

NOTATKI NAUKOWE – NOTES SCIENTIFIQUES – SCIENTIFIC CONTRIBUTIONS

„TURYZM”, t. 10, z. 2, 2000

Ewa Miciniak, Alicja Woźniak

KREOWANIE FUNKCJI TURYSTYCZNEJ PRZEZ ADMINISTRATORÓW POLSKICH PARKÓW NARODOWYCH LA CRÉATION DE LA FONCTION TOURISTIQUE PAR LES ADMINISTRATEURS DES PARCS NATIONAUX POLONAIS CREATING THE TOURIST FUNCTION BY THE ADMINISTRATORS OF POLISH NATIONAL PARKS

I. WSTĘP

Parki narodowe, zgodnie z ustawą o ochronie przyrody z 16 października 1991 r. uznane zostały za jedną z najwyższych form ochrony przyrody w Polsce. W ustawie zawarto cele powołania parków narodowych oraz większość zasad dotyczących ich funkcjonowania.

Nadrzędnym celem tworzenia parku narodowego jest zachowanie całości systemów przyrodniczych, stąd też wszelka działalność człowieka na jego terenie (również turystyka) podporządkowana jest ochronie przyrody.

Przeprowadzone badanie ankietowe miało na celu rozpoznanie, w jaki sposób administracje parków narodowych postrzegają i kreują turystykę na swoim terenie. Kwestionariusz ankiety rozesłano do wszystkich parków – otrzymano 19 odpowiedzi¹.

¹ Niniejsze opracowanie sporządzone zostało na podstawie materiału badawczego zawartego w kwestionariuszu ankiety przygotowanej przez realizatorów programu rozwoju turystyki zrównoważonej na obszarach chronionych, w ramach projektu „EUROPARK Expertise Exchange”. Biorąc udział w tym projekcie prof. dr hab. Wanda Staniewska-Zątek umożliwiła nam, za zgodą autorów kwestionariusza, dostęp do zebranych materiałów, za co tą drogą składamy Jej serdeczne podziękowania.

Zdając sobie sprawę z tego, że ankieta stanowi mało pogłębione źródło informacji, a jej wartość w dużej mierze zależy od dobrej woli respondentów – autorki starały się zachować dystans do zebranego tą drogą materiału, traktując go jako podstawę bardziej szczegółowych i wnikliwych badań. Również przedłożone omówienie należy traktować jako wstęp do dyskusji nad postawionymi w kwestionariuszu pytaniami. Dotyczyły one zagadnień związanych z charakterystyką turystyki i turysty odwiedzającego parki narodowe, zagadnień dotyczących prowadzonej przez ich dyrekcje strategii marketingowej, form współpracy z organizacjami i instytucjami wspomagającymi realizację różnorodnych funkcji parków, oceny środków prawnych oraz doświadczeń i najbardziej udanych przedsięwzięć związanych z kreowaniem funkcji turystycznej.

2. PRÓBA REKONSTRUKCJI PORTRETU TURYSTY ODWIEDZAJĄCEGO TERENY CHRONIONE

Miała ona na celu scharakteryzowanie turystów odwiedzających park narodowy, poznanie ich cech społeczno-demograficznych, motywów wyboru odwiedzanych miejsc, zainteresowań, a nawet sposobów korzystania z atrakcji i walorów turystycznych.

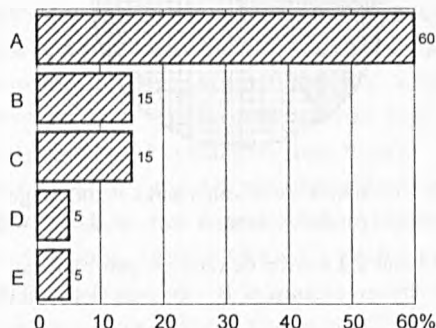
Z uzyskanych wypowiedzi wynika, iż tereny te penetrowane są przede wszystkim przez masowych, zorganizowanych turystów. Najpotężniejszą ich klientelę stanowią wycieczki szkolne, wycieczki dorosłych realizowane są w ramach szerszego programu krajoznawczego (tzw. imprez objazdowych) oraz młodzież wędrująca (podróżująca) w grupach nieformalnych. W parkach położonych w pobliżu aglomeracji znaczący odsetek odwiedzających stanowią rodziny (dojazdy własnymi samochodami), zwłaszcza w weekendy, a następnie grupy nie zorganizowane, o zróżnicowanej strukturze wiekowej. W większości parków najmniejszy odsetek stanowią turyści „specjalnych zainteresowań”, nastawieni na poznanie wybranych walorów przyrodniczych (rys. 1–3).

