

KRAJOBRAZ A TURYSTYKA

Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego Nr 14
Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, Sosnowiec, 2010

Tadeusz STRYJAKIEWICZ

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej
Poznań, Polska
e-mail: tadek@amu.edu.pl

KRAJOBRAZ ANTROPOGENICZNY, PRZESTRZENIE KREATYWNE A TURYSTYKA

ANTHROPOGENIC LANDSCAPE, CREATIVE SPACES AND TOURISM

Słowa kluczowe: krajobraz antropogeniczny, przestrzenie kreatywne, funkcja turystyczna, projekty ACRE i CIRES

Key words: *anthropogenic landscape, creative spaces, tourist function, research projects ACRE and CIRES*

Streszczenie Ekspansja działalności gospodarczej człowieka powoduje, że coraz większe obszary na kuli ziemskiej reprezentują typ krajobrazu antropogenicznego. Rodzi się pytanie, w jakim stopniu krajobrazy te stanowić mogą walor turystyczny lub środowisko rozwoju turystyki. W niniejszym artykule przedmiotem zainteresowania jest jeden ze składników krajobrazu antropogenicznego – tzw. przestrzenie kreatywne, związane najczęściej z unikatowymi obiektami i niestandardowymi działalnościami kulturalnymi. Przestrzenie kreatywne kształtują się poprzez zespolenie trzech elementów: obiektów, wydarzeń i ludzi twórczych. Wszystkie one wpływają na specyfikę krajobrazu antropogenicznego, tworzą niepowtarzalną atmosferę miejsc (*genius loci*), co w konsekwencji generuje ruch turystyczny. Artykuł prezentuje - na wybranych przykładach – związek między przeobrażeniami krajobrazów antropogenicznych a introdukcją działalności kreatywnych w odniesieniu do trzech typów krajobrazu: miejskiego, wiejskiego i przemysłowego.

Abstract *Human expansion results in the fact that ever greater areas of the Earth represent anthropogenic types of landscape. A question arises of the extent to which these landscapes can have a tourist value or can facilitate tourism development. This article focuses on one of the components of the anthropogenic landscape, viz. the so-called creative spaces. Creative spaces are usually connected with unique objects and non-standard cultural activities. They are shaped by a union of three elements: object, events and creative people. All of them contribute to the specificity of the anthropogenic landscape and give places their distinctive atmosphere (genius loci), which – as a result – generates tourist traffic. The article presents, using case studies, a connection between the change of anthropogenic landscapes and the introduction of creative activities in relation to three types of landscape: urban, rural and industrial.*

„Budować – to współpracować z ziemią, to kłaść ludzkie piętno na krajobrazie, który będzie przez to na zawsze odmieniony”

Pamiętniki Hadriana

WPROWADZENIE

Powyższe słowa, zapisane w II wieku n.e. świadczą, że związek działalności człowieka z krajobrazem naturalnym był przedmiotem zainteresowań już w czasach starożytnych. Geografia, wyodrębniwszy się jako samodzielna dyscyplina naukowa, kwestię tę uczyniła jedną z kluczowych w kontekście określania przedmiotu badań (tzw. koncepcja krajobrazowa; szerszą dyskusję na ten temat przeprowadził ostatnio Kałuckow, 2008). Niestety, rosnąca specjalizacja i dezintegracja naszej dyscypliny spowodowała osłabienie zainteresowań tym kierunkiem badań, zwłaszcza w ujęciu holistycznym. Tymczasem ekspansja działalności gospodarczej człowieka powoduje, że coraz większe obszary na kuli ziemskiej reprezentują typ krajobrazu antropogenicznego. Są to m.in. krajobrazy miejskie, przemysłowe, rolnicze. Współczesne – niezwykle szybkie – przemiany gospodarki pociągają za sobą równie szybkie przekształcenia krajobrazu. W niniejszym artykule szczególną uwagę poświęcono dwóm ważnym elementom składowym przemian strukturalnych gospodarki u progu XXI wieku, tj.:

- wzrostowi znaczenia tzw. sektora kreatywnego i związanych z nim przestrzeni kreatywnych oraz
- wzrostowi znaczenia turystyki w różnych jej formach.

Podjęto jednocześnie próbę odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu krajobrazy antropogeniczne (a zwłaszcza wspomniane wyżej przestrzenie kreatywne) stanowią mogące walor turystyczny lub środowisko rozwoju turystyki.

