. 1. Są na niej najważniejsze regiony uprawy winorośli i wytwarzania wina we Francji, przy czym jest ona na tyle ogólna, iż nie został na niej zaznaczony Paryż, granice z sąsiadującymi z Francją krajami, oblewające Francję akweny itp. Tego rodzaju mapy mogą być pomocne jedynie przy wyborze regionu, który ma stać się celem wyjazdu – Burgundii, Alzacji, Szampanii bądź Doliny Loary – a nie do wyboru konkretnej miejscowości, czy winnicy.

#### **Etap planowania (*planning stage*)**

Na szczególne znaczenie nowych technologii informatycznych przed rozpoczęciem podróży „enoturystycznej” zwracają uwagę m.in. R. Garibaldi i F. Sfodera (2020, s. 412–413) oraz S.M. Minasi i in. (2020), poświęcając jednak uwagę mediom społecznościowym (jako ważnym źródłom informacji), a nie środkom przekazu kartograficznego.

Można przyjąć, że podczas etapu planowania wyjazdu do regionu lub miejscowości znanych z winnic i wytwarzania wina, przyszli turyści sięgają na ogół do map i innych form geowizualizacji pozwalających im na:

<sup>4</sup> Do bardziej popularnych na początku 2023 r. aplikacji używanych przez osoby interesujące się winem, a także turystyką winiarską należały: *Delectable*, *Vivino*, *CellarTracker*, *Wine-Searcher*, *Hello Vino*, *Decanter*, *Wine Events*, *Wine Ring*, *Banquet* i *VinoCell* (Patel 2023).



**Ryc. 1.** Główne regiony uprawy winorośli i produkcji wina we Francji. Uwaga: przy mapie nie podano skali.  
 Źródło: *France. Old World wine regions*, Cellar Angels <https://cellarangels.com/old-world-wine-regions> (dostęp: 22.12.2022).

**Fig. 1.** Main wine-growing and wine-producing regions in France. Note: The map is not to scale.  
 Source: *France. Old World wine regions*, Cellar Angels <https://cellarangels.com/old-world-wine-regions> (access: 22.12.2022).

- wybranie trasy dojazdu do celu podróży;
- poruszania się po terenie będącym celem wyjazdu.

W pierwszym przypadku częstym źródłem informacji są małoskalowe mapy samochodowe (drogowe) – zarówno w wersji tradycyjnej, jak i internetowej (włączając w to aplikacje mobilne) – a także (rzadziej) wyszukiwarki połączeń lotniczych. W przypadku, gdy turysta wybierze już *wine region*, który chce odwiedzić, użyteczne zaczynają być coraz bardziej dokładne mapy wielkoskalowe, niekiedy nawet mapy topograficzne. Zwłaszcza wtedy, gdy zwiedzanie winnic i odwiedzanie winiarni ma odbywać się pieszo, czy rowerem.

Jako przykład źródeł informacji przydatnych dla wybrania trasy dojazdu drogą lotniczą może posłużyć mapa tras proponowanych turystom zainteresowanym enoturystyką w Turcji (ryc. 2). Hipotetycznie można przyjąć, że zagraniczni turyści pragnący odwiedzić regiony uprawy winorośli i produkcji wina w Turcji, na podstawie tej mapy (biorąc pod uwagę powierzchnię tego państwa) dokonają wyboru lotniska w Turcji w zależności od regionu, jaki chcą odwiedzić. Dla osób chcących zwiedzić tereny, przez które wytyczono *Middle & East Anatolia Route* najbardziej dogodnie może być lotnisko międzynarodowe w Ankarze, dla turystów zainteresowanych trasą *Thrace Route* dogodnie będą lotniska leżące w rejonie Stambułu, a dla osób zainteresowanych winnicami i miejscami produkcji wina



podróży (Pokojski, Pokojska 2012, s. 31–32). Nie oznacza to jednak, iż globusy wirtualne nie mają wady, gdyż podczas korzystania z nich w trakcie podróżowania w wersji mobilnej, niektóre zainstalowane w nich funkcje są niedostępne, szybko wykorzystują limit dostępu do darmowego Internetu, a ich funkcjonowanie w systemie offline jest w znacznym stopniu ograniczone (Kowalczyk, Pokojski 2018, s. 24).

### **Etap dojazdu (*travel-to stage*)**

Ponieważ najczęściej wykorzystywanym środkiem lokomocji w celu dojazdu do miejsca wybranego przez turystów uprawiających enoturystykę jest samochód (znacznie rzadziej samolot, motocykl bądź rower)<sup>5</sup> poniżej zostaną przedstawione jedynie kwestie związane z tym rodzajem lokomocji.

W trakcie odbywania podróży do miejsca stanowiącego cel podróży (*travel-to stage*) do niedawna służyły mapy i atlasy samochodowe, a obecnie ich rolę przejęły od nich systemy nawigacji samochodowej. Ich użyteczność sprowadza się nie tylko do tego, iż dzięki nim można przybyć do wcześniej wybranego celu, ale również dlatego, iż bardzo często zawierają one informacje dotyczące czasu przejazdu, przewidywanego zużycia paliwa, ewentualnych objazdów itp. Inną – bardzo ważną zaletą systemów nawigacji samochodowej – jest wygoda w posługiwaniu się nimi. Dla osoby kierującej samochodem (lub nawet pasażera pełniącego rolę pilota) niemal równoczesne spoglądanie na mapę w wersji papierowej oraz na drogę jest nie tylko uciążliwe, ale i niebezpieczne. W przypadku posługiwania się systemem nawigacji samochodowej, spoglądanie na ekran zainstalowanego w samochodzie komputera lub na ekran smartfona jest znacznie mniej rozpraszaające uwagę kierującego.

Należy dodać, że – podobnie, jak w przypadku innych form turystyki – podczas zmierzania do miejsca docelowego dla osób uprawiających enoturystykę użyteczne są mapy na ustawionych przy drogach tablicach informacyjnych (ryc. 3, zdjęcie A), przy czym ich wadą jest to, iż często zapoznanie się z nimi wymaga zatrzymania się, co niekiedy nie jest łatwe. Mapy na tablicach informacyjnych pełnią znacznie większą rolę w przypadku, gdy turyści poruszają się pieszo lub rowerami, przy czym wówczas często zdarza się, iż informacje istotne z punktu widzenia oczekiwań osób zainteresowanych enoturystyką są zamieszczone na podkładzie w postaci map topograficznych (ryc. 3, zdjęcie B).

### **Etap pobytu (*on-site activities stage*)**

Po dotarciu do miejscowości bądź regionu będącego właściwym celem wyjazdu, turyści uprawiający enoturystykę zarówno korzystają z map tradycyjnych („papierowych”), jak i innych środków prezentacji geowizualnej oferowanych dzięki zastosowaniu nowych technologii.

Jako przykład mapy tradycyjnej przeznaczonej dla turystów interesujących się zwiedzaniem winnic oraz odwiedzaniem miejsc degustacji i zakupu wina może posłużyć mapa Pragi (Czechy), której zeskanowany fragment zamieszczono na ryc. 4. Jej podkładem jest plan miasta w skali 1 : 16 666. Zaletą tego rodzaju map i planów jest zamieszczenie na nich w warstwie podkładowej informacji, które nie są bezpośrednio związane z turystyką winiarską, ale mogą być przydatne dla uprawiających ją osób. Na planie, którego fragment, obejmujący północną część Pragi, zamieszczono na ryc. 4, opisane są wszystkie ulice, zaznaczone linie tramwajowe i autobusowe, metro, ważniejsze obiekty użyteczności publicznej, tereny zielone itp.

Jak już wspomniano, w trakcie pobytu w regionie winiarskim coraz bardziej powszechne staje się korzystanie przez turystów z map zamieszczonych w Internecie oraz innych środków geowizualizacji. Jednym z prostszych rozwiązań stosowanych na interaktywnych mapach internetowych jest sposób

<sup>5</sup> Badania przeprowadzone w latach 2019–2020 w Hiszpanii wykazały, że 84,5% osób zainteresowanych enoturystyką korzystało z własnego lub wynajętego samochodu, a 11,4% poruszało się autokarem (*Percentage distribution of wine tourists in Spain between 2nd half 2019 and 1st half 2020, by means of transport 2021*). Natomiast z badań, jakie miały miejsce w prowincji Western Cape (RPA) w 2022 r., wynikało, iż 85% ankietowanych poruszało się własnym samochodem, a 19% korzystało z taksówek, aplikacji Uber itp. (*South African wine tourism. Visitor research report 2022*, s. 19).





**Ryc. 3.** Różne typy map dotyczących turystyki winiarskiej zamieszczane na tablicach informacyjnych. Pitigliano (Włochy, region Toskania, prowincja Grosseto) – schematyczna mapa obszaru *Strada del Vino Colli di Maremma* przeznaczona prawdopodobnie dla turystów poruszających się samochodami. Na mapie przedstawiono podział *Strada del Vino Colli di Maremma* na części (ich granice zostały zaznaczone różnymi kolorami), główne szosy oraz większe miejscowości (A). Klentnice (Czechy, Kraj Południowomorawski) – fragment tablicy informacyjnej z mapą szlaku wina *Mikulovská vinařská stezka*. Przebieg szlaku został naniesiony na podkład będący mapą topograficzną w skali 1 : 100 000. Mapa została przygotowana z myślą o osobach uprawiających turystykę pieszą lub rowerową (B).

**Fig. 3.** Different types of wine tourism maps posted on information boards. Pitigliano (Italy, Tuscany region, Grosseto province) – a schematic map of the *Strada del Vino Colli di Maremma* area, probably intended for tourists traveling by car. The map shows the division of *Strada del Vino Colli di Maremma* into parts (their borders are marked in different colors), main roads and larger towns (A). Klentnice (Czech Republic, South Moravia) – a fragment of an information board with a map of the *Mikulovská vinařská stezka* wine trail. The trail has been drawn on a topographic map in the scale of 1 : 100,000. The map has been prepared for people practicing hiking or cycling (B).

Fot./Photo by Anna Kowalczyk

przedstawiony na ryc. 5, który obejmuje jedynie lokalizację winnic mogących być celem odwiedzin turystów. Na „mapie” tej – mającej przypominać starą mapę – nie podano skali, tras umożliwiających dojazd, a także innych obiektów na ogół występujących na mapach. Mimo że jest ona interaktywna, nie ma funkcji pozwalającej na powiększenie (zmniejszenie) skali, co obecnie jest regułą na tego rodzaju mapach. Nie ma ona również interfejsu, co również jest obecnie rzadko spotykane na mapach turystycznych. [„Interfejsem” jest biała płaszczyzna przedstawiona w części A ryc. 5, przy czym w chwili „wejścia” na stronę zaznaczone obiekty nie są opisane i występują jako niebieskie kwadraty z liczbami.]

