

Artykuły

Sylvia Kulczyk, Uniwersytet Warszawski

Atrakcyjność turystyczna krajobrazu – przykłady podejścia systemowego

Słowa kluczowe: krajobraz, atrakcyjność turystyczna, system

Streszczenie:

Artykuł omawia znaczenie i możliwości zastosowania koncepcji krajobrazu na potrzeby systemowego kształtowania atrakcyjności turystycznej.

Ponieważ zainteresowanie szczegółowym i wieloaspektowym poznaniem odwiedzanego obszaru jak również poszukiwanie autentyczności uważane jest za znaczący trend we współczesnej turystyce, zasadne wydaje się uwzględnienie tych potrzeb turystów w kreowaniu atrakcji turystycznych. Koncepcją przydatną w realizacji tego celu wydaje się koncepcja krajobrazu, rozumianego jako holistyczny system przyrodniczo-kulturowy.

W artykule przedyskutowano zalety i ograniczenia traktowania systemu krajobrazowego jako atrakcji turystycznej. Przytoczono przykłady form turystyki i sposobów zagospodarowania przestrzeni wspomagających holistyczny kontakt turysty z krajobrazem. Omówiono dwie procedury (dedukcyjną i indukcyjną) determinujące sposób, w jaki turyści zapoznają się z krajobrazem. Wskazano uwarunkowania ich wykorzystania na potrzeby budowania oraz zarządzania atrakcyjnością turystyczną obszaru recepcji turystycznej.

Wstęp

Jak w przypadku każdego skomplikowanego zjawiska, podejście systemowe jest trwale obecne w badaniach nad turystyką. Jednak znakomita większość z setek opracowanych dotąd modeli systemu turystycznego jest nie tylko bardzo uproszczona, ale przede wszystkim nie uwzględnia interakcji z innymi systemami społeczno-przyrodniczymi [Leiper 1990, Mc Kercher 1999, Farrell, Twining-Ward 2003]. Cytowani autorzy zwracają uwagę, że traktowanie systemu turystycznego jako kompleksowego, otwartego i nieprzewidywalnego, ma olbrzymie znaczenie dla ochrony wartości kulturowych i ekosystemów, zaś uznanie jego hierarchiczności ułatwia zarządzanie obszarami recepcji turystycznej.

Niniejszy artykuł dotyczy jednej tylko grupy elementów systemu turystycznego: atrakcji turystycznych. Autorka rozumie ten termin szeroko, jako wszelkie obiekty bądź elementy niematerialne cieszące się zainteresowaniem turystów, znane i odwiedzane. Atrakcje turystyczne najczęściej pojmowane są jako punktowe obiekty, jakkolwiek owa „punktowość” zależy przede wszystkim od skali (miasto na mapie kraju może być punktem, ale eksplorowane przez turystę staje się systemem atrakcji; niektóre atrakcje, np. szlaki kajakowe, mają charakter liniowy i mogą liczyć setki kilometrów, ale z punktu widzenia zarządzania turystyką są zbiorem punktów węzłowych dla ruchu turystycznego tworzących układ liniowy). M. Nowacki [2007] identyfikuje cztery zakresy badań atrakcji turystycznych. Są to systematyka i typologia atrakcji, badanie jakości produktu atrakcji, charakterystyka osób zwiedzających atrakcje oraz ocena ekspozycji i interpretacji atrakcji. Jak wynika z tej listy, atrakcje turystyczne traktowane są powszechnie jako odrębne, zamknięte całości. Oczywiście, istnieje powszechna świadomość, że zachodzą między nimi pewne związki, ale rozpatruje się je głównie pod kątem logistyki ruchu turystycznego (atrakcje zarządzane przez jednego gestora, funkcjonujące w ramach jednego szlaku itp.) bądź podobnego typu walorów, przyciągającego określoną grupę klientów.

Rzadko natomiast system atrakcji turystycznych funkcjonujących w ramach określonego obszaru rozpatruje się pod kątem znaczeniowym.

Skoro we współczesnej turystyce duże znaczenie przykłada się do autentyczności, zasadne wydaje się pytanie, czy i na ile odwiedzanie atrakcji turystycznej pozwala turystom na zbudowanie obrazu całego obszaru, którego jest ona oznacznikiem. Czy wrażenia z wycieczki są chaotyczną mozaiką czy układają się w jedną, spójną całość? Całość o dużej wartości poznawczej, odpowiadającą na pytania „jak to działa?”, a tym samym „czy to potrzebne?”, „warte ochrony?”. Odpowiedzi na te pytania z jednej strony zaspokajają poznawczy głód turysty, z drugiej strony są kluczowe dla turystyki realizowanej w duchu zrównoważonego rozwoju, wspierającej ochronę wartości kulturowych i przyrodniczych. Koncepcją, która wydaje się odpowiadać opisanym wyżej wyzwaniom, jest ujęcie krajobrazowe.

