

Turystyka filmowa w Jeruzalu po sukcesie serialu *Ranczo*

Julia Kurantowicz

kurkajulkaa@gmail.com

Absolwentka studiów magisterskich

na kierunku Turystyka i rekreacja

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

ORCID: 0009-0002-8518-0153

Abstrakt: Turystyka filmowa w Polsce wciąż rozwija się wolniej niż w krajach zachodnich, jednak niewątpliwie może stanowić skuteczne narzędzie promocji miejscowości i regionów. Jednym z ciekawszych przykładów destynacji tej formy turystyki kulturowej jest wieś Jeruzal – niegdyś nieznaną nikomu miejscowość, a po sukcesie serialu *Ranczo* jeden z chętnie wybieranych punktów na mapie turystycznej Polski. Celem artykułu jest analiza, w jaki sposób popularność serialu wpłynęła na rozwój turystyki filmowej we wsi Jeruzal oraz jak kultura popularna może realnie pobudzić rozwój gospodarczy i turystyczny. W artykule zarysowano teoretyczne ujęcia turystyki filmowej oraz pokrewnych zjawisk (*set-jetting*, *city placement*). Szerzej przedstawiono zagadnienia rozwoju turystyki w badanej miejscowości, która jest chętnie odwiedzana przez licznych fanów serialu *Ranczo*. Dokonano krytycznej oceny stopnia wykorzystania potencjału Jeruzala, zwłaszcza w zakresie rozwoju infrastruktury i usług turystycznych we wsi. Badania oparto na szerokim zakresie materiałów, obejmujących literaturę naukową, artykuły prasowe, przewodniki oraz źródła internetowe. Wiele wniosków sformułowano na podstawie badań terenowych przeprowadzonych na miejscu. W części empirycznej przedstawiono opinie zebrane w trakcie wywiadów z mieszkańcami Jeruzala oraz wyniki sondażu diagnostycznego przeprowadzonego wśród turystów odwiedzających tę miejscowość. Wspomniane badania zostały wykonane wiosną 2025 roku. Ich wyniki stanowią podstawę do sformułowania określonych rekomendacji dotyczących lepszego dostosowania miejscowości do oczekiwań odwiedzających ją uczestników turystyki filmowej.

Słowa kluczowe: turystyka kulturowa, turystyka filmowa, *set-jetting*, *city placement*, serial *Ranczo*, Jeruzal, kultura popularna

Wprowadzenie

W dzisiejszych czasach turystyka rozwija się niezwykle dynamicznie, odpowiadając na rosnące oczekiwania turystów, którzy coraz częściej poszukują niepowtarzalnych doświadczeń i inspiracji w kulturze popularnej [TTG Polska, 2024]. Dzięki temu oferta turystyczna staje się coraz bardziej różnorodna i dostosowana do indywidualnych potrzeb podróżujących, a w dobie popularności platform streamingowych oraz powszechnego oglądania filmów i seriali coraz więcej osób decyduje się na podróże do miejsc znanych z ekranu [Stasiak 2009, s. 225, 227].

Głównym celem artykułu jest ukazanie wpływu popularności serialu *Ranczo* na rozwój turystyki filmowej we wsi Jeruzal oraz zmianę postrzegania tej niewielkiej miejscowości przez mieszkańców i odwiedzających dzięki rozpoznawalności miejsc uwiecznionych w serialu. Tematyka ta jest szczególnie ciekawa, ponieważ pokazuje, jak kultura popularna może realnie pobudzić rozwój gospodarczy czy turystyczny. Jako źródła informacji posłużą m.in. informacje zamieszczone w literaturze

pochodzącej z różnych dziedzin, obejmującej przede wszystkim publikacje z zakresu turystyki kulturowej i filmowej, promocji regionów, kultury popularnej, marketingu terytorialnego, a także opracowania dotyczące historii i rozwoju społeczności lokalnych. W analizie przeprowadzonej na rzecz realizacji celu artykułu zostały uwzględnione pozycje naukowe, artykuły prasowe, przewodniki oraz źródła internetowe, co pozwoliło na wieloaspektowe ujęcie tematu i lepsze zrozumienie zjawiska rozwoju turystyki filmowej w Jeruzalu. W celu ukazania szerszego kontekstu dla badanej problematyki wykorzystano również wyniki autorskich badań przeprowadzonych wśród turystów odwiedzających serialowe Wilkowyje.

Biorąc pod uwagę wieloaspektowy charakter poruszanej tematyki zastosowano różnorodne metody badawcze, co umożliwiło wszechstronne podejście do omawianych zagadnień. Wykorzystano metodę analizy i interpretacji literatury, co pozwoliło na teoretyczne zdefiniowanie turystyki kulturowej i filmowej. Dodatkowo posłużono się metodą opisową w celu przedstawienia wsi Jeruzal oraz przybliżenia jak ułożenie jej w serialu *Ranczo* zmieniło atrakcyjność miejscowości dla turystów. W artykule uwzględniono również analizę wywiadów z mieszkańcami, co umożliwiło uchwycenie rzeczywistego wpływu serialu na codzienne życie wsi. Kluczową metodą była również metoda sondażu diagnostycznego, pozwalająca na zebranie opinii od turystów odwiedzających Jeruzal.

Turystyka filmowa jako jedna z form turystyki kulturowej

Turystyka filmowa jest zjawiskiem, które w ostatnich latach rozwija się bardzo dynamicznie, do czego przyczynia się zarówno rozwój kinematografii i coraz szersze oddziaływanie popkultury, jak i fakt poszukiwania przez wielu turystów nowych destynacji oraz motywów podejmowania wyjazdów.

W Polsce badania nad turystyką filmową są stosunkowo nowym obszarem, co sprawia, że dorobek terminologiczny z tego zakresu jest na razie niewielki, podobnie jak liczba prac poświęconych szczegółowym studiom przypadków. Jedną z najczęściej przywoływanych definicji turystyki filmowej sformułował Andrzej Stasiak, według którego „turystyka filmowa są to wszelkie podróże turystyczne śladami gwiazd filmu (aktorów, reżyserów) i ich dzieł, stwarzające okazje do głębszej refleksji i osobistego przeżywania utworów” [Stasiak 2009, s. 225]. Autor wyróżnia w ramach turystyki filmowej: turystykę biograficzną (m.in. podróże, których głównym celem jest zwiedzanie: muzeów biograficznych gwiazd ekranu, miejsc ich urodzin, życia, udział

w festiwalach filmowych, spotkaniach z idolami itp.) oraz turystykę fikcji filmowej, która polega na poszukiwaniu plenerów filmowych i telewizyjnych, czynnym i biernym udziale w plenerowych inscenizacjach, warsztatach filmowych i podróżowaniu szlakami bohaterów filmowych [Stasiak 2009, s. 225].

Natomiast Karolina Buczkowska opisuje turystykę filmową jako element turystyki imprez i wydarzeń, skupiających się na „udziale turystów w różnorodnych przedsięwzięciach (...) filmowych, kinowych (...)” [Buczkowska 2008, s. 46].

W zagranicznych publikacjach przed końcem lat 90. XX wieku turystyka filmowa była tematem omawianym w niewielkim stopniu w kontekście opracowań akademickich. Jednak z biegiem czasu, wraz z rozwojem medialnego zainteresowania i rosnącej fascynacji celebrytami, temat ten zyskał znaczną uwagę [Beeton 2006, s. 181]. Obecnie w zagranicznej literaturze można spotkać wiele różnych terminów odnoszących się do turystyki filmowej. Sue Beeton wprowadziła pojęcie *film-induced tourism*, które dosłownie oznacza turystykę inspirowaną filmem, definiując ją jako podróże do miejsc związanych z sukcesem filmu nakręconego w określonym regionie [Beeton 2005, s. 11]. Natomiast Simon Hudson i J.R. Brent Richtie używają terminu *film tourism*, opisując go jako wizyty turystyczne w miejscach przedstawionych w produkcjach telewizyjnych, filmowych, na DVD lub innych nośnikach wideo [Hudson, Richtie 2006, s. 256-268].

Niektórzy badacze wskazują, że pojęcie *screen tourism* lepiej oddaje istotę zjawiska, gdyż obejmuje zarówno produkcje filmowe, jak i telewizyjne, a tym samym pozwala uniknąć niejasności wynikających z szerszego zakresu jego interpretacji [Tucki 2016, s. 142].

Analiza definicji oraz zakresu turystyki filmowej pozwala zauważyć, że zjawisko to posiada wyraźny wymiar kulturowy, oparty na kontakcie turystów z wytworami kultury audiowizualnej oraz symboliką miejsc utrwalonych w przekazach medialnych. Z tego względu turystyka filmowa może być lokowana w obrębie turystyki kulturowej, rozumianej jako forma podróżowania, w której zasadniczą motywacją jest poznawanie materialnych i niematerialnych przejawów działalności człowieka.

Według klasycznej definicji Armina Mikosa von Rohrscheidta turystyka kulturowa obejmuje „wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej albo powiększenie ich wiedzy o organizowanym przez człowieka świecie otaczającym jest zasadniczą częścią

programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o jej podjęciu lub wzięciu w niej udziału” [Mikos von Rohrscheidt 2016, s. 47]. Warto zauważyć, że turystyka filmowa realizuje podstawowe założenia turystyki kulturowej, gdyż opiera się na obcowaniu z dorobkiem kinematografii, stanowiącej istotny element współczesnej kultury popularnej. Cytowany autor stworzył klasyfikację form turystyki kulturowej [Mikos von Rohrscheidt 2016, s. 76], jednak turystyka filmowa nie została w tym podziale wyodrębniona, co można tłumaczyć jej złożonym i wielowymiarowym charakterem oraz trudnością w jednoznacznym przyporządkowaniu.

Odwołując się do starszej definicji turystyki kulturowej (kulturalnej) sformułowanej przez Władysława Włodzimierza Gaworeckiego [2003, s. 81], można stwierdzić, iż turystyka filmowa wpisuje się w ramy turystyki kulturowej jako jej współczesna forma. Realizuje zarówno założenia turystyki zorientowanej na sztukę, traktując film jako formę ekspresji artystycznej, jak i turystyki zorientowanej na dziedzictwo kulturowe, gdy produkcje filmowe popularyzują historyczne miejsca, krajobrazy i tradycje regionów. Szerokie ujęcie turystyki kulturowej zaproponowane przez autora pozwala zatem jednoznacznie zaklasyfikować turystykę filmową jako jej integralny element.

