

MIĘDZY- POKOLENIOWE ASPEKTY TURYSTYKI



MIĘDZYPOKOLENIOWE ASPEKTY TURYSTYKI

Pod redakcją naukową
Jolanty Śledzińskiej i Bogdana Włodarczyka



turystyka

łączy pokolenia

Warszawa 2014

Recenzja naukowa:

Pola Kuleczka
Andrzej Stasiak

Opracowanie graficzne:

Andrzej Wielocha

Adiustacja, redakcja techniczna

Elżbieta Paradowska

Zdjęcie na okładce: *Beata Tyrna*

Publikacja powstała
w ramach realizacji projektu
„Turystyka łączy pokolenia”
dofinansowanego ze środków
Ministerstwa Sportu i Turystyki.

Za treść publikacji odpowiada
Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze.

ISBN 978-83-7005-497-7

© Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze

Wydawnictwo PTTK „Kraj”
00-075 Warszawa ul. Senatorska 11

Wstęp	5
-------------	---

Rozdział 1.

ASPEKTY MIĘDZYPOKOLENIOWOŚCI W TURYSTYCE

Rola autorytetów w sztafecie pokoleń polskich krajoznawców, BARBARA PISARSKA.....	9
Międypokoleniowo przez wieki. Z doświadczeń PTT, PTK i PTTK, JOLANTA ŚLEDZIŃSKA.....	25
Dialog międzypokoleniowy w turystyce, JOANNA KOWALCZYK-ANIÓŁ, EWA SZAFRAŃSKA, BOGDAN WŁODARCZYK, ...	41
Pokolenie X,Y,Z a fenomen turystyki, ALINA ZAJADACZ	55
Dziecko i dorosły – postrzeganie świata w podróży, ILONA POTOCKA, KRZYSZTOF PIOTROWSKI	69

Rozdział 2.

ZNACZENIE RODZINY W KREOWANIU TURYSTYKI MIĘDZYPOKOLENIOWEJ

Rodzina jako czynnik kształtujący aktywność turystyczną seniorów, ELŻBIETA GRZELAK-KOSTULSKA, BEATA HOŁOWIECKA, STEFANIA ŚRODA-MURAWSKA, JADWIGA BIEGAŃSKA	85
Międypokoleniowa turystyka rodzinna – wyzwania w kontekście jednostkowym i społecznym, MARIA ŁUSZCZYŃSKA	97
Integrowanie rodziny jako czynnik kreowania produktu hotelarskiego, KATARZYNA ORFIN, MARTA SIDORKIEWICZ	111
Uczestnictwo rodziców z dziećmi w wyjazdach turystycznych w latach 2000–2010, JERZY ŁACIAK	123

Rozdział 3.

TURYSTYKA AKTYWNA I SPECJALISTYCZNA JAKO PLATFORMA DIALOGU MIĘDZYPOKOLENIOWEGO

Turystyka aktywna w rodzinie wielopokoleniowej – aspekt problemowy, SŁAWOJ TANAŚ	137
Wspieranie rodzinnej pieszej turystyki górskiej za pomocą polityki cenowej schronisk górskich i kolei linowych, MICHAŁ ŻEMŁA, BEATA ŻEMŁA	143
Czy turystyka miejska może łączyć pokolenia?, JADWIGA BIEGAŃSKA, ELŻBIETA GRZELAK-KOSTULSKA, STEFANIA ŚRODA-MURAWSKA	151

Wpływ relacji międzypokoleniowych w rodzinie na kształtowanie aktywności fizycznej i turystycznej jej członków, BEATA HOŁOWIECKA, ELŻBIETA GRZELAK-KOSTULSKA	163
Wypoczynek rodzin w gospodarstwach agroturystycznych a atrakcyjność ich oferty, SYLWIA GOLIAN	175
Dialog międzypokoleniowy i turystyka kulinarna, PIOTR DOMINIK	189
Odnaki turystyczno-krajoznawcze PTTK jako pasja międzypokoleniowa, SZYMON BIJAK	207

Rozdział 4.

REGIONALNE ASPEKTY TURYSTYKI MIĘDZYPOKOLENIOWEJ

Wybrane inicjatywy Euroregionu Śląsk Cieszyński na rzecz rozwoju turystyki międzypokoleniowej, IZABELA GAŚSIOR	215
Postawy podkarpackich rodzin wobec fenomenu współczesnej turystyki, MARCIN WARCHOŁA, MAŁGORZATA SKULIMOWSKA	227
Kujawsko-pomorskie destynacją dla turystów w każdym wieku, ANDRZEJ ANSZPERGER	241
Turystyka kajakowa na Lubelszczyźnie jako przykład wychowania młodzieży poprzez turystykę i rekreację, ANNA MAZUREK-KUSIAK	253
Pielgrzymowanie jako forma międzypokoleniowego podróżowania na przykładzie południowego Podlasia, AGNIESZKA KOZAK, DOROTA MAĆZKA	263
Obszar metropolitalny jako przestrzeń turystyki międzypokoleniowej, MARZENA MAKOWSKA-ISKIERKA	271



WSTĘP

Przekazywanie doświadczeń turystycznych z pokolenia na pokolenie wydaje się być czymś oczywistym. Z historii rozwoju turystyki wiemy, że ludzie podróżowali „od zawsze”, a doświadczenia nabywane podczas jednej podróży stanowiły podstawę do przygotowywania nowych wypraw. Syn uczył się podróżowania od ojca, wnuk od dziadka. Jednak współcześnie, w epoce zatomizowania społeczeństw i rodzin nie jest to już takie oczywiste. Proces międzypokoleniowego przekazywania tradycji podróżowania czy uprawiania turystyki daleko wykracza poza jego tradycyjne rozumienie, dodając mu nie tylko nowe konteksty, ale także nowe pola badań i zainteresowań zarówno na płaszczyźnie filozoficznej, społecznej, demograficznej, ekonomicznej, jak i przestrzennej.

Oprócz zachowań o charakterze tradycyjnym, ukierunkowanych na dzielenie się turystycznym doświadczeniem starszych z młodszymi, bardziej zaawansowanych z początkującymi, możemy zaobserwować tendencje zgoła przeciwne. Dziś nie jest już niczym niezwykłym, że młodzi uczą starszych nowych zachowań, np. z zakresu posługiwania się nowymi technologiami wykorzystywanymi podczas turystycznych wędrówek. Następuje więc, przynajmniej częściowo, odwrócenie kierunku przepływu informacji, doświadczeń, umiejętności, a także środków finansowych. Relacje między młodymi a starszymi, bardziej doświadczonymi i początkującymi, są już obecnie obustronne i dotyczą różnych aspektów uprawiania turystyki. Co jest ich istotą?, jaki mają charakter i cechy?, na jakich płaszczyznach możemy je badać?, jakie są ich efekty?, a także, w jakich kierunkach ewoluują? – to główne pytania i problemy badawcze, które mogą być podstawą szerszych dociekań oraz analiz zarówno na gruncie praktycznym, jak i naukowym.

Te i podobne pytania można mnożyć, ale odpowiedzi nie zawsze, wbrew pierwszemu wrażeniu, są łatwe, oczywiste i jednoznaczne. Wierzmy, że przedstawione w publikacji koncepcje i przemyślenia choć trochę przybliżą nas do odpowiedzi na nie. Zaprezentowane w tomie studia przypadków są ilustracją aktualnych trendów i kierunków w rozwoju współczesnej aktywności i przestrzeni turystycznej będących udziałem różnych „pokoleń turystycznych”. Szczególnie dobrym poligonem badawczym mogą w tym względzie okazać się wie-

lopokoleniowe rodziny o udokumentowanych tradycjach turystycznych, ale nie mniej interesujące są doświadczenia związane np. z działalnością towarzystw turystycznych, organizacji społecznych czy relacji sąsiedzkich.

Mamy nadzieję, że zawarte w opracowaniu treści będą inspirujące dla osób zajmujących się turystyką w jej szerokim społecznym kontekście, w tym: naukowców, działaczy społecznych, przedsiębiorców, a nawet samorządowców, a poruszana problematyka na stałe zagości w dyskusjach podejmowanych na różnych forach.

Redakcja

ROZDZIAŁ 1

**ASPEKTY
MIĘDZYPOKOLENIOWOŚCI
W TURYSTYCE**

Barbara Pisarska
Szkoła Główna Turystyki
i Rekreacji w Warszawie

ROLA AUTORYTETÓW W SZTAFECIE POKOLEŃ POLSKICH KRAJOZNAWCÓW

Wstęp

Celem niniejszego opracowania jest wskazanie na wybrane autorytety krajoznawców, które najtrwalej wpłynęły na środowiska, w których żyły, pracowały zawodowo i działały społecznie. Niezmiernie ważne było ich wzajemne oddziaływanie na siebie oraz indywidualne, a potem wspólne kształtowanie stylu uprawiania krajoznawstwa przez im współczesnych i potomnych.

Na wstępie warto przytoczyć rozumienie określeń z tytułu pracy:

Autorytet (w odniesieniu osobowym) jest to człowiek cieszący się dużym szacunkiem ze względu na mądrość życiową, wynikającą z wiedzy i doświadczeń życiowych¹, co wraz z cechami wrodzonymi wpływa na kształtowanie się osobowości; kwintesencją osobowości człowieka, który powinien być stawiany za wzór do naśladowania² jest – według autorki – zgodność jego myśli, słów i czynów; chodzi o autentyczność, prawość charakteru i postępowania wobec innych ludzi.

Sztafeta – rodzaj zespołowej konkurencji sportowej, która odbywa się na trasie podzielonej na odcinki. Następny zawodnik może wystartować dopiero po ukończeniu odcinka przez poprzedniego, gdy otrzyma od poprzednika pałeczkę w wyznaczonej strefie zmian³. W niniejszym opracowaniu pojęcie to zastosowano w sensie metaforycznym, gdyż wybrani krajoznawcy nie byli zawodnikami na bieżni, lecz – uprawiając turystykę w pionierskim jej wydaniu – zrealizowali swoisty „międzypokoleniowy bieg przez historię”; ich łączny trud to efekt setek, tysięcy, milionów sztafet, w których w sposób ciągły przekazuje się doświadczenia,

¹ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Autorytet>; 29.08.2014.

² <http://sjp.pl/autorytet>; 29.08.2014.

³ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Sztafeta>; 01.09.2014.

ale i zapał, a przede wszystkim wiarę w sens wysiłków związanych z upowszechnianiem wiedzy o kraju zarówno w czasach, gdy nie było go na mapie Europy, jak i w warunkach odzyskanej państwowości (rys. 1).

Krajoznawcy – autorka wybrała ich spośród 36 osobistości przybliżonych przez A. Czarnowskiego (2006) w jego solidnym dziele pt. *Słynni krajoznawcy*. W niniejszej pracy zaprezentowani są głównie ci, którzy przyczynili się do rozwoju polskiej oświaty, w tym ci, którzy mieli bezpośredni związek z nauczaniem dzieci, młodzieży i dorosłych w zakresie poznawania ziem polskich.

Oświeceniowi reformatorzy szkolnictwa, w tym prekursorzy krajoznawstwa

W celu zrozumienia ogromu strat wynikających z braku kontynuacji pożytecznych dla narodu idei, należy przypomnieć okoliczności, które spowodowały rozdarcie ziem sprawnie funkcjonującego państwa. Już w renesansie w 1554 r. A. Frycz-Modrzewski (1503–1572) w dziele *O naprawie Rzeczpospolitej* podkreślał rolę oświaty i wychowania dla organizacji i zarządzania państwem oraz apelował o równość obywateli wobec prawa i godność człowieka. W baroku – okresie sarmatyzmu przeszyconego megalomanią i prywatą, a co za tym idzie w czasach powiększania się kontrastów społecznych – nastąpił regres we wspomnianych dziedzinach, w tym zanik znajomości nie tylko geografii Europy (Nowotarski 2008, s. 81), ale także Polski (Kulczycki 1977, s. 21).

W XVIII w. najbardziej światłe jednostki postanowiły podnieść morale narodów poprzez reformowanie oświaty, wzorując się na takich praktykach, jak: J. A. Komenski (1592–1670) oraz J.H. Pestalozzi (1746–1827). Czerpano z wielu prądów filozoficznych, takich jak: racjonalizm (R. Descartes 1596–1650), empiryzm (F. Bacon 1561–1626 J. Locke 1632–1702), encyklopedyzm (Voltaire 1694–1778), utylitaryzm (J. Bentham 1748–1832), sceptycyzm (D. Hume 1711–1776), sentymentalizm (J. J. Rousseau 1712–1778), idealizm krytyczny (I. Kant 1724–1804)⁴.

W Polsce „przebudzenie” nastąpiło dopiero po I rozbiórce (1772 r.). Najbardziej zorientowani ludzie postawili na edukację kierowaną przez państwo, co miało być głównym czynnikiem odrodzenia narodu. Sejm ustanowił w 1773 r. Komisję Edukacji Narodowej (KEN), a ta utworzyła w 1775 r. pierwsze w Polsce ministerstwo oświaty – Towarzystwo do Ksiąg Elementarnych⁵, kierowane w latach 1775–1791 przez I. Potockiego (wychowanka Collegium Nobilium). Opracowało ono programy, podręczniki szkolne (27–35), przewodniki metodyczne oraz liczne przepisy (26 artykułów). Sztafetę reformatorów szkolnictwa w Polsce, które wcześniej pozostawało głównie w mocy Kościoła, tworzyli m.in.:

- 1) ks. S. Konarski (1700–1773) – zreformował szkolnictwo pijarów i otworzył w 1740 r. Collegium Nobilium, którego celem było patriotyczne wychowanie

⁴ Okres życia reprezentantów wymienionych prądów filozoficznych podano za: *Nowa encyklopedia...* (1995).

⁵ http://pl.wikipedia.org/wiki/Towarzystwo_do_Ksi%C4%85g_Elementarnych; 07.09.2014.

- obywatelskie⁶. W swoim dziele *O skutecznym rad sposobie* (1760–1763) apelował o reformę sejmu, a głównie o zniesienie liberum veto; otrzymał za to od króla w 1771 r. medal z napisem „Sapere auso” („Temu, który odważył się być mądrym”) (*Nowa encyklopedia...* 1995);
- 2) ks. bp I. Krasicki (1735–1801) – czołowy szermierz słowa w oświeceniu – jako założyciel „Monitora” oraz autor wielorakich utworów literackich, takich jak np. *Bajki i przypowieści*, *Satyry* i *Monachomachia*, których wydźwięk torował drogę m.in. reformom szkolnictwa kościelnego. Należał on do zwolenników obozu reform, więc z uznaniem przywitał Konstytucję 3 Maja; jego hymn *Święta miłości kochanej ojczyzny* był pieśnią Szkoły Rycerskiej działającej w latach 1765–1795;
 - 3) ks. G. Piramowicz (1739–1799) – pedagog, członek KEN, autor m.in. *Elementarza dla szkół parafialnych narodowych* oraz *Powinności nauczyciela*;
 - 4) ks. A. Popławski (1739–1799) – pedagog, członek KEN, autor podręczników szkolnych do świeckiej nauki moralnej dla klas I–III, w których ukazywał współzależność praw i obowiązków uczniów wobec rodziców, nauczycieli i państwa (!); od 1780 r. kierował on seminarium dla profesorów przy Szkole Głównej w Krakowie;
 - 5) ks. H. Kołłątaj (1750–1812) – współautor Konstytucji 3 Maja, rektor i reformator Akademii Krakowskiej (1777–1781), współorganizator Liceum w Krzemieńcu;
 - 6) ks. S. Staszic (1755–1826) współautor wstępnej wersji Konstytucji 3 Maja, największa indywidualność Oświecenia, najwięcej działająca *pro publico bono*, a niezmiernie skromna. Był on wymagającym nauczycielem synów kancle-rza A. Zamoyskiego, wykładowcą Akademii Zamojskiej. W latach 1808–1826 prezesował Towarzystwu Przyjaciół Nauk (TPN)⁷, działającemu w okresie 1800–1832 r. Od 1807 r. organizował wraz ze S.K. Potockim, stojącym na czele Izby Edukacyjnej⁸, system szkolnictwa publicznego w Księstwie Warszawskim i w Królestwie Polskim; założył takie szkoły, jak:
 - a) Szkołę Prawa Księstwa Warszawskiego (1808 r.), Szkołę Lekarską (1809 r.), Szkołę Nauk Administracyjnych (1811 r.), które stały się wydziałami otwartego w 1816 r. Królewskiego Uniwersytetu Warszawskiego (do 1818 r. przewodniczył Radzie Ogólnej organizującej tę uczelnię)⁹;
 - b) Szkołę Akademiczno-Górnica, która funkcjonowała w latach 1816–1826 w Kielcach, kształcąc kadry dla rozwoju Staropolskiego Okręgu Przemysłowego (SOP);
 - c) Szkołę Agronomiczną w Marymoncie (wówczas pod Warszawą); działała ona w latach 1818–1831, 1836–1861, stanowiąc zaczątek szkolnictwa wyższego w zakresie dziedzin, które powinny służyć rolnictwu i leśnictwu¹⁰;

⁶ http://pl.wikipedia.org/wiki/Stanis%C5%82aw_Konarski; 02.09.2014.

⁷ http://pl.wikipedia.org/wiki/Towarzystwo_Warszawskie_Przyjaci%C3%B3w_Nauk; 07.09.2014.

⁸ http://pl.wikipedia.org/wiki/Izba_Edukacyjna; 04.09.2014.

⁹ http://pl.wikipedia.org/wiki/Uniwersytet_Warszawski; 05.09.2014.

¹⁰ http://pl.wikipedia.org/wiki/Instytut_Agronomiczny; 29.08.2014.

- d) Szkołę Przygotowawczą do studiów politechnicznych, która działała w okresie 1826–1831 r., stanowiąc zaczątek Politechniki Warszawskiej¹¹;
- e) szkoły zawodowe i szkoły elementarne; w 1808 r. wprowadzono po raz pierwszy obowiązek nauki szkolnej¹², co w pełni udało się zrealizować dopiero po 1918 r., a właściwie po 1945 r.

7) J. U. Niemcewicz (1758–1841) – porucznik po Szkole Kadetów (1770–1777)¹³, poseł na Sejm Wielki, podczas którego szermował słowem jako autor *Powrotu posła* (1790 r.), bajek oraz jako redaktor „Gazety Narodowej i Obcej”; współautor Konstytucji 3 Maja, członek KEN (wizytator szkół) i TPN (przewodniczący w latach 1826–1831); prawdziwy wrażliwy społecznie intelektualista, który utrzymywał się ze swej pracy twórczej, m.in. z powszechnie czytanych *Śpiewów historycznych* (1816 r.); zwolennik legalizmu oraz dydaktyzmu literatury i teatru.

Według autorki działalność wielu przedstawicieli polskiego oświecenia jest dowodem na to, że wyznając światopogląd idealistyczny – można twórczo połączyć idee zdawałoby się sprzeczne ze sobą. Byli to przecież ludzie świetnie wykształceni w kraju i za granicą, humaniści, których głęboka wiara i miłość do ojczyzny stanowiły siłę napędową ich racjonalnych systematycznych działań w wielu zakresach (oświata, reformy społeczno-polityczne, publicystyka, inicjatywy gospodarcze, literatura i sztuka). Wymienieni luminarze oświecenia tworzyli solidny grunt do rozwoju oświaty – zgodnie ze wskazaniem hetmana Jana Zamoyskiego: „Takie będą rzeczpospolite jak ich młodzieży chowanie” (1595 r.).

W oświeceniu, szczególnie od II połowy XVIII w., rozpoczął się prawdziwy rozwój ruchów krajoznawczych w Europie. Dążenie do poznania własnego kraju i regionu zostało wykorzystane przez reformatorów szkolnictwa jako element wychowawczy i kształcący, co później określono „krajoznawczą myślą wychowawczą”. Jej wybitnymi reprezentantami ze środowiska KEN byli: ks. S. Staszic i J. U. Niemcewicz. Pierwszy z nich od dziecka przejawiał pasję do poznawania okolic miejsc zamieszkania, studiów i pracy, a były to mniej więcej kolejno: Piła, Poznań, Lipsk, Getynga, Paryż, Zamość, gdzie spędził 20 lat i skąd docierał na Roztocze, do Lublina, Puław, Krakowa, a nawet dalej – z Zamoyskimi – do Wiednia i Włoch; poznał więc Alpy i Apeniny. Najbardziej jednak ukochał rodzinne krainy (w tym Góry Świętokrzyskie, Beskidy, Tatry), którym poświęcił jako geolog swedzielo *O ziemioródtwie Karpatów i innych gór i równin Polski* (1815 r.). Będąc uczonym wędrowcem, a jednocześnie mając wpływ na rozwój oświaty, ks. S. Staszic dążył do tego, aby programy nauczania we wszystkich typach szkół wzbogacano o zajęcia terenowe na wycieczkach. Po dziś aktualne są jego zalecenia, aby uczniowie „naprzód znali swój kraj, a potem sąsiedzkie bliskie” oraz „aby nikt nie ubiegł ich w poznaniu ojczyzny” (Czarnowski 2006, s. 16–19).

W pewnym sensie zwornikiem jej ziem sprzed zaborów był J. U. Niemcewicz. Z domu i ze Szkoły Rycerskiej wyniósł znanostwo historii, a orientację w kwestiach politycznych zawdzięczał temu, że dzięki prawdziwie zacnym ludziom, już w wie-

¹¹ http://pl.wikipedia.org/wiki/Historia_Politechniki_Warszawskiej; 05.09.2014.

¹² http://pl.wikipedia.org/wiki/Izba_Edukacyjna; 04.09.2014.

¹³ http://pl.wikipedia.org/wiki/Julian_Ursyn_Niemcewicz; 05.09.2014.

ku 20 lat został wprowadzony do grona politycznej elity patriotycznej (Czarnowski 2006, s. 26). Jako adiutant księcia A. K. Czartoryskiego odbywał z nim krajowe i zagraniczne podróże dyplomatyczne (Anglia, Holandia, Niemcy, Francja, Austria, Włochy)¹⁴. Jako sekretarz naczelnika T. Kościuszki był przez dwa lata więziony w Rosji, skąd dotarli razem do USA, nawiązując tam wiele kontaktów nieobojętnych dla sprawy polskiej w przyszłości. Po powrocie zza oceanu kontynuował wędrówki po ziemiach polskich, których efektem, niezwykle pożytecznym dla poznania przez rodaków zarówno przeszłości, jak głównych rysów ówczesności, były takie dzieła, jak:

1. *Śpiewy historyczne* z 1816 r., wzbogacone rycinami oraz nutami K. Kurpińskiego (1785–1857); ukazywały w przystępny sposób dzieje Polski, w związku z czym były powszechnie czytane; podczas zaborów uczono się na pamięć wielu fragmentów tego utworu (Czarnowski 2006, s. 31);
2. *Podróże historyczne po ziemiach polskich między rokiem 1811 a 1828 odbyte* – o zasięgu: od Pomorza, Warmii, Prus, Litwy, Podlasia, Polesia, Białorusi po Wołyń, Podole do Odessy; od Śląska, Wielkopolski, Mazowsza po Małopolskę, Lubelskie, Rzeszowskie (Czarnowski 2006, s. 31);
3. *Pamiętniki czasów moich* – obejmowały lata 1823–1838 i stanowiły kopalnię wiedzy o przełomie XVIII/XIX w.

J. I. Kraszewski (1812–1887) stwierdził, że: „J. U. Niemcewicz był człowiekiem, którego słowa najpotężniejszy wpływ wywierały na jemu współczesnych”. Wielki talent do pisania oddał on na rzecz walki z ciemnotą, głupotą i prywatą, krytykując różne niegodziwości (zdradę, przekupstwo, kręctwo, przewrotność, podstęp). Równie wielkie były jego zasługi na polu opisu pamiątek narodowych, a szczególnie w zakresie pełnej emocji relacji oraz krytycznej oceny warunków życia ludu w różnych regionach (Czarnowski 2006, s. 34), co pozwala utożsamiać go nie tylko z oświeceniem, ale też z romantyzmem, z jego nurtem „Krajoznawstwo wycieczkowe” (Kruczek, Kurek, Nowacki 2010, s. 34).

Ks. S. Staszic i J. U. Niemcewicz doświadczyli pomocy, ale też przeszkód, a nawet prześladowań, a pomimo to pozostali przez całe życie w służbie Bogu i ojczyźnie, za co byli bardzo szanowani i zdobyli powszechny posłuch. Przemierzali wiele fragmentów Europy (J.U. Niemcewicz był także we wschodnich regionach USA), ale najlepiej poznali ziemię polskie, aby możliwie najlepiej zaplanować ich rozwój pod różnymi względami (szkolnictwo, rolnictwo, wydobywanie złóż, przemysł). Obydwaj sprawowali bardzo ważne funkcje we władzach oświatowych Księstwa Warszawskiego i Królestwa Polskiego, ponadto – ks. S. Staszic był radcą stanu, a J.U. Niemcewicz sekretarzem senatu. To oni dofinansowali budowę siedziby TPN, przed którą stanął – ufundowany przez ks. S. Staszica, a odsłonięty w 1830 r. przez J.U. Niemcewicza – pomnik astronoma i kanonika M. Kopernika; miało to wtedy wielkie znaczenie symboliczne. Tak jak on byli niezwykle pracowici, nie tylko dostrzegali krzywdę społeczną, ale inicjowali zarówno doraźne, jak i systemowe środki zaradcze w swoich strefach wpływów. Ksiądz S. Staszic stworzył podstawy zabezpieczenia socjalnego górników w Królestwie Polskim oraz osób poszkodo-

¹⁴ http://pl.wikipedia.org/wiki/Julian_Ursyn_Niemcewicz; 05.09.2014.

wanych, a żyjących w granicach jego majątku hrubieszowskiego (Rolnicze Towarzystwo Wspólne Ratowania się w Nieszczyściach).

Ksiądz S. Staszic i J. U. Niemcewicz ze względu na prawość charakterów, doniosłość zasług na wielu niwach stali się tymi, których „słowa uczą, a przykłady pociągają” (za Seneką: „*Verba docent, exempla trahunt*”). Wszyscy wspomniani tu reprezentanci budowniczych fundamentów nowożytnego szkolnictwa w Polsce stanowili autorytety, szczególnie dla tych z grona słynnych krajoznawców, którzy nauczali w szkołach różnych szczebli. Zostaną oni przybliżeni w takim porządku, w jakim włączali się do „sztafety niosących kaganek oświaty”.

Autorytety krajoznawców z pokoleń romantyków i pozytywistów

Jeszcze za życia ks. S. Staszica w założonym przez niego Uniwersytecie Warszawskim studiował W. Jastrzębowski (1799–1882), którego start życiowy był bardzo trudny (wcześnie osierocony, utrzymywał się udzielając korepetycji)¹⁵. Swoją pasję do poznawania praw przyrody realizował poprzez:

- 1) współdziałł w badaniach znanych astronomów i biologów podczas studiów (1820–1825);
- 2) pracę w Uniwersytecie w latach 1825–1830, w tym od 1828 r. na stanowisku adiunkta nauk przyrodniczych; wtedy w celu zbierania roślin do zielnika oraz do Ogrodu Botanicznego – wędrował w okolice Warszawy, Krakowa i Sandomierza, na Podlasie i Lubelszczyznę;
- 3) pisanie prac o szerokim spektrum tematycznym, wśród których wielkie zainteresowanie wzbudziły:
 - a) *Wolne chwile żołnierza polskiego, czyli myśli o wiecznym przymierzu między narodami ucywilizowanymi z 3 V 1831 r.*, zwane *Konstytucją dla Europy*; myśli W. Jastrzębowskiego były inspirowane wiarą chrześcijańską, poglądami ks. S. Staszica, E. Kanta, który potępiał rozbiory Polski i proponował stworzenie Organizacji Narodów Zjednoczonych oraz zjednoczenie Europy; wojny uważał za absurdalne, pokój traktował jako panowanie prawdy i rozumu, które są owocem wychowania; przywiązywał wagę do przestrzegania mądrego prawa¹⁶;
 - b) *Kompas polski z 1843 r.*; w Łazienkach w Warszawie usytuowano tzw. Głaz Jastrzębowskiego – największy i najstarszy w Polsce głaz z zegarem słonecznym, który został wykuty samodzielnie przez W. Jastrzębowskiego¹⁷;
 - c) *Przepowiedzenia pogody i słońca i wiatru i innych zmian powietrza z 1847 r.*, gdzie uzasadnił naukowo sens ludowych praktyk w rolnictwie; uzyskał rozgłos i został zaproszony do członkostwa w wielu towarzystwach naukowych;

¹⁵ http://wikipedia.org/wiki/Wojciech_Jastrz%C4%99bowski_%28przyrodnik%29;09.09.2014.

¹⁶ http://powstanielistopadowe.com/spoleczenstwo_wobec_powstania_w_kraju_i_odzew-za_granica/7;10.09.2014.

¹⁷ <http://gnomonika.pl/katalog.php?id=9;10.09.2014>.

- d) *Rys ergonomii, czyli nauki o pracy, opartej na prawdach poczerpniętych z nauki przyrody* z 1857 r.; wyraził tu swoją wiarę w ewolucję świata w kierunku doskonalenia się, w której udział nauczycieli powinien polegać na czynieniu ludzi lepszymi; on np. zaangażował się w zakładanie osad rolnych dla nieletnich kryminalistów, w czym wspierali go B. Prus i E. Orzeszkowa¹⁸.