Atrakcyjność turystyczna krajobrazu

Autorzy podkreślający stary rodowód słowa "krajobraz" odwołują się do tekstów starochińskich [Wieber 2007] bądź do Księgi Psalmów [Naveh, Liebermann 1984]. Pozostając przedmiotem badania wielu dyscyplin naukowych, a jednocześnie określeniem funkcjonującym w języku potocznym, krajobraz był i jest definiowany na wiele różnych sposobów [m.in. Richling, Solon 2006, Kulczyk 2013]. Według Europejskiej Konwencji Krajobrazowej jest to: „Obszar, postrzegany przez ludzi, którego charakter jest wynikiem działania i interakcji czynników przyrodniczych i/bądź ludzkich”. Za zastosowaniem omawianej definicji w badaniach nad turystyką przemawia fakt, że:

- traktuje ona krajobraz jako holistyczne kontinuum przyrodniczo-kulturowe;
- uwzględnia wagę percepcji krajobrazu przez człowieka, nie ograniczając jej jednocześnie do postrzegania wizualnego.

Tak rozumiany krajobraz jest więc swoistym łącznikiem między przyrodą a kulturą, skalą lokalną i globalną, historią i współczesnością.

Ujęcie systemowe jest od dawna obecne w badaniach nad krajobrazem [Richling, Solon 2006]. Z punktu widzenia badań nad turystyką szczególnie istotne wydają się następujące cechy systemu krajobrazowego:

- wielozakresowość: fizyczny, wizualny i mentalny zakres krajobrazu często traktowane są jako oddzielne pola badawcze, pozostają jednak silnie ze sobą powiązane;
- skalowalność: krajobraz jest układem hierarchicznym, który może być rozpatrywany z różnym stopniem szczegółowości;
- dynamika: krajobraz podlega ciągłym zmianom o charakterze liniowym, cyklicznym bądź chaotycznym.

Wszystkie wymienione cechy odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu atrakcyjności turystycznej [Kulczyk 2013]. Tym samym atrakcje turystyczne powinny odzwierciedlać ich zróżnicowanie, dostarczając odbiorcy informacji o krajobrazie, w którym przebywa. Wrażenia i wiedza akumulowana dzięki odwiedzaniu różnych atrakcji powinny pozwalać na uchwycenie oraz zrozumienie najważniejszych relacji zachodzących pomiędzy elementami systemu krajobrazowego, budując jego całościowy wizerunek. Zgodnie z teorią Gestalt jest to nowa jakość, a nie jedynie suma części [Richling, Solon 2006]. Atrakcje turystyczne można oczywiście traktować jako oddzielne elementy, ale jednocześnie krajobraz jako całość również może być atrakcją.

Świadomość związków między krajobrazem a turystyką nie jest niczym nowym. Większość form turystyki (choć, jak zauważają m.in. W. Andrejczuk [2010] i W. Kozak [2009] – nie wszystkie) oparta jest właśnie na interakcji z krajobrazem. Jak napisano już wyżej, relacja ta ma szczególne znaczenie w przypadku turystyki poznawczej. S. Liszewski [2007] zauważa, że geografia dała początek tej formie turystyki na długo przed ukształtowaniem się geografii

turyzmu jako dyscypliny badawczej. Pojęciem krajobrazu jako atrakcji estetycznej posługiwał się m. in. nestor polskiej geografii i zwolennik wycieczek terenowych Wincenty Pol [za Pietrzakiem 2010].

Krajobraz w turystyce jest więc zarówno podmiotem, jak i przedmiotem poznania. Pojęcie "turystyki krajobrazowej" najczęściej odnoszone jest do podróży mających na celu podziwianie widoków [Andrejczuk 2010], ale bywa też rozumiane dużo szerzej. Autorce bliska jest koncepcja J.M. Mateo-Rodrígueza [2003], zgodnie z którą pod pojęciem turystyki krajobrazowej należy rozumieć wysokiej jakości turystykę poznawczą, umożliwiającą odkrycie i zrozumienie krajobrazu jako holistycznego systemu przyrodniczo-kulturowego. Należy w tym miejscu odnieść się do powszechnie stosowanego podziału na turystykę przyrodniczą i kulturową, którego odzwierciedleniem jest również tytuł niniejszego czasopisma. Specyfika podejścia krajobrazowego polega na jego kompleksowości, uwzględniającej zarówno zróżnicowanie przyrodnicze, jak i będącą jego efektem treść kulturową. To, jakie elementy włączane są do oferty turystycznej, wynika z charakteru i historii obszaru. Ponieważ większość ruchu turystycznego na świecie skupia się na obszarach zamieszkałych i przekształconych przez człowieka, turystyka krajobrazowa jest w większości przypadków silnie nacechowana kulturowo.

