

Struktura i percepcja krajobrazu turystycznego Zwierzyńca

Ewa Skowronek, Andrzej Tucki, Marta J. Jóźwik

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Polska

Streszczenie

Ze względu na wybitne walory środowiska przyrodniczego i kulturowe, Zwierzyniec jest jednym z najbardziej znanych i najczęściej odwiedzanych przez turystów miast położonych na Roztoczu. Tradycyjne miejscowości wypoczynkowej wywodzą się z XVI w., kiedy powstała tutaj wiejska rezydencja Zamoy-skich. W ciągu kolejnych stuleci miejscowość pełniła jeszcze inne funkcje: administracyjną i przemysłową, z czym wiązały się kolejne etapy rozwoju jej krajobrazu. Prowadzone działania gospodarcze nie przyczyniły się jednak do zniszczenia wielkoprzestrzennej kompozycji miasta. Współcześnie o atrakcyjności Zwierzyńca decyduje przede wszystkim unikalny krajobraz naturalny, wynikający z położenia na granicy dwóch odmiennych subregionów — lessowego Roztocza Zachodniego i wapienno-piaszczystego Roztocza Środkowego, obecność malowniczych dolin rzek Wieprza i Świerszcza, stawów Echo, zalewu Rudka oraz otoczenie w postaci lasów kosobudzko-zwierzynieckich (objętych ochroną prawną jako Roztoczański Park Narodowy od 1974 roku). Wpływają one na rozwój jego funkcji turystycznej. Jej przejawem jest charakterystyczny krajobraz wyposażony w walory i atrakcje oraz niezbędne elementy zagospodarowania turystycznego, który wzbudza zainteresowanie i powoduje, że każdego roku przybywa tutaj ponad 100 tysięcy turystów. W artykule na przykładzie Zwierzyńca dokonano analizy składowych krajobrazu turystycznego oraz przeprowadzono badania jego percepcji wśród mieszkańców i turystów.

Słowa kluczowe: krajobraz turystyczny, percepcja krajobrazu, Roztocze, Zwierzyniec

Wprowadzenie

W ostatnich dziesięcioleciach, w literaturze naukowej poświęconej ewolucji i zmianom funkcji krajobrazu, pojawiło się nowe pojęcie jakim jest „krajobraz turystyczny”. Jego bezpośrednie określenia lub definicje występują w nielicznych publikacjach naukowych, poświęconych krajobrazowi lub turystyce. Tymczasem wielu autorów używa tego terminu. Wydaje się więc celowe rozpoczęcie merytorycznej dyskusji dotyczącej stworzenia koncepcji teoretycznej oraz próby zdefiniowania pojęcia „krajobraz turystyczny”.

Pierwsze prace, w tytułach których użyto terminu „tourism/tourist landscapes” ukazały się już w latach 70. XX w. (Ferrario 1978). Publikowali na ten temat m.in. Healy (1994), Dietvorst (1998), Aitchison i inni (2000), Terkenli (2002, 2011), Gkoltsiou i Terkenli (2008), Fyhri i inni (2009), Chrenka i Ira (2011). Należy podkreślić, że w większości przypadków „tourist landscape” (krajobraz turystyczny) był analizowany dla różnych celów badawczych, bez podawania jego definicji. Do stosunkowo nielicznej grupy autorów, którzy w swoich pracach zdefiniowali termin należą Wall (za: Jafari 1982), Lozato-Giotart (1993), Dietvorst (1998), van der Duim (2007, s. 967), Włodarczyk (2009, s. 90; 2011, s. 268), Kowalczyk i Derek (2010, s. 131–133), Richling (2010), Myga-Piątek (2012, s. 151–153) oraz Skowronek i inni (2013, s. 72).

Wyróżnienie i rozumienie istoty „krajobrazu turystycznego” jest zagadnieniem bardzo ważnym z punktu widzenia właściwego funkcjonowania środowiska geograficznego. Krajobraz turystyczny, tworzony przez człowieka w celu zaspokojenia potrzeb związanych z turystyką i rekreacją, powinien być bowiem kształtowany zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, a więc wszelkie działania zmierzające do wykorzystania jego zasobów i walorów powinny mieć na względzie zachowanie harmonii między środowiskiem przyrodniczym, kulturowym oraz działalnością społeczno-

gospodarczą. Zachowanie równowagi wymienionych składowych wpływa na zachowanie ładu przestrzennego oraz kształtuje właściwy rozwój regionów w perspektywie długookresowej.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie autorskiej definicji krajobrazu turystycznego oraz jej weryfikacja w odniesieniu do ważnej destynacji turystycznej Roztocza – Zwierzyńca. W miejscowości dokonano analizy składowych oraz przeprowadzono badania percepcji krajobrazu turystycznego wśród mieszkańców i turystów.

