

Ewa Skowronek*
Andrzej Tucki**
Marta J. Jóźwik***

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

**KRAJOBRAZ TURYSTYCZNY
JAKO ELEMENT KSZTAŁTOWANIA WIZERUNKU
I ATRAKCYJNOŚCI OBSZARU.
PERCEPCJA KRAJOBRAZU TURYSTYCZNEGO
NA PRZYKŁADZIE ZWIERZYŃCA**

Streszczenie

W artykule zwrócono uwagę na funkcjonujące coraz częściej w literaturze przedmiotu pojęcie „krajobraz turystyczny”. Wyróżnienie składowych oraz rozumienie istoty powyższego terminu jest zagadnieniem bardzo ważnym z punktu widzenia właściwego funkcjonowania środowiska geograficznego. Krajobraz turystyczny tworzony przez człowieka w celu zaspokojenia jego potrzeb powinien być kształtowany zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Działania zmierzające do wykorzystania jego zasobów i walorów powinny mieć na względzie zachowanie harmonii między środowiskiem przyrodniczym i kulturowym oraz aktywnością społeczno-gospodarczą.

Zasadniczym celem opracowania była próba poznania struktury krajobrazu turystycznego, jego składowych wskazanych przez użytkowników (mieszkańców i turystów) oraz rozpoznanie ich wpływu na wizerunek oraz ogólną atrakcyjność wybranego obszaru recepcji turystycznej – Zwierzyńca. Podane przez respondentów odpowiedzi, skojarzenia oraz wskazane wartości ocen pozwoliły ustalić, jak krajobraz turystyczny jest przez nich rozumiany i postrzegany. Uzyskane opinie są istotne i powinny zostać

* Adres e-mail: ewa.skowronek@umcs.pl.

** Adres e-mail: andrzej.tucki@umcs.pl.

*** Adres e-mail: marjoz@umcs.pl.

uwzględnione przez lokalne władze w planach strategicznych regulujących właściwy rozwój regionów w perspektywie długookresowej.

Słowa kluczowe: krajobraz turystyczny, percepcja krajobrazu, Zwierzyniec

Wprowadzenie

Przegląd prac dotyczących ewolucji i zmian funkcji krajobrazów wskazuje na pojawienie się w literaturze naukowej nowego pojęcia – „krajobraz turystyczny”. Jest to termin stosunkowo młody i mało konkretny, a jego rozumienie i stosowanie ma zazwyczaj charakter intuicyjny. Bezpośrednie określenia lub definicje tego pojęcia pojawiają się w niezbyt wielu aktualnych publikacjach naukowych poświęconych krajobrazowi lub turystyce, tymczasem wielu autorów¹ w tytułach lub treści prac używa terminu „krajobraz turystyczny”. Do grupy badaczy, którzy zdefiniowali to pojęcie, należą: G. Wall², J.P. Lozato-Giotart³, A. Dietvorst⁴, B. Włodarczyk⁵, A. Kowalczyk i M. Derek⁶, A. Richling⁷, U. Myga-Piątek⁸ oraz autorzy niniejszego opracowania⁹. Ich zdaniem krajobraz turystyczny

¹ E. Skowronek, M.J. Józwick, A. Tucki, *Krajobraz turystyczny – koncepcja teoretyczna*, Warsztaty z Geografii Turyzmu, t. III: *Nowe–stare formy turystyki w przestrzeni*, Wyd. UŁ, Łódź 2013, s. 63–77.

² J. Jafari, *The Tourism Market Basket of Goods and Services: The Components and Nature of Tourism*, w: *Studies in Tourism, Wildlife, Parks, Conservation*, red. T.V. Singh, J. Kaur, D.P. Singh, Metropolitan Book Co. Pvt. Ltd, New Delhi 1982, s. 1–12.

³ J.P. Lozato-Giotart, *Géographie du tourisme*, Masson, Paris 1993, s. 1–312.

⁴ A. Dietvorst, *Tourist Landscapes: Accelerating Transformations*, w: *Leisure, Time and Space: Meanings and Values in People's Lives*, red. S. Scraton, LSA Publication, no. 57, Brighton 1996, s. 13–24.

⁵ B. Włodarczyk, *Przestrzeń turystyczna. Istota, koncepcje, determinanty rozwoju*, Wyd. UŁ, Łódź 2009, s. 124; *idem*, *Krajobrazy przestrzeni turystycznej*, „Turizm” 2009, vol. 19, z. 1–2, s. 90; *idem*, *The Tourism Landscape and Tourist Space of the City*, „Folia Turistica” 2011, vol. 25 (1), s. 268.

⁶ A. Kowalczyk, M. Derek, *Koncepcja krajobrazu turystycznego*, w: *Zagospodarowanie turystyczne*, red. A. Kowalczyk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 131–133.

⁷ A. Richling, *O krajobrazie raz jeszcze. Czy istnieją krajobrazy rekreacyjne?*, w: *Krajobrazy rekreacyjne – kształtowanie, wykorzystanie, transformacja*, red. A. Richling, PSW im. Jana Pawła II w Białej Podlaskiej–PAEK, Warszawa–Biała Podlaska 2010, s. 341–344.

