

Stanisław Liszewski

Uniwersytet Łódzki
Katedra Geografii Miast i Turyzmu
90-142 Łódź, ul. Kopcińskiego 31
tel./fax: 0 48 426354550
stliszew@geo.uni.lodz.pl

PRZESTRZENIE TURYSTYKI I ICH TRANSFORMACJA WE WSPÓŁCZESNYM ŚWIECIE

TOURISM SPACES AND THEIR TRANSFORMATION IN THE CONTEMPORARY WORLD

Zarys treści: Celem autora pracy było poszukiwanie odpowiedzi na kilka pytań: czy przestrzeń turystyczna jest jednoimienna, czy też istnieją różne przestrzenie turystyki, jakie przestrzenie kreuje człowiek w czasie swojej ruchliwości turystycznej? W wyniku prowadzonych badań autor wyróżnił trzy generalne typy przestrzeni: wyobraźni turystycznych (A), ograniczonej dostępności (B) i realne przestrzenie turystyki (C) oraz kilka cząstkowych przestrzeni (podprzestrzeni) turystycznych, które omówił i scharakteryzował. W konkluzji autor sugeruje, aby przedmiotem badań nad turystyką uczynić przestrzeń lub przestrzenie turystyki.

Słowa kluczowe: przestrzenie turystyki, przestrzenie wyobraźni turystycznych, przestrzenie turystyczne o ograniczonej dostępności, realne przestrzenie turystyki.

Abstract: The author's aim is to find answers to a number of questions: is tourism space homogenous or are there different tourism spaces, and what are the spaces created during tourism activity? As a result of his research, the author has identified three general types: imaginative tourism spaces (A), 'access-restricted' tourism spaces (B) and real tourism spaces (C), as well as several tourism sub-spaces which are also discussed and described. In conclusion the author suggests that tourism space, or spaces, should become research theme in tourism studies.

Key words: tourism spaces, imaginative tourism spaces, 'access-restricted' tourism spaces, real tourism spaces.

1. PROBLEM BADAWCZY

We współczesnym języku naukowym zadomowiło się wiele nowych określeń, których treści domyślamy się często tylko intuicyjnie, są one bowiem stosowane w różnych kontekstach. Jednym z nich jest pojęcie przestrzeni, które używane jest do określenia różnych zjawisk i procesów występujących lub dokonujących się na znacznych obszarach, co nadaje im cech przestrzennych. Mówimy o „europejskiej przestrzeni akademickiej”, „przestrzeni komunikacji społecznej”, „przestrzeni konsumpcyjnej”, „przestrzeni wirtualnej”, „świętej przestrzeni świata” i wielu innych przestrzeniach. Rozumienie przykładowo tu tylko wymienionych przestrzeni jest zapewne różne przez różnych odbiorców, choć każdy twórca tego nowego „bytu” stara się go bardziej lub mniej precyzyjnie określić czy zdefiniować. Znany ekonomista przestrzenny, BOUDEVILLE

1. RESEARCH ISSUES

Contemporary academic language includes many new terms which can often only be understood intuitively because the same term is being used in different contexts. One of these is the concept of 'space' which is used to define various phenomena and processes which occur over a large enough area to acquire a spatial dimension. We talk about 'European academic space', 'social communication space', 'consumption space', 'virtual space', 'sacred space', and many others. These 'spaces', given as examples, are certainly understood variously by different people, although every coiner of a new term tries to supply it with a precise definition. A renowned spatial economist, BOUDEVILLE (1966),

(1966), postrzegał przestrzeń na trzy sposoby, jako: abstrakcyjną (matematyczną), obiektywną (geograficzną) i subiektywną (kulturową). Bardzo interesującą monografię dotyczącą przestrzeni w geografii człowieka opublikował w ostatnich latach LISOWSKI (2003).

Wśród wielu przestrzeni zjawiskiem, które niewątpliwie z szeroko pojętą przestrzenią związane jest w sposób integralny, jest turystyka. Podkreślają to definicje turystyki różnych autorów, w których zawsze na plan pierwszy wybija się przemieszczanie się człowieka z miejsca stałego zamieszkania do miejsca realizacji szeroko rozumianych celów turystycznych. Nie jest bowiem turystą (w powszechnym tego słowa znaczeniu) ten, który tylko myśli lub pragnie się przemieścić, ale ten, który fizycznie pokonuje określoną przestrzeń (fizyczną odległość) w celach, które współcześni badacze turystyki określają bardzo różnie (wypoczynek, poznanie, doznanie przeżyć, poratowanie zdrowia i in.), ciągle poszerzając listę tych celów uznawanych za turystyczne.

Tak więc turystyka z całą pewnością jest zjawiskiem przestrzennym, dotyczy bowiem ruchliwości człowieka, a przestrzeń jest podstawowym atrybutem tego zjawiska. Należy tu jeszcze dodać, że przestrzeń turystyczna ma przede wszystkim charakter personalny, kreuje ją bowiem konkretny człowiek uczestniczący w procesie przemieszczania się w przestrzeni sam lub w grupie dobrowolnie. Według PRZECLAWSKIEGO (2005), turystyka to przede wszystkim wędrowanie w przestrzeni.

O ile zaakceptujemy przeprowadzony tu wywód, z którego wynika, że przestrzeń turystyczna jest częścią ogólnej przestrzeni, wykreowanej przez turystę, czyli człowieka przemieszczającego się w celach ogólnie nazywanych turystycznymi, to rodzi się kilka szczegółowych pytań. Czy przestrzeń turystyczna jest jednoimienna, czy też mamy do czynienia z różnymi przestrzeniami turystyki? Ile i jakie przestrzenie kreuje człowiek w czasie swojej ruchliwości turystycznej? Jakie przestrzenie uczestniczą lub determinują zjawisko, które nazywamy turystyką?

Aby ukierunkować poszukiwanie odpowiedzi na te pytania warto sięgnąć do *Słownika języka polskiego* i przytoczyć definicję pojęcia „prze-strzeń”: „to, co rozciąga się wszędzie wokół, nieskończony, nieograniczony obszar trójwymiarowy, w którym zachodzą wszystkie zjawiska fizyczne” (DUBISZ 2003). Określenie to oznacza tylko tyle, a zarazem aż tyle, że tak definiowana przestrzeń

perceived space in three ways: abstract (mathematical), objective (geographical), and subjective (cultural). In recent years a very interesting monograph on space in human geography has been published by LISOWSKI (2003).

A phenomenon integrally connected with space is tourism. This has been emphasized in definitions of tourism by various authors where the movement from a place of permanent residence to a destination where various tourism goals are achieved, is stressed above all. A person who only thinks of travel, or simply wishes to do so, is not a tourist (in the most common sense of this term), as compared to the person who physically covers a certain distance for purposes which are variously defined (recreation, learning or experiencing new things, improvements to health etc.). The list of tourism goals is constantly growing.

