

**Bogdan Włodarczyk**

Uniwersytet Łódzki  
Katedra Geografii Miast i Turyzmu  
90-142 Łódź  
ul. Kopcińskiego 31  
bowlo@poczta.onet.pl

## **PRZESTRZEŃ TURYSTYCZNA – POJĘCIE, WYMIARY, CECHY**

## **TOURISM SPACE: CONCEPT, 'DIMENSIONS' AND FEATURES**

**Abstrakt:** W artykule dokonano identyfikacji i charakterystyki cech przestrzeni turystycznej jako głównego przedmiotu badań geografii turystyki. Podjęto także próbę określenia sposobów pojmowania przestrzeni oraz dokonano podziału tej przestrzeni opierając się na wybranych koncepcjach funkcjonujących w polskiej literaturze przedmiotu.

**Abstract:** The author identifies and describes the characteristics of tourism space as the main research field in tourism geography. He also attempts to describe the ways tourism space is perceived and to divide it on the basis of selected concepts found in the Polish literature on the subject.

**Słowa kluczowe:** definicje przestrzeni turystycznej, cechy przestrzeni turystycznej, sposoby pojmowania przestrzeni turystycznej.

**Key words:** definitions of tourism space, characteristics of tourism space, perception of tourism space.

### **1. WSTĘP**

### **1. INTRODUCTION**

Rozwijająca się od kilkudziesięciu lat dyscyplina nauk geograficznych, jaką jest geografia turystyki, poszukując swojej tożsamości metodologicznej określa przestrzeń turystyczną jako podstawowy przedmiot swoich badań (LISZEWSKI 1995). W naukowej literaturze polskiej pojęcie i definicja przestrzeni turystycznej pojawiły się w końcu lat 70. ubiegłego wieku (WARSZYŃSKA, JACKOWSKI 1978). Nie doprowadziło to jednak do podjęcia szczegółowych studiów teoretycznych nad jej istotą. Przedmiotem badań nie była przestrzeń jako całość, ale jedynie jej elementy składowe (np. atrakcje turystyczne, infrastruktura, potencjał turystyczny) lub zjawiska w niej zachodzące (np. ruch turystyczny i jego oddziaływanie, przemiany pod wpływem turystyki itd.). Najbardziej kompleksowe okazywały się opracowania dotyczące badania funkcji turystycznej. Zdecydowanie rzadziej pojawiały się prace dotyczące przestrzeni turystycznej w ujęciu podmiotowym, koncentrujące się głównie na charakterystyce wyjazdów turystycznych wybranych grup społecznych. Badania nad przestrzenią turystyczną miały więc charakter rozproszony zarówno

Tourism geography, a discipline which has been developing for several decades, defines tourism space as its main research field in its search for methodological identity (LISZEWSKI 1995). In Polish research literature the concept and definition of tourism space appeared in the late 1970s (WARSZYŃSKA & JACKOWSKI 1978) but no detailed study of its nature was started then. The research field was not tourism space as a whole, but only its constituents (e.g. tourism attractions, infrastructure, tourism potential) or what occurs in it (e.g. tourist activity and its effects, changes induced by tourism, etc.). The most comprehensive work concerned tourism functions, while studies focusing on the tourism practices of selected social groups were rare, and research into tourism space was fragmented both as regards the problems explored and the centres involved. The concept of tourism space which appeared in numerous

w układzie podejmowanej tematyki, jak i ośrodków naukowych zajmujących się poruszaną problematyką. Pojawiające się w licznych publikacjach pojęcie przestrzeni turystycznej miało jednak charakter bardziej intuicyjny niż naukowy.

Dopiero lata 90. przyniosły próby precyzyjnego zdefiniowania tego terminu oraz dały podwaliny badań teoretycznych. Na szczególną uwagę zasługują prace regularnie publikowane przez S. Liszewskiego (Uniwersytet Łódzki) (LISZEWSKI 1995, 1999, 2005, 2006a, 2006b), których główne założenia teoretyczne (m.in. typologia przestrzeni turystycznej) kontynuowane i rozwijane są w pracach innych autorów (LATOSIŃSKA 2006, WŁODARCZYK 1999, 2006). W łódzkim ośrodku naukowym szczególnie zajmującym się tą tematyką przyjmuje się, że przestrzeń turystyczna jest funkcjonalnie wyróżniającą się częścią ogólnej przestrzeni geograficznej (ujęcie obiektywne – przedmiotowe). W ujęciu podmiotowym (subiektywnym) jest natomiast efektem relacji podmiotu turysty do przestrzeni (środowiska); jest doświadczeniem tej przestrzeni przez podmiot. Subiektywna przestrzeń turystyczna stanowi wypadkową przestrzeni realnej określanej podczas wyjazdów turystycznych oraz jej percepcji, której efektem są określone wyobrażenia (LATOSIŃSKA 2006).

Generalnie przyjmuje się, że przestrzeń turystyczna jest jednym z podtypów przestrzeni w geografii człowieka, będącym zawsze podmiotem prowadzonych badań. LISOWSKI (2003) powołując się na funkcjonujące definicje, uznaje, że jest ona częścią przestrzeni ekologicznej, definiowanej jako zbiór przedmiotów warunkujących zaspokojenie potrzeb podmiotu (człowieka).

Pomimo istnienia zaawansowanych teoretycznie i metodologicznie publikacji, pojęcie przestrzeni turystycznej wzbudza nadal wśród geografów wiele dyskusji terminologicznych (STACHOWSKI 1993, LISZEWSKI 1995, 2005, 2006a, b i in.), opisanych szczegółowo w pracach LISZEWSKIEGO i BACZWAROWA (1998), LATOSIŃSKIEJ (1998, 2006), KOWALCZYKA (2000), LOZATO-GIOTARTA (2003) czy MEYER (2004). Problem ten nie występuje w opracowaniach badaczy zagranicznych, którzy posługując się pojęciem przestrzeni turystycznej w większości przypadków nie podejmują prób jej zdefiniowania.

Przeźren turystyczna nie jest wymiarem jednorodnym, co zostało zauważone już przez licznych autorów. W ujęciu funkcjonalno-ekonomicznym niemieckiego geografa OPPERMANN (1993), przestrzeń turystyczna podzielona została na dwie czę-

publications was intuitive rather than reasoned.

Only the 1990s brought attempts to define the concept precisely and prepare a base for theoretical study. A particularly significant contribution was made by Prof. Liszewski (University of Łódź) in a series of articles (LISZEWSKI 1995, 1999, 2005, 2006a, 2006b) and whose main theoretical assumptions (e.g. a typology of tourism space) have been continued and developed by other authors (LATOSIŃSKA 2006, WŁODARCZYK 1999, 2006). In the Łódź research centre, where the subject has been studied at length, it is assumed that tourism space is a functionally distinctive part of general geographical space 'objectively', while 'subjectively', tourism space is the effect of a relationship between the tourist and space (the environment), in fact the experiencing of this space by the subject (man). 'subjective' tourism space is a product of the actual tourism space itself combined with its perception by the tourist (LATOSIŃSKA 2006).

Generally it is assumed that tourism space is one of the spatial sub-types of human geography, space always being the research field. LISOWSKI (2003), drawing on existing definitions, claims that it is a part of ecological space defined as a set of 'objects' necessary to satisfy 'subjective' human needs.

Despite all the advanced theoretical and methodological publications, the concept of tourism space still produces a lot of discussion among geographers regarding terminology (STACHOWSKI 1993, LISZEWSKI 1995, 2005, 2006, etc.). The discussions are described in detail by LISZEWSKI & BACZWAROW (1998), LATOSIŃSKA (1998, 2006), KOWALCZYK (2000), LOZATO-GIOTART (2003) and MEYER (2004). The issue does not appear in the work of foreign researchers who in most cases do not attempt to define the concept of tourism space although they use it.

