

Fauna sposobem podnoszenia przyrodniczej atrakcyjności turystycznej obszaru

Sylwia Graja-Zwolińska, Ewa Rączkiewicz, Aleksandra Spychała

Abstrakt. Zwierzęta to jeden z głównych magnesów przyciągających turystów, szczególnie na obszary cenne przyrodniczo. Możliwości ich obserwacji, poznania warunków bytowania, specyfiki behawioru, skłania wielu do podejmowania podróży w określone miejsca występowania danego gatunku. Jednakże niewielu turystów potrafi się właściwie zachować, tak by swoją obecnością w jak najmniejszym stopniu ingerować w ekosystem. Biorąc pod uwagę ograniczoną wiedzę turystów, należy sobie zadać pytanie: w jaki sposób eksponować faunę jako atrakcję danego obszaru? Autorki referatu, szukając owej odpowiedzi, postanowiły przede wszystkim ukazać bogactwo i zróżnicowanie atrakcji turystycznych budowanych na podstawie zwierząt. Jak wynika z dokonanej inwentaryzacji oraz analizy materiałów krajoznawczych, na terenie Polski – niemal w każdym województwie – znajdują się tego rodzaju atrakcje, w dużej mierze kreowane przez człowieka; wszystkie one to w wielu przypadkach obiekty znane jedynie pasjonatom lokalnego dziedzictwa. Potwierdziły to również badania własne przeprowadzone na terenie województwa wielkopolskiego. Dążąc do podnoszenia przyrodniczej atrakcyjności turystycznej obszaru konieczne jest wykorzystywanie różnorodnych obiektów, miejsc, imprez związanych z fauną danego terenu, co z jednej strony może przyczynić się do podnoszenia świadomości i wiedzy ekologicznej, a z drugiej – pomoże ograniczyć napływ przypadkowych turystów do ostoi dziko żyjącej zwierzyny.

Słowa kluczowe: przyrodnicza atrakcyjność turystyczna, fauna.

Abstract. Fauna as a way to increase natural tourist attractiveness of a specific area. Animals are one of the main attractions luring tourists, especially on the valuable natural areas. The opportunity to observe animals, to know their living conditions or peculiar characters of behaviour induce many people to travel to specific places, where certain species live. However, only few of them behave in a proper way, not to interfere with ecosystem by their presence, where they enter – theoretically – only as guests. Taking into account limited knowledge of tourists, you have to ask: what is the way to expose fauna as a specific area attraction? The authors, searching for answer to the above-mentioned question, first of all decided to show the variety and diversity of tourist attractions, which are established on the basis of animals. According to the realized inventory and sightseeing materials' analysis, within the territory of Poland – almost in every voivodship – those specific attractions exist; one should add – they are created in majority by people; all of them are in many cases known only by local heritage fans. This fact was also confirmed by research conducted in wielkopolskie voivodship, too. Using various objects, places and events connected with fauna it is necessary to achieve an increase of natural area's tourist

attractiveness. On the one hand, taking advantage of these attractions can contribute to the increase of ecological consciousness and knowledge, on the other – it can limit the inflow of accidental tourists into the mainstay of wild animals.

Key words: fauna, tourist's natural attractiveness

Istota atrakcyjności turystycznej

Termin atrakcyjność turystyczna to wg Kurka (2008) „właściwość obszaru lub miejscowości wynikająca z zespołu cech przyrodniczych lub pozaprzyrodniczych, które wzbudzają zainteresowanie i przyciągają turystów”. Na atrakcyjność, w takim rozumieniu, składają się elementy będące podstawą wszelkiego rozwoju aktywności turystycznej i zaspakajania potrzeb turystycznych. Należą do nich zatem: walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne oraz dostępność komunikacyjna.

Wielu autorów podkreśla (m.in. Kiryluk 2009 i Borkowska-Niszczota 2009), że do czynników decydujących o atrakcyjności turystycznej należy dodać stan i ochronę środowiska, których znaczenie przy wyborze miejsca wypoczynku w ostatnich latach wzrosło.

W kontekście powyższych rozważań za przyrodniczą atrakcyjność turystyczną należy uznać te komponenty środowiska (naturalne lub utworzone przez człowieka), które przyciągają turystów w celu zaspokojenia ich potrzeb poznawczych dotyczących zagadnień przyrodniczych.

