

Justyna MOKRAS-GRABOWSKA

Uniwersytet Łódzki

INTERPRETACJE, WYOBRAŻENIA, WARTOŚCI - INDYWIDUALNA PRZESTRZEŃ TURYSTYCZNA CZŁOWIEKA

1. Wprowadzenie

Przestrzeń turystyczna stanowiąca część przestrzeni geograficznej ma bardzo złożony charakter i może być rozpatrywana wielopłaszczyznowo. Elementem koniecznym do zaistnienia przestrzeni turystycznej jest ruch turystyczny, a zatem i człowiek jako uczestnik tego ruchu. Fakt ten pozwala na rozpatrywanie przestrzeni turystycznej nie tylko w aspekcie obszaru, ale także w aspekcie indywidualnej przestrzeni człowieka opartej na wyobrażeniach.

Proces percepcji przestrzeni turystycznej jest bardzo złożony i zależy od wielu czynników fizjologicznych, społecznych, kulturowych i psychologicznych postrzegającego. W wyniku procesu percepcji przestrzeni, będąca pojęciem dość abstrakcyjnym, podlega wartościowaniu, a co za tym idzie „oswajaniu”.

Niniejsza praca jest próbą charakterystyki indywidualnej przestrzeni turystycznej (przestrzeń turystyczna człowieka). Autorka omawia w nim proces percepcji miejsca w przestrzeni turystycznej oraz wartości tej przestrzeni odczuwane przez człowieka.

2. Przestrzeń turystyczna obszaru a indywidualna przestrzeń turystyczna człowieka

Geografia to nauka chorologiczna – zajmuje się rozmieszczeniem przestrzennym przedmiotów, zjawisk i procesów oraz związkami między nimi (LISOWSKI 2005, s. 25). Wyróżniane są dwa podstawowe typy przestrzeni w geografii człowieka: przestrzeń fizyczna (autoteliczna, przedmioty z określonym ich położeniem) oraz przestrzeń niefizyczna (heteroteliczna, mająca charakter relatywny, względny), która z kolei dzieli się na przestrzenie: ekologiczną, kulturową i społeczną.

Elementami składowymi przestrzeni geograficznej są: środowisko przyrodnicze, człowiek oraz efekty jego działalności w tym środowisku (WŁODARCZYK 2009, s. 7). Przestrzeń turystyczna to z kolei funkcjonalnie wyróżniająca się część (podprzestrzeń) przestrzeni geograficznej rozumianej w sensie *largo*, na którą składają się elementy przyrodnicze powłoki Ziemi (środowisko naturalne), trwałe efekty działalności ludzkiej w tym środowisku (środowisko gospodarcze), a także środowisko człowieka w rozumieniu społecznym (LISZEWSKI 1995, s. 94). Przestrzeń turystyczna to zatem część przestrzeni niefizycznej, relatywnej, gdzie zachodzą relacje pomiędzy przedmiotami a podmiotem (turystą).

Przestrzeń turystyczna odznacza się specyficzną organizacją, funkcją, fizjonomią oraz określonym statusem prawnym. Jest zatem definiowana wyłącznie na podstawie przesłanek funkcjonalnych (rozwój funkcji turystycznej), a jej podstawowym wyznacznikiem jest występujący ruch turystyczny (WŁODARCZYK 2009, s. 7). Warto jednak podkreślić, iż przestrzeń turystyczna ze względu na swój złożony charakter może być badana na różnych płaszczyznach poznawczych: na płaszczyźnie geosfery, technosfery czy socjosfery, ale także noosfery – sfery myśli człowieka, nieposiadającej granic formalnych (WŁODARCZYK 2014, s. 26). Fakt konieczności występowania w przestrzeni turystycznej człowieka jako uczestnika ruchu turystycznego pozwala więc nie tylko na delimitację tej przestrzeni w aspekcie obszaru, ale

także na kształtowanie indywidualnej przestrzeni turystycznej (idee, wartości, symbole).

Przegląd koncepcji związanych z teorią przestrzeni turystycznej pokazuje, że w literaturze przedmiotu najczęściej można spotkać się z podejściem obiektywnym, dotyczącym przestrzeni konkretnego obszaru (regionu, miasta itd.). Traktują o tym m.in.: teoria peryferii jako lokalizacji turystyki i wypoczynku W. Christallera, koncepcja terytorialnego systemu rekreacyjnego (TSR) V.S. Preobrażenskigo i J.A. Viedienina, koncepcja R.W. Butlera dotycząca cyklu życia obszaru turystycznego (TALC), liczne koncepcje rozwoju miejscowości nadmorskich (E. Gormsena, D. Pearce'a, R.A. Smitha) lub w strefie podmiejskiej dużych miast (E. Dziegieć, S. Liszewskiego, A. Kowalczyka, J.P. Lozato-Giotarta).

Podejście subiektywne dotyczące indywidualnego użytkowania i postrzegania przestrzeni turystycznej przez jej użytkowników (turystów) nie stanowi przedmiotu tak częstych rozważań. Wśród najbardziej popularnych koncepcji o charakterze behawioralnym należy wymienić m.in.: model przestrzeni turystycznej J.M. Miosseca, uwzględniający m.in. stopień poznania i „oswojenia” przestrzeni przez turystów, teoretyczny model zachowań turystycznych i rekreacyjnych H. Aldskogiusa, wyróżniający przestrzeń aktywności i przestrzeń akcji w zależności od wielu czynników oddziałujących na turystę, oraz koncepcję dotyczącą etapów poznawania przestrzeni turystycznej A. Kowalczyka.