Taki typ klienteli rzutuje na strukturę zainteresowań i motywów, wśród których ogólnikowe sformułowania w rodzaju: „kontakt z przyrodą”, „wędrówki”, „zwiedzanie muzeów” pojawiają się w ankietach najczęściej.

Bogatsza motywacja wskazywana jest w odniesieniu do parków, w których proponowane są różne formy turystyki kwalifikowanej czy wręcz specjalistycznej. Częściej są też akcentowane motywy natury poznawczej (obserwacja flory, fauny), sportowo-rekreacyjnej (kajakarstwo, turystyka konna, rowerowa), czy też motywy instrumentalne (wędkarstwo).

Próby zmiany charakteru turystyki i tym samym zachowań turystów pojawiają się częściej w nowo utworzonych i mniej renomowanych parkach narodowych, w których próbuje się stworzyć „od podstaw” model turystyki na ich

terenie. Przykładem może tu być Wigierski Park Narodowy, w którym odbywają się „Regaty o Puchar Dyrektora PN”, tworzone są programy dla turystów pory sezonowych, reklamuje się turystykę konną i rowerową.

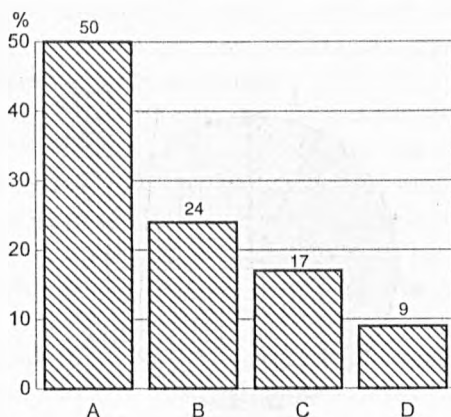


Rys. 1. Główne typy osób odwiedzających teren parku narodowego

A – masowy, zorganizowany turysta, B – młodzież wędrująca w grupach nieformalnych, C – rodziny z dziećmi, D – turyści „specjalnych zainteresowań”, E – grupy niezorganizowane o zróżnicowanej strukturze wiekowej

Dessin 1. Les principaux types des personnes visitant le parc national

A – le touriste organisé, en masse, B – la jeunesse courant le monde en groupes informels, C – les familles avec de petets enfants, D – les touristes ayant des „intérêts spéciaux”, E – les groupes non organisés à la structure d’âge différenciée

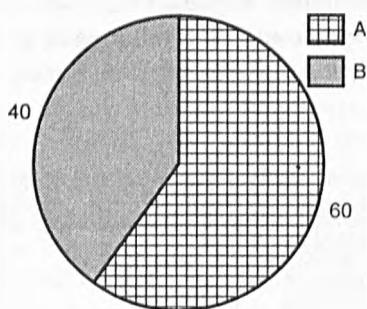


Rys. 2. Średni wiek odwiedzających

A – poniżej 18 lat, B – od 18 do 34 lat, C – od 35 do 54 lat, D – powyżej 54 lat

Dessin 2. L’âge moyen des visiteurs

A – moins de 18 ans, B – de 18 à 34 ans, C – de 35 à 54 ans, D – plus de 54 ans

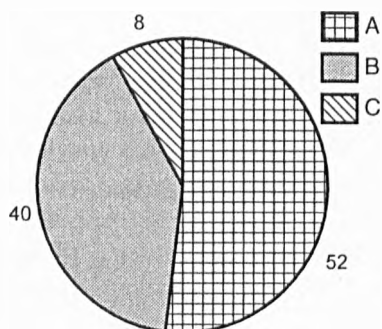


Rys. 3. Sposób zwiedzania parku narodowego
A – wycieczki zorganizowane, B – wycieczki indywidualne

Dessin 3. La façon de visiter le parc national
A – les excursions organisées, B – les excursions individuelles

Innym przykładem może być wychowanie do ekoturystyki, realizowane przez dyrekcję Bieszczadzkiego PN. Stworzona tam sieć punktów kontrolnych służy jednocześnie informacji i edukacji turystycznej.