⁸ U. Myga-Piątek, *Krajobrazy kulturowe. Aspekty ewolucyjne i typologiczne*, Pracownia Komputerowa Jacka Skalmierskiego, Katowice 2012, s. 151–153.

⁹ E. Skowronek, M.J. Józwick, A. Tucki, *op.cit.*, s. 72.

jest wyróżniającą się formą krajobrazu funkcjonalnie związaną z działalnością turystyczną człowieka. Jest pewną zintegrowaną i komplementarną całością, systemem ukształtowanym w celu zaspokojenia szeroko rozumianych potrzeb turystycznych. Jego atrybutami są: turyści, atrakcje turystyczne i zagospodarowanie turystyczne. Krajobraz turystyczny nie jest jednorodny (występują różne jego typy i odmiany), charakteryzuje się różnym poziomem autentyczności. Jest poddawany subiektywnej ocenie i konfrontacji przez turystów w związku z ich wyobrażeniami i oczekiwaniami, co wpływa na ciągłe jego przemiany. Powyższe stwierdzenia pozwalają na sformułowanie następującej definicji: „Krajobraz turystyczny to obszar o swoistej fizjonomii i strukturze odmiennej do innych typów krajobrazu, rozpoznawalny oraz akceptowany przez turystów, wykreowany w celu zaspokojenia ich potrzeb i oczekiwań”.

Wyróżnienie i rozumienie istoty krajobrazu turystycznego jest zagadnieniem bardzo ważnym z punktu widzenia właściwego funkcjonowania środowiska geograficznego, krajobraz turystyczny jest bowiem jednym z jego zasobów umożliwiającym rozwój różnorodnych funkcji, m.in. społeczno-gospodarczych i kulturowych, w tym turystyki. Jak podkreślają m.in. J. Wyrzykowski¹⁰, D. Zaręba¹¹ i S. Kulczyk¹², wszelkie działania zmierzające do wykorzystania krajobrazu turystycznego powinny mieć na względzie zachowanie harmonii między środowiskiem przyrodniczym, kulturowym oraz działalnością społeczno-gospodarczą. Utrzymanie równowagi wymienionych składowych wpływa na zachowanie ładu przestrzennego oraz kształtuje właściwy rozwój regionów w perspektywie długookresowej. Jest to bardzo ważne zadanie dla społeczności i władz lokalnych. Wynika stąd konieczność poznawania i określania składowych krajobrazu turystycznego istotnych z punktu widzenia użytkowników (turystów i mieszkańców) w celu jego właściwego planowania, użytkowania i ochrony, na co również zwraca uwagę Europejska Konwencja Krajobrazowa¹³.

W związku z powyższym zasadniczym celem artykułu jest wyodrębnienie składowych krajobrazu turystycznego wskazanych przez jego użytkowników

¹⁰ *Ocena krajobrazu Polski w aspekcie fizjonomicznym na potrzeby turystyki*, red. J. Wyrzykowski, Wyd. UWr, Wrocław 1991, s. 1–132.

¹¹ D. Zaręba, *Ekoturystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 1–182.

¹² S. Kulczyk, *Krajobraz i turystyka. O wzajemnych relacjach*, Wyd. UW, Warszawa 2013, s. 1–188.

¹³ Europejska Konwencja Krajobrazowa (DzU z 2006 r., nr 14, poz. 98).

(mieszkańców i turystów) oraz rozpoznanie ich wpływu na wizerunek i ogólną atrakcyjność wybranego obszaru recepcji turystycznej.

1. Obszar badań

Jako obszar badań wytypowano jedną z najbardziej popularnych wśród turystów miejscowości turystycznych Roztocza – Zwierzyniec. Jego tradycje turystyczne sięgają XVI w., kiedy powstała tutaj letnia siedziba Ordynacji Zamojskiej, i są nadal kontynuowane. Jest to miasto, które w literaturze przedmiotu określane jest mianem destynacji turystycznej¹⁴. Należy do jednostek przestrzennych charakteryzujących się w skali regionu lubelskiego największym potencjałem turystycznym¹⁵.

O atrakcyjności turystycznej Zwierzyńca decydują: położenie w strefie o najwyższych w skali regionu lubelskiego walorach środowiska przyrodniczego, istniejące walory wypoczynkowe, występowanie cennych walorów środowiska kulturowego, a także utrwalone funkcje turystyczne miasta¹⁶.

Zwierzyniec liczy ok. 3400 mieszkańców¹⁷. Od końca lat 70. XX w. (wraz z powstaniem RPN i stopniowym rozwojem infrastruktury turystycznej) coraz większy wpływ na charakter jego gospodarki mają usługi, w tym turystyczne. W 2012 r. wśród 309 podmiotów gospodarczych funkcjonujących w Zwierzyńcu w usługach odnotowano 176 firm (57%), z czego 46 podmiotów (15%) w sekcji: zakwaterowanie i gastronomia¹⁸.

Według danych Urzędu Miejskiego w Zwierzyńcu w czerwcu 2012 r. na terenie miasta znajdowały się 83 obiekty noclegowe (83,8% bazy noclegowej

¹⁴ A. Świeca, R. Krukowska, *The Role of the Zamojski Entailed Estate in Creation the Functions and Cultural Landscape of Zwierzyniec*, w: *Cultural Landscapes of the Lublin Upland and Roztocze*, red. E. Skowronek, W. Wołoszyn, T. Speck, K.M. Born, Kartpol s.c., Lublin 2006, s. 130–138.