Jako pierwszy dyskusję dotyczącą pojmowania przestrzeni w polskiej geografii rozpoczął J. STACHOWSKI (1993), który obok przestrzeni turystycznej realnej wyróżnił przestrzeń turystyczną abstrakcyjną i mentalną (WŁODARCZYK 2009, s. 80). Również S. LISZEWSKI (2005, s. 54) wydzielił trzy, niewykluczające się rodzaje przestrzeni turystycznej: realną (trwale zagospodarowaną na potrzeby turystyczne), funkcjonalną (wyraz różnorodnej aktywności turystycznej człowieka w przestrzeni) i percepcyjną (indywidualne postrzeganie przestrzeni przez człowieka). Inny podział tego samego autora wyróżnia z kolei następujące przestrzenie wyobrażeń turystycznych: przestrzeń duchową

turystyki (przestrzeń o charakterze religijnym), wirtualną i percepcyjną (LISZEWSKI 2006, s. 10).

Z kolei B. WŁODARCZYK (2009, s. 82–83) proponuje nieco inne podejście, wyróżniając tym samym cztery poziomy pojmowania przestrzeni turystycznej: przestrzeń realną (rzeczywistą, konkretną, doświadczoną, oznaczającą zbiór miejsc odwiedzanych przez turystę), percepcyjno-mentalną (uświadomioną, doświadczoną, zazwyczaj zhierarchizowaną pod względem znaczenia i wartości oraz zniekształconą po przejściu przez filtry percepcji), wirtualną (niereczywistą, niedoświadczoną bezpośrednio, zbiór wyobrażeń na temat obszarów potencjalnej aktywności turystycznej, wytworzonych na podstawie źródeł wtórnych) oraz duchową (symboliczną, odnoszącą się do systemu wartości, będącą wypadkową wszystkich trzech wymienionych powyżej). Spośród nich najczęściej omawianą i poddawaną badaniom jest przestrzeń realna (rzeczywista) – zarówno z punktu widzenia obszaru, jak i jej postrzegania przez turystów (WŁODARCZYK 2009, s. 85).

Jak wynika z przedstawionych rozważań, przestrzeń turystyczna jest pojęciem bardzo złożonym i wielowymiarowym (LISZEWSKI 2005, s. 58). Wśród wielu klasyfikacji przestrzeni turystycznej, fundamentalną wydaje się być jednak ta wyróżniająca jej dwa podstawowe rodzaje, a co za tym idzie dwa podejścia badawcze (WŁODARCZYK 2009, s. 81):

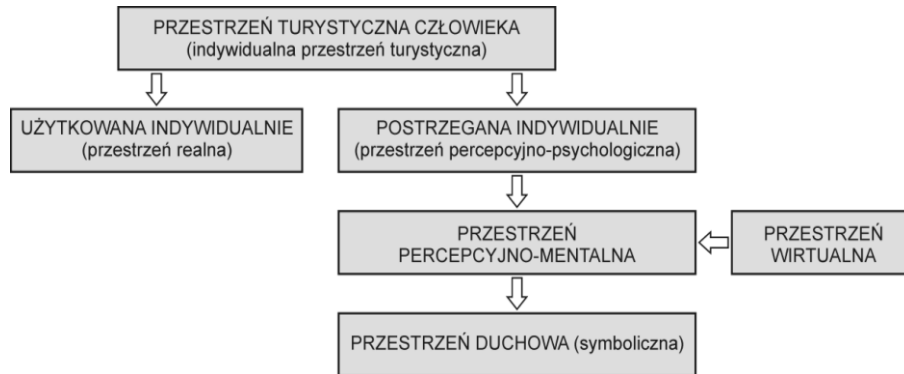
- przestrzeń turystyczną **obszaru**, rozumianą jako zbiór miejsc (obszarów) i procesów w nich zachodzących, w których obserwuje się różnorodne aktywności turystyczne;
- przestrzeń turystyczną **człowieka** (indywidualna przestrzeń turystyczna), oznaczającą sumę miejsc i obszarów odwiedzanych przez turystów.

Sposobów klasyfikacji przestrzeni turystycznej obszaru jest wiele (WŁODARCZYK 2014, s. 30). Pod względem sposobu zagospodarowania, zawałszczania oraz użytkowania wyróżniane są przestrzenie: eksploracji, penetracji, asymilacji, kolonizacji i urbanizacji turystycznej. Z punktu widzenia pełnionych funkcji i dominującego charakteru ruchu turystycznego przestrzenie: wypoczynkowa, poznawcza, turystyki aktywnej, biznesowa, kulturowa i inne. Ze względu na specyfikę

osadniczą obszaru można mówić m.in. o przestrzeniach: miejskiej, podmiejskiej czy wiejskiej. Z kolei uwzględniając strefę krajobrazową wyróżniamy przestrzenie: nadmorską, pojezierną, niziną czy też wyżynną.

Na indywidualną przestrzeń turystyczną człowieka składają się:

- przestrzeń **użytkowana** indywidualnie (rzeczywista, realna)
 - obiektywna, możliwa do opisanie empirycznego;
- przestrzeń **postrzegana** indywidualnie – wyobrażona na podstawie wcześniejszych doświadczeń, subiektywna (percepcyjno-mentalna, wirtualna i duchowa).