Pokrewnym zjawiskiem do turystyki filmowej jest *set-jetting*. Termin ten oznacza podróżowanie do miejsc znanych z filmów czy seriali, a za jego twórczynię uważana jest amerykańska dziennikarka „New York Post”, Gretchen Kelly. Głównym celem *set-jettingu* jest odwiedzanie lokalizacji, w których rozgrywała się akcja popularnych produkcji kinowych i telewizyjnych, a także poszukiwanie ich unikalnej atmosfery. Turyści chętnie zwiedzają charakterystyczne miejsca znane z ekranizacji, czasami również po to, by odtworzyć przygody czy emocje, które przeżywali główni bohaterowie filmu. Na świecie zjawisko *set-jettingu* przestało być niszową formą podróżowania, a stało się dochodowym sektorem w branży turystycznej [Stasiak 2009, s. 225].

Istotnym momentem zarówno dla przemysłu filmowego, jak i turystyki, stał się film *Bunt na Bounty* z 1935 roku. Zdjęcia kręcono na wyspie Tahiti, która po sukcesie filmu stała się dużą atrakcją turystyczną [Sikorski, Wicher 2021, s. 9]. Jednak dopiero paręnaście lat później nastąpił znaczący wzrost popularności podróży śladami filmów za sprawą m.in. takiej premiery jak *Dźwięki muzyki* w reżyserii Roberta Wise’a z 1965 roku. Miasto Salzburg w Austrii, gdzie rozgrywa się akcja, każdego roku odwiedza ponad 300 tysięcy turystów, którzy chcą zobaczyć miejsca znane z filmu oraz te związane z historią rodziny Trappów [The Sound of Music 2026].

Za przełom w rozwoju *set-jettingu* uważa się wykorzystanie filmowych lokacji jako atrakcji turystycznych. Szczególnie duży wpływ na spopularyzowanie tej formy turystyki miała niezwykle dochodowa ekranizacja powieści J.R.R. Tolkiena – *Władca Pierścieni*. Sukces filmowej trylogii sprawił, że Nowa Zelandia, gdzie kręcono większość scen, stała się jednym z najchętniej odwiedzanych miejsc przez fanów kina. Ten fakt potwierdzają liczne statystyki: w 2000 roku (przed premierą pierwszej części) liczba turystów sięgała 1,7 mln osób, a już w 2016 roku wynosiła ponad 3,5 mln turystów. Wielu z tych podróżnych odwiedza miejsca, które pojawiły się w filmach i zostały tam uwiecznione. Obecnie aż 20% zadeklarowało, że to właśnie kultowa trylogia skłoniła ich do wyboru Nowej Zelandii jako celu podróży [Urbańczyk 2018, s. 35-36].

W Polsce pierwszym dziełem filmowym, które zapoczątkowało turystykę filmową i zostało stworzone właśnie z myślą o tym celu, był polsko-czeski film *Zadzwońcie do mojej żony* z 1958 roku. Jego zadaniem było promowanie turystyki w powojennej Polsce, ukazując kraj jako atrakcyjny turystycznie, a nie zniszczony przez wojnę [Sikorski, Wicher 2021, s. 14].

W czasach bardziej współczesnych o niezwykłych urokach naszego kraju przekonała się m.in. ekipa filmu *Opowieści z Narni*. Magia Karkonoszy, malownicze formacje Gór Stołowych oraz urok wodospadu Kamieńczyk zainspirowały twórców filmu, którzy przenieśli je na ekran jako część baśniowego świata Narni. Największą rolę rodzime pejzaże odegrały w części *Opowieści z Narni – Książę Kaspian*. Góry Stołowe i Szklarska Poręba stały się tłem dla przygód bohaterów, ukazując potencjał polskiej natury w światowej kinematografii. Ciekawe jest to, iż w Polsce kręcono również sceny do bollywoodzkiego filmu *Fanaa* (w Tatrach) oraz do amerykańskiej produkcji *Dowód życia* (na poligonie w Biedrusku) [Stefanik, Kamel 2011, s. 5-6].

Kolejnym ważnym zjawiskiem, które można kojarzyć z turystyką filmową jest *city placement*. Często przywoływana definicja Marcina Gębarowskiego mówi, że „*city placement* określa się jako działalność promocyjną polegającą na umieszczeniu danego miejsca w filmie, serialu, programie telewizyjnym, teledysku, grze komputerowej czy książce” [Gębarowski 2012, s. 115]. Na amerykańskim rynku kinematografii *city placement* jest zjawiskiem dobrze ugruntowanym [Sawicki 2014, s. 22]. W Polsce ta forma promocji dynamicznie się rozwija. Coraz więcej miast pojawia się nie tylko w serialach, filmach czy teledyskach, ale także angażuje się w sponsorowanie wydarzeń muzycznych, używając swojej nazwy. Taki trend wynika z faktu, że producenci filmowi coraz częściej dążą do obniżenia kosztów produkcji i nawiązują współpracę z władzami

samorządowymi, proponując promowanie lokalnych atrakcji poprzez ich obecność w materiałach filmowych, radiowych czy innych mediach [Stępowski 2014, s. 86].

Strategia promowania miasta w filmie opiera się na dwóch głównych czynnikach. Pierwszy to zaangażowanie miasta, które może obejmować finansowanie, udostępnianie zasobów, pomoc organizacyjną, a także wsparcie niematerialne, takie jak współpraca z władzami czy służbami miejskimi. Drugi czynnik to oczekiwania miasta wobec twórców filmu – chodzi o promowanie jego charakterystycznych miejsc, symboli czy nawiązania do geografii w dialogach. Najważniejszym elementem pozostaje wsparcie finansowe, które może sięgać kwoty do pokrycia całkowitych kosztów produkcji. Miasta często angażują pracowników, statystów lub władze, aby ułatwić realizację projektu. Istotne jest również włączenie symboli miasta w promocję filmu, co wzmacnia jego rozpoznawalność i wizerunek [Szromnik 2016, s. 165-166].

Sandomierz jest jednym z najlepszych przykładów *city placement* w polskiej kinematografii. Serial *Ojciec Mateusz* przyczynił się do ogromnego wzrostu popularności miasta, które obecnie przyciąga turystów z całego kraju [Szpara, Musz 2016, s. 32]. Dzięki serialowi stworzono trasę turystyczną „Śladami Ojca Mateusza”, a lokalne firmy, takie jak restauracje i hotele, zaczęły wykorzystywać wizerunek bohatera do promocji swoich usług. W 2009 roku (po emisji pierwszych odcinków serialu) do Sandomierza przyjechało o 30% więcej turystów niż w poprzednim roku [Gębarowski 2012, s. 118].

Światowym przykładem *city placement* w Polsce jest Wrocław, który został pokazany jako tło w filmie *Most Szpiegów* Stevena Spielberga, w którym Wrocław „zagrał” Berlin z lat zimnej wojny [Most szpiegów 2015].

City placement odgrywa istotną rolę w polskiej, jak i zagranicznej kinematografii, skutecznie promując miasta czy regiony. Dzięki wielokrotnym emisjom, także na platformach streamingowych, *city placement* pozwala na budowanie długofalowego wizerunku miejsc, co prowadzi do wzrostu ich prestiżu i zainteresowania zarówno turystów, jak i potencjalnych inwestorów.

Reasumując, zjawisko turystyki filmowej jest szerokie i wieloaspektowe. Turyści uprawiający tę formę turystyki kulturowej zazwyczaj podążają śladami twórców i bohaterów filmów oraz seriali, a szczególną popularnością cieszy się odwiedzanie znanych plenerów filmowych. Do tej pory nie powstała powszechnie akceptowana definicja turystyki filmowej, a sytuację dodatkowo komplikuje zróżnicowanie terminologiczne dotyczące samego zjawiska (np. propozycje innych określeń, jak *film-*

induced tourism) oraz pokrewnych terminów, takich jak *set-jetting* czy *city placement*. W przyszłości naukowa refleksja nad turystyką filmową z pewnością będzie dalej się rozwijać. Dobrą podstawę w tym zakresie mogą stanowić konkretne studia przypadków poszczególnych destynacji przyciągających turystów poprzez związek tych miejsc z filmami lub serialami.

Jeruzal – serialowe Wilkowyje jako destynacja turystyki filmowej

Wieś Jeruzal leży w południowo-zachodniej części gminy Mrozy, w powiecie mińskim, w województwie mazowieckim [Wirtualna Polska 2022]. Znajduje się 30 kilometrów od Mińska Mazowieckiego, posiadając jedynie 300 osób w liczbie ludności [Gmina Mrozy, 2026].

Historia Jeruzala, pierwotnie noszącego nazwę Żeliszew, sięga XV wieku. Do 1426 roku miejscowość była własnością prywatną rodziny Żelichowskich. W 1533 roku, z inicjatywy Serafina i Zygmunta Oborskich, Żeliszew uzyskał prawa miejskie na prawie magdeburskim, co poprzedziło utworzenie parafii i budowę drewnianego kościoła w 1532 roku. Do dziś zachował się także średniowieczny rynek o prostokątnym kształcie i znacznych rozmiarach, usytuowany przy dawnym trakcie łączącym Warszawę z Siedlcami [www.mrozy.pl, 31.01.2026].

W połowie XVIII wieku miejscowość znalazła się w posiadaniu Kazimierza Rudzińskiego, z którego inicjatywy w latach 1757–1758 wzniesiono nowy drewniany kościół, znajdujący się tam do chwili obecnej. W 1756 roku miasto zmieniło nazwę na Jeruzalem, później skróconą do Jeruzal, pełniąc w tym okresie funkcję lokalnego ośrodka pielgrzymkowego [www.mrozy.pl, 31.01.2026]. Ze względu na ograniczone możliwości rozwoju gospodarczego, konkurencję sąsiednich miast oraz trudności historyczne, Jeruzal stopniowo tracił znaczenie, zachowując prawa miejskie do 1820 roku [Kowalczyk 2017, s. 101]. Mimo utraty statusu miasta, miejscowość przez długi czas zachowywała miejski charakter i pełniła funkcje administracyjne, m.in. jako siedziba gminy. Ostatecznie w 1973 roku Jeruzal został włączony do gminy Mrozy [www.mrozy.pl, 31.01.2026].