Relacje turystyka-krajobraz pozostają od lat przedmiotem badań prowadzonych przez specjalistów z wielu dziedzin: geografów, psychologów środowiskowych, architektów krajobrazu, socjologów itd. Jak wynika z przeprowadzonej kwerendy czasopism naukowych, do najpopularniejszych kierunków badawczych z zakresu problematyki turystyczno-krajobrazowej należą problem percepcji krajobrazu i jego kreowania na potrzeby turystyki [Kulczyk 2013]. Problematykę niniejszego artykułu sytuować należy na pograniczu wymienionych zagadnień.

Zgodnie z przedstawionymi wyżej rozważaniami atrakcyjność turystyczną krajobrazu należy rozpatrywać nie jako atrakcyjność poszczególnych budujących go obiektów, ale w ujęciu holistycznym. Powszechnie łączona jest ona z różnorodnością krajobrazu [Sołowiej 1987, Kulczyk, Lewandowski 2006] ale również ze stanem zachowania [Myga-Piątek 2012]. M. Antrop [1997] za krajobrazy o wysokiej wartości (również dla turystyki) uważa tzw. krajobrazy tradycyjne, które definiuje jako posiadające wyraźną strukturę, będącą odzwierciedleniem relacji między komponentami i decydującą o wartości przyrodniczej, kulturowej oraz estetycznej. Krajobrazy takie mają długą historię: ich struktura jest wynikiem powolnej ewolucji i jest odzwierciedleniem harmonii elementów biotycznych, abiotycznych i kulturowych. Ważną cechą krajobrazów tradycyjnych jest ich tożsamość, wyrażana m. in. poprzez toponimie. Każdy krajobraz jest zbudowany z mniejszych części, których jakość (mierzona np. wyrazistością powiązań między komponentami jest różna). Cytowany autor wprowadza pojęcie "zespołu krajobrazowego" – mniejszej, ale heterogenicznej całości tworzącej wyraźną strukturę. Od sumy przypadkowych elementów zespół krajobrazowy różni się tym, że opowiada pewną historię. Istnienie takich zespołów stanowi o oryginalności i wyjątkowości krajobrazu rozpatrywanego w mniejszej skali. Są one swoistymi "kotwicami", decydującymi o tożsamości obszaru a jednocześnie będącymi zasobem turystycznym.

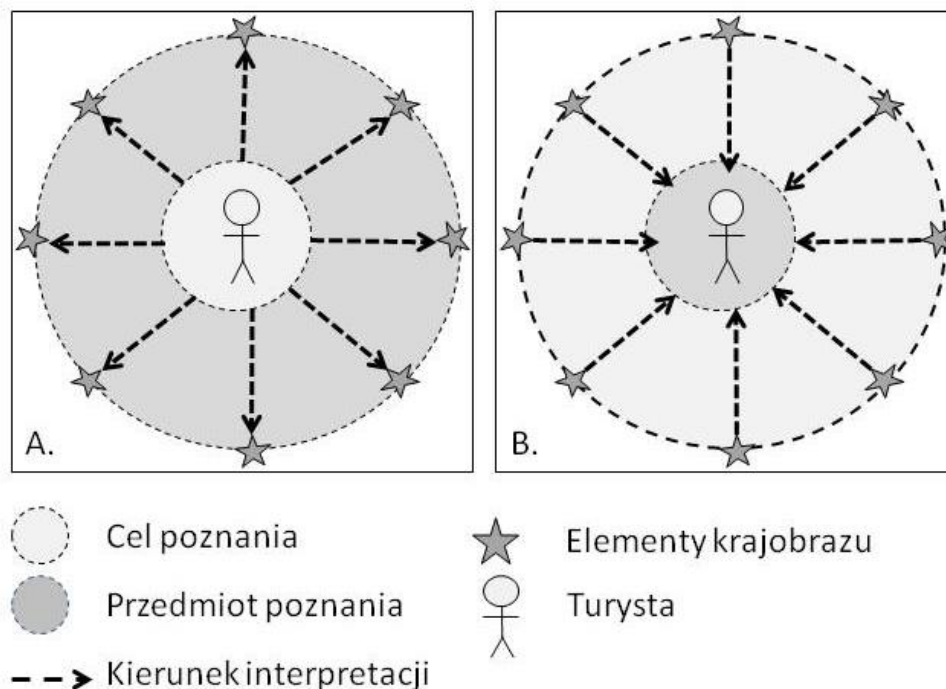
Zgodnie z koncepcją A. Kowalczyka [2013], droga zasób – walor – atrakcja turystyczna jest funkcją postrzegania danego zasobu przez turystów. Zasób, który jest rozpoznawany jako wartościowy, staje się walorem, a ten, który generuje ruch turystyczny, można nazywać atrakcją. Wypada zatem postawić pytanie w jaki sposób zaprezentować turystom krajobraz i zachęcić ich do odkrywania związków pomiędzy jego komponentami?