Turyści odwiedzający poszczególne parki pochodzą w przeważającej większości (nawet do 80%) z ich okolic (rys. 4), co pozwala wnioskować, że obok motywów poznawczych i rekreacyjnych duże znaczenie odgrywa motyw „dostępności”. Sądzić też można, że turyści napływający do danego parku z głębi kraju lub z zagranicy dokonują swego wyboru w bardziej świadomy sposób i częściej kierują się motywami krajoznawczymi.



Rys. 4. Tereny, z których przybywają turyści
A – okolice parku narodowego (do 100 km), B – tereny krajowe, C – zagranica

Dessin 4. Les terrains d'où viennent les touristes
A – le voisinage du parc national (jusqu'à 100 km), B – les terrains du pays, C – l'étranger

Jakie wnioski płyną z tak nakreślonego „portretu turysty”?

1. Skoro w parkach dominują grupy zorganizowane, łatwiej prowadzić ich edukację, łatwiej kontrolować zachowania, „wymuszać” prawidłowe poruszanie się po terenie parku. Stronę ujemną stanowi tu jedynie krótkotrwały kontakt „edukatorów” z edukowanymi.

2. Przyjmowanie turystów kwalifikowanych również wymaga wysiłku „edukatorów”, najważniejsze jest jednak „wymuszanie” odpowiedniego użytkowania terenu poprzez dostosowaną do danej formy turystyki infrastrukturę. Niewielu dyrektorów parków wspomina o finansowej stronie tego typu przedsięwzięć (ankieta nie formułuje wprost pytań o starania tego typu).

3. Żaden z dyrektorów parków nie podaje pomysłów premiowania pozytywnych zachowań turystów. Jest to też forma edukacji (np. darmowy wstęp do muzeum dla wycieczki szkolnej, która poprawnie zachowuje się na szlaku, posprząta zauważone odpady itp.).

4. Skoro parki penetrowane są głównie (poza górskimi i nadmorskimi) przez mieszkańców regionu, należy rozwijać informację i edukację ekologiczną na poziomie lokalnym, wykorzystując wszystkie media, szkoły i organizacje.

3. OCENA ŚRODKÓW PRAWNYCH, JAKIMI DYSPONUJĄ DYREKCJE PARKÓW PRZY REALIZACJI PROGRAMU OCHRONY

Dyrektorzy wszystkich parków potwierdzili dysponowanie odpowiednimi środkami prawnymi dla regulowania turystyki i jej rozwoju na terenie swego działania. Rozbieżności pojawiły się w wypowiedziach dotyczących instrumentów prawnych służących polepszeniu funkcji ochronnej. Na pytanie o środki prawne potrzebne dla polepszenia ochrony, odpowiedź negatywną uzyskano ze strony dyrekcji tych parków, które w dalszej części ankiety jako problem kluczowy wskazały nadmierny ruch turystyczny i jego destrukcyjny wpływ na środowisko (Tatrzański PN, Pieniński PN, Woliński PN, Białowieski PN). Trudno bez dalszych dociekań rozszyfrować ten paradoks. Być może wynika on ze zbyt małej wiary w skuteczność środków prawnych lub nieudolności w egzekwowaniu prawa. Nie jest też wykluczone, że dyrektorzy tych parków dysponują lepszymi metodami kształtowania pożądanej świadomości ekologicznej turystów i mieszkańców parku.

Jedynie w odniesieniu do dziewięciu parków wskazano na pewne zabiegi administracyjno-prawne, mające na celu poprawę ochrony przyrody. Były to:

- kontrolowanie rozwoju infrastruktury,
- przygotowanie planu ochrony parku,
- sporządzenie statutu parku,
- kontrolowanie (poprzez sieć punktów) szlaków turystycznych (Bieszczadzki PN),

- wytyczenie dodatkowych szlaków (Wielkopolski PN),
- uporządkowanie przepisów dotyczących zarządzania parkiem,
- zwiększenie liczby strażników.

4. INFORMACJE NA TEMAT PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH, STRATEGII MARKETINGOWEJ I KONTAKTU Z TURYSTAMI

Pytania dotyczące tych zagadnień nastręczyły respondentom pewnych trudności wynikających z zastosowanej terminologii. Dlatego w tej części opracowania zarządy niektórych parków jako atuty wymieniły jedynie walory naturalne, inne natomiast zaprezentowały „własne produkty”, utworzone z myślą o turystach, takie jak „ścieżki dydaktyczne”, muzea, wystawy, centra edukacyjne, punkty informacji itp.

