

**Łukasz GAWĘŁ**

Uniwersytet Jagielloński  
Katedra Zarządzania Kulturą w Zespole Katedr Nauk o Kulturze  
Kraków, Polska  
e-mail: [lukasz@attyka.net.pl](mailto:lukasz@attyka.net.pl)

## ARCHITEKTONICZNE SZLAKI TURYSTYCZNE JAKO NARZĘDZIE KSZTAŁTOWANIA I OCHRONY KRAJOBRAZU KULTUROWEGO

*słowa kluczowe:* architektoniczne szlaki turystyczne, ochrona i ukształtowanie  
krajobrazu

### WPROWADZENIE

Proces dewastacji polskiego krajobrazu kulturowego, rozpoczęty w okresie II wojny światowej, gwałtownie przyspieszony w wyniku reformy rolnej z roku 1944, a następnie utrwalony przez lata zaniedbań w tej dziedzinie, doprowadził do sytuacji, w której konieczne jest wykorzystanie nowoczesnych, a przede wszystkim efektywnych narzędzi pozwalających na zmianę istniejącego stanu rzeczy. Szczególnie ważne jest to w przypadku niewielkich obiektów zabytkowych znajdujących się poza obszarami metropolitarnymi. Lata zapóźnień doprowadziły do sytuacji, w której trudno jest walczyć o zmianę kondycji wspomnianych obiektów, wykorzystując jedynie standardowe metody działania, takie jak opieka konserwatorska czy proces planowania przestrzennego. W wymienionych wyżej obszarach konieczne jest zastosowanie interdyscyplinarnego narzędzia, jakim mogą stać się architektoniczne szlaki turystyczne. Artykuł omawia nowe spojrzenie na działania z pogranicza zarządzania, sztuki konserwatorskiej, świadomie prowadzonego planowania przestrzennego, kreowania architektury krajobrazu oraz turystyki. To zespolenie wspólnych celów, przy jednoczesnym wykorzystaniu trójdzielnej struktury samorządowej, może przynieść nadszpodziewanie dobre efekty. Architektoniczne szlaki turystyczne mają przy tym jeszcze jeden walor, trudny do przecenienia z punktu widzenia troski o krajobraz kulturowy – eksponują najcenniejsze w danym regionie zabytki architektury, a więc elementy stanowiące dominantę wśród innych dzieł człowieka, przyczyniające

się do tego, że dany krajobraz – pomijając jego składową naturalną – może być postrzegany jako piękny.