Z terminem atrakcyjność turystyczna ściśle związane jest określenie „atrakcje turystyczne”. Kruczek (2011) zauważa, że w wielu opracowaniach pojęcie to jest pojmowane intuicyjnie. Autor ów stwierdza także, że w polskiej literaturze fachowej unikano stosowania sformułowania „atrakcje turystyczne”, w efekcie czego nie zostało ono jednoznacznie zdefiniowane. Natomiast często spotykanym w rodzimych publikacjach określeniem jest walor turystyczny, używany niekiedy jako synonim atrakcji.

Próbę interpretacji pojęcia atrakcji turystycznej zajmowało się wielu badawczy m.in. Lew (1987), Walsh-Heron, Stevens (1990) za Swarbrooke (2002), MacCannell (1990) za Richards (2002), Davidson (1996), Stasiak (2007), Kurek (2008), Gołembski (2009), Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk (2010), Kruczek (2011). Definicja atrakcji wciąż zresztą ewoluuje wskutek prowadzonych badań oraz postępującą specjalizacją na rynku usług turystycznych.

Dla potrzeb niniejszego opracowania przyjęto pojęcie wprowadzone przez Kurka (2008), który przez atrakcje turystyczne uznaje „wszelkie obiekty stanowiące przedmiot zainteresowania turystów i przyciągające ruch turystyczny. Za atrakcje może być uznany każdy obiekt lub wydarzenie, które spełnia trzy warunki: ma rdzeń będący atrybutem miejsca, dysponuje oznacznikiem w postaci informacji o rdzeniu, przyciąga turystów” (Kurek 2008).

W kontekście przyjętej definicji można stwierdzić, iż na terenie Polski, w obrębie każdego województwa, znajdują się liczne atrakcje, których główny rdzeń koncentruje się wokół poznania danego zwierzęcia (specyfiki gatunku, behawioru, kontekstu kulturowego itp.). W opinii autorki, biorąc pod uwagę liczbę i różnorodność wspomnianych atrakcji, można je określić mianem faunistycznych atrakcji turystycznych.

Klasyfikacja atrakcji turystycznych

W literaturze spotyka się wiele klasyfikacji atrakcji turystycznych. Davidson (1996) wyróżnił ich kategorie, biorąc pod uwagę zainteresowania i motywacje turystów. Warto zwrócić uwagę, że ów autor powiększa dylematy terminologiczne, włączając w istotę atrakcji walory i infrastrukturę turystyczną.

Z kolei Swarbrooke (2002) wprowadził do literatury dwa podziały atrakcji turystycznych; pierwszy różnicuje je wg genezy powstania a drugi wg celu podejmowanej podróży.

Jeszcze inną typologię atrakcji zaproponował Wall (1977), dzieląc je na trzy rodzaje, w zależności od cech przestrzennych; istnieją zatem atrakcje: punktowe, liniowe i powierzchniowe. Pierwszy rodzaj koncentruje na małym terenie dużą liczbę turystów, a obszar ten nie byłby turystycznym, gdyby nie było danej atrakcji; Wall zwraca przy tym uwagę na pozytywne i negatywne skutki punktowego zlokalizowania atrakcji turystycznych. Do plusów zalicza on rozwój regionu, w którym znajduje się atrakcja, tworzenie nowych miejsc pracy i gromadzenie środków finansowych, a do cech negatywnych – obniżenie jakości doznań turystów oraz niszczenie atrakcji (Wall 1977). Tymczasem atrakcje powierzchniowe gromadzą turystów na dużym obszarze, stąd ich mniejsza koncentracja, czego zaletą jest kilka ośrodków z wzmożonym ruchem turystycznym powodujących, że inne tereny są zachowane w naturalnym stanie. Natomiast wada tego rodzaju atrakcji to możliwość niekontrolowanego rozwoju mniejszych ośrodków, które mogą przyczynić się do degradacji zasobów naturalnych oraz być niezgodne z planami rozwojowymi (Wall 1977).

Spośród faunistycznych atrakcji turystycznych do obiektów punktowych zalicza się pomniki i rzeźby, jak również ogrody, zagrody, parki pokazowe, muzea i skanseny oraz imprezy i święta; do atrakcji liniowych – szlaki. Atrakcje powierzchniowe to głównie parki narodowe i krajobrazowe, które najczęściej oferują różne warianty poznania żyjącej tu fauny, umożliwiające – zwłaszcza turystom-pasjonatom – obserwację zwierząt żyjących w ich naturalnym środowisku.

W praktyce bardzo często wykorzystywaną przez turystów i organizatorów turystyki klasyfikacją atrakcji turystycznych jest ta, w której kryterium podziału jest popularność danego miejsca lub wydarzenia (co przekłada się na liczbę odwiedzających).