Znacznie bardziej rozbudowana jest geowizualizacja obejmująca okolice położonego 30 km na południowy zachód od Strasburga miasta Obernai (ryc. 6). Zasadniczą część przedstawionej na rycinie strony stanowią adresy polecanych do zwiedzania winnic, miejsc wytwarzania i składowania wina, miejsc jego degustacji i sprzedaży, jak również winiarni. Na prawo od niej jest interaktywna mapa z zaznaczoną możliwością powiększania lub zmniejszania oraz ikonami wskazującymi lokalizację znajdujących się w danej okolicy obiektów. W prawym górnym rogu mapy jest ikona pozwalająca na wybranie jednej z czterech warstw mapy podkładowej – „Plan” (właśnie ona jest na ryc. 6), „Satellite”, „Hybrid” i „Relief”. Natomiast w górnej części interfejsu zostały umieszczone następujące opcje: „Cycle trails” (do wybrania 11 możliwości), „Organize your stay” (6 możliwości), „Point of



**Ryc. 4.** Zeskanowany fragment planu Pragi (Czechy) w skali 1 : 16 666 zawierającego informacje dotyczące turystyki winiarskiej oraz szereg innych informacji typowych dla planów miast.

Źródło: opracowano na podstawie *Praha pro milovníky a znalce vín/Prague for wine lovers and experts*, ŽAKET Kartografie, Praha, 2001.

**Fig. 4.** A scanned part of the plan of Prague (Czech Republic) in the scale of 1 : 16,666 containing information on wine tourism and a number of other information typical of city plans.

Source: author's own elaboration based on the *Praha pro milovníky a znalce vín/Prague for wine lovers and experts*, ŽAKET Kartografie, Praha, 2001.

interest" (6), „Facilities" (4), „News" (3), „Useful information" (5), „Mountain bike" (3) oraz „Interactive map", „Download brochures" i „Search"<sup>6</sup>.

Biorąc pod uwagę liczbę opcji z informacjami, które mogą zainteresować turystów, na przykładzie opisanej wyżej interaktywnej mapy internetowej widać przewagę nowych środków przekazu kartograficznego nad tradycyjnymi mapami analogowymi, na których zamieszczenie takiej ilości informacji jest niezwykle trudne, czy wręcz niemożliwe do wykonania.

Kolejnym przykładem interaktywnej mapy internetowej przedstawiającej tereny odwiedzane przez osoby uprawiające turystykę winiarską może być mapa przedstawiona na ryc. 7. Choć liczba opcji proponowanych na jej interfejsie jest znacznie mniejsza niż na stronie *Alsace Wine Road Cycle Route*, to przemawia za nią to, iż na mapie – bez konieczności korzystania przez użytkownika z funkcji zamieszczonych w górnej części strony – są zaznaczone główne atrakcje turystyczne regionu, jak również opcja pozwalająca na przejście do funkcji Street View.

<sup>6</sup> Strona *Alsace Wine Road Cycle Route* jest dostępna w językach francuskim, angielskim, niemieckim i holenderskim.



**Ryc. 5.** Interaktywna mapa internetowa fragmentu doliny Mozeli obejmującego winnice należące do *Weingut Dr. Pauly-Bergweiler*. Po naciśnięciu kursorem na sygnaturę oznaczającą dany obiekt (niebieski kwadrat z podaną liczbą) na mapie wyświetla się nazwa obiektu (biały napis na zielonym tle) (A). Po kolejnym naciśnięciu kursora na mapie pojawiają się informacje o nim oraz zdjęcie (B). Uwaga: przy mapie nie podano skali.

Źródło: opracowano na podstawie *Das wichtigste Kapital sind unsere Weinberge*, <http://pauly-bergweiler.com> (dostęp: 30.04.2020).

**Fig. 5.** Interactive web map of a section of the Moselle valley including the vineyards of *Weingut Dr. Pauly-Bergweiler*. After pressing the cursor on the signature of a given object (blue square with a given number), the name of the object is displayed on the map (white inscription on a green background) (A). When you press the cursor again, information about the object and a photo of it appear to the left of the map (B).

Note: The map is not to scale.

Source: author's own elaboration based on the *Das wichtigste Kapital sind unsere Weinberge*, <http://pauly-bergweiler.com> (access: 30.04.2020).

Przykładem znacznie prostszej mapy interaktywnej jest mapa zamieszczona na ryc. 8. Poza ważnymi dla osób uprawiających turystykę rowerową informacjami o długości trasy i jej nawierzchni, użytkownicy strony internetowej *Krajem André* (Czechy, Kraj Południowomorawski) mają możliwość skorzystania z funkcji Street View. Na samej mapie zaznaczono natomiast przebieg trasy i (przedstawione w formie ikon) główne atrakcje turystyczne, sieć dróg i linii kolejowych, a także obszary leśne i sieć hydrograficzną, a także (zaznaczone cieniowaniem) wzniesienia.

Kończąc omawianie kwestii korzystania przez turystów z map i innych środków przekazu kartograficznego w regionie, który jest ich celem wyjazdu, należy wspomnieć o istotnej roli, jaką odgrywają mapy, plany i schematy zamieszczane w broszurach i ulotkach adresowanych do osób interesujących się enoturystyką, jak również na tablicach informacyjnych.

### **Etap powrotu (*travel-from stage*)**

Wykorzystywanie map tradycyjnych i innych środków przekazu wizualnego w trakcie drogi powrotnej turystów z odwiedzanej podczas wyjazdu miejscowości lub regionu do miejsca zamieszkania jest podobne, jak w czasie pokonywania trasy z miejsca stałego pobytu do celu podróży. Można jedynie przyjąć, że turyści prawdopodobnie w mniejszym stopniu posługują się mapami i systemami nawigacji samochodowej, ponieważ trasa powrotna jest już im na ogół znana.

### **Etap wspomnień (*recollection stage*)**

Można postawić tezę, że w części doświadczeń turystycznych określanych mianem *recollection stage* posługiwanie się mapami w wersji papierowej bądź w wersji internetowej nieanimowa-



**Ryc. 6.** Fragment interaktywnej strony internetowej przeznaczony dla turystów korzystających z możliwości zwiedzania regionu winiarskiego w Alzacji (Francja) rowerem.

Źródło: opracowano na podstawie *Alsace Wine Road Cycle Route*, *Alsace à vélo*, [visit.alsace, https://www.cyclinginalsace.com/en/cycle-trails/cycle-routes/canal-cycle-routes/alsace-wine-road-cycle-route-36](https://www.cyclinginalsace.com/en/cycle-trails/cycle-routes/canal-cycle-routes/alsace-wine-road-cycle-route-36) (dostęp: 25.01.2023).

**Fig. 6.** An excerpt from an interactive website for tourists exploring the wine region of Alsace (France) by bike. Source: author's own elaboration based on the *Alsace Wine Road Cycle Route*, *Alsace à vélo*, [visit.alsace, https://www.cyclinginalsace.com/en/cycle-trails/cycle-routes/canal-cycle-routes/alsace-wine-road-cycle-route-36](https://www.cyclinginalsace.com/en/cycle-trails/cycle-routes/canal-cycle-routes/alsace-wine-road-cycle-route-36) (access: 25.01.2023).

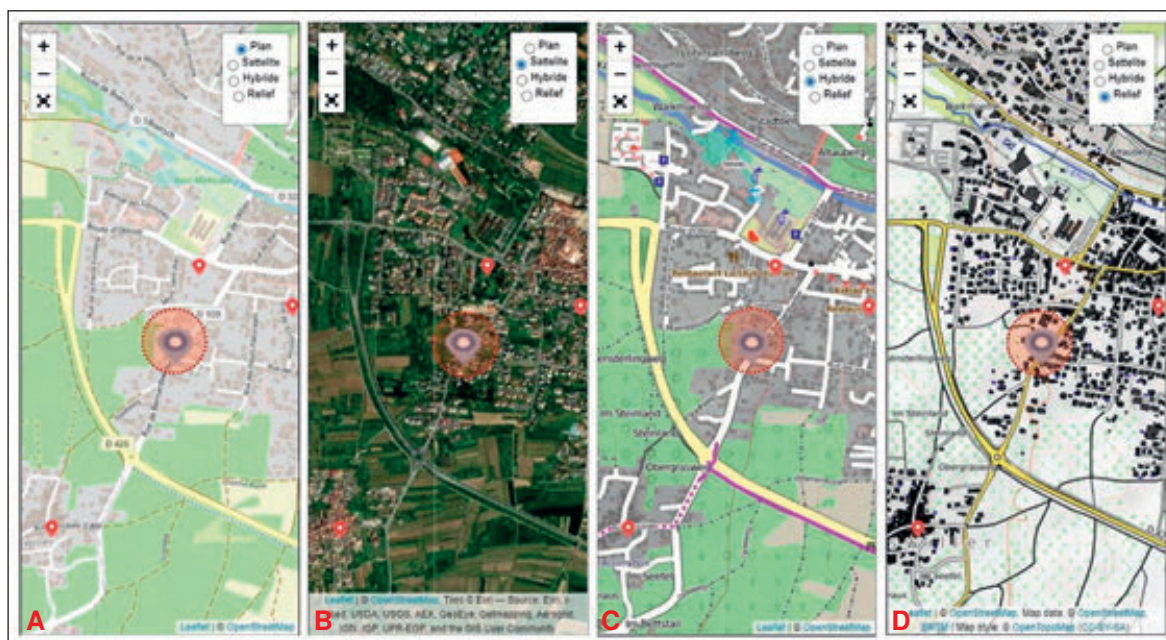
nej<sup>7</sup> jest znacznie częstsze niż na wcześniejszych etapach.<sup>8</sup> Wynika to z tego, iż użyteczność systemów nawigacji samochodowej i innych systemów wchodzących w skład aplikacji mobilnych jest na etapie wspomnień mniejsza, niż np. podczas dojazdu do odwiedzanego miejsca bądź poruszania się – np. w celu odszukania wybranej winnicy, czy winiarni – na obszarze będącym celem wyjazdu.

## DYSKUSJA

Chociaż od kilkunastu lat – zarówno w życiu codziennym, jak i podczas wyjazdów turystycznych – coraz większą rolę odgrywają środki przekazu kartograficznego związane z nowymi technologiami będącymi efektem tzw. rewolucji informatycznej, tradycyjne mapy analogowe nadal są wykorzystywane, aczkolwiek coraz częściej ich użyteczność jest mniejsza niż map internetowych, a zwłaszcza geowizualizacji, w jakie są wyposażone aplikacje mobilne w smartfonach. Można przyjąć, że zjawisko to wyni-

<sup>7</sup> Np. podczas korzystania z komputera we własnym mieszkaniu w trakcie spotkania ze znajomymi, którego celem jest podzielenie się wrażeniami z wyjazdu do regionu winiarskiego.

<sup>8</sup> Na częste korzystanie z technologii informatycznych po odwiedzeniu przez turystów regionu winiarskiego zwracają uwagę R. Garibaldi i F. Sfodera (2020, s. 412–413).