1. Koncepcja i definicja pojęcia

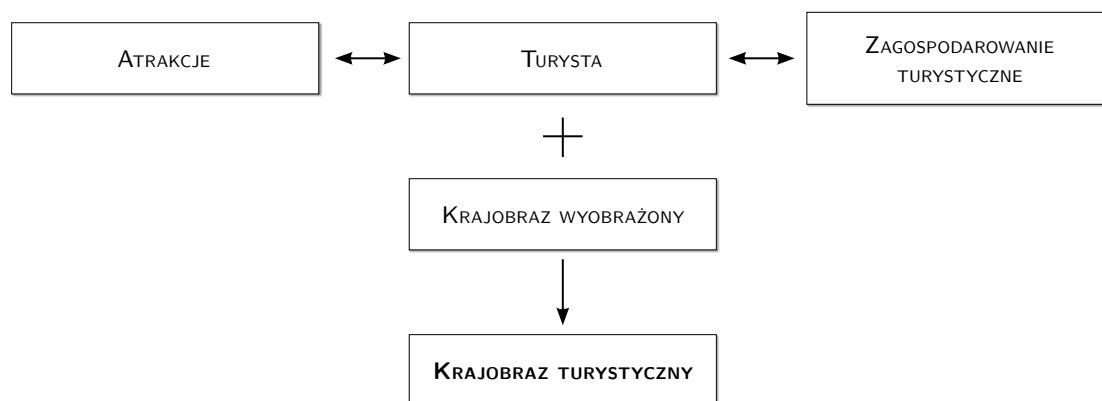
Analiza istniejących definicji „krajobrazu turystycznego” pozwala zauważyć, że próby konstruowania tego pojęcia są różnorodne i niespójne (Skowronek i inni 2013). Wynika to ze specyfiki prowadzonych badań, a przede wszystkim z braku dyskusji naukowej dotyczącej terminu w literaturze przedmiotu, gdzie aktualnie problem ten jest słabo dostrzegany. Na podstawie analizy dorobku innych badaczy, autorzy proponują wyróżnić następujące aspekty i cechy krajobrazu turystycznego:

- Aspekt genetyczny — w tym ujęciu krajobraz turystyczny jest formą krajobrazu kulturowego. Jest konsekwencją przemian krajobrazu wynikających z rozwoju funkcji turystycznej. Jest kolejną „warstwą krajobrazu kulturowego”. Może odznaczać się różnym stopniem autentyczności.
- Aspekt fizjonomiczny — krajobraz turystyczny jest odzwierciedleniem działalności turystycznej, która ma na celu zaspokojenie oczekiwań turystów i gospodarki turystycznej. Jest swoistą fizjonomią przestrzeni turystycznej, która łączy w sobie elementy przyrodnicze i kulturowe oraz efekty turystycznej aktywności człowieka, która zasadniczo różni go od innych typów krajobrazów.
- Aspekt funkcjonalny — krajobraz turystyczny posiada potencjał (nie koniecznie wykorzystany) do pełnienia funkcji turystycznej. Jest to obszar, w którym funkcja turystyczna stanowi, przynajmniej okresowo, funkcję dominującą. Poszczególnym etapom rozwoju funkcji turystycznej towarzyszy zróżnicowany stopień nasycenia terenu urządzeniami turystycznymi i paraturystycznymi.
- Aspekt systemowy — krajobraz turystyczny tworzą różnorodne powiązania sieciowe (wewnętrzne i zewnętrzne), charakteryzuje się wewnętrzną spójnością, na którą składają się komplementarność urządzeń i usług.
- Aspekt społeczny — krajobraz turystyczny jest ściśle związany z obecnością turystów, stanowi przedmiot zainteresowania turystów, wzbudza lub może potencjalnie wzbudzać ruch turystyczny. Powstaje w celu zaspokojenia oczekiwań turystów i gospodarki turystycznej. Jest dobierany i wykorzystywany przez turystów zgodnie z preferowaną formą działania. Jest poddawany subiektywnej ocenie i konfrontacji przez turystów w związku z posiadanymi przez nich wyobrażeniami i oczekiwaniami. Jest uwzględniany w dokumentach planistycznych i wdrożeniowych.