Rys. 1. Przestrzeń turystyczna człowieka – kategorie kognitywne
Źródło: opracowanie własne na podstawie: B. WŁODARCZYK (2009)

Jak wynika z powyższej klasyfikacji przestrzeń turystyczna człowieka ma zarówno charakter realny (przestrzeń użytkowana indywidualnie), jak i wyobrażeniowy (przestrzeń postrzegana indywidualnie) (rys. 1). Analizując przestrzeń turystyczną w kategoriach percepcyjno-psychologicznych należy podkreślić, iż podstawowym jej rodzajem jest przestrzeń percepcyjno-mentalna. Wytworzona na podstawie wcześniejszych doświadczeń może przekształcić się w przestrzeń duchową (symboliczną), będącą wyrazem systemu filozoficznego turysty, jego wrażliwości moralnej i estetycznej. Taka przestrzeń ma silny ładunek emocjonalny. Nie jest ona zatem, jak podaje S. LISZEWSKI (2006, s. 10), utożsamiana z przestrzenią rozumianą wyłącznie

w kategoriach religijnych (o charakterze *sacrum* religijnego). Jej wyrazem jest jednak często symboliczne postrzeganie przestrzeni turystycznej (skojarzenia symboliczne – np. Tatry-Giewont).

Odrębnym zjawiskiem jest z kolei przestrzeń wirtualna. Zdaniem S. LISZEWSKIEGO (2006, s. 11) jest to przestrzeń występująca w globalnej sieci komputerowej (Internet) i oznaczająca przede wszystkim turystyczne poznawanie danego miejsca (obszaru), bez konieczności fizycznego przemieszczania się. W takim rozumieniu jest ona zatem alternatywą dla realnej przestrzeni turystycznej.

B. Włodarczyk określa z kolei przestrzeń wirtualną szerzej – jako nierzeczywistą, niedoświadczoną bezpośrednio, powstałą na podstawie różnych źródeł wtórnych i określaną jako zbiór wyobrażeń o obszarach potencjalnej aktywności turystycznej (WŁODARCZYK 2009, s. 83). Warto jednak podkreślić, że przestrzeń wirtualna rozumiana jako wirtualne wyobrażenie o danym miejscu (obszarze) wpływa na przestrzeń percepcyjno-mentalną oraz duchową i tym samym może ostatecznie stać się przestrzenią użytkowaną turystycznie. Decyzja podjęcia wyjazdu turystycznego jest bowiem z reguły poprzedzona bodźcami wewnętrznymi lub zewnętrznymi, będącymi wytworem umysłu przyszłego turysty (w tym poprzez książki – przewodniki turystyczne, informatory, mapy czy przekazy wizualne) (LISZEWSKI 2006, s. 9).

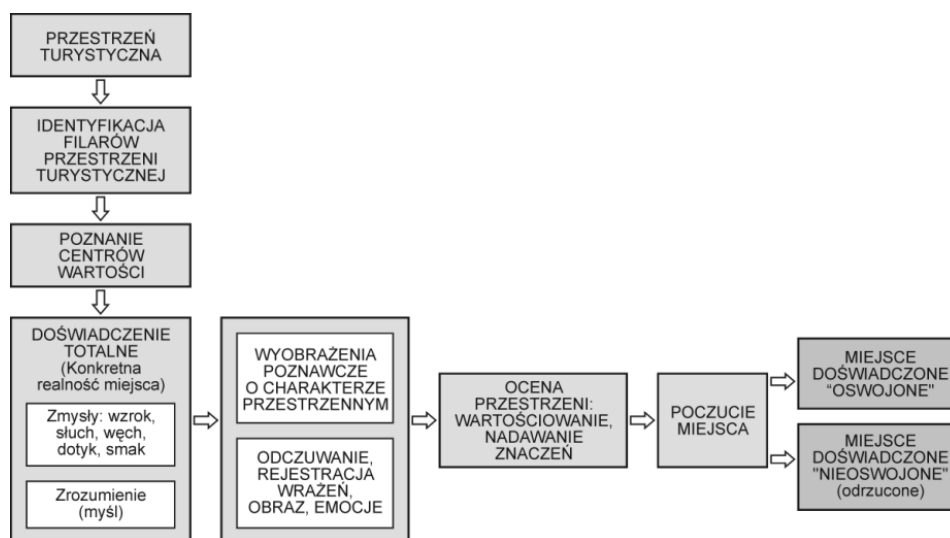
3. Proces percepcji miejsca w przestrzeni

Jak już zostało wspomniane, z psychologicznego punktu widzenia przestrzeń turystyczna związana jest z interakcją pomiędzy obserwatorem a środowiskiem. Jest tym samym uzależniona od wielu czynników fizjologicznych i psychicznych postrzegającego, a także od jego uwarunkowań społecznych i kulturowych.

Przestrzeń w oczach turysty jest subiektywnym światem wartości i interpretacji zgodnych z preferowaną formą działania. Im bardziej wąska specjalizacja turystyczna, tym silniejsze jest zróżnicowanie jej

postrzegania (KRZYMOWSKA-KOSTROWICKA 1997, s. 15). Odczuwanie wartości i jej doświadczanie stanowi element złożonego procesu percepcji. Rejestrując bodźce, których dostarcza przestrzeń, człowiek dokonuje jej oceny, kierując się przy tym upodobaniami estetycznymi, intelektualnymi, emocjonalnymi oraz przydatnością pewnych elementów przestrzeni do określonych celów. Tak powstaje indywidualny świat doznań geograficznych – miejsce, będące fragmentem przestrzeni zawierającej pewien ładunek znaczeń (MATUSZEWSKA 2008, s. 78).