Różnego tego typu podziały można spotkać w ogólnodostępnych przewodnikach turystycznych czy czasopismach podróżniczych. Prestiżowy magazyn podróżniczy *Travel&Leisure* opublikował w 2011 r. listę pięćdziesięciu najczęściej odwiedzanych atrakcji turystycznych na świecie, wśród których trzy można zaliczyć do faunistycznych atrakcji turystycznych: „PIER 39” (oceanarium w San Francisco), park tematyczny „Disney’s Animal Kingdom” i morski park rozrywki „SeaWorld” (oba na Florydzie)¹.

Reasumując, biorąc pod uwagę główny cel tworzenia i charakter atrakcji budowanych na motywie zwierzęcym można je zróżnicować na dwie kluczowe grupy (tab. 1).

¹ <http://www.travelandleisure.com/articles/worlds-most-visited-tourist-attractions>, z dn. 09.09.2013 r.

Tab. 1. Typy faunistycznych atrakcji turystycznych w Polsce (źródło: opracowanie własne na podstawie przewodników turystycznych i stron internetowych (wrzesień 2013)

Table 1. Types of tourist attractions connected with fauna in Poland (source: own study based on literature and web pages analysis (September 2013)

Typ faunistycznej atrakcji turystycznej	Liczba atrakcji w Polsce
Pomniki, rzeźby, fontanny itp.	113
Ogrody, zagrody, parki*	26
Imprezy, święta	13
Muzea, skanseny*	8
Szlaki	5

* w inwentaryzacji pominięto obszary chronione i ośrodki muzealne im podlegające.

Faunistyczne atrakcje turystyczne na świecie i w Polsce

Na świecie w różnych miejscowościach występuje wiele, mniej i bardziej znanych, faunistycznych atrakcji turystycznych. Obok tak słynnych obiektów jak: Park Narodowy Yellowstone, ogrody zoologiczne w San Diego czy Berlinie, istnieje wiele mniej popularnych, jednak równie ciekawych. I tak np. na ulicach Moskwy można znaleźć kilka pomników poświęconych zwierzętom. Na szczególną uwagę zasługuje dzieło pt.: „Make Way for Ducklings”, które można znaleźć również w Bostonie. Zabawne wizerunki kaczek przyjęły nazwę od popularnej bajki napisanej przez Roberta McCloskeya, opowiadającej o życiu ptaka z pisklętami w parku. Obiekt ten, w szerszym kontekście społeczno-kulturowym, odwołuje się do przyjaźni między dziećmi z USA a ZSRR². Kolejny pomnik, „Współczucie”, przedstawia bezdomnego psa, symbolizującego humanitarne traktowanie bezpańskich zwierząt. Został postawiony przez rosyjskich artystów, chcących upamiętnić psa, zabitego na dworcu, a o którego wcześniej dbali pasażerowie i pracownicy metra.

Warto wspomnieć także o Muzeum Kota w Floret de Mar w Hiszpanii. W obiekcie działającym od 2002 r. można zobaczyć ponad 6 000 prywatnych eksponatów gromadzonych od dzieciństwa przez Werę Nowoselowę. Kocie figurki zrobione są z różnych materiałów, a obrazy pochodzą z bardzo odległych i egzotycznych zakątków świata. Raz do roku na przełomie lutego i marca organizowany jest koci festiwal, w którym uczestniczą miłośnicy kotów z całego świata³.

Z kolei będąc w Szkocji warto poznać szlak ptaków drapieżnych, powstały z inicjatywy lokalnych organizacji i przedsiębiorców chcących promować region Trossachs. Obiekt liczy około 40 km, można się po nim poruszać autem, rowerem bądź pieszo, i obserwować wzdłuż trasy na specjalnie utworzonych punktach m.in. pustułkę, myszółowa, błotniaka zbożowego czy kanię rudą. Szlak ten daje możliwość poznania dziko żyjących zwierząt przez przeciętnego turystę – na trasie zostały opracowane opisy ptaków, a na mapie zaznaczono wybrane miejsca ich przebywania⁴.

² <http://www.russia-ic.com/travel/cityhunter/1461/#.T8UJQFKbjxR>, z dn. 29.09.2013 r.

³ <http://www.catmuseum.com/ENGLISH/ENG/NEWS/ENGLISH%20NEWS.htm>, z dn. 29.09.2013 r.

⁴ <http://www.birdofpreytrail.com/>, z dn. 29.09.2013 r.