¹⁵ A. Tucki, *Potencjał turystyczny regionu lubelskiego*, „Annales UMCS” 2009, sec. B., vol. 64, t. I, Lublin s. 11–31.

¹⁶ R. Krukowska, M.J. Józwick, *Walory turystyczne Zwierzyńca i okolic*, w: *Stan i zmiany środowiska geograficznego wybranych regionów wschodniej Polski*, red. R. Dobrowolski, S. Terpiłowski, Wyd. UMCS, Lublin 2004, s. 147–152.

¹⁷ *Województwo Lubelskie 2013*, Urząd Statystyczny w Lublinie, Lublin 2013.

¹⁸ http://lublin.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/lublin/ASSETS_13p16.pdf (21.05.2014).

gminy) z liczbą ok. 2 tys. miejsc noclegowych. Dominowały kwatery prywatne, zaledwie 5 stanowiło obiekty zbiorowego zakwaterowania (z liczbą 231 miejsc noclegowych). Baza gastronomiczna Zwierzyńca liczyła 5 obiektów i dysponowała 550 miejscami konsumenckimi.

Na terenie miasta rozwija się turystyka wypoczynkowa i poznawcza (przyrodnicza, kulturowa, festiwalowa, krajoznawcza) oraz kwalifikowana (piesza, rowerowa, kajakowa). Dominuje wypoczynek pobytowy krótkookresowy lub kilku-, kilkunastodniowy.

Powyższa charakterystyka potwierdza opinię o wybranej miejscowości jako o destynacji turystycznej. Zwierzyńca jest zatem właściwym miejscem do przeprowadzenia badań ankietowych na temat wyróżnienia składowych krajobrazu turystycznego oraz jego percepcji¹⁹ wśród mieszkańców i turystów.

2. Metody badań

Analiza będąca istotą niniejszego artykułu jest oparta na wynikach badań terenowych z wykorzystaniem techniki wywiadu kwestionariuszowego. Zawarte w ankiecie pytania dotyczyły postrzegania i rozumienia pojęcia „krajobraz turystyczny”. Badania przeprowadzono w miesiącach wakacyjnych (czerwiec–sierpień) 2012 r. i objęto nimi dwie dobrane celowo grupy respondentów: 50 turystów i 50 mieszkańców Zwierzyńca.

W pierwszej części kwestionariusza ankiety obie grupy respondentów zapytano o to, czy krajobraz Zwierzyńca można nazwać krajobrazem turystycznym. Następnie poproszono o uzasadnienie opinii oraz o wskazanie 3 elementów/skojarzeń, które o tym decydują.

W kolejnej części kwestionariusza badani określali wpływ wyróżnionych przez autorów 17 czynników środowiska geograficznego na atrakcyjność krajobrazu turystycznego. Ankietowani dokonywali powyższej oceny według skali Likerta. Podane przez ankietowanych turystów i mieszkańców Zwierzyńca

¹⁹ Percepcja środowiska w odniesieniu do istoty ludzkiej wiąże się z jej aktywną postawą wobec otoczenia, jest zarazem postrzeganiem, odczuwaniem i przeżywaniem, a dalej interpretacją, w końcu tworzeniem postaw. W skład percepcji środowiska wchodzi percepcja krajobrazu oraz „doświadczenie miejsca”. K.H. Wojciechowski, *O przydatności badań percepcji krajobrazu, w: O percepcji środowiska*, red. J. Bogdanowski, Instytut Ekologii PAN. Oficyna Wydawnicza, Dziekanów Leśny 1994, s. 109–124.

skojarzenia dotyczące analizowanego pojęcia oraz wskazane wartości ocen czynników decydujących o jego funkcjonowaniu pozwoliły ustalić, jak krajobraz turystyczny jest rozumiany i postrzegany przez respondentów. Ponadto, uzyskane wyniki pomogły wyróżnić elementy środowiska geograficznego, które zdaniem użytkowników decydują o atrakcyjności turystycznej krajobrazu badanego obszaru.

3. Wyniki badań

W trakcie przeprowadzonych w Zwierzyńcu badań ankietowych grupę respondentów stanowili dobrani celowo turyści i mieszkańcy. Wśród turystów (50 osób) 58% stanowiły kobiety, a 42% mężczyźni. Udział respondentów w wieku do 20. roku życia wynosił 12%, w przedziale wieku 21–40 lat było 44% osób, 41–60 lat – 36% i mających powyżej 61 lat – 8%. W analizowanej grupie zdecydowanie przeważały osoby posiadające wykształcenie wyższe (44%). Udział osób z wykształceniem średnim stanowił 28%, z wykształceniem wyższym zawodowym – 12%, policealnym – 8%, zasadniczym zawodowym/niepełnym średnim – 6% i podstawowym – 2%. Przeważali turyści z województwa lubelskiego (54%). Zdecydowanie mniejszy udział mieli przedstawiciele innych województw: mazowieckiego – 16%, śląskiego i podkarpackiego – po 10% oraz małopolskiego, kujawsko-pomorskiego, wielkopolskiego, świętokrzyskiego i warmińsko-mazurskiego – po 2%. Byli to głównie mieszkańcy miast (98%). Przeważały osoby, których długość pobytu w Zwierzyńcu nie przekraczała trzech dni (56%), z czego pobyt trzydniowy zadeklarowało 22% ankietowanych, dwudniowy – 18%, a jednodniowy – 16%. Udział osób wypoczywających w analizowanej miejscowości dłużej niż trzy dni zadeklarowało 44% ogółu badanych.