Powyższy opis potwierdza złożoną strukturę pojęcia i wskazuje na konieczność prowadzenia wielokierunkowych badań nad jego istotą.

Kolejnym, niezwykle ważnym problemem przy konstruowaniu definicji „krajobrazu turystycznego” jest wskazanie głównych elementów tworzących omawiane pojęcie. Autorzy proponują wyróżnić jego następujące składowe (rys. 1):

- Atrakcje turystyczne — w krajobrazie turystycznym występują specyficzne cechy i elementy środowiska przyrodniczego lub kulturowego oraz wydarzenia i imprezy, które są przedmiotem zainteresowań turystów, odpowiadają ich preferencjom i oczekiwaniom oraz przyciągają ich w określone miejsce.
- Zagospodarowanie turystyczne — turystyczną funkcję obszaru warunkuje obecność systemu połączonych ze sobą funkcjonalnie oraz komplementarnych urządzeń turystycznych i usług, które powstały w celu udostępnienia turystom atrakcji, i które służą zaspokojeniu szeroko rozumianych potrzeb turystyczno-rekreacyjnych człowieka (Kowalczyk i Derek 2010, s. 18).
- Turysta — jego obecność wyrażona poprzez ruch turystyczny sprawia, że istniejący dotychczas krajobraz przyrodniczy lub kulturowy zaczyna pełnić nową funkcję — turystyczną, która z czasem (w stosunku do zastanej), staje się funkcją równorzędną lub wiodącą.



Rys. 1. Elementy składowe pojęcia „krajobraz turystyczny”

Wszystkie wymienione powyżej elementy tworzą swoistą fizjonomię krajobrazu turystycznego, która różni go od innych typów krajobrazu, np. miejskiego, przemysłowego, rolnego. Bardzo ważnym, niematerialnym składnikiem krajobrazu turystycznego jest ponadto bezpośrednio związany z turystą „wyobrażony krajobraz turystyczny”. Tworzą go oczekiwania, odczucia i emocje, które towarzyszą turyście przed, w trakcie i po powrocie z podróży. Turyści wybierają destynacje zgodnie z preferowaną formą aktywności i zainteresowań, a następnie podczas pobytu porównują zaistniałe w miejscach docelowych krajobrazy z wyobrażeniami ukształtowanymi wcześniej przez środowisko społeczne i media. Krajobraz destynacji jest oceniany przez turystów za pomocą zmysłów (sensorycznie) oraz emocjonalnie.

Powyższe stwierdzenia pozwalają na sformułowanie następującej definicji: „Krajobraz turystyczny to obszar o swoistej fizjonomii i strukturze, odmiennej od innych typów krajobrazu, rozpoznawalny oraz akceptowany przez turystów, wykreowany w celu zaspokojenia ich potrzeb i oczekiwań”.

2. Metody badań

Zamieszczone powyżej rozważania, które doprowadziły do opracowania autorskiej definicji krajobrazu turystycznego, opierały się głównie na badaniach kameralnych, podczas których analizie poddano dotychczasowy dorobek naukowy z tego zakresu. Zasadniczym celem kolejnej części pracy jest wyodrębnienie składowych krajobrazu turystycznego, wskazanych przez jego użytkowników (mieszkańców i turystów) oraz porównanie ich wypowiedzi z opinią naukowców. Pozwoli to zweryfikować stopień prawidłowości przedstawionej definicji.

Jako obszar badań wytypowano najbardziej popularną wśród turystów destynację turystyczną Roztocza — Zwierzyńiec. Jej wybór poparto analizą literatury przedmiotu i danych statystycznych, dzięki której zaprezentowano podstawowe wskaźniki potwierdzające rozwiniętą funkcję turystyczną. Następnie, studia zostały rozszerzone o wyniki badań terenowych, podczas których wykorzystano podstawową metodę badawczą, tj. wywiad kwestionariuszowy. Wywiady przeprowadzono przy pomocy narzędzia badawczego jakim był zestandaryzowany kwestionariusz ankiety. Zawarte w nim pytania dotyczyły postrzegania i rozumienia pojęcia „krajobraz turystyczny”. Badania przeprowadzono w miesiącach wakacyjnych (czerwiec–sierpień) 2012 roku i objęto nimi, dobrane losowo, dwie grupy respondentów: 50 turystów i 50 mieszkańców Zwierzyńca.