PODSTAWOWE USTALENIA TERMINOLOGICZNE, INSPIRACJE TEORETYCZNE I MATERIAŁY ŹRÓDŁOWE

Podstawy teoretyczne analizy związków między najnowszymi formami działalności gospodarczej człowieka a przemianami krajobrazowymi są słabo rozwinięte. Wcześniejsze koncepcje, wypracowane na gruncie geografii fizycznej kompleksowej lub ekologii krajobrazu dotyczyły najczęściej związków z działalnością rolniczą lub przemysłową, a nie obejmowały tzw. sektora kreatywnego, w którym znaczna część wartości dodanej ma charakter niematerialny, symboliczny (związany np. z unikatową wizją zagospodarowania obszaru, niestandardowymi wydarzeniami artystycznymi, tworzeniem się skupisk tzw. klasy twórczej). Jest rzeczą zrozumiałą, że do analizy tych nowych zjawisk i procesów niezbędne jest poszukiwanie nowych pomysłów konceptualnych, teoretycznych i metodologicznych. Niniejszy artykuł jest przyczynkiem do realizacji tego zadania, a jego podstawowym celem jest zainicjowanie dyskusji na temat związków między przemianami krajobrazu antropogenicznego,

rozwojem działalności kreatywnych a turystyką. Nie jest natomiast celem artykułu szersza dyskusja na temat pojęcia krajobrazu antropogenicznego i jego ewolucji. Niemniej jednak, w celu uniknięcia nieporozumień terminologicznych konieczne jest zdefiniowanie na wstępie dwóch podstawowych pojęć występujących w tytule.

Krajobraz określam nawiązując do tradycyjnego ujęcia Berga (1947) jako sumę typowych cech, właściwych danemu fragmentowi powierzchni Ziemi, którego poszczególne elementy (w tym człowiek i jego działalność gospodarcza) łączą się w jedną współzależną całość, odróżniającą go od obszarów otaczających (por. też Bartkowski 1977, Armand 1975/1980). W niniejszym artykule przedmiotem szczególnego zainteresowania są elementy antropogeniczne krajobrazu, a zwłaszcza jeden z nich – tzw. **przestrzenie kreatywne**. Są one związane najczęściej z unikatowymi obiektami i niestandardowymi działalnościami kulturalnymi. Przestrzenie kreatywne kształtują się poprzez zespolenie trzech elementów: obiektów, wydarzeń i ludzi twórczych. Wszystkie one wpływają na specyfikę krajobrazu antropogenicznego, tworzą niepowtarzalną atmosferę miejsc (*genius loci*), co w konsekwencji generuje ruch turystyczny.

W przemianach krajobrazów antropogenicznych zachodzących w drugiej połowie XX i na początku XXI wieku widoczna jest m. in. tendencja restrukturyzacji/rewitalizacji starych obiektów i okręgów przemysłowych poprzez przekształcanie ich w przestrzenie kreatywne i rozwój turystyki. Przykłady tego typu przemian krajobrazowych i funkcjonalnych znaleźć można w Zagłębiu Ruhry, dawnych zagłębiach węgla brunatnego w byłej NRD oraz licznych miastach (Bilbao, Berlin, Poznań, Łódź, konurbacja śląska). W dalszej części artykułu szerzej zaprezentowano niektóre z tych przykładów.

Jak wspomniano uprzednio, omawiana problematyka badawcza nie ma jeszcze dobrze opracowanych podstaw teoretycznych. Z tego względu w artykule tym proponuje się przyjęcie trzech koncepcji jako źródeł inspiracji teoretycznej:

- a) koncepcji zależności od ścieżki rozwoju (*path dependence*),
- b) koncepcji cyklu życia (*life cycle*),
- c) koncepcji rozszerzonego, trójdzielonego pojmowania kapitału (Garrod i in., 2006).