Przed emisją serialu *Ranczo Jeruzal* był typową polską wsią o tradycyjnym charakterze, której życie koncentrowało się wokół rolnictwa, religii i lokalnych społeczności. Na pewno posiadał on lokalne znaczenie dla pasjonatów regionalnej historii czy architektury, lecz nie był miejscowością rozpoznawalną w szerszej skali.

Przełomowym momentem w najnowszej historii Jeruzala okazał się początek XXI wieku, kiedy to mazowiecka wieś stała się przestrzenią realizacji jednej z najpopularniejszych polskich produkcji telewizyjnych. Wybór Jeruzala jako głównej lokalizacji zdjęciowej sprawił, że miejscowość, dotychczas funkcjonująca głównie w świadomości mieszkańców regionu, zyskała ogólnopolski rozgłos i zupełnie nowy wymiar kulturowy oraz turystyczny.

Ranczo to polski serial emitowany w TVP1, pierwszy odcinek ukazał się 5 marca 2006 roku, a ostatni 27 listopada 2016 roku. Serial zakończył swoją produkcję po 10 sezonach, obejmujących łącznie 130 odcinków [Drapikowska 2021, s. 27-48]. Scenariusz serialu *Ranczo* zawdzięcza swój sukces śp. Robertowi Brutterowi (Andrzej Grembowicz) oraz Jerzemu Niemczykowi. Reżyserem serialu jest Wojciech Adamczyk, a jego producentami: Maciej Strzembosz, Dorota Hawliczek oraz Paweł Mantorski. Za scenografię odpowiadał Janusz Sosnowski, a kierownikiem produkcji była Joanna Pindelska [Chmielewska, Grązka, G. Kowalczyk, L. Kowalczyk, Sulich 2014, s. 2-20]. Akcja serialu osadzona jest w fikcyjnej wsi Wilkowyje, położonej w okolicach Radzyna Podlaskiego [Domaciuk-Czarny 2024, s. 40-54].

Pomysł na serial narodził się niemal przypadkowo, choć oparty jest na rzeczywistych inspiracjach. Robert Butter (jeden z twórców scenariusza) nie potrafił dokładnie wskazać, co zainspirowało go do stworzenia głównej postaci serialu – Amerykanki, która postanawia zamieszkać na polskiej wsi. Jak wspominają współautorzy, być może impulsem była przeczytana w gazecie bądź usłyszana w radiu historia o Amerykance, która osiedliła się w Bieszczadach i została wybrana sołtysem [Szymborska 2016].

Miejsce do nagrywania serialu, podobnie jak jego pomysł, zostało wybrane w dużej mierze przez przypadek. Jak wspomina reżyser Wojciech Adamczyk, ekipa odwiedziła wiele wsi. Wiele miejsc nie spełniało wymagań scenariusza, jednak przypadkowy skrót przez Jeruzal okazał się przełomowy. To tutaj reżyser odnalazł idealne miejsce – z plebanią, kościołem, przystankiem autobusowym, szkołą i innymi elementami doskonale wpisującymi się w fabułę serialu [Chmielewska, Grązka, G. Kowalczyk, L. Kowalczyk, Sulich 2014, s. 2-20].

Historia serialu rozpoczyna się od przyjazdu młodej Amerykanki polskiego pochodzenia, Lucy Wilskiej (w tej roli zagrała Ilona Ostrowska), do zapomnianej przez świat wsi Wilkowyje. Miejscowość w początkowych odcinkach została przedstawiona jako typowa „wiocha” – miejsce z dala od nowoczesności oraz przemian społecznych.

Lucy początkowo zderza się z lokalną mentalnością, której nie rozumie jednak dzięki swojemu optymizmowi i determinacji zaczyna stopniowo wpływać na życie mieszkańców. Jak mawiał Kusy, jeden z głównych bohaterów serialu (w tej roli zagrał śp. Paweł Królikowski): „Wszyscy wiedzą, że się nie da, a Amerykanka i tak spróbuje...”. Lucy swoim przykładem inspirowała mieszkańców Wilkowyj, którzy zaczynają wierzyć w możliwość poprawy swojej sytuacji, lepszej organizacji życia i patrzenia z nadzieją na przyszłość [Szyborska 2016].

Sukces serialu stał się widoczny już po pierwszym sezonie, kiedy to rosnące grono fanów, nazywających siebie „Ranczersami”, wyraziło ogromne wsparcie dla kontynuacji produkcji. Widzowie aktywnie wspierali inicjatywy na rzecz kolejnych sezonów, organizując takie akcje, jak zbieranie podpisów pod petycjami czy nawet pikietami. To zaangażowanie skutecznie przekonało stację telewizyjną do dalszego rozwijania serii. Serial zdobył ogromną popularność, osiągając wyniki oglądalności sięgające 6 milionów widzów [Walusiak 2019, s. 8]. Produkcja została również uhonorowana licznymi nagrodami, w tym Telekamerami w latach 2009, 2015 i 2016 w kategorii „serial”, a także prestiżową Super Telekamerą Roku [Drapikowska 2021, s. 3]. Entuzjazm i lojalność fanów były wyraźnym dowodem na to, że *Ranczo* doskonale wpisało się w oczekiwania publiczności.

Kolejnym aspektem, dlaczego serial *Ranczo* zdobył ogromne uznanie widzów to umiejętne połączenie satyry społecznej z ukazywaniem problemów i realiów „Polski powiatowej”. Jak podkreślił Wiesław Godzic (polski filmoznawca), produkcja ta stała się zwierciadłem współczesnych Polaków – jednocześnie zabawnym, krytycznym i refleksyjnym [Demby 2014, s. 239]. Komizm serialu opierał się na ukazywaniu stereotypów i oporu wobec zmian, jednak twórcy przedstawili bohaterów z humorem i ciepłem, unikając złośliwości. „Ławeczka” znana z serialu – miejsce filozoficznych dyskusji miejscowych pijaków – zamiast być wyłącznie symbolem nałogu, stała się punktem wyjścia do refleksji nad życiem [Demby 2014, s. 234-247].

Mimo, iż ostatni odcinek *Rancza* został wyemitowany 27 listopada 2016 roku [Film Polski, 2026] fani nadal angażują się w życie serialu organizując spotkania, tworząc grupy fanowskie (przykładem jest największa grupa fanowska o nazwie „Ranczersi”) i aktywnie uczestnicząc w wydarzeniach związanych z *Ranczem*. Ich aktywność na różnych platformach społecznościowych, jak również zaangażowanie w lokalne inicjatywy czy akcje charytatywne, ukazują jak silna jest więź z tym serialem. Przykładem mogą być licytacje przedmiotów związanych z *Ranczem* (np. serialowy

napój alkoholowy znany większości osób w Polsce – Mamrot), które były i są organizowane na rzecz wsparcia potrzebujących. Dochód z najnowszej licytacji zdjęcia z autografem aktorki Grażyny Zielińskiej (zagrała rolę Babki Zielarki), zostanie przekazany na opłacenie rehabilitacji niepełnosprawnych podopiecznych Fundacji Przemek Dzieciom¹.

Serial *Ranczo* stał się kluczowym impulsem dla rozwoju turystyki w Jeruzalu. Dzięki emisji serialu miejscowość zyskała ogólnopolską rozpoznawalność, a motyw serialowy stał się głównym powodem wizyt turystów w tej wsi. Od czasu premiery serialu Jeruzal, znany z ekranu jako Wilkowyje, przyciąga tłumy odwiedzających. Co istotne, wielu z nich jest gotowych pokonać setki kilometrów, aby zobaczyć na własne oczy wszystkie lokacje znane z ekranu telewizora. Jak podkreśla mieszkanka Jeruzala, spotykała osoby, które specjalnie przyjechały tutaj znad morza czy z gór – tylko po to, by zrobić sobie zdjęcie i zakupić pamiątki². Autor reportażu na Plejada.pl, który odwiedził Jeruzal w 2022 roku zauważa, że: „Na miejscu okazało się, że tego dnia nie tylko ja wpadłem na pomysł, by odwiedzić krainę *Rancza*”, a także: „Naprawdę, nie przygotowałem się na to, że nie będę mógł przesiedzieć na popularnej ławeczce nawet... dwóch minut!” [Osiński 2022]. Te oraz inne obserwacje pokazują, że Jeruzal pozostaje jednym z najchętniej odwiedzanych miejsc związanych z polską popkulturą, a zainteresowanie turystów nie maleje, mimo upływu czasu od zakończenia serialu.

Najchętniej odwiedzanymi miejscami są te, które według widzów mają największe znaczenie dla rozwoju fabuły i relacji między bohaterami. Lokacje te można zwiedzać zarówno indywidualnie jak i w ramach wytyczonych tras.

Spacer po Jeruzalu najczęściej rozpoczyna się przy rynku – to tutaj można spotkać największą liczbę turystów. Znajdują się tutaj jedne z bardziej rozpoznawalnych atrakcji takie jak słynny sklep „u Krysi” [Ryc. 1] oraz ławeczka. Często to w tych miejscach pojawiają się najważniejsze morały w serialu, odnoszące się do prostych, ludzkich spraw oraz codziennego życia. Kolejnymi punktami przy rynku są przystanek autobusowy [Ryc. 2] i kościół [Ryc. 3]. Wraz z kościołem, dla widzów ważną lokacją stała się plebania [Ryc. 4]. Wokół rynku znajdują się również tablice upamiętniające te miejsca, aktorów i twórców serialu. Następnym istotnym punktem na mapie Jeruzala jest budynek „starej” [Ryc. 5] i „nowej” szkoły [Ryc. 6].

¹ Informacja z grupy fanowskiej Ranczersi [2026].