Tourism space, as noted by many authors, is not 'unidimensional'. A German geographer OPPERMANN (1992) takes a functional-economic approach to the concept and claims that tourism space is divided into two parts: the formal – including all the institutionalized elements of tourism

ści: formalną – obejmującą wszystkie zinstytucjonalizowane elementy zagospodarowania turystycznego oraz przejawy działań na rzecz turystyki, nieformalną – obejmującą wszelkie działania i formy zagospodarowania niemające charakteru instytucjonalnego.

Nieco inaczej do poruszanej problematyki podchodzą badacze z obszaru anglojęzycznego, którzy główny nacisk kładą na ujęcie dynamiczne (m.in. BUTLER 1980, PRIDEAUX 2000), skupiając się na konwersji znanego z ekonomii cyklu życia produktu i dopasowaniu go do zagadnień związanych z rozwojem miejscowości czy regionów turystycznych. Jednak położenie nacisku tylko na aspekt dynamiczny zubaża nieco tę koncepcję, bowiem pomija się zmiany o charakterze terytorialnym.

Zaproponowany przez R. Butlera na początku lat 80. hipotetyczny cykl życia obszaru (miejscowości) turystycznego (BUTLER 1980) przedstawia ogólne trendy, etapy i fazy rozwoju badanej przestrzeni turystycznej. Od tego czasu znaczna część publikacji naukowych dotyczących wybranych aspektów przestrzeni turystycznej podejmuje zagadnienia związane z weryfikacją wymienionej koncepcji, szczególnie na obszarach i w miejscowościach o charakterze kurortów nadmorskich.

Różnicowaniem przestrzeni turystycznej pod wpływem aktywności turystycznej zajmowali się także badacze francuscy, z których najbardziej znany model stworzył MIOSSEC (1976). Oprócz podstawowego modelu teoretycznego przedstawia on zróżnicowanie i percepcję przestrzeni turystycznej w zależności od różnych czynników. Jest to jedna z najszerzych i najpełniejszych koncepcji, cytowana często w literaturze przedmiotu (m.in. DZIEGIEĆ 1995, WŁODARCZYK 1999, LOZATO-GIOTART 2003). Podstawą konstrukcji teoretycznej jest współwystępowanie i wzajemne relacje między tworzącymi się stacjami (ośrodkami) turystycznymi, dostępnością komunikacyjną, zachowaniami turystów oraz aktywnością władz lokalnych i mieszkańców. Założenia teoretyczne obejmują pięć faz, których charakterystyka została przedstawiona w bardzo czytelnej formie graficznej. Podobny walor posiada model przedstawiony przez DEWAILLY'EGO (1996) ukazujący wpływ presji turystycznej na autentyczność przestrzeni turystycznej.

Cechą wspólną zaprezentowanych koncepcji jest wyraźne uwypuklenie cech przestrzennych w powiązaniu z określonym (choćby tylko teoretycznie) obszarem (terytorium), czego egzemplifikacją są opracowania graficzne. Ich integralnym i równie ważnym elementem jest pokazanie rozwoju przestrzeni w ujęciu dynamicznym.

infrastructure and promotional activities; and the informal – including all the non-institutional activities and forms of development.

The issue is seen slightly differently by those researchers from the English-speaking world who take a dynamic approach (e.g. BUTLER 1980, PRIDEAUX 2000). They focus on adapting the idea of the product life cycle (an economic term) and on adjusting it to issues connected with the development of tourism destinations or regions. However, emphasizing the dynamic aspect slightly weakens the whole concept because geographical change is ignored. The hypothetical life cycle of a tourism area (destination) proposed by BUTLER (1980) in the early 1980s presents the general trends, stages and phases in the development of tourism space. Since then a considerable number of research publications, particularly based on coastal resorts, on selected aspects of tourism space have been concerned with verifying this concept.

The diversification of tourism space caused by tourism activity is a subject explored by French researchers. The most popular was the work of MIOSSEC (1976), which apart from a basic theoretical model, presents the differentiation and perception of tourism space depending on a variety of factors. It is one of the most comprehensive concepts and often quoted in the literature (e.g. DZIEGIEĆ 1995, WŁODARCZYK 1999, LOZATO-GIOTART 2003). The basis of the theory is the co-existence and mutual relation of tourism centres, accessibility by transport, tourist behaviour and the activities of local authorities and inhabitants. The theoretical assumptions include five phases described in very clear graphical form. The model presented by DEWAILLY (1996), which shows the effect of tourism pressure on the authenticity of tourism space, has a similar strength.

What these concepts have in common is a clear emphasis on spatial features in relation to a given area (even though sometimes it is done only theoretically) and presented graphically. Another integral and equally important element is the presentation of the development of space in terms of its dynamics.

## 2. DEFINIOWANIE POJĘCIA „PRZESTRZEŃ TURYSTYCZNA”

Pomimo powszechnego posługiwania się w literaturze przedmiotu pojęciem „przestrzeń turystyczna”, o czym świadczy cytowana w artykule literatura, rozumienie go ma zazwyczaj intuicyjny charakter i tylko nieliczni autorzy podejmują próby sformalizowania zagadnienia poprzez konstruowanie definicji. Uzasadnione wydaje się więc przedstawienie definicji przytaczanych w polskiej literaturze przedmiotu. Znane autorowi definicje przestrzeni turystycznej (tab. I.), przedstawione w układzie chronologicznym, opatrzone zostały komentarzem wskazującym na ich istotę oraz adekwatność do współczesnego stanu wiedzy.

Przedstawiona analiza pozwala na podjęcie próby zdefiniowania przestrzeni turystycznej w ujęciu uniwersalnym uwzględniającym zarówno jej obiektywne, jak i subiektywne pojmowanie. Można

## 2. DEFINITIONS OF TOURISM SPACE

Despite the fact that the term 'tourism space' is widely used in the literature, it is usually understood intuitively and only a few authors attempt to formalize the issue by constructing a definition. Therefore, it seems sensible to present the definitions quoted in Polish writing on the subject. The definitions of tourism space familiar to the author (table I) have been presented chronologically with a comment indicating their essence and relevance.

An analysis allows a formulation of a universal definition of tourism space, combining both 'objective' and 'subjective' understanding. The following can be stated: **tourism space is the part of**