## MECHANIZM KREOWANIA KRAJOBRAZU KULTUROWEGO JAKO PRODUKTU TURYSTYCZNEGO

Niebagatelną cechą opisywanego mechanizmu jest połączenie w jednym „pakiecie” obiektów ważnych dla regionalnego (narodowego) dziedzictwa kulturowego z nowocześnie pojmowaną sztuką zarządzania produktem turystycznym. W ten sposób tworzone jest dobro wpisujące się w modny od lat w całej Europie nurt turystyki kulturowej, powszechnie postrzeganej jako jeden z najważniejszych elementów stymulujących rozwój regionów. Efektywne zarządzanie, jak również właściwe skonstruowanie takiego szlaku, wymaga spojrzenia na niego jako na całościowy produkt turystyczny. Termin ten (*total tourism product*), stworzony przez Victora T.C. Middletona (1995), pozwala przełamać stereotyp, panujący często w środowisku osób zajmujących się obiektami zabytkowymi, sugerujący postrzeganie ich wyłącznie jako obiektów o określonej klasie artystycznej. Rozwijając definicję V.T. Middletona, musimy w znaczący sposób rozszerzyć to spojrzenie, nie ograniczając się jedynie do pojedynczego zabytku (grupy zabytków), ale ogarniając nim o wiele szerszą perspektywę. W tym obszarze znajdzie się oczywiście krajobraz kulturowy. Jak wiadomo bywa on opisywany najczęściej przez takie określenia, jak piękno, walor kompozycyjny i widokowy, wartość historyczna, odrębność terytorialna, wartość symboliczna (zob. Pawłowska, 2005). Tymczasem można wpisać tu jeszcze jedną sferę – wartości rynkowej, gdyż zabytek wpisujący się w dany pejzaż kulturowy posiada określoną wartość komercyjną, stając się elementem szerokiej oferty rynkowej mającej służyć zagospodarowaniu czasu wolnego. Takie spojrzenie na dziedzictwo kulturowe budzi niekiedy naturalny sprzeciw – określenie „komercyjny” dla większości osób niesie ze sobą walor pejoratywny. Nie chodzi tu jednak o odarcie obiektów zabytkowych z należnego im szacunku, ale o danie im szansy – zgodnie ze starą zasadą głoszącą, że „zabytek niezagospodarowany niszczeje”. Tymczasem włączenie zabytku w obręb rzeczywistego ruchu turystycznego, uczynienie go elementem większego produktu (jakim może stać się dobrze zarządzany architektoniczny szlak turystyczny) w naturalny sposób może wpłynąć na polepszenie jego kondycji dzięki dochodom czerpanym z obsługi przybywających turystów. „Każda wizyta turystyczna łączy się (bowiem) z zapotrzebowaniem na różnorodne świadczenia ze wszystkich lub kilku następujących dziedzin: atrakcje turystyczne, transport, zakwaterowanie, usługi gastronomiczne, zakupy, rozrywka, infrastruktura oraz gościnność i miłe przyjęcie” (Rogers, Slinn, 1996). W tym ujęciu elementem oferty staje się nie tylko pojedynczy zabytek, ale również jego otoczenie bliższe i dalsze, czyli krajobraz kulturowy właśnie. Oczywiście jest bowiem, że dla turysty/gościa ważny jest nie tylko sam obiekt, do którego przybywa, ale również otoczenie w jakim go odnajduje.

Rozwijając definicję Middletona i dostosowując ją do turystyki kulturowej możemy stwierdzić, że całościowy produkt turystyczny w tym przypadku obejmuje takie kategorie, jak: wizerunek całości produktu, dostępność obiektu na szlaku (zarówno dla turystów indywidualnych jak i grup zorganizowanych), oferta dla turystów obcojęzycznych, wyobrażenia na temat zabytku i miejsca, w którym się znajduje (promocja, informacja), wizerunek miejsca docelowego, czy wreszcie infrastruktura i usługi miejsca docelowego (baza noclegowa, zaplecze gastronomiczne, transport, infrastruktura dla aktywnego wypoczynku, sieć sprzedaży detalicznej).

## TURYSTYKA KULTUROWA JAKO SPOSÓB AKTYWIZACJI GMIN

Jaki wpływ te wszystkie kategorie mają, czy raczej mogą mieć, dla ochrony i kształtowania krajobrazu kulturowego? Zapewne olbrzymi. Przyciągnięcie bowiem jak największej liczby turystów leży w bezpośrednim interesie gminy, a to właśnie na tym poziomie administracji samorządowej można zrobić wiele dla kreowania i ochrony krajobrazu – choćby przez świadome i nowoczesne podejście do zagadnień związanych z planowaniem przestrzennym. Choć jest to zagadnienie poboczne, warto pamiętać, że gminy doceniające wartość znajdujących się na ich terenie obiektów zabytkowych, świadome że mogą oprzeć na nich plany rozwoju regionu na przyszłość, będą świadomie komponowały bliższe i dalsze otoczenie tych obiektów, starając się w maksymalnym stopniu podnieść atrakcyjność swojej oferty. Jest to zresztą zgodne z nowoczesną filozofią planowania przestrzennego panującą w krajach Unii Europejskiej, gdzie „plan rozwoju przestrzennego gminy (...) nie jest wizją przestrzenną wyrażającą się rysunkiem opartym w znacznym stopniu na intuicji autora, lecz przestrzennym odwzorowaniem wyobrażenia gminy o jej przyszłym rozwoju, uwzględniającego także ustalenia wynikające z planów wyższego rzędu (regionalnych, resortowych, europejskich). Mamy tam zatem do czynienia z planami integrującymi – we wzajemnych współzależnościach – przesłanki fizyczne, demograficzne, gospodarcze, ekonomiczne, środowiskowe, społeczne infrastrukturalne itp. z przesłankami przestrzennymi” (Jędraszko, 2005)<sup>1</sup>.