Tourism then is undoubtedly a spatial phenomenon as it concerns travel, and space is a basic attribute of travel. It should be added here that tourism space is by nature personal because it is created by a real individual who voluntarily travels alone or in a group. According to PRZECLAWSKI (2005), tourism consists above all in 'journeying within space'.

If we accept the assumption that tourism space is a part of general space created by the tourist, i.e. a person travelling to a new place for tourism, then we face several questions. Is tourism space a homogenous, single entity or are there different tourism spaces? How many spaces are created as a result of tourism travel and what are they? What spaces are involved in or determine tourism?

In order to answer these questions it is worth looking into the *Uniwersalny słownik języka polskiego* (Universal Dictionary of Polish) and quoting its definition of 'space': it is 'what spreads all around, an unbounded and unrestricted three-dimensional area where all physical phenomena take place' (DUBISZ 2003). Space defined in this way may be occupied with a variety of 'content'. What 'content' is then introduced into this general space by tourism? What 'content'

może być wypełniona różnymi treściami. Jakże zatem treści wprowadza do tej ogólnej przestrzeni tak bardzo złożone zjawisko, jakim jest turystyka? Jakimi treściami wypełnia tę przestrzeń turysta, człowiek będący zawsze podmiotem turystyki? Poszukiwanie odpowiedzi na te pytania są celem niniejszego artykułu, a autor, będąc geografem, czuje się uprawniony do zabrania głosu w tej sprawie, odwołując się do koncepcji twórcy współczesnej geografii człowieka – Karla Rittera, który uważał, że geografia jest nauką o „wypełnianiu przestrzeni” lub o „ziemsko wypełnionych stosunkach przestrzennych” (LISOWSKI 2003, s. 54). Można tu również powołać się na poglądy ROMERA (1969), który w swoich wykładach w roku 1918/1919 pisał: „A skoro zmysł geograficzny polega przede wszystkim na pojmowaniu przestrzeni różnorodnie wypełnionej, to badanie tej przestrzeni, wiodące do charakterystyki jej wypełnienia przedmiotowego, stanowi właśnie część centralną geografii”.

2. PRZESTRZENIE TURYSTYKI I ICH ZMIENNOŚĆ W CZASIE

Bardziej wszechstronna analiza opublikowanych prac dotyczących turystyki, autorstwa przedstawicieli różnych dziedzin i dyscyplin naukowych, pozwala na pewne uogólnienie dotyczące przestrzeni turystyki. Treści turystyczne wypełniające ogólną przestrzeń można zgrupować w trzech dużych i pojemnych typach, przy czym należy zaznaczyć, że lista ta zapewne nie jest pełna i pozostaje otwarta. Typy te umownie, na użytek tej pracy, autor nazwał: przestrzeniami wyobrażeń turystycznych (A), przestrzeniami turystycznymi o ograniczonej dostępności (B) i realnymi przestrzeniami turystyki (C).

Przyjrzyjmy się bliżej tym typom, motywom ich wydzielenia, cechom charakterystycznym, ale również ich zmienności w czasie.

2.1. PRZESTRZENIE WYOBRAŻEŃ TURYSTYCZNYCH (A)

Decyzja podjęcia dobrowolnej „wędrowki w przestrzeni” w celach turystycznych bywa zwykle poprzedzona bodźcami wewnętrznymi lub zewnętrznymi, będącymi wytworem umysłu przyszłego turysty. Powstają one na skutek naszej wyobraźni rozbudzonej przez opowiadanie, lektury, przekazy wizualne, a także pewne nakazy wewnętrzne, wy-

does the tourist – the tourism ‘subject’ – occupy it with? Finding answers is the aim of this article, and as a geographer, the author has a right to contribute. He refers to the concept suggested by the founder of contemporary human geography, Karl Ritter, who believed that geography is a discipline of the ‘occupation of space’ or of ‘the earth as occupied by what is in spatial relation’ (LISOWSKI 2003, p. 54). We can also refer here to ROMER (1969) who wrote in his lectures in 1918/19: “Since the meaning of geography lies mainly in understanding the variety of occupied space, then studying this space, and consequently describing its ‘content’, is the essential part of geography.”

2. TOURISM SPACES AND THEIR VARIATION THROUGH TIME

A detailed analysis of publications on tourism from different academic disciplines, allows us to make certain generalizations about tourism space. The tourism ‘content’ occupying general space can be divided into three large groupings which are not exhaustive and remain open. For the purpose of this article these types were termed as follows: imaginative tourism spaces (A), ‘access-restricted’ tourism spaces (B), and real tourism spaces (C).

Let us have a closer look at these types, the reasons for defining them, their characteristic features and their variations through time.

2.1. IMAGINATIVE TOURISM SPACES (A)

A decision to go on a voluntary ‘journey within space’ for tourism is usually preceded by external or internal stimuli, it is the creation of the prospective tourist’s mind. Our imagination is stimulated by stories, reading and visual images, as well as by certain internal imperatives based on spiritual needs, sentiment, memories, or the will to learn or experience something new. The list of

nikające z potrzeby duchowej, związków sentymentalnych, wreszcie, wspomnień lub chęci poznania czy przeżycia nowych wrażeń. Lista czynników pobudzających naszą potrzebę podróżowania jest zapewne znacznie dłuższa i, co najważniejsze, bardzo silnie zindywidualizowana. Grupując bodźce pobudzające nas do podjęcia decyzji przemieszczania się w celach turystycznych możemy wydzielić trzy, umownie nazwane tu cząstkowymi, przestrzenie (podprzestrzenie) wyobrażeń turystycznych:

- a) przestrzeń duchową turystyki,
- b) przestrzeń wirtualną turystyki,
- c) przestrzeń percepcyjną turystyki.

W historii rozwoju człowieka, mierzonej kolejnymi cywilizacjami, poszukiwanie Boga (jakkolwiek był on nazywany) było zawsze głównym motywem wędrówek, a pojęcie *homo viator* należy do jednego z najstarszych określeń człowieka (OSTROWSKI 2005b). Motywy, a może bardziej potrzeby duchowe, są dzisiaj jednym z ważniejszych przesłanek podejmowania często dalekich wypraw i wędrówek, których celem jest odwiedzenie miejsc świętych dla danej religii. Ta potrzeba poszukiwania Boga zawsze ma duchowy, a nie zawsze fizyczny wymiar (PRZYBYLSKA 2005, JACKOWSKI, SOLJAN 2001). Dlatego możemy tu wyróżnić przestrzeń pozostającą w sferze potrzeb i wyobraźni duchowych, dzisiaj coraz częściej wzbogacaną o przestrzeń wirtualną (filmy, publikacje, zdjęcia itd.) miejsc świętych oraz przestrzeń rzeczywistą, wyznaczoną przez człowieka pielgrzymującego (*homo peregrinus*). Skalę i specyfikę tych przestrzeni w sposób całościowy przedstawił JACKOWSKI (2003) w monografii *Święta przestrzeń świata*.