Bardziej jednoznacznie odczytano pytanie o zakres organizowanych prac i zgłaszanych inicjatyw. W odpowiedziach pojawiła się pewna prawidłowość: dyrektorzy parków o długoletniej tradycji, najczęściej odwiedzanych przez turystów, jako swą najbardziej spektakularną inicjatywę potraktowali działalność wydawniczą. Zarządy parków nowo utworzonych, o małej frekwencji turystycznej, słabiej zakorzenionych w świadomości turystów, nastawiają się na rozwój różnorodnych form turystyki, działalność edukacyjną, bezpośrednią, stałą współpracę z ludnością miejscową. Większą inicjatywę wykazywały też w dziedzinie marketingu i kontaktów z turystami. Obok rutynowych działań wymieniano:

- włączenie leśniczków w system informacji i kontaktów z turystami,
- stały kontakt z mediami,
- prowadzenie wypożyczalni sprzętu wodnego (podano bogaty asortyment),
- promowanie kultury regionu, rękodzieła, kuchni regionalnej,
- utworzenie centrum edukacyjnego,
- zróżnicowanie formy obserwacji przyrody, udostępnianie sprzętu,
- stałą współpracę z gospodarstwami agroturystycznymi,
- poszukiwanie sponsorów oraz partnerów krajowych i zagranicznych.

Obraz jaki wyłania się z analizy zebranych materiałów pozwala stwierdzić, że dominującą formę turystyki na obszarach parków narodowych jest turystyka piesza po szlakach turystycznych i ścieżkach dydaktycznych. Temu celowi służy zorganizowana działalność przewodnicka, informacyjna i wydawnicza.

Wraz ze wzrostem popularności różnych form rekreacji aktywnej (jazda na rowerze, jazda konna) następuje wzbogacenie oferty przez dyrekcje niektórych parków (np. Kampinoski PN, Wigierski PN, Poleski PN, Bieszczadzki PN, Drawieński PN, Gorczański PN). W grupie badanych parków dałoby się zatem wyróżnić te, których zarządy starają się wypromować nowy model kontaktu turysty z przyrodą. Są to w większości oferty kierowane do turystów o sprecyzowanych

zainteresowaniach, przygotowane przez zarządy parków stosunkowo niedawno utworzonych. Na działania te niebagatelny wpływ miał fakt, iż utworzono je na terenach mniej dotychczas odwiedzanych, natomiast wiedzą o unikalności walorów przyrodniczych tych terenów dysponowało tylko grono specjalistów. Podniesienie danego terenu do rangi parku narodowego spowodowało równocześnie wzrost zainteresowania jego walorami wśród potencjalnych turystów. Zarządy tych parków, tworząc zręby administracyjne, wkładają wiele wysiłku w wypracowanie atrakcyjnego modelu turystyki na swoim terenie, opierając swe działania na współpracy z samorządami lokalnymi. Tworzone modele nowych form turystyki mają na celu przygotowanie pobytu, w trakcie którego turyści sami zrozumieją unikatowość odwiedzanego terenu i potrzebę jego ochrony. Temu celowi służy przygotowany w większości parków program działalności edukacyjnej, obejmującej m. in.:

- wycieczki z przewodnikiem (np. Wigierski PN, Roztoczański PN, Gorczański PN, Biebrzański PN),
- wycieczki po ścieżkach dydaktycznych, warsztaty specjalistyczne (np. Wigierski PN, Roztoczański PN, Kampinoski PN, Ojcowski PN),
- „zielone szkoły” dla młodzieży (np. Gorczański PN, Wigierski PN),
- różnotematyczne wystawy, wykłady, pogadanki, szkolenia dla przewodników i nauczycieli (np. Roztoczański PN, Bieszczadzki PN, Ojcowski PN).

Nieco odmienne podejście do oferty turystycznej prezentują przedstawiciele parków najstarszych, o kilkudziesięcioletniej tradycji. Posiadając już renomę i popularność borykają się one z problemem nadmiernego ruchu turystycznego (np. Tatrzański PN, Karkonoski PN). Ukształtowany przez lata obraz tych parków doprowadził do stworzenia utartych modeli wypoczynku.