T a b e l a I. Ewolucja pojmowania (definiowania) przestrzeni turystycznej

Autor	Rok	Definicja przestrzeni turystycznej	Uwagi
J. M. MIOSSEC	1976	Przestrzeń na peryferiach centrów zamieszkania i pracy, w której środki pokonywania oporu odległości umożliwiają transfer popytu turystycznego i w której różne sposobności nakładające się na siebie wytwarzają ogniska ze strefami wpływów.	Takie podejście zwraca uwagę na „zewnętrzność” przestrzeni turystycznej w stosunku do miejsc stałego zamieszkania oraz sugeruje zróżnicowanie w intensywności wykorzystania różnych jej części.
J. WARSZYŃSKA A. JACKOWSKI	1978	Część przestrzeni geograficznej i społeczno-ekonomicznej, w której zachodzą zjawiska turystyczne.	Nie do końca uzasadnione rozdzielenie przestrzeni geograficznej i społeczno-ekonomicznej, zbyt ogólny zakres i nieostrość pojęcia „zjawiska turystyczne”.
J. WARSZYŃSKA	1986	Część przestrzeni geograficznej (fizycznogeograficzna i społeczno-ekonomiczna), w której zachodzą zjawiska turystyczne.	Jest to zmodyfikowana wersja definicji opublikowanej w 1978 r.
W.C.HUSBANDS	1983	System obejmujący podsystem miejsc zamieszkania turystów, podsystem miejsc przyjmujących turystów oraz podsystem powiązań obu poprzednio wymienionych podsystemów, spajający cały system. W zależności od poziomu analizy, elementami podsystemów mogą być miejscowości, państwa i inne regiony (STACHOWSKI 1993).	Nie do końca przekonująca próba ujęcia systemowego. Współczesna literatura przedmiotu skłania do stwierdzenia, że wspomniany w definicji podsystem miejsc zamieszkania oraz zachodzące w nim relacje są domeną przestrzeni rekreacyjnej, a nie turystycznej. U podstaw takiego rozumienia przestrzeni turystycznej w opinii autora definicji leży znana teoria (idea) regionów peryferyjnych Christallera.
M. STALSKI	1984	Składają się z obszarów, w obrębie których świadczone są usługi rekreacyjne. Składają się na nią obszary, na których może być realizowany jeden lub kilka programów rekreacyjnych zainicjowanych przez turystów: a więc to turyści są rzeczywistymi decydentami co do oznaczania obszarów zaspokajających ich potrzeby, gusty i snobizmy rekreacyjne.	W przytoczonej definicji widoczna jest wyraźna niekonsekwencja semantyczna (dotyczy pojęć turystyka-rekreacja). Definicja posiada zarówno atrybuty obiektywne (obszary, turyści), jak i subiektywne (indywidualne decyzje turystów).
M. DRZEWIECKI	1992	Przestrzeń rekreacyjna (turystyczna) jest częścią przestrzeni geograficznej, posiadającą cechy korzystne (umożliwiające i sprzyjające) do realizacji różnych form wypoczynku charakteryzujące się istnieniem procesów rekreacyjnych o rozmiarach istotnych społecznie i przestrzennie (LISZEWSKI 1995).	Definicja odnosi się zarówno do przestrzeni turystycznej, jak i rekreacyjnej, które traktowane są jako tożsame. Formy aktywności turystycznej zostały jednak w niej ograniczone tylko do wypoczynku. Nieuzasadnione wydaje się także ograniczanie możliwości delimitacji przestrzeni turystycznej poprzez określanie (nieostre) poziomu istotności zachodzących w niej zmian. Takie kryteria powinny decydować jedynie o jej charakterze lub stadium rozwoju.
S. LISZEWSKI	1995	Jest funkcjonalnie wyróżniającą się częścią (podprzestrzenią) przestrzeni geograficznej rozumianej w sensie <i>largo</i> , tzn. jako przestrzeń, 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.	Definicja o charakterze funkcjonalnym, najczęściej przywoływana w polskiej literaturze przedmiotu. Jej uniwersalny charakter pozwala na szerokie zastosowanie nie tylko w badaniach geograficznych, ale także ekonomicznych, socjologicznych i in.

Źródło: Opracowanie autora na podstawie literatury.

Table 1. The evolution of the definition of tourism space

Author	Year	Definition	Comments
J. M. MIOSSEC	1976	Tourism space is a space outside residential and work places, where the means of overcoming the distance barrier makes the transfer of tourism demand possible, and where different overlapping opportunities create centres with zones of influence.	This approach stresses the 'outsideness' of tourism space in relation to places of permanent residence and suggests that its individual parts could be exploited with varying intensity.
J. WARSZYŃSKA A. JACKOWSKI	1978	It is the part of geographical and socio-economic space where tourism phenomena occur.	The division into geographical and socio-economic space is not fully justified, the term 'tourism phenomena' is too general and vague.
J. WARSZYŃSKA	1986	It is a part of geographical space (geographical and socio-economic), where tourism phenomena occur.	A modified version of the definition published in 1978.
W.C.HUSBANDS	1983	Tourism space is a system comprising a subsystem of residential places, a subsystem of tourism reception places, and a subsystem of a combination of both, uniting into a single whole. Depending on the level of analysis, the elements of the subsystems may be individual places, countries or other regions (STACHOWSKI 1993).	This systems approach is not fully convincing. Contemporary literature suggests that the subsystem of residential places and the relations occurring within it are the domain of recreational and not tourism space. According to the author, such an understanding of tourism space is based on the well-known theory of peripheral regions by Christaller.
M. STALSKI	1984	Tourism space consists of areas providing recreation services. One or more recreation ideas can be initiated by tourists. It is the tourists who actually define the areas which satisfy their recreational needs, tastes and 'snobbery'.	The definition clearly shows a semantic inconsistency (as regards the terms 'tourism' and 'recreation'). The definition contains both 'objective' attributes (areas, tourists) and 'subjective' ones (tourists' individual decisions).
M. DRZEWIECKI	1992	Recreational (tourism) space is a part of geographical space, with characteristics conducive to different forms of recreation. The intensity of recreational processes are socially and spatially relevant (LISZEWSKI 1995).	The definition refers to both tourism and recreation space – which are treated as one. The forms of tourism activity, however, are limited to recreation. It also seems unjustified to limit the definition by an unclear idea of the relevance of change. Such criteria should only be applied to the character of tourism space or its stage of development.
S. LISZEWSKI	1995	A functionally distinctive part of geographical space <i>sensu lato</i> , i.e. a space consisting of elements of the natural environment and the permanent effects of human activity in this environment (economic environment), as well as the human environment in the social sense.	This is the functional definition most frequently quoted in the Polish literature. Its universal character makes it applicable not only in geographical, but also economic, sociological and other research areas.

Source: Author's compilation based on the literature.

zatem stwierdzić, że: **przestrzeń turystyczna jest tą częścią przestrzeni geograficznej, w której występuje zjawisko ruchu turystycznego. Warunkiem koniecznym i wystarczającym do zaklasyfikowania części przestrzeni geograficznej jako przestrzeń turystyczna jest ruch turystyczny, niezależnie od jego wielkości i charakteru. Warunkiem dodatkowym umożliwiającym jej delimitację jest występowanie zagospodarowania turystycznego, którego wielkość i charakter pozwalają określić typ przestrzeni turystycznej.**

Atrybutem obiektywnym przedstawionej definicji jest stwierdzenie, że jest ona częścią ogólnie rozumianej przestrzeni geograficznej, subiektywnym – fakt konieczności występowania w tej przestrzeni człowieka turysty, uczestnika ruchu turystycznego, który nie tylko pozwala ją delimitować, ale także, poprzez podejmowanie określonych decyzji, kształtuje własną, indywidualną przestrzeń aktywności turystycznej, stając się jej najważniejszym elementem (podmiotem). Z naukowego punktu widzenia tak sformułowane pojęcie wpisuje się w grupę definicji o charakterze funkcjonalnym.

**geographical space where tourism activity occurs. The necessary condition, sufficient** to classify a part of geographical space as tourism space is tourism activity, regardless of its size and nature. **An additional condition** is the occurrence of tourism infrastructure, the size and nature of which allow the type of tourism space to be defined.

An 'objective' attribute of the definition above is that tourism space is a part of general geographical space, and a 'subjective' one is the fact that the human presence, the tourist the participant of tourism activity, is indispensable. Such a person makes it possible to create an individual tourism activity space by taking certain decisions, and becomes its most important element. From an academic point of view, this definition is functional.

### 3. SPOSOBY POJMOWANIA PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ

Dyskusję dotyczącą pojmowania przestrzeni w geografii turystyki rozpoczął STACHOWSKI (1993), który na łamach *Zeszytów Naukowych Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu* zaproponował trzy główne sposoby pojmowania przestrzeni turystycznej. Wymieniony autor uważa, że przestrzeń turystyczną należy traktować jako:

- pochodną realnej przestrzeni geograficznej,
- przestrzeń abstrakcyjną,
- przestrzeń mentalną.

LISZEWSKI (2005), w opracowaniu *Geografia jako nauka o przestrzeni, środowisku i krajobrazie*, wymienia trzy rodzaje przestrzeni turystycznej, będące jednocześnie płaszczyznami jej pojmowania (badania). Są to:

- realna (formalna) przestrzeń turystyczna – identyfikowana jest z przestrzenią trwale zagospodarowaną na cele turystyczne, głównie przez bazę hotelową, gastronomiczną i inną towarzyszącą, która wykorzystywana jest do celów wypoczynkowych i innych związanych z przemieszczaniem się człowieka w przestrzeni;

- funkcjonalna przestrzeń turystyczna – jest wyrazem różnorodnej aktywności turystycznej człowieka w przestrzeni geograficznej, w różny sposób wpływa także na trwałe zmiany w tej przestrzeni, bardziej wykorzystując do celów turystycznych istniejące wcześniej formy, niż tworząc własne (np. przestrzeń turystyczna miasta);

- percepcyjna przestrzeń turystyczna – ma charakter indywidualnego (osobistego) postrzegania przez turystę działalności człowieka oraz obiektów będących jego tworem, krajobrazów naturalnych i in.

