

KRAJOBRAZOWY WYMIAR RURALISTYKI

ANNA GÓRKA

Gdańsk 2016

PRZEWODNICZĄCY KOMITETU REDAKCYJNEGO
WYDAWNICTWA POLITECHNIKI GDAŃSKIEJ

Janusz T. Cieśliński

REDAKTOR PUBLIKACJI NAUKOWYCH

Michał Szydłowski

REDAKTOR SERII

Maria J. Soltysik

RECENZENCI

Andrzej Baranowski

Krzysztof Młynarczyk

REDAKCJA JĘZYKOWA

Agnieszka Frankiewicz

PROJEKT OKŁADKI

Anna Górka

Wydano za zgodą
Rektora Politechniki Gdańskiej

Oferta wydawnicza Politechniki Gdańskiej jest dostępna pod adresem
www.pg.edu.pl/wydawnictwo/katalog
zamówienia prosimy kierować na adres wydaw@pg.gda.pl

Utwór nie może być powielany i rozpowszechniany, w jakiegokolwiek formie
i w jakikolwiek sposób, bez pisemnej zgody wydawcy

© Copyright by Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, Gdańsk 2016

ISBN 978-83-7348-668-3

WYDAWNICTWO POLITECHNIKI GDAŃSKIEJ

Wydanie I. Ark. wyd. 14,4, ark. druku 17,75, 174/923

Druk i oprawa: Totem.com.pl, sp. z o.o., sp. k.
ul. Jacewska 89, 88-100 Inowrocław, tel. 52 354 00 40

Spis treści

Wstęp	9
1. Tematyka i celowość monografii	9
2. Podstawowe pojęcia	9
3. Cele i tezy pracy	10
4. Perspektywa badawcza	11
5. Treść i układ monografii	13
1. Konteksty ruralistyki	17
1. Autorski kontekst badania	19
2. Zarys problemów transformacji przestrzennej obszarów wiejskich	20
3. O problematycznej wiejskości krajobrazu	26
4. Planowanie przestrzenne wobec estetyczności według Arnolda Berleanta	30
5. Wnioski i postulaty	37
2. O pojmowaniu i odczuwaniu krajobrazu	43
1. Zarys rozwoju wiedzy o krajobrazie	45
1.1. Etymologia pojęcia krajobrazu	45
1.2. Stanowisko nauki w kwestii krajobrazu	47
2. Krajobrazy jako strategie działania	55
2.1. Krajobraz jako natura	56
2.2. Krajobraz jako habitat	56
2.3. Krajobraz jako artefakt	58
2.4. Krajobraz jako system	59
2.5. Krajobraz jako problem projektowy	59
2.6. Krajobraz jako wartość ekonomiczna	60
2.7. Krajobraz jako ideologia	60
2.8. Krajobraz jako historia	61
2.9. Krajobraz jako miejsce	62
2.10. Krajobraz jako estetyka	62

3. Krajobraz jako obraz	63
4. O ograniczonym odbiorze krajobrazu	70
5. Odnowa krajobrazu w ruralistyce	74
5.1. Strategie sztuki i krajobraz	75
5.2. Krajobraz jako nośnik doświadczeń	79
5.3. Krajobraz jako proces komunikacji	83
6. Wnioski i postulaty	86
3. O potrzebie uzgadniania wiejskości	91
1. Definiowanie wiejskości	93
2. O znaczeniu wyobrażeń dla praktyk przestrzennych	97
2.1. Wieś angielska	98
2.2. Wieś Nowej Anglii	101
2.3. O kreowaniu wiejskiego stylu w Polsce	106
3. O potrzebie użytecznego wizerunku wsi	115
4. Wiejskość jako doświadczanie krajobrazu	119
5. Wnioski i postulaty	127
4. Wizerunki wsi. Studia przypadków	133
1. Fotografia krajobrazu wiejskiego	135
1.1. Oddziaływanie fotografii krajobrazu	136
1.2. Taktyczne i strategiczne fotografie wsi	143
2. Przypadek dokumentu administracyjnego – Lokalne Strategie Rozwoju	151
2.1. Struktura i treści Lokalnych Strategii Rozwoju	153
2.2. Demontaż systemu krajobrazu w Lokalnych Strategiach Rozwoju	154
3. Przypadek mediów publicznych	158
4. Przypadek map	160
4.1. Mapy turystyczne	162
4.2. Rysunki architektów	163
4.3. Szkice studentów	164
5. Przykład krajobrazowej platformy porozumienia	166
6. Wnioski i postulaty	168
5. Odnowa wsi w perspektywie estetyczności	173
1. Wsie tematyczne	176
2. Wiejskie ogrody domowe	182
3. Parki rozrywki	186
4. Nowe wioski	189

5. Strategie i taktyki tematyzacji	191
6. Wnioski i postulaty	194
Podsumowanie	197
Aneks	
Instrumentarium krajobrazowe w ruralistyce	
Przykłady i propozycje zastosowania	205
Bibliografia	257
Streszczenie	277
Summary	281