W pierwszej części kwestionariusza ankiety obie grupy respondentów zapytano: „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 (klimatu, ukształtowania terenu, wód powierzchniowych, występowania lasów, zieleni miejskiej, czystości i dobrego stanu środowiska, spokoju/ciszy, zabytków, interesujących budowli współczesnych, układów przestrzennych miejscowości, tradycji i folkloru, wydarzeń/impres kulturalnych i sportowych, bazy noclegowej i gastronomicznej, występowania szlaków pieszych, rowerowych,

ścieżek dydaktycznych, występowania turystycznych tablic i znaków informacyjnych, obecności turystów, „przychylności” miejscowej ludności i dobrej atmosfery wypoczynku) na atrakcyjność krajobrazu turystycznego. Ankietowani dokonywali powyższej oceny według skali Likerta, gdzie 5 oznaczało bardzo duży wpływ czynnika na atrakcyjność krajobrazu turystycznego, 4 — duży, 3 — obojętny, 2 — mały, a 1 — bardzo mały. Podane przez ankietowanych turystów i mieszkańców Zwierzyńca skojarzenia dotyczące analizowanego pojęcia oraz wskazane wartości ocen czynników decydujących o jego funkcjonowaniu pozwoliły ustalić, jak krajobraz turystyczny jest rozumiany i postrzegany przez respondentów.

3. Obszar badań

Analizą objęto Zwierzyniec położony w środkowo-wschodniej Polsce w województwie lubelskim, na terenie makroregionu fizyczno-geograficznego Roztocze. 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 turystycznej (Krukowska i Świeca 2006). Należy do jednostek przestrzennych charakteryzujących się w skali regionu lubelskiego największym potencjałem turystycznym (Tucki 2009).

O atrakcyjności turystycznej Zwierzyńca decyduje: położenie w strefie o najwyższych w skali regionu lubelskiego walorach środowiska przyrodniczego (różnorodność pokrycia terenu: bory, buczyny, grądy, dąbrowy świetliste, torfowiska, łągi; liczne rzadkie gatunki flory i fauny; obszary objęte ochroną prawną w tym park narodowy); istniejące walory wypoczynkowe (znaczna lesistość obszaru, urozmaicone ukształtowanie terenu, wody płynące i stojące, w tym kąpieliska Stawów Echo i Rudki, bardzo korzystne warunki bioklimatyczne latem i zimą, w tym szczególnie czyste powietrze, duże nasłonecznienie, warunki śniegowe umożliwiające uprawianie sportów, gier i zabaw na śniegu, cisza i spokój); występowanie cennych walorów środowiska kulturowego, a także utrwalone funkcje turystyczne miasta (Krukowska i Jóźwik 2004).

Zwierzyniec jest małym miastem, liczy około 3400 mieszkańców. Od końca lat 70. XX wieku (wraz z powstaniem RPN i stopniowym rozwojem infrastruktury turystycznej), coraz większy wpływ na charakter jego gospodarki mają usługi, w tym turystyczne. W roku 2012 wśród ogółem 309 podmiotów gospodarczych funkcjonujących w Zwierzyńcu, w usługach odnotowano 176 firm (57%), z czego 46 podmiotów (15%) w sekcji: zakwaterowanie i gastronomia.¹ Według danych Urzędu Miejskiego w Zwierzyńcu, w czerwcu 2012 roku, na terenie miasta znajdowały się 83 obiekty noclegowe (83,8% bazy noclegowej gminy) z liczbą około 2000 miejsc noclegowych. Dominowały kwatery prywatne, zaledwie 5 stanowiły 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. Zwierzyniec jest zatem właściwym miejscem do przeprowadzenia badań ankietowych na temat wyróżnienia składowych krajobrazu turystycznego oraz jego percepcji² wśród mieszkańców i turystów.

4. Wyniki badań

W trakcie przeprowadzonych w Zwierzyńcu badań ankietowych grupę respondentów stanowili dobrani losowo turyści i mieszkańcy. W grupie turystów (liczącej 50 osób), 58% stanowiły kobiety, a 42% mężczyźni. Udział osób do 20 roku życia wynosił 12%, w przedziale wieku 21–40 lat było 44% turystów, 41–60 lat — 36% i mających powyżej 61 lat — 8%. W analizowanej grupie zdecy-

1. Dane z 2014 r. opublikowane przez Urząd Statystyczny w Lublinie, na stronie <http://lublin.stat.gov.pl/>.

2. 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” (Wojciechowski 1994).

dowanie 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% ogółu. 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%).