W. Jastrzębowski ze względu na uczestnictwo w powstaniu listopadowym i autorstwo *Konstytucji dla Europy* miał trudności ze znalezieniem pracy, więc przez kilka lat pracował jako nauczyciel prywatny. W latach 1836–1858 był zatrudniony, w założonym przez ks. S. Staszica Instytucie Agronomicznym, jako nauczyciel botaniki, zoologii, mineralogii, fizyki i ogrodnictwa. Przez 22 lata z pasją nauczał w sposób poglądowy, prowadząc ze studentami badania terenowe i angażując ich do gromadzenia zbiorów przyrodniczych, które służyły jako pomoce szkolne. Propagował krajoznawstwo, zabierając studentów w okolice Marymontu, Wilanowa, Góry Kalwarii, Czerska, Otwocka, a podczas wakacji wędrując z nimi wzdłuż Narwi, Bugu, Wisły, w Góry Świętokrzyskie czy na Lubelszczyznę (Czarnowski 2006, s. 40). Docierał tam do wzorowo prowadzonych majątków ziemskich, w których zapoznawał studentów z nowoczesnymi metodami upraw rolnych, hodowlą oraz przemysłem spożywczym.

W latach 1860–1874 pracował w Feliksówce k. Broku nad Bugiem, gdzie stworzył wzorcowy Zakład Praktyki Leśnej – jedną z pierwszych na naszych ziemiach instytucję doskonalenia zawodowego dla leśników (gabinety przyrodnicze, bibliotekę, internat, arboretum). Pod jego patronatem praktykanci zasadzili i wyhodowali tam około miliona drzew. Zalesianie słabych gruntów uważał on bowiem za konieczność w sytuacji dużych zrębów na potrzeby gwałtownie rozwijanego przemysłu. Kompleksowe podejście W. Jastrzębskiego do kształcenia, a jednocześnie przywiązywanie wielkiej wagi do wychowania obywatelskiego, w tym moralnego, uznaje się za wzorzec pedagogiczny, do którego powinno się dążyć uwzględniając współczesne realia, szczególnie w odniesieniu do szkół zawodowych. Autorka sugeruje, aby każda wycieczka w szkole średniej służyła zapoznaniu ze sposobami wykorzystania potencjału przyrodniczego i społecznego w danym profilu, zwłaszcza gdy stanowią one kontynuację dobrych poczynań z przeszłości.

Równie genialnym, pracowitym i lubianym nauczycielem oraz badaczem był młodszy od W. Jastrzębowskiego o osiem lat Wincenty Pol (1807–1872). Stosował on metodę poglądową w nauczaniu zarówno wtedy, gdy pracował w małej szkole dla dziewcząt w Zagórzanach, jak i wówczas, kiedy kierował pierwszą w Polsce Katedrą Geografii na UJ (1849–1853). Miał talent pedagogiczny i dar prostej a pięknej wymowy, więc prowadzone przez niego wykłady i wycieczki w okolice Krakowa, w Pieniny i Tatry były dla studentów prawdziwą ucztą duchową (Czarnowski 2006, s. 53). Jego znajomość krain polskich i wielu zagranicznych wynikała z:

- 1) podejmowania nauki (1815–1831) we Lwowie, Tarnopolu i Wilnie;
- 2) tułaczki – internowanego w 1831 r. porucznika – od Prus Wschodnich, przez Królewiec, do Lipska i Drezna, a później w latach 1832–1833 w charakterze

¹⁸ http://www.ciechanowiec.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=1728;10.09.2014.

emisariusza – przez Niemcy, Francję, Italię po Galicję (Kuźnice k. Zakopanego w końcu 1833 r.), Podole i Wołyń;

- 3) osiedlania się w różnych miejscach: w Zagórzanach k. Gorlic (1835 r.), w Kalnicy k. Baligrodu (1836–1839), w Lesku (1839 r.), Glinniku Mariampolskim k. Zagórzan (1840–1846), we Lwowie i okolicach, w Krakowie (1849–1856, 1867–1872) oraz w подарowanej mu Firlejowszczyźnie (Lublin; 1858–1860) (Kresek, Skonka, Sobczak 1989, s. 1–148);
- 4) realizacji podróży naukowych, głównie w latach 1840–1845 – od Żuław, przez Wielkopolskę po Śląsk, od Sudetów, przez Beskidy, od 1834 r. przez Tatry, Karpaty Wschodnie po Ukrainę; znał też Pragę i Wiedeń.

To W. Pol wprowadził do literatury geograficznej określenie „kresy”, których był znawcą. Pracując dosyć krótko w UJ, zdołał stworzyć podstawy nowoczesnego nauczania geografii w oparciu o poglądy metodologiczne K. Rittera i A. Humboldta¹⁹. Wtedy też opublikował dzieło *Rzut oka na północne stoki Karpat i przyległe krainy* (1851 r.), w którym oddał specyfikę tego obszaru pod różnymi względami (Czarnowski 2006, s. 51). Jako poeta romantyczny napisał i wydał dwa główne dzieła ukazujące walory znanych mu krain: *Obrazy z życia i natury* (1833–1866) oraz *Pieśń o ziemi naszej* (1835–1843); podtrzymywały one ducha narodu przez dziesiątki lat. W drugim z tych utworów autor pytał Polaków:

A czy znasz ty, bracie młody
Twoje ziemie, twoje wody [...]

Z czego słyną [...]

i zachęcał ich

[...] W góry, w góry miły bracie
Tam swoboda czeka na cię [...]

oraz

Piękna nasza Polska cała [...].

W. Pol reprezentował nurt poetycko-opisowy w romantyzmie, natomiast reprezentantami nurtu „krajoznawstwo wycieczkowe” w tymże okresie poza W. Jastrzębowskiem byli: L. Zejszner (1805–1871), O. Kolberg (1814–1890) oraz ks. E. Janota (1823–1878). Pierwszy z nich, „traktując geologię jako swoją życiową nauką i patriotyczną misję” był według S. Czarneckiego – wiernym kontynuatorem postawy ks. S. Staszica: badał Karpaty i G. Świętokrzyskie na swój koszt, nauczał na UJ, sprawował urzędy i popularyzował naukę jako autor m.in. książki pt. *Geologia do łatwego pojęcia zastosowana* z 1856 r.²⁰. Profesor L. Zejszner był także prekursorem ochrony przyrody w naszym kraju i etnografem, tak jak ks. E. Janota²¹, który zasłużył się na polu oświaty:

- 1) ucząc języka niemieckiego, języka polskiego, historii, geografii, przyrody i katechezy w gimnazjach Cieszyna (1850–1852) i Krakowa (1852–1871), skąd

¹⁹ http://pl.wikipedia.org/wiki/Wincenty_Pol; 12.09.2014.

²⁰ <http://geoportal.pgi.gov.pl/pgi-os/wiedza/zejszner>; 11.09.2014.

²¹ <http://z-ne.pl/t.haslo,1920,janota-eugeniusz.html>; 11.09.2014.

- zabierał młodzież corocznie (od 1856 r.) na wycieczki w Tatry; miał on opinię „męża różnostronnej i gruntownej nauki”, w tym znawcy Tatr i Podtatrza;
- 2) działając w Radzie Szkolnej Krajowej (1871–1874);
 - 3) pisząc podręczniki i śpiewniki dla młodzieży szkolnej oraz liczne prace naukowe;
 - 4) kierując katedrą języka i literatury niemieckiej na Uniwersytecie we Lwowie od 1871 r.

Ksiądz E. Janota kojarzony jest bardziej jako autor pierwszego *Przewodnika w wycieczkach na Babią Górę, do Tatr i Pienin* z 1860 r.” (to jego praca doktorska na UJ – Warszzyńska, Jackowski 1978, s. 78) oraz jako współautor (z profesorem zoologii UJ – M. Nowickim) ustawy o ochronie świstaków i kozic w Tatrach z 1868 r., a także drugiej wersji statutu Towarzystwa Tatrzańskiego z 1874 r.

Jednym z zasłużonych dla polskiej turystyki uczniów ks. E. Janoty był Walery Eljasz Radzikowski (1841–1905), który korzystając z jego pomocy napisał doskonały *Ilustrowany przewodnik do Tatr, Pienin i Szczawnic* w 1870 r.

Inicjatorzy pierwszych organizacji krajoznawczo-turystycznych

Wycieczki W. Pola ze studentami w góry oraz wydania wyżej wymienionych pierwszych przewodników górskich przyczyniły się do wzrostu zainteresowania Tatrami (Kruczek, Kurek, Nowacki 2010, s. 35). W rezultacie pomyślnego zbiegu okoliczności doszło do założenia w 1873 r. pierwszej na ziemiach polskich organizacji krajoznawczo-turystycznej, która w l. 1874–1922 używała nazwy Towarzystwo Tatrzańskie (TT), skupiając zainteresowanych z trzech zaborów. Stowarzyszeni mogli od tego czasu działać już wspólnie. W początkowym okresie istnienia filarami Towarzystwa byli dr T. Chałubiński oraz wymieniony już W.E. Radzikowski, o których wielkiej roli w rozwoju turystyki napisano bardzo dużo. Autorka pragnie zwrócić uwagę na nich jako na autorytety nauczające w szkołach o profilach mniej utożsamianych z krajoznawstwem niż geografia czy historia.

T. Chałubiński (1820–1889) był lekarzem i botanikiem, tytanem pracy zawodowej i społecznej (Czarnowski 2006, s. 82). Wykładał w Akademii Medyko-Chirurgicznej (1857–1862), na Wydziale Lekarskim w Szkole Głównej Warszawskiej (1862–1869) i na Cesarskim Uniwersytecie Warszawskim (1869–1871). Od 1861 r. pracował nad reformą szkolnictwa średniego, należał do wielu towarzystw w zakresie medycyny i botaniki i stał się pionierem klimatycznego leczenia gruźlicy w odkrytym przez niego Zakopanem – wówczas małej wsi.

To on, jako miłośnik melodii podhalańskich i w ogóle kultury góralskiej, stworzył narodowy styl uprawiania turystyki w Tatrach. Polegał on na tym, że ruszano w góry z góralskimi przewodnikami, poznawano różne szlaki, a wieczorem przy ognisku radzono, grano, śpiewano i słuchano gawęd o dawnych dziejach. T. Chałubiński przyciągnął do Zakopanego i Tatr wielu swoich kolegów naukowców i lekarzy, literatów (H. Sienkiewicza), artystów (J.I. Paderewskiego, W. Kossaka, H. Modrzejewską) oraz pacjentów.

Podobny wpływ w swoim środowisku wywierał W. E. Radzikowski (1841–1905), dla którego Tatry stały się od pierwszego wejścia – ukochanym przedmiotem twórczości artystycznej (obrazy, grafika, fotografia) i literackiej (65 pozycji). Nauczał we wszystkich szkołach krakowskich, które sam ukończył. Starszym jego kolegą ze studiów był J. Matejko (1830–1893), jednym z nauczycieli – W. Gerson (1851–1901) – przyjaciel O. Kolberga, a jednym z uczniów – S. Wyspiański (1869–1907). Wszyscy oni, ubogacając się wzajemnie wiedzą i miłością do ojczyzny, tworzyli kulturę narodową. Jej częścią była też wielokierunkowa działalność społeczna W. E. Radzikowskiego w TT; wytyczał on szlaki na mapach, ale także znakował je w terenie, organizował przewodnictwo i straż ochrony przyrody, ale również koncerty, odczyty i przedstawienia teatralne oraz czuwał nad zakopiańskimi szkołami (powszechną i sycerską) (Czarnowski 2006, s. 94).

Chronologicznie kolejnymi po TT organizacjami, których członkowie włączyli się do sztafety miłośników turystyki aktywnej (jak byśmy to dzisiaj określili), były: Warszawskie Towarzystwo Wioślarskie (od 1878 r.) oraz Warszawskie Towarzystwo Cyklistów (od 1886 r.) (Lewan 2004, s. 39–40). Należeli do nich bądź sympatyzowali z nimi tacy nasi Wielcy, jak J.I. Paderewski, B. Prus, H. Sienkiewicz i S. Żeromski. Dopiero wiele lat później – w 1906 r., po uzyskaniu swobód narodowościowych – powstało Polskie Towarzystwo Krajoznawcze (PTK), którego głównymi inicjatorami byli związani z oświatą: A. Janowski (1866–1944) oraz K. Kulwiec (1871–1943). Ten pierwszy, jako uczeń średniej szkoły kolejowej, a później pracownik Kolei Warszawsko-Wiedeńskiej, korzystając z darmowych przejazdów podejmował pasjonujące go podróże, a od 1890 r. organizował wycieczki dla młodzieży szkolnej. Ich efektem było m.in. dzieło wydane w latach 1898–1903 pt. *Wycieczki po kraju*. A. Janowski, dzięki samokształceniu, wędrownikom oraz współpracy z naukowcami, stał się erudyta w wielu zakresach wiedzy. Odzwierciedliło się to w metadyscyplinarnym nauczaniu przez niego krajoznawstwa w trzech warszawskich gimnazjach w latach 1910–1918. Od 1915 r. był wizytatorem szkół elementarnych, od 1916 r. członkiem Zarządu Głównego Macierzy Szkolnej, od 1918 r. ministerialnym pracownikiem oświaty, a od 1923 r. członkiem międzyministerialnej Komisji Turystycznej (Czarnowski 2006, s. 114–117). Nauczał bezpośrednio w szkołach, na odczytach oraz poprzez setki swych publikacji. Jego zaangażowanie w działalność PTK zaowocowało przysposobieniem tysięcy następców, którzy wraz z nim służyli ruchowi krajoznawczemu przed i po odzyskaniu niepodległości.

O ile A. Janowski (podobnie jak W. Pol) był samoukiem w zakresie wiedzy przyrodniczej, o tyle K. Kulwiec otrzymał gruntowne w tej dziedzinie wykształcenie uniwersyteckie. Jako pedagog z wyboru, nauczał biologii i geografii w trzech warszawskich szkołach średnich i na kursach dla nauczycieli ludowych; pełnił też funkcję dyrektora dwóch innych szkół w latach 1907–1928. Dla młodzieży i dla kolegów z Towarzystwa Ogrodniczego Warszawskiego organizował od 1899 r. – wycieczki przyrodnicze do Puszczy Kampinoskiej, Białowieskiej, na ukochaną Suwalszczyznę, nad Niemen i inne rejony kraju (Czarnowski 2006, s. 128). Był również, jak A. Janowski, członkiem polskiej Macierzy Szkolnej, więc chociaż reprezentowali różne środowiska: „kolejarzy” i „przyrodników”, mieli podobne podejście do upowszechniania znajomości ojczystej ziemi – traktowali to jako misję.

Dzięki więc tym dwom inicjatorom oraz innym oddanym działaczom – PTK określano Ministerstwem Polskością²².

Autorytety krajoznawstwa po odzyskaniu polskiej państwowości

Wszyscy ci wyżej wymienieni – ludzie wielkiego formatu – działając indywidualnie, albo tworząc pierwsze stowarzyszenia (TPN), byli w dużej mierze osamotnieni, szczególnie w tragicznym okresie tracenia polskiej państwowości. Podążając szlakiem wyznaczonym przez ks. S. Staszica i J.U. Niemcewicza w oświeceniu, podtrzymując ducha narodowego w romantyzmie (W. Pol) – polscy krajoznawcy dotarli do etapu działań zorganizowanych (TT, PTK). Wtedy, silniejsi wspólnotą celów, rozdzielili między sobą zadania i trzymali się azymutu W. Jastrzębowskiemu, który słusznie wierzył w sens systematycznej „pracy u podstaw” (pracy pozytywistycznej w szkołach), polegającej m.in. na organizacji wycieczek z młodzieżą. Do powstania całego ruchu wycieczkowego, po odzyskaniu przez Polskę niepodległości, przyczyniły się takie kolejne autorytety nauczających krajoznawców, jak:

- 1) M. Wisznicki (1870–1954) – autor znaku PTK oraz grafiki czasopism „Ziemi” i „Orlego Lotu”; nauczał biologii i geografii w warszawskich szkołach średnich, wykładał geografii i krajoznawstwo na kursach dla nauczycieli, prowadził wycieczki niedzielne PTK po okolicach Warszawy oraz wyprawy po Kongresówce (Czarnowski 2006, s. 142–149);
- 2) K. Sosnowski (1875–1954) – filolog i nauczyciel gimnastyki w gimnazjach Krakowa, Nowego Sącza oraz wykładowca wyższych szkół w Krakowie; propagator szlaków jurajskich i beskidzkich (Czarnowski 2006, s. 191–195);
- 3) L. Węgrzynowicz (1881–1960) – nauczał różnych przedmiotów w wielu szkołach, organizował harcerstwo, od 1919 r. przewodniczył Kołom Krajoznawczym Młodzieży Szkolnej (KKMS) w Krakowie, a w latach 1927–1939, 1947–1950, 1957–1960 w całej Polsce oraz redagował powstały w 1920 r. „Orli Lot” (Czarnowski 2006, s. 300–307);
- 4) L. Sawicki (1884–1928) – wszechstronny geograf uczący w gimnazjach Krakowa i Bochni, a od 1910 r. na UJ; uważał, że: „Poznanie ziemi ojczystej jest jednym z największych, szlachetnych społecznie zadań nauki polskiej”; zainicjował KKMS oraz „Orli Lot” wśród swoich wychowanków (Czarnowski 2006, s. 286–292);
- 5) E. Massalski (1886–1942), ucząc geografii i geologii w gimnazjach oraz zakładach kształcenia nauczycieli w Kielcach, rozwijał regionalizm, ruch ochrony przyrody i harcerstwo (Czarnowski 2006, s. 167–172);
- 6) G. Wuttke (1887–1975) – badacz, nauczyciel w zakresie wielu przedmiotów przyrodniczych w różnych szkołach podstawowych i średnich; wykładał na kursach dla nauczycieli – opiekunów SKKT oraz metodykę nauczania geografii na UW w latach 1946–1970; autor podręczników, uczący „obserwować, szukać i zrozumieć” (Czarnowski 2006, s. 308–314);

²² <http://centralnabibliotekapttk.pl/index.php?page=patron-biblioteki>; 14.09.2014.

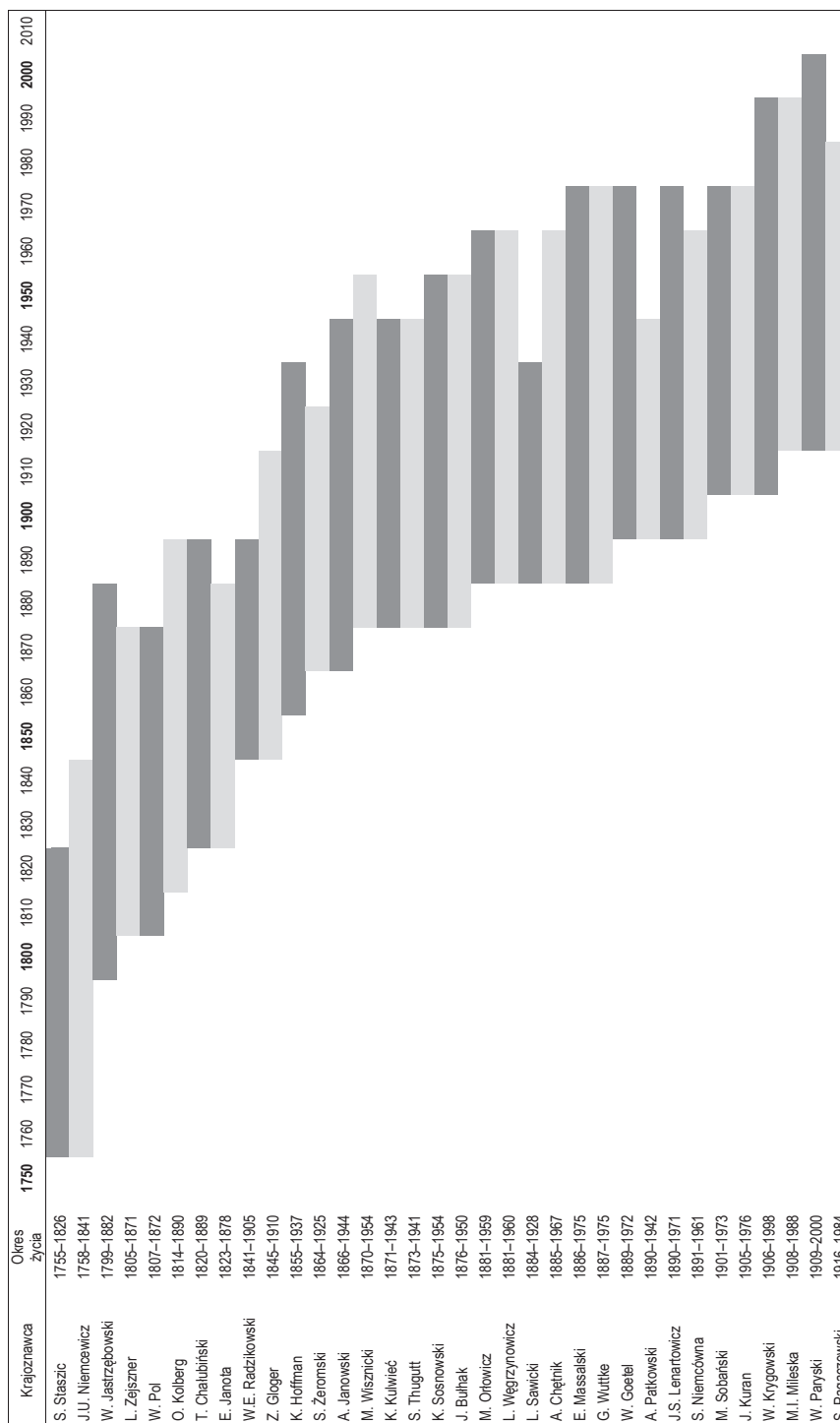
- 7) W. Goetel (1889–1972) – uczoney, geolog sozolog, od 1920 r. profesor, a w latach 1937–1951 rektor Akademii Górniczo-Hutniczej, której dzięki jego inicjatywie nadano imię S. Staszica; inicjator tamże Seminarium Ochrony Przyrody, a także pogranicznych parków narodowych (Czarnowski 2006, s. 201–209);
- 8) A. Patkowski (1890–1942) – filolog wykładający w Seminarium Nauczycielskim w Sandomierzu, organizator Powszechnego Uniwersytetu Regionalnego; autor *Programu regionalizmu polskiego* z 1926 r. (Czarnowski 2006, s. 185–187);
- 9) S. Niemcówna (1891–1961) – uczyła historii i geografii w gimnazjach Krakowa oraz wykladała metodykę nauczania geografii na UJ i na kursach dla nauczycieli; przekonywała do zintegrowanego (jak by to dziś określono) nauczania krajoznawstwa; mając doświadczenie w organizacji wycieczek, opracowała *Metodykę pracy w kołach krajoznawczych młodzieży* (1921 r.), w której zalecała m.in. poznanie własnej okolicy, dobre przygotowanie wycieczki, notowanie jej przebiegu, podsumowanie; jako harcerka była zwolenniczką łączenia pracy KKMS i ZHP (Czarnowski 2006, s. 279–285);
- 10) M.I. Mileska (1908–1988) – jako harcerka prowadziła wycieczki, obozy, kursy; uczyła w szkołach: powszechnej i gimnazjach w Krakowie i w Warszawie; była adiunktem w UW w latach 1948–1973; od 1950 r. wykladała na Kursach Przeszkolenia Turystycznego i egzaminowała ich uczestników; od 1961 r. przez 15 lat brała udział w pracach Komisji Krajoznawczej ZG PTTK, w związku z czym miała wpływ na program organizowanych imprez; redaktor naukowy *Słownika geograficzno-krajoznawczego* (Czarnowski, s. 224–227).

Należy podkreślić, że ogromną rolę w upowszechnianiu znajomości kraju po II wojnie światowej odegrały następujące przedsięwzięcia:

- 1) powstanie PTTK w 1950 r. – z połączenia PTT i PTK;
- 2) reaktywowanie od 1959 r. PTSM, głównie dzięki J. Kuranowi (1905–1976); przez długi okres dyrektorem tej organizacji był M. Sobański (1901–1973);
- 3) kontynuowanie „Orlego Lotu” jako czasopisma „Poznaj Swój Kraj”, które było wydawane od 1958 r. przez Ministerstwo Oświaty; inicjatorem był J. Kuran, który współtworzył je z M. Sobańskim i G. Wuttke;
- 4) wydanie poradnika *Krajoznawstwo w szkole* autorstwa J. Kurana oraz M. Sobańskiego.

Zakończenie

Reasumując należy stwierdzić, że w pojmowanej metaforycznie długodystansowej sztafecie międzypokoleniowej (rys. 1) jeden uczestnik nie musiał czekać na ukończenie zadania przez innego; wielu z nich „biegło” równocześnie, a nawet – dosłownie – wspólnie. Owa sztafeta przypomina najbardziej „bieg na orientację” oraz pięciobój: „zawodnicy” zmierzali do jasno określonych celów, szermowali słowem, spotykali liczne przeszkody, musieli nauczyć się „pływania w odmętach wód swoich czasów”, za sprawą których (jak to często bywa po dziś dzień) – niektórzy z nich – zaznali huku armat i więzienia.



Rys. 1. Międzypokoleniowa sztafeta polskich krajoznawców. Źródło: pracowanie własne na podstawie A. Czarnowski (2006)

Rozgałęziająca się z każdym etapem sztafeta krajoznawców zbiegała się ze sztafetami innych twórców kultury narodu i gospodarczych jego podstaw. Słynni krajoznawcy spotykali na szlaku swego aktywnego życia ludzi już wtedy bardziej od nich znanych (np. T. Kościuszkę, A. Mickiewicza, H. Sienkiewicza, J. Matejkę). Przede wszystkim jednak spotykali zwykłych ludzi, dziś dla nas anonimowych, którzy wspomagali swych „przewodników” i starali się realizować ich idee. Takiej atmosfery potrzeba i dziś, szczególnie pośród nauczających, aby sięgać po horyzonty nakreślone szeroko przez krajoznawcę romantyka W. Pola:

I młodą duszę w życiu pokierować,
 Utwierdzić w wierze i w miłości kraju,
 I co godziwe, podać w obyczaju:
 Wszak to się godzi po ludzku od wieka
 I taka droga pono dla człowieka [...]

Zmierzanie taką drogą – drogą autorytetów tu przedstawionych i nam współczesnych – oznacza harmonijne włączanie się do sztafety pokoleń polskich krajoznawców.

Bibliografia

- Czarnowski A., 2006, *Słynni krajoznawcy*, ZG PTTK, Warszawa.
- Kresak Z., Skonka C., Sobczak J., 1989, *Szlakiem Wincentego Pola*, Wyd. PTTK, „Kraj”, Warszawa.
- Kruczek Z., Kurek A., Nowacki M., 2010, *Krajoznawstwo. Teoria i metodyka*, Proksenia, Kraków.
- Kulczycki Z., 1977, *Zarys historii turystyki w Polsce*, Sport i Turystyka, Warszawa.
- Lewan M., 2004, *Zarys dziejów turystyki w Polsce*, Proksenia, Kraków.
- Nowa encyklopedia powszechna PWN*, 1995, PWN, Warszawa.
- Nowotarski W., 2008, *Staropolska literatura przewodnikowa i podróżnicza*, [w:] S. Zborniak, P. Król (red.), *Szkice z dziejów turystyki w Polsce (1887–2007)*, Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Warszyńska J., Jackowski A., 1979, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa.
- <http://centralnabibliotekapttk.pl/index.php?page=patron-biblioteki>; 14.09.2014.
- <http://geoportals.gov.pl/pgi-os/wiedza/zejszner>; 11.09.2014.
- <http://gnomonika.pl/katalog.php?id=9>; 10.09.2014.
- <http://pl.wikipedia.org/wiki/Autorytet>; 29.08.2014.
- http://pl.wikipedia.org/wiki/Historia_Politechniki_Warszawskiej; 05.09.2014.
- http://pl.wikipedia.org/wiki/Instytut_Agronomiczny; 29.08.2014.
- http://pl.wikipedia.org/wiki/Izba_Edukacyjna; 04.09.2014.
- http://pl.wikipedia.org/wiki/Julian_Ursyn_Niemcewicz; 05.09.2014.
- http://powstanielistopadowe.com/spoleczenstwo_wobec_powstania_w_kraju_i_odezw-za_granica/7; 10.09.2014.
- http://pl.wikipedia.org/wiki/Stanis%C5%82aw_Konarski; 02.09.2014.
- <http://pl.wikipedia.org/wiki/Sztafeta>; 01.09.2014.

http://pl.wikipedia.org/wiki/Towarzystwo_do_Ksi%C4%85g_Elementarnych; 07.09.2014.
http://pl.wikipedia.org/wiki/Towarzystwo_Warszawskie_Przyjaci%C3%B3%C5%82_Nauk; 07.09.2014.
http://pl.wikipedia.org/wiki/Uniwersytet_Warszawski; 05.09.2014.
http://pl.wiki.org/wiki/Wincenty_Pol; 12.09.2014.
http://wikipedia.org/wiki/Wojciech_Jastrz%C4%99bowski_%28przyrodnik%29; 09.09.2014.
http://www.ciechanowiec.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=1728.
<http://sjp.pl/autorytet>; 29.08.2014.
<http://z-ne.pl/t.haslo,1920,janota-eugeniusz.html>; 11.09.2014.