Aby nie poprzestać tylko na rozważaniach w sferze przestrzeni duchowej, warto w tym miejscu przypomnieć, że przestrzeń rzeczywista naznaczona *sacrum* (miejsca duchowe pielgrzymek) jest odwiedzana każdego roku przez ok. 300 mln pielgrzymów różnych religii (JACKOWSKI 2003) i jest ona przedmiotem badań m.in. w ramach geografii turystyki i religii, teologii (OSTROWSKI 2005a), socjologii, a także filozofii (PRZECLAWSKI 1979, 2005).

Ze względu na brak bardziej precyzyjnych badań (autor nie dotarł do takich), trudno jednoznacznie ocenić zmiany zachodzące w omawianej tu przestrzeni duchowej. Wydaje się jednak, że współczesny rozwój cywilizacji technicznej i kultury w skali świata doprowadził z jednej strony do rozwoju rzeczywistych przestrzeni pielgrzymko-

factors stimulating our desire to travel is certainly much longer and is strongly individual. When grouping the motives for tourism we can identify three sub-spaces of imaginative tourism:

- a) spiritual tourism space,
- b) virtual tourism space,
- c) 'perceived' tourism space.

Through the development of humanity, in successive civilizations, the search for God (by whatever name) has always been a primary motive for travel and the term *homo viator* is one of the oldest (OSTROWSKI 2005b). This motive, or rather spiritual need, is today an important reason for a journey whose aim is to visit a sacred place in any given religion. This urge to look for God always has a spiritual dimension, not only physical (PRZYBYLSKA 2005, JACKOWSKI & SOLJAN 2001). Therefore, we can identify here a space of spiritual need and imagination, nowadays often accompanied by a virtual space (films, publications, photographs, etc.) of sacred sites, as well as the real space created by the pilgrim (*homo peregrinus*). The scale and character of these spaces have been presented by JACKOWSKI (2003) in his monograph entitled *The Sacred Space of the World (Święta przestrzeń świata)*.

In order not to limit our discussion to spiritual space, it is worth remembering that such real space – *sacrum* – (pilgrimage sites) is visited every year by about 300 million pilgrims of different religions (JACKOWSKI 2003) and is a subject studied in the geography of tourism and the geography of religion, theology (OSTROWSKI 2005a), sociology and philosophy (PRZECLAWSKI 1979, 2005).

Due to a lack of more detailed research (the author did not manage to find any), it is difficult to evaluate transformations taking place in spiritual space. It seems, however, that the contemporary development of a global technological civilization and culture has led on the one hand to a development of real pilgrimage spaces to an unexpected extent, and to a decrease in spiritual space on the other, connected with the 'atheisation' of societies in highly developed countries.

wych na niespotykaną do tej pory skalę, z drugiej na proporcjonalne zmniejszanie się przestrzeni w wymiarze duchowym, co jest związane z ateizacją społeczeństw w wysoko rozwiniętych krajach.

Młoda, w stosunku do poprzednio omówionej przestrzeni turystyki, jest przestrzeń wirtualna, prezentująca sztuczną rzeczywistość. Pojęcie przestrzeni wirtualnej, w powszechnym tego słowa znaczeniu, związane jest z rozwojem informatyki i systemów teleinformatycznych, a zwłaszcza z powstaniem globalnej sieci komputerowej Internet (RETKIEWICZ 2002). Turystyczne poznawanie bez zmiany miejsca pobytu (zamieszkania) znane jest na świecie od czasu powstania fotografii, kina, a później przekazów telewizyjnych. Jednak dopiero rozwój Internetu umożliwił masowe uczestnictwo w poznawaniu świata bez konieczności fizycznego przemieszczania się. Współczesny człowiek stoi dzisiaj przed wyborem „wejścia do muzeum” w odległym mieście za pośrednictwem strony internetowej www czy wyjazdem na wycieczkę, w ramach której można na własne oczy zobaczyć zbiory zgromadzone w tym muzeum.

Dynamicznie rozwijająca się przestrzeń wirtualna staje się alternatywą w stosunku do realnej przestrzeni turystycznej. Najbliższy czas pokaże, czy ta pierwsza, rozbudzając zainteresowania turystyczne człowieka, zwiększy jego chęć podróży, czyli realnego wędrowania, czy też trzeba będzie zmieniać definicje turystyki i turysty, uzupełniając je o ruchliwość człowieka w przestrzeni realnej i wirtualnej. Osobiście opowiadam się – z powodów nie tylko poznawczych, ale także społecznych i, szerzej, kulturowych – za rozwojem realnej przestrzeni turystycznej kreowanej bezpośrednio przez turystę, pozostawiając przestrzeni wirtualnej funkcję informacyjno-promocyjną.

Badania nad przestrzenią wirtualną turystyki w Polsce są dopiero w fazie przygotowawczej i ograniczają się z różnych powodów do analizy oraz oceny dostępności i promocji bazy noclegowej na podstawie stron www (WIECZOREK 2004).

Trzecią, zaliczoną do typu przestrzeni wyobrażeń turystycznych, jest podprzestrzeń percepcji turystycznej. Percepcja, polegająca najogólniej na odtworzeniu przedmiotów, zjawisk i procesów wcześniej poznanych zmysłowo, wykorzystywana jest w turystyce w celu pogłębienia i utrwalenia realnej przestrzeni turystycznej kreowanej w wyniku wędrowki (rzeczywistej lub wirtualnej). Jedną z ważnych funkcji turystyki jest poznanie, które wzbogaca naszą wiedzę o świecie i ludziach, ich kulturze i dokonaniach. Powszechnie uważa się, że

Virtual space is a relatively new term and presents an 'artificial reality'. The popular concept of virtual space is connected with the development of information technology and telecommunication systems, especially the global computer network of the internet (RETKIEWICZ 2002). Travelling without leaving your home has been undertaken ever since photography, cinema and later television were invented, however, it is only the internet that has made 'journeys' without the need for physical movement, and on a mass scale, possible. The choice between 'entering a museum' in a distant city through a website, and going on a trip and seeing the museum exhibits with his/her own eyes 'live', is the one facing the contemporary traveller.

Dynamically developing virtual space is becoming an alternative to real tourism space. We are about to see whether the former in stimulating tourism interest, will increase the desire to travel in reality, or whether definitions of tourist and tourism will have to be modified and extended concerning human mobility in both real and virtual spaces. For cognitive, social and cultural reasons, personally, I support the development of real tourism space, directly created by the tourist, leaving the information and promotional functions to virtual space.

Research into virtual tourism space in Poland is only at a preparatory stage and it is limited to the analysis and evaluation of accommodation and promotion based on internet websites (WIECZOREK 2004).