Percepcja jest pojęciem z dziedziny psychologii, rozumianym jako postrzeganie i uświadomienie sobie spostrzeganego przedmiotu lub zjawiska, a także zaobserwowanie jego stanu lub przebiegu (SZAFRĄŃSKA, KACZMAREK 2007, s. 47). Jest to rejestracja świata zewnętrznego przebiegająca na kilku etapach: odbiór, wewnętrzna interpretacja (czyli zrozumienie i identyfikacja), rozpoznawanie i przypisywanie znaczenia spostrzeżeniom. Poprzez interpretację człowiek wykracza poza fizyczny aspekt wrażeń i tworzy własną, twórczą oraz osobistą wizję rzeczywistości.



Rys. 2. Proces percepcji miejsca w przestrzeni turystycznej człowieka
Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. KRZYMOWSKA-KOSTROWICKA (1997),
 K. DĄBROWSKA-BUDZIŁO (2008), A. RICHLING, J. SOLON (2010), Y.F. TUAN (1987)

Proces percepcji miejsca w przestrzeni prezentuje rys. 2. Wynika z niego, iż na początku ma miejsce identyfikacja filarów przestrzeni turystycznej – początkowo „mglista” i bardzo abstrakcyjna przestrzeń wymaga bowiem poznania znaczniejszych jej punktów. Punkty te stanowią dla postrzegającego centra wartości – jak podaje Y.F. TUAN (1987, s. 30): „przyciągają i odpychają w sposób subtelnie zróżnicowany”. Zwrócenie na nie uwagi jest uznaniem ich realności i wartości. Doświadczenie totalne poprzez zmysły i refleksyjną myśl przyczynia się do powstania w umyśle człowieka wyobrażeń poznawczych, odczuwania wrażeń i emocji. Kolejnym etapem procesu percepcji miejsca w przestrzeni turystycznej jest ocena tej przestrzeni, jej wartościowanie i nadawanie znaczeń, co w ostateczności prowadzi do „poczucia” miejsca. Ostatnim etapem procesu jest powstanie dwóch rodzajów miejsc doświadczonych: miejsca „oswojonego” i „nieoswojonego” (odrzuconego), które charakteryzuje znaczny ładunek emocjonalny.

Jak już wspomniano, proces percepcji miejsca w przestrzeni odbywa się pod wpływem wielu determinant zewnętrznych i wewnętrznych. Warunkują one przebieg całego procesu percepcji przestrzeni przez obserwatora. W literaturze przedmiotu można spotkać się z licznymi klasyfikacjami determinant percepcji, przy czym w zależności od podejmowanego zagadnienia badawczego dotyczą one postrzegania samego środowiska przyrodniczego lub krajobrazu, w tym krajobrazu kulturowego (KRZYMOWSKA-KOSTROWICKA 1997, KULCZYK 2013, SZKURŁAT 2007, SZAFRAŃSKA i KACZMAREK 2007, RICHLING, SOLON 2011, PAWŁOWSKI 1983–1984). Na ich podstawie determinanty te, z uwzględnieniem ich podziału na wewnętrzne i zewnętrzne, zestawiono w tab. 1. Determinanty wewnętrzne rozumiane są w tym przypadku jako dotyczące człowieka będącego użytkownikiem przestrzeni turystycznej. Głównymi determinantami wewnętrznymi są wtedy: indywidualna charakterystyka biologiczna człowieka, jego chwilowa dyspozycja, środowisko społeczno-kulturowe, poziom i kierunek wykształcenia, zainteresowania oraz świadomość jednostki.

Tab. 1. Determinanty wewnętrzne i zewnętrzne procesu percepcji indywidualnej przestrzeni turystycznej

DETERMINANTY WEWNĘTRZNE		DETERMINANTY ZEWNĘTRZNE
I	Indywidualna charakterystyka biologiczna człowieka	1. Walory przyrodnicze i antropogeniczne
	1. Pamięć biologiczna przeszłości	2. Infrastruktura turystyczna
	2. Specyfika pola asocjacyjnego mózgu oraz koordynacja między receptorami/ zmysłami (integracja sensoryczna)	3. Determinanty ekologiczne (system ochrony przyrody obszaru, świadomość ekologiczna społeczności lokalnej)
	3. Płeć i wiek obserwatora	4. Sytuacja społeczno-gospodarcza obszaru
	4. Stan zdrowia obserwatora	5. Sytuacja polityczna obszaru
	5. Naturalna potrzeba ładności/symetrii w otoczeniu	6. Determinanty technologiczne
II	Chwilowa dyspozycja człowieka	7. Sytuacja meteorologiczna, pora roku i pora dnia
	1. Stan emocjonalny, samopoczucie i nastrój obserwatora	
	2. Stan kondycyjny	
	3. Oczekiwania obserwatora	
III	Środowisko społeczno-kulturowe człowieka	
	1. Tradycje historyczno-kulturowe i miejsce pochodzenia	
	2. Miejsce w strukturze społecznej (status społeczny)	
	3. Narzucone stereotypy kulturowe	
	4. Przekaz rodzinny i sposób wychowania	
	5. Środowisko życia jednostki	
	6. Potrzeby społeczne i bytowe	
	7. Wrażliwość moralna (własny system filozoficzny)	
	8. Wrażliwość estetyczna	
	9. Doświadczenie indywidualne nabyte w trakcie życia	
IV	Poziom i kierunek wykształcenia, zainteresowania, świadomość człowieka	
	1. Potrzeby intelektualne	
	2. Nabyta wiedza ogólna	
	3. System nabywania wiedzy (edukacja formalna/niefORMALNA)	
	4. Zainteresowania własne	
	5. Wykonywany zawód	
V	Pozostałe	
	1. Osobiste związki z miejscem	
	2. Częstotliwość odwiedzin	
	3. Osobiste przeżycia i wspomnienia	
	4. Długość interakcji z krajobrazem, adaptacja do miejsca, poczucie nowości	
	5. Obecność innych osób	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. KRZYMOWSKA-KOSTROWICKA (1997), K. DĄBROWSKA-BUDZIŁO (2008), A. RICHLING, J. SOLON (2010), B. WŁODARCZYK (2009).