Uczestnicy ogólnopolskiej konferencji popularnonaukowej „Międzypokoleniowe aspekty turystyki”, Kalatówki 22-24.09.2014 r., fot. Elżbieta Matusiak-Gordon

Jolanta Śledzińska
Polskie Towarzystwo
Turystyczno-Krajoznawcze
Warszawa

MIĘDZYPOKOLENIOWO PRZEZ WIEKI Z DOŚWIADCZEŃ PTT, PTK I PTTK

Wprowadzenie

Przekazywanie doświadczeń turystycznych z pokolenia na pokolenie wydaje się być czymś oczywistym. Z historii rozwoju turystyki wiemy, że ludzie podróżowali „od zawsze”, a doświadczenia nabywane podczas jednej podróży stanowiły podstawę do przygotowywania nowych wypraw. Syn „uczył się” turystyki od ojca, wnuk od dziadka. Jednak współcześnie, w epoce zatimizowania społeczeństw i rodzin, nie jest to już takie oczywiste. Proces międzypokoleniowego przekazywania tradycji podróżowania czy uprawiania turystyki daleko wykracza poza jego tradycyjne rozumienie, dodając mu nie tylko nowe konteksty, ale także nowe pola badań i zainteresowań, zarówno na płaszczyźnie filozoficznej, społecznej, demograficznej, ekonomicznej, jak i przestrzennej. Oprócz zachowań o charakterze tradycyjnym, ukierunkowanych na dzielenie się turystycznym doświadczeniem „starszych” z „młodszyymi”, bardziej zaawansowanych z początkującymi, możemy zaobserwować tendencje zgoła przeciwne. Dziś nie jest już niczym nadzwyczajnym, że młodzi uczą starszych np. posługiwania się nowymi technologiami przydatnymi podczas uprawiania turystyki. Następuje więc, przynajmniej częściowe, odwrócenie kierunku przepływu informacji, doświadczeń, kształtowania umiejętności.

Podstawowe pojęcia

Z pojęciami „pokolenie”, „międzypokoleniowy” czy też „wielopokoleniowy” spotykamy się w ostatnich latach dosyć często w różnych przekazach codziennych, a także w literaturze naukowej. Na potrzeby niniejszego opracowania celowe jest przybliżenie tych pojęć, a także określenie, co to jest „grupa społeczna”,

i jak są rozumiane terminy „stowarzyszenie” i „turystyka” w kontekście działań podejmowanych przez Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze.

„Pokolenie” to ogół ludzi w podobnym wieku, którzy w podobnym czasie wkraczali w dorosłość i doświadczali podobnych zdarzeń biograficznych na skutek podobnych lub tych samych wydarzeń historycznych, które kształtowały ich postawy. Młodość, dorosłość, starość to nie tylko kolejne etapy ludzkiego życia, ale czytelny komunikat, że wraz z wiekiem stajemy się przedstawicielami innego – starszego – pokolenia. Miłość i poszanowanie autorytetu starszych osób były wystarczającymi przesłankami do tego, aby pielęgnować mocne więzi międzypokoleniowe. Spajało to rodziny, zwłaszcza wielodzietne i wielopokoleniowe, które często żyły w jednym miejscu (Niezabitowski 2010).

W *Encyklopedii PWN* (1999) „pokolenie” zdefiniowano jako „część populacji wyróżniona ze względu na wiek: młodsza lub starsza od innych mniej więcej o czas, jaki upływa od narodzin rodziców do narodzin dzieci”.

Najprostszymi przykładami pokoleń są grupy osób w obrębie rodziny: dzieci, rodzice, dziadkowie itd. O ile jednak w rodzinie jest na ogół stosunkowo łatwo wyróżnić poszczególne pokolenia, o tyle w grupach większych jest to niemożliwe tak długo, jak długo operuje się jedynie kryteriami biologicznymi czy metrykalnymi. Pokolenie w znaczeniu socjologicznym różni nie wiek biologiczny, lecz przede wszystkim to, że grupy określane jako starzy i młodzi w widoczny sposób różnią się od siebie postawami, poglądami, uznawanymi wartościami, aspiracjami, sposobem życia itd. Chodzi przy tym mniej o różnice wynikające z odmienności trwałych ról społecznych czy też biologicznie uwarunkowanych dyspozycji psychologicznych, bardziej natomiast o takie rozbieżności, których źródłem są odmienne doświadczenia (tzw. wspólne przeżycia pokoleniowe) i perspektywy życiowe. Jest to szczególnie widoczne w dzisiejszych czasach, kiedy na różnych płaszczyznach działania (współdziałania) spotykają się trzy pokolenia.

Ciągle odczuwamy skutki transformacji ustrojowej, takie jak zmiany systemu norm moralnych, wzorów kultury masowej, wzorów konsumpcji. Zmienia się świadomość polityczna i poczucie społeczeństwa. Przedwojenne pokolenie Polaków schodzi już ze sceny dziejowej, a pokolenie dzisiejszych emerytów nazywane zostało przez socjologów „sierotami PRL-u”, dominujące zaś pokolenie 40- i 50-latków, określa się jako gierkowską generację „skazanych na sukces”, a pokolenie wstępujące okrzyknięto „dziećmi wolnego rynku” (Badowski, red. 2007).

Wydaje się zrozumiałe, że osoby, które wychowywały się w odmiennych okolicznościach społecznych, kulturowych i historycznych mają odmienne podejście do życia, inną wizję rozwiązywania problemów w obrębie doświadczeń życiowych, wreszcie nieco inne podejście do wędrowania. Oczywiście jest też to, że w takich warunkach osoby pochodzące z innego pokolenia mogą mieć inny sposób myślenia i odmienne doznania wynikające z interpretacji zdarzeń ze swego punktu widzenia. Stąd mówimy o wymianie doświadczeń między pokoleniami, czyli międzypokoleniowo.

Międzypokoleniowe aspekty wędrowania możemy rozpatrywać w kontekście jednostki (osoby) i grupy (społeczeństwa).

Relacje międzypokoleniowe dostarczają natomiast swego kontekstu, w którego obrębie jednostki dorastają i osiągają dojrzałość. Tworzą również tło, na którym ludzie odmierzają, odznaczają i wartościują swoje starzenie się. Jakość relacji międzypokoleniowych kształtuje zaś uczucia, myśli i działania wobec innych. Problematykę dotyczącą relacji międzypokoleniowych osadza się niekiedy w narracji demograficznej przynależności pokoleń¹.

Popularne powiedzenie mówi, że „kultura łagodzi obyczaje”. Parafrazując to stwierdzenie możemy przyjąć, że turystyka jako zjawisko kulturowe nie tylko łagodzi obyczaje, ale ze względu na swoją specyfikę także „łączy pokolenia”. Pokolenia zaś zapewniają ciągłość historii. Wymianę doświadczeń między generacjami (dziećmi, rodzicami, dziadkami) w niniejszym opracowaniu pokazano na przykładzie stowarzyszeń: Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego (PTT)², Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego (PTK)³ i Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego (PTTK)⁴.

W ramach stowarzyszeń tworzą się grupy społeczne o podobnych zainteresowaniach (np. turystycznych, krajoznawczych), gotowe do realizacji celów określonych przez organizację, ale i realizowania własnych pasji i przekazywania ich innym – rodzinie, znajomym, zainteresowanym.

Grupa społeczna to zbiór jednostek, w którym wspólnota pewnych istotnych społecznie cech wyraża się w tożsamości zbiorowej i towarzyszą temu kontakty, interakcje i stosunki społeczne w jej obrębie częstsze i bardziej intensywne niż z osobami z zewnątrz. Inaczej zbiorowość ludzi, pomiędzy którymi występuje więź obiektywna, subiektywna i behawioralna (Sztompka 2003).

¹ <http://www.brpo.gov.pl/sites/default/files/Biuletyn%20Rzecznika%20Praw%20Obywatelskich%202013,%20Nr%208%20C5%B9%C3%B3d%C5%82a.pdf> (09.2014).

² Polskie Towarzystwo Tatrzańskie (PTT) – pierwsze polskie stowarzyszenie turystyczne założone w 1873 r. w Kuźnicach k. Zakopanego jako Galicyjskie Towarzystwo Tatrzańskie, 1874–1920 – Towarzystwo Tatrzańskie, od 1920 r. pod obecną nazwą; położyło wybitne zasługi w popularyzacji krajoznawstwa i rozwoju kulturalnego regionu (zwłaszcza Zakopanego i Szczawnicy) i zajmowało się edukacją turystyczną młodzieży, ochroną zdrowia i działalnością wydawniczą; przyczyniło się do rozwoju polskiego taternictwa, narciarstwa i ratownictwa górskiego; członkami PTT byli m.in. T. Chałubiński, W. Eliasch-Radzikowski, W. Goetel, M. Pławicki, J. Szalay; od 1950 r., po połączeniu z Polskim Towarzystwem Krajoznawczym, tworzy struktury Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego.

³ Polskie Towarzystwo Krajoznawcze (PTK) – stowarzyszenie osób zainteresowanych krajoznawstwem, założone w 1906 r. w Warszawie; organizowało wycieczki i odczyty, zajmowało się ochroną przyrody i zabytków, budowało i prowadziło schroniska i muzea regionalne; wydawało m.in. miesięcznik „Ziemia” (od 1910) oraz młodzieżowe pismo „Orli Lot” (od 1920 r.); do wybitnych działaczy PTK należeli: A. Janowski, K. Kulwieć, M. Wisznicki; w 1950 r. PTK zostało połączone z Polskim Towarzystwem Tatrzańskim w Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze.

⁴ Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze (PTTK) – najstarsze w Polsce stowarzyszenie skupiające turystów i krajoznawców. Powstało z połączenia Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego (1873 r.) i Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego (1906 r.), których jest prawnym następcą oraz spadkobiercą ich tradycji, dorobku ideowego, a także majątku (www.pttk.pl).

W celu właściwego zinterpretowania treści zawartych w pracy konieczne jest także przybliżenie określenia, czym jest „stowarzyszenie” oraz „turystyka” w kontekście specyfiki działań Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego.

„Stowarzyszenie” (Śledzińska 2012) to wyraz podmiotowości jednoczących się w nim ludzi. Aby realizować swoje prawa ludzie jednoczą się w stowarzyszenia, które są ważnym ogniwem społeczeństwa obywatelskiego. Stanowią one obok instytucji samorządu terytorialnego i samorządów zawodowych istotne ogniwo samoorganizacji społeczeństwa. Grupy społeczne będące zbiorem jednostek (indywidualności) znajdują swoje miejsce w stowarzyszeniu, które daje im możliwość spełnienia marzeń i realizacji własnych pasji.

„Turystyka” rozumiana jest szeroko jako sfera aktywności ludzkiej związanej z podróżami i obejmującej w sobie treść krajoznawczą, a także sferę działania społecznego. Poza sferą uregulowań prawnych, a właściwie w jej sensie, znajdują się także pojęcia takie, jak: braterstwo i solidarność, normalność i radość. Do takiego ich rozumienia dochodzi w trakcie turystycznych wędrówek traktowanych nie jako produkt, ale jako sens ludzkiej aktywności. W takie właśnie rozumienie podmiotowości turystyki wpisuje się działalność Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego (Śledzińska 2012).

Celem pracy jest pokazanie dialogu międzypokoleniowego ujmowanego zarówno w wymiarze prywatnym (utożsamianym z życiem rodzinnym), jak i publicznym (związanym z życiem społecznym), a także zmian, jakie zachodziły w turystyce propagowanej przez najstarsze stowarzyszenia turystyczne działające w Polsce od XIX do XXI w.

Wielopokoleniowość w działaniach Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego

Wiek XIX to początki rozwoju turystyki na ziemiach polskich, chociaż właściwie tylko w Galicji istniały wówczas w miarę dobre warunki do jej uprawiania. W 1873 r. powstaje Galicyjskie Towarzystwo Tatrzańskie, które od początku miało na celu upowszechnienie turystyki górskiej, budowę schronisk, utrzymanie szlaków, organizację ruchu turystycznego, a także ochronę przyrody Tatr, popieranie badań naukowych na tym terenie i pomoc ludności tam mieszkającej. Wbrew nazwie PTT obejmowało działaniem nie tylko Tatry, ale znaczną część Karpat, zarówno Zachodnich (Karpaty Zachodnie), jak i Wschodnich (Karpaty Wschodnie). PTT przyczyniło się w znaczący sposób do rozwoju turystyki górskiej, a następnie taternictwa i narciarstwa, stworzyło podwaliny przewodnictwa turystycznego. U źródeł ideologii Towarzystwa Tatrzańskiego tkwiły cztery⁵ bardzo istotne wątki, które w ciągu późniejszych lat miały rozwinąć się tak

⁵ W statucie Towarzystwa zapisano następujące cele jego działania:

Badanie Karpat, a w szczególności Tatr i Pienin, oraz rozpowszechnianie zebranych o nich wiadomości.

Zachęcanie do ich zwiedzania, ułatwienie przystępu do nich i pobytu turystom (a w szczególności swoim członkom) oraz badaczom i artystom udającym się do Kar-

wszechstronnie, że do dnia dzisiejszego stanowią podstawowe założenia turystyki górskiej (Krygowski 1988).

Towarzystwo Tatrzańskie podejmując różnorodne działania stwarzało szanse i możliwości do wzajemnej współpracy i działania osób w nim zrzeszonych na rzecz wspólnego dobra, rozumianego tak w wymiarze jednostkowym, jak i społecznym. Rzecz ciekawa, że stowarzyszenie, które w chwili swego największego rozwoju nie zrzeszało więcej niż 20 tys. członków, wywarło tak ogromny wpływ na współczesnych nam turystów, na sposób uprawiania turystyki górskiej i poznanie gór. Misja Towarzystwa w okresie przedwojennym właściwie wykluczała masowy charakter inicjatyw Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego.

Historia PTT jest bardzo bogata w wydarzenia i przeżycia osób, które ją tworzyły. Przekazywanie tradycji uprawiania turystyki pokazano na przykładzie jednego z wybitnych działaczy Towarzystwa – Władysława Krygowskiego⁶, który mocno wpisał się w historię Towarzystwa (PTT i PTTK). Mówiono o nim, że był wizjonerem o wielokierunkowej wiedzy popartej górką praktyką i ogromnym doświadczeniem. Podziwiano jego najrozmaitsze wizje gór jako poety, publicysty, autora map i przewodników, współtwórcy Górskiej Odznaki Turystycznej, wybitnego znawcy zagadnień szlaków i schronisk, nosiciela wspaniałego dziedzictwa przedwojennego PTT. Geniusz W. Krygowskiego polegał m.in. na uświadamianiu innym, że turystyka kwalifikowana jest niezbędną formą zagospodarowania czasu wolnego, natomiast walory krajobrazowe Polski, a góry w szczególności, wymagają takich działań, aby zachować je dla przyszłych pokoleń (Matuszczyk 2012b).

Miłość do gór wyniósł z domu rodzinnego, ojciec bowiem był na przełomie XIX i XX stulecia wybitnym turystą górkim i taternikiem. Chodził i wspinał się po Tatrach, wędrował po Beskidach Zachodnich i Wschodnich, uprawiał turystykę narciarską. Był znakomitym fotografikiem i jednym z pionierów barwnej fotografii w Polsce. Poza tym należał do prominentnych działaczy Towarzystwa Tatrzańskiego. Syn więc z natury rzeczy od najmłodszych lat przesiąkał atmosferą gór i ową specyficzną górką naturą wytwarzaną przez ludzi, dla których kontakt intelek-

pat, Tatr i Pienin w celach naukowych i artystycznych.

Ochrona zwierząt halskich: kozicy i świstaka.

Wspieranie przemysłu górkiego wszelkiego rodzaju (www.pttk.pl; 09.2014).

⁶ Władysław Krygowski (1906–1998) – jeden z najwybitniejszych działaczy PTT i PTTK, pisarz i publicysta – wieloletni redaktor „Wierchów”, autor przewodników po Beskidach, z których skorzystało kilka pokoleń turystów. Był bez wątplenia najwybitniejszą postacią w polskiej turystyce górkiej – w całym jej powojennym okresie. Był Mistrzem i Nauczycielem, który widział góry w szerszej perspektywie humanizmu, zawsze w powiązaniu z człowiekiem. Jego filozofia gór nie ograniczała się tylko do nich samych, czy tylko do samej turystyki górkiej: zawsze były w niej zawarte ogólnoludzkie przesłania. Uczył nas tej humanistycznej filozofii gór, przekładając ją na praktyczne działania w swojej działalności organizacyjnej i w swej twórczości pisarskiej i za to pozostaniemy mu szczególnie wdzięczni (Barbara Krawczyk „Poetycka wizja gór w prozie Władysława Krygowskiego”; http://khit.pttk.pl/index.php?co=tx_bio_wk; 09.2014).

tualny i fizyczny z górami jest sposobem na życie i temu podporządkowują oni swoje sprawy rodzinne, zawodowe czy wreszcie swą działalność społeczną (Wójcik 2008).

Analizując różne zapiski i wypowiedzi wielu osób, które miały możliwość na turystycznym szlaku spotkać się z Władysławem Krygowskim i jego dziełami, możemy śmiało powiedzieć, że nie tylko zachęcał do wędrowania, przeżywania i poznawania (przede wszystkim gór), ale swoim życiem udowodnił, że turystyka może połączyć pokolenia. Udało mu się zapisać karty historii w sposób wyjątkowy i trwały.

Obserwując żywą stale legendę pana Władysława jestem dumny, że było mi dane w latach 60. i 70. ubiegłego stulecia współpracować z Nim na społeczno-górskiej niwie. Był i pozostanie wielkim autorytetem moralnym i najlepszym znawcą górskiej problematyki. Nauczyciel gór dla kilku pokoleń Polaków został trwale uhonorowany nagrodą literacką swojego imienia nadawaną przez Komisję Turystyki Górskiej ZG PTTK od 2001 r. W Bieszczadach można powędrować przez Jego przełęcz (między Tarnicą a Szerokim Wierchem), a w Krakowie, w którym spędził większość życia, jest ulica Władysława Krygowskiego na os. Kliny. W roku 2009 Zarząd Główny PTTK nadał imię Krygowskiego schronisku PTTK na Hali Kondratowej w Tatrach (Matuszczyk 2012a).

Turystyka górską dzięki podejmowaniu różnych inicjatyw stała się niezwykle popularną formą turystyki. Przekazywane z pokolenia na pokolenie zasady jej uprawiania pomimo 140-letniej historii niewiele się zmieniły, z wyjątkiem może sprzętu, z którego korzystają turyści, i motywacji. Nadal ułatwia nawiązywanie kontaktów międzyludzkich, kształtuje pozytywne cechy charakteru, brata ludzi na turystycznym szlaku i łączy pokolenia.

Potrafił wypracować sobie pozycję uznawaną przez wszystkich. Oczywiście miał oponentów, jego opinie wielu drażniły, nie zawsze sprawdzały się po latach, ale jako jedyny był uznawany zarówno przez tych, którzy w PTT działali już przed nim, jak przez współczesnych i następców. Jego słów zawsze z najwyższą uwagą słuchali zarówno nestorzy jak i początkujący turyści. Równie chętnie bywał zapraszany na spotkania autorskie ze starymi towarzyszami wędrówek, jak i z członkami klubów studenckich. I jedni i drudzy uznawali go za „swojego”, co stanowi prawdziwy ewenement. Był najbardziej opiniotwórczą osobą w Towarzystwie, z czego zresztą zdawał sobie sprawę. Dlatego też wypowiadał się zawsze niezwykle oszczędnie i precyzyjnie, w przeciwieństwie do swojej prozy i poezji, traktowanej zawsze bardzo głęboko i osobiście (Staffa 1988).

W Towarzystwie zawsze najważniejsi byli ludzie. To oni tworzyli jego dorobek, wyznaczyli kierunki przyszłości. Na przykładzie wybiórczych wspomnień, cytatów i historii z życia Władysława Krygowskiego można śmiało stwierdzić, że udało mu się kontynuować dzieło podjęte przez pokolenie ojca Stanisława – umiłowania gór i dzielenia się tym z kolejnymi pokoleniami. Turystyka górską od XIX w. jest najbardziej popularną formą spędzania czasu wolnego przez pokolenia zarówno ludzi młodych, jak i seniorów.

Międzypokoleniowo o krajoznawstwie w Polskim Towarzystwie Krajoznawczym

Jednym z głównych celów ideowych Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego⁷ było pokazanie, zwłaszcza młodzieży, piękna ziemi ojczystej, by w ten nieco zakamuflowany sposób budzić w społeczeństwie umiłowanie kraju, jego historycznego dorobku, rozwijać patriotyzm. Cel ten najlepiej oddaje naczelną dewizą Towarzystwa: „Przez poznanie kraju do jego umiłowania, przez umiłowanie do czynów ofiarnych”, która znalazła potwierdzenie w zatwierdzonej przez władzę carskie Ustawie Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego⁸. Określała ona, że celem zarejestrowanego w Warszawie PTK jest zbieranie i szerzenie wiadomości krajoznawczych oraz gromadzenie zbiorów naukowych, organizowanie wycieczek, tworzenie oddziałów prowincjonalnych, urządzanie wystaw, opieka nad pomnikami historii i przyrody.

Aleksander Janowski⁹ był jednym ze współzałożycieli Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego i prezesem towarzystwa w latach 1922–1929. Zajmował się badaniami polskiej emigracji w Stanach Zjednoczonych, Ameryce Południowej i na Syberii. W latach 1900–1903 opublikował czterotomowy ilustrowany przewodnik po Królestwie Polskim zatytułowany *Wycieczki po kraju*. Kupowali go nagminnie nie tylko pasjonaci turystyki, ale też i zwykli ludzie delektujący się atrakcyjnością krajoznawczą polskiej ziemi.

Odkrywając miejsca związane z jego działalnością koniecznie powinniśmy zajrzeć na Cmentarz Powązkowski w Warszawie, gdzie w Alei Zasłużonych pochowano tego wybitnego krajoznawcę. Napis na tablicy nagrobnej brzmi: „Temu, co kochał i uczył kochać Ziemię Ojczystą”. Z kolei w województwie świętokrzyskim znajduje się wiele miejsc pamięci o Janowskim. Szczególnie znana jest tablica pamiątkowa z wyrytym jego popiersiem mieszcząca się we wsi Święta Katarzyna. Miejsca te świadczą o ponadczasowych wartościach krajoznawstwa przekazywanych z pokolenia na pokolenie.

Czterysta osób „żądnych wrażeń” wypłynęło 2 czerwca 1907 r. statkami z przystani na Powiślu w kierunku Puszczy Kampinoskiej. Prowadzili grupę Aleksander Janowski oraz Kazimierz Kulwieć¹⁰, główni inicjatorzy powstania PTK.

⁷ Koncepcja założenia w Warszawie na terenie Królestwa Kongresowego organizacji krajoznawczej nie była nowa, bowiem w Galicji już od 1873 r. działało Towarzystwo Tatrzańskie o założeniach wybitnie krajoznawczych.

⁸ Pełniącą funkcję Statutu PTK.

⁹ Aleksander Janowski (1866–1944) – urzędnik kolejowy, oświatowiec, organizator wycieczek, popularyzator krajoznawstwa, pisarz, prelegent, publicysta, podróżnik, miłośnik i znawca dzieł sztuki, działacz kilku stowarzyszeń społecznych, współzałożyciel i wybitny aktywista Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego.

¹⁰ Kulwieć Kazimierz (1871–1943) to jeden z założycieli Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego – przyrodnik, pedagog, społecznik i publicysta, wydawca i redaktor „Ziemi”. Założył w 1906 r. bibliotekę PTK, której przekazał znaczną część swoich zbiorów, a która funkcjonuje do chwili obecnej jako Centralna Biblioteka PTTK im. Kazimierza Kulwiecia w Warszawie Uroczyste nadanie imienia Bibliotece odbyło się w czasie sesji krajoznaw-

I wszystko było tak dobrze, tak swojsko! Młodzież i starsi, chłopcy i dziewczęta, ludzie różnego stanu i zawodu, wszyscy czuli się tylko dziećmi jednej ziemi, którą tu poznać przyszli (Janowski 1907).

Dzisiaj moglibyśmy to określić jako promowanie oddolnych, obywatelskich inicjatyw ukierunkowanych na umocnienie solidarności międzypokoleniowej (młodzież i starsi), w tym również poprzez umocnienie poczucia przynależności do „małej ojczyzny” (dzieci „jednej ziemi”), czy świadomości innych grup wiekowych.

Jak wynika z opisów, które zachowały się z tego wydarzenia, grupa wycieczki liczyła 387 osób. Towarzyszyły jej również furmanki wiozące bagaż uczestników. Panie wystrojone w eleganckie suknie z długimi ogonami, osłaniały twarze kolorowymi parasolkami. Całe wydarzenie zostało opisane w ilustrowanym tygodniku „Świat” poświęconym literaturze, sztuce i życiu społecznym Warszawy¹¹.

Pięćdziesiąt lat po tym wydarzeniu (w 1957 r.) Mieczysław Orłowicz¹² wraz z komitetem jubileuszowym przygotował wycieczkę historycznym szlakiem. Od tamtej pory co 10 lat organizowane są przez Oddział Stołeczny PTTK w Warszawie im. A. Janowskiego wędrówki szlakiem pierwszej wycieczki nizinnej, w których bardzo chętnie uczestniczą wielopokoleniowe grupy turystów pieszych nie tylko z Mazowsza, ale i całego kraju. W Starej Dąbrowie w 80. rocznicę pierwszej wycieczki z inicjatywy wyżej wymienionego Oddziału ustawiono głaz wraz z tablicą upamiętniającą to wydarzenie. Z kolei w ramach obchodów 100. rocznicy zorganizowania pierwszej wycieczki Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego obok głazu zasadzono trzy dęby. W nawiązaniu do symboliki odznaki organizacyjnej PTK nadano im imiona: Kraków, Poznań, Warszawa¹³. Drzewa posadzili przedstawiciele tych trzech środowisk turystyczno-krajoznawczych w towarzystwie wielopokoleniowej grupy turystów pieszych z całego kraju.

Krajoznawstwo propagowane przez Janowskiego, Kulwiecicia, Orłowicza ewaluowało, zmieniała się historia kraju, realia i rzeczywistość. W życiu kolejnych pokoleń powstawały nieustanne interakcje o charakterze wielopokoleniowym. Jednak główne przesłanie krajoznawstwa: „ukochanie ziemi” – przetrwało do dnia dzisiejszego. O krajoznawstwie w 1970 r. pisano:

jest ruchem społecznym jednoczącym młodych i dorosłych, rozwija się w oparciu o różne formy turystyki czynne uprawiane przez krajoznawców, dąży do groma-

czo-historycznej poświęconej jubileuszowi 75-lecia „Ziemi” w 1986 r.

¹¹ <http://www.kampinoski-pn.gov.pl/turystyka/historia-turystyki-w-kpn/>; 09.2014.

¹² Orłowicz Mieczysław (1881–1959) – jeden z najwybitniejszych polskich działaczy turystycznych i krajoznawczych. Założyciel (1906), prezes (1906–1911) i prezes honorowy Akademickiego Klubu Turystycznego we Lwowie. Aktywnie współkierował Polskim Towarzystwem Tatrzańskim, Polskim Towarzystwem Krajoznawczym i Polskim Towarzystwem Turystyczno-Krajoznawczym. W latach 1932–1939 i 1945–1952 był kierownikiem w Wydziale Turystyki Ministerstwa Komunikacji. Opublikował szereg artykułów, notatek, recenzji na tematy turystyki i krajoznawstwa oraz przede wszystkim ok. 100 przewodników i informatorów turystycznych. Imię Orłowicza noszą liczne obiekty turystyczne, szlaki, domy turysty, a także ulice.

¹³ Herby tych miast były w znaku PTK i symbolizowały one trzy rozbiory.

dzenia i upowszechnienia wiedzy o kraju ojczystym oraz utrwalania i pomnażania jego zasobów przyrody i kultury¹⁴.

Na Kongresie Krajoznawstwa Polskiego, który w 1970 r. odbył się w Płocku, podkreślano, że krajoznawstwo jest to czynne uprawianie turystyki połączone z poznawaniem kraju, co stanowi nieodłączny element misji Towarzystwa przekazywanej z pokolenia na pokolenie.

Niemal 40 lat później Z. Kruczek, A. Kurek i M. Nowacki (2007) uznali, że krajoznawstwo:

jest wielostronną (kompleksową) znajomością kraju, jego przeszłości, teraźniejszości i przyszłości ze szczególnym uwzględnieniem własnego regionu, którą osiąga się i rozwija, zarówno indywidualnie, jak i zespołowo w czasie wycieczek po kraju oraz uzupełnia literaturą i innymi środkami (Kruczek, Kurek, Nowacki 2007).

Wyraźnie podkreślili więc, że krajoznawstwo odnosi się do przeszłości, teraźniejszości i przyszłości, a to świadczy o przekazie informacji o kraju między pokoleniami.