W grupie mieszkańców (liczącej 50 osób) 54% ogółu stanowiły kobiety, a 46% mężczyźni. Udział osób do 20. roku życia wynosił 4%, w przedziale wieku 21–40 lat było 66% mieszkańców, liczących 41–60 lat – 26% i mających powyżej 61 lat – 4%. W analizowanej grupie przeważały osoby posiadające wykształcenie średnie (38%) i wyższe (32%). Udział osób z wykształceniem wyższym zawodowym stanowił 12%, natomiast osób o wykształceniu policealnym, zasadniczym zawodowym/niepełnym średnim i podstawowym było po 6%.

Na pytanie o to, czy krajobraz Zwierzyńca można nazwać krajobrazem turystycznym, pozytywnie wypowiedziało się aż 95% ogółu badanych

(47 turystów i 48 mieszkańców). Jako potwierdzenie powyższego stwierdzenia uzyskano od respondentów różnorodne odpowiedzi, które pogrupowano w kilka podstawowych kategorii: atrakcje turystyczne obejmujące walory przyrodnicze i kulturowe (głównie zabytki) oraz inne atrakcje, opinie podkreślające odczucia, wrażenia i emocje osób związane z krajobrazem, stwierdzenia dotyczące zagospodarowania turystycznego oraz nieliczne inne opinie (tabela 1).

Tabela 1

Czynniki decydujące o istnieniu krajobrazu turystycznego według opinii respondentów

Składowe krajobrazu turystycznego	Turyści		Mieszkańcy		Respondenci ogółem	
	liczba odpowiedzi	% odpowiedzi	liczba odpowiedzi	% odpowiedzi	liczba odpowiedzi	% odpowiedzi
atrakcje turystyczne:	52	61	51	52	103	56
walory turystyczne przyrodnicze	35	41	33	33	68	37
walory turystyczne kulturowe (zabytki)	11	13	11	11	22	12
inne	6	7	7	7	13	7
odczucia, wrażenia, emocje	18	21	28	28	46	25
zagospodarowanie turystyczne	15	18	17	17	32	17
inne	0	0	3	3	3	2
Suma udzielonych odpowiedzi	85	100	99	100	184	100

Źródło: badania własne.

Poświadczaniem faktu, że Zwierzyniec w opinii osób objętych badaniem posiada krajobraz turystyczny, jest znaczący udział elementów środowiska przyrodniczego w przestrzeni miejscowości. Aż 37% ogółu ankietowanych jako składowe krajobrazu turystycznego wymieniało: obecność zieleni, lasy, Roztoczański Park Narodowy, stawy, piękną i bogatą przyrodę, urozmaicony krajobraz. W tej grupie wskazań nieznacznie przeważały opinie turystów (41%) nad wypowiedziami mieszkańców (33%) (tabela 1).

Dla respondentów w postrzeganiu krajobrazu jako turystycznego mniejsze znaczenie odgrywały zabytki. Wymieniły je zaledwie 22 osoby – 11 turystów (13%) i 11 mieszkańców (11%), co stanowiło łącznie 12% udzielonych odpowiedzi.

Kolejna grupa łączy pozostałe wyróżnione przez ankietowanych wskazania określone jako inne atrakcje (np. bogata oferta turystyczna, miejsca do zwiedzania, atrakcje dla turystów). Takie odpowiedzi podało 13 osób – 6 turystów (7%) i 7 mieszkańców (7%). Zgodnie z obowiązującymi w literaturze przedmiotu definicjami trzy wyróżnione powyżej grupy opinii respondentów (walory przyrodnicze i kulturowe oraz inne atrakcje) zostały przez autorów połączone w jedną **kategorię – atrakcji turystycznych**. Stanowią one łącznie aż 56% wszystkich udzielonych odpowiedzi (tabela 1).

Jak wynika z uzyskanych opinii, kolejną bardzo ważną dla respondentów kategorią okazała się **sfera emocji związanych z postrzeganiem jakości krajobrazu turystycznego**. Ta grupa czynników stanowiła aż 25% ogółu wypowiedzi, przy czym więcej wskazań tego rodzaju podali mieszkańcy (28%) niż turyści (21%). Najczęściej powtarzane przez ankietowanych składowe krajobrazu turystycznego w tej kategorii stanowiły: spokój i cisza, malowniczy krajobraz/piękne widoki, czyste powietrze, czyste i nieskażone środowisko.