Koncepcja zależności od ścieżki w polskiej literaturze geograficznej została opisana szerzej przez Gwosdza (2004). Autor ten słusznie zauważa, że koncepcja ta formułowana jest w różnych ujęciach. W niniejszym artykule ścieżkę rozwoju definiuje się za J. Mahoneyem (2000) jako sekwencję czasowo uporządkowanych i przyczynowo połączonych wydarzeń, z których każde jest zarówno reakcją na wydarzenia wcześniejsze, jak i przyczyną wydarzeń późniejszych. Takie podejście pozostaje w ścisłym związku z koncepcją wielowarstwowości ścieżki rozwoju. Efektem tej wielowarstwowości jest m. in. krajobraz, który składa się z 'warstw' ukształtowanych na różnych etapach ścieżki rozwoju. Każda z tych warstw wywiera wpływ na to, w jakim stopniu nowe warstwy mogą być „dodawane” do starych. Należy jednak podkreślić, że w przemianach krajobrazu antropogenicznego szczególną rolę mogą

odegrać punkty zwrotne (*critical junctures*), związane ze strategicznymi decyzjami lokalizacyjnymi. Przykładem tego typu decyzji, które istotnie zmieniły zarówno charakter krajobrazu, jak i spowodowały pojawienie się określonych miejsc na mapie turystycznej były – omówione w dalszej części artykułu – decyzje o lokalizacji Muzeum Guggenheima w mieście tradycyjnego przemysłu, hiszpańskim Bilbao lub o wybudowaniu Bramy III Tysiąclecia i organizacji corocznych spotkań młodzieży nad Jeziorem Lednickim między Poznaniem a Gnieznem.

Koncepcja cyklu życia sformułowana została przez R. Vernona (1966,1979). Początkowo odnoszono ją wyłącznie do produktów, później do działów gospodarki i regionów. Koncepcja ta zakłada, że każdy produkt, dział gospodarki lub region przechodzi swoisty „cykl życia” składający się z czterech faz: początkowej (narodzin), wzrostu, dojrzałości i upadku (bądź stagnacji). Wydaje się, że fazy te można odnieść również do przemian niektórych typów krajobrazu antropogenicznego, np. związanego z działalnością górniczą lub przemysłową. Ponowne „ożywienie” takiego krajobrazu (np. po upadku kopalń), a zatem zapoczątkowanie nowego cyklu życia, często wiąże się z wprowadzeniem działalności kreatywnych i turystyki, czego przykładem są Emscher Park (a w szczególności Przemysłowy Krajobraz Kulturowy Zollverein) w zachodnioniemieckim Zagłębiu Ruhry lub Lichterfeld w dawnym zagłębiu węgla brunatnego w byłej NRD.

Z kolei współczesna koncepcja kapitału Garroda i in. (2006) zakłada, że tylko połączenie trzech rodzajów kapitału: przyrodniczego, materialnego (zasoby finansowe, budynki i budowle, infrastruktura) oraz społecznego (w skład którego wchodzi m.in. kreatywność) warunkuje rozwój. Takie podejście nie tylko zapewnia harmonijną ewolucję krajobrazów (z uwzględnieniem elementu antropogenicznego, obejmującego również udostępnianie ich dla ruchu turystycznego), ale także rekultywację/rewitalizację krajobrazów zdegradowanych. Niezbędne jest przy tym współdziałanie sektorów publicznego i prywatnego.

Artykuł opiera się na różnorodnym materiale źródłowym, zarówno o charakterze wtórnym, jak i pierwotnym. Ten ostatni został zebrany przez autora w czasie wyjazdów terenowych i warsztatów organizowanych na opisanych w następnym rozdziale obszarach. Były one możliwe m.in. dzięki uczestnictwu w dwóch międzynarodowych projektach badawczych: ACRE (*Accommodating Creative Knowledge: Competitiveness of European Metropolitan Regions within the Enlarged Union*), realizowanego w ramach VI Programu Ramowego Unii Europejskiej oraz CIRES (*Cities Regrowing Smaller – Fostering Knowledge on Regeneration Strategies in Shrinking Cities across Europe*), realizowanego w ramach Akcji COST Europejskiej Fundacji Nauki. Projekty te opisane są szerzej w artykułach T. Strykiewicza (2008, 2010) oraz na stronach internetowych: <http://acre.socsci.uva.nl>, www.cost-ci-res.eu.

WYBRANE PRZYKŁADY KSZTAŁTOWANIA I PRZEKSZTAŁCENÍ KRAJOBRAZU ANTROPOGENICZNEGO PRZEZ DZIAŁALNOŚCI KREATYWNE I TURYSTYKĘ

Analizę związku przeobrażeń krajobrazu antropogenicznego z introdukcją działalności kreatywnych i ruchu turystycznego przeprowadzono – na wybranych przykładach – w odniesieniu do trzech typów krajobrazu: miejskiego, wiejskiego oraz dawnych zagłębi górniczych i hutniczych.