Emocjonalne i intelektualne zaangażowanie w krajoznawstwo prowadzi do ugruntowania postaw patriotycznych i solidarnościowych (poczucia więzi społecznej i wspólnoty kulturowej), a realizacja zadań krajoznawczych w środowiskach młodzieżowych prowadzi do ugruntowania u niej pozytywnych postaw, a przez to – osiągnięcia właściwych efektów wychowawczych, w tym podstaw do tworzenia więzi międzypokoleniowych. Coraz ważniejsze staje się, aby wzorce turystyki z przeszłości budować w teraźniejszości dla przyszłości. Bardzo ciekawie ujął to E. Wieczorek (2002)¹⁵:

Pionierski okres krajoznawstwa polskiego w PTK trwał bardzo krótko – od powstania w 1906 r. do wybuchu I wojny światowej, ale owo „budowanie Polski” wbrew zaborczej rzeczywistości, owocuje do dzisiaj: wszystko, czym współcześnie zajmujemy się prowadząc prace krajoznawcze, tkwi korzeniami w tamym pionierskim okresie PTK. [...] Pierwsze lata po II wojnie światowej były kontynuacją programu i metod pracy krajoznawczej prowadzonej od początku XX w., tyle że w zmienionych warunkach ustrojowych, terytorialnych, przy ogromnych migracjach ludności. Jeszcze raz krajoznawcze metody okazały się przydatne przy odradzaniu się narodu do życia, zaś szczególną rolę PTK odegrało w przybliżeniu społeczeństwu Ziemi Zachodnich i Północnych. W nowocześnie pojmowanym regionalizmie niezbędne jest kształtowanie świadomości regionalnej jak najszerzych kręgów społeczeństwa, poczynając od najmłodszych pokoleń, aż do osiągnięcia poziomu tożsamości regionalnej – czyli identyfikacji swoich osobistych spraw ze sprawami regionu (Wieczorek 2002).

Idea krajoznawstwa, tak mocno akcentowana w różnych działaniach Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego od początku XX w., ma swoje odniesienie w działaniach podejmowanych przez Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze.

¹⁴ Ogólnopolski Program Krajoznawczy, 1970, „Ziemia” PTTK, Warszawa; www.pttk.pl/kznw/kongres; 09.2014.

¹⁵ Referat wygłoszony 16.03.2002 r. w Katowicach w czasie seminarium metodycznego przed konferencją „Górny Śląsk w XX wieku”, http://khit.pttk.pl/index.php?co=tx_krajoznawstwo; 09.2014.

Działania Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego na rzecz wzmocnienia relacji turystyka – rodzina

Wspólne wędrowanie różnych pokoleń od zarania wpisane jest w działalność Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego¹⁶. Ludzie z PTTK tworzyli więzi, zbiorowiska i skupiska, które umożliwiały nie tylko działanie, ale – co dla tej rzeczywistości nie mniej ważne – warunki do popularyzowania dorobku z przeszłości. Od powstania w 1950 r. PTTK rozwija i upowszechnia krajoznawstwo i turystykę kwalifikowaną we wszystkich jej formach. Towarzystwo wypracowało i upowszechniło krajoznawczy program turystyki związany z poznawaniem Ojczyzny, ochroną przyrody, krajobrazu i zabytków.

Turystyka i krajoznawstwo są częścią kultury społecznej – dorobku duchowego i materialnego wielu grup społecznych. W tym rozumieniu występuje ona m.in. w Polskim Towarzystwie Turystyczno-Krajoznawczym, organizacji, która, na długie lata stała się w Polsce wiodącą w swej specjalności. Towarzystwo jako jedna z niewielu organizacji pozarządowych w Polsce ma wieloletnie doświadczenie w podejmowaniu zadań adresowanych do wielopokoleniowego społeczeństwa.

W Polsce powojennej na politykę ekonomiczną i społeczną wpływ miały przede wszystkim przeobrażenia polityczne i gospodarcze, jakie zachodziły po II wojnie światowej. To one wyznaczyły miejsce i rangę turystyki oraz wypoczynku po pracy w polityce społecznej państwa, gdzie konstytucja gwarantowała prawo obywateli do wypoczynku (Śledzińska, Włodarczyk, red. 2011).

Zasadniczą sprawą jest to, że PTTK zapisało się i zapisuje się w życiorysach milionów Polaków, którzy będąc członkami Towarzystwa albo uczestnikami jego imprez, zawdzięczają głównie jemu zapoznanie się z turystyką, w tym kwalifikowaną i krajoznawczą, a potem możliwość pogłębiania odkrytych pasji, rozwijania zainteresowań, budowania sposobu na życie. Jeśli więc szukać odniesienia w relacji Człowiek – Towarzystwo, to jest w nim dobra obecność w PTTK w ludzkiej i społecznej świadomości związana z aprobatą założeń programowych Towarzystwa i sposobem ich realizacji (Gordon 1999).

Relacje między „młodymi” a „starszymi”, bardziej doświadczonymi i początkującymi, nie są jednostronne, ale zachodzą w obu kierunkach w różnych aspektach i na wielu płaszczyznach. Jest to niezwykle ciekawy temat do badań i analiz zarówno na gruncie praktycznym, jak i naukowym. Szczególnie dobrym poligonem badawczym mogą w tym względzie okazać się wielopokoleniowe rodziny o udokumentowanych tradycjach turystycznych, a nie mniej interesujące mogą być doświadczenia związane np. z działalnością towarzystw turystycznych, organizacji społecznych czy relacji sąsiedzkich.

¹⁶ Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze zrzeszało na koniec 2013 r. blisko 70 tys. członków. Działają oni w ponad 2 tys. kół i klubów PTTK. Koła i kluby tworzą Oddziały PTTK – terenowe jednostki Towarzystwa posiadające osobowość prawną. Obecnie w Polsce działa około 300 oddziałów PTTK.

W roku 2014 Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze ustanowiło hasło programowe „Turystyka łączy pokolenia”. Głównym celem działań promujących to hasło było wytworzenie więzi międzypokoleniowej w rodzinie, aktywizacja seniorów oraz integracja międzypokoleniowa poprzez turystykę.



Fot. 1. Ulotka promująca hasło „Turystyka łączy pokolenia” i akcję „Wędruj z nami”. Źródło: archiwum PTTK

Wśród najważniejszych działań o zasięgu ogólnopolskim podjętych przez PTTK w ramach realizacji zadania „Turystyka łączy pokolenia”¹⁷ należy wymienić:

- akcję „Wędrujemy razem”,
- ogólnopolski konkurs „Turystyczna rodzinka”,
- akcję „Międzypokoleniowa sztafeta turystyczna”,
- konferencję popularnonaukową „Międzypokoleniowe aspekty turystyki”.

Poszczególne przedsięwzięcia zwracały uwagę na relacje między dziadkami a wnukami jako istotną stronę życia rodzinnego, zwłaszcza, że właśnie w tych relacjach tkwią ogromne niewykorzystane rezerwy w budowaniu więzi międzypokoleniowej. Rodzina jest pierwszą sferą oddziaływania na siebie różnych pokoleń. To właśnie w rodzinie wszyscy starają się angażować w sprawy swoich bliskich i dzielą się sukcesami tego zaangażowania. Dziadkowie mogą być dla rodziny prawdziwym skarbem; to oni kształtują poczucie trwałości rodziny,

¹⁷ Realizacja zadania była możliwa dzięki pozyskaniu środków finansowych z Ministerstwa Sportu i Turystyki.

obdarzają wnuków zainteresowaniem i akceptacją, których, zdarza się, brakuje dzieciom ze strony rodziców. Wolny czas, którym dysponują dziadkowie, zaangażowanie w życie rodziny i doświadczenie życiowe sprzyjają przełamywaniu barier komunikacyjnych, wyciszają lęki dzieci po porażkach, stwarzają atmosferę wzajemnego zrozumienia, tolerancji, solidarności i lojalności. W kontaktach dziadków z wnukami realizują się przyjaźnie, partnerstwo i dialog.

Akcja „Wędrujemy razem” (fot. 1) skierowana była do organizacji, instytucji i placówek oświatowych, a także do oddziałów PTTK, które zadeklarowały chęć zorganizowania w okresie od kwietnia do września 2014 r. co najmniej trzech imprez turystycznych integrujących turystów w różnym wieku. Do akcji zgłosiło się 36 środowisk, które zorganizowały 165 imprez dla 17 548 osób¹⁸.

Rodzinne uprawianie turystyki, rekreacji i sportu, oprócz wspólnej troski o zdrowie i kondycję fizyczną, ściśle wiąże się z budowaniem i wzmacnianiem więzi w rodzinie, pogłębianiem wzajemnych relacji oraz kształtowaniem cech i postaw pożądaných w życiu rodzinnym i społecznym, w tym wielopokoleniowych. Szczególną formą aktywności ruchowej, w której może uczestniczyć cała wielopokoleniowa rodzina, są różne formy turystyki aktywnej i kwalifikowanej proponowane przez PTTK. Ogólnopolski konkurs „Turystyczna rodzinka” przeprowadzono po raz czwarty. Tym razem skierowano go do wielopokoleniowych rodzin. Aby wziąć udział w konkursie każda rodzina musiała odbyć osiem wycieczek (w tym cztery po własnym województwie). Do udziału w konkursie zgłosiły się 252 rodziny (1079 osób) ze 139 miejscowości.

„Międzypokoleniowa sztafeta turystyczna” to akcja skierowana do wszystkich oddziałów PTTK, a także zainteresowanych środowisk: od przedszkola, przez szkoły, po kluby seniorów. Do udziału w akcji zaproszono dzieci, młodzież i seniorów – tych bardziej i mniej sprawnych. Nadrzędny cel akcji to pokazanie społeczeństwu, że turystyka jest dla wszystkich i wspaniale łączy pokolenia na turystycznym szlaku.

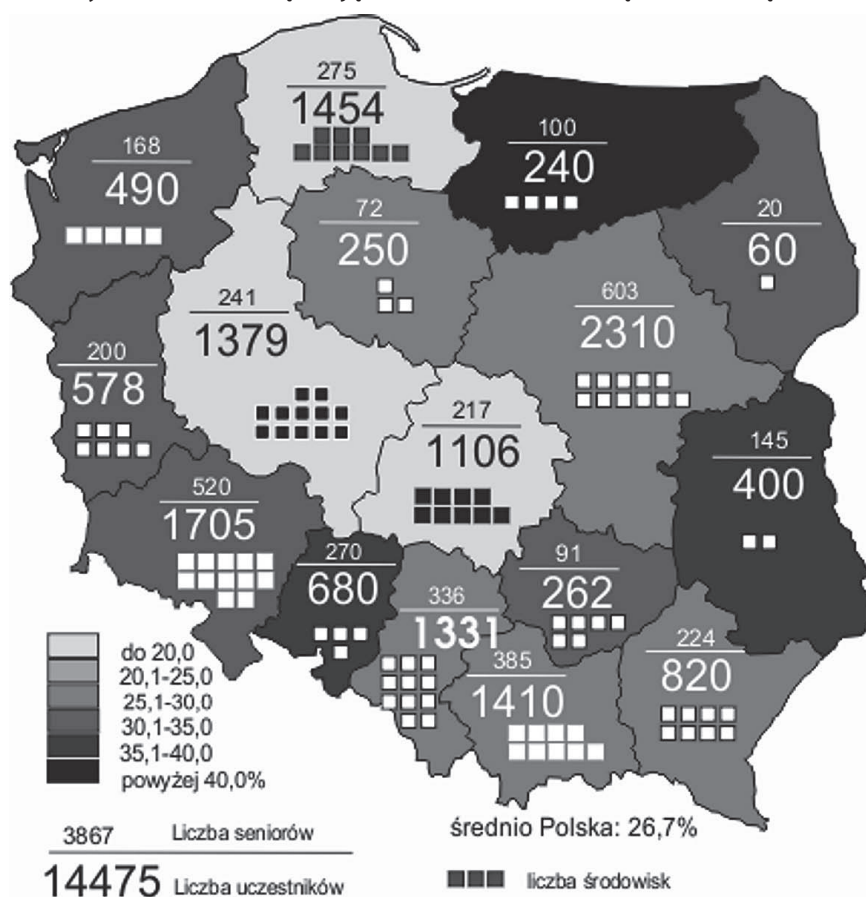
W dniu 20 września, o godzinie 10.00 w 89 miejscowościach (111 środowisk) na turystyczne szlaki wyruszyło 14 475 osób, w tym 3867 seniorów (rys. 1). Zainteresowanie sztafetą w poszczególnych województwach było zróżnicowane. Największą liczbę uczestników i środowisk biorących udział w akcji wykazały środowiska województwa mazowieckiego i dolnośląskiego, najmniejszą – podlaskie, gdzie zgłosiło się do akcji tylko jedno środowisko. Również liczba osób starszych biorących udział w „Międzypokoleniowej sztafecie” jest bardzo zróżnicowana i z pewnością zależy od wielu czynników, które wymagałyby dalszych pogłębionych badań i analiz.

Tak pozytywny i liczny odzew na wspólne wędrowanie sprawił, że PTTK wpisało to przedsięwzięcie na stałe do ogólnopolskiego kalendarza imprez. Data wrześniowa nawiązuje do obchodów Światowego Dnia Turystyki i Tygodnia Turystyki Młodzieży. W 2015 r. akcja zostanie zorganizowana 26 września.

Uprawianie turystyki powoduje zmiany w świadomości społecznej i w systemie wartości oraz rozszerzenie horyzontów myślowych. Krajoznawstwo wy-

¹⁸ Archiwum projektu (na podstawie sprawozdań i kart zgłoszeń).

tworzą bliskie więzi ze środowiskiem lokalnym i pozwala na zrozumienie różnorodnych przynależności człowieka. Rozwijają wartości rodzinne, które związane są z wartościami kulturowymi wspólnoty lokalnej. Wiedza o własnym regionie jest podstawą akceptacji dziedzictwa kulturowego każdej grupy społecznej: dzieci, młodzieży i seniorów. To z kolei jest drogą do poznawania innych kultur. Turystyka i krajoznawstwo są doskonałą lekcją tolerancji (dzieci-seniorzy), odmienności kulturowej i życzliwości dla drugiego człowieka. Służą rozwijaniu postaw patriotycznych, budzą zainteresowanie światem, wdrażają do przestrzegania zasad ochrony środowiska, zwiększają zainteresowanie własną tożsamością.



Rys. 1. Udział seniorów w ogólnopolskiej akcji „Międzypokoleniowa sztafeta turystyczna” według województw w 2014 r.
Źródło: opracowanie autorki na podstawie statystyki PTTK

Niezwykle ważnym działaniem zrealizowanym przez PTTK w ramach realizacji zadania „Turystyka łączy pokolenia” była ogólnopolska konferencja popularnonaukowa „Międzypokoleniowe aspekty turystyki”. Wzięło w niej udział 80 osób z całej Polski. Zorganizowane w pięknej scenarii Tatr na Kalatówkach forum

było okazją do porównania dorobku teoretycznego z działaniami praktycznymi związanymi z wielopokoleniowym aspektem realizowanych aktywności turystycznych. Trwałym efektem konferencji jest publikacja „Międzypokoleniowe aspekty turystyki” dostępna w bibliotekach uczelni wyższych, Regionalnych Pracowniach Krajoznawczych i oddziałów PTTK na terenie kraju.

Podsumowanie

Żyjemy w czasach, w których mamy coraz mniej okazji do kontaktów z ludźmi starszymi. Znikają rodziny wielopokoleniowe. A przecież rodzina jest pierwszą sferą oddziaływania na siebie różnych pokoleń, w tym w sferze turystyki. Wydłużanie się trwania życia samoczynnie prowadzi do zwiększonej częstości występowania **wielopokoleniowości**. Z kolei zmiany cywilizacyjne, socjoekonomiczne i kulturowe przyniosły przemiany relacji **międzypokoleniowych**.

Powinniśmy – jak sądzę – nie tylko kultywować, ale i promieniować wartościami. Mówić o tym, jak ważny jest Człowiek, jak kochana jest Polska, jak smakuje turystyczna wyrypa i jak śpiewa krajoznawcze odkrycie. To nasza powinność – wobec przeszłości, dnia dzisiejszego i jutra. Wędrowanie w naszym wydaniu jest czymś dużo większym niż przemierzanie kilometrów czy mil. W naszym wędrowaniu przemieszczają się w nas miejsca i regiony, ludzie, z którymi wędrujemy i ci, których spotykamy (Gordon 2014).

Świat zmienia się na tyle szybko, że wiedza gromadzona przez całe życie szybko się dezaktualizuje, jednak nie dotyczy to wzorców turystyki aktywnej wypracowanych przez Polskie Towarzystwo Tatrzańskie i Polskie Towarzystwo Krajoznawcze kontynuowanych z dużym powodzeniem od ponad 60 lat przez Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze. Wędrowanie rodzi odpowiedzialność. Nie tylko za siebie, ale za wspólnotę, i tę obecną, i tę przyszłą.

Hasło „Turystyka łączy pokolenia” przyjęte jako przewodnie przez PTTK na rok 2014 podkreślało potrzebę budowania więzi międzypokoleniowych polskiej rodziny poprzez aktywną turystykę i krajoznawstwo, a także możliwość podtrzymywania więzi społecznych i komunikacji międzyludzkich za sprawą kontaktów seniorów z dziećmi i młodzieżą. Należałoby takie zadania kontynuować w przyszłości. Dzięki nim proces międzypokoleniowego przekazywania tradycji wędrowania będzie zapisywał kolejne karty historii turystyki.

Bibliografia

- Badowski R. (red), 2007, *Starość i młodość. Szkice o polityce, społeczeństwie i kulturze*, AGH, Kraków.
- Dialog międzypokoleniowy. Między ideą a praktyką. Inspiracje*, 2013, „Biuletyn Rzecznika Praw Obywatelskich” 2013, nr 8, Zasada równego traktowania. Prawo i praktyka, nr 10, Warszawa.
- Encyklopedia PWN*, 1999, PWN, Warszawa.
- Gordon A., 1999, *Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze przed pięćdziesięcioleciem połączenia Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego i Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego*, „Ziemia”, PTTK, Warszawa.

- Gordon A., 2014, *Gościniec* 1(47), Warszawa.
- Janowski A., 1907, *Rocznik Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego*, Warszawa.
- Kruczek Z., Kurek A., Nowacki M., 2007, *Krajoznawstwo. Teoria i metodyka*, Proksenia, Kraków.
- Krygowski W., 1938, *Polskie Towarzystwo Tatrzańskie. Refleksje – fakty – zadania*, „Wierchy”.
- Krygowski W., 1988, *Dzieje Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego*, PTTK „Kraj”, Warszawa–Kraków.
- Matuszczyk A., 2012, *Władysław Krygowski – żył dla gór*, „Małopolska – regiony, regionalizmy, małe ojczyzny”, t. XIV, Kraków.
- Matuszczyk A., 2012, *Góry sprzed lat – moje wspomnienia 1959–1972*, cz. I, Kraków.
- Niezabitowski M., 2010, *Integracja pokoleń w perspektywie socjologicznej*, [w:] B. Bugajska (red.), *Młodość i starość. Integracja pokoleń*, Szczecin.
- Ogólnopolski program krajoznawczy*, 1970, „Ziemia”, PTTK, Warszawa.
- Staffa M., 1988, *Koniec epoki (Władysław Krygowski 28 I 1906 – 4 IV 1998)*, „Na Szlaku”, nr 4, Wrocław.
- Sztompka P., 2003, *Socjologia. Analiza społeczna*, Kraków, ss. 196.
- Śledzińska J. Włodarczyk B. (red.), 2011, *Tradycje turystyki rodzinnej w Polskim Towarzystwie Turystyczno-Krajoznawczym*, [w:] *Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne*, Wyd. PTTK „Kraj”, Warszawa.
- Śledzińska J., 2012, *Wędruj z nami – sukces ogólnopolskich akcji PTTK*, [w:] *Turystyka – moda na sukces*, „Warsztaty z Geografii Turyzmu”, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Wieczorek E., 2002, *Krajoznawstwo nauką w służbie badania przestrzeni*, Komisja Historii i Tradycji Zarządu Głównego PTTK, Warszawa.
- Wójcik W.A., 2008, *Władysław Krygowski*, COTG, Kraków.
- http://khit.pttk.pl/index.php?co=tx_bio_wk; 09.2014.
- <http://www.brpo.gov.pl/sites/default/files/Biuletyn%20Rzecznika%20Praw%20Obywatelskich%202013,%20Nr%208%20C5%B9%C3%B3d%C5%82a.pdf>; 09.2014.
- <http://gialova.blogspot.com/2014/09/swieta-katarzyna.html>; 09.2014.
- <http://www.kampinoski-pn.gov.pl/turystyka/historia-turystyki-w-kpn>; 09.2014.
- <http://przystan.wbp.kielce.pl/ksiazka/z-regionalnej-polki/2792-wycieczki-po-kraju--aleksander-janowski-recenzja>; 09.2014.
- <http://www.pttk.pl/kznw/kongres/>; 09.2014.



W trakcie ogólnopolskiej konferencji popularnonaukowej „Międzypokoleniowe aspekty turystyki”, Kalatówki 22-24.09.2014 r., referat wygłasza jej rrganizorka, Jolanta Śledzińska, fot. Elżbieta Matusiak-Gordon

Joanna Kowalczyk-Anioł
Ewa Szafrńska
Bogdan Włodarczyk
Uniwersytet Łódzki
Instytut Geografii Miast i Turyzmu

DIALOG

MIĘDZYPOKOLENIOWY

W TURYSTYCE

Wprowadzenie

Druga połowa XX oraz początek XXI w. to okres wchodzenia wielu krajów europejskich, w tym Polski, w fazę rozwoju określaną jako drugie przejście demograficzne, związaną ze znaczącym przyrostem liczby i udziału osób starszych w społeczeństwie (Okólski 2005). Okres ten charakteryzuje się także gwałtownym przyspieszeniem przemian cywilizacyjnych, które istotnie zmodyfikowały dotychczasowe tradycyjne relacje międzyludzkie, w tym relacje pomiędzy pokoleniami. Inną ważną cechą współczesnego społeczeństwa jest zmiana podejścia do turystyki. Z elitarnej stała się ona powszechną formą spędzania czasu wolnego, z widocznym, zwłaszcza w ujęciu pokoleniowym (Kowalczyk-Anioł 2007), coraz wyższym poziomem uczestnictwa w niej. Pojawiają się także nowe formy turystyki i aktywności rekreacyjnej wynikające z nowych potrzeb poznawczych (np. turystyka kulinarna) czy uwarunkowań zdrowotnych lub mody (np. *nordic walking*).

Relacje międzypokoleniowe, w tym różne ich formy (np. dialog, konflikt), są zjawiskiem obszernie analizowanym w naukach społecznych, zarówno w skali makro- – całych społeczeństw, jak i mikrospołecznej – z perspektywy jednostek (Wrzesień 2000). W literaturze brak jest jednak opracowań dotyczących dialogu międzypokoleniowego w turystyce. Co zatem skłoniło autorów do zajęcia się tym zagadnieniem? Punkt wyjścia do dalszych rozważań stanowi istota zjawiska, jakim jest współczesna turystyka. Zdaniem autorów turystyka jako zjawisko ma liczne cechy, które *a natura rei* ułatwiają kontakt i dialog międzypokoleniowy. Należą do nich: wspomnianą już wcześniej powszechność (wyrażana nie tylko skalą uczestnictwa w turystyce, ale też mobilnością dającą nowe możliwości nawiązania kontaktów), dobrowolność uczestnictwa, autoteliczność, „odświeżenie” doświadczenia oraz przyjazność i otwartość.

Celem pracy jest przedstawienie szczególnej formy relacji międzypokoleniowej, tj. dialogu w sferze życia społecznego, jaką jest turystyka, poprzez określenie istoty tak rozumianego dialogu, wynikających z niego korzyści oraz jego barier. Na użytek niniejszej pracy przyjęto, że turystyka, a w szczególności uczestnictwo w niej, jest jedną z ważnych płaszczyzn dialogu międzypokoleniowego oraz że istnieje potrzeba takiego dialogu.

Pokolenie i dialog międzypokoleniowy – podejścia i definicje

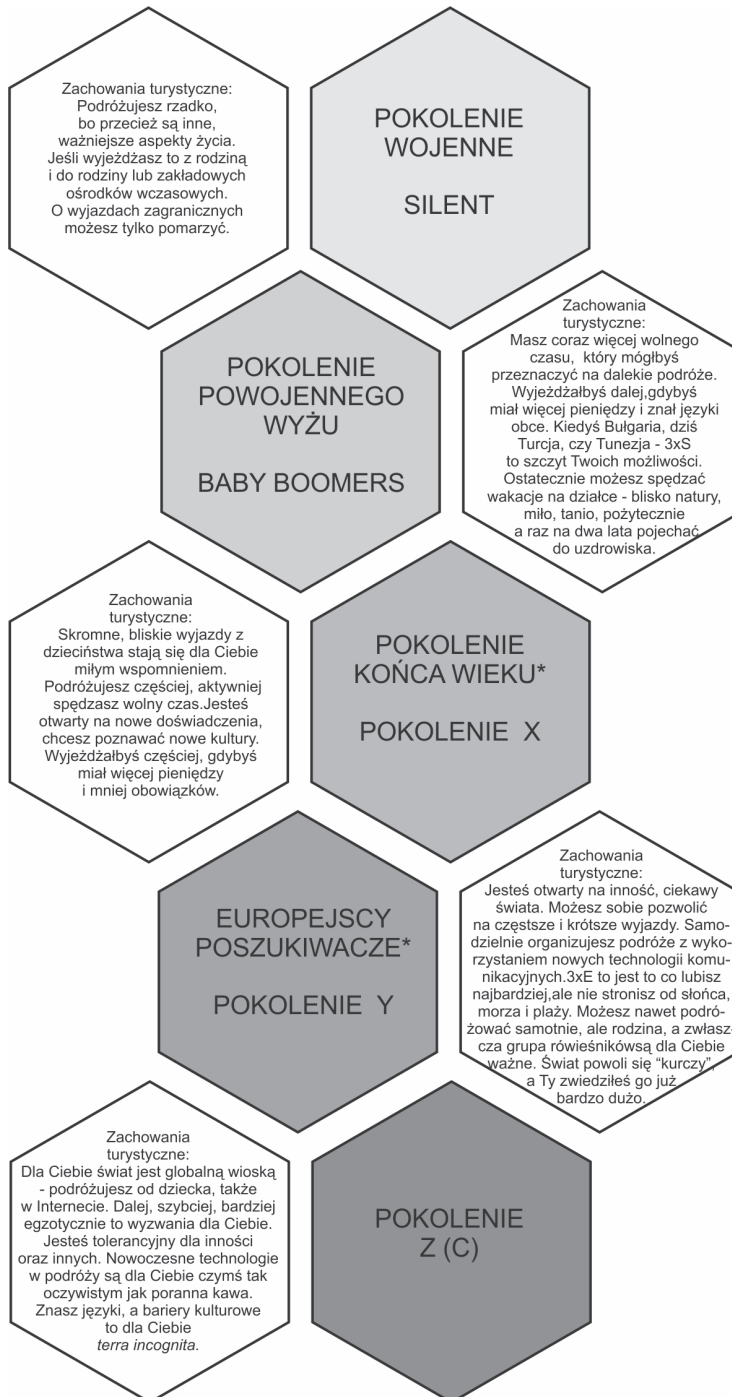
W literaturze przedmiotu występują co najmniej cztery podejścia w definiowaniu pojęcia „pokolenie” (Szukalski 2010):

- **antropologiczne**, w którym termin ten oznacza ogół spokrewnionych ze sobą osób posiadających wspólnego przodka, oddalonego o taką samą dla wszystkich osób wchodzących w skład pokolenia liczbę ogniw łańcucha genealogicznego. Z tym znaczeniem spotykamy się analizując życie rodzinne, gdzie pokolenie to ogół osób posiadających wspólnego rodzica, dziadka czy pradziadka (niezależnie od wieku);
- **demograficzne**, zgodnie z którym pokolenie to grupa osób w zbliżonym wieku lub urodzonych w tym samym okresie, z reguły analizowanym z punktu widzenia 5 lub 10 lat;
- **ekonomiczne**, gdzie kryterium wyodrębniającym pokolenie jest potencjalna aktywność zawodowa grupy w określonym wieku: przedprodukcyjnym, produkcyjnym i poprodukcyjnym;
- podejście związane z **polityką społeczną**, które pozwala na wydzielenie docelowych grup owej polityki, czyli osób w zbliżonym wieku mających podobne potrzeby i takie same uprawnienia do różnego typu świadczeń społecznych (np. seniorzy, rodzice małych dzieci itp.).

Według przyjętej na użytek niniejszego opracowania definicji socjologicznej, która uwzględnia co najmniej trzy z wymienionych perspektyw (antropologiczną, demograficzną i ekonomiczną), pokolenie to ogół jednostek urodzonych i żyjących w tym samym czasie. O przynależności do tak rozumianego pokolenia decyduje nie tylko rok urodzenia, lecz także wspólnota doświadczeń kształtowanych przez konkretne społeczeństwo (Giddens 2012, s. 1084). W tym znaczeniu pojęcie „pokolenie” można używać zamiennie z pojęciem „generacja” (Giddens 2012).

Ważną cechą współczesnych pokoleń, głównie na skutek przyspieszenia zmian cywilizacyjnych, zwłaszcza technologicznych, jest coraz szybsza ich identyfikacja. Jak twierdzą socjologowie, wcześniej pokolenia zmieniały się co 25–30 lat, a dziś wyróżnia się je ze znacznie większą częstotliwością (nawet dekady), co sprawia, że obok siebie żyją przedstawiciele pokolenia powojennego wyżu, tzw. *baby boomers*, oraz pokolenia określane jako X, Y, C¹ (Jurzysta, Staroń 2013, Kowalczyk-Anioł 2013). Sytuacja taka, kiedy kolejne generacje nie zastępują się, ale żyją obok, tworzy specyficzną mozaikę pokoleń (rys. 1).

¹ Pokolenie C określane też jako Z (m.in. Pendergast 2010).