Wśród turystów przeważały osoby, których długość pobytu w Zwierzyńcu nie przekraczała trzech dni (56% ogółu), 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, z czego cztery i pięć dni — po 12%, sześć dni — 6%, siedem dni — 10% i trzydzieści dni — zaledwie 4% ankietowanych turystów.

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 — po 6%.

Wywiad kwestionariuszowy rozpoczęto od zapytania respondentów: „Czy krajobraz Zwierzyńca można nazwać krajobrazem turystycznym?” W tej kwestii pozytywnie wypowiedziało się aż 95% ogółu badanych (47 turystów i 48 mieszkańców). Następnie poproszono ankietowanych o uzasadnienie tego stwierdzenia, a uzyskane różnorodne odpowiedzi pogrupowano w kilka podstawowych kategorii:

- atrakcji turystycznych — obejmujących walory przyrodnicze i kulturowe (głównie zabytki) oraz inne atrakcje,
- opinii podkreślających odczucia, wrażenia i emocje osób związane z krajobrazem,
- stwierdzenia dotyczące zagospodarowania turystycznego oraz
- nieliczne inne opinie (tab. 1).

Potwierdzeniem faktu, że Zwierzyńiec posiada krajobraz turystyczny według osób objętych badaniem, 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 (tab. 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 wskazania, określone jako atrakcje turystyczne (np.: bogata oferta turystyczna, miejsca do zwiedzania, atrakcje dla turystów). Takie odpowiedzi podało 13 osób — 6 turystów (7% odpowiedzi) 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

Tab. 1. Czynniki decydujące o istnieniu krajobrazu turystycznego według opinii respondentów

Składowe krajobrazu turystycznego	Turyści		Mieszkańcy		Razem	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Atrakcje turystyczne	52	61	51	51	103	56
z tego:						
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
Razem	85	100	99	100	184	100

połączone w jedną kategorię — atrakcji turystycznych. Stanowią one łącznie aż 56% wszystkich udzielonych odpowiedzi (tab. 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. 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. Wśród elementów zagospodarowania turystycznego miejscowości wymieniano najczęściej: szlaki piesze i rowerowe, bazę noclegową i gastronomiczną, pola namiotowe (tab. 1).

W początkowej części kwestionariusza ankiety poproszono również o podanie (maksymalnie 3) skojarzeń — obiektów/miejsc/odczuć/wrażeń, 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% odpowiedzi pierwszych. 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% odpowiedzi), 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% odpowiedzi), 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, uznają najlepiej rozpoznawalne i najczęściej wykorzystywane walory oraz zagospodarowanie turystyczne miejscowości, zauważają również element związany z jakością wypoczynku — ciszę i spokój.

Następny etap badań dotyczył oceny wpływu, wyróżnionych przez autorów, 17 elementów środowiska geograficznego na atrakcyjność krajobrazu turystycznego. Ankietowani dokonywali powyższej oceny według skali Likerta. Z uzyskanych w ankietach wypowiedzi wynika, że zdaniem ogółu respondentów, bardzo duży wpływ na atrakcyjność krajobrazu turystycznego wywiera sześć czynników: występowanie lasów (62% najwyższych wskazań), występowanie szlaków pieszych, rowerowych, ścieżek dydaktycznych (60% najwyższych wskazań), spokój, cisza (54%), obecność wód powierzchniowych, tj. mórz, jezior, rzek, stawów, zalewów, (51%), czystość i dobry stan środowiska (49%) oraz „przychylność” miejscowej ludności i dobra atmosfera wypoczynku (42%) (tab. 2). W tej grupie czynników znajdują się trzy elementy jakościowe, dwa — w postaci walorów środowiska przyrodniczego (lasy i wody powierzchniowe) i jeden — związany z zagospodarowaniem turystycznym (występowanie szlaków pieszych, rowerowych, ścieżek dydaktycznych).

Duży wpływ na krajobraz turystyczny ma w opinii badanych aż dziesięć elementów: wydarzenia, imprezy kulturalne/sportowe (54% wskazań), 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%) i interesujące budowle współczesne (32%). W tej grupie znalazło się aż siedem atrakcji turystycznych, obecność turystów i dwa wskazania z grupy zagospodarowania turystycznego (tab. 2).