Z kolei do determinant zewnętrznych, rozumianych jako wynikające z właściwości opisywanej przestrzeni, zaliczono: walory turystyczne, infrastrukturę, czynniki ekologiczne, społeczno-gospodarcze, polityczne czy technologiczne. Determinanty ekologiczne rozumiane są w tym przypadku jako funkcjonujący na danym obszarze system ochrony przyrody oraz świadomość ekologiczna mieszkańców danego obszaru. Istotne znaczenie sytuacji społecznej, gospodarczej czy politycznej odnosi się z kolei do specyfiki społeczności lokalnych oraz działań politycznych podejmowanych zarówno w regionie, jak i poza nim. Determinanty technologiczne to nowoczesne technologie, udogodnienia i rozwiązania stosowane w turystyce w danym regionie. Istotną determinantą jest także sytuacja meteorologiczna w danym momencie, pora roku, a nawet pora dnia, mogące w znacznym stopniu wpłynąć na użytkownika przestrzeni.

Percepcja przestrzeni oznacza identyfikację, klasyfikację i strukturyzację obiektów oraz ich wartościowanie i nadawanie znaczenia. Człowiek odbiera bodźce płynące ze środowiska wszystkimi zmysłami, które wspomagają się wzajemnie i stwarzają uporządkowany świat dostarczający emocji (TUAN 1987, s. 21, PAWŁOWSKI 1983–1984, s. 7). Najważniejsze jednak jest postrzeganie wizualne (zmysł wzroku), czyli percepcja środowiska w wąskim słowa tego znaczeniu (KRZYMOWSKA-KOSTROWICKA 1997, s. 17). Pozostałe zmysły wzbogacają i rozszerzają przestrzeń wizualną – miejsce zyskuje konkretną realność, gdy jest doświadczane wszystkimi zmysłami (wzrok, słuch, dotyk, węch, smak).

Czynnikiem decydującym o reakcji na bodziec jest proces kojarzenia i porównywania rzeczywistości postrzeganej z wzorcami zapisanymi w pamięci (genetycznie lub nabytymi w procesie uczenia się). Widzenie świata obejmuje bowiem elementy pochodzące z naszego doświadczenia i pamięci (MŁYNARCZYK, POTOCKA 2011, s. 121). Jak podaje A. KRZYMOWSKA-KOSTROWICKA (1997, s. 19), wyróżniane są następujące fazy procesu postrzegania: faza selekcji, faza identyfikacji (kategoryzacji właściwości) oraz faza tworzenia osądu.

W procesie percepcji biorą kolejno udział trzy układy narządów człowieka (KRZYMOWSKA-KOSTROWICKA 1997, s. 20): układ wegetatywny, w którym tkwi źródło poglądów, układ animalny – generalizujący bodźce proste, wykorzystujący pamięć genetyczną, oraz układ biopsychiczny, najważniejszy, w którym z kolei wyróżniane są trzy poziomy układy:

- poziom psychiki sensorycznej (porządkujący i wartościujący bodźce, scalanie);
- poziom psychiki percepcyjnej (możliwość oglądu rzeczywistości, porządkowanie w układy przestrzenno-znaczeniowe);
- poziom psychiki inteligentnej (świadomościowej – myślenie, tworzenie pojęć abstrakcyjnych, znaczenie, wartość zjawisk obserwowanych).

Człowiek uprawiając turystykę rozpoznaje zatem i ocenia za pomocą zmysłów i rozumu otoczenie w jakim przebywa (TOCZEK-WERNER 2007, s. 77). Rozum czyni zachowania turystyczne przemyślanymi i celowymi, kierując się wartościami, które sam podpowiada. Przestrzeń turystyczna jest dla człowieka źródłem twórczych inspiracji, wielorakich przeżyć, a także źródłem informacji. Człowiek odbiera bodźce płynące z tej przestrzeni, a następnie je przetwarza i interpretuje zgodnie z własną pamięcią, sądami i oczekiwaniami. Będąc w interakcji z przestrzenią turystyczną doświadcza jej, przez co powstaje swego rodzaju przestrzeń personalna.

4. Miejsce w przestrzeni turystycznej i jego wartości

Relacje pomiędzy ludzką świadomością i środowiskiem stanowią przedmiot zainteresowań geografii humanistycznej. Jak podaje P. TOBIASZ (2008, s. 98), studia wyobrażeń, postaw i preferencji wobec środowiska rozwinęły się w latach 60. XX wieku. Był to głos sprzeciwu wobec objaśniania przestrzeni tylko za pomocą matematycznych wzorów i analiz ilościowych, w których pomijano czynnik humanistyczny. Największy wpływ na geografie humanistyczną wywarła fenomenologia (LIBURA 1990, s. 31). Istotne okazało się bowiem znaczenie indy-

widualnego doświadczania świata. Model fenomenologiczny oznacza nacisk na indywidualne, subiektywne odczucia i interpretacje. Jest to indywidualna perspektywa jednostki – doświadczanie miejsca w przestrzeni (REMBOWSKA 2008, s. 60). Fenomenologia oznacza naukę o zjawiskach powstających w ludzkiej świadomości – ich istocie i sposobie poznawania (WĘDZIŃSKA 2013, s. 32).