² Informacje uzyskane od mieszkanki Jeruzala, Marleny Dudek, podczas rozmowy przeprowadzonej 8.05.2025.

W fabule serialu *Ranczo* ważnym miejscem jest biuro senatora Rzeczypospolitej Polskiej – Pawła Kozioła [Ryc. 7]. Około 100 metrów od serialowego rynku znajduje się apteka Więclawskiego [Ryc. 8] – równie uwielbiane miejsce przez turystów³. Te obiekty cieszą się szczególnym zainteresowaniem prawdopodobnie dlatego, że są położone bardzo blisko siebie i zachowały swój oryginalny wygląd znany z serialu. Ich autentyczność i łatwa dostępność sprawiają, że zwiedzający mogą w krótkim czasie zobaczyć najważniejsze punkty związane z fabułą, co dodatkowo wzmacnia poczucie uczestnictwa w serialowej rzeczywistości.

Poza wymienionymi najczęściej odwiedzanymi miejscami, w Jeruzalu kryje się jeszcze wiele innych, równie ciekawych zakątków, które warto zobaczyć i które pojawiły się w scenerii serialu.



Ryc. 1. Sklep „U Krysi” – sklepik Krystyny Więclawskiej

Źródło: Fot. Julia Kurantowicz



Ryc. 2. Przystanek autobusowy w filmowych Wilkowyjach

Źródło: Fot. Julia Kurantowicz

³ Wskazane najważniejsze lokacje zostały wybrane na podstawie badań terenowych oraz sondażu diagnostycznego.



Ryc. 3. Kościół parafialny w filmowych Wilkowyjach

Źródło: Fot. Julia Kurantowicz



Ryc. 4. Plebania w filmowych Wilkowyjach

Źródło: Fot. Julia Kurantowicz



Ryc. 5. „Stara” szkoła w filmowych Wilkowyjach

Źródło: Fot. Julia Kurantowicz



Ryc. 6. „Nowa” szkoła w filmowych Wilkowyjach

Źródło: Fot. Julia Kurantowicz



Ryc. 7. Budynek biura senatora Pawła Kozioła

Źródło: Fot. Julia Kurantowicz



Ryc. 8. Budynek apteki Więclawskiego

Źródło: Fot. Julia Kurantowicz

We wsi Jeruzal regularnie organizowane są spotkania miłośników serialu. W 2006 roku odbył się pierwszy Złot Ranczerów, a w 2022 roku podczas Jarmarku Folklowego miał miejsce pierwszy Ogólnopolski Złot Fanów Rancza [Wojewódzka-Wiewiórska, Sobkowicz 2023, s. 183-193]. To wydarzenie na tyle wpisało się w serca fanów, ale również mieszkańców Jeruzala, że Ogólnopolski Złot Fanów Rancza odbywa się tutaj co roku, w sierpniu. W 2024 roku miał on miejsce 15 sierpnia, a w programie pojawiły się takie aktywności, jak: „Bieg spod ławeczki” – śladami serialu, III Ogólnopolski Quiz wiedzy o serialu Ranczo oraz występy lokalnych zespołów. Dodatkowo gośćmi specjalnymi, którzy uczestniczyli w wydarzeniu byli serialowi aktorzy: Grażyna Zielińska, Beata Kowalska, Artur Barciś oraz Piotr Pręgowski [Ilczuk 2024]. W 2025 roku w zlocie wzięło udział blisko 12 tysięcy fanów⁴.

Poza takimi wydarzeniami, jak jarmarki i złoty, organizowane są w Jeruzalu również gry terenowe na orientację. Przykładem takiej gry jest TRINO – Turystyczno-Rekreacyjne Imprezy na Orientację pt. „Ochota na Mamrota”, gdzie zadaniem jest odpowiedź na pytania bazując na informacjach znajdujących się w Jeruzalu [Piekarski, Rozwadowski 2022]. Dodatkowo z inicjatywy biblioteki publicznej w Mrozach wytyczono szlak rowerowy o długości 10 km – śladami planu filmowego serialu *Ranczo*, który przebiega przez miejscowości gminne, gdzie kręcono sceny do serialu. W pobliżu większości budynków używanych jako tło w serialu umieszczono tabliczki informacyjne z krótkim opisem [Wojewódzka-Wiewiórska, Sobkowicz 2023, s. 183-193].

Turystyka filmowa w Jeruzalu – potencjał a rzeczywistość

Analiza oferty turystycznej oraz poziomu zagospodarowania jest niezwykle istotna z punktu widzenia oceny atrakcyjności miejscowości dla osób odwiedzających. Współczesna turystyka wymaga nie tylko atrakcyjnych walorów przyrodniczych czy kulturowych, ale także odpowiednio rozwiniętej infrastruktury, która umożliwi komfortowy pobyt i realizację potrzeb odwiedzających. Właściwe zarządzanie bazą noclegową, gastronomiczną, usługami towarzyszącymi, a także dostępnością komunikacyjną oraz jakością przestrzeni publicznej wpływa na konkurencyjność miejscowości, satysfakcję turystów oraz przyczynia się do rozwoju lokalnej gospodarki. Ocena ta pozwala także na identyfikację mocnych i słabych stron oferty turystycznej, co jest niezbędne do planowania dalszych działań rozwojowych.

⁴ Informacja z grupy fanowskiej Ranczersi [2026].

Dynamiczny wzrost zainteresowania Jeruzalem jako destynacją turystyczną, napędzany ogólnopolskim sukcesem serialu *Ranczo*, stanowi niezwykłą szansę dla lokalnego rozwoju. Jednak rosnące zainteresowanie turystów nie musi przekładać się na tworzenie odpowiednich warunków infrastrukturalnych. Jeruzal cieszy się wysoką oceną w opiniach odwiedzających – większość respondentów, którzy wzięli udział w badaniu sondażowym ocenia go jako miejsce bardzo interesujące. Jednak analiza stanu infrastruktury turystycznej oraz dostępności bazy gastronomicznej ujawnia wyraźne braki wymagające uzupełnienia.

Dostępność komunikacyjna Jeruzala stanowi jeden z kluczowych problemów zarówno dla turystów, jak i dla samych mieszkańców. Wynika to głównie z braku bezpośrednich połączeń kolejowych i autobusowych z dużymi miastami oraz konieczności wielu przesiadek podczas podróży, co zniechęca turystów do spontanicznych wizyt. Z tego wynika, iż najwygodniejszą opcją odwiedzenia Jeruzala jest podróż indywidualna. Wyjątkiem są wyjazdy zorganizowane np. przez biura podróży bądź mniejsze firmy, które czasami organizują wyjazdy tematyczne, zwłaszcza podczas ważnych wydarzeń, takich jak np. zlot fanów serialu *Ranczo*. Przykładem może być wycieczka z Wadowic, podczas której uczestnicy mają zapewniony transport do Jeruzala w dniu zlotu fanów, a także udział w atrakcjach przygotowanych specjalnie na tę okazję, takich jak koncerty, spotkania z aktorami czy zwiedzanie miejsc związanych z serialem [Turysta Wadowice 2026]. Tego typu wyjazdy zorganizowane są również z innych miast, umożliwiając wygodne i bezproblemowe dotarcie do Jeruzala wszystkich zainteresowanym, zwłaszcza tym, którzy wolą podróżować w grupie i korzystać z gotowego programu wycieczki.

W Jeruzalu baza noclegowa jest bardzo ograniczona. We wsi nie ma zbyt wielu obiektów noclegowych, są to jedynie pojedyncze obiekty agroturystyczne, domki letniskowe czy pokoje do wynajęcia. Co więcej, część gospodarstw agroturystycznych i innych obiektów w okolicy nie posiada żadnych informacji i promocji w Internecie, co znacznie utrudnia ich znalezienie i rezerwację. Informacje o takich miejscach można jedynie znaleźć lokalnie – często są oznaczone prostymi, drewnianymi tabliczkami przy ulicy, które wskazują możliwość wynajmu. Spośród dostępnych w Internecie obiektów noclegowych wyróżniają się „Ranczo Farmer” oraz „Ranczo nad Stawem”. Większość dostępnych obiektów noclegowych znajduje się w odległości kilkunastu bądź kilkudziesięciu kilometrów od Jeruzala, co może stanowić utrudnienie dla turystów. Brak większej liczby miejsc noclegowych w samej wsi zmusza odwiedzających

do dodatkowych dojazdów, co może być niewygodne, szczególnie dla osób niezmotywowanych. W wyniku przeprowadzonych analiz udało się uzyskać listę 12 obiektów noclegowych zlokalizowanych w promieniu 30 km od Jeruzala⁵. Są to najczęściej wybierane przez turystów miejsca zakwaterowania, które oferują różnorodne formy noclegu, takie jak obiekty agroturystyczne, pensjonaty, hostele, dostosowane do potrzeb odwiedzających. Jednym z najczęściej wybieranych obiektów są noclegi oferowane przez firmę Rapit, znajdujące się przy ulicy Siedleckiej 24 w Latowiczu. Biorąc pod uwagę popularność Jeruzala jako destynacji turystycznej – zwłaszcza podczas organizowanego latem Ogólnopolskiego Zlotu Fanów serialu *Ranczo* – zdecydowanie potrzebne jest więcej miejsc noclegowych bezpośrednio w tej miejscowości.

Oferta gastronomiczna jest słabo rozwinięta i nie spełnia oczekiwań odwiedzających. W miejscowości funkcjonują zaledwie dwa punkty gastronomiczne, z których najbardziej rozpoznawalnym jest lokal „Pierogi u Solejukowej”. Nazwa ta nawiązuje do serialu *Ranczo*, w którym to Kazimiera Solejuk (w tej roli Katarzyna Żak) zaskrynęła we wsi ze swoich domowej roboty pierogów. Mimo ciekawego konceptu, opinie turystów wskazują na niską jakość serwowanych potraw. Główna oferta lokalu opiera się na pierogach, które według odwiedzających nie wyróżniają się smakiem ani jakością. Dodatkowo w menu dominują dania typu fast food, co nie odpowiada oczekiwaniom odwiedzających. Drugim obiektem gastronomicznym jest smażalnia ryb, znajdująca się przy obiekcie „Ranczo nad Stawem”.