Reasumując – zarządy parków „starych” nie koncentrują swej uwagi na wypracowaniu nowej oferty programowej dla turystów. Skupiają się raczej na wprowadzeniu szeregu ograniczeń i utrudnień, aby zminimalizować wielkość ruchu turystycznego.

Jeszcze inną grupę stanowią parki zlokalizowane w pobliżu dużych aglomeracji miejskich (np. Wielkopolski PN, Kampinoski PN). Brak możliwości wypoczynku w mieście powoduje, że znaczna grupa mieszkańców traktuje pobliski park narodowy głównie jako miejsce rekreacji. Parki te są szczególnie narażone na masowy napływ turystów, których pobyt nie przekracza jednego dnia. Zarządy ich „nie walczą” z odwiedzającymi, lecz starają się tak zorganizować przepływ turystów, aby zminimalizować potencjalne szkody w środowisku przyrodniczym. Proponują alternatywne miejsca wypoczynku, chroniąc w ten sposób obiekty szczególnie cenne przyrodniczo, które wcześniej znajdowały się na terenach często penetrowanych przez turystów.

5. DOBÓR I WSPÓŁPRACA Z RÓŻNYMI PARTNERAMI W DZIEDZINIE TURYSTYKI I OCHRONY ŚRODOWISKA

Odrębną część ankiety stanowiły zagadnienia dotyczące współpracy zarządów parków z przedstawicielami różnych organizacji i środowisk, których działalność związana jest z turystyką bądź ochroną środowiska danego regionu. Większość dyrekcji parków (poza najstarszymi) jako głównych partnerów wskazała:

- organizacje turystyczne (13 parków),
- samorządy lokalne (13 parków),
- organizacje środowiskowe (10 parków),
- przewodnicy, kierownicy grup (9 parków),
- prywatne agendy turystyczne (6 parków)
- inni partnerzy (6 parków), np. stadnina koni, parki narodowe spoza granicy, Polskie Stowarzyszenie Flisaków Pienińskich, domy kultury, LOP, Stowarzyszenie Ochrony Ptaków, gospodarstwa agroturystyczne, szkoły wyższe, parki krajobrazowe.

Pojawiła się więc ponownie prawidłowość polegająca na tym, że zarządy mniejszych i młodszych parków deklarowały się jako bardziej otwarte na współpracę z różnorodnymi partnerami, niż dyrektorzy parków o wielkich tradycjach. Ci ostatni, skupieni bardziej na sprawach ochrony i metodach „odchudzania ruchu turystycznego”, zdają się polegać głównie na własnych przedsięwzięciach.

6. WŁASNE DOŚWIADCZENIA I DOBRE PRZYKŁADY, KTÓRE ZARZĄDY PARÓW MOGŁYBY PRZEKAZAĆ INNYM

Część pytań ankietowych koncentrowała się wokół zagadnień dotyczących indywidualnych przedsięwzięć z zakresu turystyki, podejmowanych przez władze parków. Zakładano, że odpowiedzi z tej części ankiety pozwolą na zebranie informacji o udanych przedsięwzięciach, które mogłyby się stać początkiem wymiany doświadczeń między dyrekcjami parków.

Niewiele zarządów parków zechciało odpowiedzieć na pytania zawarte w tej części kwestionariusza. Udokumentowane przykłady podały dyrekcje takich parków, jak: Wigierski, Gorczański, Pieniński, Narwiański, Biebrzański, Białowski, Poleski, Bieszczadzki, Góry Stołowe). Podane informacje dotyczyły:

- włączenia społeczności lokalnej w świadczenie usług turystycznych,
- poszukiwania sponsorów,
- składania projektów finansowych wspólnie z samorządem lokalnym,
- budowy systemu „visiting centers” (Pienińskim PN),
- współpracy z programami międzynarodowymi (Narwiański PN),

- współpracy z Czechami (Góry Stołowe),
- łączenia programów przyrodniczych z kulturowymi (Biebrzański PN),
- prowadzenie ewidencji ruchu turystycznego (Bieszczadzki PN).