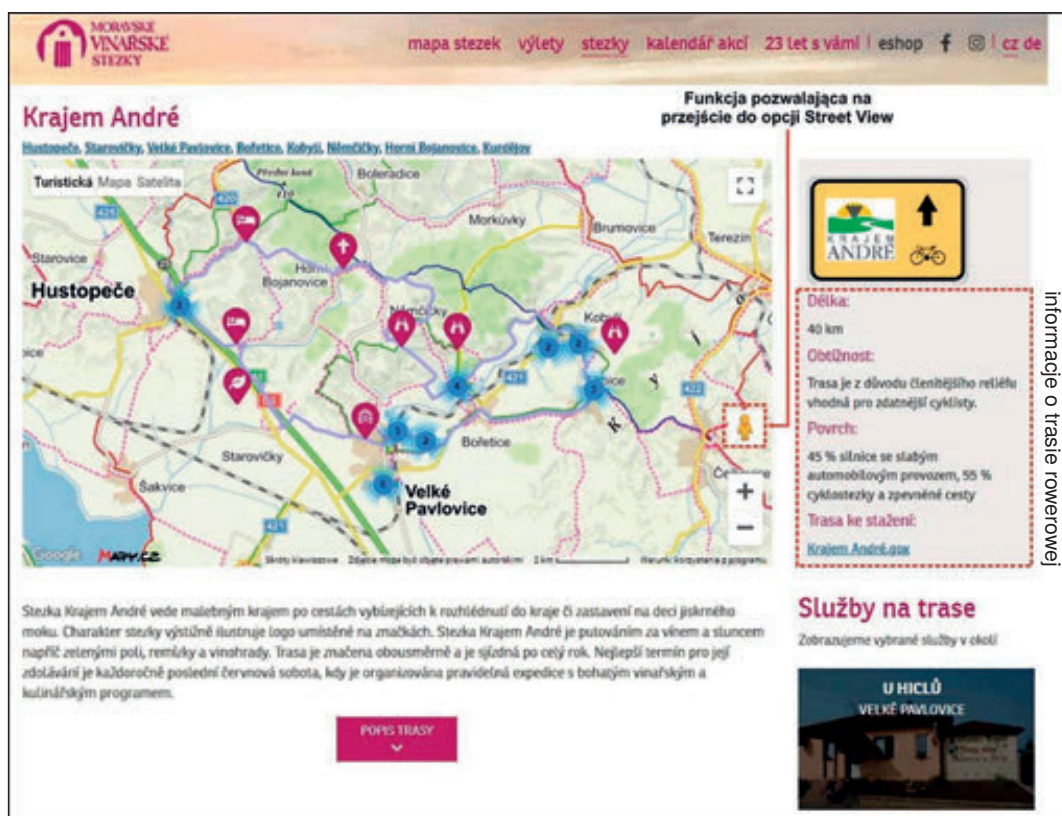
**Ryc. 7.** Fragment południowej części miasta Oberoi (Francja, Alzacja) przedstawiony na różnych warstwach podkładowych interaktywnej strony internetowej przeznaczonej dla turystów korzystających z możliwości zwiedzania regionu winiarskiego w Alzacji (Francja) rowerem. Na stanowiącej integralną część strony *Alsace Wine Road Cycle Road* mapie użytkownik może wybrać jedną z czterech możliwości dotyczących mapy podkładowej: bez zaznaczenia rzeźby terenu i wybranych obiektów infrastruktury miejskiej (A), zdjęcie satelitarne (B), z naniesioną rzeźbą terenu i wybranymi obiektami infrastruktury miejskiej (C) oraz mapa topograficzna (D). W centralnej części każdego z wycinków mapy/zdjęcia zaznaczono wspomniany na ryc. 6 obiekt – *Winegrowers STRUB BUCHHOLTZ Annie*.

Źródło: opracowano na podstawie *Alsace Wine Road Cycle Route*, *Alsace à vélo*, [visit.alsace, https://www.cyclinginalsace.com/en/cycle-trails/cycle-routes/canal-cycle-routes/alsace-wine-road-cycle-route-36](https://www.cyclinginalsace.com/en/cycle-trails/cycle-routes/canal-cycle-routes/alsace-wine-road-cycle-route-36) (dostęp: 25.01.2023).

**Fig. 7.** The southern part of the city of Oberoi (France, Alsace) shown on various background layers of an interactive website intended for tourists taking advantage of the opportunity to explore the wine region in Alsace (France) by bicycle. On the *Alsace Wine Road Cycle Road* map, which is an integral part of the *Alsace Wine Road Cycle Road* website, the user can choose one of four options for the background map: without the topography and selected urban infrastructure objects (A), satellite photo (B), with the topography and selected urban infrastructure objects (C) and topographic map (D). In the central part of each of the map/photo sections, the mentioned in Fig. 6 object – *Winegrowers STRUB BUCHHOLTZ Annie*.

Source: author's own elaboration based on the *Alsace Wine Road Cycle Route*, *Alsace à vélo*, [visit.alsace, https://www.cyclinginalsace.com/en/cycle-trails/cycle-routes/canal-cycle-routes/alsace-wine-road-cycle-route-36](https://www.cyclinginalsace.com/en/cycle-trails/cycle-routes/canal-cycle-routes/alsace-wine-road-cycle-route-36) (access: 25.01.2023).

ka zarówno z upowszechniania się nowych technologii, jak i z tego, iż korzystanie z aplikacji mobilnych jest dla wielu osób łatwiejsze niż posługiwanie się mapami. Nie oznacza to jednak, iż turyści całkowicie zrezygnowali z map analogowych. Przeprowadzone już kilkanaście lat temu badania w Wielkiej Brytanii wykazały, że podczas planowania wyjazdu turystycznego aż 75% respondentów wybrało tradycyjne mapy w wersji drukowanej, a nie w postaci cyfrowej (Geali 2011, s. 41). Z kolei przeprowadzone mniej więcej w tym samym czasie badania Ch. Boulaire'a i G. Herveta, dowiodły, iż wykorzystanie aplikacji mobilnych jest przy uprawianiu turystyki szczególnie łatwe, ponieważ turyści mogą z nich korzystać



**Ryc. 8.** Interaktywna mapa internetowa szlaku wina *Krajem André* (Czechy, Kraj Południowomorawski).

Źródło: opracowano na podstawie *Krajem André*, Moravské vinařské stezky, <https://www.vinarske.stezky.cz/stezka/Krajem-Andre> (dostęp: 15.12.2022).

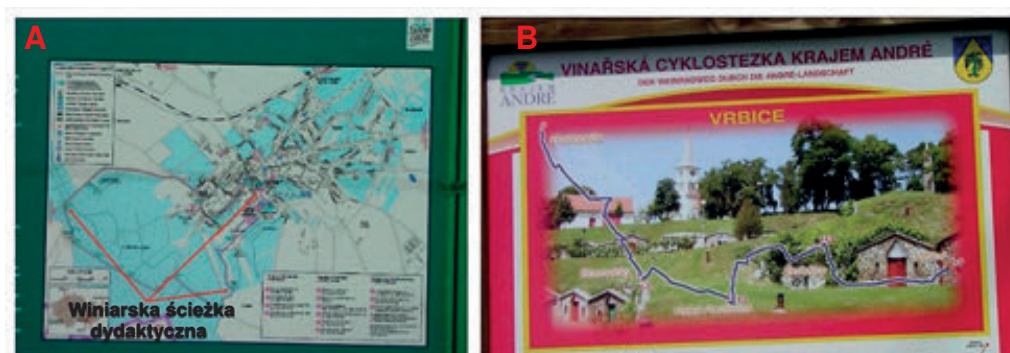
**Fig. 8.** Interactive web map of the *Krajem André* wine trail (Czech Republic, South Moravia).

Source: author's own elaboration based on the *Krajem André*, Moravské vinařské stezky, <https://www.vinarske.stezky.cz/stezka/Krajem-Andre> (access: 15.12.2022).

zarówno podczas podróży do wybranego miejsca wypoczynku, jak i już po dotarciu do celu (Boulaire, Hervet 2010, s. 595–596). Obserwacje te potwierdzają m.in. wyniki badań przeprowadzonych w Krakowie, które dowiodły, że 48% turystów posiadających smartfony używało aplikacji zawierających nawigację (korzystając zwłaszcza z aplikacji Google Maps oraz ze strony <https://jakdojade.pl>) (Berbeka 2017, s. 156, 165). Tym samym należy przyjąć, że coraz większa dostępność map internetowych, rozpowszechnionych m.in. dzięki rozwiązaniom stosowanym w technologiach mobilnych, sprawiła, że korzystanie z tradycyjnych map analogowych zaczyna być coraz rzadsze. Nic więc dziwnego, że prowadzone w ostatnich latach badania poświęcone korzystaniu przez turystów ze środków przekazu kartograficznego dotyczą głównie roli aplikacji mobilnych (Manitchalermchai i in. 2020).

Można postawić tezę, że opisana wyżej tendencja dotyczy również rodzaju turystyki określanej mianem turystyki winiarskiej, czy też enoturystyki. Co więcej, można przyjąć, że turysta odwiedzający regiony uprawy winorośli i miejsca wytwarzania wina – a zwłaszcza zainteresowany degustacją wina i jego zakupem – jest bardziej skłonny do korzystania z nowych technologii w postaci aplikacji mobilnych w smartfonach, niż turyści uprawiający turystykę wędrowną (*hiking* lub *trekking*), czy tzw. turystykę ekstremalną, którzy na ogół mają duże doświadczenie w korzystaniu z map topograficznych.<sup>9</sup> Związane jest to m.in. z tym, iż enoturystykę uprawiają często ludzie kierujący się potrzebami

<sup>9</sup> Chociażby z tego powodu, iż zasięg Internetu w niektórych częściach Ziemi jest ograniczony.



**Ryc. 9.** Fragmenty tablic informacyjnych o szlakach winiarskich w południowej części Moraw (Czechy, Kraj Południowomorawski). Valtice – ścieżka dydaktyczna zaznaczona na uproszczonej mapie topograficznej (A). Vrbsice – trasa rowerowa *Vinařská cyklostežka krajem André* (B)<sup>10</sup>.

Źródło: opracowanie własne na podstawie zdjęć wykonanych w 2006 r.

**Fig. 9.** Fragments of information boards about wine trails in the southern part of Moravia (Czech Republic, South Moravia). Valtice – educational trail marked on a simplified topographic map (A). Vrbsice – cycling route *Vinařská cyklostežka krajem André* (B).

Source: author's own elaboration based on the photos taken in 2006.

hedonistycznymi, a niekoniecznie pasją odwiedzania nowych miejsc w celach poznawczych, co wymaga odpowiedniego przygotowania w zakresie posługiwania się mapami.