Przestrzenie kreatywne w krajobrazie miejskim

Miasta są od wieków obszarami koncentracji działalności kreatywnych, miejscami szczególnego związku wybijających się w krajobrazie obiektów, ludzi i wydarzeń, niejednokrotnie „wkomponowanych” w atrakcyjne położenie (np. nadmorskie, nadrzeczne) i warunki naturalne (np. korzystny topoklimat, występowanie wód mineralnych). Połączenie tych walorów generowało i generuje ruch turystyczny w różnych formach. Wyniki projektów ACRE, CIRES i innych badań wskazują, że w drugiej połowie XX i na początku XXI wieku kształtowanie się nowych przestrzeni kreatywnych w miastach wiąże się często z procesem rewitalizacji dawnych obszarów przemysłowych, portowych lub wojskowych (a więc – wydawałoby się – mało atrakcyjnych). Głębokie przeobrażenia krajobrazu i tworzenie się nowych funkcji (np. kulturalnych, turystycznych) stają się początkiem „nowego życia” całych miast lub ich dzielnic.

Jednym z najbardziej klasycznych przykładów takich przeobrażeń krajobrazowych i funkcjonalnych jest hiszpańskie Bilbao (stolica kraju Basków), które od końca lat siedemdziesiątych XX wieku przeżywało kryzys społeczno-gospodarczy spowodowany zamknięciem licznych zakładów przemysłowych związanych z tradycyjnymi gałęziami przemysłu (m.in. hutnictwem, przemysłem metalowym, stoczniowym i chemicznym). Przyjęty przez władze baskijskie (i wspierany przez władze centralne) program restrukturyzacji obejmował nie tylko standardowe przedsięwzięcia (np. inwestycje w ‘twardą’ infrastrukturę – lotnisko, metro), ale także restrukturyzację poprzez inwestowanie w kulturę i turystykę miejską. W celu zrealizowania tego programu nawiązano współpracę z Fundacją Guggenheima, której efektem była budowa (za sumę ok. 100 mln euro) nowoczesnego muzeum sztuki współczesnej (fot. 1), które zlokalizowano w przemysłowej części miasta i oddano do użytku w 1997 r. Ta inwestycja, o niezwykle oryginalnej architekturze, wraz drugim wielkim projektem Pałacu Operowego i Kongresowego Euskalduna, a także innymi obiektami zaprojektowanymi przez architektów o światowej sławie, odmieniła dotychczasowy charakter nieatrakcyjnego miasta portowo-przemysłowego i otaczającego je regionu, który w krótkim czasie przeobraził się nie tylko w region ożywionej turystyki, ale zaczął też przyciągać klasę twórczą (tzw. „efekt Guggenheima”). Muzeum Guggenheima stało się nową dominantą krajobrazu miasta (porównywaną często z takimi obiektami jak opera w Sydney), a także symbolem jego nowych funkcji. Szacuje się, że tylko w pierwszym roku działalności muzeum przybyło w regionie Bilbao

3,8 tys. nowych miejsc pracy, w większości w zupełnie nowych zawodach, związanych m.in. z działalnościami kreatywnymi i turystyką. Stopa bezrobocia spadła z 28% na początku lat dziewięćdziesiątych do ok. 6-7% obecnie. Nastąpiła także zmiana struktury społecznej regionu (wzrost udziału klasy twórczej) oraz wzrost jego dochodów. Szerzej kwestię tę analizują T. Stryjakiewicz (2008) i A. Töelle (2010). Wydaje się, że ten klasyczny przykład ożywienia gospodarki poprzez tworzenie przestrzeni kreatywnych i związany z nimi rozwój turystyki należy upowszechniać w tych krajach, regionach i miastach, w których poziom działalności o charakterze twórczym jest niski, występują natomiast liczne obszary o krajobrazach zdegradowanych przez przemysł, wymagające rewitalizacji (dotyczy to również Polski i Ukrainy).