Otwartym pozostaje pytanie, dlaczego warto łączyć obiekty w większe grupy, tworząc z nich produkt o większym zasięgu. Odpowiedź jest prosta i wynika z powszechnej nawet znajomości prawa rynku, mówiącego, że „większy może więcej”. Oczywiście jest, że pojedynczy obiekt zabytkowy, zwłaszcza w przypadku niewielkich zabytków regionalnych, ma stosunkowo niewielki potencjał na przykład w porównaniu z obiektami znajdującymi się na liście Światowego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO. Niezwykle trudne – i kosztowne – będzie również wypromowanie takiego pojedynczego zabytku (gminy nie dysponują w większości środkami

---

<sup>1</sup> Przykładem takiego działania może być koncepcja utworzenia Korzkiewskiego Parku Kulturowego w podkrakowskiej gminie Zielonki (Szlezynger, 2006).

i kapitałem ludzkim, które umożliwiłyby realizację tego zadania). Tymczasem rozbudowany produkt, tworzony w oparciu o trójdzielną strukturę podziału administracyjnego kraju, może stać się istotnym elementem rynkowej gry o odbiorców. Doskonałym przykładem takiego szlaku – niestety pozostawiającym wiele do życzenia w zakresie zarządzania nim – jest małopolski Szlak Architektury Drewnianej. Daje on doskonały materiał badawczy do stworzenia koncepcji idealnego produktu tego typu. W obrębie wspomnianego szlaku znalazły się bowiem zarówno obiekty stanowiące zabytki najwyższej klasy (dość wspomnieć wpisane na listę UNESCO małopolskie zrębowe kościoły drewniane), będące w ujęciu zarządzania turystyką głównymi atrakcjami turystycznymi, jak i zabytki regionalne, nie posiadające tak wielkiej wartości. Powstaje więc mechanizm kreowania zainteresowania zabytkami danego regionu, oparty na zasadzie znanej z rynku reklamowego (zasada pożyczonego zainteresowania). Te „główne” obiekty stają się swoistymi punktami krystalizacji, mogącymi przyciągać turystów w dane miejsce, a następnie przenosić ich aktywność na inne obiekty zabytkowe w okolicy – i to nie koniecznie wyłącznie w obrębie głównego szlaku<sup>2</sup>.

W tym miejscu jednak należy wrócić do, wspomnianego już wcześniej, zagadnienia struktury organizacyjnej turystycznych szlaków architektonicznych.

Przytoczony powyżej przykład uświadamia, że działanie opisanego mechanizmu będzie możliwe jedynie przy zaangażowaniu sił i środków ponadregionalnych. Wydaje się, że doskonale nadaje się do tego struktura samorządowa wynikająca z aktualnie obowiązującego podziału administracyjnego kraju.

Poziomem najwyższym będzie oczywiście województwo (konkretnie urząd marszałkowski, ściślej odpowiedni departament), w naturalny sposób zainteresowane zrównoważonym rozwojem makroregionu. Województwo powinno stać się zarówno właścicielem kreowanej marki (zob. Gawęł, 2006), jak również organem określającym obowiązujące standardy oraz ich przestrzeganie. Tutaj znajduje się odpowiedni kapitał ludzki (*know how*) i środki niezbędne do realizacji projektu. Na tym poziomie możliwe jest opracowanie efektywnego modelu zarządzania tego typu szlakiem – konieczne jest na przykład prowadzenie szkoleń dla właścicieli i dysponentów zabytków, ale również opracowanie skutecznej akcji promocyjnej (opracowanie księgi identyfikacji wizualnej produktu, przygotowanie jednorodnego wzoru druków reklamowych: folderów, map, przewodników, czy konsekwentne oznaczenie samych obiektów, jak również prowadzących do niego dróg). Na tym poziomie wreszcie możliwe jest prowadzenie ewaluacji oraz zorganizowanie pomocy dla właścicieli obiektów (w wymiarze prawno-księgowym, czy w zdobywaniu funduszy unijnych).