Rys. 1. Mozaika pokoleń. Źródło: www.rpo.gov.pl

W niniejszej pracy uwzględniono także rozumienie pokolenia wyodrębnione w oparciu o pełnione funkcje społeczne, w tym głównie funkcje rodzinne, wśród których wydziela się pokolenie dziadków, rodziców i wnuków. Kryterium to definiuje grupy pokoleniowe nie tylko ze względu na odgrywane role rodzinne, ale także ze względu na określony etap cyklu życia, który wiąże się z wielkością zasobów czasu wolnego – pojęcia nieodłącznie związanego z turystyką. Czas wolny, który mają do swej dyspozycji dziadkowie (jeśli są emerytami), jest to tzw. czas wolny życiowy, związany z etapem życia zawodowego, w jakim obecnie się znajdują. Jednocześnie, co ma istotne znaczenie, zmienia się tradycyjny model relacji międzypokoleniowych w rodzinie. Zachodzący we współczesnym świecie szybki postęp technologiczny, zwłaszcza w dostępie do informacji oraz sposobach komunikowania się, a także zmiany społeczno-kulturowe w sferze wartości sprawiły, że obecne pokolenie dziadków nie może zaoferować pokoleniu swoich dorosłych dzieci i wnuków tak wiele jak jeszcze kilkadziesiąt lat wcześniej. Może im jednak zaoferować bardzo cenną współcześnie wartość, jaką jest czas wolny.

Kolejnym ważnym pojęciem używanym w artykule jest „**dialog**”. Przyjmując za definicję słownikową, że dialog to „rozmowa między dwiema osobami lub szereg działań mających doprowadzić do porozumienia między dwiema stronami” (*Inny słownik języka polskiego* 2014, s. 267), warto podkreślić jego pozytywną wartość. Brak dialogu bowiem skutkuje albo wzajemną obojętnością albo tworzy napięcie, które w skrajnych sytuacjach równoznaczne jest z konfliktem. W opracowaniach dotyczących dialogu międzypokoleniowego wyróżnia się jego **dwie płaszczyzny**. Pierwszą jest **sfera prywatna**, utożsamiana zwykle z rodziną – i ta jest główną płaszczyzną odniesienia w niniejszym opracowaniu. Drugą jest **sfera publiczna** – obejmująca zarówno całe społeczeństwo w wymiarze globalnym (ale także krajowym, regionalnym lub lokalnym), jak i poszczególne jego organizacje oraz instytucje, które mogą mieć charakter formalny (np. ZHP, PTTK) lub nieformalny (np. lokalne grupy wzajemnej pomocy, kręgi wolontariuszy, grupy powstałe w wyniku różnych inicjatyw i programów na rzecz aktywizacji osób starszych). O ile aspekt prywatny (rodzinny) tak rozumianego dialogu jest bogato omówiony w literaturze (głównie z zakresu socjologii rodziny – W. Wrzesień 2000), o tyle publiczny został zaznaczony głównie poprzez wyzwania związane ze starzeniem się społeczeństw (Rosochacka-Gmitrzak, Chabiera, red. 2013).

Interesujące ujęcie praktycznych form dialogu międzygeneracyjnego przedstawił W. Hoff (2013). Analizując podejmowane działania w nawiązywaniu i prowadzeniu dialogu międzygeneracyjnego w krajach zachodnich zauważył, że najskuteczniej budować go wokół sprecyzowanych codziennych potrzeb poszczególnych pokoleń (dialog praktyczny), wokół tematów mających historyczny lub codzienny ładunek emocjonalny (dialog emocjonalny), w trybie zabawy (dialog oparty na zabawie) i poprzez wspólną naukę (dialog przez naukę międzypokoleniową).

Dialog międzypokoleniowy można potraktować jako swoistą formę wymiany społecznej. Wymianę tę autorzy umownie określili jako **transfer międzypokoleniowy**, rozumiany przez przekazywanie między pokoleniami posia-

danych zasobów np. informacji, wiedzy, czasu wolnego, środków finansowych, a także wartości i wzorów kształtowanych w procesie wzajemnej socjalizacji. Co ważne, z szerszej – publicznej perspektywy, transfer taki jest jednym z aspektów **solidarności międzypokoleniowej**, rozumianej jako poczucie odpowiedzialności wobec osób należących do innego pokolenia. Transfer ten odbywa się głównie w wymiarze rodzinnym oraz niektórych instytucji i organizacji, ale także w wymiarze makrospołecznym (np. systemy emerytalne), który jednak jest poza obszarem zainteresowania autorów.

Transfer międzypokoleniowy w turystyce

Uczestnictwo w turystyce wymaga określonych zasobów. Najważniejszymi są czas wolny oraz niezbędne środki finansowe. Paradoksalnie jednak posiadanie tych zasobów nie zawsze idzie w parze, a często nawet wzajemnie się wyklucza. Relacje pomiędzy tymi zasobami uzależnione są od fazy cyklu życia człowieka (rys. 2).



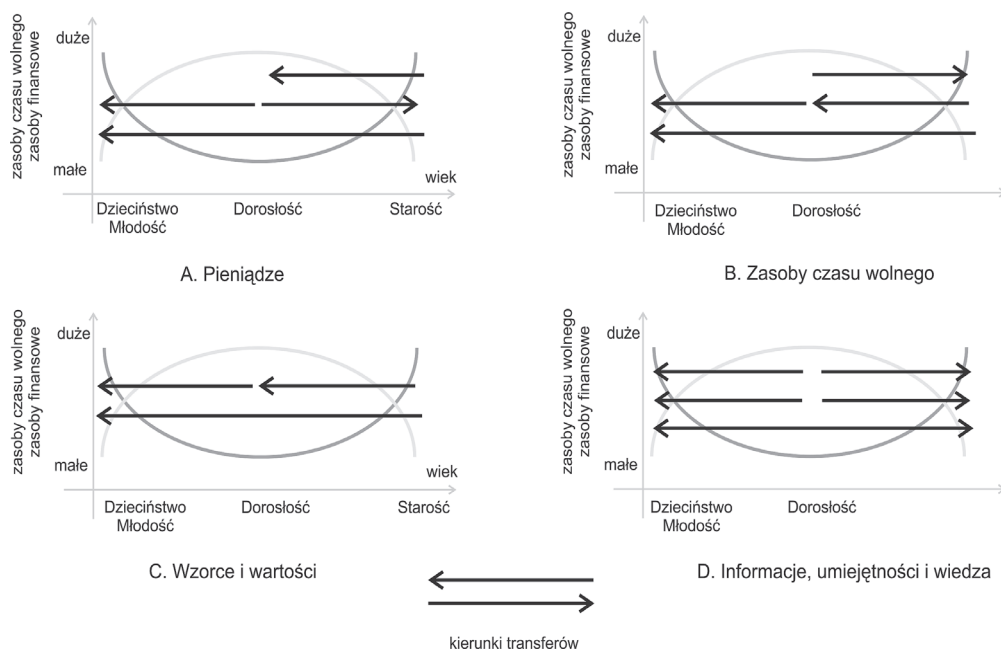
Rys. 2. Tradycyjny paradoks możliwości podejmowania aktywności turystycznej. Źródło: opracowanie autorów na podstawie C. Cooper, J. Fletcher, A. Fyall, D. Gilbert, S. Wanhill (2008)

Zasoby te mają jednak tę właściwość, że mogą podlegać przepływowi pomiędzy pokoleniami (rys. 3). Transfer ten w polskich realiach odbywa się najczęściej w sferze prywatnej (rodzinnej) na linii dzieci–rodzice–dziadkowie, ale także w sferze publicznej w instytucjach i organizacjach społecznych zarówno formalnych (np. PTTK, harcerstwo), jak i nieformalnych (m.in. grupy wolontariuszy, uczestnicy różnych programów, np. „Turystyczna rodzinka” – PTTK) (Kowalczyk-Anioł, Włodarczyk 2011).

Transfer zasobów czasu wolnego, który jest jednym z elementów dialogu międzypokoleniowego w turystyce odbywa się zwłaszcza w ramach turystyki rodzinnej, a jego przykładowe formy to:

- wyjazdy wypoczynkowe dziadków z wnukami, gdy rodzice pracują i nie dysponują czasem wolnym;
- przejmowanie przez dziadków opieki nad wnukami podczas wyjazdów turystycznych rodziców,

- wspólne wyjazdy turystyczne rodzin trzypokoleniowych, podczas których dziadkowie razem z rodzicami opiekują się wnukami;
- wyjazdy dorosłych (rzadziej wnuków) ze swoimi rodzicami;
- wakacyjne odwiedziny dziadków przez wnuki (np. jako coraz częstsza forma współczesnej turystyki polonijnej).

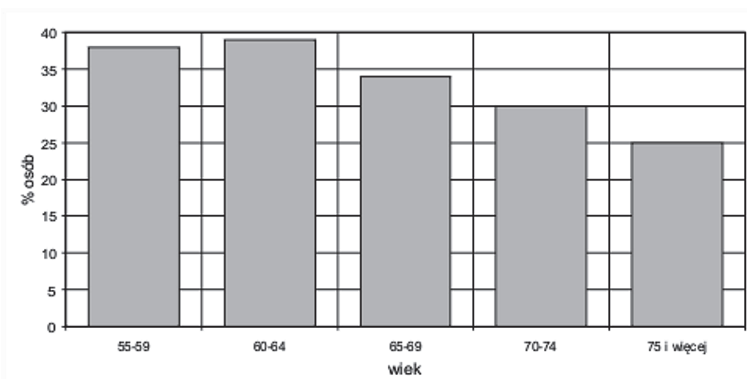


Rys. 3. Międzypokoleniowe transfery wybranych zasobów w turystyce.

Źródło: opracowanie autorów

Transfer taki może być także analizowany jako jedna z form solidarności międzypokoleniowej, ujmowanej jako poczucie wzajemnej odpowiedzialności wobec osób należących do innych generacji. Sytuacja ta często wiąże się ze wspomaganiami starszego pokolenia przez młodsze w zamian za opiekę jakiejś doświadczyło w przeszłości, w sferze turystyki jednak to pokolenie dziadków częściej jest stroną, która świadczy na rzecz młodszych pokoleń, oferując im bezpłatnie swój czas, opiekę i uwagę.

Oprócz czasu przedmiotem transferu międzypokoleniowego w turystyce mogą być **środki finansowe** wspierające aktywność turystyczną. Transfer ten może mieć kierunek dwustronny, a jego beneficjentami mogą być wszystkie pokolenia, także to najstarsze. W warunkach polskich ma to szczególnie duże znaczenie, ponieważ polscy seniorzy, w porównaniu z seniorami z innych krajów zachodnioeuropejskich, a także z innymi grupami wiekowymi Polaków, są zbiorowością, która wykazuje stosunkowo niewielką aktywność turystyczną (Śniadek 2006) spadającą wraz z wiekiem (Kowalczyk-Anioł 2013) (rys. 4).



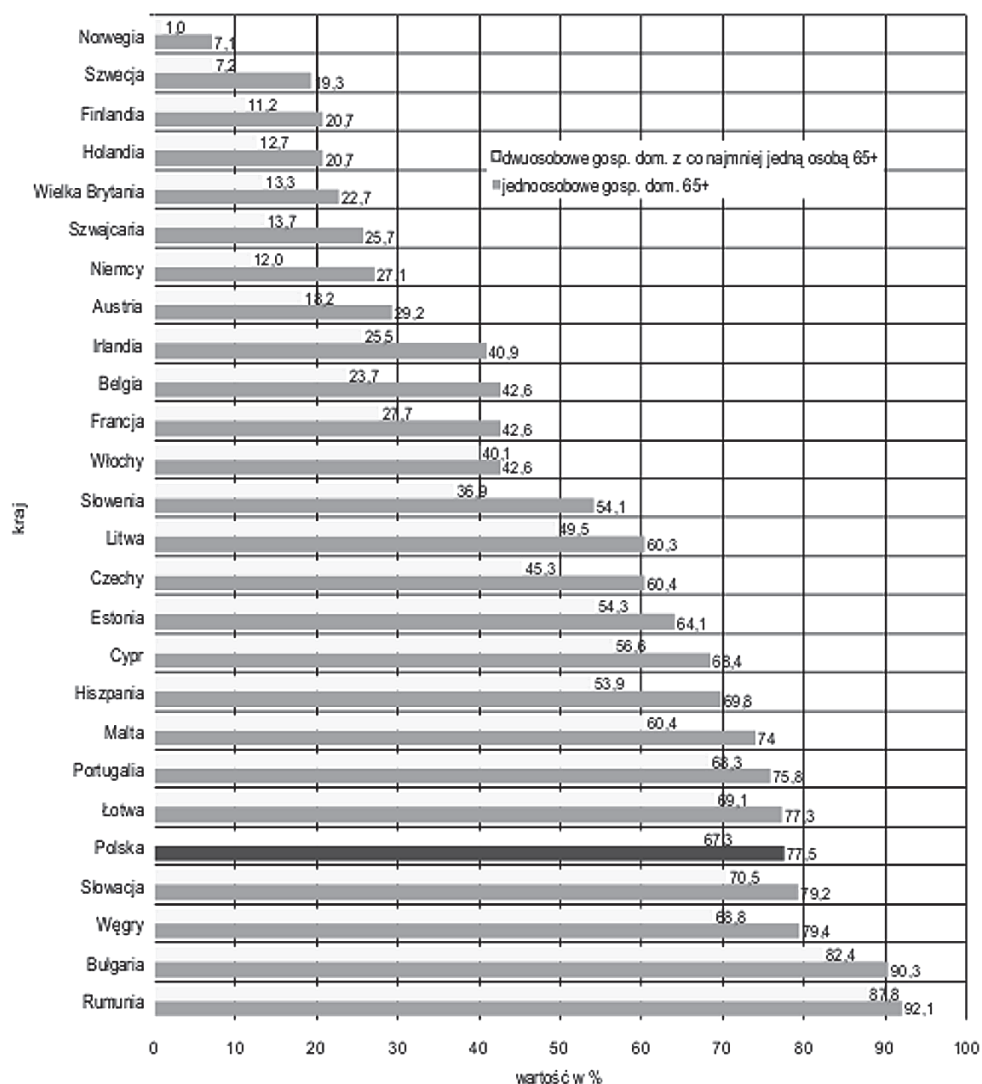
Rys. 4. Uczestnictwo w wyjazdach turystycznych Polaków w wieku 55 i więcej lat w 2010 r.

Źródło: opracowanie autorów na podstawie J. Kowalczyk-Anioł (2013, s. 143)

Jak pokazują badania, główną przyczyną tej sytuacji jest relatywnie niska siła nabywcza współczesnego polskiego seniora. Badania Eurostatu z 2012 r. pokazują, że brak ekonomicznej możliwości opłacenia tygodniowego wyjazdu wypoczynkowego raz w roku deklaruje ponad $\frac{3}{4}$ jednoosobowych gospodarstw domowych polskich seniorów i aż $\frac{2}{3}$ gospodarstw dwuosobowych, w których co najmniej jedna osoba jest w wieku 65 lat i więcej (rys. 5).

Transfer środków materialnych może mieć również kierunek odwrotny, a jego beneficjentami mogą być pokolenia najmłodsze. Współcześnie bowiem – dzięki poprawie stanu zdrowia osób starszych oraz polepszeniu ich sytuacji bytowej na skutek funkcjonowania systemu ubezpieczeń społecznych – prywatne transfery międzypokoleniowe wyraźnie zaczęto kierować ku generacjom młodym, rozpoczynającym życie, zwłaszcza dorosłe i samodzielne (Szukalski 2008). W warunkach polskich wzrostowi ważności takiej relacji na linii dziadkowie–wnuki sprzyja z jednej strony ekonomiczne uprzywilejowanie seniorów (stałe dochody w postaci emerytury), z drugiej zaś pauperyzacja rodzin z dziećmi, która sprawia, że współcześnie w wielu krajach europejskich, w tym w Polsce, jak podaje P. Szukalski (2008, s. 221), „bieda ma twarz dziecka”.

Inną ważną sferą transferu międzypokoleniowego jest **sfera wartości i wzorów**. Z cytowanych już badań (Śniadek 2006) wynika, że istotną przyczyną małej aktywności turystycznej seniorów są wyznawane przez nich wartości, wśród których turystyka oraz inne aktywności czasu wolnego zajmują odległe pozycje. Osoby należące do pokolenia II wojny światowej i czasów powojennego kryzysu ukształtowane zostały przez trudne warunki bytowe, dlatego też dla wielu przedstawicieli tej generacji turystyka to „wyrzucanie pieniędzy”, kiedy trzeba się zabezpieczyć na wypadek biedy, choroby czy konieczności opieki (Śniadek 2006). W zmianie tego podejścia ważną rolę może odgrywać transfer międzypokoleniowy. W jego wyniku relatywnie niska pozycja turystyki w systemie wartości osób starszych, zwłaszcza w stosunku do korzyści jakie można uzyskać (np. poprawa stanu zdrowia, poprawa samopoczucia, wzrost samooceny itp.) może wzrosnąć.



Rys. 5. Odsetek osób deklarujących brak ekonomicznej możliwości opłacenia tygodniowego wyjazdu wycieczkowego raz w roku w jedno- i dwuosobowych gospodarstwach domowych tworzonych przez seniorów w krajach UE, Norwegii i Szwajcarii w 2012 r.

Źródło: opracowanie autorów na podstawie Eurostat 2012

Analizując postawy pokolenia pełniącego obecnie rodzinne funkcje dziadków należy jednak pamiętać, że wśród współczesnych polskich seniorów są już dwa pokolenia – wojenne oraz *baby boomers*, o odmiennym podejściu i nawykach turystycznych (Kowalczyk-Anioł 2013) – rys.6. Młodsze pokolenie dziadków często nie potrzebuje zachęty do aktywności turystycznej, a raczej społecznego przyzwolenia na jej realizację. W takim przypadku zazwyczaj dochodzi jedynie

do transferu (wymiany) wiedzy, umiejętności oraz informacji. Przedstawiciele tego pokolenia w kontaktach z wnukami nierzadko uczą je nie tylko wielu praktycznych umiejętności niezbędnych w turystyce np. orientacji w terenie, posługiwania mapą itp. ale też dostarcza wiedzy np. krajoznawczej, przyrodniczej, podczas gdy dzieci i wnuki pomagają starszym w oswojeniu nowoczesnych systemów np. nawigacji satelitarnej, obsługi skrzynek geocachingowych, korzystania z elektronicznych systemów informacji turystycznej czy np. elektronicznej rezerwacji biletów. Jest to zatem nie tylko dwustronny przepływ umiejętności i wiedzy (z zamiennymi rolami uczeń–mistrz), ale zarazem transfer wzorów zachowań społecznych w turystyce (Stasiak 2011).

Potencjalne międzypokoleniowe przepływy wielu zasobów, w tym omówionych – czasu, środków finansowych, wartości i wzorców oraz informacji, wiedzy i umiejętności – są w warunkach polskich zauważane (z różnym rozłożeniem akcentów) nie tylko w turystyce. Jak stwierdził P. Szukalski (2008, s. 211), „w 2035 r. populacja potencjalnych dziadków będzie dwuipółkrotnie liczniejsza niż zbiorowość dzieci w wieku poniżej 15 lat. W efekcie w całym okresie poprawia się sytuacja dzieci, mogących tym samym liczyć zarówno na większe poświęcanie czasu (opieka, wspólne odrabianie lekcji, spacer), jak i dary materialne ze strony dziadków”. Przemiany demograficznego oblicza rodziny w ostatnich dekadach wpływają na wzrost ważności transferów bezpośrednich pomiędzy pokoleniem dziadków i wnuków w pierwszych 20 latach życia tych ostatnich (Szukalski 2008).

Korzyści z dialogu międzypokoleniowego w turystyce

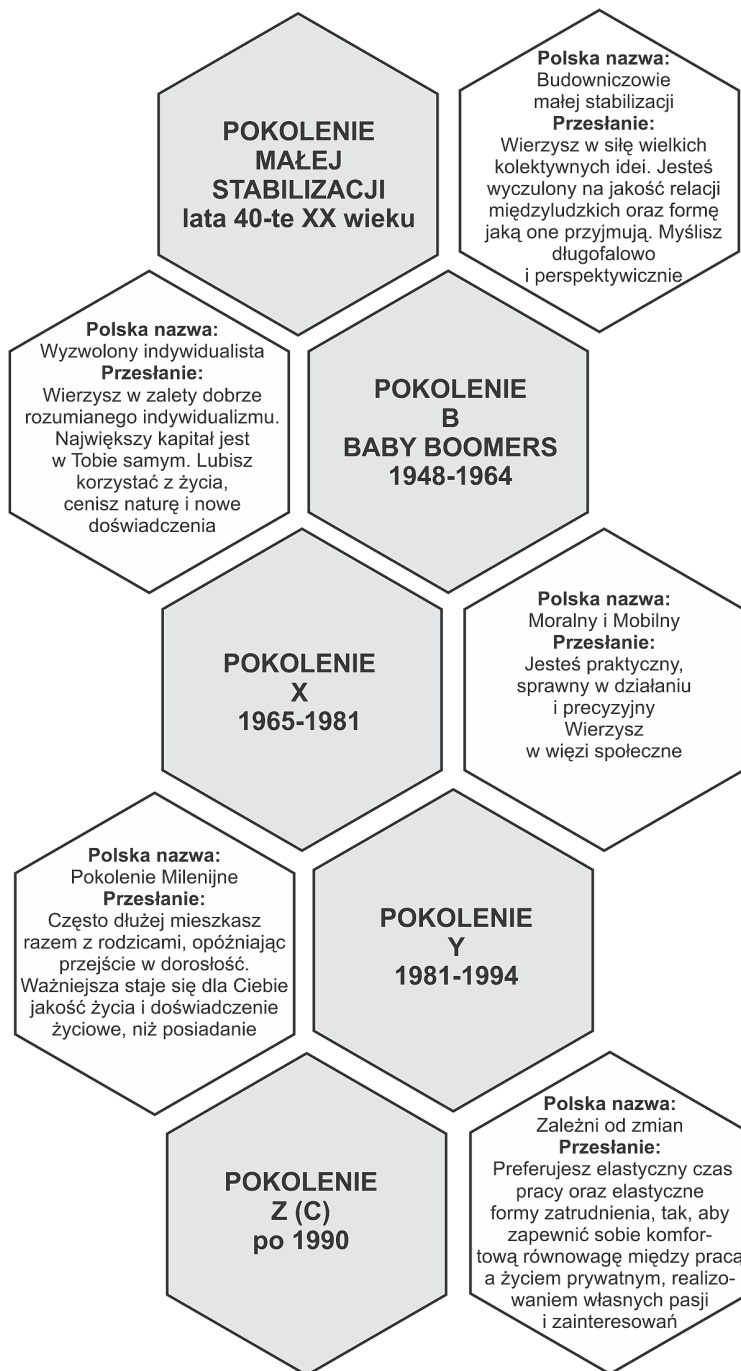
Korzyści z dialogu międzypokoleniowego w turystyce są niezaprzeczalne. Na użytek niniejszego opracowania podzielono je na trzy grupy, przyjmując jako kryterium ich beneficjentów: 1) korzyści po stronie osób starszych, 2) korzyści po stronie dzieci i młodzieży, 3) korzyści obustronne.

Od osób starszych w wyniku dialogu międzypokoleniowego w turystyce można spodziewać się:

- wzrostu ich aktywności społecznej,
- poprawy szeroko rozumianej jakości życia np. stanu zdrowia, kondycji psychofizycznej,
- przełamania izolacji społecznej oraz, tak ważnego dla osób starszych, wzrostu poczucia, że jest się „potrzebnym”.

Dzieci i młodzież w wyniku dialogu międzypokoleniowego mogą oczekiwać następujących korzyści:

- przejmowanie pozytywnych norm i wzorów zachowań od osób starszych (np. poszanowanie tradycji, patriotyzm),
- możliwość poznania przeszłości swojej rodziny/regionu/kraju od jej bezpośrednich świadków,
- możliwość poznania zwyczajów obyczajów, tradycji swojej rodziny/regionu/kraju.



Rys. 6. Mozaika pokoleń a zachowania turystyczne.
Źródło: opracowanie autorów

Wśród **korzyści obustronnych** natomiast wyróżnić można:

- przełamywanie wzajemnych uprzedzeń i stereotypów,
- zwiększenie solidarności międzypokoleniowej i spójności społecznej poprzez przełamywanie pokoleniowego egocentryzmu oraz wzrost wzajemnego zrozumienia,
- wzajemne uczenie się,
- wzajemne pobudzanie aktywności,
- wzajemne wykorzystywanie swojego potencjału i doświadczenia.

* Nazwa za W. Wrzesień (2007)

Zarówno korzyści, jak i opisane w dalszej części opracowania bariery dialogu międzypokoleniowego na płaszczyźnie turystyki wynikać mogą z typowych charakterystycznych zachowań poszczególnych pokoleń biorących w nim udział (rys. 6).

Bariery dialogu międzypokoleniowego w turystyce

Cechy turystyki sprawiają, że jest ona naturalnie pozytywną (dobrą) płaszczyzną do prowadzenia dialogu międzypokoleniowego. Jednak pomimo pozytywnych cech zjawiska zaobserwować można także kilka czynników i uwarunkowań, które ograniczają, a czasem nawet uniemożliwiają porozumienie i wspólną aktywność w tym zakresie. W takim przypadku można wyróżnić dwie główne grupy barier:

- obiektywne, niezależne od uczestników dialogu;
- subiektywne, będące wynikiem różnych modeli wypoczynku, bądź niewłaściwych relacji między uczestnikami dialogu (rys. 7).

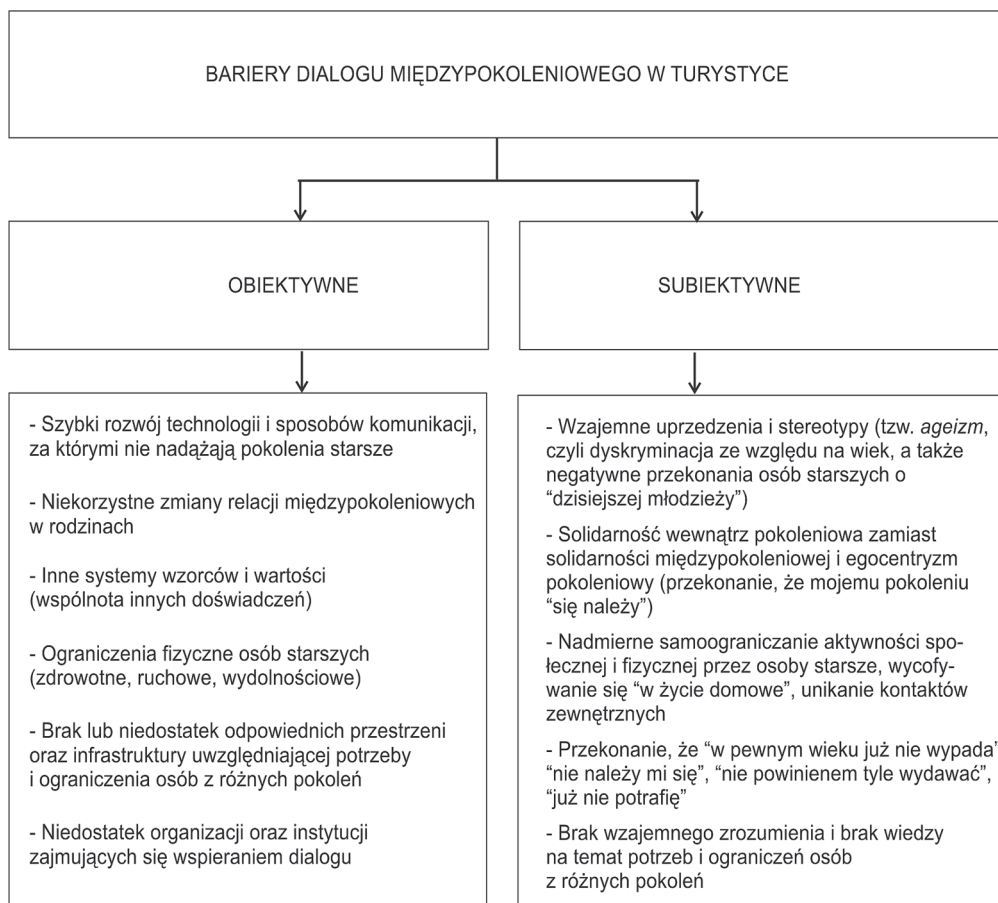
Analizując przykłady zaprezentowane na rys. 7 można zauważyć, że bariery ograniczające dialog międzypokoleniowy na płaszczyźnie turystyki mają charakter zarówno psychologiczny (mentalny), demograficzny, jak i społeczny czy techniczno-technologiczny. Dlatego w celu zneutralizowania ich oddziaływania, należy podjąć szereg różnorodnych przedsięwzięć mających na celu wyeliminowanie tych niekorzystnych zjawisk zarówno z kontaktów między jednostkami, grupami społecznymi (pokoleniami), jak i z przestrzeni turystycznej (rekreacyjnej) będącej swoistą areną omawianego dialogu.

Konkluzje i rekomendacje

Przedstawione rozważania potwierdzają istnienie oraz potrzebę prowadzenia dialogu międzypokoleniowego z wykorzystaniem tak dynamicznej sfery życia jaką jest turystyka. Ta z założenia pozytywna forma aktywności, nie tylko umożliwia dialog, ale pozwala także na transfer różnorodnych zasobów będących w posiadaniu różnych pokoleń. Dlatego warto:

- przełamywać wzajemne uprzedzenia i stereotypy;
- tworzyć nowe i wspierać istniejące instytucje i organizacje umożliwiające ramy takiego dialogu;

- odpowiednio zagospodarowywać przestrzeń uwzględniając potrzeby przedstawicieli różnych pokoleń;
- tworzyć „oferty rodzinne”, zapobiegać tworzeniu izolowanych enklaw „gett wypoczynkowych” dla określonych grup wiekowych;
- inicjować i wdrażać kolejne programy dedykowane rozwojowi dialogu międzypokoleniowego w turystyce.