Ten sam autor (LISZEWSKI 2006a) zmienia nieco podejście, ewoluując w kierunku mniej kategorycznych stwierdzeń i wyróżniając różne przestrzenie turystyki (nie jedną przestrzeń turystyczną), do których zalicza:

1) przestrzenie wyobrażeń turystycznych, w ramach których wyróżnia:

- przestrzeń duchową turystyki (którą autor utożsamia z przestrzenią o charakterze *sacrum* religijnego),
- przestrzeń wirtualną turystyki,
- przestrzeń percepcyjną turystyki;

2) realne przestrzenie turystyki (w których następuje realizacja zjawiska turystyki);

3) przestrzenie o ograniczonej dostępności, w których wyróżnia:

- przestrzeń turystyczną ograniczoną przyrodniczo,

### 3. WAYS OF UNDERSTANDING TOURISM SPACE

Discussion on the understanding of space in tourism geography was initiated by STACHOWSKI (1993 – published in *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika* in Toruń) who suggested three main approaches. He believed that tourism space should be treated as:

- a derivative of real geographical space,
- an abstract space,
- a mental space.

In *Geografia jako nauka o przestrzeni, środowisku i krajobrazie*, LISZEWSKI (2005) lists three types of tourism space which are at the same time research areas:

- real (formal) tourism space – permanently adjusted to tourism, mainly through hotel accommodation, catering systems and additional facilities which are used for recreational and other reasons;

- functional tourism space – reflecting varied human tourism activity in geographical space; it causes permanent changes to this space in a variety of ways by adapting already existing forms rather than creating new ones (urban tourism space);

- perceptual tourism space – the tourist's individual perception of the works of man and the sites connected to them, natural landscapes, etc.

The same author (Liszewski 2006a) has changed his approach slightly, and suggested a division into several tourism spaces (instead of a single tourism space):

1) spaces of tourism including:

- spiritual tourism space (identified with a religious *sacrum* space),
- virtual tourism space,
- perceptual tourism space;

2) real tourism spaces (where tourism actually occurs);

3) limited-access spaces, including:

- environmentally limited space,
- politically limited space,
- economically limited space,
- tourism space limited by cultural and social factors.

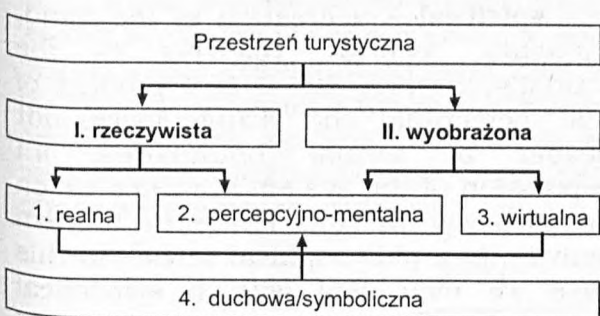
- przestrzeń turystyczną ograniczoną politycznie,
- przestrzeń turystyczną ograniczoną ekonomicznie,
- przestrzeń turystyczną ograniczoną czynnikami kulturowo-społecznymi.

Zaprezentowana klasyfikacja ma w pewnym stopniu charakter umowny, a autor cytowanej publikacji tłumaczy występujące w niej niekonsekwencje (dotyczy to występowania trzeciej z wyróżnionych grup).

Jednym z zasadniczych rozróżnień spotykanych w literaturze, związanych z klasyfikacjami przestrzeni turystycznej, jest jej podział na:

- przestrzeń turystyczną obszaru (ujęcie obiektywne), będącą zbiorem miejsc (obszarów) i procesów w nich zachodzących, w których obserwuje się różnorodne aktywności turystyczne;
- przestrzeń turystyczną człowieka – indywidualną przestrzeń turystyczną (ujęcie subiektywne), będącą sumą miejsc/obszarów odwiedzanych przez konkretnego turystę (lub grupę turystów).

Tak przeprowadzona klasyfikacja nie dotyczy jedynie sposobu pojmowania przestrzeni turystycznej, ale określa także dwa podstawowe podejścia badawcze związane z poruszonym zagadnieniem (m.in. LATOSIŃSKA 1998, 2006, WŁODARCZYK 1999, 2006).



Rys. 1. Płaszczyzny kognitywne i poziomy pojmowania (wymiar) przestrzeni turystycznej (źródło: opracowanie autora)

Przedstawione koncepcje pozwalają na określenie podstawowych płaszczyzn pojmowania, a w efekcie rodzajów przestrzeni turystycznej (przestrzeni turystycznych?) (rys. 1). Terminologia i zakres merytoryczny głównych płaszczyzn kognitywnych przestrzeni turystycznej przyjęte zostały za LISZEWSKIM (2006a), ale wyróżnione w nich rodzaje przestrzeni definiowane są nieco inaczej.

Poziomy pojmowania (wymiar, rodzaje) przestrzeni turystycznej:

- **realna** – rzeczywista, konkretna, doświadczona. Jest zbiorem będącym sumą miejsc/obszarów

This classification is to a certain extent provisional and the author explains the inconsistencies as regards the third of the groups.

An important division related to the classification of tourism space is the division into the following types:

- the tourism space of an area ('objective' approach) – a set of areas and the processes occurring in them where a variety of tourism activities can be found;
- the tourism space of a single person – an individual tourism space ('subjective' approach), which is a total of areas visited by a tourist (or group of tourists);

Such a classification not only concerns the way tourism space is understood, but also defines the two basic research approaches to the issue (e.g. LATOSIŃSKA 1998, 2006, WŁODARCZYK 1999, 2006).

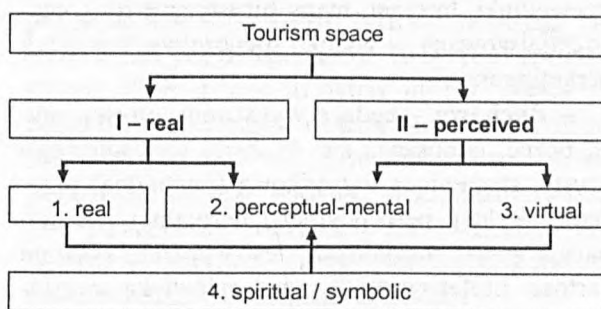


Fig. 1. Cognitive planes and levels ('dimensions') in defining tourism space (source: author)

The concepts presented above allow us to establish the basic planes for defining tourism space, and its types (fig. 1). The terminology and range of the main cognitive planes of tourism space are from LISZEWSKI (2006a), but those types of space distinguished are defined slightly differently.

The 'dimensions' of tourism space are as follows:

- **real** – actual, concrete, the one which is being experienced. It is a set of destinations/areas visited by an individual tourist or a group. Space, so defined, is

odwiedzonych przez turystę (lub grupę turystów). Tak zdefiniowana przestrzeń ma w większości przypadków charakter nieciągły („wyspowy”), a jej wielkość i charakter są zdeterminowane m.in. przez preferencje i możliwości turysty;

– **percepcyjno-mentalna** – uświadomiona, doświadczona, zapamiętana, przyswojona. W stosunku do przestrzeni realnej jest zbiorem niepełnym (ze względu na istnienie tzw. przestrzeni odrzuconej, niezapamiętanej), zazwyczaj zhierarchizowanym pod względem znaczenia (przestrzeń ważna – mniej ważna – nieważna) i wartości (przydatna – mniej przydatna – nieprzydatna) oraz zniekształconym po przejściu przez różne filtry percepcji (wyobrażenia, oczekiwania, preferowany system wartości itd.). Jest zbiorem wyobrażeń wytworzonym na podstawie wcześniejszych doświadczeń;