Badani w krajobrazie turystycznym dostrzegli także **elementy zagospodarowania turystycznego**. Ta grupa wskazań stanowiła 17% ogółu. Udział odpowiedzi turystów i mieszkańców był podobny – odpowiednio: 18 i 17%. Wśród elementów zagospodarowania turystycznego miejscowości wymieniano najczęściej: szlaki piesze i rowerowe, bazę noclegową i gastronomiczną, pola namiotowe.

W początkowej części kwestionariusza ankiety poproszono również o podanie (maksymalnie 3) skojarzeń, które decydują o tym, że Zwierzyniec posiada krajobraz turystyczny. Respondenci udzielili łącznie 221 odpowiedzi: 95 – pierwszych, 81 – drugich i 45 – trzecich. W pierwszej grupie wskazań najczęściej wymieniali: RPN (39%), kościółek na wodzie (12%) oraz Stawy Echo i lasy (po 9%). W grupie drugich odpowiedzi aż 38% wskazań przypadło na Stawy Echo i Zalew Rudka (nazywane również jeziorami), 20% – na kościółek na wodzie i po 6% na RPN i szlaki rowerowe. W grupie odpowiedzi trzecich badani najczęściej wyliczali: spokój i ciszę (18%), kościółek na wodzie oraz zabytki i szlaki rowerowe (po 9%). Opinie biorących udział w badaniu turystów i mieszkańców nieco się różniły. W grupie odpowiedzi pierwszych turyści wymieniali najczęściej RPN (35%), Stawy Echo oraz ciszę i spokój (po 15%). Mieszkańcy zaś wskazywali RPN (43%), kościółek na wodzie (17%) i lasy (13%). Jako odpowiedzi drugie w grupie turystów najczęściej przytaczano: kościółek na wodzie (39%), Stawy Echo lub „jeziora” (16%) oraz szlaki turystyczne (8%).

Mieszkańcy wskazywali inaczej: Stawy Echo, Rudka lub „jeziora” (58%), szlaki rowerowe (9%) i ostoję konika polskiego (7%). W grupie odpowiedzi trzecich pytani turyści najczęściej wymieniali: kościółek na wodzie i szlaki rowerowe (po 17%) oraz czyste, świeże powietrze (11%), a mieszkańcy: spokój i ciszę (23%), zabytki (11%) i szlaki piesze (8%).

Obie badane grupy wyróżniły więc najważniejsze ich zdaniem cechy środowiska geograficznego niezbędne do spędzania czasu wolnego. Turystom w krajobrazie turystycznym miejscowości potrzebne są jednocześnie: najważniejsze atrakcje umożliwiające uprawianie różnych form turystyki oraz cisza, spokój i czyste, świeże powietrze, które stwarzają sprzyjające warunki dla wypoczynku. Mieszkańcy za atrybuty krajobrazu turystycznego podają najlepiej rozpoznawalne i najczęściej wykorzystywane walory oraz obiekty i urządzenia zagospodarowania turystycznego miejscowości. Zauważają również element związany z jakością wypoczynku – ciszę i spokój.

Następny etap badań dotyczył oceny wpływu wyróżnionych przez autorów badania 17 elementów środowiska geograficznego na atrakcyjność krajobrazu turystycznego. Ankietowani dokonywali powyższej oceny według skali Likerta, gdzie 5 oznaczało bardzo duży, 4 – duży, 3 – obojętny, 2 – mały, a 1 – bardzo mały wpływ czynnika na atrakcyjność krajobrazu turystycznego.

Z uzyskanych w kwestionariuszach ankiet wypowiedzi wynika, że zdaniem ogółu respondentów **bardzo duży wpływ na atrakcyjność krajobrazu turystycznego** wywiera 6 czynników: występowanie lasów (62% najwyższych wskazań), występowanie szlaków pieszych, rowerowych, ścieżek dydaktycznych (60%), spokój, cisza (54%), obecność wód powierzchniowych (mórz, jezior, rzek, stawów, zalewów) (51%), czystość i dobry stan środowiska (49%) oraz „przychylność” miejscowej ludności i dobra atmosfera wypoczynku (42%). W tej grupie czynników znajdują się trzy elementy jakościowe, dwa elementy w postaci walorów środowiska przyrodniczego i jeden związany z zagospodarowaniem turystycznym (tabela 2).

Duży wpływ na krajobraz turystyczny ma w opinii badanych aż 10 elementów: wydarzenia, imprezy kulturalne/sportowe (54%), obecność turystów (50%), występowanie turystycznych tablic i znaków informacyjnych (48%), ukształtowanie terenu (48%), klimat, zieleń miejska/wiejska oraz zabytki (po 45% wskazań), tradycja i folklor (43%), baza noclegowa i gastronomiczna (39%)

Tabela 2

Ocena wpływu wybranych elementów środowiska geograficznego na atrakcyjność krajobrazu turystycznego przez ogół respondentów