System krajobrazowy a system atrakcji turystycznych

Do klasycznych procedur badawczych geografii krajobrazu zalicza się dedukcję i indukcję [Ostaszewska 2002]. Dedukcja jest drogą "od ogółu do szczegółu", natomiast indukcja – łączeniem mniejszych całości w większą. Drogi te można odnieść do mechanizmu budowania atrakcyjności krajobrazu rozumianego jako holistyczna całość.

W przypadku dedukcji punktem wyjścia jest oznacznik – kotwica krajobrazowa, czyli innymi słowy główny obiekt przyciągający turystów w dany rejon. Inne elementy systemu pozostają tłem, o którym odwiedzający ma zazwyczaj dość mgliste wyobrażenie. Ten ogólny obraz wypełni się treścią, o ile turysta zostanie wsparty odpowiednim źródłem informacji. Może być nim materiały drukowane, umieszczone w terenie tablice bądź informacje udzielane przez przewodnika. Dzięki objaśnieniom, ewentualnie różnego typu atrakcjom towarzyszącym, ogólny wizerunek krajobrazu zostaje nasycony indywidualnymi doświadczeniami turysty (ryc. 1A). Do zalet opisywanego podejścia zaliczyć należy jego przewidywalność i efektywność – zasilony odpowiednio przygotowaną informacją turysta jest w stanie relatywnie szybko zidentyfikować podstawowe elementy i prawidłowości rządzące krajobrazem. Proces poznawczy można wzbogacić o elementy skierowane do konkretnych grup odbiorców – np. angażując ich w „poszukiwanie skarbów” czy też wytyczając cele o charakterze sportowym. Pewnym ograniczeniem opisywanego procesu jest fakt, że odbiorca operuje w narzuconych przez formułę wyjaśnień ramach. Z jednej strony daje to możliwość przekazania treści uważanych za najważniejsze przez ekspertów (autorów oferty), z drugiej ogranicza indywidualizm poznawczy.

Ryc. 1. Dedukcja i indukcja jako narzędzie poznawania krajobrazu. A. Dedukcja B. Indukcja



Źródło: opracowanie własne

Podejście indukcyjne sprowadza się do budowania przez turystę własnego wizerunku krajobrazu. W tym przypadku istnienie „kotwicy krajobrazowej” nie jest konieczne; na początkowym etapie poznawania krajobrazu turysta może uważać wszystkie oceniane elementy za równorzędne, dopiero rozpoznawszy je nadaje im rangi. Podstawowym zadaniem organizatorów turystyki jest skonstruowanie oferty w sposób umożliwiający samodzielną

interakcję z różnymi elementami krajobrazu. Proces ten można porównać ze sposobem, w jaki dziecko poznaje świat (ryc. 1B). Zaletą opisywanego podejścia jest jego indywidualizm – odbiorcy mają zróżnicowane zainteresowania i przykładają różną wagę do poszczególnych elementów krajobrazu. W tym przypadku informacja powinna wspierać samodzielną eksplorację, nie zaś narzucać jej zakres i wymiar. Znaczącym ograniczeniem opisywanego podejścia jest czas wymagany na "oswojenie" wybranego krajobrazu. Nawet w przypadku bardzo pobieżnej eksploracji musi być on relatywnie długi. Trudno przy tym określić ten wymiar w kategoriach bezwzględnych, zależy bowiem zarówno od zróżnicowania i czytelności krajobrazu, jak też od kompetencji poznawczych obserwatora.