Rys. 7. Bariery dialogu międzypokoleniowego w turystyce.

Źródło: opracowanie autorów

Wymienione postulaty, mające ułatwić porozumienie między pokoleniami, ale także optymalny transfer oraz wykorzystanie zasobów będących w ich dyspozycji, są zdaniem autorów najważniejsze, ale prawdopodobnie nie jedyne. Postulowanymi efektami dialogu międzypokoleniowego z wykorzystaniem turystyki mogą zatem być m.in. wzrost poziomu aktywności turystycznej, zainteresowanie nowymi formami turystyki, wykorzystywanie, a nawet kreowanie nowych przestrzeni turystycznych przez jęgo uczestników.

W kategoriach bardziej ogólnych (społecznych), spodziewanymi w dłuższej perspektywie czasowej, wymiernymi korzyściami mogą być także: wzmocnienie dialogu międzypokoleniowego w ogóle (nie tylko na płaszczyźnie turystyki), wzrost poziomu solidarności międzypokoleniowej, a co za tym idzie także poprawa jakości życia jednostek i grup społecznych podejmujących ten dialog.

Bibliografia

- Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S., 2008, *Tourism- principles and practice*, Fourth Edition, FT Prentice Hall.
- Giddens A., 2012, *Socjologia*, PWN, Warszawa.
- Hoff W., 2013, *Budowanie dialogu międzypokoleniowego. Wnioski z doświadczeń zagranicznych*, [w:] M. Rosochacka-Gmitrzak, A. Chabiera (red.), *Dialog międzypokoleniowy. Między ideą a praktyką. Inspiracje*, Wyd. Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, Warszawa, s. 47–55.
- Inny słownik języka polskiego*, 2014, (red. M. Bańko), Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, wyd. II.
- Kowalczyk-Anioł J., 2007, *Rozwój przestrzeni urlopowo-wakacyjnej rodzin studentów Uniwersytetu Łódzkiego*, „Szlakami Nauki”, nr 34, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, ss. 131.
- Kowalczyk-Anioł J., 2013, *Różnice pokoleniowe w turystyce polskich seniorów – baby boomer versus pokolenie przedwojenne*, [w:] R. Pawlusiński R. (red.), *Współczesne uwarunkowania i problemy rozwoju turystyki*, Wyd. IGiGP UJ, Kraków, s. 135–147.
- Kowalczyk-Anioł J., Włodarczyk B., 2011, *Turystyka rodzinna – istota i zakres pojęcia*, [w:] *Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne* (red.) J. Śledzińska, B. Włodarczyk, Wyd. PTTK „Kraj”, Warszawa, s. 9–25.
- Okólski M., 2005, *Demografia. Podstawowe procesy, pojęcia i teorie w encyklopedycznym zarysie*, Wyd. Scholar, Warszawa.
- Pendergast D., 2010, *Getting to Know the Y Generation*, [w:] P. Benckendorff, G. Moscardo, D. Pendergast (eds.), *Tourism and Generation Y*, CAB International, Cambridge, s. 1–15.
- Rosochacka-Gmitrzak M., Chabiera A. (red.), 2013, *Dialog międzypokoleniowy. Między ideą a praktyką. Inspiracje*, Wyd. Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, Warszawa.
- Stasiak A., 2011, *Turystyka rodzinna w świecie ponowoczesnym*, [w:] J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), *Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne*, Wyd. PTTK „Kraj”, Warszawa, s. 27–38.
- Szukalski P., 2008, *Relacje międzypokoleniowe z demograficznego punktu widzenia w starzejącym się społeczeństwie polskim*, [w:] *Sytuacja demograficzna Polski. Raport 2007–2008*, Rządowa Rada Ludnościowa, Warszawa, s. 206–223.
- Szukalski P., 2010, *Czym jest solidarność międzypokoleniowa?*, [w:] D. Kałuża, P. Szukalski (red.), *Jakość życia współczesnych seniorów w XXI wieku z perspektywy polityki społecznej*, Wyd. Biblioteka, Łódź, s. 74–91.
- Śniadek J., 2006, *Konsumpcja turystyczna polskich seniorów*, „Gerontologia Polska”, t. 15, nr 1–2, s. 21–30.
- Wrzesień W., 2000, *Relacje międzypokoleniowe a rodzina*, „Roczniki Socjologii Rodziny”, XII, Poznań, s. 57–70.
- Wrzesień W., 2007, *Czy pokoleniowość nam się nie przydarzy?*, „Nauka”, nr 3, s. 131–151.



Uczestnicy ogólnopolskiej konferencji popularnonaukowej „Międzypokoleniowe aspekty turystyki”, Kalatówki 22-24.09.2014 r., w pierwszym rzędzie od lewej dr hab. Bogdan Włodarczyk, dr Andrzej Stasiak, poseł RP Andrzej Gut-Mostowy, wiceprezes ZG PTTK Andrzej Gordon, fot. Elżbieta Matusiak-Gordon

Alina Zajadacz

Wydział Nauk Geograficznych
i Geologicznych
Uniwersytet
im. A. Mickiewicza
w Poznaniu

POKOLENIA X, Y, Z

A FENOMEN TURYSTYKI

Wstęp

Fenomen rozwoju turystyki jest związany z wieloma społecznymi, przestrzennymi i ekonomicznymi uwarunkowaniami, także z fundamentalnym dla człowieka przekonaniem, że „lepiej raz zobaczyć niż sto razy usłyszeć” o czymś, o kimś dotąd niepoznanym. Wkład poszczególnych pokoleń w rozwój cywilizacyjny (m.in. postęp techniczny, gospodarczy, wzrost zasobów czasu wolnego) przyczynił się do stworzenia warunków coraz bardziej sprzyjających podróżom turystycznym. Wzrost natężenia i różnicowania tego typu wyjazdów (obserwowany od poł. XIX w., a zwłaszcza od poł. XX w.) spowodował przekształcenie turystyki ze zjawiska niegdyś elitarnego w zjawisko masowe, co pociągało za sobą coraz większą jej komercjalizację. Współcześni turyści traktowani są głównie jako klienci, których potrzeby, zależne od wielu uwarunkowań (w tym wieku), poddawane są analizom i klasyfikacjom mającym na celu segmentację rynku i dostosowanie podaży turystycznej do rozpoznanych potrzeb. W takim kontekście rozpatrywane są zazwyczaj w branży turystycznej różnice między poszczególnymi generacjami turystów – klientów. Określenie cech charakterystycznych dla każdego z obecnych pokoleń stanowi dla usługodawców istotne źródło wiedzy odnośnie do kształtowania oferty oraz strategii marketingowej.

Jednak fenomen turystyki związany zarówno z jej dynamicznym rozwojem, jak i dużym zróżnicowaniem powoduje, że nie można jej sprowadzić wyłącznie do komercyjnych analiz w kategoriach podaży i popytu na rynku turystycznym. Istnieje bowiem wiele ponadczasowych czynników warunkujących rozwój turystyki, wiele jej niekomercyjnych form, funkcji społecznych tworzących istotne więzi międzypokoleniowe. Czynniki te wpływały i nadal wpływają na wzrost natężenia ruchu turystycznego, także w warunkach, w których nie są podejmowane żadne działania marketingowe. Celem opracowania jest ukazanie odmiennych podejść do rozpatrywania cech współczesnych pokoleń jako potencjalnych grup turystów. Należą do nich:

- podejście pragmatyczne – polegające na traktowaniu poszczególnych pokoleń jako oddzielnych segmentów rynku turystycznego, dążeniu do określenia cech charakterystycznych, różniących dane pokolenie od innych;
- podejście ontologiczne – odnoszące się do postrzegania turystyki jako zjawiska społecznego, którego kontynuacja i rozwój są determinowane międzypokoleniowymi powiązaniem i równocześnie przyczyniające się do umacniania międzypokoleniowych więzi społecznych.

Analizą objęto współczesne generacje. Praca ma charakter przeglądowy. Materiały źródłowe stanowi literatura, jak również dane statystyczne dotyczące struktury wieku ludności w Polsce.

Współczesne pokolenia i ich klasyfikacja

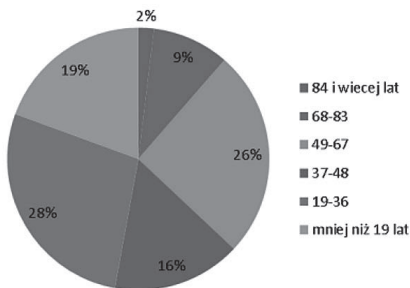
Pokolenie, generacja lub kohorta wiekowa (*age cohort*) oznacza grupę osób, wyodrębnionych z populacji, które „podróżują przez życie wspólnie doświadczając podobnych wydarzeń w podobnym wieku. Oznacza to, że dzielą wspólne społeczne, polityczne, historyczne i ekonomiczne środowisko” (Williams, Robert, Page 2010, s. 2). We współczesnych analizach dotyczących zróżnicowania społecznego ze względu na wiek często stosowany jest podział obejmujący sześć pokoleń (tab. 1).

Tabela 1. Współczesne pokolenia

Pokolenie	Rok urodzenia	Liczba osób w Polsce	Wiek w 2014 r.
Sprzed kryzysu gospodarczego lat 30. XX w.	przed 1930	741 402	84 lat więcej
Kryzysu gospodarczego (w latach 30. XX w.)	1930–1945	3 655 257	68–83
<i>Baby boom</i>	1946–1964	9 843 528	49–67
Pokolenie X	1965–1976	6 120 055	37–48
Pokolenie Y	1977–1994	10 662 599	19–36
Pokolenie Z	po 1994	7 479 555	mniej niż 19 lat

Źródło: K.C. Williams, R.A. Page (2010);

Ludność... GUS, Stan w dniu 30.06.2013 r. (łącznie: 38 502 396 osób).



Rys. 1. Struktura wieku ludności w Polsce (wg danych w tab. 1). Źródło: *Ludność...* GUS, stan w dniu 30.06.2013 r. (łącznie: 38 502 396 osób)

Do najliczniejszych grup społecznych, także w Polsce, należy pokolenie *baby boom* oraz generacja Y, która w dużej mierze stanowi potomstwo pokolenia wyżu demograficznego (tab. 1, rys. 1). Natomiast pod względem aktywności turystycznej dominują pokolenia X, Y oraz Z (Łaciak 2012).

Podejście pragmatyczne – generacja jako segment rynku turystycznego

Klasyfikacja społeczeństwa w oparciu o kryterium wieku jest często wykorzystywana w działaniach związanych z segmentacją rynku turystycznego, gdzie podstawowym pytaniem jest: „dla kogo przygotowana ma być oferta?“, w celu ukierunkowania działalności gospodarczej na w miarę jednorodną grupę nabywców. Określenie cech grupy docelowej pozwala na lepsze dostosowanie produktu do potrzeb i możliwości klienta – turysty (podaży do popytu), opracowanie programu działania na konkurencyjnym rynku, a w konsekwencji na skuteczniejsze i bardziej efektywne prowadzenie działalności gospodarczej (Mazur 2005). Dynamiczny rozwój ruchu turystycznego z jednej strony przyczynił się do rozwoju sektora usług turystycznych, z drugiej strony jest także jej wynikiem. W usługach tych segmentacja rynku ułatwia alokację środków przedsiębiorstw, a także sprostanie indywidualnym oczekiwaniom nabywców i pozyskanie lojalnych klientów. Generacja w takim kontekście może być traktowana jako oddzielny segment rynku – grupa nabywców (realnych bądź potencjalnych) charakteryzująca się względną jednorodnością postaw i zachowań w stosunku do oferowanego dobra bądź usługi. Grupa wiekowa (pokolenie) może być rozpatrywana także jako subrynek, stanowiący zbiorowość tylko takich konsumentów o wspólnych cechach, którzy mogą stać się potencjalnymi nabywcami albo użytkownikami określonego produktu lub usługi. Do często stosowanych w celach marketingowych należy podział społeczeństwa na sześć generacji (tab. 1) ze szczegółowym uwzględnieniem w sektorze usług turystycznych cech pokoleń X, Y, Z, jako grup o największej aktywności turystycznej.

Pokolenie sprzed kryzysu gospodarczego lat 30. XX w. (*the pre-depression Generation*) to osoby urodzone przed 1930 r., które obecnie mają ponad 84 lata lub więcej. Okres młodości tej generacji przypadał na trudne czasy II wojny światowej, kryzys ekonomiczny i podwyższony poziom bezrobocia. Pokolenie to było świadkiem wielu radykalnych przemian społecznych, zwłaszcza w zakresie postępu technicznego i medycznego. Pod względem stylu życia i oczekiwań przedstawiciele tego pokolenia są raczej konserwatywni, altruistyczni i stają się coraz mniejszymi materialistami wraz z upływem lat. Koncentrują się na zdrowiu, bezpieczeństwie finansowym i osobistym (Morton 2004). Biorąc pod uwagę potrzeby związane z czasem wolnym i turystyką podstawowe znaczenie w tym zakresie ma zdrowie, utrzymanie aktywności fizycznej, duże zasoby czasu wolnego, ponadto zaangażowanie w sprawy społeczne. Tak dalece jak jest to możliwe pokolenie to adaptuje styl życia młodszych generacji. Jednakże jego własny sposób bycia jest raczej osiadły, związany z częstym oglądaniem telewizji. Do głównych aktywności fizycznych należą spacer. W przypadku sprzedaży oferty turystycznej z powodu przywiązywania dużej wagi do bezpieczeństwa przez przedstawicieli tej generacji, najlepiej kontaktować się z nimi osobiście, poprzez profesjonalnych doradców. Istotnym źródłem informacji dla tego pokolenia są gazety, magazyny, które czytają często z większą uwagą niż inne pokolenia, ponadto radio. W przekazywaniu informacji o ofercie turystycznej większe zna-

czenie ma odwoływanie się do wieku subiektywnego niż wieku metrykalnego, ponieważ odczucia w zależności od stanu zdrowia, stylu życia mogą być bardzo różne. Zalecana jest komunikacja bezpośrednia (*face to face*) i osobista obsługa. Niewielu przedstawicieli tego pokolenia używa Internetu. Kontakt z tą generacją można nawiązywać także poprzez dzieci, wnuki, bliskich, na zorganizowanych spotkaniach, w stowarzyszeniach do których należą (Rosenburg 2008).

Pokolenie kryzysu gospodarczego lat 30. XX w. (*the depression generation*) to osoby, które urodziły się w latach 1930–1945, w większości były dziećmi podczas II wojny światowej, a obecnie są w wieku 64–84 lat. Cenią sobie racjonalność, oszczędność, zasady moralności, etyki, wykazują patriotyzm. Duże znaczenie ma dla tej generacji ład społeczny i trwałość wspólnoty rodzinnej. Konformizm wydaje się być drogą do sukcesu. W stylu życia, oczekiwaniach i postawach widoczne jest opieranie się na sprawdzonych, bezpiecznych rozwiązaniach. Wykazują nieufność wobec nowości, wolno podejmują działania związane ze zmianą przyzwyczajeń. Wiele osób ma nadal doskonałe zdrowie i wykazuje dużą aktywność fizyczną. Także wielu cechuje dobra sytuacja finansowa (własny dom, oszczędności). Adresując ofertę turystyczną do tej grupy warto akcentować aktywny tryb życia i przełamywać stereotyp starszych osób oraz „seniorów”, nie przedstawiając ich jako zależnych od kogoś. Można podkreślać tradycyjne wartości takie, jak: dyscyplina, wyrzeczenia, ciężka praca, respektowanie zasad współżycia społecznego, zaangażowanie, odpowiedzialność, przywiązanie do religii i tradycji. Patriotyzm, tworzenie wspólnoty oraz przynależność do grupy ma dla tego pokolenia duże znaczenie. Do cech charakterystycznych należy także romantyzm (upodobanie np. do kolacji przy świecach, łagodnej muzyki). Pod względem źródeł informacji – nie ma potrzeby dostosowywania jej do wieku tej generacji. Wielu spośród młodszej grupy tego pokolenia należy do bardzo aktywnych internautów (Williams, Page 2010).

Pokolenie baby boomers (wyżu demograficznego, nazywane także: *boomers, me generation, baboo, love generation, Woodstock generation, sandwich generation*) to osoby urodzone w okresie 1946–1964, które obecnie mają 49–67 lat. Do cech charakterystycznych należy nastawienie na indywidualizm, wyrażanie siebie, optymizm i „bycie tutaj, teraz” („*be here now*”). Pod względem cech charakterystycznych, stylu życia, *boomers* definiują się często poprzez karierę, co znajduje odbicie w pracoholizmie (Hawkins, Mothersbaugh, Best 2010, Gorrell 2008). Wielu planuje kontynuowanie pracy i podczas emerytury chcą pozostać aktywni. Dążą do zachowania wysokich dochodów, ale także czasu wolnego. Nowinki techniczne dla tego pokolenia są bardziej zrozumiałe niż dla poprzednich generacji. Zdrowie, energia i dobre samopoczucie stanowią dla nich istotne cele. Są rozważni, egocentryczni, często podejrzliwi wobec władzy i innych autorytetów. To pokolenie nie chce, aby przypomniano mu o „starzeniu się”, podejmuje działania i zabiegi „*anty aging*” przełamując stereotypy na temat osób 50+. W przypadku oferty turystycznej kierowanej do tej generacji powinno się unikać takich określeń jak: senior, emeryt, starzenie się, „złoty wiek”, „srebrny wiek”, dojrzałość. *Boomers* koncentrują się na zatrzymaniu młodości i spowolnieniu przyrostu masy ciała, co powoduje przykładanie dużej wagi do rodzaju i jakości pro-

duktów żywnościowych (m.in. preferowanie produktów organicznych). Lubią rzeczy, które są dostosowane do ich etapu życia, niekoniecznie bezwzględnie wieku. Rodzina stanowi ważną wartość. W tej fazie jej rozwoju doświadczają często poczucia „pustego gniazda”, gdy dzieci się usamodzielniają, zakładają własne rodziny. Wielu spośród tego pokolenia opiekuje się zarówno starszymi rodzicami, jak i pomaga wchodzącym w dorosłość dzieciom. Generacja *baby boomers* lubi nowe produkty i technologie, które czynią życie łatwiejszym i pozwalają zaoszczędzić czas. W zakresie produktów turystycznych skuteczną jest „*retro marketing*” odwołujący się do czasów młodości, zwłaszcza muzyki, wycieczki związane z wydarzeniami muzycznymi, miejscem pochodzenia znanych dla tego pokolenia artystów. Preferują wyjazdy z dużych miast do małych miejscowości, co gwarantuje mniejsze koszty wyjazdu, „mniej stresu, więcej życia”. Zazwyczaj *boomers* są bardziej wrażliwi na cenę niż na prestiż wyjazdu. Cenią sobie dogodną lokalizację, kompetentną obsługę i „codziennie niskie ceny”.

Pokolenie X (nazywane także: pokoleniem niżu demograficznego – *baby bust*, obiboków – *slackers*, *why me generation*, klucza na szyi – *the latchkey generation*) to osoby urodzone w latach 1965–1977, które obecnie mają 37–49 lat. Generacja X wchodziła w dorosłość w trudnych czasach gospodarczych, niestabilnych politycznie. Sukces zawodowy dla niej był mniej pewny niż dla pokolenia ich rodziców. Często gwarantują sobie samozatrudnienie, pozostając także lojalni w stosunku do firm, z którymi współpracują. Rodzina jest dla nich na pierwszym planie. Generacja „klucza na szyi” dorastała szybko, doświadczając wzrastającej fali rozwodów generacji rodziców i przemocy w szkołach. Wzięła większą odpowiedzialność za rozwój siebie i zazwyczaj przedstawiciele tego pokolenia są mniejszymi tradycjonalistami niż pokolenia poprzedniego. Tworzą także ostrożniej związki partnerskie i małżeńskie. Dla przywiązanego mniejszą wagę do tradycji pokolenia X nic nie jest trwałe. Akceptacja wielokulturowości i myślenie w skali globalnej stały się normą. Generacja X doświadczyła wzrostu znaczenia komputerów osobistych w życiu zawodowym i prywatnym. Jest dobrze wykształcona, jednak raczej pesymistyczna, sceptyczna, pozbawiona złudzeń i często rozczarowana prawie wszystkim. Reprezentanci pokolenia X nie wierzą, tak jak *baby boomers*, że warto poświęcać czas, energię i relacje z bliskimi dla awansu zawodowego. Zawodowo są raczej „wolnymi graczami, niż zawodnikami zespołu” (Eisner 2005, Cranston 2008, Francese 2004, Ritson 2007). Grupa ta potrzebuje produktów i usług do funkcjonowania gospodarstw domowych, w tym zaspokajania potrzeb dzieci. Stanowi największy udział rodziców w społeczeństwie, wielu kupiło nowe domy i zostało dotkniętych „bańką mieszkaniową” (*housing bubble*)¹. To główne pokolenie nabywców samochodów, urzędzeń oraz produktów dla dzieci. Oczekujące informacji o cechach produktu i uzasadnienia, że są one dla nich niezbędne. Przedstawiciele generacji X bywają cyniczni i mają

¹ Bańka mieszkaniowa to proces samonapędzającego się, nierównoważonego wzrostu cen nieruchomości na rynku. Często związany z „nadaktywnością rynkową”, która ma charakter przejściowy. Po okresie stosunkowo szybkiego wzrostu cen nieruchomości następuje gwałtowny ich spadek, określany „pęknięciem bańki” lub krachem, co najczęściej związane jest z radykalnym spadkiem wartości zasobów inwestorów.

wyszukane oczekiwania dotyczące produktów, reklam, sklepów. Ta grupa należy do najbardziej świadomych nabywców w zakresie jakości produktów i ich cen. Oczekuje dostosowania cech produktu do indywidualnych potrzeb. Dla pokolenia X w nabywaniu produktów i usług duże znaczenie ma technologia i szybki dostęp do informacji. Przedstawiciele tej generacji dostrzegają i doświadczają tego, jak technologia zmienia świat, co powoduje, że umiejętności związane z obsługą urządzeń technicznych są wysoko cenione. W sprzedaży produktów adresowanych do pokolenia X istotna jest ich różnorodność oraz podkreślanie „jesteś inny, szanujemy to” i chcemy odpowiedzieć na twoje indywidualne oczekiwania (Stone i in. 2001).

Pokolenie Y (określane także jako: *gen Y, millennials, echo boomers, why generation, net generation, gen wired, we generation, DotNet, ne(x)t generation, nexters, first globals, iPod generation* oraz *iYgeneration*) to osoby urodzone w okresie 1978–1994, które obecnie są w wieku 19–36 lat i zazwyczaj są dziećmi pokolenia *baby boomers*. Liczebność tej grupy jest podobna do liczebności pokolenia ich rodziców (stanowią największą grupę w polskim społeczeństwie, rys. 1). Dorastali w czasie ogromnych i szybkich przemian, obejmujących m.in. możliwości wirtualnego, pełnego zatrudnienia w domu (stwarzającego duże możliwości pracy dla kobiet). Podwójne zarobki rodziców stały się standardem, gwarantując dobre warunki do osobistego rozwoju dzieci. Duże znaczenie dla tego pokolenia ma poszanowanie etyki, wielokulturowość, świadomość problemów społecznych, możliwość wykorzystania komputera w domu, szkole, pracy. Reprezentanci tej grupy to często realiści, dojrzały jak na swój wiek. Funkcjonują w technologicznej, elektronicznej i wirtualnej społeczności, w której globalne granice stały się bardziej transparentne. Są przyzwyczajeni do różnorodności świata, w którym wszystko jest możliwe. Pod względem stylu życia są głównie zaabsorbowani sobą, swoją niezależnością, mają silne poczucie autonomii. Pokolenie Y interesują przede wszystkim szybkie wyniki, ale nie zawsze dostrzegają ich dalsze konsekwencje. Generacja Y docenia siłę obrazu, autokreacji, skupia się na kreowaniu własnego wizerunku. Ma większą potrzebę niż poprzednie pokolenie akceptacji ze strony rówieśników, łącząc się z nimi często w mediach społecznościowych. Jej reprezentanci są otwarci, optymistyczni, zorientowani na cele, z wysoką motywacją osiągnięcia sukcesu. Kluczowe słowa dla tego pokolenia to: wybór, dostosowanie do indywidualnych potrzeb, uczciwość, współpraca, szybkość, innowacyjność. Efektywna wielozadaniowość pomaga im osiągnąć sukces (Koco 2006). Pokolenie to jest podatne na reklamy, zorientowane na własne przyjemności, żyje z dnia na dzień i dużo wydaje. W działaniach promocyjnych można się odwoływać do ich przekonań, że są „obywatelami świata”. Jest to generacja, która obecnie uczy się, studiuje, rozpoczyna pracę i nadal jest nastawiona na doskonalenie swoich kwalifikacji, zgodnie z ideą uczenia się przez całe życie. Jest ciekawa nowych doświadczeń, skłonna do spontanicznych decyzji. W przekazie informacji ważna jest szczerść, humor, wyjątkowość propozycji, zachęcanie do odkrywania nowych dróg czy możliwości, ponieważ pragną oni niecodziennych wyzwań. Cenią i poszukują marek, które demonstrowują styl atrakcyjny dla rówieśników. Generacja Y jest bardzo podatna na naśladowictwo: elektroniczne ga-

dżety, *piercings*, tatuaże, wybór podobnych marek produktów. Koncentruje się głównie na zaletach technologicznych nowinek (pomijając fakt ich użyteczności czy niezbędności). Słowa kluczowe dla tej generacji to: współpraca, współtworzenie, trendy (zwłaszcza w grupie rówieśników), bycie „na topie” (Williams 2005). Generacja Y oczekuje dostosowania produktów i usług do indywidualnych upodobań. Chociaż produkty markowe mają duże znaczenie, pokolenie Y nie przywiązuje dużej wagi do ich jakości, oczekuje konkurencyjnych cen, porównując je w Internecie. Jest jednak wielce prawdopodobne, że przedstawiciele pokolenia Y będą kupować produkty prestiżowe, ponieważ zakupy są dla nich istotnym źródłem przyjemności. Generacja Y szybko się nudzi i oczekuje na rynku nowości. Jednak ich podejście do życia różni się od materializmu pokolenia rodziców (*boomers*), preferują raczej „być niż mieć”. Kupując produkty i usługi eksperymentują, poszukują nowych doznań, a także wewnętrznego spokoju i głębszego, bardziej świadomego życia (Cohen 2009). Zwracają uwagę na reklamy z humorem i ironią, przemawiają do nich obrazy i krótkie wypowiedzi z dominacją czasowników (ukierunkowanie na działanie), „zwariowane” filmy z You Tube. Rzadziej korzystają z telewizji, niż starsze pokolenia, na rzecz częstszego używania Internetu.

Pokolenie Z (określane także jako: *Tweens*, *Baby Boomers*, *Generation 9/11*, oraz *Generation XD*) to osoby urodzone po 1994 r., które obecnie mają mniej niż 20 lat i przeżywają dzieciństwo lub wczesną młodość. W przypadku ich rodziców, którzy założyli rodzinę później, rozwody są mniej prawdopodobne. Muszą być jednak przygotowani na wiele niestabilnych sytuacji, wywołanych przez globalny terroryzm, następstwa 9/11 (11 września 2001 r.), przemoc w szkole, niepewność gospodarczą, recesję i kryzys hipoteczny. *Tweens* (dzieci w wieku 11–12 lat) dążą do naśladowania stylu nastolatków, co przyspiesza skracanie dzieciństwa. To pokolenie nie zna rzeczywistości bez Internetu, jest przyzwyczajone do wykorzystywania różnych technologii, wielu źródeł informacji, bycia „bombardowanym” informacjami ze wszystkich stron. Generacja Z ma silną potrzebę przynależności do grupy, akceptacji ze strony rówieśników. Wpływ rówieśników jest widoczny w kształtowaniu samooceny, określaniu, poszukiwaniu własnej tożsamości. Postawy, styl życia, w przypadku przedstawicieli tego pokolenia, są często uzależnione od poglądów i pozycji w grupie, do której przynależą. Pokolenie Z to globalna, zróżnicowana generacja, kształtowana przez wiele różnorodnych czynników, doświadczeń i idei. Grupa ta ceni bezpieczeństwo, ale jest gotowa także na misję, jest pewna siebie i optymistyczna. Wierzy, że ma wpływ na wydarzenia w skali globalnej i potrafi wizualizować spodziewane zmiany. Przedstawiciele tego pokolenia są bardzo pomysłowi, innowacyjni i myślą niekonwencjonalnie. Przeciętny *tween* ma takie podstawowe cechy, jak: oczekiwanie natychmiastowej gratyfikacji, nastawienie na sukces, przyjmowanie liberalnych wartości społecznych (Williams, Page 2010). Pokolenie Z ma wysoki poziom kompetencji związany z wykorzystaniem technologii. Ponadto wywiera duży wpływ na podejmowanie decyzji w rodzinie odnośnie do nabywanych produktów i usług. Niektórzy przewidują, że generacja Z ze względu na styl życia i reklamowane produkty żywieniowe będzie miała problemy zdrowotne oraz problemy

z nadwagą (Grier i in. 2007). Można zatem spodziewać się, że oferta siłowni, usługi związane z ochroną zdrowia będą miały duże znaczenie dla tego pokolenia. Charakterystyczne jest to, że dla grupy wiekowej Z społeczności wirtualne mogą mieć większe znaczenie niż realna grupa przyjaciół. Kontynuuje ona, występujące w starszej generacji, trendy związane z oczekiwaniem różnorodności produktów i usług. Reprezentanci tej grupy myślą globalnie, zarówno w kategoriach problemów (np. przejmując się globalnym ociepleniem), jak i możliwości (m.in. globalnych zakupów). Czują się dobrze służąc innym. Dorastają w „paranoidalnej” otwartości informacji. Edukacja jest przez nich ceniona jako środek zdobywania bezpieczeństwa (Ford 2006). Generacja Z będzie rozwijała tendencje do zwiększonego wykorzystania technologii. Przy czym specyficzne dla tego pokolenia jest korzystanie z wielu mediów równocześnie (np. oglądanie telewizji, przeglądanie Internetu). Jest to pokolenie, które jako pierwsze używa w życiu realnym *Chatspeak* (internetowego, „sms-owego” slangu) w celu szybkiego porozumiewania się. Są to krótkie formy przekazu, często polegają na łączeniu cyfr i słów np. 2nite – tonight, b4 – before, B3 – be free, CU – see you, G2g – got to go (muszę kończyć), w języku polskim np. „nara”, „spoko”. Stąd w reklamach produktów naturalnym językiem dla tej grupy są także memy². Poprzez łatwość dostępu do informacji, jej „zalew” z różnych źródeł, mediów, zmniejszył się wyraźnie czas koncentracji pokolenia Z na danej informacji czy działaniu, natomiast zwiększyła świadomość wielu zjawisk, wzmocniona wizualizacjami. Technologia pozwala na komunikowanie się z *tweens* w skali globalnej. W przypadku nawiązania relacji oczekują oni jednak natychmiastowej odpowiedzi (Kadaba 2009).