Analizowane elementy	5	4	3	2	1	A	%001						
							5	4	3	2	1	%	%
klimat	36	45	15	3	1	100	36	45	15	3	1		
ukształtowanie terenu	45	48	6	1	0	100	45	48	6	1	0		
morza, jeziora, rzeki, stawy, zalewy	51	44	5	0	0	100	51	44	5	0	0		
występowanie lasów	62	36	1	1	0	100	62	36	1	1	0		
zieleń miejska/wiejska	44	45	7	4	0	100	44	45	7	4	0		
czystość i dobry stan środowiska	49	37	11	2	1	100	49	37	11	2	1		
spokój, cisza	53	33	9	3	0	98	54	34	9	3	0		
zabytki	34	44	15	3	2	98	35	45	15	3	2		
interesujące budowle współczesne	8	31	30	20	9	98	8	32	31	20	9		
układ przestrzenny miejscowości	13	30	37	14	5	99	13	30	38	14	5		
tradycja i folklor	40	42	13	2	2	99	40	43	13	2	2		
wydarzenia, imprezy kulturalne/sportowe	11	54	25	8	2	100	11	54	25	8	2		
baza noclegowa i gastronomiczna	34	39	21	6	0	100	34	39	21	6	0		
występowanie szlaków pieszych, rowerowych, ścieżek dydaktycznych	60	33	7	0	0	100	60	33	7	0	0		
występowanie turystycznych tablic i znaków informacyjnych	33	48	12	5	2	100	33	48	12	5	2		
obecność turystów	27	50	14	5	4	100	27	50	14	5	4		
„przychylność” miejscowej ludności i dobra atmosfera wypoczynku	42	40	10	6	2	100	42	40	10	6	2		

Objaśnienia: 5 – bardzo duży, 4 – duży, 3 – obojętny, 2 – mały, 1 – bardzo mały wpływ czynnika na atrakcyjność krajobrazu turystycznego, A – liczba udzielonych odpowiedzi.

Źródło: badania własne.

Tabela 3

Ocena wpływu wybranych elementów środowiska geograficznego na atrakcyjność krajobrazu turystycznego przez turystów (T) i mieszkańców (M)

Analizowane elementy	5		4		3		2		1		A	B
	T	M	T	M	T	M	T	M	T	M	T	M
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%		
klimat	36	36	48	42	12	18	4	2	0	2		
ukształtowanie terenu	42	48	48	48	8	4	2	0	0	0		
morza, jeziora, rzeki, stawy, zalewy	48	54	48	40	4	6	0	0	0	0		
występowanie lasów	56	66	40	32	0	2	2	0	0	0		
zieleń miejska/wiejska	40	48	52	38	6	8	2	6	0	0		
czystość i dobry stan środowiska	42	56	46	28	8	14	2	2	2	0		
spokój, cisza	51	57	39	29	8	10	2	4	0	0	-1	-1
zabytki	33	36	48	42	15	16	0	6	4	0	-2	
interesujące budowle współczesne	10	6	33	31	29	33	16	24	12	6	-1	-1
układ przestrzenny miejscowości	14	12	27	33	45	31	8	20	6	4	-1	
tradycja i folklor	31	50	51	34	14	12	2	2	2	2	-1	
wydarzenia, imprezy kulturalne/ sportowe	4	18	64	44	24	26	8	8	0	4		
baza noclegowa i gastronomiczna	40	28	28	50	24	18	8	4	0	0		
występowanie szlaków pieszych, rowerowych, ścieżek dydaktycznych	60	60	32	34	8	6	0	0	0	0		
występowanie turystycznych tablic i znaków informacyjnych	28	38	50	46	16	8	2	8	4	0		
obecność turystów	24	30	52	48	8	20	8	2	8	0		
„przychylność” miejscowej ludności i dobra atmosfera wypoczynku	50	34	32	48	8	12	8	4	2	2		

Objaśnienia: 5 – bardzo duży, 4 – duży, 3 – obojętny, 2 – mały, 1 – bardzo mały wpływ czynnika na atrakcyjność krajobrazu turystycznego, A: -1 – nie wypowiedział się 1 turysta, B: -1 – nie wypowiedział się 1 mieszkaniec.

Źródło: badania własne.

i interesujące budowle współczesne (32%). W tej grupie znalazło się aż 7 atrakcji turystycznych, obecność turystów i dwa elementy z grupy zagospodarowania turystycznego (tabela 2).

Ponadto, zdaniem respondentów **obojętny wpływ na krajobraz turystyczny** ma układ przestrzenny miejscowości (38%).

Analizując wypowiedzi objętych badaniem turystów i mieszkańców, zauważa się różnice w odniesieniu do opinii ogółu respondentów. W grupie elementów środowiska geograficznego o **bardzo dużym wpływie na atrakcyjność krajobrazu turystycznego** turyści wskazywali mniej czynników (6) niż mieszkańcy (8). Turyści wyróżnili: występowanie szlaków pieszych, rowerowych, ścieżek dydaktycznych (60% najwyższych wskazań), występowanie lasów (56%), spokój i ciszę (51%), „przychyłość” miejscowej ludności i dobrą atmosferę wypoczynku (50%), obecność morza, jezior, rzek, stawów, zalewów (48%) oraz bazę noclegową i gastronomiczną (40%). Mieszkańcy zwracali uwagę na: występowanie lasów (66% najwyższych wskazań), występowanie szlaków pieszych, rowerowych, ścieżek dydaktycznych (60%), spokój i ciszę (57%), czystość i dobry stan środowiska (56%), obecność morza, jezior, rzek, stawów, zalewów (54%), tradycję i folklor (50%), zielen miejską/wiejską (48%) oraz ukształtowanie terenu (48%).