W Polsce najbardziej typowymi przykładami przemian krajobrazu miejskiego związanych z rewitalizacją obiektów i obszarów poprzemysłowych są łódzka Manufaktura (muzeum, galerie artystyczne i liczne wydarzenia kulturalne na terenie dawnych fabryk włókienniczych – fot. 2) oraz Centrum Handlu, Sztuki i Biznesu „Stary Browar” w Poznaniu (fot. 3). Mimo odmiennej genezy, podobnie jak w Bilbao, stały się one nie tylko nowymi dominantami krajobrazowymi, ale także nowymi, „modnymi” (szczególnie wśród młodzieży) destynacjami turystycznymi (zwłaszcza turystyki weekendowej).

Przestrzenie kreatywne w krajobrazie wiejskim

Tego typu przestrzenie kreatywne mają również długą tradycję, i to w różnych obszarach kulturowych. Jednym z interesujących przykładów jest Ubud na indonezyjskiej wyspie Bali. Piękno naturalnego krajobrazu i doskonałe warunki klimatyczne są tu sprzężone ze stylem budownictwa, wierzeniami religijnymi i ich ekspresją oraz kreatywnymi zajęciami miejscowej ludności, takimi jak: rzeźbiarstwo w kamieniu i drewnie, malarstwo, lalkowy teatr cieni, muzyka (*gamelan*) i taniec (*legong, kecak*). Nawet jaskinie lub ogrody są tu pełne dzieł sztuki (zwłaszcza rzeźbiarskiej). Niepowtarzalna atmosfera tego „kreatywnego klastra wiejskiego” przyciąga zarówno licznych artystów, którzy poszukując natchnienia dla swej twórczości osiedli tu na stałe, jak i turystów zagranicznych, którzy nie tylko płacą za usługi turystyczne i dzieła sztuki na miejscu, nie tylko zakupują wyroby lokalnego rzemiosła artystycznego na eksport, ale także – przebywając tu przez dłuższy czas – próbują pełniej „zespolic się” z tak holistycznie pojmowanym antropogeniczno-naturalnym krajobrazem. Należy przy tym podkreślić, że przestrzeń kreatywna Ubud i okolic nie jest tylko atrakcją sztucznie stworzoną w celu zaspokojenia zewnętrznego popytu turystycznego, ale podstawowym źródłem utrzymania ludności oraz głęboko zakorzenionym w tradycji, zgodnym z przyrodą („ubóstwienie” najokazalszych pomników przyrody) sposobem życia.

W Polsce doskonałym przykładem powiązania walorów krajobrazu naturalnego z ludzką kreatywnością i jej efektami jest Zespół Krajobrazowy Kalwarii Zebrzydowskiej – Lanckorony (fot. 4). Swoimi początkami sięga on 1600 roku, kiedy wojewoda krakowski Mikołaj Zebrzydowski zdecydował się na stworzenie w malowniczym krajobrazie beskidzkim, na stokach gór Lanckorońskiej i Żar, kompozycji topograficzno-

architektonicznej przypominającej układ miejsc świętych w Jerozolimie. Koncepcja ta zakładała również od samego początku powiązanie tak skonstruowanej „kreatywnej przestrzeni” z najbardziej wówczas popularną formą turystyki, tj. ruchem pielgrzymkowym („dróżki” kalwaryjskie). Z czasem wykształciła się tu monumentalna forma wydarzeń plenerowych – Misteriów Męki Pańskiej, w których obecnie bierze udział kilkadziesiąt tysięcy osób (według M. Rudyka 2001 ogólna liczba pielgrzymów kalwaryjskich przekracza 1 milion rocznie). To niezwykle współgranie przyrody, obiektów sakralnych, ludzi i wydarzeń zaczęło przyciągać licznych artystów: malarzy, muzyków, poetów, filmowców i fotografików, tworząc przestrzeń kreatywną, która w 1999 roku została wpisana na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO.

W uzasadnieniu tej decyzji napisano:

1. *Kalwaria Zebrzydowska stanowi wyjątkowy zabytek kultury, w którym krajobraz przyrodniczy wykorzystano jako otoczenie dla symbolicznego przedstawienia w postaci kaplic i dróg poszczególnych stacji Męki Chrystusa. W wyniku tego powstał przepiękny krajobraz kulturowy nacechowany wartościami duchowymi, w którym elementy przyrodnicze i sztucznie stworzone przez człowieka łączą się w harmonijną całość.*