Tymczasem Polska to kraj o równie dużym bogactwie i zróżnicowaniu faunistycznych atrakcji turystycznych utworzonych za sprawą człowieka. Obok obszarów chronionych i wyjątkowych terenów leśnych (na czele z leśnymi kompleksami promocyjnymi), w każdym województwie występują miejsca i obiekty stwarzające sposobność bliższego poznania określonego przedstawiciela fauny. Największa koncentracja tego rodzaju atrakcji (powyżej 15 różnych obiektów) występuje w województwach: wielkopolskim, śląskim i pomorskim, a najmniejsza – w podkarpackim (jedynie bocian w Stubnie). Jak widać z poniższej tabeli, dominują pomniki i rzeźby przedstawiające określone zwierzęta (tab. 1). Warto nadmienić, że w ciągu ostatnich lat przybywa imprez tematycznych, poświęconych wybranym gatunkom (doskonałym przykładem jest choćby Święto Krowy organizowane w Chyrzynie, czy Dni Krokodyla w Okunince).

Coraz większą popularnością wśród zainteresowanych turystów cieszą się szlaki, pozwalające poznać określonych przedstawicieli fauny. Tych pięć oznakowanych w terenie tras przybliża konkretne gatunki ptaków (bociana białego, derkacza i gęś gęgawę) i jednego ssaka – bobra.

Z kolei najbardziej popularnym gatunkiem jest pies – upamiętniony został aż 9 razy; w dalszej kolejności uplasowały się: gęś i koń (po 7 uwiecznień), niedźwiedź, żaba, kot, koza i lew (po 6), ryby – bez określenia konkretnego gatunku (5), żubr (4), orzeł, słoń i jeleni (3), osioł, kaczka, bocian, sokół, żyrafa, gołąb, dzik i bydlę (2), zaś po jednym wizerunku mają – sowa, kura, łabędź, mysz, chrząszcz, bóbr, szarańcza, wróbel, pingwin, szczur, śledź, jastrząb, morświn, łosoś, wydra, foka, pszczoła, szczupak, wilk, małpa, krokodyl, pelikan, marabut, świnia, żółw, sarna i mors. Polacy mogą zobaczyć także 2 pomniki poświęcone wymarłym już zwierzętom – turowi i mamutowi.

Warto w tym miejscu jeszcze raz podkreślić, iż wiele z tych miejsc przekazuje również informację kulturową (np. pomnik śledzia w Strękowej Górze, symbolizujący charakterystyczną miękką wymowę mieszkańców Białostoczczyzny tzw. śledzikowanie).

Tak duże zróżnicowanie faunistycznych atrakcji turystycznych daje ogromne możliwości w zakresie podnoszenia przyrodniczej atrakcyjności turystycznej danego obszaru. Wymaga to jednak odpowiedniego przygotowania samej atrakcji (jej interpretacji, wyeksponowania w konkretnym kontekście) oraz podjęcia działań promocyjnych. W tej perspektywie istotnych informacji mogą dostarczyć badania znajomości tego rodzaju atrakcji oraz sposobu ich postrzegania.

Percepcja faunistycznych atrakcji turystycznych

Ciekawych spostrzeżeń dostarczyły badania ankietowe przeprowadzone w 2011 r. na próbie 370 osób, uczestniczących w Świecie Świni w Siedlcu oraz zwiedzających ogród zoologiczny w Poznaniu (90% wszystkich respondentów pochodziło z województwa wielkopolskiego) (Rączkiewicz 2012). Ich celem było poznanie świadomości istnienia atrakcji opartych na motywach zwierzęcych oraz ewentualnej wiedzy na ich temat. Po szczegółowej analizie wysnuto następujące wnioski:

- najczęściej wymieniane były atrakcje oparte na obecności zwierząt żyjących w niewoli oraz miejsca poświęcone zwierzętom (ogrody zoologiczne w Poznaniu, Wrocławiu, Warszawie, Gdańsku, fokarium na Półwyspie Helskim, rezerwy pokazowe żubrów w Białowieży i na Wolinie oraz rozmaite parki tematyczne, np. dinozaurów),
- znaczna część badanych (prawie 80%) wskazywała konkretne miejsca, obiekty (wymieniając je z nazwy),

- większość respondentów kojarzyła obiekty, a nie imprezy (co wynika z mniejszej popularności tego typu wydarzeń – wiele z nich odbywa się w skali lokalnej czy regionalnej),
- głównymi źródłami informacji o faunistycznych atrakcjach turystycznych były rodzina, znajomi oraz Internet (łącznie około 60%),
- dominującą grupę korzystających z tego rodzaju atrakcji stanowiły rodziny z dziećmi,
- najczęściej deklarowana przez badanych łączna kwota przeznaczona na poznanie danej atrakcji mieściła się w przedziale 50-100 zł.