W tej ocenie opinie turystów i mieszkańców były zbieżne w czterech przypadkach: występowania szlaków pieszych, rowerowych, ścieżek dydaktycznych (po 60% najwyższych wskazań), występowania lasów (odpowiednio: 56 i 66%), spokoju i ciszy (odpowiednio: 51 i 57 %) oraz obecności wód powierzchniowych (odpowiednio: 48 i 54%).

W grupie elementów o **dużym wpływie na atrakcyjność krajobrazu turystycznego** turyści wskazywali więcej czynników (10) niż mieszkańcy (8). W opinii badanych turystów należy tutaj uwzględnić: wydarzenia, imprezy kulturalne/sportowe (64%), obecność turystów (52%), zielen miejską/wiejską (52%), tradycję i folklor (51%), występowanie turystycznych tablic i znaków informacyjnych (50%), ukształtowanie terenu (48%), klimat (48%), zabytki (48%), czystość i dobry stan środowiska (46%) oraz interesujące budowle współczesne (33%). Zdaniem mieszkańców duży wpływ na krajobraz turystyczny i jego atrakcyjność mają: baza noclegowa i gastronomiczna (50%), obecność turystów (48%), „przychyłość” miejscowej ludności i dobra atmosfera wypoczynku (48%), występowanie turystycznych tablic i znaków informacyjnych (46%), wydarzenia, imprezy kulturalne/sportowe (44%), klimat (42%), zabytki (42%) oraz układ przestrzenny miejscowości (33%).

W tej grupie elementów opinie ankietowanych turystów i mieszkańców były zbieżne w odniesieniu do: organizacji wydarzeń, imprez kulturalnych/sportowych (odpowiednio: 64 i 44%), obecności turystów (odpowiednio: 52 i 48%), występowania turystycznych tablic i znaków informacyjnych (odpowiednio: 50 i 46%) oraz klimatu (odpowiednio: 48 i 42%) i zabytków (odpowiednio: 48 i 42%).

Obojętny wpływ na atrakcyjność krajobrazu turystycznego ma zdaniem turystów układ przestrzenny miejscowości (45%), mieszkańcy wskazali interesujące budowle współczesne (33%).

Podsumowanie

Zasadniczym celem artykułu było wyodrębnienie składowych krajobrazu turystycznego wskazanych przez jego użytkowników (mieszkańców i turystów) oraz rozpoznanie ich wpływu na wizerunek oraz ogólną atrakcyjność wybranego obszaru recepcji turystycznej – Zwierzyńca. Podane przez respondentów odpowiedzi, skojarzenia oraz wskazane wartości ocen pozwoliły ustalić, jak krajobraz turystyczny jest przez nich rozumiany i postrzegany.

Zdaniem ankietowanych na krajobraz turystyczny składają się trzy podstawowe elementy: atrakcje turystyczne, kategoria „odczucia, wrażenia, emocje” oraz zagospodarowanie turystyczne. Badania przyniosły również wiedzę na temat skojarzeń/obiektów/miejsc/odczuć/wrażeń respondentów, które decydują o tym, że Zwierzyniec posiada krajobraz turystyczny. W grupie pierwszych odpowiedzi ankietowani najczęściej wymieniali: Roztoczański Park Narodowy, kościółek na wodzie oraz Stawy Echo i lasy, w grupie odpowiedzi drugich: Stawy Echo i Zalew Rudka, kościółek na wodzie, RPN i szlaki rowerowe, a w grupie odpowiedzi trzecich: spokój i ciszę, kościółek na wodzie oraz zabytki i szlaki rowerowe. Mieszkańcy i turyści za atrybuty krajobrazu turystycznego uznają zatem najlepiej rozpoznawalne i najczęściej wykorzystywane atrakcje, elementy zagospodarowania turystycznego miejscowości oraz element związany z jakością wypoczynku – ciszę i spokój.

Przeprowadzone badania przyniosły również interesujące rezultaty w zakresie oceny wpływu wyróżnionych przez autorów badania 17 elementów środowiska geograficznego na atrakcyjność krajobrazu turystycznego. Z uzyskanych wypowiedzi wynika, że bardzo duży wpływ na atrakcyjność krajobrazu turystycznego wywiera 6 czynników: spokój i cisza, czystość i dobry stan

środowiska, „przychylność” miejscowej ludności i dobra atmosfera wypoczynku, występowanie lasów, obecność wód powierzchniowych (mórz, jezior, rzek, stawów, zalewów) oraz występowanie szlaków pieszych, rowerowych, ścieżek dydaktycznych. W ocenie respondentów bardzo ważne miejsce zajęła grupa elementów związanych z jakością wypoczynku. Ponadto, ankietowani najwyżej oceniali walory środowiska przyrodniczego i elementy zagospodarowania turystycznego. Należy podkreślić, że w grupie czynników o dużym wpływie na krajobraz turystyczny obok atrakcji turystycznych i elementów z grupy zagospodarowania turystycznego respondenci wymienili obecność turystów.