2. *Kontrreformacja pod koniec XVI w. doprowadziła do rozkwitu założeń Kalwarii w Europie. Kalwaria Zebrzydowska jest wybitnym przykładem tego rodzaju krajobrazowych dzieł w dużej skali, łącząc w sobie naturalne piękno i cele duchowe oraz zasady kompozycji barokowego parku.*

Współczesnym nawiązaniem do tradycji tworzenia przestrzeni kreatywnych na obszarach wiejskich i powiązania ich z turystyką religijną jest lokalizacja Bramy III Tysiąclecia i budowa ośrodka dominikańskiego nad jeziorem Lednica między Poznaniem a Gnieznem. Te „elementy antropogeniczne” nie tylko ożywiły płaski, mało urozmaicony krajobraz wiejski Pojezierza Gnieźnieńskiego, ale poprzez organizowane corocznie Spotkania Młodych (na które przyjeżdża 80-100 tys. osób), a także inne wydarzenia odnowiły symbolikę początków polskiej państwowości, ukształtowały nowy *genius loci*, a w konsekwencji stworzyły nową atrakcję turystyczną na mapie Polski.

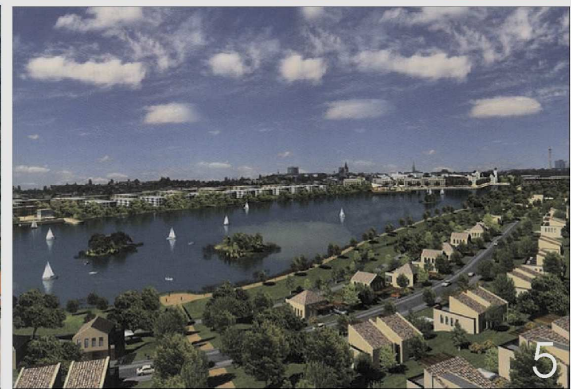
Rola przestrzeni kreatywnych w rekultywacji i rewitalizacji krajobrazów dawnych zagłębi górniczo-hutniczych

Krajobrazy pokopalniane (zwłaszcza górnictwa węgla kamiennego i brunatnego) reprezentują ten typ krajobrazu antropogenicznego, w którym ingerencja człowieka zaznacza się szczególnie destrukcyjnie. Z tego względu kwestia ich rekultywacji po zakończeniu eksploatacji nabiera pierwszorzędного znaczenia. Doświadczenia licznych krajów (zwłaszcza Niemiec) pokazują, że w tej dziedzinie tworzenie przestrzeni kreatywnych i rozwój turystyki mogą stać się ważnym elementem nowego „cyklu życia” krajobrazu. Poniżej zostaną przedstawione przykłady takich gruntownych przeobrażeń krajobrazowych z obszaru Niemiec.

Pierwszy przykład – to projekt IBA Emscher Park w Zagłębiu Ruhry – tradycyjnym okręgu górniczo-hutniczym (fot. 5). Utworzono go w celu zachowania dziedzictwa kulturowego w przemysłowym regionie. Na szczególną uwagę zasługuje przestrzeń kreatywna, która powstała na terenie kopalni i koksowni Zollverein w Essen. W dawnych obiektach kopalnianych mieszczą się obecnie liczne sale wystawowe i koncertowe, muzeum techniki, centrum wzornictwa przemysłowego, a także kawiarnie, restauracje i inne atrakcje przyciągające turystów. W 2001 r. kompleks ten został wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO pod nazwą Przemysłowy Krajobraz Kulturowy Zollverein, a miasto Essen w 2010 r. uzyskało tytuł Europejskiej Stolicy Kultury.