Interpretacja dedukcyjna krajobrazu – przykłady

W Burgundii (Francja) odchodzi się od promowania kilku wybranych punktów na rzecz poznawania krajobrazu jako całości. Rolę przewodnika po krajobrazie regionu spełniają zarówno publikacje drukowane [Courel 2009] jak i informacje umieszczone w terenie. Publikacje drukowane zawierają wprawdzie więcej informacji, ale zabranie ich w teren wymaga wcześniejszego zaplanowania; turysta musi zatem z wyprzedzeniem określić swoje zainteresowania. Bardziej spontaniczne odkrywanie krajobrazu umożliwiają informacje umieszczone w terenie. W punkcie widokowym w Vezeley – miejscowości słynącej z romańskiego kościoła Św. Magdaleny, który wraz z całym założeniem klasztornym i towarzyszącym mu miasteczkiem uznać można za "kotwicę krajobrazową", zainstalowano "stację czytania krajobrazu" (*station de lecture du paysage*, ryc. 2) Na ceramicznym kręgu, przypominającym formą typową panoramę z opisem toponimii otoczenia, umieszczono nie tylko opis widoku, ale również informacje pomocne w jego interpretacji. Informacje o cechach przyrodniczych (przekroje geologiczne, kateny, dane klimatyczne) uzupełniono informacjami o historii, architekturze i tradycji regionu. Obie grupy zagadnień w czytelny sposób powiązано ze sobą. Obserwator może więc prześledzić zależność między formami rzeźby i ekspozycją a lokalizacją winnic, dowiedzieć się, skąd pozyskuje się typowe materiały budowlane oraz dowiedzieć się, jakich warunków klimatycznych wymagają typowe dla regionu uprawy i jakie dania się z nich przygotowuje. Dzięki temu krajobraz, początkowo odbierany jedynie jako ładny widok, zyskuje treść i wiele wymiarów.

Ryc. 2. Stacja czytania krajobrazu; Vezeley, Francja



Źródło: fot. własna, sierpień 2012

Interpretacja dedukcyjna jest przydatna w poznawaniu krajobrazu współczesnego, ale może służyć też odkrywaniu tzw. czwartego wymiaru krajobrazu – jego historii. Metodą pomocną w interpretacji krajobrazu jest w tym przypadku metoda biografii kulturowej. Opracowana przez Holendrów [Cuijpers, Bekius 2006] jako narzędzie planistyczne, może być stosowana również w celach poznawczych. Metoda ta zakłada inwentaryzację elementów strukturalnych krajobrazu (w podziale na powierzchniowe, liniowe i punktowe) i przypisanie ich do poszczególnych etapów historii badanego obszaru. Na tej podstawie powstaje mapa biografii krajobrazu, która – podobnie jak mapa geologiczna dla geoturystów – pełni rolę „wehikułu czasu”, wyjaśniając współczesną, obserwowaną podczas wycieczki, fizjonomię krajobrazu. Materiał taki może być wzbogacony o zdjęcia archiwalne, które turysta porówna ze stanem współczesnym. Ikonografia historyczna bywa umieszczana również bezpośrednio w terenie. W miarę potrzeby geneza zachodzących zmian powinna być dodatkowo skomentowana. Dodatkowe materiały wizualne pozwalają również na spojrzenie na krajobraz z perspektywy innej niż pozycja typowego obserwatora: na przykład z lotu ptaka. Dzięki takiej pomocy turysta odwiedzający historyczną granicę Cesarstwa Rosyjskiego w Pyzdrach (Wielkopolska) ma szansę dostrzec, że różny układ pól po obu stronach granicy zachował się mimo upływu blisko stu lat (ryc. 3).

Ryc. 3. Ikonografia jako pomoc w poznawaniu biografii krajobrazu; Pyzdry, Polska



Źródło: fot. własna, maj 2008

Interpretacja indukcyjna krajobrazu – przykłady

Przykładem krajobrazów, gdzie relacje między kulturą a przyrodą są szczególnie wyraziste, są tradycyjne krajobrazy rolnicze. Szansę¹ na bliższe poznanie tego typu

¹Nie zawsze wykorzystywaną – patrz m. in. Łapott 2012, Shéou, Southon 2013.

krajobrazów daje popularna na całym świecie forma turystyki etnicznej, tzw. *community based tourism* (CBT). Wielodniowe pobyty w gościnie u lokalnych społeczności są idealną okazją nie tylko do poznania lokalnej kultury, ale również warunków przyrodniczych, które ją warunkują. Niezbędne zagospodarowanie turystyczne (często ograniczone do bazy noclegowej) wpisuje się w otoczenie dzięki nawiązaniu (a często po prostu ich powieleniu) do lokalnych tradycji architektonicznych. Goście uczestniczą w codziennych pracach, swobodnie penetrują wioskę i jej otoczenie. Mając możliwość spojrzenia na krajobraz oczyma mieszkańców, poznają jego znaczenie dla codziennego życia. W swojej pasji poznawczej są jednak często zdani na samych sobie. Relacje z krajobrazem, które są przedmiotem zaciekawienia turysty, dla jego codziennych użytkowników są czymś oczywistym, nie wymagającym głębszej refleksji ani prezentowania gościom. Sposobem na wzbogacenie wiedzy jest zadawanie pytań; często jednak barierą pozostaje brak wspólnego języka.