Tab. 2. Ocena wpływu wybranych elementów środowiska geograficznego na atrakcyjność krajobrazu turystycznego przez ogół respondentów

Analizowane elementy	Liczba odpowiedzi						Procent odpowiedzi					
	1	2	3	4	5	Razem	1	2	3	4	5	Razem
Klimat	36	45	15	3	1	100	36	45	15	3	1	100
Ukształtowanie terenu	45	48	6	1	0	100	45	48	6	1	0	100
Morza, jeziora, rzeki, stawy, zalewy	51	44	5	0	0	100	51	44	5	0	0	100
Występowanie lasów	62	36	1	1	0	100	62	36	1	1	0	100
Zieleń miejska/wiejska	44	45	7	4	0	100	44	45	7	4	0	100
Czystość i dobry stan środowiska	49	37	11	2	1	100	49	37	11	2	1	100
Spokój, cisza	53	33	9	3	0	98	54	34	9	3	0	100
Zabytki	34	44	15	3	2	98	35	45	15	3	2	100
Interesujące budowle współczesne	8	31	30	20	9	98	8	32	31	20	9	100
Układ przestrzenny miejscowości	13	30	37	14	5	99	13	30	38	14	5	100
Tradycja i folklor	40	42	13	2	2	99	40	43	13	2	2	100
Wydarzenia, imprezy kulturalne/sportowe	11	54	25	8	2	100	11	54	25	8	2	100
Baza noclegowa i gastronomiczna	34	39	21	6	0	100	34	39	21	6	0	100
Występowanie szlaków pieszych, rowerowych, ścieżek dydaktycznych	60	33	7	0	0	100	60	33	7	0	0	100
Występowanie turystycznych tablic i znaków informacyjnych	33	48	12	5	2	100	33	48	12	5	2	100
Obecność turystów	27	50	14	5	4	100	27	50	14	5	4	100
„Przychyłość” miejscowej ludności i dobra atmosfera wypoczynku	42	40	10	6	2	100	42	40	10	6	2	100

Uwaga: 5 — bardzo duży wpływ czynnika na atrakcyjność krajobrazu turystycznego, 4 — duży, 3 — obojętny, 2 — mały, 1 — bardzo mały

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

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 dobra atmosfera 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%), zieleń miejską/wiejską (48%) oraz ukształtowanie terenu (48%) (tab. 3).

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%), występowania spokoju i ciszy (odpowiednio 51% i 57%) oraz obecności wód powierzchniowych (mórz, jezior, rzek, stawów, zalewów) (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% wskazań), obecność turystów (52%), zieleń 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% wskazań). Zdaniem mieszkańców duży wpływ na krajobraz turystyczny i jego atrakcyjność mają: baza noclegowa i gastronomiczna

Tab. 3. Ocena wpływu wybranych elementów środowiska geograficznego na atrakcyjność krajobrazu turystycznego przez turystów (T) i mieszkańców (M) (w procentach)

Analizowane elementy	5		4		3		2		1		Brak	
	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		
„Przychyłość” miejscowej ludności i dobra atmosfera wypoczynku	50	34	32	48	8	12	8	4	2	2		

Uwaga: 5 — bardzo duży wpływ czynnika na atrakcyjność krajobrazu turystycznego, 4 — duży, 3 — obojętny, 2 — mały, 1 — bardzo mały

Oznaczenia w kolumnie **Brak**: -1 — nie wypowiedział się jeden respondent, -2 — nie wypowiedziało się dwu respondentów

(50% odpowiedzi), obecność turystów (48%), „przychyłość” miejscowej ludności i dobra atmosfera wypoczynku (48%), występowanie turystycznych tablic i znaków informacyjnych (46%), wydarzenia, imprezy kulturalne/sportowe (44% wskazań), 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% wskazań), obecności turystów (52% i 48%), występowania turystycznych tablic i znaków informacyjnych (50% i 46%) oraz klimatu (48% i 42%) i zabytków (48% i 42%). Obojętny wpływ na atrakcyjność krajobrazu turystycznego ma zdaniem turystów układ przestrzenny miejscowości (45% wskazań), mieszkańcy wskazali interesujące budowle współczesne (33% odpowiedzi) (tab. 3).