Podobnie rzecz się miała z zaleceniami zarządzających parkami narodowymi dla dalszego rozwoju turystyki zrównoważonej: zarządy niewielu parków udzieliły odpowiedzi lub były to wypowiedzi ogólnikowe w rodzaju: „zmniejszenie bądź kontrola ruchu turystycznego”

Tylko kilku respondentów zaprezentowało własne pomysły:

- wydłużenie sezonu turystycznego poprzez oferty posezonowe (Wigierski PN, Biebrzański PN),
- polepszenie pracy strażników parku (Pieniński PN),
- polepszenie współpracy z ludnością miejscową (Kampinoski PN),
- utworzenie programu rozwoju turystyki zrównoważonej, kontrakty z rolnikami, współpraca z parkiem narodowym na Białorusi w dziedzinie turystyki (Białowiecki PN),
- rozwój szlaków rowerowych (Poleski PN),
- promowanie ekoturystyki i utworzenie sieci punktów kontrolnych (Bieszczadzki PN),
- promocja alternatywnych środków transportu, turystyki etnicznej (PN Góry Stołowe).

7. WSPÓŁPRACA DYREKCJI PARKU NARODOWEGO Z LUDNOŚCIĄ MIEJSCOWĄ, SAMORZĄDEM LOKALNYM, WŁADZAMI REGIONALNYMI

Do walorów turystycznych „starych” parków nie trzeba nikogo przekonywać. Ich władze sygnalizują nadmierny rozwój bazy hotelowej czy sieci dróg w bezpośrednim sąsiedztwie parku, które mogą nadmiernie koncentrować ruch turystyczny. Problem ten nie istnieje w parkach nowo tworzonych, gdyż powstały one w regionach o znikomych tradycjach turystycznych. Dyrekcje tych parków podejmują zadania wykreowania wizerunku parku oraz podjęcia współpracy z władzami samorządowymi w celu stworzenia turystyki na wspólnym obszarze. Misją zarządu parku winno być także jak najlepsze współdziałanie z ludnością miejscową. Na atrakcyjność danego terenu ogromny wpływ będzie miała różnorodna, niestandardowa oferta usług turystycznych, którą świadczyć może miejscowa ludność.

Z uzyskanych wypowiedzi wynika, iż dyrekcje większości parków dostrzegają potrzebę współpracy z mieszkańcami w zakresie rozwoju takich usług turystycznych, jak agroturystyka, mała gastronomia, usługi transportowe, handel rękodziełem i pamiątkami, a także dbałość o miejscową tradycję, swoistą architekturę krajobrazu, czystość środowiska. Na przykład:

– mieszkańcy Wigierskiego PN w ramach rolnictwa ekologicznego dostarczają zdrową żywność, wiele osób kultywuje tradycję ludową (pamiątki, tkactwo, wypiek chleba, sękaczy),

– w Białowieskim PN powstał projekt rekonstrukcji kolejki wąskotorowej dla turystów oraz nawiązuje się liczne kontakty z rolnikami,

– w Poleskim PN i Drawieńskim PN powstają wypożyczalnie rowerów (w następstwie rozwoju szlaków rowerowych),

– w Parku Narodowym Gór Stołowych promuje się alternatywne środki transportu oraz turystykę etniczną.

Społeczność lokalna winna zdawać sobie sprawę, że istnienie parku na ich terenie jest szczególnym wyróżnieniem. Dobrze przygotowany program obsługi potencjalnego ruchu turystycznego może być siłą napędową dla ekonomicznego rozwoju gminy.

Prowadząc prace przy zagospodarowaniu terenu parku narodowego nie należy oczekiwać osiągnięcia szybkich dochodów. Zbyt duży i nieodpowiednio skoncentrowany ruch turystyczny doprowadzi wprawdzie do krótkotrwałego wzrostu przychodów, lecz w długim okresie czasu będzie przyczyną utraty walorów naturalnych, które powinny pozostać najważniejszym magnesem przyciągającym turystów.

Funkcjonowanie każdego parku narodowego musi być postrzegane jako wypadkowa współpracy zarządu parku z samorządem terytorialnym i ludnością miejscową. O sukcesie wprowadzanych projektów dotyczących promocji nowych modeli turystyki będą decydowały ich walory merytoryczne, a przede wszystkim silne oparcie finansowe. W osiągnięciu tego celu niezbędna może się okazać przychylność władz regionalnych oraz współpraca z międzynarodowymi organizacjami ochrony przyrody.