---

<sup>2</sup> Doskonałym tego przykładem może być kościół Michała Archaniola w Dębnie Podhalańskim i znajdujące się w jego pobliżu – m.in. – dwór Tetmajerów w Łopusznej, kościół w Łopusznej, kościół w Harkłowej, zamki w Niedzicy i Czorsztylinie).

Na przykładzie województwa małopolskiego widać doskonale, że aktywność urzędu marszałkowskiego może być bardzo duża, a obszary, jakie obejmie, zależą wyłącznie od kreatywności osób zajmujących się określonymi projektami. Przykładem tego może być realizowany w województwie małopolskim Program „Konservator”<sup>3</sup>, który „dotyczy czasowego zatrudnienia osób długotrwale bezrobotnych przy pracach związanych z zachowaniem i rewitalizacją zabytków oraz ochroną krajobrazu kulturowego (...). Wśród prac wykonywanych przez zatrudniane osoby są zarówno te, o charakterze budowlanym, mające służyć utrzymaniu budynków w dobrym stanie technicznym, jak i te, które mają na celu porządkowanie terenu przy obiektach zabytkowych. Ponadto niektóre osoby spełniają rolę społecznych opiekunów zabytków. Dzięki tego typu działaniom możliwe jest również udostępnienie zwiedzającym obiektów (...)” (*Krajobraz kulturowy...*, 2006).

Następne w kolejności będą działania podejmowane przez urzędy powiatowe. Powinny one obejmować koordynację działań podejmowanych przez gminy (np. włączanie obiektów w obchody tradycyjnych świąt regionalnych), utworzenie punktów informacyjnych o szlaku (włącznie z dystrybucją materiałów informacyjnych) czy wreszcie współpracę ze stowarzyszeniami, organizacjami, firmami komercyjnymi i prywatnymi właścicielami w celu stworzenia pakietu usług związanych z regionalnymi obiektami zabytkowymi (na przykład sezonowe wycieczki objazdowe organizowane przez miejscowego przewoźnika).

Poziomem zasadniczym, w naturalny sposób przejmującym największą liczbę działań, jest oczywiście gmina – to w jej bezpośrednim interesie przecież leży efektywne zarządzanie obiektami zabytkowymi, które może przynieść wymierny zysk. Na tym poziomie więc powinny być organizowane, przeznaczone dla środowiska wewnętrznego, programy edukacyjne oraz współpraca z lokalnymi szkołami (na zasadzie włączenia do programu szkolnego informacji na temat regionalnego dziedzictwa kulturowego, a co za tym idzie zwiększenia wśród uczniów poczucia własnej tożsamości kulturowej). W gestii władz gminy leży również włączenie miejscowych obiektów zabytkowych w program regionalnych świąt, wydarzeń i imprez okolicznościowych, współpraca z właścicielami prywatnymi w kwestii pakietu oferowanych usług, rozwój infrastruktury gminnej w bezpośrednim otoczeniu obiektu, czy też organizacja kadr dla zapewnienia odpowiedniego poziomu obsługi ruchu turystycznego (przynajmniej w sezonie). Gmina jest również bardzo często prawnym właścicielem obiektów zabytkowych – wówczas do jej obowiązków dopisać należy również kolejne punkty: troska o najbliższe otoczenie obiektu, konserwacja i dbałość o estetykę tablic informacyjnych zarówno ustawionych w bezpośredniej

---

<sup>3</sup> O rzeczywistym znaczeniu tego programu dla zachowania dziedzictwa kulturowego i ochrony pejzażu kulturowego doskonale świadczy przykład zespołu zabytków znajdujących się w Lipnicy Murowanej (zob. Gawęł, 2006).

bliskości zabytku, jak również przy drogach do niego prowadzących, zapewnienie stałych pór udostępniania obiektu, dystrybucja materiałów promocyjnych i informacyjnych dotyczących zarówno danego zabytku, jak również innych atrakcji znajdujących się w jego, szeroko pojętym, sąsiedztwie.