Planując wyeksponowanie czy rozwój atrakcji opartej na motywie zwierzęcym, warto przeprowadzić badania sondażowe. Realizacja wspomnianych badań wśród turystów, jak i mieszkańców obszaru występowania faunistycznej atrakcji turystycznej, może wskazać, czy dana atrakcja ma wystarczającą siłę przyciągania, czy warto wokół niej realizować kolejne pomysły (o charakterze edukacyjnym, turystycznym).

W opinii autorek, badania znajomości fauny, jej percepcji oraz stopnia rozwoju funkcji turystycznej na obszarach cennych przyrodniczo mogłyby pomóc w realizacji nowych inwestycji (np. budowa centrum edukacyjno-rozrywkowego poza terenem koncentracji najwyższych rangą walorów przyrodniczych), finalnie odciążających najbardziej zagrożone ekosystemy przed presją turystów.

Podsumowanie

W świetle przeprowadzonych analiz (literatury turystycznej, krajoznawczej, materiałów promocyjnych oraz wyników badań) można wyciągnąć następujące wnioski:

- fauna stanowi istotny element podnoszący atrakcyjność turystyczną obszaru, ale głównie w skali danego regionu;
- niewiele atrakcji kreowanych na motywie zwierzęcym znanych jest powszechnie respondentom, a te najczęściej wymieniane są zasługą działalności człowieka;
- w przypadku przeciętnego turysty fauna nie stanowi wiodącej atrakcji przy wyborze miejsca wypoczynku;
- znaczna część faunistycznych atrakcji turystycznych pełni *stricte* funkcję edukacyjną, rozrywkową, a w mniejszym stopniu ochronną;
- istnieje potrzeba tworzenia „sztucznych” atrakcji turystycznych opartych na motywie zwierzęcym w celu odciążenia przypadkowego turysty od najcenniejszych przyrodniczo terenów – umożliwi to edukację turysty, jak również zachowanie naturalnych siedlisk.

Literatura

- Davidson R. 1996. Turystyka. Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa: 92.
- Golemski G. (red.) 2009. Kompendium wiedzy o turystyce. PWN, Warszawa: 43.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. 2010. Produkt turystyczny. Pomysł. Organizacja. Zarządzanie. PWE, Warszawa: 52.
- Kiryłuk H., Borkowska-Niszczota M. 2009. Ocena atrakcyjności walorów turystycznych Biebrzańskiego Parku Narodowego w świetle badań ankietowych. W: *Ekonomia i Zarządzanie*, Białystok, 1 (1): 63-87.
- Kruczek Z. 2009. Między atrakcją a pułapką turystyczną. Dylematy turystyki kulturowej XXI wieku, W: Stasiak A. (red.) *Kultura i turystyka, razem ale jak?* Wydawnictwo WSTH, Łódź: 71-80.
- Kruczek Z. 2011. Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań. Proksenia, Kraków: 18.

- Kurek W. 2008. Turystyka. PWN, Warszawa: 27.
- Lew A. 1987. A Framework of Tourist Attraction Research. W: *Annals of Tourism Research*, 14: 553-575.
- Liszewski S. 1995. Przestrzeń turystyczna. W: *Turyzm*, 5 (2): 87-101.
- Rączkiewicz E. 2012. Zwierzęta jako główny motyw tworzenia atrakcji turystycznej. Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu (maszynopis pracy magisterskiej).
- Richards G. 2002. Tourist Attractions System. Exploring cultural behavior. W: *Annals of Tourism Research*, 29 (4): 1048-1064.
- Stasiak A. 2007, Szlaki turystyczne – zagospodarowanie, atrakcja czy produkt turystyczny? W: Kuleczka P. (red.) *Szlaki turystyczne a przestrzeń turystyczna*. PTTK „Kraj”, Warszawa: 47.
- Swarbrooke J. 2002. *The Development and Management of Visitor Attractions*. Butterworth Heinemann, Oxford: 4.
- Wall G. 1977. Tourism Attractions: line, point, area. W: *Annals of Tourism Research*, 24 (1): 240-243.
- <http://www.russia-ic.com>, z dn. 29.09.2013 r.
- <http://www.birdofpreytrail.com>, z dn. 29.09.2013 r.
- <http://www.catsmuseum.com>, z dn. 29.09.2013 r.
- <http://www.travelandleisure.com>, z dn. 09.09.2013 r.

Sylvia Graja-Zwolińska, Ewa Rączkiewicz, Aleksandra Sychała

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

sgraja@wp.pl, raczkiewicz.e@gmail.com, spychala.a@wp.pl