Według *Słownika języka polskiego* (1978) **miejsce** to część (wycinek) określonej przestrzeni, służące określonym celom. W aspekcie indywidualnej przestrzeni turystycznej miejsce to zatem fragment przestrzeni, postrzegany i wyodrębniany przez jednostkę w aspekcie doświadczania znaczeń, symboli i wartości. Jest ono elementem punktowym znajdującym się w przestrzeni i stanowi centrum odczuwalnych wartości (TUAN 1987, s. 14). To właśnie koncepcja miejsca znajduje zastosowanie w badaniach nad potrzebami, motywacjami i wyobrażeniami turystycznymi (KOWALCZYK, KULCZYK 2008, s. 17).

Przestrzeń jest zatem pojęciem bardziej abstrakcyjnym niż miejsce – to co początkowo jest przestrzenią, staje się miejscem w miarę poznawania i nadawania wartości (TUAN 1987, s. 16). Jak wynika z omawianego już rys. 2, poprzez ocenę i wartościowanie przestrzeni powstają dwa rodzaje miejsc: miejsce doświadczone „oswojone” oraz miejsce doświadczone „nieoswojone” (odrzucone).

Wartość to podstawowa kategoria aksjologii, oznaczająca cechę lub zespół cech właściwych danemu zjawisku, stanowiących o jego walorach (*Słownik języka polskiego* 1981, s. 660). Człowiek nadaje każdemu obserwowanemu zjawisku pewną wartość, nawet gdy wobec obserwowanego przedmiotu pragnie zachować neutralność. Wartościowanie to dokonywanie ocen i formułowanie sądów oceniających, zawierających aprobatę lub dezaprobatę danego stanu rzeczy, zjawiska, zdarzenia, zachowania się (*Nowa encyklopedia...* 2004, s. 664). Wartościowaniu przedmiotów i miejsc towarzyszy reakcja emocjonalna, wspomagana przez zmysły oraz funkcje analityczno-intelektualne (PAWŁOWSKI 1983–1984, s. 7). Zewnętrznym przejawem wartości jest zachowanie człowieka.

Jak podaje S. TOCZEK-WERNER (2007, s. 83), jednym z ważniejszych aspektów wartości determinujących zachowania turystyczne są dziedziny motywacyjne, które ukierunkowują jednostkę. Zdaniem znawcy filozofii wartości Maxa Schelera, człowiek poznaje wartości w aktach emocjonalnych (akty doświadczenia aksjologicznego). Akty te otwierają dostęp do wartości oraz pozwalają uchwycić ich specyfikę (WĘDZIŃSKA 2013, s. 36). W literaturze przedmiotu można spotkać się z podziałami wartości dotyczącymi zarówno samego środowiska przyrodniczego (KRZYMOWSKA-KOSTROWICKA 1997), jak i krajobrazu kulturowego (MYGA-PIĄTEK 2012, DĄBROWSKA-BUDZIŁO 2008).

Bardzo kompleksowego podziału wartości środowiska przyrodniczego dokonała w swojej pracy A. KRZYMOWSKA-KOSTROWICKA (1997). Autorka wyróżniła rodzaje wartości w oparciu o wartościowanie o genezie psychologicznej (wartość jako doznania emocjonalne i jako użyteczność) oraz funkcjonalnej (podłoże realizacji konkretnych potrzeb). Z kolei w ramach kulturowych wartości krajobrazowych K. DĄBROWSKA-BUDZIŁO (2008, s. 54–55) wyróżnia dwa aspekty:

- 1) aspekt materialny, oznaczający stosunek jednostki do tego, co jest materialnym bytem dostępnym zmysłom, kojarzony z cechami formy i substancji;
- 2) aspekt niematerialny – związany z treścią, znaczeniami, sensem, wszystkim tym, co domniemane, skojarzone i odczute na podstawie tego, co spostrzeżone. Oddziałuje on na sferę intelektualną i emocjonalną. Wiąże się z potrzebą duchową człowieka. Ma związek z nadawaniem znaczenia przestrzeni (doszukiwanie się znaczeń). Zbiór wartości niematerialnych zdaniem autorki jest nieograniczony – wyróżnia się tu m.in.: wartości historyczne (związane z dziedzictwem historycznym), wartości unikatowości zjawiska (oryginalność, odrębność), wartości związane z atmosferą niezwykłości (*genius loci*, „magiczna aura”), wartości związane z symboliką (sposób przekazu treści przez znak).

M. Scheler dzieli wartości na pozytywne i negatywne (WĘDZIŃSKA 2013, s. 38). Każda wartość pozytywna ma swój negatywny odpowiednik. Zdaniem filozofa nie istnieją wartości neutralne. Innego zda-

nia jest J. WOJTANOWICZ (2006, s. 58), który twierdzi, że wartość oznacza doniosłość i jedynie to, co cenne.