Poziom rozwoju bazy transportowej znacząco wpływa na dostępność danego obszaru dla ruchu turystycznego, umożliwiając turystom swobodne przemieszczanie się oraz realizację ich potrzeb [Zawilińska 2011, s. 127]. Jeruzal dysponuje bardzo ograniczoną bazą transportową, co stanowi wyzwanie nie tylko dla turystów, ale także dla mieszkańców wsi. W miejscowości znajduje się jeden przystanek autobusowy, obsługiwany przez dwa środki transportu. Wieś nie posiada żadnej stacji kolejowej bądź bezpośredniego transportu kolejowego. Najbliższa stacja kolejowa znajduje się w Mrozach, jest ona dobrze skomunikowana np. z Warszawą i innymi większymi miejscowościami dzięki regularnym połączeniom obsługiwanych przez Koleje Mazowieckie oraz PKP Intercity. W samym Jeruzalu nie funkcjonuje zorganizowany system komunikacji miejskiej ani podmiejskiej. Turyści polegają głównie

⁵ Informacja uzyskana z grupy fanowskiej Ranczersi [2026].

na prywatnych środkach transportu lub okazjonalnych usługach taksówkarskich dostępnych w okolicy. Problem ten dotyka szczególnie lokalną społeczność – jak zauważa jedna z mieszkank Jeruzala, osoby nieposiadające własnego samochodu zmuszone są do „podejmowania licznych, często skomplikowanych działań organizacyjnych, aby móc wyjechać z miejscowości czy załatwić codzienne sprawy poza Jeruzalem⁶.

Mimo iż dojazd indywidualny do Jeruzala jest stosunkowo prosty poprzez ułatwioną nawigację dzięki oznaczeniom drogowym, w samej wsi pojawia się kolejny problem – brak odpowiedniego parkingu. W samej miejscowości dostępne są miejsca parkingowe, jednak nie są one zorganizowane w formie dużych parkingów publicznych. Turyści najczęściej korzystają z niewielkich przestrzeni parkingowych przy samym rynku, co często zakłóca możliwość swobodnego zwiedzania tej przestrzeni, która jest kluczowym punktem turystycznym miejscowości. Dodatkowo, sytuacja ta rodzi zagrożenia dla bezpieczeństwa odwiedzających. Przestrzeń rynku jest miejscem, gdzie gromadzi się najwięcej ludzi – zarówno turystów, jak i mieszkańców, co sprawia, że ruch samochodowy w tym obszarze staje się szczególnie niebezpieczny. Inne miejsca parkingowe można znaleźć np. przy obiekcie „Ranczo nad Stawem”. Podczas dużych wydarzeń organizowanych we wsi, często samochody pozostawiane są na poboczach dróg lub w prywatnych posesjach po wcześniejszym uzgodnieniu z właścicielem.

Jeśli mowa o usługach turystycznych, to współczesny turysta oczekuje dziś nie tylko możliwości zwiedzania, ale także ciekawych doświadczeń, profesjonalnej obsługi oraz dostępu do unikalnych produktów i przeżyć. Dynamiczny rozwój branży turystycznej sprzyja powstawaniu nowych usług, zwiększa konkurencyjność regionów i stanowi ważne źródło dochodu dla lokalnych społeczności [Kozak 2008, s. 38]. Największym magnesem przyciągającym turystów do Jeruzala są miejsca znane z serialu *Ranczo*. Oprócz atrakcji filmowych Jeruzal oferuje także walory przyrodnicze. W okolicy znajdują się szlaki rowerowe i piesze, jezioro oraz rezerwat przyrody Florianów. Rezerwat obejmuje ochroną ciekawe formy polodowcowe – morenę czołową, ozy oraz wydnię paraboliczną. Na terenie rezerwatu znajduje się także budynek zabytkowej leśniczówki, która powstała w XIX wieku oraz pomnik, który upamiętnia Floriana Cieszkowskiego. Dodatkową atrakcją znajdującą się nieopodal Jeruzala jest tramwaj konny w Mrozach. Jest to unikatowa w skali kraju atrakcja, gdyż

⁶ Informacje uzyskane od mieszkanki Jeruzala, Marleny Dudek, podczas rozmowy przeprowadzonej 8.05.2025

to jedyny w Polsce czynny tramwaj konny. Kursuje on sezonowo, zwykle od maja do września na trasie Mrozy – Rudka, która prowadzi przez malowniczy rezerwat Rudka Sanatoryjna [Trasy na Wczasy 2026]. W Jeruzalu przebiega również szlak rowerowy „Śladami serialu *Ranczo*”. Jest to trasa prowadząca przez miejsca znane z serialu, znajdujące się nie tylko w Jeruzalu. Szlak rozpoczyna się w Mrozach, przy stacji tramwaju konnego, a następnie wiedzie przez Rudkę, Kuflew, Jeruzal kończąc się w Łukowcu [Znaczki Turystyczne 2026].

Podstawową formą zwiedzania Jeruzala jest samodzielne odkrywanie miejsc związanych z serialem. W centrum miejscowości znajduje się tablica informacyjna z mapą wszystkich kluczowych atrakcji, a także opisy najważniejszych obiektów, przygotowana w ramach powstania szlaku rowerowego „Śladami serialu *Ranczo*”. Chociaż w Jeruzalu znajdują się mapy i tablice informacyjne, które obecnie wymagają renowacji, wciąż brakuje jednego, kompleksowego przewodnika turystycznego. Taki przewodnik, dostępny zarówno w wersji drukowanej do zakupu w Jeruzalu, jak i elektronicznej (np. w formie aplikacji mobilnej lub pliku PDF do pobrania), stanowiłby nie tylko praktyczne narzędzie dla odwiedzających, ale również atrakcyjną pamiątkę z pobytu. Obecnie informacje o tych miejscach są rozproszone i nie zawsze dostępne na miejscu dla podróżnych. Turyści często muszą samodzielnie planować wycieczki po okolicy, korzystając z różnych źródeł lub internetowych opisów tras.

Oferta przewodnicka w Jeruzalu pozostaje ograniczona. Brakuje profesjonalnej informacji turystycznej lub stałych punktów obsługi turystów. W przyszłości, poza przewodnikiem, warto rozważyć wprowadzenie audioprzewodników np. z udziałem znanych głosów z serialu, a także większej liczby gier miejskich i questów, które uatrakcyjnią zwiedzanie oraz pozwolą na indywidualne odkrywanie miejscowości.

Integralną częścią wizyty w Jeruzalu jest zakup pamiątek związanych z serialem *Ranczo*, które cieszą się ogromnym zainteresowaniem wśród odwiedzających. W lokalnym sklepiku przy rynku można znaleźć kultowe wino Mamrot, gadżety z wizerunkiem ławeczki, magnesy, kubki, koszulki, torby czy znaczki turystyczne. Popularne są również lokalne stoiska plenerowe, na których sprzedawane są produkty regionalne lub rękodzieło. Podczas corocznego Ogólnopolskiego Zlotu Fanów *Rancza* na rynku pojawiają się dodatkowe stragany z rękodziełem i lokalnymi wyrobami, co dodatkowo podkreśla wyjątkowy klimat tego miejsca.

Przeprowadzony sondaż diagnostyczny wśród turystów odwiedzających wieś Jeruzal pozwala na sformułowanie szeregu wniosków oraz rekomendacji, które mogą stanowić punkt wyjścia do dalszego rozwoju oferty turystycznej tej miejscowości.

Narzędziem badawczym tej metody był kwestionariusz ankiety. Kwestionariusz zastosowany w badaniu był autorski i został starannie zaprojektowany, aby umożliwić zebranie rzetelnych i wielowymiarowych danych. Kwestionariusz ankiety został udostępniony zarówno w formie internetowej, jak i tradycyjnej. Część internetowa została przeprowadzona przy użyciu formularza Google, udostępnionego na grupie fanowskiej „Ranczo” znajdującej się na jednym z popularniejszych mediów społecznościowych jakim jest Facebook. Od 20 marca 2025 roku do 7 maja 2025 roku członkowie grupy uzupełniali go dobrowolnie. Z kolei badania terenowe przeprowadzono 23 marca 2025 roku bezpośrednio w Jeruzalu, gdzie materiał empiryczny zbierano wśród turystów odwiedzających wieś tego dnia. Po pytaniu o chęć udziału w ankiecie, zainteresowani wypełniali kwestionariusz na przygotowanych wcześniej formularzach w wersji papierowej. Bezpośredni kontakt umożliwił wyjaśnienie ewentualnych wątpliwości oraz zebranie opinii osób obecnych w miejscowości w czasie badania. Dobór próby respondentów do badań był celowy gdyż warunkiem udziału w badaniu było przynajmniej jednorazowe odwiedzenie miejscowości Jeruzal. Dzięki temu uzyskane odpowiedzi pochodziły wyłącznie od osób posiadających własne doświadczenie związane z tą lokalizacją, co zapewniło wysoką wiarygodność i trafność zgromadzonych danych. Po zebraniu wszystkich odpowiedzi, dane zostały przeniesione do arkusza Microsoft Excel, a na ich podstawie stworzono diagramy kołowe ilustrujące kluczowe wyniki.