– **wirtualna** – nierzeczywista, ale teoretycznie możliwa do zaistnienia albo istniejąca, ale nie w danym miejscu lub czasie w odniesieniu do podmiotu (w tym przypadku jest nim turysta). Jest zbiorem wyobrażeń na temat obszarów potencjalnej aktywności turystycznej wytworzonym na podstawie źródeł wtórnych, zewnętrznych niebędących bezpośrednim doświadczeniem turysty (np. przewodniki, Internet, mapy turystyczne itd.), często zafalszowana w wyniku nieuczciwych praktyk marketingowych;

– **duchowa** – będąca wytworem umysłu, myśli, uczuć, odnosząca się do życia wewnętrznego turysty, stanowiąca wypadkową (pochodną) przestrzeni realnej, percepcyjnej i wirtualnej, ale niemającą granic formalnych. Jest wyrazem systemu wartości preferowanych przez człowieka związanych z jego aktywnością turystyczną (w kategoriach filozoficznych). W tym przypadku możemy mieć do czynienia z symbolicznym postrzeganiem przestrzeni turystycznej (kojarzenie konkretnych przestrzeni z określonymi symbolami), np. Karkonosze (Sudety) – Śnieżka, Kraków – Wawel, Tatry – Giewont, Kasprowy, Zakopane. Tak zdefiniowana przestrzeń duchowa nie musi być jednoznacznie utożsamiana z przestrzenią *sacrum* rozumianą w kategoriach religijnych.

Pomiędzy przedstawionymi kategoriami przestrzeni związanymi ze sposobem jej pojmowania zachodzą różnego rodzaju relacje możliwe do sklasyfikowania w dwa podstawowe typy (rys. 2). Są to relacje bezpośrednie pokazujące ścisłe zależności między konkretnymi rodzajami przestrzeni turystycznej oraz zależności pośrednie, które nie decydują znacząco o ostatecznym kształcie zależnych od siebie wymiarów.

in most cases scattered and its size and character is determined by the tourist's preferences and opportunities;

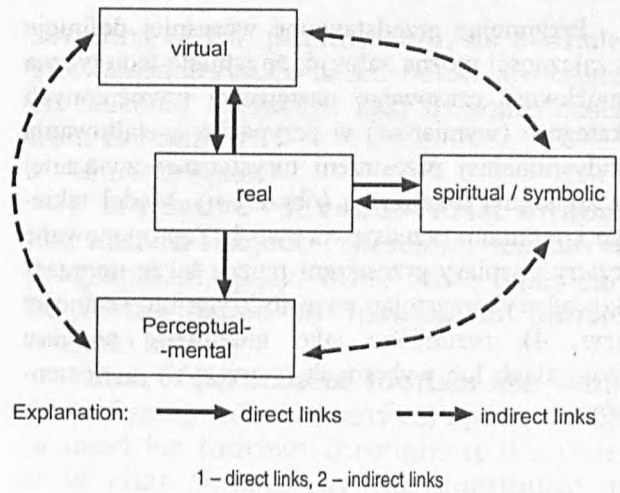
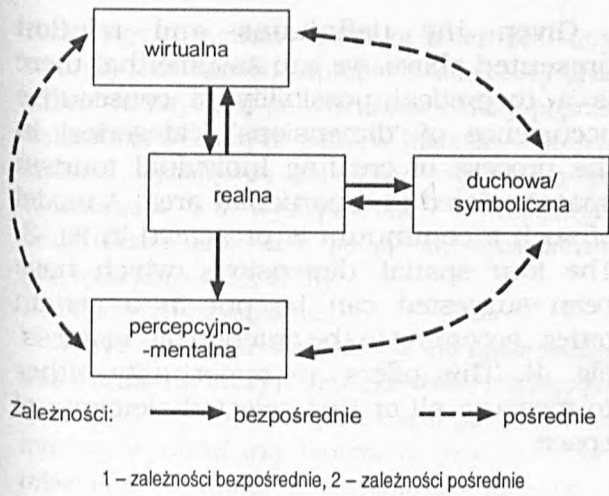
– **perceptual-mental** – conscious, experienced, remembered, assimilated. In relation to real space, it is an incomplete set (due to the presence of rejected and forgotten space), usually hierarchical as regards importance (important – less important – unimportant) and usefulness (useful – less useful – not useful), as well as distorted after going through a variety of perception filters (imagination, expectations, preferred system of values, etc.). It is a set of conceptions based on earlier experience;

– **virtual** – unreal but theoretically possible, or existing but not at a given place or time in relation to the subject (tourist). It is a set of conceptions regarding areas of potential tourism activity, based on secondary outside sources which are not in the tourist's personal experience (e.g. guidebooks, the internet, tourist maps, etc.). It is often distorted because of dishonest marketing practices;

– **spiritual** – a creation of the mind, thoughts, feelings, referring to the tourist's spiritual life. It is a product of real, perceptual and virtual space, but devoid of formal boundaries, an expression of the system of values which are believed in and relate to tourism activity (in a philosophical sense). In this case we may deal with a symbolical perception of tourism space (associating certain spaces with particular symbols, e.g. the Karkonosze (the Sudetens) – Śnieżka, Kraków – Wawel, the Tatra Mountains – Giewont, Kasprowy Wierch, Zakopane). Spiritual space so defined does not have to be identified with the *sacrum* space in the religious sense.

The different relations among the categories of space presented above can be divided into two main types (fig. 2). They are direct links showing tight relations between the given categories of tourism space, and indirect links, which do not strongly determine the final 'dimensions'.



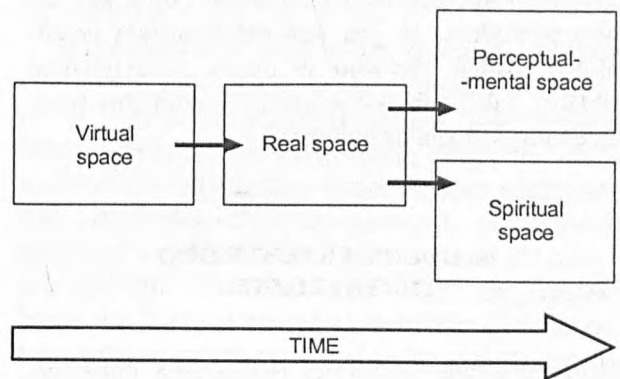
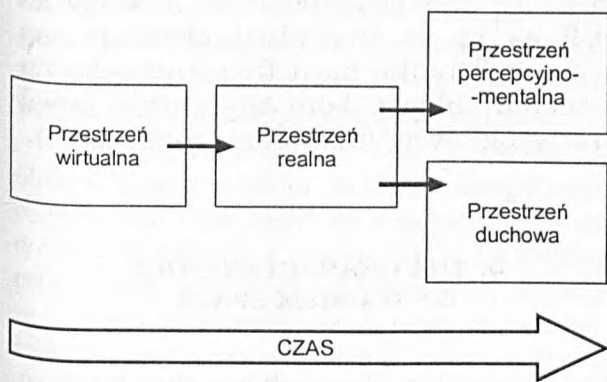


Rys. 2. Relacje między różnymi wymiarami przestrzeni turystycznej (źródło: opracowanie autora)

Fig. 2. Relations between different 'dimensions' of tourism space (source: author)

Przykładem zależności bezpośrednich mogą być relacje przestrzeni wirtualna → przestrzeń realna → przestrzeń percepcyjno-mentalna. Przy założeniu istnienia przestrzeni wirtualnej możemy mieć do czynienia z tzw. „quasi-eksploracją”, bowiem w rzeczywistości turysta nie odkrywa *stricte* nowych przestrzeni, lecz potwierdza (weryfikuje) swoje wyobrażenia o nich kształtując własną, indywidualną, a zarazem realną przestrzeń turystyczną. Ta z kolei jest podstawą postrzegania rzeczywistości turystycznej i to od niej właśnie w głównej mierze zależy charakter wyobrażonej przestrzeni turystycznej określonej w tym artykule jako percepcyjno-mentalna. Zależność pośrednia między przestrzenią wirtualną a percepcyjno-mentalną wydaje się w tym przypadku oczywista.