Interesujące kreatywne projekty zrealizowano również w innych częściach Zagłębia Ruhry. Na szczególną uwagę zasługuje – powstały na terenie dawnych zakładów metalurgicznych – Park Krajobrazowy Duisburg Nord (z salami koncertowymi i wystawienniczymi w dawnych halach hutniczych), opisany szczegółowo przez Porębską (2005). W Gelsenkirchen, na zwałowisku Rungenberg zaprojektowano dwie piramidy z reflektorami na ich szczytach, których krzyżujące się strumienie światła tworzą wieczorem kolejną piramidę na tle nieba. Z kolei zwałowisko Haniel w Bottrop zaprojektowane zostało przez architekta krajobrazu Hermannsa w formie zachodzących na siebie dwóch spiral. Jedną z nich tworzy amfiteatr w stylu greckim, w którym odbywają się spektakle, koncerty i przedstawienia kabaretowe, druga natomiast jest miejscem kultu religijnego i ma formę górniczej drogi krzyżowej (poszczególne jej stacje wyposażone są w wagon do transportu węgla, młot pneumatyczny itp.), która miała symbolizować solidarność z regionem dotkniętym kryzysem przemysłu wydobywczego. Kryzys ten udało się przezwyciężyć m.in. dzięki wprowadzeniu sektora kreatywnego i turystyki (w Emscher Park wytyczono aż 400 km tematycznych tras turystycznych). Z tym procesem wielkoskalowej transformacji gospodarczej nierozzerwalnie były związane opisane powyżej przemiany krajobrazu. Doświadczenia Zagłębia Ruhry pokazały, że hałdy pokopalniane i inne obiekty po przemyśle wydobywczym i hutniczym można pozostawić *in situ* i wykorzystać je w celu zwiększenia atrakcyjności krajobrazowej oraz przyciągnięcia klasy twórczej i turystów.

W latach 90. XX wieku doświadczenia te zostały przeniesione na obszar dawnych zagłębi węgla brunatnego we wschodnich Niemczech. Dobrymi przykładami są tu: Lichterfeld koło Cottbus oraz Ferropolis położone na wschód od Dessau. Ferropolis, czyli miasto z żelaza, zlokalizowane jest na terenie kopalni odkrywkowej Golpa Nord, na półwyspie sztucznego jeziora Gremminer See, które powstało po zalaniu wyrobiska. Ustawiono tam pięć gigantycznych koparek, a wokół nich wybudowano arenę na 25 tysięcy widzów. W tym nowym krajobrazie, na obszarze dawniej pozbawionym przestrzeni kreatywnych, wyrosła „postindustrialna stolica kultury”, zmieniły się całkowicie funkcje gospodarcze oraz struktura zatrudnienia ludności.



Fot. 1. Muzeum Guggenheima w Bilbao – nowy symbol i dominanta krajobrazowa dawnego miasta przemysłowo-portowego. **Źródło:** materiały Biura Promocji Bilbao.

Photo 1. Guggenheim Museum in Bilbao – a new symbol and landscape dominant of an old industrial and harbour city. **Source:** materials of the Bilbao Promotion Office.

Fot. 2. Manufaktura Łódzka – przestrzeń kreatywna na terenie dawnych zakładów włókienniczych, (fot. T. Stryjakiewicz).

Photo 2. Manufacture of Łódź – a creative space on the area of old textile factories (photo by T. Stryjakiewicz).

Fot. 3. Centrum Handlu, Sztuki i Biznesu „Stary Browar” w Poznaniu (fot. E. Jaroszewska).

Photo 3. Centre of Trade, Art and Business „Old Brewery” in Poznań (photo by E. Jaroszewska).

Fot. 4. Zespół architektoniczno-krajobrazowy i pielgrzymkowy Kalwarii Zebrzydowskiej.

Źródło: <http://materdeitours.com/kalwaria.jpg>.

Photo 4. Architecture, landscape and pilgrimage complex of Kalwaria Zebrzydowska.

Source: <http://materdeitours.com/kalwaria.jpg>.

Fot. 5. Nowe osiedle mieszkaniowe „klasy twórczej” w Emscher Park w niczym nie przypomina krajobrazu przemysłowego Zagłębia Ruhry. **Źródło:** wizualizacja Biura Informacyjnego Emscher Park.

Photo 5. A new housing estate of the „creative class” in the Emscher Park does not resemble an industrial landscape of the Ruhr District. **Source:** visualisation of the Emscher Park Information Office.

W Polsce w zagospodarowaniu terenów pokopalnianych uwzględnia się na ogół funkcję rekreacyjną (np. w przypadku tworzenia zbiorników wodnych w miejscach dawnych wyrobisk, zalesiania zwałowisk), w zbyt małym stopniu wykorzystuje się natomiast możliwości wynikające z tworzenia przestrzeni kreatywnych. Nieliczne przykłady takiego kierunku zagospodarowania w odniesieniu do Zagłębia Górnośląskiego opisane są m.in. w pracy pod redakcją A. Klasika (2008).