The third subspace regarded as an imaginative tourism space is 'perceived' tourism subspace. Perception, i.e. in the re-creation of objects, phenomena and processes earlier experienced through the senses, is used in tourism in order to deepen and consolidate the real tourism space created as a result of a journey (real or virtual). One of the important functions of tourism is understanding, the enriching of our knowledge about the world and its people, their culture and achievements. It is commonly believed that tourism educates and broadens our minds. To a certain extent, 'perceived'

turystyka kształci, poszerzając nasze horyzonty myślowe. W pewnym stopniu miarą efektów naszych podróży i wędrówek jest zakodowana w nas, w naszych zmysłach, przestrzeń percepcji turystycznej, która jest naszym doświadczeniem i bogactwem, ale również źródłem przekazu na zewnątrz. W badaniach geograficznych wyrazem materialnym percepcji są mapy mentalne ukazujące naszą zdolność do poznawania i odtwarzania realnej przestrzeni turystycznej (PODSIEDLIK 1993).

Zainteresowania przestrzenią percepcji turystycznej w Polsce bardzo osłabły w ostatnich latach. Osobiście uważam, że dzieje się to z dużą szkodą dla procesu kształcenia dzieci i młodzieży na różnych szczeblach i poziomach.

Zasygnalizowany zaledwie hasłowo typ przestrzeni wyobraźni odgrywa bardzo ważną rolę w powstaniu i rozwoju realnych przestrzeni turystycznych, będąc bardzo silnym bodźcem do ich kreowania przez mieszkańców świata. Badania naukowe cząstkowych przestrzeni (podprzestrzeni) wyobrażeń turystycznych, choć trudne metodologicznie i technicznie, powinny nabrać właściwego dynamizmu.

Warto zwrócić tu uwagę naprawdę oczywistą, ale często zapomnianą, że bardzo dynamiczny rozwój komunikacji i środków masowego komunikowania się zrewolucjonizował, zwłaszcza w ostatnim ćwierćwieczu XX w., przestrzeń wyobrażeń turystycznych. Przestrzeń świata w sensie wyobraźniowym stała się dostępną dla wielu setek milionów, a może i kilku miliardów mieszkańców Ziemi.

2.2. PRZESTRZENIE TURYSTYCZNE O OGRANICZONEJ DOSTĘPNOŚCI (B)

Duchowo, wirtualnie i percepcyjnie dostępność turystyczna świata jest praktycznie nieograniczona, co pozwala uważać, że w tym znaczeniu mamy do czynienia już z globalną przestrzenią turystyczną świata. Inaczej wygląda ta sytuacja z punktu widzenia konkretnego człowieka, będącego podmiotem turystyki i kreatorem rzeczywistej przestrzeni turystycznej, dla którego odbycie podróży (wędrówki) związane jest często z pokonywaniem określonych barier utrudniających lub wręcz uniemożliwiających penetrację turystyczną. Wymienimy tu tylko przykładowo cztery cząstkowe przestrzenie (podprzestrzenie) tworzące typ przestrzeni turystycznych o ograniczonej dostępności, przynajmniej dla części mieszkańców naszego globu:

tourism space is the measure of the effect of our journey, encoded within us in our senses. It is our experience and our wealth, but also a source of information. The material manifestations of perception in geographical study are mental maps which show our ability to learn and recreate tourism real space (PODSIEDLIK 1993).

Interest in 'perceived' tourism space in Poland has decreased considerably in recent years and I, personally, believe that this seriously impairs the process of education at all ages and levels.

Imaginative tourism space, only briefly discussed here, plays a very important role in the creation and development of real tourism spaces. Although difficult methodologically and technically, research into imaginative tourism sub-spaces, should go forward at its own speed.

We should recall here the obvious, but often forgotten, truth that the very dynamic development of mass communication and the mass media have revolutionized imaginative tourism spaces especially in the last quarter of the 20th c. Imaginative world space has become available to hundreds of millions or even billions of the earth's inhabitants.

2.2. 'ACCESS-RESTRICTED' TOURISM SPACES (B)

Spiritually, virtually and perceptively, access to tourism in the world is practically unlimited which means that we are dealing with a global tourism space. It will not seem like this, however, to an individual who is the tourism 'subject' and creator of real tourism space. For such a person going on a journey is often connected with overcoming problems which make 'tourism penetration' difficult or even impossible. We shall enumerate here only four sub-spaces of 'access-restricted' tourism space, which are present for at least some inhabitants of our planet:

- a) natural restrictions,
- b) political restrictions,
- c) economic restrictions,
- d) cultural and social restrictions.

- a) przestrzeń turystyczną ograniczoną przyrodniczo,
- b) przestrzeń turystyczną ograniczoną politycznie,
- c) przestrzeń turystyczną ograniczoną ekonomicznie,
- d) przestrzeń turystyczną ograniczoną czynnikami kulturowo-społecznymi.

Mimo niebywałego rozwoju technicznego współczesnego świata, który, wydawać by się mogło, pokonał już wszelkie bariery naturalne, powstanie trwałych przestrzeni turystycznych ograniczone jest nadal czynnikami przyrodniczymi. Ostatnia wielka katastrofa związana z tsunami, które zniszczyły 26 XII 2004 r. turystyczne przestrzenie na wybrzeżach Morza Andamańskiego (COHEN 2005), wyraźnie uświadomiła człowiekowi potęgę sił przyrody. Chęć poznania najbardziej ekstremalnych przyrodniczo obszarów świata jest motywem wyjazdów turystycznych na kontynent Antarktydy, w wysokie pasma górskie, na pustynie, a nawet w kosmos (SMITH 2005). Dotyczy ona jednak (przynajmniej obecnie) niewielkich, bogatych grup czy wręcz pojedynczych osób i nie jest związana z trwałym zagospodarowaniem turystycznym. Pozorne „oblaskawienie” czy podporządkowanie przyrody człowiekowi znacznie poszerzyło w ostatnich kilkudziesięciu latach przestrzeń turystyczną świata, nie zlikwidowało jednak barier, jakimi są ekstremalne warunki przyrodnicze, które ograniczają (lub powinny ograniczać) tę przestrzeń. Współczesny człowiek zafascynowany poznawaniem nowych terenów, ale również chęcią zarobienia pieniędzy za udostępnienie turystyczne tych nowych obszarów świata, przestał doceniać znaczenie sił przyrody, często ignorując je. Dopiero wielkie katastrofy, które pozbawiają życia setki tysięcy turystów, jak miało to miejsce w 2004 r., przynoszą pewne otrzeźwienie, ale czy na długo?

Nie bez winy są tu również badacze, którzy w bardzo ograniczonym stopniu wskazują na bariery przyrodnicze warunkujące bezpieczny rozwój przestrzeni turystycznej. We współczesnych badaniach skoncentrowano się głównie na ochronie i zabezpieczeniu przyrody przed człowiekiem (turystą), tworząc podstawy prawne i cały system ochrony przyrody, co uznać należy za sukces. Zapomniano jednak o równoczesnej ochronie człowieka, a zwłaszcza często bezbronnego turystę, przed siłami natury, które nadal tworzą skuteczną barierę przed uznaniem całego świata za rzeczywistą przestrzeń turystyczną.