Ryc. 4. Zagospodarowanie turystyczne jako element systemu krajobrazowego; A. Alfakoara, Benin, B. Brigambou, Niger



Źródło: fot. własne; A. – marzec 2013, B. – styczeń 2012

Przykładem oferty, która wprawdzie nie zachęca dosłownie do „poznawania krajobrazu”, ale de facto właśnie to proponuje, jest turystyka typu CBT rozwijana w otulinie parku narodowego Du W w Afryce Zachodniej, na pograniczu Nigru, Beninu i Burkina Faso. Sam park stanowi unikatowy w tej części kontynentu rozległy obszar o wysokim stopniu naturalności, natomiast jego obrzeża zamieszkałe są przez zróżnicowane kulturowo społeczności (głównie ludy Fulbe i Dżerma). Finansowany ze środków europejskich projekt ECOPAS (*Ecosystemes Proteges en Afrique Sahelienne*) zakłada, że jedyną drogą do zachowania wartości przyrodniczych obszaru jest pełna integracja przestrzenna podejmowanych inicjatyw oraz włączenie do nich lokalnej ludności. Mieszkańców wiosek graniczących z parkiem zachęcono do urządzenia miejsc noclegowych dla turystów i opracowania oferty o charakterze poznawczych. Powstałe *campement touristiques* zlokalizowane są poza wioską, ale nawiązują do tradycyjnej architektury osiedli na obrzeżu wioski (Brigambou, Niger) bądź też są wkomponowane w jej strukturę (Alfakoara, Benin). Za sygnał (być może nieświadomy) uznawania gości za integralny element systemu lokalnych powiązań uznać można lokalizację *campement* w pobliżu dominanty wizualnej – potężnego mangowca (Brigambou) czy umieszczenie na szyldzie pozdrowień w lokalnym języku (Alfakoara) (ryc. 4). Turystom umożliwia się swobodny kontakt z mieszkańcami. Elementem łączącym kulturowy i przyrodniczy aspekt krajobrazu jest możliwość obserwacji bądź uczestnictwa w codziennych pracach, będące pogładową lekcją harmonijnego wykorzystania zasobów naturalnych. Poprzez ofertę spacerów i wycieczek turystów zaznajamia się z wieloma aspektami krajobrazu: zachęca do obserwacji przyrodniczych, pozwala na poznanie sąsiednich wiosek zamieszkałych przez inne grupy etniczne i znaczących w życiu wspólnoty wydarzeń efemerycznych (targi, święta).

Jak wspomniano już wyżej, kluczowy dla indukcyjnego podejścia do poznawania krajobrazu jest czas. Z tej perspektywy szczególne relacje między gośćmi a krajobrazem charakteryzują właścicieli drugich domów. Jak podkreśla K. Pitkänen [2008] ich stosunek do krajobrazu, w którym wypoczywają, jest nie tylko oparty na jego gruntownej znajomości, ale również silnie nacechowany emocjonalnie. Czują się z nim związani, jednak w przeciwieństwie do stałych mieszkańców nie postrzegają go jako zasobu, który należałoby wykorzystywać inaczej aniżeli w celach rekreacyjno-wypoczynkowych. Cz. Adamiak [2013] nazywa takie podejście „muzealnym” i zwraca uwagę, że właściciele drugich domów są zazwyczaj przeciwnikami wszelkich zmian, które mogłyby obniżyć estetyczną jakość krajobrazu. Jest to paradoksalne o tyle, że osiedla drugich domów są elementem w zasadniczy sposób oddziałującym na krajobraz, nie tylko w aspekcie wizualnym, ale również jakości środowiska przyrodniczego i stosunków społecznych [Adamiak 2013, Pitkänen 2008]. Właściciele drugich domów jednocześnie poznają krajobraz i kształtują go.