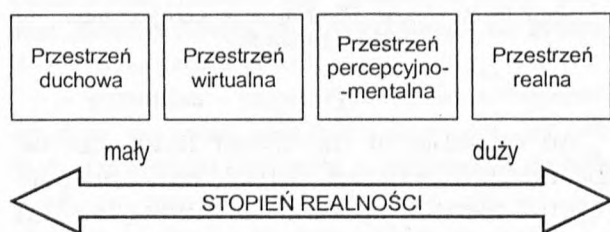
An example of the direct links can be the relation between virtual, real and perceptual-mental spaces. Assuming virtual space exists, it is 'quasi-exploration' which is being dealt with because as a matter of fact the tourist does not discover new spaces as such, but verifies his or her perceptions of them, thus creating an individual yet at the same time real tourism space. The latter in turn is the basis for perceiving tourism reality and determines the character of the tourism space perceived by the tourist, and defined here as perceptual-mental. The direct link between virtual and perceptual-mental space seems obvious in this case.



Rys. 3. Możliwe teoretyczne kontinuum czasowe rozwoju różnych wymiarów przestrzeni turystycznej w ujęciu subiektywnym (źródło: opracowanie autora)

Fig. 3. A possible theoretical time continuum in the development of different tourism space 'dimensions' ('subjective' approach) (source: author)

Przyjmując przedstawione wcześniej definicje i zależności można założyć, że istnieje teoretyczna możliwość czasowego następstwa wyróżnionych kategorii (wymiarów) w przypadku kształtowania indywidualnej przestrzeni turystycznej związanej z konkretną lokalizacją (obszarem). Model takiego kontinuum przedstawia rys. 3. Zaproponowane cztery wymiary przestrzeni można także uporządkować wykorzystując swoiste kryterium realności (rys. 4), rozumiane jako możliwość pomiaru wszystkich lub wybranych tworzących ją elementów.



Rys. 4. Kontinuum „materialności” różnych wymiarów przestrzeni turystycznej  
(źródło: opracowanie autora)

Jednak podstawą wszelkich spekulacji związanych czy to z zakresem znaczeniowym czy wzajemnymi relacjami między opisywanymi wymiarami zawsze jest **przestrzeń realna** (rzeczywista). Bez określenia i charakterystyki przestrzeni realnej dalsze rozważania nie byłyby możliwe, **bowiem wszystkie inne wymiary** (duchowa, wirtualna, percepcyjno-mentalna) są **jedynie jej pochodnymi**. Empiryczny charakter rzeczywistej przestrzeni turystycznej umożliwiającą pomiar i charakterystykę jej poszczególnych elementów i opis jako całości powoduje, że jest ona najczęstszym przedmiotem badań zarówno w ujęciu obiektywnym (obszar), jak i subiektywnym (indywidualna przestrzeń turystyczna człowieka).

#### 4. CECHY PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ

Zaprezentowane wcześniej rozważania pokazują, że przestrzeń turystyczna jest pojęciem złożonym niedającym się jednoznacznie określić we wszystkich związanych z nią aspektach. W takiej sytuacji uzasadnione wydaje się podjęcie próby określenia jej cech, które wg autora powinny doprowadzić do

Given the definitions and relation presented above, we can assume that there is a theoretical possibility of consecutive occurrence of 'dimensions' (categories) in the process of creating individual tourism spaces related to a particular area. A model of such a continuum is presented in fig. 3. The four spatial 'dimensions' which have been suggested can be put in a certain order, according to the criterion of 'realness' (fig. 4). This offers an opportunity either to measure all or just selected elements of space.

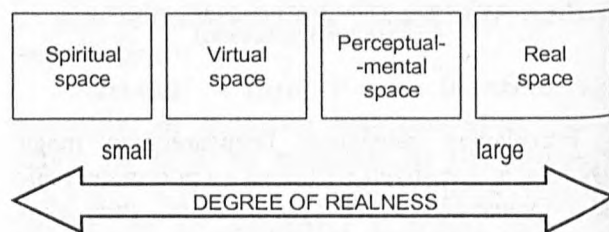


Fig. 4. The 'materiality' continuum of different tourism space 'dimensions'  
(source: author)

However, the basis for all speculation regarding the meaning of or mutual relations between 'dimensions' is always **real space**. Without defining and describing real space, further discussion would not be possible **because all the other 'dimensions'** (spiritual, virtual and perceptual-mental) **are merely its derivatives**. Due to the empirical character of real tourism space, it is possible to measure and describe it as a whole as well as in its individual elements. As a result it is the most frequently chosen research subject, both 'objectively' (area) and 'subjectively' (individual tourist space).

#### 4. THE CHARACTERISTICS OF TOURISM SPACE

The discussion above shows that tourism space is a complex concept which cannot be explicitly defined as regards all its aspects. Therefore, it seems only right to attempt to describe its characteristics which should bring us closer to an under-

zbliżonego rozumienia zjawiska przestrzeni turystycznej jako całości. Zaproponowane cechy przestrzeni turystycznej potwierdzone zostały poprzez wskazanie wybranych pozycji literatury specjalistycznej opisujących konkretne zagadnienia potwierdzające ich występowanie. W niektórych przypadkach autor sam podjął się uzasadnienia przyjęcia konkretnej cechy.

Przestrzeń turystyczna:

1. **Ma charakter względny – nie może istnieć bez podmiotu, którym jest człowiek.** Dlatego podobnie jak w przypadku przestrzeni geograficznej, możemy wyróżnić trzy zasadnicze typy przestrzeni relacyjnie związanej z aktywnością turystyczną człowieka. Są to:

– **ekumena turystyczna** – ta część przestrzeni geograficznej (turystycznej), która na potrzeby turystyczne wykorzystywana jest przez cały rok. Charakteryzuje się ciągłością zjawiska ruchu turystycznego;

– **subekumena turystyczna** – ta część przestrzeni geograficznej (turystycznej), która na potrzeby turystyczne wykorzystywana jest sezonowo lub incydentalnie (eksploracja turystyczna). Charakteryzuje ją sezonowość, nieciągłość lub sporadyczność ruchu turystycznego;

– **anekumena turystyczna** – ta część przestrzeni geograficznej, która nie jest wykorzystywana na potrzeby turystyczne (przestrzeń nieturystyczna). Charakteryzuje ją brak ruchu turystycznego.

2. **Jest globalna** (niewiele jest miejsc, do których nie docierają turyści). Zarówno wysokie góry, jak i głębiny oceaniczne czy lodowce, są dziś coraz częściej przestrzeniami eksploracji i penetracji turystycznej. Podwodne hotele (ZEA, Floryda), pola golfowe na lodowcach (Grenlandia) nie budzą obecnie większego zdziwienia. Traktując zasięg globalny jako występowanie określonego zjawiska na większości kontynentów, dalsze uzasadnianie występowania tej cechy wydaje się być zbędne.

3. **Jest ograniczona** nie tylko ze względu na obecny poziom rozwoju technologicznego (choć ostatnio dość dużo mówi się o turystycznych podróżyach w przestrzeń kosmiczną, a pojedyncze próby zakończone zostały powodzeniem), ale także ze względu na uwarunkowania przyrodnicze, ekologiczne, polityczne, kulturowe (LISZEWSKI 2006a). Ograniczenia przestrzeni turystycznej mogą mieć zarówno charakter formalny (granice polityczne, sankcje gospodarcze), jak i nieformalny (technologiczne, kulturowe itd.).

4. **Jest dynamiczna** (zmienia swój charakter w czasie). Można mówić o cyklu rozwoju prze-

standing of the phenomenon as a whole. The characteristics listed below are based on selected literature and in some cases from the author.

Tourism space:

1. **Is relative – it cannot exist without the human subject.** Therefore, similar to geographical space, three basic types can be distinguished in relation to human tourism activity:

– **area of permanent tourism use** – the part of geographical (tourism) space, which is used for tourism throughout the year. It is characterized by the continuity of tourism activity;

– **area of temporary tourism use** – the part of geographical (tourism) space, which is used for tourism seasonally, or incidentally (tourism exploration). It is characterized by seasonality, lack of continuity or scarcity of tourism activity;

– **non-tourism area** – the part of geographical space which is not used for tourism (non-tourism space). It is characterized by a lack of tourism activity.