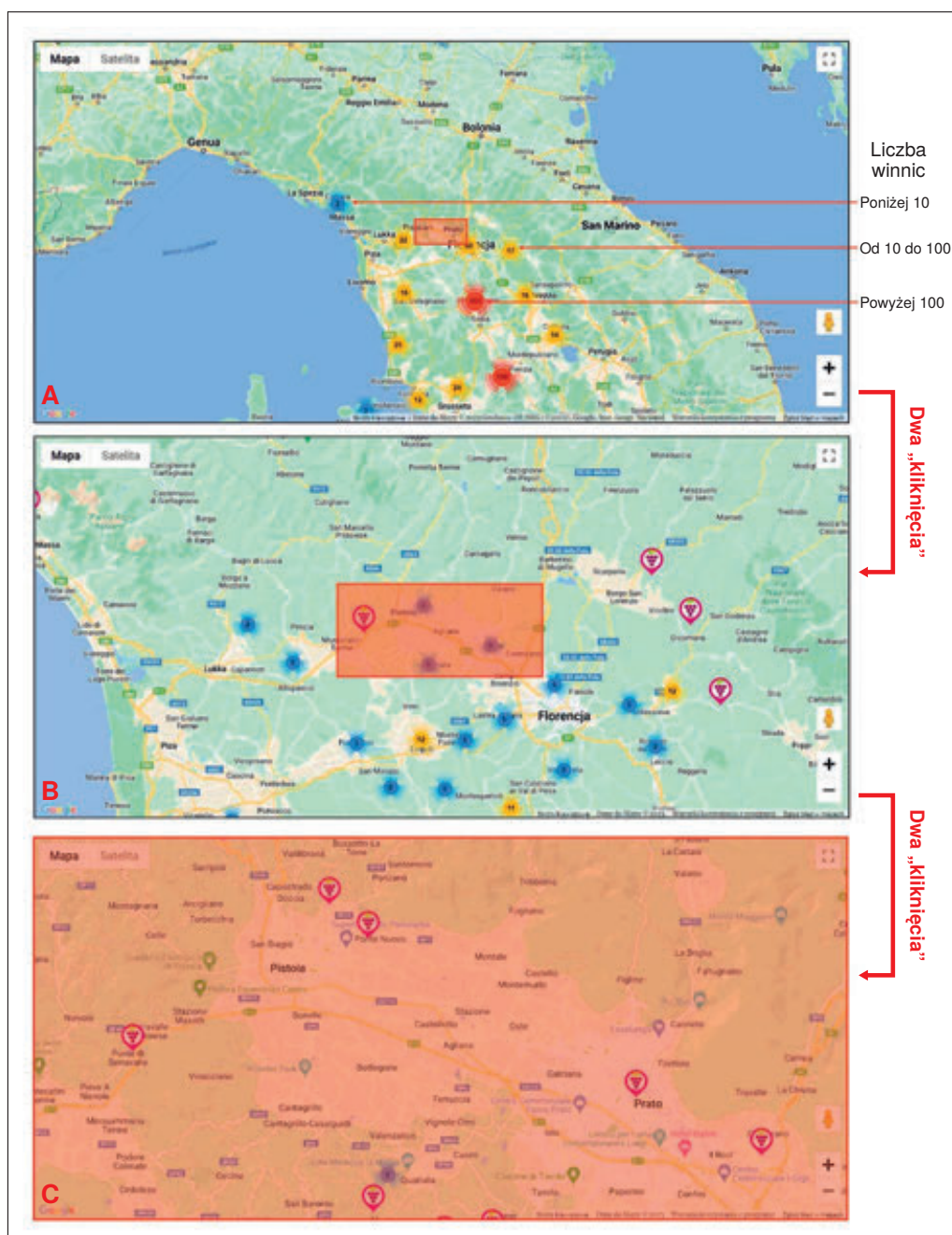
To co wyżej napisano nie należy odbierać jako coś co deprecjonuje użyteczność nowych środków przekazu kartograficznego w odniesieniu do enoturystyki. Na ich korzyść przemawia przede wszystkim ich dostępność i łatwość w posługiwaniu się nimi. Dotyczy to zwłaszcza interaktywnych źródeł przekazu kartograficznego. Problem wykorzystania aplikacji mobilnych stał się przedmiotem badań przeprowadzonych przez K. Marczewską i W. Pokojkiego, w trakcie których – oceniając jakość pięć aplikacji popularnych wśród turystów – zajęto się (Marczewska, Pokojki 2022, s. 63) następującymi problemami:

- postrzeganiem przez respondentów aplikacji z uwzględnieniem ich przyjazności (satisfakcji z korzystania z aplikacji) i intuicyjności, czyli łatwości w poruszaniu się;
- posługiwaniem się nią (m.in. prostotą obsługi);
- budową menu (m.in. poprawnością nazw i pogrupowaniem opcji);
- funkcjami pozwalającymi na wyszukiwanie i filtrowanie informacji;
- wizualizacją (kolorystyką, elementami graficznymi, czytelnością tekstu).

Można przyjąć, że wymienione wyżej problemy są ważne zarówno dla ogółu turystów, jak i osób interesujących się enoturystyką.

Jedną z największych korzyści wynikających z posługiwania się przez turystów interaktywnymi mapami internetowymi jest możliwość powiększania/zmniejszania danego obszaru w zależności od potrzeb użytkownika. Do najprostszych i najczęściej wykorzystywanych w enoturystyce map i aplikacji mobilnych należą strony oparte na systemie Google Maps. Jako przykład takiej strony może służyć *Winery – Tuscany*, która wykorzystuje jako podkład standardową mapę Google Maps. Korzystając z *Winery – Tuscany* można zarówno uzyskać ogólne informacje o lokalizacji miejsc w Toskanii związanych z turystyką winiarską, a w czasie wyjazdu enoturystycznego (ryc. 10a, 10b), a po wyborze regionu mającego być celem wyjazdu – w tym przypadku okolic Pisto i Prato – dowiedzieć się o lokalizacji konkretnych winnic, miejsc produkcji wina, a także winiarni, sklepów z winem itp.

<sup>10</sup> Odmiana *André* powstała w 1961 r. i jest popularna na Morawach; powstała w wyniku połączenia szczepów *Frankovka* (*Blaufränkisch*) i *Svatovavřínecké* (znane również jako *Saint Laurent*, bliskie *Pinot Noir*).



**Ryc. 10.** Etapy w pozyskiwaniu coraz bardziej dokładnych informacji przestrzennych w trakcie korzystania ze strony *Winery – Tuscany*. Widok mapy po dwóch „kliknięciach” od otwarcia strony (A), widok po kolejnych dwóch „kliknięciach” (B), obraz po następnych dwóch „kliknięciach” w celu powiększenia mapy (C).

Źródło: opracowano na podstawie *Winery – Tuscany*, Best Wineroutes.com, <https://www.bestwineroutes.com/explore/italie/toscane> (dostęp: 25.01.2023).

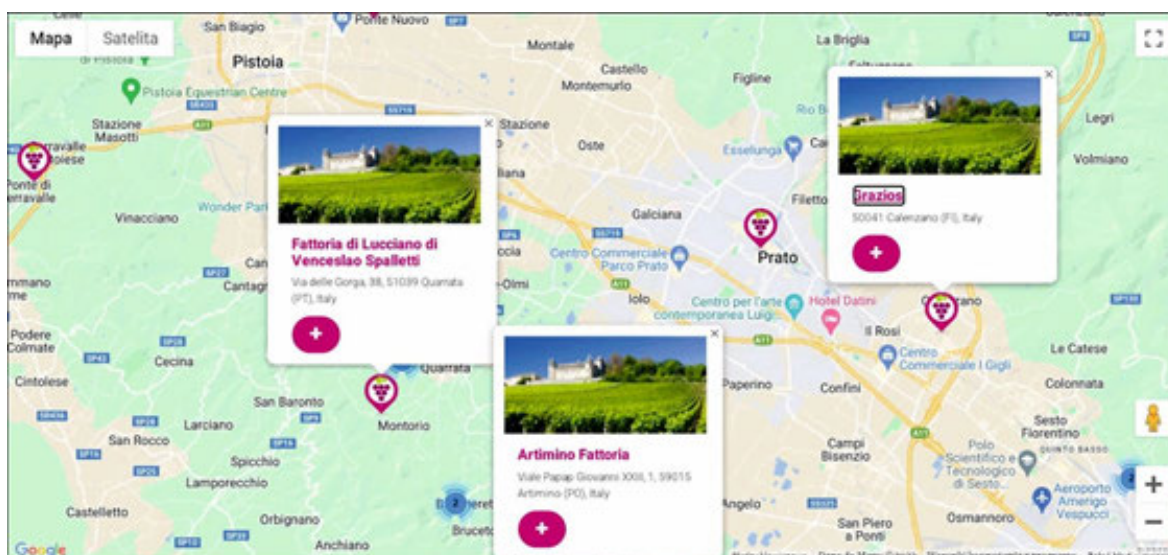
**Fig. 10.** Steps in acquiring increasingly accurate spatial information when using the *Winery – Tuscany* website. View of the map after two “clicks” from opening the page (A), view after another two “clicks” (B), image after the next two “clicks” to enlarge the map (C).

Source: author’s own elaboration based on the *Winery – Tuscany*, Best Wineroutes.com, <https://www.bestwineroutes.com/explore/italie/toscane> (access: 25.01.2023).



(ryc. 10c). Odnosząc się do zakresu informacji przestrzennych zamieszczonych na stronie *Winery – Tuscany* i przedstawionych na ryc. 10, należy odnotować, że wraz z coraz większą szczegółowością obrazu kartograficznego, na kolejnych mapach coraz częściej pojawiają się ikony w postaci fioletowych gron winorośli ukazujących położenie obiektów bezpośrednio związanych z enoturystyką, co sprawia, że na ryc. 10c tylko w jednym miejscu zamieszczono zagregowane dane (przedstawione w niebieskim kolorze) dotyczące dwóch sąsiadujących ze sobą winnic.

Kończąc omawianie mapy stanowiącej integralną część strony *Winery – Tuscany* należy zauważyć jeszcze jedną jej cechę. Otóż po „kliknięciu” na ikonę przedstawiającą konkretną winnicę pojawia się ilustracja graficzna zawierająca zdjęcie oraz nazwę i adres wybranego obiektu. Tak jednak nie jest, gdyż niezależnie od dokonanego wyboru zawsze pojawia się to samo zdjęcie. Z punktu widzenia użytkownika mapy – wówczas, gdy wybierze jedną opcję i nie wie że na innych fotografiach przedstawiony jest ten sam obiekt – takie rozwiązanie może być mylące. Jednak zgodnie z metodyką redagowania map można przyjąć, iż zdjęcia te nie przedstawiają obiektów rzeczywistych (*Fattoria di Lucciano do Venceslao Spalletti, Artimino Fattoria, czy Grazios*), ale są jedynie winietami bądź sygnaturami obrazkowymi.