Despite the incredible technological developments in the contemporary world which might seem to have overcome all natural restrictions, the creation of permanent tourism spaces is still limited by natural factors. The most recent great disaster, the tsunami which destroyed tourism spaces on the Andaman Sea coast on 26th December 2004 (COHEN 2005), made us aware of the power of nature. Willingness to experience the most extreme natural areas of the earth motivates some people to travel to Antarctica, to high mountains, deserts and even into outer space (SMITH 2005). This concerns, however, (at least at present) small groups of the rich or even individuals, and it is not connected with a permanent tourism infrastructure. The ‘taming’ of nature has considerably extended global tourism space in recent years but has not got rid of the restrictions (extreme natural conditions) which limit (or should limit) this space. The contemporary person, fascinated by new areas but who also wants to make money by making them available to tourists, has stopped respecting the power of nature and often ignored it. Only catastrophes which take hundreds of thousands of lives, as in 2004, bring a certain awakening – but for how long?

Those who undertake research are also to blame here as they hardly ever point to the natural restrictions determining whether the development of tourism space is safe. Contemporary research focuses mainly on the protection of the environment, and this should be regarded as a success. It has been forgotten, however, that people, and especially a defenceless tourist, should also be protected against the powers of nature which create an effective barrier to prevent us from treating the whole world as real tourism space.

A smaller restriction to the development of global or ‘individual continent’ tourism space is political access to countries or regions. Clearly defined and effectively demarcated borders, political dismemberment, and the huge variations in economic strength of contemporary

Mniej trwałą barierą rozwoju przestrzeni turystycznej w skali świata czy poszczególnych kontynentów jest dostępność polityczna państw i regionów. Wyraźne określenie i praktyczne wytyczenie granic, duże rozdrobnienie polityczne i różnorodność ustrojowa państw współczesnego świata ogranicza, a w pewnych przypadkach utrudnia rozwój międzynarodowej przestrzeni turystycznej. Powszechny na świecie system wiz zezwalających na wjazd i pobyt w granicach konkretnego państwa stanowi formalną przeszkodę rozwoju międzynarodowej turystyki. Istnienie przez ponad 40 lat po drugiej wojnie światowej podziału Europy na dwa bloki polityczne („żelazna kurtyna”) utrudniało, a wielu osobom wręcz uniemożliwiało swobodne przemieszczanie się w celach turystycznych po tym kontynencie. Europejska przestrzeń turystyczna była wyraźnie podzielona na zachodnioeuropejską, dostępną dla mieszkańców tzw. „wolnego świata” oraz środkowo- i wschodnioeuropejską, praktycznie dostępną dla mieszkańców państw wchodzących w skład bloku krajów realnego socjalizmu i to też z ograniczeniami.

Dostępność polityczna również i dzisiaj warunkuje rozwój przestrzeni turystycznej. Negatywnym przykładem i to w skali świata może być Korea Północna, której obszar praktycznie jest zamknięty dla międzynarodowej turystyki. Podobnym przykładem, choć w innej skali, jest Kuba i kilka innych państw świata. Obok tych „klasycznych” przykładów izolacji politycznej, a co za tym idzie, turystycznej, istnieją mniej drastyczne, ale uciążliwe ograniczenia utrudniające udział mieszkańców wielu państw w tworzeniu międzynarodowej przestrzeni turystycznej. Przykładowo Polacy, którzy po wejściu do Unii Europejskiej mają możliwość uczestnictwa w szeroko otwartej światowej przestrzeni turystycznej, nie mają wolnego wstępu nie tylko na terytorium Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej, ale również i Rosji. Wyjazdy do tych krajów (ale również i wielu innych) wymagają często dość uciążliwych zabiegów o uzyskanie wizy wjazdowej.

Bariery polityczne miały i mają duży wpływ na powstawanie międzynarodowej przestrzeni turystycznej. Upadek bloku państw realnego socjalizmu umożliwił znacznie poszerzenie tej przestrzeni niemal o całą Europę, nie otworzył jednak całego świata, czyniąc go nadal dostępnym dla ograniczonych tylko grup mieszkańców. To właśnie m.in. utrudnienia w dostępności politycznej powodują, że rzeczywista przestrzeń turystyczna świata nie ma charakteru globalnego i nie jest

countries, hinder or in some cases block the development of international tourism space. The system of visas, which allows travellers to enter and stay in a given country, is a formal restriction to the development of international tourism. For the 40 years following World War II Europe was divided into two political blocs (the 'iron curtain') which made it difficult, or sometimes impossible, for travel for tourism everywhere on this continent. European tourism space was clearly divided into western European, accessible to inhabitants of the 'free world', and central and eastern European, accessible to inhabitants of the socialist countries, though also with some limitations.

Today, too, the development of tourism space depends on political access. A negative example could be North Korea which is practically closed to international tourism, and a similar example, though on a different scale, is Cuba, and there are some other countries as well. Next to these 'classic' examples of political and, consequently, tourism isolation, there are less severe but troublesome restrictions which make it difficult for many countries to participate in the creation of international tourism space. For instance, having joined the European Union, Poles may take advantage of a global tourism space which is largely open, but they cannot freely enter the territories of the United States or Russia. Journeys to these countries (and many others) require a lot of effort to get a visa.

Political restrictions have always affected the creation of international tourism space. The fall of the socialist countries extended this space to almost the whole of Europe, but it did not open the whole world and some parts are accessible only to limited groups of the world's inhabitants. Political restrictions are the reason why real tourism space does not have a global character and is not equally accessible to all.

Another very important barrier to the development of a global tourism space is the considerable economic diversity of the world. This can be analysed both in terms of rich and poor countries (with

jednakowo pod tym względem dostępna dla wszystkich.

Kolejną, bardzo istotną barierą w rozwoju globalnej przestrzeni turystycznej jest silne zróżnicowanie ekonomiczne świata. Nierówność ta może być analizowana w dwóch płaszczyznach: krajów bogatych i krajów biednych (oczywiście z całą paletą państw, które mieszczą się w przedziale między bogatymi i biednymi) oraz bogatych i biednych mieszkańców każdego kraju. Oczywiście udział w kreowaniu światowej przestrzeni turystycznej należy do ludzi zamożnych. Mniej zamożni mieszkańcy są często twórcami lokalnych czy regionalnych przestrzeni turystycznych, rozwijających się wewnątrz coraz większej grupy państw na świecie. Czynniki ekonomiczne kreowania przestrzeni turystycznej jest oczywiście bardziej złożony i obejmuje wiele zagadnień specjalistycznych (MEYER 2004).