Podsumowanie

Chociaż określenie „obszar atrakcyjny krajobrazowo” jest często traktowane jako synonim „obszaru atrakcyjnego turystycznie”, koncepcja krajobrazu nie jest efektywnie wykorzystywana na potrzeby zarządzania obszarami recepcji turystycznej. Na potrzeby turystyki krajobraz sprowadzany jest najczęściej do ładnego widoku, a niektóre z jego elementów są wyizolowanymi z systemu atrakcjami turystycznymi. Tymczasem za podejściem systemowym, oznaczającym uwzględnianie w zarządzaniu turystyką krajobrazu jako całości, przemawia szereg argumentów. Różnorodny krajobraz o czytelnych powiązaniach między elementami to bardziej zróżnicowana, a jednocześnie elastyczna oferta dla turysty. Oferta ta będzie przyjazna ekologicznie, bo zamiast zachęcać do dalekich podróży między kolejnymi punktami na mapie, skłania do głębszego, refleksyjnego poznania. Systemowe podejście do poznawania krajobrazu wydaje się też ograniczać niektóre zagrożenia negatywnymi przemianami społecznymi wynikającymi z rozwoju turystyki. Przedstawiciele lokalnych

społeczności, zwłaszcza tych odległych kulturowo od odwiedzających ich turystów, często dziwią się, bądź nawet uskarżają na szybkość i powierzchowność składanych im wizyt, sprowadzających ich do roli „ludzkiego zoo” (m. in. Turton 2004, Bajtyngier, Kulczyk 2012). Opracowanie ciekawej oferty z zakresu „turystyki krajobrazowej” może też wydłużyć czas, który turyści przeznaczają na odwiedzenie wybranego obszaru, a tym samym zaowocować korzyściami ekonomicznymi. Systemowe podejście do atrakcyjności turystycznej jako przyrodniczo-kulturowego kontinuum ma duży potencjał dla coraz popularniejszych form turystyki i rekreacji spod znaku turystyki „3E”, obejmujących aktywną eksplorację, samoedukację i „doświadczanie” otaczającego świata. Jednocześnie, turysta posiadający pewien zasób wiedzy o krajobrazie to turysta świadomy tego, co go otacza i swojego na to otoczenie wpływu. Opisywane podejście dobrze wpisuje się zatem w paradygmat zrównoważonego rozwoju i koncepcję turystyki odpowiedzialnej.

Upowszechnienie systemowego podejścia do krajobrazu jako atrakcji turystycznej wymaga przezwyciężenia pewnych barier. Do najważniejszych należą powszechność tradycyjnego ujęcia systemu turystycznego jako liniowego układu kilku zmiennych, ale też słaby poziom rozpoznania krajobrazowego wielu rejonów świata (w tym znaczących obszarów recepcji turystycznej). Inwentaryzacja i charakterystyka krajobrazu, będąca pierwszym etapem oceny uwarunkowań jego wykorzystania (również na potrzeby turystyki) wymaga zazwyczaj długotrwałych, interdyscyplinarnych badań. Wobec braku takich, zwłaszcza szczegółowych, danych dla wielu obszarów świata, realizacja procedury dedukcyjnej (czyli mówiąc prosto opowiedzenie turystom o tym, jak „działa” odwiedzany przez nich krajobraz) jest często utrudnione. Z kolei przeszkodą w realizacji procedury indukcyjnej („wszystkiego uczyć się na własnej skórze, poznaję elementy systemu poprzez interakcje”) jest jej długotrwałość.

Przytoczone w tekście przykłady, jakkolwiek nieliczne i przyczynkowe, wskazują jednak, że podejście krajobrazowe – stosowane świadomie bądź nie – funkcjonuje już w turystyce. Rosnąca świadomość skomplikowania systemu turystycznego i jego związków z innymi systemami (społecznym, przyrodniczym itd.), poszukiwanie nowych narzędzi zrównoważonego rozwoju, a w końcu potrzeba oferowania turystom kompleksowego, autentycznego produktu, pozwalają przewidywać dalszy wzrost znaczenia ujęcia krajobrazowego w turystyce.

Bibliografia:

- Adamiak Cz., 2013, *Rozwój drugich domów na obszarach cennych przyrodniczo na przykładzie regionu Borów Tucholskich*, Studia i Materiały CEPL w Rogowie, 15, 37/4/2013, 24-30
- Andrejczuk W., 2010, *Krajobraz a turystyka: aspekt konceptualny*, Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego, 14, 15-24
- Antrop M., 1997, *The concept of traditional landscapes as a base for landscape evaluation and planning. The example of Flanders Region*, Landscape and Urban Planning, 38, 105-117
- Courel L (red.), 2009, *Des paysages a voir et a lire en Bourgogne*, 2009, Educagri Editions, Dijon
- Cuijpers J.J., Bekius D., 2006, *Landscape biographical ensembles: a method for using cultural-historical aspects of the landscape in planning practice*, [w:] W. van der Knap, A. van der Valk A., *Multiple landscape. Merging past and present*, Wageningen University, Wageningen, 213-228
- Europejska Konwencja Krajobrazowa*, sporządzona we Florencji dnia 20 października 2000, Dz. U. z dn. 29.01.2006, nr 14 poz. 98
- Farrell B.H., Twining-Ward L., 2003, *Reconceptualizing tourism*, Annals of Tourism Research, 31, 2, 274-295
- Kowalczyk A., 2013, *Zasoby przyrodnicze jako atrakcje kulturowe: przykłady z wyspy Lanzarote (Hiszpania)*, Turystyka Kulturowa, 5/2013, 35-37
- Kozak M., 2009, *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa
- Kulczyk S., 2013, *Krajobraz i turystyka. O wzajemnych relacjach*, Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa

- Kulczyk S., Bajtyngier A., 2012, *Świadomi i pomocni. W stronę odpowiedzialnej turystyki. Przykłady z Nigru i Sierra Leone*, Polska Akcja Humanitarna, Warszawa
- Kulczyk S., Lewandowski W., 2006, *Ocena krajobrazu dla ekoturystyki na przykładzie okolic Chrobrza*, Problemy Ekologii Krajobrazu, XV, 191-199
- Leiper N., 1990, *Tourist attractions systems*, Annals of Tourism Research, 17, 3, 367-384
- Liszewski S., 2007, *Geografia turystyki w Polsce i jej wkład w rozwój nauk o turystyce*, [w:] W. Kurek, M. Mika (red.), *Studia nad turystyką. Tradycje, stan obecny i perspektywy badawcze*, Uniwersytet Jagielloński, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Kraków, 61-76
- Łapott J., 2012, *Dogonowie z Mali. Społeczność tradycyjna w okresie zmian*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin
- Mateo Rodríguez, J. M., 2003, *La idea del paisaje en el turismo de los sociedades post modernas. Retos y alternativas*, [w:] A. Capacci (red.), *Paisaje, ordenamiento territorial y turismo sostenible*, Brigati, Genova, 125-134
- McKercher B., 1999, *A chaos approach to tourism*, Tourism Management, 20, 425-434
- Myga-Piątek U., 2012, *Krajobrazy kulturowe. Aspekty ewolucyjne i typologiczne*, Uniwersytet Śląski, Katowice
- Naveh Z., Lieberman A., 1984, *Landscape Ecology – Theory and Application*, Springer Verlag, New York
- Nowacki M., 2007, *Metody i kierunki badań atrakcji turystycznych*, Problemy Turystyki, XXX, 1-4, 59-72
- Ostaszewska K., 2002, *Geografia krajobrazu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
- Pietrzak M., 2010, *Krajobraz rekreacyjny – istota, treść i zakres pojęcia*, Problemy Ekologii Krajobrazu, XXVII, 321-326
- Pitkänen K., 2008, *Second-home Landscape: The Meaning(s) of Landscape for Second-home Tourism in Finnish Lakeland*, Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment, 10, 2, 169-192
- Richling A., Solon J., 2006, *Ekologia krajobrazu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Shéou B., Southon A., 2013, *Ambiguities and difficulties in partnership relations: the case of 'fair tourism' in Western Africa*, Current Issues in Tourism, 16, 7-8, 753-772
- Sołowiej D., 1987, *Podstawy metodyki oceny środowiska przyrodniczego człowieka*, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Poznań
- Turton D., 2004, *Lip-plates and the people who take photographs*, Anthropology Today, 20, 2, 3-8
- Wieber J.C., 2007, *Les Diverses Approches Du Concept De Paysage: Dispersion Ou Complementarite?* [w:] K. Ostaszewska i in. (red.), *Znaczenie badań krajobrazowych dla zrównoważonego rozwoju*, Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa

Landscape tourist attraction – the examples of system approach

Keywords: landscape, tourist attractiveness, system

Abstract:

The article describes the importance and perspectives of implementation of the landscape concept for the system elaboration of tourist attraction.

As far as the interest in detailed and multifaceted cognition of the visited area together with looking for authenticity are concerned the important trend of the contemporary tourism it is important to include these aspects into management of tourist attractions. The concept of landscape holistic natural-cultural system is presented as useful in realization of this scope.

The advantages and the barriers of the system approach to tourist attractions considered as a part of a landscape are discussed. The author presents several examples of tourism activities and infrastructure that improve the way in which the landscape is perceived and understood by tourists. Two ways of landscape interpretation – deductive and inductive – are described. The conditions of their use for the purpose of creating and management of the destination's tourist attractiveness are discussed.