Tabela 2. Różnice między generacjami

Cechy	Pokolenie urodzone przed II wojną światową	Baby boomers	Pokolenie Y
Wierzenia i wartości	Absolutne bezpieczeństwo Etyka pracy	Względnie absolutne Wybór Wolność	Mało absolutne Styl życia Zabawa
Motywacje	Kraj Postęp Odpowiedzialność	Indywidualność Osiągnięcia Nawiązywanie kontaktów	Własna społeczność Odkrywanie siebie Relacje społeczne
Podejmowanie decyzji	Władza, autorytety Reputacja Wierność marce	Eksperti Informacja Zmiana marek	Przyjaciele Anegdoty Mała lojalność wobec marki

² Kluczowym pojęciem dla idei memu jest naśladownictwo. Memem internetowym możemy zatem nazwać zdigitalizowaną jednostkę informacji (tekst, obraz, film, dźwięk) rozpowszechnioną drogą internetową, która zostaje skopiowana, przetworzona i w tej przetworzonej formie opublikowana w Internecie (Kałowiecki 2014). Memy zawierają celowe błędy w pisowni.

Zarabianie i wydatki	Konserwatywni i oszczędni Długoterminowe potrzeby Płatność z góry	Pewni inwestorzy Cele średnioterminowe Obyci w kredytach	Spontaniczne wydatki Krótkoterminowe cele Zależność od kredytów
Style uczenia się	Słuchowe Przyswajanie treści Monolog	Słuchowe, wizualne Skoncentrowana analiza Dialog	Wizualne, kinestetyczny Narracyjne, Metafory Multi-sensoryczne
Marketing i komunikacja	Normatywny Masowy <i>Above the line</i> *	Opisowy Bezpośredni <i>Below the line</i> **	Uczestniczący Marketing wirusowy Poprzez przyjaciół
Środowisko nauki	Klasa szkolna Formalnie Spokojna atmosfera	Styl okrągłego stołu Planowanie Relaksująca atmosfera	Nieustrukturyzowane Spontaniczne Interaktywne
Zarządzanie i przywództwo	Kontrola Urząd Analizy	Współpraca Kompetencje Czyny	Konsensus Kreatywność Szybkie reagowanie

*) ATL (ang. *above the line* – pol. *powyżej linii*) – oznacza strategię działań marketingowych bezpośrednio rozpoznawalnych prowadzonych w mediach tradycyjnych, typu telewizja, radio, prasa, plakaty, reklama zewnętrzna (ang. *outdoor*), reklama wewnętrzna (ang. *indoor*) itp., w przeciwieństwie do strategii BTL, działającej drogą niekonwencjonalną.

**) BTL (ang. *below the line*) – działania reklamowe skierowane do konkretnego klienta niebędące reklamą w środkach masowego przekazu.

Źródło: *McCrandle Research Generation Map Study* (2005),
za: G. Cairncross, J. Buultjens (2007).

Przedstawione w tab. 2 różnice między poszczególnymi generacjami wykazują m.in. takie zależności, że wraz z wiekiem maleje szybkość reagowania, podejmowania spontanicznych decyzji (tak typowa w wyjazdach turystycznych dla pokolenia Y czy Z). Prawdopodobnie ta wynika zarówno z różnych doświadczeń poszczególnych pokoleń (skłonność do oszczędności, płatność raczej gotówką niż kartą kredytową preferowana przez pokolenie przedwojenne; spontaniczne wydatki, uzależnienie od kredytów pokolenia Y), ale także z naturalnych procesów związanych ze starzeniem się. Różnice w zachowaniach, zależne od wieku, wynikają często z różnej pojemności percepcyjnej organizmu (w wieku młodzięcym jest ona duża i kurczy się stopniowo w miarę upływu lat). Wówczas nadmiar wrażeń, ich intensywność przekraczają możliwości ich odbioru. Osłabienie receptorów zmysłów stanowi samoobronę organizmu przed nadmiarem bodźców naruszających jego chwiejącą się homeostazę (Krzymowska-Kostrowicka 1997). Prawdopodobnie te sugerują także, że cechy poszczególnych generacji będą wraz z upływem czasu ulegały zmianom (jako wypadkowa czynników somatycznych oraz środowiskowych). Pokolenia X, Y, Z będą zapewne zmieniać styl bycia, preferencje w miarę nabywania życiowych doświadczeń. Należy się

także spodziewać, że osiągając wiek bardziej zaawansowany, odpowiadający np. dzisiejszej generacji wyżu demograficznego, będą stanowiły grupy o innych cechach niż współcześni *baby boomers* ze względu na własny „pakiet” doświadczeń oraz społeczno-polityczno-gospodarcze realia życia. Dla przedsiębiorstw turystycznych oznacza to potrzebę prowadzenia ciągłych analiz zmieniających się cech danych pokoleń.

Podjęcie ontologiczne – międzypokoleniowe aspekty turystyki

Pomimo rozwoju profesjonalnego rynku usług turystycznych można zauważyć, że podróże turystyczne nie były i nadal nie są zjawiskiem wyłącznie komercyjnym. Podłoże do ich rozwoju stanowi szerokie tło uwarunkowań społecznych, gospodarczych, politycznych, których wypadkową jest styl życia współczesnych generacji.

Do podstawowych międzypokoleniowych aspektów determinujących rozwój turystyki należy praca nad tworzeniem stabilnej sytuacji społecznej, gospodarczej, politycznej, systematycznie kontynuowana przez pokolenia przedwojenne, wojenne, wyżu demograficznego, jak i następującą po nim generację X. Dzięki dorobkowi starszych pokoleń (w tym, rozwojowi technicznemu, gospodarczemu) pokolenia Y i Z mogą coraz częściej wyjeżdżać, podróżować na coraz dłuższe dystanse, podejmując w tym zakresie spontaniczne decyzje.

Stałym łącznikiem międzypokoleniowym są motywy podejmowania wyjazdów turystycznych, w tym zarówno pierwotne, jak i związane z chęcią poznania autentycznego zróżnicowania świata oraz uzupełnienia edukacji. W dobie coraz większej komercjalizacji atrakcji turystycznych spotkanie przedstawicieli młodszego pokolenia X, Y, Z ze starszymi generacjami może być źródłem obiektywnej wiedzy, przekazywanej przez świadków minionych, historycznych wydarzeń, autentycznych doświadczeń, niekoloryzowanych faktów. W tym zakresie przedstawiciele starszych pokoleń mogą odgrywać ważną rolę przewodników w turystyce krajoznawczej, nastawionej na poznanie autentyczności w odniesieniu do spotykanych miejsc, ludzi i ich historii. Rozwój edukacyjnej funkcji turystyki, rozpowszechnionej podczas podróży określanych mianem *Grand Tour*, wymagał i wymaga nadal zarówno doświadczonych przewodników – nauczycieli, jak również odpowiednich warunków finansowych. To starsze pokolenia (rodziców, dziadków) zapewniały – tak w przypadku bogatej brytyjskiej młodzieży w czasach *Grand Tour*, jak i obecnie (możliwości wyjazdów pokolenia Y czy Z) – niezbędne dla tego typu podróży środki finansowe. Wiele motywów podróży, kształtowanych indywidualnymi zainteresowaniami, stanowi międzypokoleniowe więzi. Związane jest to z prawidłowościami dotyczącymi formowania grup społecznych w czasie wolnym, gdzie kluczem do ich tworzenia jest zasada podobieństwa. O wspólnych wyjazdach decydują zatem często podobne zainteresowania, a nie wiek, który przez współczesne pokolenia traktowany jest raczej subiektywnie niż w kategoriach obiektywnych lat kalendarzowych.

Międzypokoleniowe więzi kształtuje wiele form turystyki, w tym przede wszystkim turystyka rodzinna oraz turystyka sentymentalna. Wspólne spędzanie czasu wolnego przez generacje dziadków, rodziców i wnuków jest źródłem łączących doświadczeń, wspomnień, umacniających więzy rodzinne, umożliwia także przekazywanie wzorców zachowań młodszemu pokoleniu. Tego typu uwarunkowania społeczno-kulturowe przekazywane z pokolenia na pokolenie mogą być bardzo trwałe (por. Krzymowska-Kostrowicka 1997). Ukształtowane w dzieciństwie modele spędzania wolnego czasu, podróży turystycznych mogą być odtwarzane przez generację Y czy Z w dorosłym życiu, stanowią kontynuację wyniesionych z relacji rodzinnych tradycji. Z kolei turystyka sentymentalna stanowi często chęć „powrotu do korzeni”, poprzez poznanie historii przodków, kontakt z miejscami im bliskimi, lepsze określenie własnej tożsamości. Współczesne wyjazdy turystyczne gwarantują bowiem nie tylko „kompresję” przestrzeni poprzez rozwój szybkich środków transportu, ale także „kompresję” czasu, dzięki namacalności śladów historii, pozostawionych także przez bardzo odległe generacje.

Młodsze pokolenia w rozwoju współczesnej turystyki odgrywają nie tylko rolę „biorców” oddziaływań starszych generacji (takich jak zagwarantowanie niezbędnych warunków do podejmowania wyjazdów turystycznych, kształtowanie zainteresowań, zachowań), ale także mogą być istotnymi „dawcami” w zakresie organizacji wyjazdów i ułatwień w podróżach turystycznych dla osób starszych. Prawidłowość ta dotyczy zwłaszcza zagwarantowania opieki (medycznej, towarzystwa) przedstawicielom najstarszych generacji: pokolenia sprzed kryzysu gospodarczego lat 30. XX w., kryzysu gospodarczego lat 30. XX w. czy wyżu demograficznego. Organizacja wyjazdów turystycznych osób starszych wymaga dostosowywania do ich potrzeb oferty turystycznej, jak również technicznych udogodnień, których obsługa w przypadku tych generacji nie jest tak intuicyjna, jak dla pokoleń X, Y czy Z. W tym przypadku starsze pokolenia mogą się uczyć od młodszych.

Analizując relacje zachodzące między różnymi pokoleniami turystów można zauważyć, że odzwierciedlają one wszystkie typy interakcji międzypokoleniowych występujących w kulturze, określone przez M. Mead (2000) jako:

- **postfiguracywne** (współistnienie pokoleń, młoda generacja uczy się od rodziców i przejmuje wzorce zachowań starszych);
- **kofiguracywne** (rodzice i dzieci funkcjonują na zasadach partnerskich, ucząc się od siebie nawzajem);
- **prefiguracywne** (młodzież staje się nauczycielem dorosłych).

Każdy z wymienionych typów relacji może przynosić korzyści w kształtowaniu więzi międzypokoleniowych. Turystyka związana w dominującej mierze ze sferą czasu wolnego, o którego sposobie wykorzystania decydujemy swobodnie i indywidualnie, sprzyja świadomemu wykorzystaniu tej wiedzy w umacnianiu łączności między różnymi generacjami.

Podsumowanie

Z punktu widzenia organizacji współczesnej turystyki można uznać, że oba z przedstawionych podejść mają istotne znaczenie. Nie powinny być zatem traktowane jako alternatywne, ale jako komplementarne.

Podejście ontologiczne związane jest z ponadczasowymi, międzypokoleniowymi aspektami turystyki jako zjawiska społecznego. Dotyczy istoty jej bytu, fenomenu. Odnosi się do szerokiego tła uwarunkowań rozwoju turystyki, które wpływały i nadal wpływają na jego kontynuację zarówno pod względem natężenia, jak i funkcji prowadzących do osiągnięcia wielu efektów, także niekomercyjnych. Relacje między pokoleniami są ważnym źródłem wiedzy egzystencjalnej, w tym dotyczącej starzenia się jako naturalnego procesu.

Z kolei podejście pragmatyczne, ukierunkowane na klasyfikację i segmentację rynku turystycznego, należy uznać za wtórne w stosunku do ontologicznego. Rozwinęło się wraz z umasowieniem i komercjalizacją turystyki. Pozwala na osiąganie większych korzyści zarówno dla przedsiębiorstw turystycznych poprzez lepsze dostosowanie podaży do cech aktualnego popytu, jak również dla turystów, dzięki obecności na rynku zróżnicowanej oferty, w tym „szytej na miarę” stylu życia, oczekiwań różnych pokoleń. To podejście prowadzi do uważnej analizy nie tylko upodobań, ale także ograniczeń, jakie w wyjazdach turystycznych mogą napotkać różne generacje (m.in. osoby starsze, młodzież, rodziny z małymi dziećmi). Rozpoznanie tych barier ma istotne znaczenie praktyczne w tworzeniu oferty dostępnej (m.in. pod względem ceny, udogodnień technicznych, związanych z obsługą) i atrakcyjnej (z uwagi na zainteresowania) dla potencjalnych turystów.

Istotną kwestią jest jednak to, aby pomimo korzyści wynikających z działań związanych z podejściem pragmatycznym osoby związane z sektorem usług turystycznych miały świadomość dużej generalizacji opisu cech poszczególnych pokoleń jako odmiennych segmentów rynku turystycznego. W przypadku subrynków – generacji, pomimo że każde pokolenie ma pewne charakterystyczne, odmienne od innych doświadczenia, oczekiwania, styl życia, system wartości, które wpływają na jego zachowania, nie sposób uwzględnić całej gamy zróżnicowanych motywów, oczekiwań, które są bardzo subiektywne, podobnie jak poczucie wieku, bez względu na generację.

Bibliografia

- Cairncross G., Buultjens J., 2007, *Generation Y and work in the tourism and hospitality industry: problem? what problem?*, Centre for Enterprise Development and Research Occasional Paper, no. 9, Southern Cross University, Coffs Harbour, NSW.
- Cohen A.M., 2009, *The Emergence of a Global Generation*, „The Futurist”, 43(1), s. 57–59.
- Cranston B., 2008, *Talkin' bout their Generations*, „B + T Weekly”, May 2, s. 10–11.
- Eisner S.P., 2005, *Managing Generation Y*, „S.A.M. Advanced Management Journal”, 70(4), s. 4–16.
- Ford G.C., 2006, *Businesses Told Value of Adapting Message to All Age Groups*, „Knight Rider Tribune Business”, Nov. 8, 1.

- Francesse P., 2004, *In the Shadow of the Boom*, „American Demographics”, 24(4), s. 40–42.
- Gorrell M., 2008, *When Marketing Tourism, Age Matters, Expert Says*, „The Salt Lake Tribune”, May 13.
- Grier S.A., Mensinger J., Huang S.H., Kumanyika S.K., Stettler N., 2007, *Fast-Food Marketing and Children's Fast-Food Consumption: Exploring Parents' Influences in an Ethnically Diverse Sample*, „Journal of Public Policy & Marketing”, 26(2), s. 221–235.
- Hawkins D.I., Mothersbaugh D.L., Best R.J., 2010, *Consumer Behavior*, 11th ed., Irwin/McGraw-Hill.
- Kadaba L.S., 2009, *The Power of Tweens: These Savvy 8-to-12-Year-Old Girls Are Such a Mighty Market Force They Merit Their Own D.C. Convention*, „McClatchy – Tribune Business News”, October 21.
- Kałowiecki W., 2014, *Memy internetowe, jako nowy język internetu*, „Historia i Kultura”, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637/>; 2.09.2014.
- Koco L., 2006, *Use Generational Marketing to Reach Boomers, Younger Clients*, „National Underwriter Life & Health”, 110(20), s. 26–27.
- Krzymowska-Kostrowicka A., 1997, *Geoekologia turystyki i wypoczynku*, PWN, Warszawa.
- Ludność. Stan i struktura w przekroju terytorialnym. Stan w dniu 30.06.2013, 2013, GUS, Warszawa.
- Łaciak J., 2012, *Aktywność turystyczna mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych*. Ministerstwo Sportu i Turystyki, <https://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/>; 4.09.2014.
- Mazur B., 2005, *Przesłanki i sposoby segmentacji rynku turystycznego*, [w:] *Zarządzanie turystyką na obszarach przyrodniczo cennych*, B. Poskrobko (red.), Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Białymstoku, Białystok.
- Mead M., 2000, (tłum. J. Hołówka), *Kultura i tożsamość: studium dystansu międzypokoleniowego*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Morton L.P., 2004, *Targeting the World War II Generation*, „Public Relations Quarterly”, 49(1), s. 46–49.
- Ritson M., 2007, *Have You Got the Gen X Factor?*, „Marketing”, April 25, no. 25.
- Rosenburg J., 2008, *Mind Your Generation*, „Journal of Property Management”, 73(6), s. 41–44.
- Stone M., Stanton H., Kirkham J., Pyne W., 2001, *The Digerati: Generation Y Finds Its Voice. Why Can't Brands Do the Same?*, „Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing”, 10(2), s. 158–168.
- Williams G., 2005, *Using Multi-Generational Marketing to Target Donors*, „Nonprofit World”, 23(5), s. 8–13.
- Williams K.C., Page R.A., 2010, *Marketing to the Generations*, „Journal of Behavioral Studies in Business”, s. 1–17.



W trakcie ogólnopolskiej konferencji popularnonaukowej „Międzypokoleniowe aspekty turystyki”, Kalatówki 22-24.09.2014 r., referat wygłasza dr hab. Alina Zajadacz, fot. Elżbieta Matusiak-Gordon

**Ilona Potocka,
Krzysztof Piotrowski**

Wydział Nauk Geograficznych
i Geologicznych
Uniwersytet
im. A. Mickiewicza
w Poznaniu

DZIECKO I DOROSŁY – POSTRZEGANIE ŚWIATA W PODRÓŻY

Dorośli nigdy nie potrafią sami zrozumieć.

A dzieci bardzo męczą konieczność stałego objaśniania.¹

Wstęp

Czas przeznaczony na podróże turystyczne często jest czasem, który poświęcamy rodzinie. We wspólnych podróżach o tym charakterze biorą udział osoby w różnym wieku. Stanowi to szansę na lepsze poznanie się, budowanie więzi, ale również może prowadzić do konfliktów wynikających z tego, że osoby w różnym wieku mają inne doświadczenie, oczekiwania od podróży turystycznej i niejednakowy poziom rozwoju procesów percepcyjnych. Postrzeganie przestrzeni zmienia się z wiekiem i doświadczeniem, co sprawia, że poczucie komfortu, zadowolenia z podróży może być odmienne dla każdego z uczestników wyjazdu. Do podjęcia tego tematu zainspirowały nas nie tylko zainteresowania badawcze, ale również, a może przede wszystkim podróże z naszymi własnymi dziećmi.

Prezentowana praca jest próbą określenia zależności między wiekiem osoby podróżującej a tym, jak percypuje przestrzeń, która ją w danym momencie otacza. Zagadnienia te mieszczą się w nurcie geografii behawioralnej zakładającym, że człowiek reaguje na środowisko takie, jakim postrzega oraz interpretuje w oparciu o swoją wiedzę i doświadczenia, za pośrednictwem procesów poznawczych. Jak pisał P. Rodaway (1994): „wszystkie zmysły są geograficzne (przestrzenne). Każdy z nich pomaga człowiekowi orientować się w przestrze-

¹ A. de Saint-Exupéry (1985, s. 8).

ni, uświadamiać sobie relacje przestrzenne i doceniać zalety poszczególnych miejsc". Procesami postrzegania przez człowieka środowiska i tworzeniem wyobrażeń o nim zajmuje się geografia percepcji².

Zdecydowanie więcej miejsca poświęcono w prezentowanej pracy postrzeganiu świata przez dzieci ze względu na to, że w pierwszych latach życia, do okresu wczesnej młodości (adolescencji 12–15 lat)³ procesy poznawcze rozwijają się bardzo szybko, a zdolności percepcyjne się zmieniają.

Badania potwierdzają, że postrzeganie jest procesem subiektywnym. Czy i w jakim zakresie poziom subiektywności zmienia się w przebiegu życia? Czy przestrzeń turystyczna dziecka będzie mniej subiektywna niż przestrzeń dorosłego? Czy ciekawość świata u dziecka, świeżość umysłu w zderzeniu z doświadczeniem i wyobrażeniami starszych może zmienić wzajemne spojrzenie na krajobraz, w którym wypoczywamy lub w którym dorastaliśmy? Czy przywiązanie do miejsca (czy też tożsamość miejsca) pojawiające się wraz z wiekiem rzutuje na aktywność turystyczną i postrzeganie przestrzeni nieznanych? Poniżej cytat, który w pewnym stopniu obrazuje przytoczone wątpliwości:

- Dziadku! Po cośmy tu przyszli?
- Wiesz, chciałbym ci pokazać, jak tu u nas ładnie.
- Ładnie? Raczej zwyczajnie – las jak las, rzeka jak rzeka, domy, kościół, pola. Po prostu wieś.
- Ja tak samo kiedyś myślałem. Strasznie zazdrościłem naszemu sąsiadowi, co wyjechał na zawsze do Ameryki.
- Nie na zawsze. On wrócił przecież dwa lata przed śmiercią. Mówił podobno, że tylko tu czuje się jak u siebie, chociaż dom wcale już nie był jego.
- No właśnie. Ja też bywałem tu i tam i dobrze wiem, ile różnych pięknych i ciekawych miejsc można na świecie zobaczyć.
- No i co? Nasze najlepsze?
- No właśnie – dla nas chyba najlepsze. Tu nauczyliśmy się, na czym polega życie. Poza tym w gruncie rzeczy od nas zależy, jakie to nasze miejsce jest⁴.

Mając świadomość złożoności procesów percepcji oraz różnorodnych uwarunkowań postrzegania otoczenia, a także różnych motywów podejmowania aktywności turystycznej, traktujemy przedstawione tutaj ujęcie teoretyczne jako przyczynek do dyskusji i dalszych badań.

² Mówiąc o tych procesach konieczne było zasygnalizowanie zagadnień z zakresu psychologii poznania, rozwoju człowieka oraz szeroko pojętej psychologii środowiskowej.

³ W artykule opieramy się na periodyzacji życia ludzkiego przyjętej we współczesnej psychologii, zgodnie z którą wyróżnia się, najogólniej mówiąc, okres dzieciństwa (do 7.–12. rok życia), okres adolescencji (wczesnej – do 15. roku życia i późnej – 16.–20./23. rok życia) oraz okres dorosłości (od 20./23. roku życia) (Harwas-Napierała 2002, za: Wiński, Zdebski 2008). Każdy z tych okresów dzieli się na podokresy.

⁴ K. Pawłowska, M. Swaryczewska (2002, s. 73).

Postrzeganie przestrzeni – teorie i uwarunkowania

Przedmiot, na który patrzymy, nie istnieje bez podmiotu, który nań spogląda. Taka źródłowa niepodzielność spotkania świata i świadomości została określona jako byt fenomenologii⁵.

Percepcja jest procesem złożonym polegającym na odbiorze, analizie i interpretacji danych napływających z otoczenia, którego efektem jest obraz rzeczywistości w umyśle człowieka, zbudowany również na bazie zarejestrowanej w pamięci wiedzy i doświadczeń. Proces ten dostarcza informacji zapewniających człowiekowi przetrwanie. Dzięki niemu można określić, z którym „p” – przyjaciel, przeciwnik, pożywienie, partner – mamy do czynienia w danym momencie, co pozwala odpowiednio zareagować (Dennett 1981, za: Klawiter 1999). Szansą lepszej adaptacji do środowiska (tym samym do przetrwania) jest biologiczna skłonność człowieka do podporządkowywania sobie środowiska przyrodniczego. Motorem tej skłonności jest ludzka ciekawość, co opisane zostało przez Demberta i Earla (1957, za: Winiarski, Zdebski 2008) w **teorii eksploracji**. Dzięki ciekawości człowiek rozwija się, a także często podejmuje aktywność turystyczną. Ważne tutaj jest przywiązywanie wagi do eksploracji o wyższym poziomie trudności niż w sytuacjach codziennych. Podczas podróży mamy do czynienia ze scenariuszami zazwyczaj nowymi, nieznanymi, co wymaga od nas pewnych umiejętności orientacyjnych. Poszerza się pole percepcji, zwiększają nasze kompetencje, co powoduje, że skuteczniej adaptujemy się do otaczającej rzeczywistości (Winiarski, Zdebski 2008).

Wyjazdy turystyczne związane są z przemieszczaniem się poza codzienne miejsca, odbieraniem nowych bodźców. Stąd w rozumieniu postrzegania świata w podróży istotna wydaje się być **teoria przetwarzania informacji** (Klahr, za: Boyd, Bee 2008), która próbuje wyjaśnić, w jaki sposób umysł zarządza napływającymi informacjami. Najpierw w procesie kodowania są one organizowane, a następnie przechowywane w trzech rodzajach pamięci: sensorycznej, krótkotrwałej i długotrwałej. Z pamięci mogą być przywoływane w procesie odtwarzania. Na przykład podczas podróży zagranicznej słowo w języku obcym (podobnie dzieje się z każdym słowem), które zostało usłyszane, dociera w postaci dźwięków do pamięci sensorycznej, tam dzięki doświadczeniu w używaniu języka dźwięki te zostają zidentyfikowane jako słowo. Stąd przechodzi ono do pamięci krótkotrwałej (roboczej), dzięki czemu zostaje na chwilę zapamiętane. Natomiast znaczenie tego słowa zostaje przywołane z pamięci długotrwałej – dzięki temu następuje zrozumienie jego znaczenia.

Do pamięci sensorycznej informacje docierają nieprzerwanie, ale jeżeli nie zostaną przekazane dalej, to szybko zanikają. Podróż turystyczna, szczególnie w celach poznawczych, powoduje, że turysta znajduje się w otoczeniu, z którego chce zapamiętać jak najwięcej. Jednocześnie ograniczenia pamięci sensorycznej uniemożliwiają przyjęcie zbyt wielu informacji. Jednorazowo pamięć

⁵ L. Brogowski (2001).

krótkotrwała może pomieścić około siedem elementów. Pozwalają zapamiętać np. listę zakupów czy numer telefonu. Pamięć ta stanowi rodzaj filtru chroniącego mózg przed nadmiarem bodźców i jednocześnie powodujące, że sygnały z zewnątrz rywalizują ze sobą. Gdy turysta zabsorbowany jest nowym miejscem, szczegółami architektonicznymi, przyrodą, obsługą aparatu fotograficznego itp. może nie odebrać informacji o tym, że wszedł na jezdnię na czerwonym świetle lub o tym, że kieszeń, w której miał portfel jest pusta.

To, jakie informacje trafiają do pamięci krótkotrwałej, zależy od rozwoju, sprawności poszczególnych zmysłów oraz od tego, które wydadzą się ważne, istotne, interesujące. Na ten „wybór” mają wpływ wcześniej zapamiętane informacje (przechowywane w pamięci długotrwałej), które są wykorzystywane do zrozumienia nowych informacji oraz techniki ich przetwarzania. Osoba mająca doświadczenie w znakowaniu szlaków turystycznych, idąc szlakiem, z większym prawdopodobieństwem zwróci uwagę na jakość znaków, podczas gdy inni zauważą tylko wskazywany przez nie kierunek.

Pamięć długotrwała ma nieograniczoną pojemność, a informacje są przechowywane w niej często w postaci skojarzeń. Niektórzy psychologowie zakładają, że dorośli i starsze dzieci potrafią zachować w pamięci krótkotrwałej więcej informacji niż małe dzieci – dzięki czemu potrafią rozwiązywać bardziej złożone problemy. W myśl tej teorii nie tylko wiek, ale i posiadana wiedza wpływają na zdolność zapamiętywania. Wcześniejsza wiedza z danego zakresu, tworząc punkty zaczepienia, ułatwia przyswajanie nowych wiadomości z danej dziedziny. Geolog obserwując kamienną budowlę i słuchając opowieści przewodnika na jej temat, prawdopodobnie zapamięta skały, z których jest zbudowana, podczas gdy zainteresowany przyrodą ożywioną zapamięta gatunek nietoperzy zamieszkujący jej podziemia. Osoba bez doświadczenia podróżniczego będzie zapamiętywała w odniesieniu do swojego, rodzinnego, oswojonego miejsca. Natomiast osoba z większym doświadczeniem będzie zapamiętywała również w odniesieniu do tego, co pamięta z odbytych podróży.