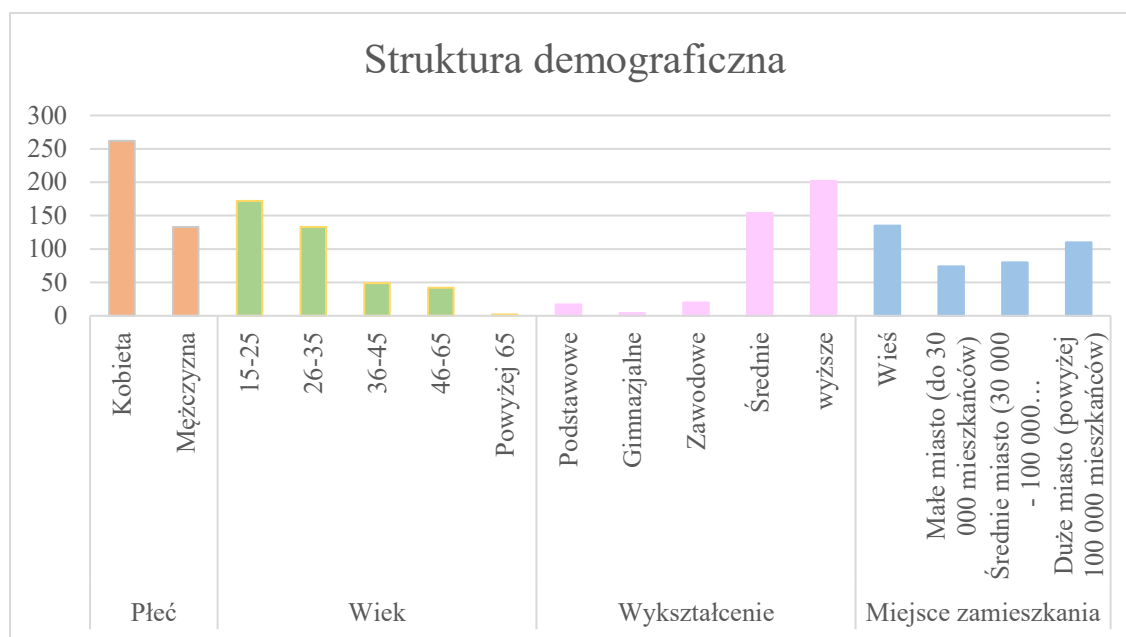
Ostatecznie w badaniu wzięło udział 400 respondentów. Ankietowani zostali poproszeni o podanie podstawowych informacji demograficznych, takich jak płeć, wiek, poziom wykształcenia oraz miejsce zamieszkania. Uzyskanie tych danych pozwoliło na stworzenie ogólnego profilu osób biorących udział w badaniu.

W trakcie analizy uzyskanych wyników szczególny nacisk położono na informacje demograficzne dotyczące uczestników badania, które zostały zgromadzone dzięki metryczce zamieszczonej na końcu ankiety. Pozyskane w ten sposób dane umożliwiły nie tylko precyzyjne opisanie grupy respondentów, ale również pozwoliły na głębszą interpretację rezultatów badania, zwłaszcza w odniesieniu do aspektów społecznych oraz zawodowych uczestników badania. Takie podejście umożliwia zrozumienie, w jaki sposób różne grupy demograficzne mogą postrzegać zmiany w odbiorze wsi Jeruzal

przez turystów, roli produkcji w rozwoju turystyki filmowej w miejscowości oraz ewentualnych zmian, jakich miejscowość wymaga do polepszenia swojej oferty.

Struktura demograficzna osób biorących udział w badaniu została zaprezentowana na rycinie 9. Analiza struktury płci wykazała, że większość respondentów stanowiły kobiety (66,3%), a mężczyźni to 33,7%. Wśród 400 respondentów największą grupą okazały się osoby w wieku 15-25 lat (43,2%). Drugą najliczniejszą kategorią wiekową byli respondenci w wieku 26-35 lat, którzy stanowili 33,4% ankietowanych. Osoby w wieku 36-45 lat to 12,3% próby, natomiast grupa wieku 46-65 lat wyniosła 10,6%. Udział osób powyżej 65 roku życia był marginalny. Takie wyniki wskazują, iż badanie koncentrowało się głównie na osobach młodych. Jest to szczególnie interesujące w kontekście celu badania, ponieważ analizowany serial miał swoją premierę niemal dekadę temu, kiedy większość obecnych respondentów była jeszcze dziećmi lub nastolatkami. Świadczy to o ponadczasowej popularności serialu wśród młodszych odbiorców lub o jego ponownym odkryciu przez nowe pokolenie widzów.

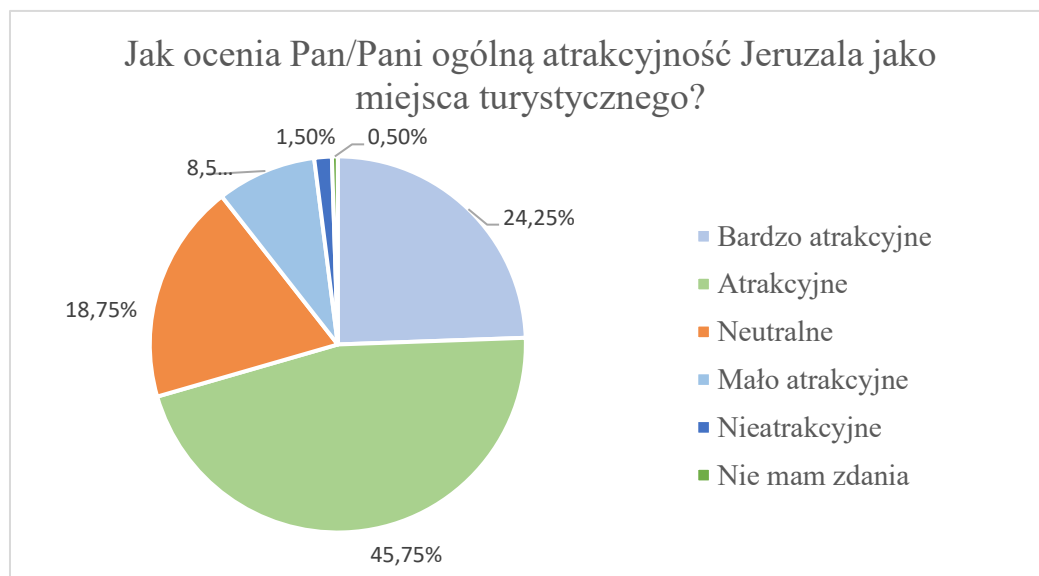
Spośród 400 osób, które udzieliły odpowiedzi na pytanie dotyczące wykształcenia, najwięcej respondentów posiadało wykształcenie wyższe – 50,9%. Drugą pod względem liczebności grupą były osoby z wykształceniem średnim – 38,8%. Pozostałe poziomy wykształcenia były reprezentowane znacznie rzadziej: zawodowe – 6,3%, podstawowe – 3%, a gimnazjalne 1%. Taki wynik może świadczyć o tym, że osoby z wyższym wykształceniem są bardziej skłonne do udziału w tego typu badaniach, wykazują większą aktywność społeczną i zainteresowanie tematyką ankiety. W odniesieniu do miejsca zamieszkania, dominującą grupą byli mieszkańcy wsi (33,8%). Kolejną liczną kategorię reprezentowali mieszkańcy dużych miast (powyżej 100 tysięcy mieszkańców) – 27,6%. Osoby zamieszkujące średnie miasta (30 000 – 100 000 mieszkańców) stanowiły 20,1%, natomiast najmniej liczną grupę tworzyli respondenci z małych miast (do 30 000 mieszkańców) – 18,5%. Takie rozłożenie procentowe może sugerować, że popularność wyjazdów do miejsca nagrywania serialu *Ranczo* wynika z różnych motywacji poszczególnych grup respondentów. Mieszkańcy wsi mogą być szczególnie zainteresowani odwiedzeniem planu serialu, ponieważ fabuła jest im bliska i odzwierciedla codzienne realia. Z kolei mieszkańcy dużych miast mogą chętnie wybierać się do Jeruzala, aby odpocząć od miejskiego zgiełku i doświadczyć atmosfery spokojnej, wiejskiej miejscowości.



Ryc. 9. Struktura demograficzna respondentów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań

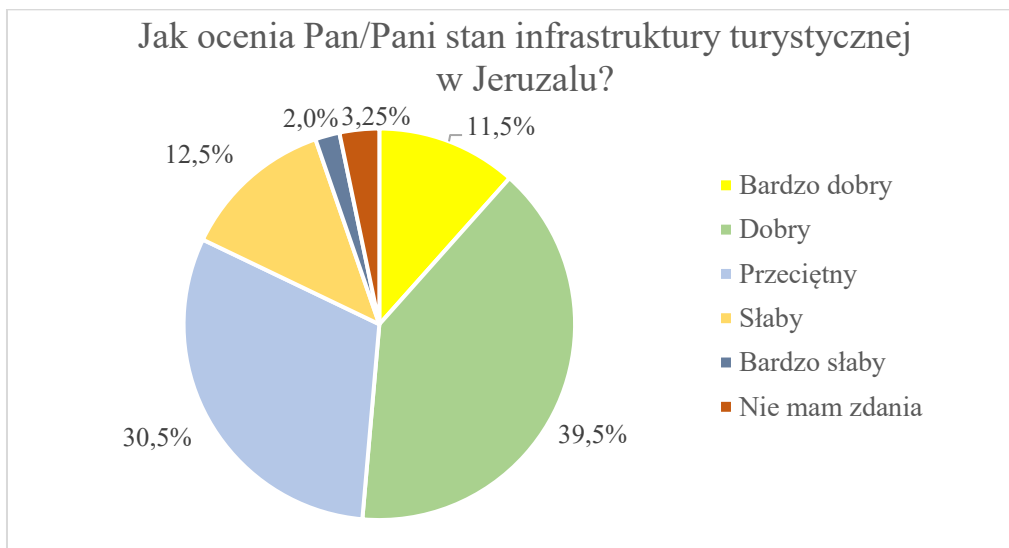
Skupiając się na wynikach sondażu, opinie na temat infrastruktury Jeruzala są podzielone. Ogólna ocena atrakcyjności wsi jako miejsca turystycznego wypadła pozytywnie. Ponad dwie trzecie respondentów uznało miejscowość za atrakcyjną, co potwierdza jej znaczący potencjał turystyczny. Neutralne bądź negatywne opinie stanowiły mniejszy odsetek [Ryc. 10].