Jak pokazuje historia rozwoju turystyki (WARSZYŃSKA, JACKOWSKI 1978) to właśnie ludzie zamożni, a do tego wykształceni i ciekawi świata, byli prekursorami rozwoju międzynarodowej przestrzeni turystycznej. Współcześnie, kiedy z jednej strony podniósł się średni poziom materialny, ale również i intelektualny mieszkańców bardziej rozwiniętych państw, z drugiej strony dostępność ekonomiczna niektórych obszarów stała się bardziej powszechna, rozwój turystyki, obejmujący w skali rocznej ponad 700 mln mieszkańców, doprowadził do znacznego powiększenia światowej przestrzeni turystycznej. Należy jednak pamiętać, że nadal koszt uczestnictwa w turystyce międzynarodowej jest dla wielu mieszkańców naszego globu nieosiągalny. Wystarczy przyrzeć się statystyce uczestnictwa poszczególnych państw w turystyce międzynarodowej i zasięgu terytorialnego wyjazdów ich mieszkańców.

Interesującą dysfunkcją w rozwoju współczesnej przestrzeni turystycznej jest rola, jaką odgrywa w jej kreowaniu czynnik kulturowo-społeczny. Zróżnicowanie kulturowe i indywidualność życia społecznego są z jednej strony ważnym walorem uruchamiającym ciekawość i chęć poznania, z drugiej strony może być określoną przeszkodą czy barierą w rozwoju ogólnej przestrzeni turystycznej świata.

Sygnalnie tylko można tu przypomnieć, że tradycja obowiązująca w życiu społecznym i religijnym, rygorystycznie przestrzegana w niektórych krajach świata arabskiego, utrudnia lub wręcz uniemożliwia eksplorację turystyczną przestrzeni tych państw przez mieszkańców innych regionów

a whole range of others in between), and in terms of the rich and poor inhabitants of each country. Those who create a global tourism space are naturally the rich while those less well off are often the creators of local or regional tourism spaces that develop inside a growing number of countries. The economic factor in the creation of tourism space is of course more complex and poses a lot of issues (MEYER 2004).

The history of tourism (WARSZYŃSKA & JACKOWSKI 1978) shows that it was the rich, educated and curious who were the precursors of the development of international tourism space. Nowadays, when the average financial and intellectual level of the more developed countries has increased, and the ability to economically access certain areas has also grown, the development of tourism (700 million people per year) has led to a considerable growth in global tourism space. It should be remembered, however, that the cost of participating in international tourism is still beyond reach for most inhabitants of our globe. It is sufficient to look at statistics on the participation of individual countries in international tourism and the length and range of the journeys involved.

An interesting 'dis-function' in the development of contemporary tourism space is the role of the cultural-social factor. Cultural differences in social life are on the one hand an important advantage, stirring curiosity and a willingness to learn, but on the other they can be a barrier to the development of a general tourism space in the world.

The traditions of social and religious life strictly followed in some Arab countries make tourism exploration of these countries difficult or even impossible for those from elsewhere (e.g. non-believers, especially women, must not enter mosques, Muslim women must wear traditional clothes, etc.). Similar difficulties are encountered by tourists who want to visit the ethnic ghettos of many large cities on all continents.

There are many more examples of cultural and social restrictions to the

świata (np. zakaz wstępu „niewiernym”, zwłaszcza kobietom, do meczetów, konieczność używania tradycyjnych strojów przez muzułmanki itd.). Podobne utrudnienia napotykają turyści pragnący poznać getta etniczne czy skanseny społeczne wielu dużych miast na wszystkich kontynentach świata.

Przykładów ograniczeń kulturowo-społecznych w rozwoju ogólnej przestrzeni turystycznej w skali całego świata jest znacznie więcej, a ich pokonywanie jest immanentną cechą turystyki. PRZECLAWSKI (2005) uważa bowiem, że turystyka jest w pewnym sensie spotkaniem, a czasami „zderzeniem” kultur. To zderzenie nie zawsze musi otwierać przestrzeń dla nieograniczonego rozwoju turystyki.

Zasygnalizowane w tej części pracy bariery i uwarunkowania powstania i rozwoju przestrzeni turystycznej, zwłaszcza w skali międzynarodowej, jednoznacznie wskazują, że w odróżnieniu od sfery wyobraźniowej, rzeczywista przestrzeń turystyczna, choć rozwijająca się w ostatnich 50. latach bardzo dynamicznie, nie ma charakteru globalnego, a jej dalszy rozwój może być związany z koniecznością pokonywania coraz trudniejszych i bardziej kosztownych przeszkód.

2.3. REALNE PRZESTRZENIE TURYSTYKI (C)

Trzeci typ to przestrzeń rzeczywista, na których następuje realizacja zjawiska turystyki. Złożoność tego zjawiska bardzo utrudnia nie tylko zadowalające wszystkich jego zdefiniowanie, ale również jednoznaczne określenie przestrzeni, na której realizowana jest turystyka. Jednym z bardziej obiecujących podejść metodologicznych zmierzających do zdefiniowania realnej przestrzeni turystycznej jest podejście funkcjonalne (LISZEWSKI 1995, 2005). Autor tej propozycji zakłada, że przestrzeń turystyczna jest wyróżniającą się funkcjonalnie podprzestrzenią ogólnej przestrzeni geograficznej i społecznej, a motywem jej powstania i rozwoju są potrzeby wypoczynku, poznania i doznania przeżyć przez współczesnego człowieka. Przestrzeń turystyczna jest wytworem człowieka użytkującego do celów turystycznych środowisko geograficzne i społeczne. Konsekwencją takiego pojmowania przestrzeni turystycznej jest identyfikowanie jej z człowiekiem, który jest jej odkrywcą, organizatorem i użytkownikiem, ale również niszczycielem.

Znakomite analizy cyklu życia miejscowości turystycznej BUTLERA (1980), a także obserwacje procesów zawłaszczania coraz to nowych prze-

development of global tourism space, and overcoming them is an inherent quality of tourism. PRZECLAWSKI (1995) believes that tourism is a meeting, in a sense a 'collision' of cultures. But this does not mean an open space for unlimited development of tourism.

The restrictions and the conditions necessary for the creation and development of tourism space discussed in this part of the article, especially on an international scale, clearly point to the fact that in contrast to imaginative space, real tourism space is not global, even though it has been developing dynamically for the last 50 years. Its further development may require tourists to overcome more difficult and more costly obstacles.

2.3. REAL TOURISM SPACES (C)

The third type is that of the real spaces in which tourism phenomena occur. The complexity of this makes it very hard to define, and a clear definition of its space is also very difficult. One of the more promising methodological approaches to defining real tourism space is the functional approach (LISZEWSKI 1995, 2005). It is assumed that tourism space is a functionally distinct subspace of general geographical and social space, and the motive for its creation and development is the need for recreation, learning and new experience felt by the contemporary human. Tourism space is created by a person who uses the geographical and social environment for tourism purposes and as a consequence discovers, organizes, uses, but also destroys it.