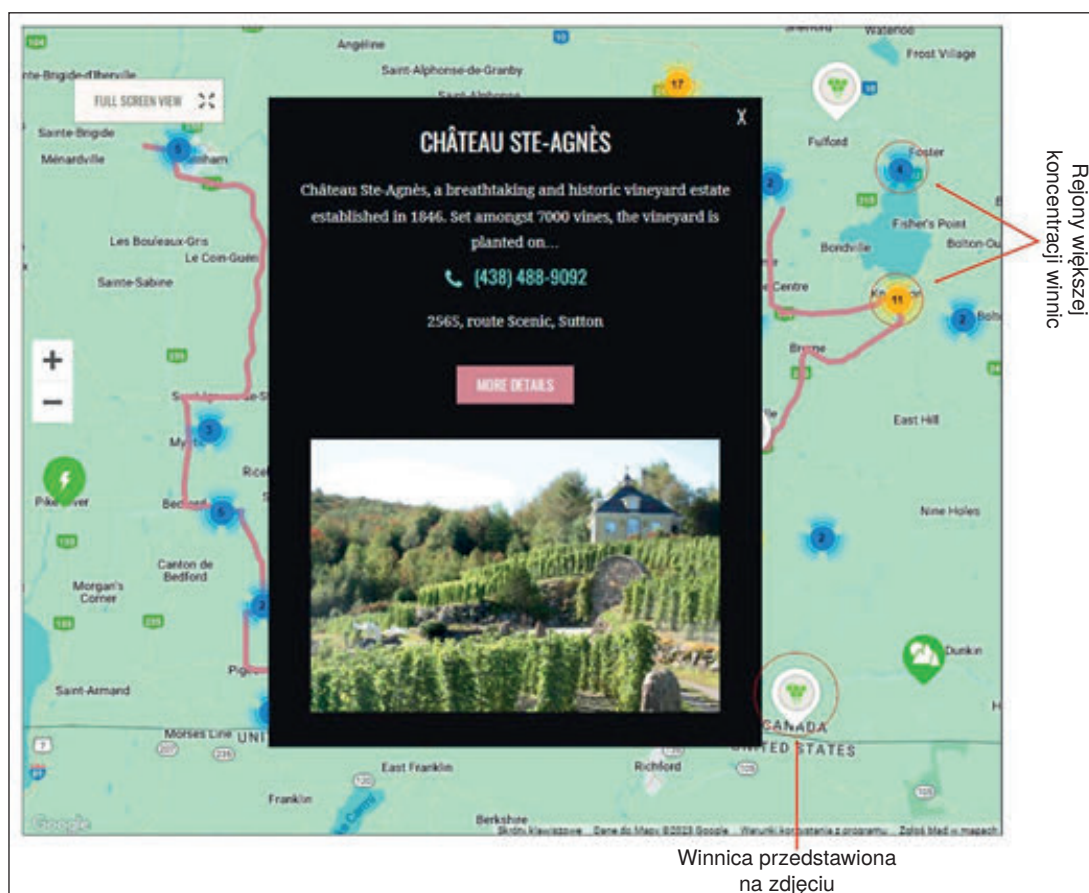
**Ryc. 11.** Metoda prezentacji geowizualnej mogąca wprowadzić w błąd użytkownika mapy na stronie *Winery – Tuscany* polegająca na tym, iż niezależnie od wybranego obiektu jest on ilustrowany takim samym zdjęciem.

Źródło: opracowano na podstawie *Winery – Tuscany*, Best Wineroutes.com, <https://www.bestwineroutes.com/explore/italie/toscane> (dostęp: 25.01.2023).

**Fig. 11.** The method of geovisual presentation that could mislead the user of the map on the *Winery – Tuscany* website, consisting in the fact that regardless of the selected object, it is illustrated with the same photo.

Source: author's own elaboration based on the *Winery – Tuscany*, Best Wineroutes.com, <https://www.bestwineroutes.com/explore/italie/toscane> (access: 25.01.2023).

Na podkładzie kartograficznym ze strony Google Maps została opracowana również mapa przedstawiająca położony na południu prowincji Quebec (Kanada) region winiarski, przez który przechodzi szlak *Brome-Missisquoi Wine Route*. Mimo zastosowania takich samych sygnatur określających położenie winnic, jej autorzy inaczej potraktowali kwestię informacji dotyczących konkretnych obiektów, gdyż zostały do nich dołączone fotografie przedstawiające je, tak, jak one wyglądają (ryc. 12), a nie będące jedynie symbolicznym ukazaniem obiektów mogących zainteresować turystów.



**Ryc. 12.** Mapa na stronie internetowej *Discover all friends of the wine route* (Kanada, prowincja Quebec) z informacjami i adresem winnicy *Château Ste-Agnès*.

Źródło: opracowano na podstawie *Discover all friends of the wine route*, La Route des Vins.CA, <https://www.laroutedesvins.ca/en/the-wine-route> (dostęp: 23.01.2023).

**Fig. 12.** Map on *Discover all friends of the wine route* website (Canada, Province of Quebec) with information and address of the *Château Ste-Agnès* winery.

Source: author's own elaboration based on the *Discover all friends of the wine route*, La Route des Vins.CA, <https://www.laroutedesvins.ca/en/the-wine-route> (dostęp: 23.01.2023).

Jako przykład znacznie bardziej zaawansowanej nowej technologii ułatwiającej uprawianie turystyki winiarskiej może służyć aplikacja proponowana przez Google Play pod nazwą *Wine routes*. Schemat jej działania przedstawiony na ryc. 13 w wersji dostępnej wiosną 2020 r., składał się z kilku etapów (kroków postępowania).

1. Po uruchomieniu aplikacji w urządzeniu mobilnym, na ekranie pojawiała się mapa, na której były przedstawione wybrane kraje Europy z podaną liczbą winnic, miejsc degustacji wina, sklepów z winem itp., które znajdowały się w bazie danych (np. w Wielkiej Brytanii było 114 takich miejsc, a w Niemczech 5772).

2. Po wybraniu (poprzez kliknięcie na ikonę zamieszczoną na mapie) danego kraju, w menu można było wybrać region winiarski z zaznaczonymi miejscami, które znajdowały się w bazie – w przypadku przedstawionym na ryc. 13 była to dolina Mozeli (Niemcy, Nadrenia Palatynat) i 5 obiektów (krok 1).



**Ryc. 13.** Etapy w posługiwaniu się proponowaną przez Google Play aplikacją *Wine Routes* w celu wyszukania miejsca degustacji i zakupu wina w dolinie Mozeli (Niemcy, Nadrenia-Palatynat).

Źródło: opracowano na podstawie aplikacji dostępnej 03.05.2020 r.<sup>11</sup>

**Fig. 13.** Steps in using the *Wine Routes* application offered by Google Play to find a place to taste and buy wine in the Moselle valley (Germany, Rhineland-Palatinate).

Source: author's own elaboration based on the application available on 03.05.2020.

3. Następnie w menu dotyczącym dolinę Mozeli należało wybrać dowolny obiekt, po czym na ekranie ukazywały się podstawowe o nim informacje, jak: adres, strona internetowa i adres poczty elektronicznej i numer telefonu (krok 2).

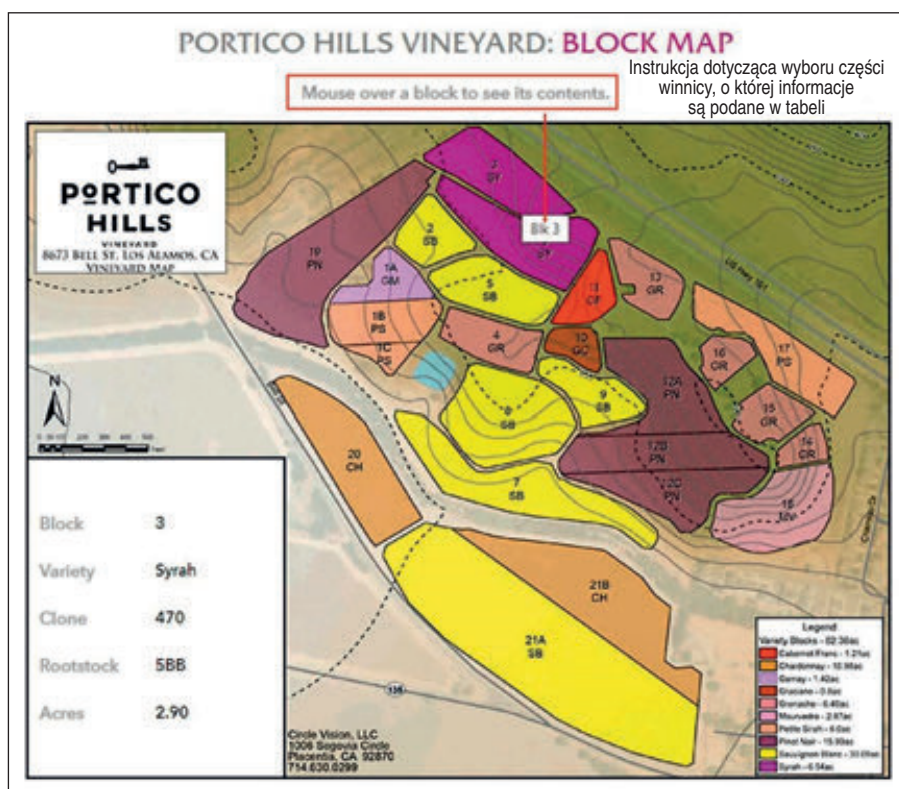
4. W przypadku zdecydowania się na odwiedzenie tego właśnie miejsca, w górnej części ekranu ukazywała się informacja, że obiekt został zapisany w segmencie aplikacji dotyczącym trasy dojazdu (krok 3).

5. Na ekranie pojawiała się mapa doliny Mozeli z 5 wspomnianymi wcześniej obiektami i proponowaną trasą dojazdu (na ryc. 13 zaznaczona zieloną linią) (krok 4).

Schemat postępowania podczas posługiwania się aplikacją *Wine Routes* jest bardzo podobny do schematów postępowania podczas korzystania z innych środków geowizualizacji, jakie posiadają aplikacje mobilne. Jednak w niektórych sytuacjach turyści uprawiający enoturystykę mają wiedzę i potrzeby, które wymagają bardziej dokładnych informacji o miejscach mających być celem wyjazdu. Jako przykład może posłużyć interaktywna strona internetowa poświęcona położonej w Kalifornii (Stany Zjednoczone) winnicy *Portico Hills Vineyard* (położonej w hrabstwie Santa Barbara). Jak wynika z ryc. 14, osoby interesujące się uprawą winorośli i produkcją wina, korzystając z dostępnych na wspomnianej stronie informacji, mogą wzbogacić swoją wiedzę m.in. na temat uprawianych szczepów, klonów i podkładek, co dla przeciętnego turysty zainteresowanego enoturystyką ma małe (lub żadne) znaczenie.

Jako przykład mapy internetowej, która co prawda nie jest interaktywna, ale towarzyszy jej krótki film, może służyć mapa na stronie również położonej w hrabstwie Santa Barbara (stan Kalifornia w Stanach Zjednoczonych) winnicy *Beckmen Vineyards*. Chociaż w porównaniu z wcześniej omówioną geowizualizacją dotyczącą Alzacji (ryc. 6) nie jest ona zbytnio rozbudowana pod względem dodatkowych opcji, może być dobrym przykładem ilustrującym podejście do enoturystyki dominu-

<sup>11</sup> W czasie pisania artykułu adres wspomnianej aplikacji był następujący: *Wine routes*, Google Play apps, updated January 25, 2022, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.phonegap.wineroutes&hl=en&gl=US> (dostęp: 29.11.2022).



**Ryc. 14.** Przykład interaktywnej mapy internetowej ukazującej podział *Portico Hills Vineyard* (Stany Zjednoczone, stan Kalifornia) na części z uwzględnieniem ich numeru (*block*), uprawianego szczepu winorośli (*variety*), klonu (*clone*)<sup>12</sup>, podkładki (*rootstock*) i powierzchni (w akрах).

Źródło: opracowano na podstawie *Portico Hills Vineyard: block map*, Circle Vision, <https://www.circlevision.com/portico-hills-vineyard/block-map.php> (dostęp: 23.11.2022).