Ryc. 10. Ogólna atrakcyjność Jeruzala według respondentów

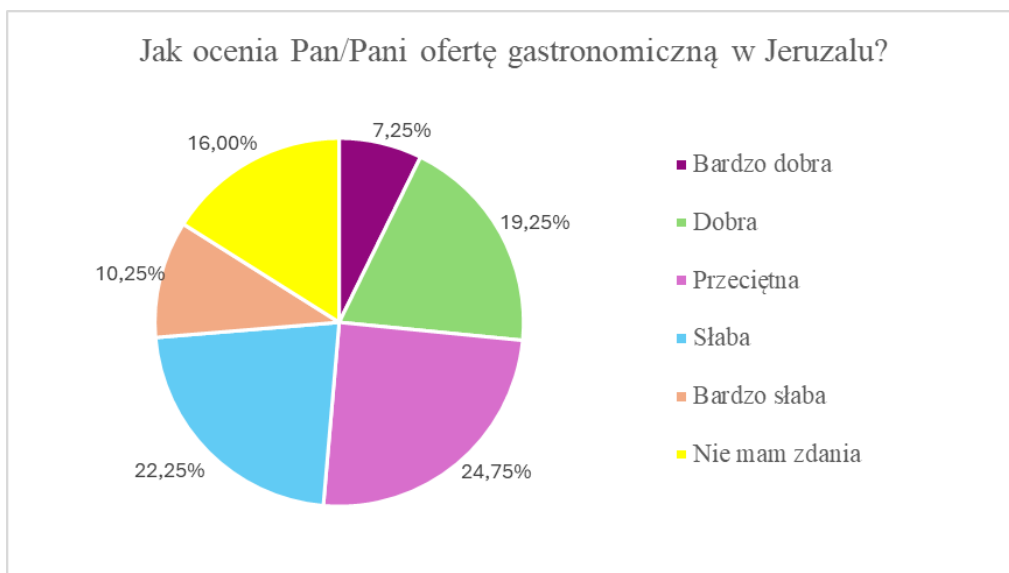
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań

Analiza stanu infrastruktury turystycznej ujawnia wyraźne braki wymagające uzupełnienia. Respondenci jednoznacznie potwierdzili, że infrastruktura nie spełnia w pełni ich oczekiwań [Ryc. 11.]. Mimo iż pojawiły się odpowiedzi za oceną dobrą bądź bardzo dobrą, znaczna część przeważa na ocenę przeciętną lub słabą. Wyniki pokazują, że infrastruktura wymaga modernizacji oraz ukazuje się tutaj przestrzeń do dalszych usprawnień, tak by w pełni odpowiadać oczekiwaniom odwiedzających.



Ryc. 11. Oceny dotyczące stanu infrastruktury turystycznej w Jeruzalu

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań



Ryc. 12. Ocena respondentów oferty gastronomicznej w Jeruzalu

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań

Wyniki dotyczące oceny oferty gastronomicznej pokazują, że na ten temat opinie respondentów są również podzielone. Zestawiając odpowiedzi pozytywne i negatywne,

widać wyraźnie przewagę opinii negatywnych [Ryc. 12]. Taki rozstaw odpowiedzi wskazuje, że oferta gastronomiczna Jeruzala jest postrzegana raczej przeciętnie. Najczęściej zgłaszanym postulatem jest rozbudowa gastronomii lub powstanie większego lokalu gastronomicznego, który umożliwiłby dłuższy pobyt i spożycie posiłku w większym gronie.

Kluczowym wyzwaniem dla rozwoju miejscowości pozostaje rozbudowa urządzeń turystycznych. Według opinii turystów na temat infrastruktury noclegowej, znaczna większość wskazała, iż jest ona niewystarczająca. Wskazuje na to fakt, że w większości przypadków respondenci odwiedzają Jeruzal tylko w ramach krótkich, kilkugodzinnych wycieczek, a dłuższe pobyty są rzadkością. Rozwój infrastruktury turystycznej można zaplanować tak, by zarówno spełnić oczekiwania odwiedzających, jak i zachować wyjątkowy klimat miejscowości, który jest doceniany przez odwiedzających poprzez możliwość zanurzenia się w atmosferze znanej z serialu. Jednym z proponowanych rozwiązań jest powstanie niewielkich, kameralnych gospodarstw agroturystycznych na obrzeżach wsi, które umożliwią turystom doświadczenie autentycznego życia na wsi, nie naruszając przy tym charakteru Jeruzala. Takie miejsca noclegowe w formie agroturystyki pozwolą na powiększenie bazy noclegowej, a jednocześnie wpiszą się w sielski krajobraz i tradycyjną atmosferę wsi.

Dużym atutem oferty turystycznej Jeruzala jest możliwość nabycia charakterystycznych gadżetów i produktów nawiązujących do serialu Ranczo, takich jak kultowe wino Mamrot, magnesy, kubki, koszulki czy torby z motywami z ławeczki przy sklepie. Te pamiątki, dostępne w lokalnym sklepiku przy rynku oraz na stoiskach plenerowych podczas zlotów fanów, cieszą się ogromnym zainteresowaniem – zdecydowana większość turystów (ponad 90% badanych) wyraża pozytywne nastawienie i wyraźną chęć ich zakupu.

W przeprowadzonych badaniach ankietowych padło pytanie wielokrotnego wyboru, dotyczące dodatkowych atrakcji, które ich zdaniem zwiększyłyby satysfakcję z wizyty w Jeruzalu. Największym zainteresowaniem cieszy się propozycja utworzenia miejsca spotkań dla fanów serialu, która uzyskała największą liczbę wskazań. Kolejne popularne odpowiedzi to: więcej sklepów i restauracji, produkty lokalne i rękodzieło, wycieczki z przewodnikiem oraz sklepy z pamiątkami. W kolejnym pytaniu, które miało charakter otwarty – „Jakie zmiany w zagospodarowaniu Jeruzala mogłyby, Pana/Pani zdaniem, uczynić wizytę bardziej satysfakcjonującą?” – respondenci wskazali bardzo

podobne kierunki rozwoju. W odpowiedziach wyłoniły się jawne postulaty dotyczące kierunku zagospodarowania przestrzeni i atrakcji, które mogłyby uczynić wizytę bardziej satysfakcjonującą.

Zakończenie

Turystyka filmowa, a także takie zjawiska jak *set-jetting* czy *city placement*, to obszary, które w Polsce wciąż rozwijają się wolniej niż w krajach zachodnich, jednak stanowią skuteczne narzędzie promocji miejscowości i regionów. Zawarta w pracy analiza wykazuje, że nawet w warunkach ograniczonej infrastruktury i niewielkiej świadomości społecznej, odpowiednio wykorzystany potencjał filmu czy serialu może znacząco wpłynąć na rozpoznawalność oraz atrakcyjność danego miejsca.

Rozwój turystyki filmowej w Jeruzalu oraz zmiana postrzegania tej miejscowości po sukcesie serialu *Ranczo* ukazuje, jak ogromny potencjał drzemie w wykorzystaniu kultury popularnej i mediów do promocji lokalnych destynacji. Sukces serialu sprawił, że ta niewielka miejscowość stała się znana w całej Polsce, przyciągając tysiące turystów chcących zobaczyć miejsca znane im z ekranu.

W efekcie Jeruzal powoli przekształca się w atrakcyjne miejsce turystyczne, a wyjątkowa więź między fikcyjnymi Wilkowyjami a realnym Jeruzalem dała początek nowym inicjatywom, wydarzeniom i przedsięwzięciom, które zintegrowały lokalną społeczność z fanami serialu.

Mimo pozytywnych wrażeń respondentów z wizyty, wskazali oni również szereg obszarów wymagających poprawy. Do najczęściej wymienianych należą: ograniczona baza noclegowa, niewystarczająca oferta gastronomiczna oraz brak profesjonalnej informacji turystycznej czy przewodnika. Wskazano również na potrzebę lepszej organizacji ruchu turystycznego czy rozwoju infrastruktury transportowej. Gdyby w Jeruzalu udało się wyeliminować wskazane niedociągnięcia i wprowadzić do oferty kilka kluczowych poprawek, miejscowość ta mogłaby stać się jednym z najlepszych przykładów *set-jettingu* i *city placementu* w Polsce.

Podsumowując, Jeruzal posiada znaczący potencjał turystyczny, oparty przede wszystkim na obecności w serialu *Ranczo* oraz autentyczności miejsc znanych z ekranu. Aby w pełni wykorzystać ten atut, niezbędne będzie podjęcie działań na rzecz rozbudowy infrastruktury, poprawy gastronomii, rozszerzenia asortymentu pamiątek oraz regularnej organizacji wydarzeń tematycznych. Realizacja tych zaleceń przyczyni

się do zwiększenia satysfakcji obecnych gości, przyciągnięcia nowych oraz wsparcia zrównoważonego rozwoju miejscowości.

Najlepszym rozwiązaniem byłoby powstanie miejsc noclegowych w formie agroturystyki, co pozwoliłoby na powiększenie bazy noclegowej, a jednocześnie wpisałoby się w sielski krajobraz i tradycyjną atmosferę wsi. Kolejnym ciekawym rozwiązaniem mogłoby być połączenie innych potrzeb w jedno – restaurację inspirowaną serialem *Ranczo* (np. restauracją u Japycza), oferującej wyroby kulinarne znane z ekranu. W takim lokalu znalazłoby się miejsce zarówno na odpoczynek podczas posiłku, jak i na spotkania fanów. Dodatkowym atutem mógłby być projektor bądź ekran, na którym prezentowane byłyby odcinki serialu, co pozwoliłoby gościom w pełni odczuć klimat *Rancza* i zintegrować się z innymi miłośnikami produkcji. Takie rozwiązanie uzupełniłoby element zarówno w zakresie gastronomii, jak i przestrzeni do spotkań, stanowiąc atrakcyjne miejsce dla wszystkich odwiedzających Jeruzal. Warto zauważyć, że tego typu restauracja stałaby się także miejscem zakupu pamiątek nawiązujących do serialu lub lokalnego rękodzieła i wyrobów. Łącząc funkcję restauracji z miejscem spotkań fanów oraz punktu sprzedaży pamiątek, można stworzyć unikalną przestrzeń, która nie tylko zaspokoi potrzeby turystów, ale również wzmocni tożsamość miejscowości związaną z serialem. Tego typu inicjatywa mogłaby stać się nową atrakcją oraz wizytówką Jeruzala, przyciągając zarówno nowych, jak i powracających gości.