The superb analyses of Butler's tourism area life cycle (1980), as well as the annexation of new geographical space for tourism purposes, make us think of the similarity between the development of contemporary tourism space and the behaviour of ancient nomadic tribes. The thousands of years of human development, and technological and cultural achievements, are of course however taken into account. To simplify, the

strzeni geograficznych na potrzeby turystyki, nasawiają skojarzenia podobieństwa rozwoju współczesnych przestrzeni turystycznych do zachowań pierwotnych ludów nomadycznych, oczywiście z uwzględnieniem wielu tysięcy lat rozwoju człowieka oraz jego zdobyczy technicznych i rozwoju kulturowego. W dużym uproszczeniu podobieństwa te dotyczą jedynie procesów, a nie skali czy też form przestrzennych. Ludy nomadyczne na etapie początkowej fazy rozwoju rolnictwa wybierały obszary najbardziej żyznych gleb, osiedlając się tam czasowo i organizując swoje życie aż do czasu wyeksploatowania zasobów środowiska, po czym przenosiły się na nowe miejsce, pozostawiając stare swojemu losowi i siłom przyrody.

Podobnie dzieje się ze współczesną turystyką, która w pierwszym okresie zagospodarowuje najbardziej atrakcyjne przyrodniczo, ale jednocześnie najlepiej dostępne komunikacyjnie obszary, po czym szuka nowych jeszcze bardziej atrakcyjnych przestrzeni, pozostawiając te pierwsze, które po upływie czasu chylą się ku upadkowi. Współczesny nomada (turysta) użytkuje przestrzeń turystyczną przez krótki okres (urlopy, czas wolny) i to czasami tylko raz w swoim życiu. Bywają jednak przypadki związania się turysty na stałe z miejscem swojego wypoczynku, co w konsekwencji prowadzi do zmiany funkcji tej przestrzeni.

Oczywiście proces rozwoju współczesnej przestrzeni turystycznej jest znacznie bardziej złożony i podlega wielu czynnikom zewnętrznym i wewnętrznym, a także licznym ograniczeniom, o których wspomniano wcześniej.

Uwzględniając zarówno trendy panujące we współczesnej turystyce, jak i rozliczne potrzeby i zainteresowania człowieka, a także podobieństwo historyczne procesów towarzyszących zawłaszczaniu środowiska przyrodniczego przez człowieka, Liszewski wyróżnił pięć typów rzeczywistej przestrzeni turystycznej, które powstają w wyniku różnych faz zawłaszczania przestrzeni geograficznej na potrzeby turystyki. Typy te nazwano odpowiednio:

- przestrzeń eksploracji turystycznej,
- przestrzeń penetracji turystycznej,
- przestrzeń asymilacji turystycznej,
- przestrzeń kolonizacji turystycznej,
- przestrzeń urbanizacji turystycznej.

Obejmują one kolejne etapy rozwoju realnej przestrzeni turystycznej, od odkrywania turystycznego przez człowieka lub grupę ludzi, po zmianę funkcji i przekształcenie obszarów turystycznych na tereny stałego osadnictwa o charakterze zurbanizo-

similarities concern only the processes, and not the scale or spatial forms. In the initial phase of agricultural development, nomadic tribes chose areas with the most fertile soils, settling there temporarily until the resources were exhausted. After that they moved to another place, leaving the old one to fate and the forces of nature.

A similar mechanism can be observed in contemporary tourism which, at the initial stage, develops in the most 'attractive' and accessible natural areas, and then looks for even more 'attractive' spaces leaving the first ones behind to decline. The difference is that the contemporary nomad (the tourist) uses tourism space for a short time (holidays or leisure) and sometimes only once in a lifetime. There are cases, however, when tourists become permanently involved in the place of recreation leading to a change of its spatial function.

Of course the development of contemporary tourism space is much more complex and depends on many external and internal factors as well as the numerous restrictions mentioned earlier.

Taking into account modern tourism trends, tourists' varied needs and interests, as well as the historical similarity of the processes accompanying the tourism 'annexation' of the natural environment, Liszewski has identified five types of real tourism spaces which emerge as a result of different phases in this 'annexation' of geographical space. The types are as follows:

- tourism exploration space,
- tourism penetration space,
- tourism assimilation space,
- tourism colonization space,
- tourism urbanization space.

They reflect successive stages in the development of real tourism space, from the discovery made by an individual or a group leading to a tourism function beginning, to the change in function and transformation of tourism areas into permanent urbanized settlements. A detailed description of the types listed above has been published in the author's earlier works (LISZEWSKI 1995, 2005).

wanym. Szczegółowy zakres pojęciowy wymienionych typów został opublikowany we wcześniejszych pracach autora (LISZEWSKI 1995, 2005).

Rozwój realnej przestrzeni turystycznej, zwłaszcza w ostatnim ćwierćwieczu, jest niezwykle dynamiczny i obejmuje coraz większą część naszej ekuмены. Jest to związane z jednej strony z poszerzeniem zainteresowań poznawczych współczesnego człowieka, które obok środowiska przyrodniczego obejmuje niemal wszystkie wytwory antropogeniczne i działalność kulturową, z drugiej – z faktem, że turystyka stała się bardzo dochodowym przemysłem, który swoją siłą ekonomiczną łamie bariery, nie zważając na konieczność pozostawienia przyszłym pokoleniom możliwości współzycia z niezmienną naturą (BUTLER 2005).

3. KONKLUZJA

Przeprowadzone analizy i rozważania uprawniają autora do udzielenia odpowiedzi na pytania postawione w części wstępnej tej pracy, a także na pewną refleksję ogólniejszą.

Odpowiadając na pytanie, czy istnieje jedna przestrzeń turystyczna, czy też mamy do czynienia z wieloma przestrzeniami turystycznymi, należy stwierdzić, że zjawisko turystyki realizuje się w wielu przestrzeniach, z których dwa typy są najważniejsze. Jest to typ przestrzeni wyobrażeń turystycznych, który w tym zjawisku jest „odpowiedzialny” za uruchomienie procesu nazywanego turystyką (wędrówką w przestrzeni), oraz typ realnej przestrzeni turystycznej, w której realizuje się ruch turystyczny z wszelkimi jego konsekwencjami. Oczywiście te dwa typy, będące pewną konstrukcją teoretyczną dwu różnych faz powstania i rozwoju zjawiska współcześnie nazywanego turystyką, składają się z wielu przestrzeni cząstkowych (podprzestrzeni), które wypełniają przestrzeń ogólną, nadając jej cechy przestrzeni turystycznej. Każdy z tych typów, jak również przestrzeni cząstkowych (podprzestrzeni), obejmuje inną sferę ogólnego zjawiska turystyki i jest przedmiotem zainteresowań przedstawicieli różnych specjalistycznych dziedzin i dyscyplin naukowych.