**Fig. 14.** Example of an interactive web map showing *Portico Hills Vineyard* (United States, California) with a plot (*block*) number, grape variety, clone, rootstock and a size (in acres).

Source: author's own elaboration based on the *Portico Hills Vineyard: block map*, Circle Vision, <https://www.circlevision.com/portico-hills-vineyard/block-map.php> (access: 23.11.2022).

jące w Stanach Zjednoczonych (również w Australii), zgodnie z którym jednym z najważniejszych motywów, jakimi kierują się osoby uprawiające turystykę winiarską jest możliwość nabycia u producenta wina w niższej cenie niż w handlu detalicznym (Kowalczyk 2003, s. 69)<sup>13</sup>.

To, o czym należy wspomnieć w kontekście map adresowanych do turystów interesujących się winem, jest kwestia zakresu przedstawianych na nich informacji. Dotyczy to zarówno map analogowych, jak i map zamieszczonych w Internecie, w tym środków geowizualizacji stosowanych w aplikacjach mobilnych.

Jako pierwszy przykład może posłużyć analogowy plan (położonej w południowej części Moraw, Czechy) miejscowości Pavlov, na którym poza treścią bezpośrednio adresowaną do osób zaintereso-

<sup>12</sup> Klon winogron to wycinek pobrany z istniejącej winorośli, który jest szczepiony na podkładce (*Co to są klony winogron?* brak daty publikacji).

<sup>13</sup> Zamieszczona w prawym dolnym rogu ryc. 15 informacja o możliwości uzyskania 20% zniżki i innych rabatów w przypadku wysłania e-maila do właściciela winnicy w celu dołączenia do adresów stanowiących tzw. mailing list, jest przykładem komercyjnego traktowania enoturystyki.



**Ryc. 15.** Strona internetowa winnicy *Beckmen Vineyards* w Los Olivos (Stany Zjednoczone, stan Kalifornia), która zawiera mapę z podziałem winnicy na części obsadzone różnymi szczepami winorośli, jak również mapę ukazującą położenie winnicy, krótki film i możliwość kontaktu z właścicielami.

Źródło: opracowano na podstawie *Beckmen Vineyards*, Beckmen Vineyards, Los Olivos, CA, <https://beckmenvineyards.com/blog/updated-vineyard-maps> (dostęp: 25.01.2023).

**Fig. 15.** Website of *Beckmen Vineyards* at Los Olivos (United States, California), which includes a map of the vineyard divided into sections planted with different grape varieties, as well as a map showing the location of the vineyard, a short video and the possibility of contacting the owners.

Source: author's own elaboration based on the *Beckmen Vineyards*, Beckmen Vineyards, Los Olivos, CA, <https://beckmenvineyards.com/blog/updated-vineyard-maps> (access: 25.01.2023).

wanych enoturystyką (w tym przypadku użyto sygnatur przedstawiających grono winorośli, którymi zaznaczono winiarnie i sklep z winami), znalazły się sygnatury ukazujące położenie hoteli i pensjonatów, restauracji, sklepów spożywczych i parkingów (czyli urządzeń i usług zaliczanych stanowiących infrastrukturę turystyczną i paraturystyczną), zabytkowy kościół (czyli atrakcję turystyczną), a także inne obiekty nie związane z turystyką. Ponadto wspomniany plan posiada podziałkę liniową, co wcale nie jest regułą na tego typu planach i mapach. (Pavlov. *Wine village* 2005).

Zupełnie inaczej została pomyślana schematyczna mapa obejmująca tereny przez które przechodzi Sandomierski Szlak Winiarski, na której nie tylko nie podano skali, w jakie została wykonana, ale nawet odległości między wskazanymi na niej obiektami<sup>14</sup>. Może to świadczyć o tym, iż została ona wykonana przez autorów nie posiadających wiedzy kartograficznej lub ignorujących ją. Problem ten jest od dawna sygnalizowany w literaturze kartograficznej (Goodchild 2007; Kukułka 2012; Kukułka, Gotlib 2014), ale część autorów zauważa, że odbiorcy map nie zawsze oczekują od nich poprawności zgodnej z założeniami kartografii, gdyż bardzo często najważniejsza jest dla nich możliwość łatwego pozyskania i aktualność map, czy raczej produktów „mapopodobnych” (Black, Cartwright 2005, s. 4),

<sup>14</sup> *Sandomierski Szlak Winiarski*, Marcei Małkiewicz – Urząd Miejski w Sandomierzu, Góry Wysokie – Sandomierz, bez roku wydania.

co stało się dosyć powszechne wraz z pojawieniem się tzw. neokartografii (Ballatore 2014, Gotlib 2008, Kukułka, Gotlib 2014).

W tym miejscu należy przytoczyć zaproponowany jeszcze w 2005 r. podział na dwa rodzaje kartografii komputerowej – *Web cartography* oraz *Web-enabled cartography* (inaczej *Web-enabled GIS*). O ile w pierwszym przypadku termin ten oznacza działania związane z redagowaniem, wykonywaniem i wykorzystaniem map w Internecie, określenie *Web-enabled cartography* związane jest z dostępem za pośrednictwem Internetu do różnych baz danych, jak również oznacza możliwość pozyskanych w ten sposób informacji w celu zmieniania treści map (Black, Cartwright 2005, s. 2).

Biorąc pod uwagę potrzeby, preferencje i zachowania turystów zainteresowanych enoturystyką mapy cyfrowe pierwszej generacji (*Web cartography*) nie są tak istotne, jak geowizualizacje, które stanowią istotę zjawiska nazywanego *Web-enabled cartography*. Uważa się, że głównymi powodami przesądzającymi o tym, iż mapy wykorzystywane w urządzeniach mobilnych różnią się od tradycyjnych map drukowanych oraz od map na ekranach monitorów komputerowych są (Kowalczyk, Pokojski 2018, s. 20):

- fakt, iż ich użytkownicy są w ruchu;
- rodzaj zawartych na nich i dostępnych (poprzez transmisję z zewnętrznych baz danych) informacji;
- sposób wizualizacji;
- wykorzystana technologia;
- charakter urządzenia, z którego korzysta użytkownik.

Przedstawione wyżej powody sprawiają, że *mobile cartography* zdobywa popularność, gdyż nie tylko uwzględnia potrzeby użytkowników, ale pozwala im korzystać z różnych źródeł informacji, nie tylko przedstawionych w formie kartograficznej. Najlepszym tego dowodem w odniesieniu do turystyki winiarskiej jest portal *Alsace Wine Road Cycle Route*, *Alsace à vélo*, *visit.alsace*, który został przedstawiony na rycinach 6 i 7.

Należy jednak zauważyć, że przydatność aplikacji mobilnych składających się na *Web-enabled cartography* jest różna w zależności od sytuacji, w jakiej ich użytkownik będzie potrzebować informacji przestrzennych. Jak wynika z analizy przeprowadzonej przez A. Kowalczyka i W. Pokojskiego (2018, s. 20–22), aplikacje mobilne są szczególnie użyteczne wówczas, gdy turysta pragnie otrzymać dodatkowe informacje o danym obiekcie, a także wtedy, gdy zależy mu na informacjach, które będą w danej chwili aktualne.

To co wyżej napisano nie oznacza jednak, iż środki przekazu informacji przestrzennej określane jako geowizualizacja nie mają wad. Jedną z podstawowych wad sposobu przekazywania tego rodzaju informacji przez aplikacje mobilne jest kwestia ich czytelności. Nawet wtedy, gdy interesujący turystę teren jest na ekranie komputera, tabletu, telefonu komórkowego itp., powiększony lub pomniejszony, może okazać się, że wizualizacja jest nieczytelna bądź z powodu zbyt dużej liczby obiektów lub ze względu na fakt, iż jest ich zbyt mało, co może utrudnić odbiorcy odnalezienie danego obiektu.

Innym, bardzo ważnym, problemem jest jakość informacji dostępnych dzięki nie tylko aplikacjom mobilnym, ale w ogóle stronom internetowym, w tym geowyszukiwarkom. Na ryc. 16 przedstawiono fragment zdjęcia satelitarnego dostępnego dzięki wyszukiwarce Google Maps, który obejmuje centralną część winnicy *Zevenwacht Wine Estate* (Republika Południowej Afryki, West Cape Province)<sup>15</sup>. Przedstawione zdjęcie wydaje się być użyteczne z punktu widzenia potrzeb osób interesujących się enoturystyką, gdyż – poza podziałką liniową oraz możliwością powiększenia lub zmniejszenia (w dolnym prawym rogu), a także funkcją pozwalającą na przejście do wersji mapowej (lewy dolny róg) – w górnej części interfejsu zawiera opcje szczególnie użyteczne dla turystów („Hotele w pobliżu”, „Restauracje”, „Atrakcje”, „Bary”, „Kawiarnie”, „Apteki”, „Parkingi”).

<sup>15</sup> Więcej informacji na temat funkcji turystycznej *Zevenwacht Wine Estate* można znaleźć w artykule A. Kowalczyka (2022) na stronach 142–148.



**Ryc. 16.** Fragment winnicy *Zevenwacht Wine Estate* (Republika Południowej Afryki, West Cape Province) ze zdjęcia satelitarnego pozyskanego dzięki geowyszukiwarce Google Maps. Na zdjęciu przedstawionym na rycinie w niewłaściwym miejscu opisano obiekt *Manor House Restaurant*, jak również nie należący do *Zevenwacht Wine Estate* obiekt (opisany jako *Stunning Wine Farm Villa*).

Źródło: opracowano na podstawie Google Maps, 24.01.2023 19:13

<https://www.google.com/maps/place/Zevenwacht+Wine+Estate/@-33.9300617,18.7274088,300m/data=!3m1!1e3!4m8!3m7!1s0x0:0xba33f0f109e398dd!5m2!4m1!1i2!8m2!3d-33.9319622!4d18.7168409>  
(dostęp: 24.01.2023).

**Fig. 16.** A fragment of the *Zevenwacht Wine Estate* (South Africa, West Cape Province) from a satellite image obtained thanks to the Google Maps geosearch engine. The location of the name *Manor House Restaurant* is not correct, as well as location of the object *Stunning Wine Farm Villa* which is not at *Zevenwacht Wine Estate*.

Source: author's own elaboration based on the Google Maps, 24.01.2023 19:13

<https://www.google.com/maps/place/Zevenwacht+Wine+Estate/@-33.9300617,18.7274088,300m/data=!3m1!1e3!4m8!3m7!1s0x0:0xba33f0f109e398dd!5m2!4m1!1i2!8m2!3d-33.9319622!4d18.7168409>  
(access: 24.01.2023).

Jednak istotnym powodem, dla którego treść obrazu przedstawionego na ryc. 16 trudno uznać za zgodną ze stanem faktycznym, jest niewłaściwe zaznaczenie lokalizacji niektórych obiektów. O ile w przypadku *Manor House Restaurant* nazwa (i ukazująca się po zaznaczeniu odpowiedniej opcji fotografia) jest przypisana do miejsca na zdjęciu satelitarnym leżącym 50 m od faktycznego budynku, w którym mieści się wspomniana restauracja, to w przypadku *Stunning Wine Farm Villa* ikona jest usytuowana nie tylko na skrzyżowaniu dróg (co widać na ryc. 16), ale dotyczy obiektu leżącego poza *Zevenwacht Wine Estate*. Nosi on nazwę *Zevenbosch Villa on Stunning Wine Farm* i znajduje się na sąsiedniej winnicy, w odległości ok. 500 m na północny zachód od miejsca, gdzie został błędnie zlokalizowany.