Podsumowanie

Zasadniczym celem pracy było przedstawienie autorskiej definicji krajobrazu turystycznego oraz jej weryfikacja w odniesieniu do ważnej destynacji turystycznej Roztocza — Zwierzyńca. Na przykładzie wybranej miejscowości dokonano analizy składowych krajobrazu turystycznego oraz przeprowadzono badania jego percepcji wśród mieszkańców i turystów. Zdaniem autorów pojęcie „krajobraz turystyczny” obejmuje: atrakcje turystyczne, zagospodarowanie turystyczne, obecność turystów oraz sferę wyobrażeń, którą tworzą: oczekiwania, odczucia i emocje, towarzyszące turyście przed, w trakcie i po powrocie z podróży. Uzyskane od respondentów odpowiedzi pozwoliły wyróżnić podobne elementy struktury krajobrazu turystycznego, były to: atrakcje turystyczne, kategoria „odczucia, wrażenia, emocje” oraz zagospodarowanie turystyczne. Przeprowadzone badania potwierdzają zatem słuszność stanowiska autorów.

Podjęte studia przyniosły również wiedzę na temat skojarzeń/odczuć respondentów, które decydują o tym, że Zwierzyńiec posiada krajobraz turystyczny. W grupie odpowiedzi pierwszych, 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. Z zestawienia powyższych opinii wynika, że respondenci za atrybuty krajobrazu turystycznego uznają najlepiej rozpoznawalne i najczęściej wykorzystywane atrakcje, obiekty zagospodarowania turystycznego miejscowości oraz element związany z jakością wypoczynku — ciszę i spokój. Ponownie potwierdza to słuszność przyjętych przez autorów założeń.

Przeprowadzone badania przyniosły również rezultaty w zakresie oceny wpływu, wyróżnionych przez autorów elementów środowiska geograficznego na atrakcyjność krajobrazu turystycznego. Z uzyskanych wypowiedzi wynika, że bardzo duży wpływ wywiera sześć 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. Bardzo ważne miejsce w tej ocenie 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. Wyróżnione przez autorów w teoretycznej części pracy składowe pojęcia „krajobraz turystyczny” są zatem zgodne z opiniami i ocenami biorących udział w badaniu mieszkańców i turystów.

Powyższa praca ma jeszcze jeden istotny wymiar. Właściwe wyróżnienie i rozumienie istoty „krajobrazu turystycznego” jest zagadnieniem bardzo ważnym z punktu widzenia prawidłowego funkcjonowania środowiska geograficznego. Krajobraz turystyczny, tworzony przez człowieka w celu zaspokojenia jego potrzeb, powinien być bowiem kształtowany zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Wszelkie działania zmierzające do wykorzystania jego zasobów i walorów powinny mieć na względzie zachowanie harmonii między środowiskiem przyrodniczym i kulturowym oraz działalnością społeczno-gospodarczą. Zatem wszelkie postrzegane, wyróżniane i wykorzystywane przez respondentów elementy krajobrazu turystycznego powinny być uwzględniane w planach strategicznych regulujących właściwy rozwój regionów w perspektywie długookresowej.

Literatura

- AITCHISON C., MACLEOD N.E., SHAW S.J. (2000): *Leisure and Tourism Landscapes. Social and Cultural Geographies*. London — New York, Routledge.
- CHRENKA B., IRA V. (2011): *Transformation of Tourist Landscapes in Mountain Areas: Case Studies from Slovakia*. „Human Geographies – Journal of Studies and Research in Human Geography”, nr 5(2), s. 13–20.
- DIETVORST A. (1998): *Tourist Landscapes. Accelerating Transformations*. [w:] S. Scraton (red.): *Leisure, Time and Space. Meanings and Values in People's Lives*, LSA publication, t. 57, Eastbourne, Leisure Studies Association.
- FERRARIO F. (1978): *The Tourist Landscape. A Method of Evaluating Tourist Potential and its Application to South Africa*. „Dissertation Abstracts International”, nr 38(8), s. 5050.
- FYHRI A., JACOBSEN J.K.S., TOMMERVIK H. (2009): *Tourists' Landscape Perceptions and Preferences in a Scandinavian Coastal Region*. „Landscape and Urban Planning”, nr 91(4), s. 202–211.
- GKOLTSIOU K., TERKENLI T.S. (2008): *Landscape Indicators: a Promising Tool For the Analysis of Tourist Landscape Structure*. Studying, Modeling and Sense Making of Planet Earth, 1–6 June, 2008, Mytilene, Lesvos, Greece.
- HEALY R.G. (1994): *The Common Pool Problem in Tourism Landscapes*. „Annals of Tourism Research”, nr 21(3), s. 596–611.
- JAFARI J. (1982): *The Tourism Market Basket of Goods and Services. The Components and Nature of Tourism*. [w:] T. Singh, K. Jagdish i D.P. Singh (red.): *Studies in Tourism, Wildlife Parks Conservation*, New Delhi, Metropolitan.