2. **Is global** (there are very few places which tourists do not reach). High mountains, the ocean depths and glaciers alike have increasingly become spaces for tourism exploration and penetration. Underwater hotels (ZEA, Florida), golf courses on glaciers (Greenland) are nothing extraordinary today. If we assume the global range to mean the occurrence of a given phenomenon on the majority of continents, then providing further evidence for this characteristic seems unnecessary.

3. **Is limited**, not only because of the present stage of the technological development (though tourism trips into space have often been discussed recently, and individual attempts have been successful), but also due to natural, ecological, political and cultural conditions (LISZEWSKI 2006a). Tourism space can be limited both for formal reasons (political borders, economic sanctions) and informal (technological, cultural, etc.).

4. **Is dynamic** (changes in time). A tourism space development cycle can be considered (WŁODARCZYK 2006). New tourism spaces are emerging (LISZEWSKI 2006b), old spaces stop being touristic or

strzeni turystycznej (WŁODARCZYK 2006). Powstają nowe przestrzenie turystyczne (LISZEWSKI 2006b), stare przestrzenie przestają być turystycznymi lub zostają zmodernizowane. Przestrzenie turystyki elitarniej stają się przestrzeniami turystyki masowej (np. uzdrowiska, kurorty). Umasowienie przestrzeni turystycznej prowadzi do tego, że jest ona coraz bardziej sztuczna, czasem ponad miarę zagęszczona różnymi elementami infrastruktury turystycznej (DEWAILLY 1996).

5. **Jest wykorzystywana (użytkowana) sezonowo** (analizując krótsze przedziały czasowe) i **podlega ekonomicznym cyklom koniunkturalnym** (w cyklach kilku-, kilkunasto-, a nawet kilkudziesięcioletnich). Sezonowość użytkowania przestrzeni turystycznej widoczna jest głównie w wynikach badań ruchu turystycznego. Natomiast zależność od ekonomicznych cykli koniunkturalnych doczekała się wielu opracowań także o charakterze geograficznym po opublikowaniu przez BUTLERA (1980) założeń modelu TALC (*Tourist Area Life Cycle*) (m.in. BUTLER 1980, HOVINEN 1981, BENEDETTO, BOJANIC 1993, PRIDEAUX 2000).

6. **Jest przestrzenią stale poszerzającą się** poprzez stałe zawłaszczanie nowych obszarów na potrzeby turystyki. Stale wzrastająca liczba turystów, szacowana w skali globu przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO) na ponad 800 mln podróży w ciągu roku, powoduje zajmowanie na potrzeby szeroko rozumianej aktywności turystycznej nowych oraz intensyfikację wykorzystania starych, tradycyjnie uznanych za turystyczne, części przestrzeni geograficznej. Dotyczy to zarówno ujęcia obiektywnego, bowiem realnie powiększa się powierzchnia terenów, na których obserwuje się aktywności turystyczne (m.in. WILUŚ 1997, WOJCIECHOWSKA 1998, WŁODARCZYK 1999), jak i subiektywnego, gdzie mamy do czynienia ze stałym powiększaniem się przestrzeni turystycznej jednostek czy grup społecznych (m.in. LATOSIŃSKA 1998, KOWALCZYK-ANIOL 2006).

7. **Jest przestrzenią zróżnicowaną funkcjonalnie**. Pomimo że jako całość została delimitowana na podstawie kryterium funkcjonalnego, to wykazuje wewnętrzne zróżnicowanie pozwalające na wyróżnienie kilku typów różniących się natężeniem i charakterem procesów w niej zachodzących. Jedną z takich typologii przedstawił LISZEWSKI (1995), wyróżniając przestrzenie: eksploracji, penetracji, kolonizacji, urbanizacji i asymilacji turystycznej.

8. **Jej powstanie i rozwój mogą mieć charakter zarówno ewolucyjny, jak i rewolucyjny**. Do-

undergo modernization. The spaces of elite tourism become the spaces of mass tourism (spas, holiday centres). Opening tourism space to the masses makes it increasingly artificial, and sometimes overloaded with different elements of tourism infrastructure (DEWAILLY 1996).

5. **Is used seasonally** (for shorter time periods) and **undergoes economic cycles** (of varying lengths). The seasonality of tourism space use can be seen mainly in the results of research into tourism activity. The relation between tourism space and economic cycles have been discussed in many publications, including geographical, following BUTLER'S (1980) publication of his TALC model (*Tourism Area Life Cycle*) (e.g. BUTLER 1980, HOVINEN 1981, BENEDETTO & BOJANIC 1993, PRIDEAUX 2000).

6. **Is continuously expanding** due to constant annexation of new areas for tourism. The growing number of tourists, estimated by UNWTO at over 800 million trips annually on a global scale, leads to the annexation of new parts of geographical space, as well as more intensive use of those old ones traditionally considered touristic. This applies both to the 'objective' approach, because the area where tourist activities are found is growing (e.g. WILUŚ 1997, WOJCIECHOWSKA 1998, WŁODARCZYK 1999), and the 'subjective' one, where a continuous increase in the tourism space of individuals or social groups is found (e.g. LATOSIŃSKA 1998, KOWALCZYK-ANIOL 2006).

7. **Is functionally diversified**. Despite the fact that as a whole it has been defined on the basis of a functional criterion, it displays internal diversification which allows several types of process to be distinguished, differing as regards their intensity and character. One such typology was presented by LISZEWSKI (1995) who distinguished tourism exploration, penetration, colonization, urbanization and assimilation spaces.

8. **Its origins and development may be both 'evolutionary' and 'revolutionary'**. This is shown by many cases meticulously described in the literature.

wodzą tego liczne przypadki opisane szczegółowo w literaturze. Klasykne przykłady ewolucyjnego powstawania (rozwoju rozciągniętego w czasie) to przestrzenie francuskiej (Lazurowe Wybrzeże) i włoskiej (Wybrzeże Liguryjskie) riwieri czy, w mniejszej skali, przestrzeń turystyczna Ostendy. Charakter rewolucyjny, rozumiany w tym przypadku jako gwałtowny rozwój na „surowym korzeniu”, w krótkim przedziale czasowym jest przypisywany przestrzeni śródziemnomorskiego wybrzeża Langwedocji-Roussillon we Francji czy adriatyckiego wybrzeża Emilii-Romanii we Włoszech (m.in. DEWAILLY, FLAMENT 2000). Do pełnego opisu rozwoju o charakterze ewolucyjnym można z powodzeniem wykorzystać cytowaną typologię LISZEWSKIEGO (1995), dopuszczając w specyficznych, konkretnych przypadkach możliwość historycznego następstwa wyróżnionych typów przestrzeni (WŁODARCZYK 1999, 2006).

#### 5. PODSUMOWANIE

Przestrzeń turystyczna w sugestii autorów zajmujących się tą problematyką jest podstawowym przedmiotem badań geografii turystyki, ale powinna być także uwzględniana w badaniach podejmowanych przez inne dyscypliny naukowe (ekonomia, socjologia, psychologia). Jak dowodzą liczne opracowania, przestrzeń turystyczna jest funkcjonalnie wyróżniającą się częścią ogólnej przestrzeni geograficznej. Funkcjonalne podejście w określaniu tego pojęcia jest najczęściej spotykane w badaniach naukowych nad jego istotą. Czynniki delimitującymi zasięg i charakter przestrzeni turystycznej jako całości jest rozmieszczenie, wielkość i charakter ruchu turystycznego.

W badaniach naukowych nad przestrzenią turystyczną można wyróżnić dwa zasadnicze podejścia: obiektywne (przedmiotowe od strony obszaru) i subiektywne (podmiotowe od strony turysty użytkownika badanej przestrzeni – indywidualna przestrzeń turystyczna człowieka). Niezależnie od wspomnianych podejść badawczych można wyróżnić różne rodzaje (wymiary) przestrzeni turystycznej związane ze sposobami jej pojmowania (np. wirtualna, duchowa, percepcyjno-mentalna, realna).