Warto w tym miejscu powiedzieć, że wysoką ocenę w oczach turystów szlak może uzyskać wyłącznie wówczas, gdy doprowadzi się do pewnej standaryzacji oferowanego produktu. Pomóc może w tym stworzenie karty obiektu, określające najważniejsze elementy prowadzące do powstania usługi turystycznej na określonym poziomie. Wśród punktów znajdujących się na takiej karcie można wymienić: stan zachowania i wygląd obiektu (tzw. pierwsze wrażenie), dostępność (alejki, ścieżki, drogi rowerowe, infrastruktura drogowa parkingi), stałe pory zwiedzania, zagospodarowanie (ekspozycja, przewodnicy, oferta dla turystów obcojęzycznych), dostępność materiałów informacyjnych (foldery, mapy, przewodniki, informatory) i – wreszcie – walory krajobrazowe (a więc ocena otoczenia obiektu w szerszym zakresie, również elementy zwiększające znaczenie obiektu jako dominanty krajobrazowej – na przykład oświetlenie nocne).

Zakres obowiązków przejmowanych przez gminy nie powinien dziwić, jeśli uświadomimy sobie, że to właśnie te małe regiony mogą osiągnąć największą korzyść ze świadomego i efektywnego zarządzania, wykorzystania do celów turystycznych miejscowego krajobrazu kulturowego. Liczba tych korzyści jest spora, a najważniejsze z nich można zebrać w kilka punktów:

- wzrost zainteresowania turystów,
- możliwość poprawy konkurencyjności gminy (w tym podniesienie atrakcyjności dla partnerów zagranicznych – gminy stowarzyszone, inwestycje),
- powstanie nowych podmiotów gospodarczych/miejsc pracy,
- rozwój infrastruktury,
- wzrost zainteresowania środowisk kulturotwórczych i naukowych,
- wzrost świadomości mieszkańców co do wartości własnego dziedzictwa,
- wzrost poczucia przynależności mieszkańców do danego regionu,
- zmiana nastawienia co do możliwości samorealizacji w miejscu urodzenia (zahamowanie odpływu mieszkańców do ośrodków miejskich).

## PODSUMOWANIE

Oczywistym jest, że uświadomienie tych korzyści może mieć generalny wpływ na politykę gminy względem własnego dziedzictwa kulturowego, zmierzającą zarówno do poprawy stanu zachowania obiektów zabytkowych i ich zagospodarowania, jak również troski o regionalny krajobraz kulturowy. Jak wielki może być zakres oddziaływania tego typu obiektów, łatwo zorientować się, śledząc aktywność w zakresie ich tworzenia. W województwie małopolskim, na przykład, wśród istniejących i planowanych szlaków tego typu wymienia się następujące projekty: Szlak

Architektury Gotyckiej, Szlak Cysterski, Szlak Orlich Gniazd, Szlak Cerkwi Łemkowskich, Szlak Młyny Doliny Szreniawy, Małopolskie Szlaki Techniki (Komunikacyjny, Kopalniano-Przemysłowy, Pożarnictwa, Obiektów Hydrotechnicznych, Przemysłu Wiejskiego), Szlak Kopalni Naftowych, Szlak Historii Lotnictwa, Szlak Cerkwi Beskidu Niskiego, Szlak Architektury Spiskiej, Szlak Kościołów Pogórza Rożnowskiego, Szlak Warowni Jurajskich, Szlak Fortyfikacji Nowożytnych (zob. *Wojewódzki program...*, 2005).