Nie wdając się głębiej w rozważania na temat zalet i wad przeznaczonych dla turystów map cyfrowych dostępnych w komputerach i na urządzeniach mobilnych (Kowalczyk, Pokojski 2018, s. 27–28),

warto zwrócić uwagę na ich główne zalety w zakresie dostarczanych użytkownikom informacji, a mianowicie umożliwienie:

- wyznaczenia trasy zaplanowanej podróży;
- skalowania, co oznacza, że użytkownik może dowolnie zmieniać skalę uzyskując na ekranie nowy obraz wraz z nowymi, bardziej szczegółowymi, informacjami;
- interaktywności, co oznacza możliwość wyszukiwania dodatkowych informacji w różnych bazach danych, możliwość wyznaczania i zapisywania trasy podróży (wraz z pomiarem odległości), a także możliwość uzupełniania mapy o dodatkowe informacje lub warstwy informacyjne;
- zobaczenia – w niektórych przypadkach – obrazu danego miejsca w trzech wymiarach.

Natomiast do najważniejszych tzw. wad informacyjnych należy: dawanie złudzenia, iż dostępne w Internecie mapy zawierają treści w czasie rzeczywistym, a także to, iż stopień szczegółowości treści na tego rodzaju mapach nie zawsze pozwala na odczytywanie informacji niezbędnych turystom.

W przypadku aplikacji mobilnych, poza wymienionymi wyżej cechami ogólnymi map internetowych, mają one jeszcze zaletę w postaci wskazywania lokalizacji miejsca, w którym znajduje się użytkownik i interesujący go obiekt (technologia GPS). Natomiast niewątpliwą wadą aplikacji mobilnych jest to, iż: turysta może mieć trudności z odczytywaniem treści znajdującej się na stosunkowo małym ekranie, widoczność obiektów na ekranie jest zależna od jego oświetlenia (co oznacza, że np. podczas słonecznej pogody są one mniej widoczne), a także fakt, iż na niektórych terenach sygnału GPS może nie być odbierany.

Kończąc rozważania na temat miejsca map i innych środków geowizualizacji w enoturystyce, autor pokusił się o przedstawienie swoich subiektywnych poglądów odnośnie do użyteczności różnych form przekazu kartograficznego w zależności od sytuacji składających się na całość doświadczeń turystycznych, tak jak je opisał M. Clawson i zaakceptował G. F. McCleary, Jr.

**Tabela 1.** Użyteczność map i innych form geowizualizacji w zależności od kontekstu, w jakim posługują się nimi osoby uprawiające turystykę winiarską („+” często używane, „+/-” średnio używane, „-” rzadko używane)  
**Table 1.** The usefulness of maps and other forms of geovisualization depending on the context in which they are used by people practicing wine tourism („+” often used, „+/-” moderately used, „-” rarely used)

Mapy (maps)		Etapy (stages)						
		Oczeki- wania (anticipa- tion)	Planowa- nia (plan- ning)	Dojazdu (travel-to)	Pobytu (on-site activities)	Powrotu (travel- -from)	Wspo- mnień (recollec- tion)	
Analogowe (analogue)	Drukowane (printed)	+	+	+/-	+	-	+	
	Skanowane (scanned)	+	+	+/-	+/-	-	+/-	
Internetowe (web)	Nieanimowane (non-animated)	Nieinteraktywne (non-interactive)	+/-	+/-	+/-	+/-	-	+/-
		Interaktywne (interactive)	+/-	+	+	+	-	-
	Animowane (animated)	Nieinteraktywne (non-interactive)	-	+/-	+/-	+/-	-	+/-
		Interaktywne (interactive)	-	+/-	+	+	+/-	+/-

Źródło: opracowanie własne.  
Source: author's own elaboration.



Podanych w tabeli wartości „+”, „+/-”, „-” dla oznaczenia przydatności map i różnych środków wyrazu kartograficznego i nie tylko kartograficznego określanego jako geowizualizacja nie należy traktować dosłownie. Przypisanie wartości „+”, czy „+/-”, bądź „+/-” lub „-” ma charakter umowny i oznacza jedynie, że np. przydatność tradycyjnych (drukowanych) map analogowych podczas pojawienia się myśli o wyjeździe i w trakcie jego planowania jest większa niż podczas powrotu do miejsca zamieszkania (zakładając, że turysta zapamiętał przebytą trasę), chociażby z tego powodu, iż operowanie mapą w samochodzie jest niewygodne. Należy również uznać, że przydatność w terenie interaktywnych map internetowych jest ogólnie rzecz biorąc większa niż map nieinteraktywnych. Tym niemniej przedstawioną w tab. 1 propozycję należy potraktować jedynie jako wstęp do dyskusji naukowej i zachętę do podjęcia badań empirycznych weryfikujących leżącą u jej podstaw tezę. Należy jednak nadmienić, że przeprowadzenie takich badań w Polsce może być trudne przede wszystkim z powodu jeszcze niewielkiej roli, jaką odgrywa enoturystyka. Ponadto, co może być założeniem błędnym, potrzeby turystów interesujących się enoturystyką, mogą niewiele się różnić od wymagań artykułowanych przez inne kategorie osób uprawiających szeroko rozumianą turystykę kulturową.

Kończąc rozważania na temat map i innych środków przekazu geowizualnego, jakie są używane w enoturystyce należy uznać, że postawiony na początku artykułu cel został osiągnięty. Mapy, jakie w nim zaprezentowano (zarówno analogowe, jak i redagowane z wykorzystaniem technik cyfrowych), a także inne formy przekazu wizualnego (w tym multimedialne – *vide* strona internetowa *Beckmen Vineyards*) wskazują, że turyści zainteresowani odwiedzeniem miejsc uprawy winorośli i produkcji wina oraz jego degustacją, spożyciem i zakupem, mają możliwość korzystania z bardzo różnych form geowizualizacji, a właściwie – odnosząc się do przyjętej w polskiej kartografii terminologii stosowanej przez I. Gołębiowską (2022) – geowizualizacji wieloelementowej.

## PODSUMOWANIE

Użyteczność nowych technologii w przekazie informacji kartograficznych nie podlega wątpliwości i od lat kwestia ta jest poruszana w odniesieniu do turystyki. Jak pisali już w latach 90. XX w. S. Bertazon i in. (1997), pojawienie się Internetu i upowszechnienie się możliwości posługiwania się GPS powinno zrewolucjonizować turystykę i obecnie można powiedzieć, że tak się stało. Świadczyć o tym mogą badania przeprowadzone przez X. Wanga i in. (2016), a potem przez D. Brokou i in. (2021), którzy – zajmując się sylwetką współczesnego turysty – napisali „...Nowy profil turysty kształtowany jest przez jego umiejętność wykorzystania Internetu do wyboru celu podróży, zorganizowania i zaplanowania wszelkich działań w miejscu docelowym (...) W miarę jak coraz więcej informacji staje się dostępnych online i zwiększa się liczba opcji, rosną również wymagania i wymagania nowych turystów...” (Brokou i in. 2021, s. 4). Wyniki badań przeprowadzonych przez D. Brokou i in. i wyciągnięte na ich podstawie wnioski wydają się przemawiać za koncepcją tzw. *geomedia studies*, w których niektórzy upatrują nowe ujęcie problematyki będącej dotychczas przedmiotem zainteresowań geografów (Fast i in. 2018).

Przechodząc do podsumowania, wydaje się, że dla uprawiania enoturystyki przydatne są zarówno tradycyjne mapy analogowe (mapy drukowane na papierze) i mapy internetowe pierwszej generacji (*Web cartography*), jak i środki przekazu kartograficznego drugiej generacji (*Web-enabled cartography*), przy czym rola tych ostatnich jest coraz większa i trudno sobie wyobrazić aby w najbliższych latach ich znaczenie zmalało. To samo dotyczy wykorzystywania map i innych środków geowizualizacji w związanym z *wine tourism* marketingu.

Prawie nieograniczony dostęp do Internetu, powszechne korzystanie przez turystów z komputerów, tabletów i smartfonów – podczas planowania podróży, jej odbywania i w trakcie pobytu w odwie-

dzanych miejscach – sprawia, że turyści zainteresowani enoturystyką mają możliwość wykorzystywania aplikacji mobilnych (ściśle związanych z *Web-enabled cartography*) w celu:

- wyboru sposobu podróżowania po odwiedzanym obszarze na podstawie informacji uzyskanych na miejscu oraz w zależności od aktualnych zdarzeń;
- rejestrowania przebytej trasy;
- pozyskiwania na miejscu dodatkowych informacji;
- zapisywania lokalizacji (współrzędnych geograficznych) odwiedzanych miejsc, wykonywania dokumentacji fotograficznej zawierającej geolokalizację wykonanej fotografii;
- przedstawienia odbytej podróży – już po powrocie – w postaci interaktywnej mapy z uwzględnieniem zrobionych fotografii i punktów pokazujących miejsca ich wykonania<sup>16</sup>

Ponieważ wymienione wyżej możliwości, jakie dają aplikacje mobilne, nie były na ogół wcześniej dostępne, przemawia to na korzyść – w porównaniu z tradycyjnymi mapami analogowymi, jakie były wykorzystywane przez turystów – nowych technologii, jakie są wykorzystywane w geowizualizacji.

## Literatura

- Asenova M., 2019, *Developing a GIS database for wine tourism in Bulgaria*, 19th SGEM International Multidisciplinary Scientific GeoConference, 30 June – 6 July, 2019, Sofia, EXPO Proceedings, June 2019, [https://www.researchgate.net/publication/334734914\\_DEVELOPING\\_A\\_GIS\\_DATABASE\\_FOR\\_WINE\\_TOURISM\\_IN\\_BULGARIA](https://www.researchgate.net/publication/334734914_DEVELOPING_A_GIS_DATABASE_FOR_WINE_TOURISM_IN_BULGARIA) (dostęp: 14.09.2022).
- Ballatore A., 2014, Defacing the map: cartographic vandalism in the digital commons, *The Cartographic Journal*, 51, 3, s. 214–224.
- Berbeka J., 2017, Analiza wykorzystania technologii informacyjnych i komunikacyjnych przez odwiedzających Kraków, [w:] J. Berbeka, K. Borodako (red.), *Technologie informacyjne i komunikacyjne na rynku turystycznym*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa, s. 153–171.
- Bertazon S., Crouch G., Draper D., Waters N., 1997, GIS applications in tourism marketing: current uses, an experimental application and future prospects, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 6, 3–4, s. 35–59.
- Black M.A., Cartwright W.E. (2005), *Web cartography & web-enabled geographic information systems (GIS). New possibilities, new challenges*, The 22nd International Cartographic Conference, A Coruna, Spain, 9–16 July 2005, [https://icaci.org/files/documents/ICC\\_proceedings/ICC2005/htm/pdf/oral/TEMA11/Session5/MICHAEL\\_BLACK.pdf](https://icaci.org/files/documents/ICC_proceedings/ICC2005/htm/pdf/oral/TEMA11/Session5/MICHAEL_BLACK.pdf) (dostęp: 10.03.2018).
- Boulaire Ch., Hervet G., 2010, Tourism & web 2.0: the digital map experience, *International Journal of Management Cases*, 12, Special Issue: CIRCLE Conference, s. 595–607(13), <https://doi.org/10.5848/APBJ.2010.00094> (dostęp: 10.03.2018).
- Brokou D., Darra A., Kavouras M., 2021, *The new role of cartography in modern tourism*, AGILE: GIScience Series, 2, 19, Proceedings of the 24th AGILE Conference on Geographic Information Science, June 8–11, 2021, Technical University of Crete, Chania, <https://agile-giss.copernicus.org/articles/2/19/2021/agile-giss-2-19-2021.pdf> (dostęp: 14.01.2023).
- Dimitrovski D., Joukes V., Rachão S., Tibério M.L., 2019, Wine tourism apps as wine destination branding instruments: content and functionality analysis, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10, 2, s. 136–152, [www.emeraldinsight.com/1757-9880.htm](http://www.emeraldinsight.com/1757-9880.htm) (30.10.2022).
- Fast K., Jansson A., Lindell J., Ryan Bengtsson L., Mekonnen Tesfahuney M. (red.), 2018, *Geomedia studies. Spaces and mobilities in mediatized worlds*, Routledge–Taylor & Francis Group, New York–Abingdon.