Wartości zawsze występują w związku z podmiotem wartościowania (nosiciel wartości). Według M. Schelera najważniejszy jest podział wartości ze względu na ich treść: hedonistyczne (np. przyjemność–nieprzyjemność), witalne (życiowe), duchowe (w tym estetyczne) oraz religijne (sakralne). Autor twierdzi ponadto, że nie można poznać wartości inaczej niż przez bezpośrednie doświadczenie emocjonalne.

Jak wynika z powyższych rozważań zakres znaczeniowy wartości jest bardzo szeroki. Pojęcie to odnosi się zarówno do sfery rzeczy, idei, jak i ducha – zatem do samego człowieka, który przeżywa wartości, doświadcza ich oraz myśli według wartości (Tischner 2000, za: WOJTANOWICZ 2006, s. 58).

Próba kompleksowego podziału wartości miejsca w przestrzeni turystycznej jest rys. 3. Wyróżniono tu pięć kategorii wartości przestrzeni turystycznej: informacyjne, estetyczne, emocjonalne, symboliczne i zdrowotne, którym następnie przyporządkowano kategorie szczegółowe.

WARTOŚCI INFORMACYJNE	WARTOŚCI ESTETYCZNE	WARTOŚCI EMOCJONALNE	WARTOŚCI SYMBOLICZNE	WARTOŚCI ZDROWOTNE
TREŚĆ	WZNIOSŁOŚĆ	SWOJSKOŚĆ	SYMBOLIKA	PSYCHOTERAPIA
DAWNOŚĆ	PIĘKNO	TRADYCYJNOŚĆ	SACRUM	STYMULACJA
HISTORYCZNOŚĆ	HARMONIA	TOŻSAMOŚĆ	GENIUS LOCI	REGENERACJA
AUTENTYCZNOŚĆ	NATURALNOŚĆ	PRESTIŻ		
REPREZENTACYJNOŚĆ	RÓŻNORODNOŚĆ	HEDONIZM		
UNIKATOWOŚĆ		KONTEMPLACJA		
ODRĘBNOŚĆ				

Rys. 3. Rodzaje wartości odczuwane przez człowieka w przestrzeni turystycznej
 Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. KRZYMOWSKA-KOSTROWICKA (1997),
 K. DĄBROWSKA-BUDZIŁO (2008), U. MYGA-PIĄTEK (2012), M. WĘDZIŃSKA (2013)

Wartości informacyjne odnoszą się do przekazu, jaki obserwator uzyskuje w wyniku obcowania z przestrzenią turystyczną (m.in. dawność, historyczność, autentyczność). Treść oznacza te elementy prze-

strzeni, które nadają jej określony sens, wymowę i znaczenie (MYGA-PIĄTEK 2012, s. 170).

Wartości estetyczne obejmują cechy wizualne przestrzeni – m.in. piękno, wzniosłość, harmonię czy naturalność. Wartości emocjonalne wiążą się ze wzbudzaniem w turyście określonych stanów emocjonalnych (reakcje psychofizyczne). Jest to m.in. odczucie swojskości (związki przynależoności i przywiązania człowieka do miejsca w przestrzeni) i tożsamości, a także odnajdywanie w niej wartości hedonistycznych, prestiżowych czy też kontemplacyjnych (filozoficznych).

Wartości symboliczne dotyczą z kolei semiotyki przestrzeni. Symbolika przestrzeni oznacza cechy, które nie występują bezpośrednio, a ilustrują głębszy poziom znaczenia treści przestrzeni. Są to właściwości niejednoznaczne, pozostawiające odbiorcy możliwość swobodnej indywidualnej interpretacji. *Sacrum* to występowanie świętości (hierofanii) w przestrzeni turystycznej, a *genius loci* to duch miejsca – siła kształtująca wyjątkowość regionu.

Wartości zdrowotne przestrzeni turystycznej odnoszą się do konkretnych korzyści, jakie człowiek zyskuje w wyniku przebywania w danej przestrzeni (m.in. psychoterapeutyczne, regeneracyjne czy stymulacyjne).

5. Podsumowanie

Przestrzeń turystyczna nie jest zjawiskiem jednorodnym – może być rozumiana wielopłaszczyznowo. Rozpatrywana z punktu widzenia człowieka, jako podstawowego jej wyróżnika, może zaistnieć nie tylko w kategoriach przestrzeni realnej, funkcjonalnie użytkowanej, ale także w sensie wyobrażeń. Ma ona bowiem charakter personalny. Indywidualna przestrzeń turystyczna człowieka to zatem świat doznań, wyobrażeń, wartości i osobistych interpretacji. Percepcja przestrzeni turystycznej jest skomplikowanym procesem, w którym indywidualny obraz przestrzeni jest odbierany zarówno poprzez wszystkie zmysły, jak i rozum człowieka. Uwarunkowana wieloma determinantami wewnętrznymi i zewnętrznymi, ostatecznie wpływa na powstanie

miejsca w przestrzeni – jej fragmentu, postrzeganego i wyodrębnianego przez jednostkę w aspekcie doświadczania znaczeń, symboli i wartości.