Przestrzeń turystyczna jest strukturą wewnętrzną zróżnicowaną (można wyróżnić różne jej typy), o czym decyduje charakter ruchu turystycznego oraz stopień rozwoju i charakter infrastruktury turystycznej. Jest także przestrzenią złożoną, wielocephową, przy czym każda z wymienionych

Classical examples of 'evolutionary' development, extended in time, are the tourism spaces of the French (Côte d'Azur) and Italian Rivières (Ligurian Coast), or to a smaller extent, the tourism space of Ostende. A 'revolutionary' development, i.e. rapidly 'from scratch' over a short period of time, can be found in the Mediterranean tourism space of the Languedoc-Roussillon coast in France, or the Adriatic coast of Emilia-Romagna in Italy (e.g. DEWAILLY & FLAMENT 2000). In order to describe the evolutionary development in full, the typology by LISZEWSKI (1995) can be successfully used, allowing in particular cases the possibility of a historical sequence of the types of tourism space (WŁODARCZYK 1999, 2006).

#### 4. CONCLUSIONS

In the opinion of those involved in the study of tourism space, it provides not only the main research subject in tourism geography, but should also be taken into account in other disciplines (e.g. economics, sociology, psychology). Tourism space is a functionally distinctive part of general geographical space and in research into its nature, the concept is most frequently approached from a functional perspective. As regards the range and character of tourism space as a whole, the defining factors are the distribution, size and character of tourism activity.

There are two approaches in the study of tourism space: 'objective' (the area) and 'subjective' (the tourist). Irrespective of the approach taken however, different 'dimensions' of tourism space can be distinguished related to how it is understood (e.g. virtual, spiritual, perceptual-mental or real space).

Tourism space is an internally diversified structure (different types can be distinguished determined by the character of tourism activity) as well as the development and character of tourism infrastructure. It is also a complex structure with a number of

wcześniej cech może stanowić samodzielny przedmiot szczegółowych badań nad przestrzenią turystyczną.

characteristics each of which may become a separate subject of a detailed study of tourism space.

#### BIBLIOGRAFIA – BIBLIOGRAPHY

- BENEDETTO, C. A., BOJANIC, D. C., 1993, Tourism area life cycle extensions, *Annals of Tourism Research*, vol. 20 (3), s. 557-569.
- BUTLER, R. W., 1980, The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of Resources, *The Canadian Geographer* 24, s. 5-12.
- DEWAILLY, J.-M., 1996, *L'espace touristique: du réel au virtuel*, 28<sup>e</sup> Congés sur la Géographie, La Haye (Pay-Bas), ss. 17.
- DEWAILLY, J.-M., FLAMENT, E., 2000, *Le tourisme*, Campus Géographie, SEDES, ss. 192.
- DZIEGIEĆ, E., 1995, Urbanizacja turystyczna terenów wiejskich w Polsce, *Turyzm* 5/1, s. 5-56.
- HOVINEN, G. R., 1981, A tourist cycle in Lancaster County, Pennsylvania, *Canadian Geographer* 25 (3), s. 283-286.
- KOWALCZYK, A., 2000, *Geografia turystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, ss. 287.
- KOWALCZYK-ANIOL, J., 2006, Rozwój przestrzeni urlopowo-wakacyjnej łódzkich rodzin na przykładzie studentów Uniwersytetu Łódzkiego i ich rodzin, maszynopis pracy doktorskiej, Katedra Geografii Miast i Turystyki UŁ.
- LATOSIŃSKA, J., 1998, *Przestrzeń urlopowo-wakacyjna pracowników wyższych uczelni Łodzi*, „Szlakami Nauki” 27, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, ss. 159.
- LATOSIŃSKA, J., 2006, Przestrzeń turystyczna – jedno pojęcie dwa znaczenia. Rozważania na temat indywidualnej przestrzeni turystycznej, *Turyzm* 16/2, Łódź, s. 93-98.
- LISOWSKI, A., 2003, *Koncepcje przestrzeni w geografii człowieka*, Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa, ss. 198.
- LISZEWSKI, S., BACZWAROW, M., 1998, Istota i właściwości przestrzeni rekreacyjno-turystycznej, *Turyzm* 8/1, Łódź, s. 39-67.
- LISZEWSKI, S., 1995, Przestrzeń turystyczna, *Turyzm* 5/2, s. 87-103.
- LISZEWSKI, S., 1999, Przestrzeń turystyczna miasta (przykład Łodzi), *Turyzm* 91, s. 51-73.
- LISZEWSKI, S., 2005, Przestrzeń turystyczna w ujęciu podmiotowym. Przyczynek do dyskusji o przestrzeni w geografii, [w:] *Geografia jako nauka o przestrzeni, środowisku i krajobrazie*, T. 1, *Podstawowe idee i koncepcje w geografii*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, s. 50-60.
- LISZEWSKI, S., 2006a, Przestrzenie turystyki i ich transformacja we współczesnym świecie, *Turyzm* 16/2, s. 7-20.
- LISZEWSKI, S., 2006b, Nowe przestrzenie turystyczne i rekreacyjne w Polsce i ich rola w rozwoju kraju i regionu, [w:] G. Golebski (red.), *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym – człowiek, przestrzeń, przedsiębiorstwo. Materiały III Gremium Ekspertów Turystyki*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, s. 113-126.
- LOZATO-GIOTART, J.-P., 2003, *Géographie du tourisme, De l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, Pearson Education, ss. 330.
- MEYER, B., 2004, Turystyka jako ekonomiczny czynnik kształtowania przestrzeni, Uniwersytet Szczeciński, *Rozprawy i Studia* (DCXIX) 545, Szczecin, ss. 436.
- MIOSSEC, J.-M., 1976, Elements pour une theorie de l'espace touristique, *Centre des Hautes Etudes Touristiques*, serie C, 36, Aix-en-Provence, ss. 62.
- OPPERMANN, M., 1993, Tourism space in developing countries, *Annals of Tourism Research*, vol. 20(3), s. 535-556.
- PRESTON-WHYTE, R., 2001, Constructed Leisure Space – The Seaside at Durban, *Annals of Tourism Research*, vol. 28(3), s. 581-596.
- PRIDEAUX, B., 2000, The resort development spectrum – a new approach to modeling resort development, *Tourism Management* 21, s. 225-240.
- STACHOWSKI, J., 1993, O pojmowaniu przestrzeni w geografii turystyki, *Acta Universitatis Nicolai Copernici, Geografia XXIV, Nauki Matematyczno-Przyrodnicze* 82, Toruń, s. 171-180.
- STAJSKI, M., 1984, Użytkowanie ziemi w turystyce, *Przegląd Zagranicznej Literatury Geograficznej* 2, s. 139-148.
- WARSZYŃSKA, J., JACKOWSKI, A., 1978, *Podstawy geografii turystyki*, PWN Warszawa, ss. 333.
- WARSZYŃSKA, J., 1986, Problemy badawcze geografii turystyki, *Folia Geographica*, seria *Geographia Oeconomica*, vol. 19, s. 59-63.
- WOJCIECHOWSKA, J., 1998, *Kolonizacja turystyczna terenów nadpilicznych*, „Szlakami Nauki” 26, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, ss. 158.
- WILUŚ, R., 1997, *Rozwój funkcji turystycznej w dolinie rzeki Warty na odcinku od Działoszyna do Uniejowa*, „Szlakami Nauki” 24, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, ss. 215.
- WŁODARCZYK, B., 1999, *Przemiany form aktywności turystycznej – przykład krawędzi Wyżyny Łódzkiej*, „Szlakami Nauki” 29, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, ss. 194.
- WŁODARCZYK, B., 2006, Przestrzeń turystyczna – cykliczność, „aktorzy”, determinanty rozwoju, *Turyzm* 16/2, s. 139-148.