<sup>16</sup> Już po złożeniu artykułu do Redakcji, a jeszcze przed otrzymaniem recenzji, autor prezentowanego tekstu zetknął się z sytuacją, która pozwala sądzić, że „zmiar” analogowych map turystycznych może tak szybko nie nastąpić. Otóż w miejscach w Namibii cieszących się szczególnie dużym zainteresowaniem turystów a mającym infrastrukturę telekomunikacyjną sprzed kilku lat (opartą na masztach przekaźnikowych, a nie np. na łączach światłowodowych), „popyt” ze strony odwiedzających na korzystanie z Internetu (w tym z geowizualizacji wieloelementowych) jest większy od „podaży”, jaką zapewniają miejscowi operatorzy telefonii komórkowej.

- Garibaldi R., 2023, The role of technology in wine tourism, [w:] Dixit S.K. (red.), *Routledge handbook of wine tourism*, Routledge International Handbooks, Taylor & Francis Group, Abingdon, [https://www.researchgate.net/publication/365960054\\_The\\_role\\_of\\_technology\\_in\\_wine\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/365960054_The_role_of_technology_in_wine_tourism) (dostęp: 19.06.2023).
- Garibaldi R., Sfodera F., 2020, Technologies for enhancing wine tourism experience, [w:] Dixit S.K. (red.) *The Routledge handbook of tourism experience management and marketing*, Routledge International Handbooks, Taylor & Francis Group, Abingdon, s. 409–417.
- Geali Y., 2011, *Route planning on leisure maps – how do paper and online maps affect task performance?* Faculty of Life Sciences, University College London, London University, London, praca magisterska. <https://ucl.ac.uk/content/2-study/4-current-taught-course/1-distinction-projects/7-11/gealiy.pdf> (dostęp: 10.03.2018).
- Gołębiowska I., 2021, *Użyteczność geowizualizacji wieloelementowych w kontekście semiotyki kartograficznej*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Goodchild M.F., 2007, Citizens as sensors: the world of volunteered geography, *GeoJournal*, 69, 4, s. 211–221.
- Gotlib D., 2008, Nowe oblicza kartografii – Internet a kartografia, *Polski Przegląd Kartograficzny*, 40, 3, s. 237–246.
- Gupta A., Dogra N., George B., 2018, What determines tourist adoption of smartphone apps? An analysis based on the UTAUT-2 framework, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9, 1, s. 50–64.
- Kennedy-Eden H., Gretzel U., 2012, A taxonomy of mobile applications in tourism, *E-review of Tourism Research*, 10, 2, s. 47–50.
- Kowalczyk A., 2003, Szlaki wina – nowa forma aktywizacji turystycznej obszarów wiejskich, *Geografia turystyki, Prace i Studia Geograficzne*, 32, s. 69–98.
- Kowalczyk A., 2010, Turystyka winiarska, [w:] A. Kowalczyk (red.), *Turystyka zrównowazona*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 208–230.
- Kowalczyk A., 2022, Cztery 4Hs jako czynniki kształtujące region turystyki kulturowej, *Turystyka Kulturowa*, 1 (122), marzec, s. 109–152, <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/1332/1095> (dostęp: 24.11.2022).
- Kowalczyk A., Pokojski W., 2018, Nowe technologie w turystyce: przejście od map analogowych do map cyfrowych, *Folia Turistica*, 48, s. 13–40, <https://foliaturistica.pl/resources/html/article/details?id=183057&language=pl> (dostęp: 20.11.2022).
- Kraak M.-J., 2001, Settings and methods for web cartography, [w:] M.-J. Kraak, A. Brown (red.) *Web cartography. Developments and prospects*, Taylor & Francis, London–New York, s. 1–7.
- Kukułka M., 2012, Wspomaganie kartografa amatora w procesie edycji danych w serwisach geoinformacyjnych, *Archiwum Fotogrametrii, Kartografii i Teledetekcji*, 23, s. 197–207.
- Kukułka M., Gotlib D., 2014, Wpływ zjawiska neokartografii na rozwój serwisów internetowych udostępniających informacje przestrzenne, *Polski Przegląd Kartograficzny*, 46, 1, s. 34–46.
- Lewis G.K., Hardy A., Wells M.P., Kerslake F.L., 2021, Using mobile technology to track wine tourists, *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 2, 2, s. 1–11, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666957921000136> (dostęp: 11.12.2022).
- Małkiewicz M., bez roku wydania, *Sandomierski Szlak Winiarski*, Urząd Miejski w Sandomierzu, Góry Wysokie – Sandomierz.
- Manitchalermchai T., Chotsawasraksa R., Vittayakorn S., 2020, *Electronic map systems for tourist attractions*, 8th International Electrical Engineering Congress (iEECON), Chiang Mai, Thailand, 2020, s. 1–4, [https://www.researchgate.net/publication/340975245\\_Electronic\\_map\\_systems\\_for\\_tourist\\_attractions](https://www.researchgate.net/publication/340975245_Electronic_map_systems_for_tourist_attractions) (dostęp: 19.06.2023).
- Marczewska K., Pokojski W., 2022, Ocena jakości mobilnych map turystycznych na podstawie wybranych kryteriów, *Prace i Studia Geograficzne*, 67, 1, s. 61–73.
- McCleary Jr. G.F., 2009, Confronting the tourist map: divergent purposes and disparate users, *Proceedings of the 24th International Cartographic Conference*, Santiago de Chile, Chile, 15–21 November 2009, [http://iacci.org/files/documents/ICC\\_proceedings/ICC2009/html/nonref/23\\_3.pdf](http://iacci.org/files/documents/ICC_proceedings/ICC2009/html/nonref/23_3.pdf) (dostęp: 26.07.2022).
- Medyńska-Gulij B., 2012, *Kartografia i geowizualizacja*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

- Minasi S.M., Lohmann G., Valduga V., 2020, Geographic Information Systems are critical tools to manage wine tourism regions, *Tourism Geographies*, 25, 1, s. 198–219.
- Pavlov. *Wine village*, Village of Pavlov, Pavlov, 2005.
- Pokojski W., Pokojska P., 2012, Wirtualne podróże w serwisach internetowych i aplikacjach webGIS, *Turystyka i rekreacja*, 9, s. 31–37.
- Pokojski W., Pokojska P., 2015, Web mapping Google applications in environmental educations, *Edukacja Biologiczna i Środowiskowa*, 1, s. 51–56.
- Pritchard K., 2008, *Incorporating user opinion into a new wine tourism map for southwest Virginia*, Faculty of the Virginia Polytechnic Institute & State University, Blacksburg, VA, MSc thesis, <https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/36453/Pritchard.ETD3.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (dostęp: 25.06.2021).
- Riguccio L., Tomaselli G., Carullo L., Verde D., Russo P., 2017, Identifying areas suitable for wine tourism through the use of multi-criteria and geographic information system: the method and its application in the countryside around Mount Etna (Sicily), *Journal of Agricultural Engineering*, XLVIII, 2 (June), s. 88–98, <https://www.proquest.com/docview/2417352837/fulltextPDF/1890F40546C74F6FPQ/4?accountid=14887> (dostęp: 22.09.2022).
- Wang X., Li X., Zhen F., Zhang J., 2016, How smart is a tourist attraction? Measuring tourist preferences of smart tourist attractions via a FCEM – AHP and IPA approach, *Tourism Management*, 54, 3, s. 309–320.
- Zamarreño Aramendia G., Cruz Ruiz E., Hernando Nieto C., 2021, Digitalisation of wine tourism experience: A literature review and practical applications, *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 33, 2 (July–December), s. 257–283, [https://www.researchgate.net/publication/355667621\\_Digitalisation\\_of\\_Wine\\_Tourism\\_Experience\\_A\\_literature\\_review\\_and\\_practical\\_applications](https://www.researchgate.net/publication/355667621_Digitalisation_of_Wine_Tourism_Experience_A_literature_review_and_practical_applications) (dostęp: 19.06.2023).

#### Źródła internetowe:

- Beckmen Vineyards*, Beckmen Vineyards, Los Olivos, CA, <https://beckmenvineyards.com/blog/updated-vineyard-maps> (dostęp: 25.01.2023).
- Co to są klony winogron?*, Cubanfoodla™ <https://pl.cubanfoodla.com/what-are-grape-clones> (dostęp: 23.11.2022).
- Discover all friends of the wine route*, La Route des Vins.CA, <https://www.laroutedesvins.ca/en/the-wine-route> (dostęp: 23.01.2023).
- Patel M., 2023, *The 10 best wine apps for 2023 [updated]*, Concetto Labs, January 9, 2023, <https://www.concetto-labs.com/blog/best-apps-for-wine-aficionados> (dostęp: 15.01.2023).
- Percentage distribution of wine tourists in Spain between 2nd half 2019 and 1st half 2020, by means of transport*, 2021 Statista, <https://www.statista.com/statistics/776156/distribution-of-visitors-to-the-wine-routes-of-spain-by-means-of-transport> (dostęp: 23.05.2023).
- Portico Hills Vineyard: block map*, Circle Vision, <https://www.circlevision.com/portico-hills-vineyard/block-map.php> (dostęp: 23.11.2022).
- Shop wine maps. The source for wine maps, spirit maps & wine gifts*, VinMaps, <https://vinmaps.com/wine-maps> (dostęp: 22.01.2023).
- South African wine tourism. Visitor research report 2022*, Vinpro, Paarl, <https://vinpro.co.za/wp-content/uploads/2022/09/SA-WINE-TOURISM-VISITOR-RESEARCH-REPORT-2022.pdf> (dostęp: 23.05.2023).
- Wine routes*, Google Play apps, updated January 25, 2022, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.phonegap.wineroutes&hl=en&gl=US> (dostęp: 29.11.2022).