W czasach nieustannej urbanizacji, upowszechniających się krajobrazów zurbanizowanych, sztucznych czy antropogennych, należy rozpoznawać, propagować i chronić wszystkie rodzaje i typy krajobrazów oraz uwzględniać je w planowaniu, zagospodarowaniu i dysponowaniu przestrzenią. Zatem wszelkie wskazane i wykorzystywane przez respondentów elementy krajobrazu turystycznego powinny być uwzględniane przez władze lokalne w planach strategicznych regulujących właściwy rozwój regionów w perspektywie długookresowej.

Literatura

- Dietvorst A., *Tourist Landscapes: Accelerating Transformations*, w: *Leisure, Time and Space: Meanings and Values in People's Lives*, red. S. Scraton, LSA Publication, no. 57, Brighton 1996.
- Europejska Konwencja Krajobrazowa (DzU z 2006 r., nr 14, poz. 98).
http://lublin.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/lublin/ASSETS_13p16.pdf.
- Jafari J., *The Tourism Market Basket of Goods and Services: The Components and Nature of Tourism*, w: *Studies in Tourism, Wildlife, Parks, Conservation*, red. T.V. Singh, J. Kaur, D.P. Singh, Metropolitan Book Co. Pvt. Ltd, New Delhi 1982.
- Kowalczyk A., Derek M., *Koncepcja krajobrazu turystycznego*, w: *Zagospodarowanie turystyczne*, red. A. Kowalczyk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- Krukowska R., Józwick M.J., *Walory turystyczne Zwierzyńca i okolic*, w: *Stan i zmiany środowiska geograficznego wybranych regionów wschodniej Polski*, red. R. Dobrowolski, S. Terpiłowski, Wyd. UMCS, Lublin 2004.
- Kulczyk S., *Krajobraz i turystyka. O wzajemnych relacjach*, Wyd. UW, Warszawa 2013.
- Lozato-Giotart J.P., *Géographie du tourisme*, Masson, Paris 1993.
- Myga-Piątek U., *Krajobrazy kulturowe. Aspekty ewolucyjne i typologiczne*, Pracownia Komputerowa Jacka Skalmierskiego, Katowice 2012.
- Ocena krajobrazu Polski w aspekcie fizjonomicznym na potrzeby turystyki*, red. J. Wyrzykowski, Wyd. UW, Wrocław 1991.
- Richling A., *O krajobrazie raz jeszcze. Czy istnieją krajobrazy rekreacyjne?* „Problemy Ekologii Krajobrazu” 2010, t. XXVII.

- Skowronek E., Józwiak M.J., Tucki A., *Krajobraz turystyczny – koncepcja teoretyczna*, Warsztaty z Geografii Turyzmu, t. III: *Nowe–stare formy turystyki w przestrzeni*, Wyd. UŁ, Łódź 2013.
- Świeca A., Krukowska R., *The Role of the Zamoyski Entailed Estate in Creation the Functions and Cultural Landscape of Zwierzyniec*, w: *Cultural Landscapes of the Lublin Upland and Roztocze*, red. E. Skowronek, W. Wołoszyn, T. Speck, K.M. Born, Kartpol s.c., Lublin 2006.
- Tucki A., *Potencjał turystyczny regionu lubelskiego*, „Annales UMCS” 2009, sec. B., vol. 64, t. I.
- Województwo Lubelskie 2013*, Urząd Statystyczny w Lublinie, Lublin 2013.
- Włodarczyk B., *Krajobrazy przestrzeni turystycznej*, „Turizm” 2009, vol. 19, z. 1–2.
- Włodarczyk B., *Przestrzeń turystyczna. Istota, koncepcje, determinanty rozwoju*, Wyd. UŁ, Łódź 2009.
- Włodarczyk B., *The Tourism Landscape and Tourist Space of the City*, „Folia Turistica” 2011, vol. 25 (1).
- Wojciechowski K.H., *O przydatności badań percepcji krajobrazu*, w: *O percepcji środowiska*, red. J. Bogdanowski, Instytut Ekologii PAN. Oficyna Wydawnicza, Dziekanów Leśny 1994.
- Zaręba D., *Ekoturystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

**TOURIST LANDSCAPE AS AN ELEMENT OF IMAGE
AND TOURISM ATTRACTIVENESS FRAMING.
PERCEPTION OF ZWIERZYNIEC TOWN'S TOURIST LANDSCAPE**

Summary

In the paper tourism landscape issue is being discussed. In the paper “tourist landscape” term is being discussed. Distinction components and an understanding of the issue of that period is a very important issue from the point of view of the proper functioning of the geographical environment. Tourist landscape, created by man to satisfy his needs, should in fact be shaped in accordance with the principles of sustainable development. Actions to use its resources and values should be to preserve harmony between both natural, cultural environment and socio-economic activity.

The main part of the paper examines the understanding of tourist landscape and its structure within (residents and tourists/visitors). The second goal was to study how important are those elements of landscape for image and attractiveness of chosen tourist destination – town of Zwierzyniec. Opinions obtained let us ascertain how tourist landscape understood and experienced was. The study results are important and should be considered by local authorities in the strategic plans governing the proper development of the regions in the long term.

Keywords: tourist landscape, landscape perception, Zwierzyniec

Translated by Andrzej Tucki