Bibliografia

- Beeton S., 2005, *Film-induced Tourism*, Channel View Publications, Bristol, s. 1-270
- Beeton S., 2006, *Understanding Film-induced Tourism*, „Tourism Analysis”, t. 11, nr 3, s. 181-188
- Buczowska K., *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, AWF Poznań, Poznań, s. 46
- Chmielewska K., Grązka K., Kowalczyk G., Kowalczyk L., Sulich M., *Śladami planu filmowego serialu Ranczo. Przewodnik*, Gminna Biblioteka Publiczna w Mrozach, Mrozy 2014
- Demby Ł., 2014, *O wyższości Rancza nad Małyszem? Fenomen serialu Wojciecha Adameczyka i jego recepcja w prasie i Internecie*, [w:] P. Zwierzchowski, B. Giza, J. Bakes i K. Kosińska (red.), *Polskie seriale telewizyjne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz, s. 234-247
- Domaciuk-Czarny I., 2024, *Co mówią nazwy własne o „tutejszym Zachodzie” w polskim serialu Ranczo*, „Poradnik Językowy”, nr 7 (816), s. 40-54
- Drapikowska B., 2021, *Tożsamość i wspólnotowość Polaków jako istotne elementy bezpieczeństwa narodowego w świetle analizy treści komunikatów medialnych – wyniki badań*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”, nr 17, s. 27-48
- Gaworecki W. W., 2003, *Turystyka*, wyd. IV zmienione, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa

- Gębarowski M., 2012, *City placement – istota zjawiska oraz znaczenie w działaniach promocyjnych polskich miast*, [w:] M. Gębarowski, L. Witek, B. Zatwarnicka-Madura (red.), *Marketing – aktualne problemy i kierunki ewolucji*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów, s. 115-124
- Hudson S., Ritchie J.R.B., 2006, *Film tourism and destination marketing: the case of Captain Corelli's Mandolin*, „Journal of Vacation Marketing”, t. 12, nr 3, s. 256-268
- Kowalczyk T., 2017, *Relacje różnych grup społecznych, zamieszkujących parafie Kuflew, Jeruzal i Kałuszyn, w świetle akt metrykalnych z XVII i XVIII wieku*, „Studia Historica Gedanesia”, t. 8, s. 93-124
- Kozak M.W., 2008, *Koncepcje rozwoju turystyki*, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 1, s. 38-58
- Mikos von Rohrscheidt A. M., *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, wyd. 3, KulTour.pl, Poznań 2016
- Sawicki A., 2014, *City placement jako forma promocji miasta*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej”, nr 16, s. 21-28
- Sikorski D, Wicher J., 2021, *Potencjalne destynacje turystyki filmowej w Polsce na podstawie analizy miejsc produkcji filmów i seriali*, „Turystyka Kulturowa”, nr 4, s. 9-14
- Stasiak A., 2009, *Turystyka literacka i filmowa*, [w:] K. Buczkowska i A. Mikos von Rohrscheidt (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, t. 1, AWF Poznań, Poznań 2009, s. 223-265
- Stefanik M., Kamel M., 2011, *Kreowanie markowego produktu turystyki kulturowej (na przykładzie potencjalnego produktu pt. Filmowym tropem po Polsce)*, „Turystyka Kulturowa”, nr 8, s. 4-29
- Stępowski R., 2014, *Wszystko co chciałbyś wiedzieć o marketingu terytorialnym. Z praktyki polskich samorządów*, Wydawnictwo Roster, Rawa Mazowiecka
- Szpara K., Musz R., 2016, *Turystyka filmowa w Sandomierzu*, „Prace Geograficzne”, z. 145, s. 31-45
- Szromnik A., 2016, *City placement – innovational means of promoting cities*, „Polityki Europejskie, Finanse i Marketing”, nr 15, s. 161-169
- Tucki A., 2016, *Turystyka filmowa – wybrana problematyka badawcza*, „Barometr Regionalny”, t. 14, nr 2, s. 141-146
- Urbańczyk A., 2018, *Set jetting szansą rozwoju obszaru recepcji (na przykładzie Nowej Zelandii)*, [w:] P. Gryszel (red.), *Spojrzenie na współczesną turystykę*, Wydawnictwo Ad Rem, Jelenia Góra, s. 30-40
- Walusiak M., 2019, *Jeruzal jak Nowa Zelandia*, „Moda na Mazowsze”, s. 8-9
- Wojewódzka-Wiewiórska A., Sobkowicz M., 2023, *City placement w rozwoju funkcji turystycznej na obszarach wiejskich*, „Turystyka i Rozwój Regionalny”, nr 20, s. 183-193
- Zawilińska B., *Baza i dostępność komunikacyjna*, [w:] M. Mika (red.), *Kraków jako ośrodek turystyczny*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011, s. 127-145

Materiały internetowe

- Film Polski, 2026, *Ranczo*, [online:] <https://filmpolski.pl/fp/index.php?film=1215810>, dostęp: 1.02.2026
- Gmina Mrozy, 2026, [online:] www.mrozy.pl, dostęp: 31.01.2026
- Ilczuk A., 2024, *„Jarmark folkowy w Wilkowyjach” i III Ogólnopolski Złot Fanów Serialu „Ranczo” w Jeruzalu już 15 sierpnia*, 9.08.2024, [online:]

- <https://podlasie24.pl/kultura/jarmark-folkowy-w-wilkowyjach-i-iii-ogolnopolski-zlot-fanow-serialu-ranczo-w-jeruzalu-juz-15-sierpnia-20240809222150>, dostęp: 2.02.2026
- Most Szpiegów, 2015, „*Most szpiegów*” *Spielberga od dziś w kinach*, 18.11.2025, [online:] <https://www.wroclaw.pl/kultura/most-szpiegow-premiera-27-listopada>, dostęp: 29.01.2026
- Osiński K., 2022, *Odwiedziłem Wilkowyje. Dziś to „drugi Sopot”*, 7.08.2022, [online:] <https://plejada.pl/newsy/odwiedziem-wilkowyje-te-miejsca-trzeba-zobaczyc/vn12z9r>, dostęp: 3.02.2026
- Piekarski J., Rozwadowski P., 2022, *Jeruzal. Ochota na Mamrota*, sierpień 2022, [online:] <https://trino.pttk.pl/images/trasy/m/9m17.pdf>, dostęp: 2.02.2026
- Ranczersi, 2026, *Fan Club Serialu Ranczo-RANCZERSI*, [online:] https://www.facebook.com/groups/fan.club.serialu.ranczo/?locale=pl_PL, dostęp: 2.02.2026
- Szyborska D., 2016, „*Ranczo*”: 10 lat w Wilkowyjach. *Rozmowa z reżyserem Wojciechem Adamczykiem*, [online:] <https://wyborcza.pl/7,90535,21175431,ranczo-10-lat-w-wilkowyjach-rozmowa-z-rezyserem-wojciechem.html>, dostęp: 1.02.2026
- The Sound of Music, 2026, „*The Sound of Music*” w Salzburgu, [online:] <https://www.salzburg.info/pl/salzburg/the-sound-of-music>, dostęp: 29.01.2026
- Trasy na Wczasy, 2026, *Wilkowyje, czyli Jeruzal śladami serialu „Ranczo”*, [online:] <https://trasynawczasy.pl/239-wilkowyje-czyli-jeruzal-sladaami-serialu-ranczo>, dostęp: 7.02.2026
- TTG Polska, 2024, *Trendy w turystyce – podróże inspirowane popkulturą*, [online:] <https://ttgpolska.pl/trendy-w-turystyce-podroze-inspirowane-popkultura/>, dostęp: 21.03.2026
- Turysta Wadowice, 2026, *Wycieczka Wilkowyje – Złot Fanów Rancza – Warszawa*, [online:] <https://turystawadowice.pl/wycieczka/wilkowyje-zlot-fanow-rancza-warszawa/>, dostęp: 6.02.2026
- Wirtualna Polska, 2022, *Byliśmy w miejscowości z „Rancza”. Oto co powiedzieli nam mieszkańcy*, 30.10.2022, [online:] <https://wiadomosci.wp.pl/najpopularniejsza-wies-w-polsce-jeruzal-zmienil-sie-dzieki-pieniazdom-z-unii-europejskiej-6824811417824192a>, dostęp: 31.01.2026
- Znaczkowe Turystyczne, 2026, *No. 1160 Szlak Rowerowy Mrozy - Jeruzal – Łukowiec*, [online:] <http://www.znaczkowe-turystyczne.pl/znaczkowe-miejsca-turystyczne/szlak-rowerowy-mrozy-jeruzal-lukowiec-c1160>, dostęp: 7.02.2026

Film tourism in Jeruzal after the success of the series Ranczo

Abstract: Nowadays, tourism is developing extremely dynamically, responding to the growing expectations of tourists who are increasingly looking for unique experiences and inspiration in popular culture. Film tourism in Poland is still developing more slowly than in Western countries, but it can undoubtedly be an effective tool for promoting towns and regions. One of the most interesting examples of a destination for this form of cultural tourism is the village of Jeruzal – once unknown to anyone, and after the success of the TV series Ranczo, one of the most popular destinations on the tourist map of Poland.

The aim of this article is to analyse how the popularity of the series has influenced the development of film tourism in the village of Jeruzal and how popular culture can really stimulate economic and tourist development. The article outlines theoretical approaches to film tourism and related phenomena (set-jetting, city placement). It presents a broader overview of the development of tourism in the village, which is eagerly visited by numerous fans of the Ranczo series. A critical assessment is made of the extent to which Jeruzal's potential has been exploited, especially in terms of the development of infrastructure and tourist services in the village. The research is based on a wide range of materials, including scientific literature, press articles, guidebooks and online sources. Many conclusions were drawn on the basis of field research conducted on site. The empirical part presents the opinions gathered during interviews with the inhabitants of Jeruzal and the results of a diagnostic survey conducted among tourists visiting the town. The research was conducted in the spring of 2025. Its results form the basis for specific recommendations on how to better adapt the village to the expectations of film tourism visitors.

Keywords: cultural tourism, film tourism, set-jetting, city placement, series Ranczo, Jeruzal, popular culture