Na zakończenie warto dodać jeszcze jedno. Naiwnością byłoby sądzić, że gwałtowny rozwój inicjatyw tego typu rozwiąże wszelkie problemy związane z kształtowaniem i ochroną krajobrazu kulturowego. Otwartym problemem pozostaje „zasmiecenie” pejzażu przypadkowymi realizacjami budowlanymi czy liczne zabytki znajdujące się praktycznie w stanie ruiny. Jednak nawet mając świadomość, że architektoniczne szlaki turystyczne nie wpływają bezpośrednio na stan obiektów zabytkowych znajdujących się w stanie daleko posuniętego zniszczenia, warto pamiętać, że wzrost atrakcyjności regionu, promocja znajdujących się tu obiektów zabytkowych i troska o miejscowy pejzaż, są elementami w znaczący sposób zwiększającymi atrakcyjność miejsca dla potencjalnych inwestorów. Nie do przecenienia jest również i to, że efektywnie zarządzane, turystyczne szlaki architektoniczne mogą stać się jednym z ważnych narzędzi przyczyniających się do zachowania w jak najlepszym stanie naszego krajobrazu kulturowego.

## LITERATURA

- Gawęł L., 2006a: Zabytkowe świątynie drewniane – model zarządzania na przykładzie kościoła św. Leonarda w Lipnicy Murowanej. [w:] „Zarządzanie w Kulturze”, tom 7, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Gawęł L., 2006b: Zarządzanie marką a rynek usług kulturalnych – na przykładzie Szlaku Architektury Drewnianej. [w:] „Zarządzanie w Kulturze”, tom 7, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Jędraszko A., 2005: Zagospodarowanie przestrzenne w Polsce – drogi i bezdroża regulacji ustawowych, Unia Metropolii Polskich, Warszawa
- Krajobraz kulturowy – działania samorządu województwa małopolskiego w zakresie ochrony i opieki nad zabytkami, 2006, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków*
- Middleton V. T. C., 1995: Managing the Marketing Mix. [w:] Tourism Marketing and Management Handbook, Prentice Hall, London - New York – Toronto – Sydney – Tokyo – Singapore – Madrid - Mexico City - Munich.
- Rogers H. A., Slinn J. A., 1996: Zarządzanie obiektami turystycznymi, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa.
- Pawłowska K., 2005: Ochrona krajobrazu kulturowego. [w:] O zabytkach – opieka, ochrona, konserwacja, Towarzystwo Opieki nad Zabytkami, Warszawa.

- Szlezzynger P., 2003: Zamek w Korzkwi – badania historyczne i ikonograficzne, projekt, etapy odbudowy. [w:] „Ochrona Zabytków”, nr 3/4, Warszawa.
- Szlak Architektury Drewnianej, 2005: Wydawnictwo Bezdroża, Kraków.
- Wojewódzki Program Ochrony Dziedzictwa i Krajobrazu Kulturowego Małopolski, 2005, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków.

## SUMMARY

### ARCHITECTURAL TOURIST TRAILS AS AN INSTRUMENT OF SHAPING AND PROTECTING THE CULTURAL LANDSCAPE

The process of devastation of the Polish cultural landscape begun during World War II, rapidly accelerated because of the agricultural reform in 1944, and then consolidated by years of neglect in this sphere, brought about the situation in which it is necessary to use modern, and first of all effective instruments making it possible to change the existing state of affairs. It is especially important in the case of small historical monuments situated outside metropolitan areas. Years of delay caused the situation in which it is difficult to struggle for a change of the condition of the mentioned monuments using only standard methods such as preservation care or a process of spatial planning. In the scopes mentioned above it is necessary to use an interdisciplinary instrument, which could be architectural tourist trails. In a modern approach they can join actions regarding management, preservation of historical monuments, consciously carried out spatial planning, creating architecture of landscape and tourism. This junction of means, with a simultaneous use of the triple self-government structure, can bring good results beyond expectation.

The author of this text, a scientific- didactic worker of the Set of Departments of Cultural Science of the Jagiellonian University, co-operating in the sphere of the cultural heritage protection with the Marshal's Office of Małopolska Voivodeship, presents in his article a theoretical model of this kind of trail, taking into account the most urgent needs in the scope of renovation, development, animation and management of small historical monuments (treated as an integral element of a regional cultural landscape).