Środki prawne, jakimi dysponują zarządy parków (na mocy ustawy), są wystarczające, aby w twórczy sposób kreować rozwój turystyki na swoim terenie – podkreślają to dyrektorzy w większości ankiet. Powinny być one użyte w ten sposób, aby ułatwić współpracę z każdą jednostką (np. biurami turystycznymi, organizacjami społecznymi), która wyraża gotowość współdziałania w kreowaniu zrównoważonej turystyki.

8. PODSUMOWANIE

Analiza materiału ankietowego pozwala na przedstawienie wstępnych wniosków, spostrzeżeń, które mogą ukierunkować dalsze badania dotyczące polityki turystycznej zarządów parków:

1. Nie ma jednolitego, wspólnego modelu owej polityki dla wszystkich parków. Zróżnicowanie przyjmowanej strategii uwarunkowane jest wieloma czynnikami zarówno zewnętrznymi, jak i wewnętrznymi.

2. Czynniki zewnętrzne to położenie parku, jego popularność oraz dotychczasowe formy użytkowania. Wyróżnić tu możemy:

- parki położone na terenach z tradycjami turystyki kwalifikowanej (np. Bieszczadzki PN);
- parki położone na terenach z tradycjami turystyki wypoczynkowej (np. parki nadmorskie);
- parki, w których nastąpiło wymieszanie różnych form turystyki tradycyjnej i masowej (krajoznawczej, wypoczynkowej, uzdrowiskowej), np. parki górskie;
- parki bez tradycji, które mają szansę ingerowania w proces jej tworzenia (np. Wigierski PN, Biebrzański PN).

3. Czynniki wewnętrzne – to przyjmowana przez administratorów postawa względem turystyki i turystów, to zdolność postrzegania i wykorzystania całego kontekstu społeczno-kulturowego i ekonomicznego współczesnej turystyki. Wyróżnić tu możemy:

- parki, których administracja stosuje politykę „elastyczną”, polegającą na dostosowywaniu uprzednio wypracowanego modelu do zmieniających się potrzeb turystyki oraz miejscowych zasobów kulturowych i gospodarczych;
- parki, których administracja stosuje politykę „otwartości”, deklaruje chęć rozwoju turystyki w swym otoczeniu (najczęściej dotyczy to parków nowo utworzonych). Ich znaczącym atutem jest możliwość ochrony prewencyjnej i szansa na wykorzystanie dobrych przykładów z rozwiązań krajowych czy międzynarodowych. Wśród nich znajdują się takie, które są na etapie wypracowania i weryfikowania własnej koncepcji, oraz takie, które nie dokumentują prób wypracowania własnego modelu.

– parki, które można nazwać „zamykającymi się” na turystykę, podejmującymi mało skuteczne zmagania z turystyką masową przy rezygnacji z jakichkolwiek prób przekształcenia jej w turystykę alternatywną. Znamionnym może tu być mocne wrażenie po przestudiowaniu ankiet, że: „w Tatrzańskim Parku Narodowym turystyka robi się sama”. Opanowanie owego żywiołu poprzez walkę ze skutkami nadmiernego ruchu turystycznego staje się dominującym wyznacznikiem polityki turystycznej najpopularniejszych parków.

Na koniec przytoczyć warto uwagi autora *Pochwały różnorodności*, który przypomina nam, że „Ziemie można zrozumieć tylko, jeśli się ją rozpatruje w związku z człowiekiem [...] Już sama decyzja wydzielenia pewnych obszarów Ziemi na rezerwy dzięki przyrody wymaga ocen wartościujących o czysto ludzkim charakterze”².

Kłopoty parków narodowych pojawiły się z chwilą, gdy w ich wielką wartość uwierzyli wszyscy, nie tylko ich twórcy. I wszyscy pragną z ową „szczególną wartością” obcować. Ten to swoisty paradoks powoduje, że administratorzy parków nigdy nie mogą się czuć zadowoleni z pełnienia (czasem niechcia-

² R. D u b o s, 1986, *Pochwały różnorodności*, Warszawa, s. 140.

nej) misji udostępniania przyrody, w formach bezpiecznych, ciekawym, choć często słabo wyedukowanym turystom.

dr Alicja Woźniak, mgr Ewa Miciniak
Katedra Ekologii Człowieka
Wydział Turystyki i Rekreacji
Akademia Wychowania Fizycznego
ul. Rybaki 19
61-884 Poznań

Wpłynęło:
6 października 2000 r.