Bibliografia

- DĄBROWSKA-BUDZIŁO K., 2008, *Wzbogacenie studiów nad krajobrazem o nurt badań jego wartości niematerialnych*, [w:] A. Zaręba, D. Chylińska (red.), *Studia krajobrazowe jako podstawa właściwego gospodarowania przestrzenią*, ZGRiT Uniwersytetu Wrocławskiego, s. 53–66.
- KOWALCZYK A., KULCZYK S., 2008, *Cztery kamienie węgielne geografii turystyki*, „Turyzm”, 18, 1, s. 7–23.
- KRZYMOWSKA-KOSTROWICKA A., 1997, *Geoekologia turystyki i wypoczynku*, PWN, Warszawa.
- KULCZYK S., 2013, *Krajobraz i turystyka. O wzajemnych relacjach.*, WGiSR Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- LIBURA H., 1990, *Percepcja przestrzeni miejskiej. Rozwój regionalny. Rozwój lokalny. Samorząd terytorialny*, IGP Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- LISOWSKI A., 2005, *Geografia jako nauka chorologiczna*, [w:] W. Maik, K. Rembowska, A. Suliborski (red.), *Geografia jako nauka o przestrzeni, środowisku i krajobrazie. Podstawowe idee i koncepcje w geografii*, t. 1, ŁTN, Łódź, s. 25–49.
- LISZEWSKI S., 1995, *Przestrzeń turystyczna*, „Turyzm”, 5, 2, s. 87–103.
- LISZEWSKI S., 2005, *Przestrzeń turystyczna w ujęciu podmiotowym. Przyczynki do dyskusji o przestrzeni w geografii*, [w:] W. Maik, K. Rembowska, A. Suliborski (red.), *Geografia jako nauka o przestrzeni, środowisku i krajobrazie. Podstawowe idee i koncepcje w geografii*, t. 1, ŁTN, Łódź, s. 50–60.
- LISZEWSKI S., 2006, *Przestrzeń turystyki i ich transformacja we współczesnym świecie*, „Turyzm”, 16, 2.
- MATUSZEWSKA D., 2008, *Atrakcyjność krajobrazu Słowińskiego Parku Narodowego dla potrzeb turystyki pieszej*, [w:] A. Zaręba, D. Chylińska (red.), *Studia krajobrazowe jako podstawa właściwego gospodarowania przestrzenią*, ZGRiT Uniwersytetu Wrocławskiego, s. 77–89.
- MEYNARCZYK Z., POTOCKA I., 2011, *Możliwości wykorzystania eye-trackingu w badaniach krajobrazu turystycznego*, [w:] M. Durydiwka, K. Duda-Gromada (red.), *Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany*, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 119–130.
- MYGA-PIĄTEK U., 2012, *Krajobrazy kulturowe. Aspekty ewolucyjne i typologiczne*, Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Nowa encyklopedia powszechna PWN*, 2004, t. 6, Wyd. PWN, Warszawa.
- PAWŁOWSKI T., 1987, *Wartości estetyczne*, WP, Warszawa.
- REMBOWSKA K., 2008, *Człowiek – czas – przestrzeń. Erozja więzi człowieka z Ziemią*, [w:] W. Maik, K. Rembowska, A. Suliborski (red.), *Terytorium, region, miejsce – czas i przestrzeń w geografii. Podstawowe idee i koncepcje w geografii*, t. 4, Bydgoszcz, s. 57–70.
- RICHLING A., SOLON J., 2011, *Ekologia krajobrazu*, Wyd. PWN, Warszawa.
- SENETRA A., SZCZEPAŃSKA A., 2008, *Krajobraz jako element wartości na przykładzie nieruchomości o funkcjach rekreacyjnych i mieszkaniowych*, [w:] A. Zaręba, D. Chylińska (red.), *Studia krajobrazowe jako podstawa właściwego gospodarowania przestrzenią*, ZGRiT Uniwersytetu Wrocławskiego, s. 107–115.
- Słownik języka polskiego*, 1981, M. Szymczak (red.), PWN, Warszawa.
- SZAFRAŃSKA E., KACZMAREK J., 2007, *Percepcja przestrzeni – pomiędzy prawdą a autentycznością*, [w:] M. Madurowicz (red.), *Percepcja współczesnej przestrzeni miejskiej*, WGiSR UW, Warszawa, s. 47–62.
- SZKURŁAT E., 2007, *Psychologiczne i kulturowe uwarunkowania percepcji środowiska*, [w:] *Percepcja współczesnej przestrzeni miejskiej*, WGiSR Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 63–72.

- TOBIASZ P., 2008, *Przestrzeń Łodzi w świadomości kobiet i mężczyzn*, [w:] A. Zaręba, D. Chylińska (red.), *Studia krajobrazowe jako podstawa właściwego gospodarowania przestrzenią*, ZGRiT Uniwersytetu Wrocławskiego, s. 97–106.
- TOCZEK-WERNER S. 2007, *Wartości nadające znaczenia zachowaniom turystycznym w naturze i naturalnych krajobrazach*, [w:] M. Kazimierczak (red.), *Turystyka i podróżowanie w aksjologicznej perspektywie*, AWF Poznań, s. 76–84.
- TUAN Y.F., 1987, *Przestrzeń i miejsce*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- WĘDZIŃSKA M., 2013, *Człowiek na drodze do wartości. Myśl etyczna Maxa Schelera – implikacje pedagogiczne*, „Przegląd Pedagogiczny”, 1 (12), s. 31–43.
- WŁODARCZYK B., 2009, *Przestrzeń turystyczna. Istota, koncepcje, determinanty rozwoju*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- WŁODARCZYK B., 2014, *Przestrzeń w turystyce, turystyka w przestrzeni – o potrzebie definicji, delimitacji i klasyfikacji*, „Turyzm”, 24, 1, s. 25–35.
- WOJTANOWICZ J., 2006, *Wartości w geografii*, Wyd. Uniwersytetu Marii Skłodowskiej-Curie w Lublinie, Lublin.