PODSUMOWANIE

Przedstawione powyżej przykłady wskazują jednoznacznie, że antropogeniczne przeobrażenia krajobrazu poprzez tworzenie w nim tzw. przestrzeni kreatywnych nie muszą oznaczać pogorszenia jego walorów, a często, zwłaszcza w przypadku krajobrazów uprzednio zdegradowanych, łączą się z ich polepszeniem. Wyniki projektów ACRE i CIRES pokazują zarazem, że tzw. klasa kreatywna (wg określenia R. Floridy 2005) przywiązuje większą wagę do walorów krajobrazowych i ich ochrony niż ogół społeczeństwa.

Mając na uwadze wzrost znaczenia sektora kreatywnego we współczesnej gospodarce, należy liczyć się również ze wzrostem udziału przestrzeni kreatywnych w strukturze krajobrazowej. Wzrost ten będzie z kolei generował popyt na ruch turystyczny i obiekty infrastruktury turystycznej. Trendy te należy brać pod uwagę m. in. przy konstruowaniu planów zagospodarowania przestrzennego (w tym zagospodarowania turystycznego) obszarów, realizując tym samym nie tylko współczesny paradygmat rozwoju zrównoważonego (*sustainable development*), ale również przytoczony na wstępie postulat cesarza Hadriana sprzed blisko 2 tysięcy lat.

LITERATURA

- Armand D.L., 1975: Nauka o łańdźaftie. Mysl, Moskwa. Tłum. pol. Nauka o krajo-
brazie. PWN, Warszawa 1980.
- Berg Ł. S., 1947: Geograficzieskije zony Sowietckiego Sojuza. Moskwa.
- Bartkowski T., 1977: Metody badań geografii fizycznej, PWN, Warszawa-Poznań.
- Florida R., 2005: The flight of the creative class, New York, Harper.
- Garrod B., Wornell R., Youell R., 2006: Re-conceptualising rural resources as country-
side capital: The case of rural tourism, *Journal of Rural Studies*, 22, s. 117-128.
- Gwosdz K., 2004: Koncepcja zależności od ścieżki (path dependence) w geografii
społeczno-ekonomicznej, *Przegląd Geograficzny*, 76, 4, s. 433-456.
- Kałużkowi W.N., 2008: łańdźaft w kulturno-geograficzieskich issliedowanijach,
Izwestija RAN, Sierija Geograficzieskaja, no. 4, s. 11-19.
- Klasik A. (red.), 2008: Aktywność przedsięwiorcza i konkurencyjność ekonomiczna
miast w procesie restrukturyzacji aglomeracji miejskich, Wydawnictwo Akade-
mii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice.
- Mahoney J., 2000: Path dependence in historical sociology, *Theory and Society*, 29,
s. 507-548.
- Porębska G., 2005: Nowa jakość przyrody i krajobrazu na terenach poprzemysło-
wych, *Ochrona Środowiska i Zasobów Naturalnych*, 28.
- Rudyk M., 2001: Kalwaria Zebrzydowska. Sanktuarium Pasyjno-Maryjne. Informa-
tor, ZET, Wrocław.
- Stryjakiewicz T., 2008: Regiony kreatywnej wiedzy – zarys międzynarodowego pro-
jektu badawczego ACRE, [w:] O nowy kształt badań regionalnych w geografii
i gospodarce przestrzennej, T. Stryjakiewicz, T. Czyż (red.), *Biuletyn KPZK PAN*,
z. 237, s. 129-145.
- Stryjakiewicz T., 2010: Conditions of the development of the creative sector in Euro-
pean metropolitan regions, [w:] *Regional Development and Regional Policy in
Poland: First Experiences and New Challenges of the European Union Member-
ship*, P. Churski, W. Ratajczak (red.), *Studia Regionalia KPZK PAN*, Vol. 27 (Part
I), Warszawa, s. 43-59.
- Tölle A., 2010: Restrukturyzacja miejskich obszarów nadwodnych. Aspekty urbani-
styczne, zarządzające i społeczno-kulturowe, *Biuletyn Instytutu Geografii Spo-
łeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu im. Adama Mic-
kiewicza, Seria Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna*, 10. Bogucki Wydaw-
nictwo Naukowe, Poznań.
- Vernon R., 1966: International investment and international trade in the product cy-
cle. *Quarterly Journal of Economics*, no. 80.
- Vernon R., 1979: The product cycle hypothesis in a new international environment,
Bulletin of Economics and Statistics, no. 2.