Co zatem łączy, co jest wspólne dla zjawiska nazywanego turystyką i dla procesu rozwoju tego zjawiska? W pracy tej staraliśmy się pokazać, że kłamrą spinającą zjawisko turystyki są przestrzenie i to zarówno te wyobrazeniowe, jak i te rzeczywiste. Nie może bowiem istnieć turystyka poza prze-

The development of real tourism space, especially over the last 25 years, has been extremely dynamic and covers an increasing part of our *oecumene*. On the one hand, this is connected with a growing range of interest in contemporary humanity which includes the natural environment, almost all 'anthropogenic products' and cultural activity. On the other hand it is connected with the fact that tourism has become a very profitable industry whose economic power is able to break barriers, disregarding the necessity for a safe co-existence with an unchanged environment for future generations (BUTLER 2005).

3. CONCLUSIONS

The above analyses and discussion allow the author to respond to the questions posed in the introduction, as well as to express some general reflections.

When answering the question of whether there are one or many tourism spaces, it must be stated that tourism takes place in many 'spaces' out of which two types are most significant. One is *imaginative tourism space*, responsible for triggering the process called tourism (journeying within space), and the other is *real tourism space* where tourism actually occurs, with all its consequences. These two types, being a theoretical construction of two distinct phases of tourism creation and development, consist of many subspaces occupying general space and making it into tourism space. Each of these main types, as well as the subspaces, covers a different aspect of tourism and is of interest to representatives of various academic disciplines.

What then links the phenomenon of tourism with its development? In the article the author has attempted to show that imaginative and real spaces are what brings these together. Tourism cannot exist outside general space or its identified subspaces.

strzenię ogólną czy wydzielonymi przestrzeniami cząstkowymi.

Przyjęcie tego sposobu rozumowania może nas przybliżyć do określenia wciąż poszukiwanego przedmiotu badań nad turystyką (CHOJNICKI 2005). Wydaje się, że tym, co spaja wielowymiarowy charakter turystyki i bez którego zjawisko to nie istnieje, jest właśnie przestrzeń. Stąd płynie sugestia, aby uczynić przestrzeń turystyki przedmiotem badań nad wielowymiarowym zjawiskiem, które nazywamy turystyką, a które obejmuje różne sfery działalności człowieka (ekonomiczną, socjologiczną, geograficzną, kulturową i in.).

If we accept this approach, we may come closer to the firm definition still being sought for tourism studies (CHOJNICKI 2005). It appears that what brings the different aspects of tourism together and, without which tourism does not exist, is space. It is suggested that tourism spaces should be thoroughly investigated as part of tourism studies, and to include all different spheres of human activity (economic, sociological, geographical, cultural, etc.).

BIBLIOGRAFIA – BIBLIOGRAPHY

- BOUDEVILLE J. R., 1966, *Problems of Regional Economic Planning*, Edinburgh University Press, Edinburgh.
- BUTLER R., 1980, The concept of a tourism area cycle evolution: implications for management of resources, *Canadian Geographer*, 24.
- BUTLER R., 2005, Problemy miejsc recepcji turystycznej ze zrównoważonym rozwojem, [w:] R. Winiarski, W. Alejski (red.), *Turystyka w badaniach naukowych*, Kraków-Rzeszów, s. 35-48.
- COHEN E., 2005, Turystyka i kataklizmy w badaniach naukowych: fale tsunami w południowej Tajlandii, [w:] R. Winiarski, W. Alejski (red.), *Turystyka w badaniach naukowych*, Kraków-Rzeszów, s. 87-122.
- CHOJNICKI Z., 2005, Charakter i sytuacja nauki o turystyce – rozważania metodologiczne, *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy. Turystyka i Rekreacja*, t. 3, Bydgoszcz, s. 11-23.
- DUBISZ S. (red.), 2003, *Uniwersalny słownik języka polskiego*, PWN, Warszawa.
- JACKOWSKI A., 2003, *Święta przestrzeń świata. Podstawy geografii religii*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, 268 s.
- JACKOWSKI A., SOLJAN I., 2001, Środowisko przyrodnicze a sacrum, *Peregrinus Cracoviensis*, 2, s. 29-50.
- LISOWSKI A., 2003, *Koncepcje przestrzeni w geografii człowieka*, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, 198 s.
- LISZEWSKI S., 1995, Przestrzeń turystyczna, *Turyzm* 5/2, s. 87-103.
- LISZEWSKI S., 2005, Przestrzeń turystyczna w ujęciu przedmiotowym. Przyczynek do dyskusji o przestrzeni w geografii, [w:] W. Maik, K. Rembowska, A. Suliborski (red.), *Geografia jako nauka o przestrzeni, środowisku i krajobrazie*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, s. 50-60.
- MEYER B., 2004, Turystyka jako ekonomiczny czynnik kształtowania przestrzeni, *Rozprawy i Studia. Uniwersytet Szczeciński*, 545, 436 s.
- OSTROWSKI M., 2005a, Przestrzeń pielgrzymowania jako kategoria teologiczna, [w:] B. Domański, S. Skiba (red.), *Geografia i sacrum*, t. 1, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 265-273.
- OSTROWSKI M., 2005b, *Jesteśmy pielgrzymami przed Tobą*, Wydawnictwo Naukowe PAT, Kraków, 296 s.
- PODSIEDLIK S., 1993, Percepcja przestrzeni turystycznej Polski przez studentów geografii, *Turyzm*, 3/2, s. 5-22.
- PRZECLAWSKI K., 1979, *Socjologiczne problemy turystyki*, Warszawa.
- PRZECLAWSKI K., 2005, Wprowadzenie do filozofii turystyki, [w:] R. Winiarski, W. Alejski (red.), *Turystyka w badaniach naukowych*, Kraków-Rzeszów, s. 49-65.
- PRZYBYLSKA L., 2005, Pojęcie przestrzeni sakralnej, [w:] B. Domański, S. Skiba (red.), *Geografia i sacrum*, 2, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, s. 381-387.
- RETKEWICZ W., 2002, Przestrzeń wirtualna jako miejsce pracy, usług, wypoczynku i „zamieszkania”, [w:] I. Jażdżewska (red.), *Współczesne formy osadnictwa miejskiego i ich przemiany*, XV Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Łódź, s. 263-272.
- ROMER E., 1969, O geografii rozważania historyczne i metodologiczne, *Prace Wrocławskiego Towarzystwa Naukowego*, ser. B, 153, przedmowa, komentarzem, przypisami opatrzył A. Zirhoffer, s. 160-161.
- SMITH V. L., 2005, Turystyka XXI wieku. Zmieniające się wartości socjokulturowe, [w:] R. Winiarski, W. Alejski (red.), *Turystyka w badaniach naukowych*, Kraków-Rzeszów, s. 67-85.
- WARZYŃSKA J., JACKOWSKI A., 1978, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa, 333 s.
- WIECZOREK G., 2004, Strony www jako jedna z form promocji hoteli na przykładzie województwa małopolskiego, maszynopis pracy magisterskiej wykonanej w Katedrze Geografii Miast i Turystyki Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.