- KOWALCZYK A., DEREK M. (2010): *Zagospodarowanie turystyczne*. Turystyka, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- KRUKOWSKA R., JÓŻWIK M.J. (2004): *Walory turystyczne Zwierzyńca i okolic*. [w:] R. Dobrowolski i S. Terpiłowski (red.): *Stan i zmiany środowiska geograficznego wybranych regionów wschodniej Polski*, Lublin, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- KRUKOWSKA R., ŚWIECA A. (2006): *The Role of the Zamoyski Entailed Estate in Creation the Functions and Cultural Landscape of Zwierzyńiec*. [w:] E. Skowronek (red.): *Cultural Landscapes of the Lublin Upland and Roztocze*, Lublin, Karpol.
- LOZATO-GIOTART J.-P. (1993): *Géographie du tourisme de l'espace regardé à l'espace consommé*. Collection géographie, Paris Milan Barcelone, Masson.
- MYGA-PIĄTEK U. (2012): *Krajobrazy kulturowe. Aspekty ewolucyjne i typologiczne*. Katowice, Pracownia Komputerowa Jacka Skalmierskiego.
- RICHLING A. (2010): *O krajobrazie raz jeszcze. Czy istnieją krajobrazy rekreacyjne?* [w:] A. Richling (red.): *Krajobrazy rekreacyjne. Kształtowanie, wykorzystanie, transformacja*, Problemy Ekologii Krajobrazu, t. 27, Biała Podlaska–Warszawa, Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II; Polska Asocjacja Ekologii Krajobrazu.
- SKOWRONEK E., JÓŻWIK M.J., TUCKI A. (2013): *Krajobraz turystyczny – koncepcja teoretyczna*. [w:] R. Wiluś i J. Wojciechowska (red.): *Nowe-stare formy turystyki w przestrzeni*, Warsztaty z Geografii Turyzmu, t. 3, Łódź, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- TERKENLI T.S. (2002): *Landscapes of Tourism. Towards a Global Cultural Economy of Space?* „Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment”, nr 4(3), s. 227–254.
- TERKENLI T.S. (2011): *From Landscape to Tourism and Back: The Emergence of a Greek Landscape Conscience*. [w:] Z. Roca, P. Claval i J.A. Agnew (red.): *Landscapes, Identities, and Development*, Farnham, Surrey–Burlington, VT, Ashgate.
- TUCKI A. (2009): *Potencjal turystyczny regionu lubelskiego*. „Annales UMCS. Sectio B. Geographia, Geologia, Mineralogia et Petrographia”, nr 64(1), s. 15–35.
- VAN DER DUIJN R. (2007): *Tourismscapes — an Actor-Network Perspective*. „Annals of Tourism Research”, nr 34(4), s. 961–976.
- WŁODARCZYK B. (2009): *Krajobrazy przestrzeni turystycznej*. „Turystyka”, nr 19(1/2), s. 89–97.
- WŁODARCZYK B. (2011): *The Tourism Landscape and Tourist Space of the City*. [w:] W. Alejziak (red.): *Folia Turistica. Special Edition: “The Master Classes” (Published on the 35th Anniversary of the Tourism and Recreation Faculty at the University School of Physical Education in Kraków)*. nr 25, Folia Turistica, t. 1, Kraków, Akademia Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czecha w Krakowie.
- WOJCIECHOWSKI K.H. (1994): *O przydatności badań percepcji krajobrazu*. [w:] J. Bogdanowski (red.): *O percepcji środowiska. Praca zbiorowa przygotowana w ramach działalności zespołu MAB-13 „Percepcja środowiska”*, Zeszyty Naukowe/Polska Akademia Nauk Komitet Naukowy przy Prezydium PAN „Człowiek i Środowisko”, t. 9, Dziekanów Leśny, Instytut Ekologii PAN. Oficyna Wydawnicza.