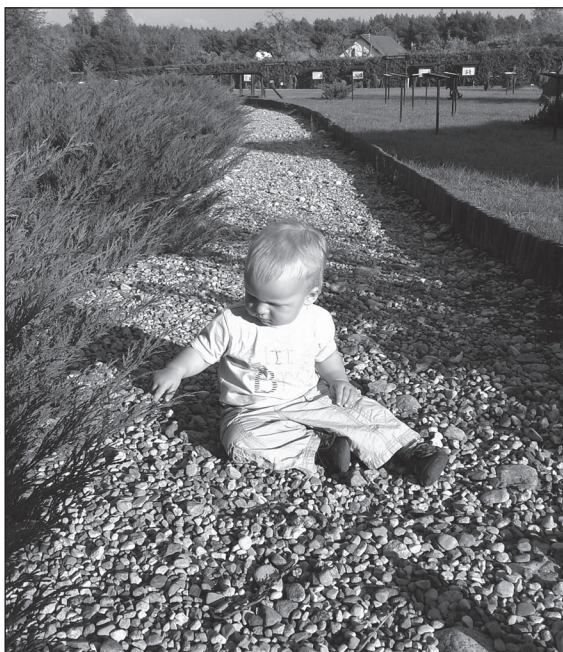
Doświadczenie i wiedza pojawiają się z wiekiem, ale także wraz z upływem czasu zmienia się postrzeganie środowiska. Badanie rozwoju percepcyjnego człowieka jest jednym z głównych elementów sporu w dyskusji na temat znaczenia natury i wychowania. „Natywiści twierdzą, że większość zdolności percepcyjnych jest wrodzona, natomiast empiryści uważają, że zdolności te są wyuczone” (Boyd, Bee 2008). Optymalna wydaje się integracja obu poglądów i przyjęcie tego, że rozwój zdolności poznawczych powinien być rozpatrywany jako interakcja między czynnikami wrodzonymi – fizjologicznymi, a wyuczonymi – uwarunkowanymi społecznie i kulturowo.

Dzieci w różnym wieku inaczej odbierają poszczególne komponenty przestrzeni. Problematyką percepcji środowiska przez najmłodszych zajmował się przez wiele lat J. Piaget, słynny szwajcarski psycholog dziecięcy, znany z **teorii rozwoju poznawczego**. W efekcie swoich badań wyróżnił cztery fazy rozwoju logicznego myślenia, w tym interpretowania otaczającej rzeczywistości (Piaget, za: Boyd, Bee 2008). Pierwsza **faza, nazywana sensomotoryczną**, trwa – we-

dług J. Piageta – od narodzin do około 18. miesiąca życia. Dziecko rozumie świat za pośrednictwem zmysłów i czynności ruchowych.

Percepcja przestrzeni własnego ciała jest najbardziej podstawowym stadium percepcji rzeczywistości (Gibson, Pick 2000). Ewolucja przestrzeni praktycznej jest ściśle związana z konstruowaniem przedmiotów. Początkowo istnieje tyleż nieskoordynowanych ze sobą nawzajem przestrzeni, ile dziedzin czuciowych (przestrzeń ustna, wzrokowa, dotykowa itp.). Noworodki mają bardzo dobrą ostrość słuchu, gorszą, lecz wystarczającą ostrość widzenia, a także bardzo dobrze rozwinięte zmysły smaku i dotyku. W pewnym stopniu potrafią rozróżnić kolory i zlokalizować źródło dźwięku (Boyd, Bee 2008).

Przestrzeń wizualna małego dziecka nie ma struktury i trwałości. Kształty i rozmiary nie są oczywiste. Przedmioty istnieją dopóty dopóki dziecko ma je w zasięgu wzroku. Wraz z wiekiem przestrzeń spostrzegana rozszerza się, poza to co widoczne i bezpośrednio do dotknięcia. Pod koniec tego okresu dziecko zaczyna się posługiwać prostymi symbolami, wytwarza się przestrzeń uniwersalna, zawierająca wszystkie pozostałe, charakteryzująca stosunki między przedmiotami i mieszcząca w sobie całość tych przedmiotów, razem z ciałem dziecka. Otóż konstruowanie przestrzeni zachodzi przede wszystkim dzięki koordynacji ruchów. Uwidacznia się tutaj ścisły związek między tym rozwojem a rozwojem samej inteligencji sensoryczno-motorycznej” (Piaget 2006b).



Fot. 1. Pole percepcyjne małego dziecka
Autor: K. Piotrowski

Można pokusić się tutaj o stwierdzenie, że dziecko w tym wieku podróżujące z rodzicami nie będzie uświadamiało sobie faktu podróżowania (pomijając uciążliwości związane np. z unieruchomieniem w środku transportu). W miejscu docelowym jego przestrzeń turystyczna będzie i tak ograniczona do jego bezpośredniego otoczenia uwarunkowanego wąskim polem percepcyjnym. Małe dziecko zainteresuje, np. kałuża, kamyk (fot. 1), a nie rozległy widok.

Nieco inaczej wygląda to w drugiej **fazie – przedoperacyjnej**, trwającej do wieku około sześciu lat. W tym czasie dziecko potrafi posługiwać się symbolami zarówno w mówieniu, jak i komunikowaniu niewerbalnym. Pod koniec tego okresu opanowuje umiejętność przyjmowania punktu widzenia drugiej osoby. Potrafi też klasyfikować przedmioty i posługuje się prostą logiką. W tym czasie kształtować się mogą również swoiste upodobania turystyczne. Dzieci zaczy-

nają preferować konkretne kierunki wyjazdów turystycznych i w zależności od podejścia rodziców mogą wpływać na decyzję o wyborze miejsca na wakacje. Najmłodszy (zresztą podobnie jak dorośli turyści) generalnie lubią tereny z dostępem do wody, bo są miejscami różnorodnych aktywności – stwarzają dużo możliwości zabawy i rozwijają aparat percepcyjny. Niektóre dzieci lubią również góry – bo można zmierzyć się z wyzwaniem (zdecydowanie bardziej lubią wspinaczkę, niż spacer po ścieżce o małym spadku). Potrafią już dostrzec rozległy widok i uświadomić sobie, że nie w każdym miejscu zasięg widoku i urozmaicenie krajobrazu są tak samo duże.

Wspomniana umiejętność odczuwania relacji przestrzennych między przedmiotami również rozwija się wraz z wiekiem. Na rysunku dziecka początkowo komin jest umieszczony prostopadle do skośnego dachu albo jeździec narysowany jest nad koniem, a koń nad ziemią. Dzieci częściej spostrzegają w przestrzeni pojedyncze elementy, a wraz z wiekiem częściej zwracają uwagę na elementy liniowe – drogi, ścieżki⁶.

W trwającej do 12. roku życia **fazie operacji konkretnych** następuje wielki postęp w logicznym rozumowaniu. Dzieje się tak dlatego, że dziecko rozwija takie operacje umysłowe, jak zasada zachowania stałości i zawierania klas. Nabiera świadomości, że zmiana punktu obserwacji nie powoduje zmiany cech obserwowanego przedmiotu oraz tego, że bocian jest jednocześnie ptakiem i zwierzęciem. Rozumowanie nadal odnosi się do tego, co znane z doświadczenia. Doświadczenia turystyczne są w tym przypadku bardzo cenne gdyż poszerzają horyzonty i poprawiają zdolności rozumowania, przez co wyostrzają percepcję. Pod koniec tego okresu dziecko potrafi odpowiadać na proste pytania zaczynające się od „Co by było gdyby...?”.

Po 12. roku życia, w okresie adolescencji, rozpoczyna się **faza operacji formalnych**, w której dziecko zaczyna posługiwać się pojęciami tak samo, jak przedmiotami. Potrafi stawiać hipotezy, wyraźnie rozwija się zdolność porządkowania w myślach pojęć i przedmiotów. Faza ta nie jest dostępna dla wszystkich w wieku młodzieńczym, granice tej i poprzednich faz należy traktować z przybliżeniem⁷.

Różnice te wynikają z **uwarunkowań społeczno-kulturowych** kształtujących nasze doświadczenia. Badania pokazują, że zwierzęta pozbawione pewnych bodźców, np. światła czy dźwięku, mają upośledzone systemy percepcyjne. Podobnie z ludźmi – co pokazują znane w świecie psychologii badania W. Dennisa (1960, za: Boyd, Bee 2008) prowadzone w irańskich sierocińcach wśród niemowląt – u których stwierdzono opóźnienie w rozwoju percepcyjnym na skutek braku możliwości oglądania, dotykania czy brania do ust pewnych przedmiotów, a także ograniczenia swobody ruchu.

Kontynuatorzy myśli Piageta wyróżnili dodatkowo **stadium myślenia post-formalnego**, w którym podkreśla się, że wiedza zależy od subiektywnych do-

⁶ Prace Matthews, za: A. Kowalczyk (1992).

⁷ Warto również wspomnieć, że teoria rozwoju poznawczego J. Piageta, uznana i doceniana w psychologii, ma, jak każda teoria, również swoich przeciwników.

świadczeń i punktu widzenia (relatywizm), a także, że rzeczywistość cechuje nieustanna zmienność i sprzeczności (dialektyczność). To stadium, w którym obserwuje się rozwój myślenia twórczego.

Przedstawiony powyżej przegląd wybranych uwarunkowań podmiotowych postrzegania (wynikających z cech obserwatora) koncentruje się na zależnościach związanych z wiekiem człowieka. Pamiętać należy również o innych cechach osobniczych rzutujących na postrzeganie przestrzeni, tj. płeć, miejsce zamieszkania, pochodzenie – korzenie kulturowe, wykształcenie i wykonywany zawód, zainteresowania⁸, przyjęta skala wartości i postawy wobec przyrody, czy w końcu doświadczenie turystyczne. Koncentrujemy się tutaj na wieku, ale nie można traktować tego elementu jako jedyne i takiego, który może warunkować postrzeganie w oderwaniu od pozostałych cech.

Determinanty podmiotowe (poza wiekiem), jak również **uwarunkowania przedmiotowe** – wynikające z cech percypowanej przestrzeni (np. cechy krajobrazu, relacji funkcjonalnych czy okoliczności postrzegania, tj. pogoda, pora roku, obecność innych osób, perspektywa z jakiej patrzymy⁹), nie będą w tym miejscu szerzej omawiane. Również przytoczone pokrótce teorie eksploracji, przetwarzania informacji oraz rozwoju poznawczego nie są jedynymi, które mogą służyć objaśnieniu omawianego zagadnienia.

Percepcja przestrzeni oswojonej i nieznanej (turystycznej)

*Miejsce to bezpieczeństwo, przestrzeń to wolność: przywiązani jesteśmy do pierwszego i tęsknimy za drugim.*¹⁰

Sytuacje związane z podróżą turystyczną to czas, kiedy w otoczeniu pojawiają się obiekty, wrażenia niecodzienne, takie, które znamy mniej. Z drugiej strony, nawet jeśli eksplorujemy jakiś obszar ponownie (czy też odbywamy podróż sentymentalną), to zgodnie z przytoczoną wcześniej teorią eksploracji Demberta i Earla (Winiarski, Zdebski 2008), dostrzegamy nowe, inne elementy otoczenia, często pomijane wcześniej (a jeśli tak się nie dzieje, wówczas wybieramy obszary nowe, nieznane i je eksplorujemy). Niezależnie od tego, czy jedziemy w nieznany nam obszar, czy też wracamy w te same miejsca, otaczająca przestrzeń jest mniej znana od codziennej, co powoduje, że procesy poznawania,

⁸ Dla przykładu, przy obserwacji ptaków człowiek niedoświadczony widzi ptaka, bardziej doświadczony konkretny gatunek, a specjalista stwierdzi np. jego występowanie poza dotychczasowym zasięgiem czy nietypowe zachowanie.

⁹ Człowiek żyje na Ziemi i ogląda świat niejako z boku. Widok z lotu ptaka nie jest dostępny, chyba że polecimy samolotem (lub inną maszyną latającą) lub wejdziemy na punkt widokowy czy wysoką górę. Y.F. Tuan (1987) pisze, że dla dziecka taka zmiana perspektywy jest niezwykle silnym przeżyciem, szczególnie jeśli spotyka się z nią pierwszy raz – bardzo często właśnie podczas podróży. Jednakże badania pokazują, że dzieci 5-, 6-letnie bardzo dobrze radzą sobie z odczytywaniem zdjęć lotniczych, potrafią odnaleźć zabudowania, pola czy lasy.

¹⁰ Y.F. Tuan (1987, s. 13).

percepcji są intensywniejsze. Również podróż z dzieckiem sprawia, że zwracamy uwagę na inne elementy, „odświeża” się nasze spojrzenie.

Rodzice wyjeżdżający w podróż z małym dzieckiem powinni pamiętać również o tym, co podkreślają psychologowie, że maluchy nie mają wyrobionej umiejętności przechodzenia z miejsca na miejsce i łatwo się gubią. Wynika to z ograniczonych w tym czasie umiejętności percepcyjnych (słabej orientacji przestrzennej).

Psychologowie środowiskowi podkreślają, że w postrzeganiu otoczenia, krajobrazu istotą jest traktowanie go całościowo. To podejście holistyczne – zakłada wzajemne interakcje między elementami środowiska i wskazuje, że żadnej części nie można zrozumieć bez uwzględnienia pozostałych aspektów (Bell, Greene, Fisher, Baum 2004). Czy wobec tego można mówić, że dzieci postrzegają środowisko, skoro z racji mniejszej wiedzy i doświadczenia nie potrafią jeszcze określić zależności między elementami środowiska i potrafią skoncentrować się w danej chwili na jednym komponencie? Z pomocą mogą przyjść tutaj rodzice lub dziadkowie. Mając duże doświadczenie i wiedzę mogą najmłodszym pomagać interpretować otoczenie, opowiadać o zależnościach, tłumaczyć, jakie procesy zachodzą w przyrodzie. Idealnym momentem na takie „lekcje postrzegania” są właśnie wyjazdy turystyczne, gdyż dorosły dysponuje wówczas czasem, by podzielić się swoją wiedzą z dzieckiem.

Potwierdzeniem tego mogą być wyniki badań G. Tarasenko (2011) prowadzone wśród ukraińskich dzieci w wieku 7–10 lat. Pokazują one, że obrazy, które są efektem postrzegania sensorycznego u dzieci, są niepełne i schematyczne. Najmłodszy często uwzględniają w ocenach przyrody pojedyncze cechy – charakterystyczne dźwięki, zapachy, a uwagę koncentrują głównie na kolorach. Rzadko postrzegają osobliwości form czy proporcji, nie wspominając o symetrii i rytmie w przyrodzie. Co podkreśla autorka „zdolność postrzegania przyrody w sposób obrazowy i umiejętność dzielenia się swymi przeżyciami estetycznymi jest rozwinięta tylko u 12–13% uczniów” (Tarasenko 2011).

Jak wspomniano wyżej, dziecko inaczej niż dorosły interpretuje otaczającą je przestrzeń. Według psychologów, problem interpretacji reakcji dziecka ma trzy składniki: świat, do którego dziecko się przystosowuje, myślenie dziecka i społeczeństwo dorosłych, które wywiera wpływ na to myślenie. Przekonania dziecięce są wytworem reakcji pod wpływem, ale nie pod dyktando dorosłego (Piaget 2006a).

Dziecko naśladując, kopiując zachowania dorosłych dokonuje zniekształceń, selekcji i obróbki. Na przykład, jeżeli dziadkowie dziecka mieszkają w Zakopanem i rodzice jadąc do dziadków będą mówili, że jedziemy do „Zakopanego”, a będąc na miejscu będą z dzieckiem szli „na Krupówki”, to Zakopane w rozumieniu dziecka może oznaczać tylko dom dziadków, a nie inne części tego miasta. W miarę rozwoju dziecko coraz lepiej rozumie dorosłego, co wpływa na mniejszy stopień zniekształceń.

Najmłodszy, z racji ograniczonej mobilności, mają bardzo zgeneralizowane wyobrażenia o dalszym otoczeniu, natomiast to bliskie („**przestrzeń oswojo-**

na”) znajdują bardzo szczegółowo. Co więcej, percepcja tych miejsc bliskich, rodzinnych decyduje o odbiorze środowiska w późniejszych latach życia, kształtuje tzw. **nawyki percepcyjne**. Obraz miejsc rodzinnych zakodowany w umyśle człowieka jest zawsze swoistym punktem odniesienia przy oswajaniu nowych miejsc. Dzieciństwo to czas tworzenia wzorców moralnych, kulturowych, okres przejmowania tradycji od przodków i budowania związków z otaczającą przestrzenią (Pawłowska, Skwarczewska 2002). W tym kontekście przytoczyć można badania D. Lyncha (2013), z których wynika, że ranga poszczególnych obiektów w przestrzeni jest zupełnie inna u dzieci i u dorosłych. Na rysunkach wykonywanych przez dzieci często pojawiają się miejsca, które dzieci odwiedzają, z którymi wiążą wspomnienia, emocje, np. place zabaw, kościoły, domy kolegów. Nie spotyka się na nich urzędów czy innych „ważnych” (w opinii dorosłych) obiektów. Zauważa się duże znaczenie drogi z domu do szkoły lub przedszkola. Dzieci proszone o narysowanie mapy okolicy zaczynały od narysowania właśnie domu i szkoły, a w dalszej kolejności wypełniały przestrzeń pomiędzy nimi treścią¹¹. Mimo wspomnianych wyżej zgeneralizowanych wyobrażeń o dalszym otoczeniu, dziecko w wieku pięciu czy sześciu lat wykazuje zainteresowanie geografiami odległych miejsc. Nawet jeśli nie ma doświadczeń turystycznych, to „prowadzi bujne życie w wyobraźni i świetnie czuje się w świecie fantazji” (Tuan 1987, s. 47).

Wiele zjawisk w przyrodzie jest dla dzieci abstrakcyjna, np. krążenie Księżyca wokół Ziemi. Dziecko widzi Księżyc tylko czasem, a chwile te oddzielone są od siebie przedziałami czasu, które dla małego dziecka trwają wieczność (Tuan 1987, s. 47). Dobrym przykładem tego stwierdzenia mogą być wspomnienia głuchoniemego chłopca (d’Estrelli) przytoczone za W. Jamesem przez J. Piageta (2006b): „Kiedy były chmury przypuszczał [sam d’Estrela], że pochodzą z wielkiej fajki Boga. Dlaczego? Ponieważ często obserwował z dziecięcym podziwem, jak dym z fajek i cygar kłębił się wznosząc ku górze. Fantastyczne kształty unoszących się w powietrzu chmur, często napełniały go szacunkiem. Jakie potężne płuca miał Bóg! Kiedy była mgła, dziecko przypuszczało, że to jego oddech w zimny poranek. Dlaczego? Ponieważ przy takiej pogodzie, często widziało swój własny oddech. Kiedy padało, nie wątpił, że Bóg wziął ogromny haust wody i wypluwał ją ze swej olbrzymiej buzi w postaci ulewy. Dlaczego? Dlatego, że wielokrotnie obserwował, z jaką zręcznością Chińczycy [w San Francisco] skrapiali w ten sposób bieliznę, by ją wybielić.”

W myśleniu dzieci (w fazie przedoperacyjnej) wyróżnia się kilka procesów, którymi dzieci tłumaczą sobie zmiany w otaczającej je rzeczywistości. Jednym z takich pojęć jest **artyfycjalizm** – przekonanie, że rzeczy zostały skonstruowane przez człowieka lub działalność boską, pracującą na wzór ludzkiej wytwórczości. Drugim pojęciem jest **animizm dziecięcy** definiowany jako tendencja, by traktować rzeczy jako żywe i wyposażone w intencje. Najpierw „żywe” są wszystkie przedmioty działające na korzyść człowieka: paląca się lampa, Księżyc, który

¹¹ Wyobrażenia przestrzenne (będące efektem procesów percepcyjnych) mogą być uzewewnętrzniane w formie szkiców, np. map mentalnych (ujęcie strukturalne) czy też opisów (ujęcie preferencyjne), i są bardzo cennym materiałem badawczym w przypadku określania postrzegania przestrzeni (Kowalczyk 1992).

oświetla. Później żywe są ciała ruchome, a jeszcze później tylko te, które wydają się poruszać same (Piaget 2006b). Artyfycjalizm i animizm stopniowo zanikają poprzez zmianę nastawienia umysłu. Dziecko przechodząc do fazy operacji konkretnych odkrywa, że tak rodzice, jak i inni ludzie nie są wszechmogący.

U dziecka do pewnego czasu występuje wrodzony **egocentryzm**: uważa, że wszyscy widzą świat tak jak ono. Egocentryzm dziecka przejawia się w tym, że myśli, iż wszystkie samochody jadące w jego kierunku jadą do niego, albo gdy spotka na ulicy swoją przedszkolankę, to wydaje mu się ona nienaturalnie przemieszczona (Tuan 1987). Wrodzony egocentryzm zmniejsza się bardzo wyraźnie od 7. do 8. roku życia na skutek stopniowej socjalizacji myślenia (Piaget 2006a). Logika dziecka dopiero z czasem nabywa obiektywności i ścisłości.

Kończąc rozważania, w tej części pracy można przytoczyć bardzo trafne stwierdzenie Y.F. Tuana (1987): „Miejsce może nabrać wielkiego znaczenia dla osoby dorosłej dzięki sentymentowi narastającemu z upływem czasu. Dziecko ma krótką przeszłość i co więcej oczy dziecka, bardziej niż oczy dorosłego skierowane są ku temu, co jest teraz albo co będzie za chwilę. Dziecięca energia działania i poznawania przestrzeni nie pozwala na przerwy, zamyślenia i spojrzenia wstecz, które właśnie nadają miejscom znaczenie.

Dziecko jest zaskoczone, jeśli pyta się je o nastrój krajobrazu, rzeczywistego czy namalowanego. To ludzie mają nastroje, z których powodu widok albo miejsce może wyglądać wesoło lub smutno. A przecież dorośli, zwłaszcza wykształceni dorośli, nie mają kłopotu z kojarzeniem nieożywionych przedmiotów z nastrojami. Małe dzieci, o wyobraźni tak bujnej w sferze swoich własnych stref działania, patrzą bardziej rzeczowo na miejsca, które dorosłym łączą się ze wspomnieniami” (Tuan 1987, s. 49).

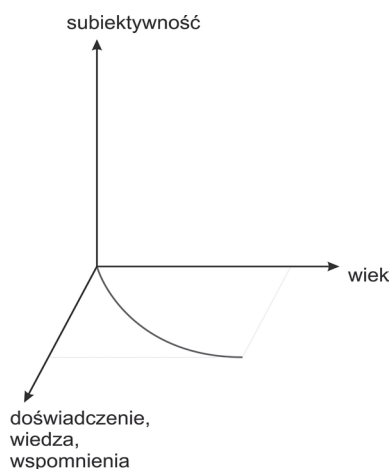
Wcześniejsze rozważania oraz powyższy cytat pokazują, że postrzeganie przestrzeni jest inne u dzieci i u dorosłych, ale różnice te nie wynikają jedynie z uwarunkowań fizjologicznych i tego, na jakim są etapie rozwoju procesów poznawczych, ale w dużej mierze z wpływu pamięci, wiedzy i doświadczeń, determinujących obraz świata w umyśle człowieka. Wspólne wyjazdy dzieci z dorosłymi mogą być pouczającym doświadczeniem dla obu stron. Dziecko, spoglądając bardziej przedmiotowo, zwraca uwagę dorosłego na podstawowe elementy otaczającej przestrzeni, a dorosły może dzielić się z dzieckiem swoimi doświadczeniami i wspomnieniami objaśniając rzeczywistość, co niewątpliwie zwiększa percepcję i pogłębia więzi rodzinne.

Podsumowanie

Mając na uwadze generalne prawidłowości, pomijając sytuacje incydentalne (nietypowe), autorzy proponują przedstawienie syntetycznego podsumowania, w formie wykresów.

Doświadczenie jako funkcja wieku (rys. 1) rośnie, jednak coraz wolniej. Zdobyte doświadczenie przechowywane w pamięci długotrwałej początkowo przyrasta bardzo szybko. Jednak w miarę jego przyrostu nowe informacje stano-

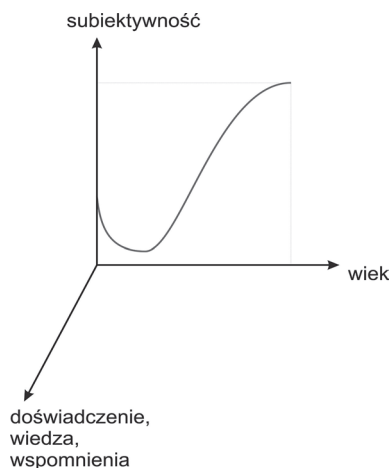
wią coraz mniejszy udział informacji już posiadanych. W niektórych sytuacjach w późnej starości więcej informacji może z pamięci zniknąć, niż się w niej pojawiać.



Rys. 1. Zależność pomiędzy wiekiem a doświadczeniem.

Źródło: opracowanie własne

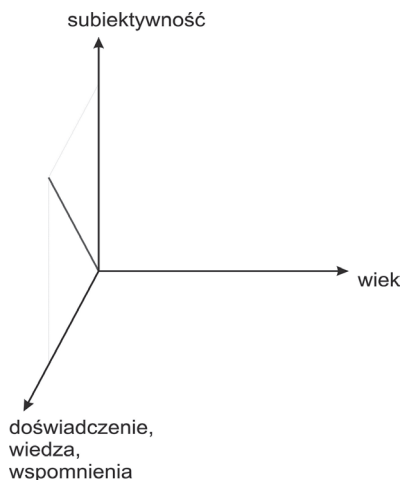
Subiektywność postrzegania przestrzeni jako funkcja wieku (rys. 2) w pierwszym okresie życia stopniowo spada – w miarę jak dziecko pozbywa się wrodzonego egocentryzmu, gdy stopniowo odkrywa, że otaczający je świat jest nie tylko taki, jaki odbiera swoimi zmysłami. Następuje to około 7.–8. roku życia. Jednak w miarę upływu wieku, na skutek rosnącego doświadczenia, subiektywność postrzegania rośnie znacznie powyżej tej, wynikającej z wrodzonego egoizmu. Przy czym z upływem czasu wzrost subiektywności w jednostce wieku jest coraz mniejszy.



Rys. 2. Zależność pomiędzy wiekiem, a subiektywnością postrzegania przestrzeni.

Źródło: opracowanie własne

Z braku bardziej szczegółowych informacji autorzy założyli, że subiektywność postrzegania przestrzeni wynikająca z doświadczenia (gdy nie uwzględniamy wieku) rośnie liniowo (rys. 3).



Rys. 3. Zależność pomiędzy doświadczeniem, a subiektywnością postrzegania przestrzeni.
Źródło: opracowanie własne

Zatem subiektywność postrzegania przestrzeni jako funkcja doświadczenia (wiedzy, wspomnień) oraz wieku (linia przecinająca dwukrotnie oś wieku – rys. 4) będzie najpierw malała, a następnie rosła do poziomu znacznie wyższego niż początkowy, jednak wzrost ten będzie coraz mniejszy.



Rys. 4. Zależność pomiędzy wiekiem, doświadczeniem, a subiektywnością postrzegania przestrzeni.
Źródło: opracowanie własne

Dorośli mogą przyswoić jednocześnie więcej informacji, z uwagi na lepiej rozwinięte zmysły oraz posiadaną wiedzę. Mają szerszy horyzont myślowy i jednocześnie większe doświadczenie i wiedzę. Dzieci koncentrują się na detalach, często nie zauważają niezwykłości – bo nie wiedzą, co jest normą. Albo uznają za niezwykle coś, co dla dorosłego takie nie jest. Nie potrafią koncentrować się na tak wielu bodźcach jednocześnie. Podróże dorosłych z dziećmi mogą wnieść bardzo dużo do wzajemnego postrzegania przestrzeni turystycznej i wzbogacają doznania podczas wyjazdu.

Rozpoznanie różnic pomiędzy osobami w różnym wieku w postrzeganiu przestrzeni w podróży ma znaczenie dla osób kształtujących tę przestrzeń oraz dla przygotowujących i realizujących produkty turystyczne. Przykładem mogą być tutaj ogrody sensoryczne (ogrody zmysłów) – K. Pawłowska (2008), które projektowane są specjalnie w celach terapeutycznych i edukacyjnych dla osób niepełnosprawnych, ale również użytkowane są przez osoby zdrowe. W szczególności mogą być atrakcyjnym miejscem wycieczki dla rodziny z dziećmi.

Również piloci i przewodnicy turystyczni powinni mieć na uwadze, że przekazywanie wiadomości krajoznawczych powinno uwzględniać zróżnicowane możliwości percepcyjne uczestników wycieczki.

Jak wynika z powyższych rozważań, zagadnienie różnic w postrzeganiu przestrzeni turystycznej związanych z wiekiem (i nie tylko) jest istotne z wielu względów, również praktycznych, i powinno być brane pod uwagę zarówno na etapie planowania przestrzeni turystycznej, jak i organizowanie w niej aktywności turystycznych.

Bibliografia

- Bell A.P., Greene Th.C., Fisher J.D., Baum A., 2004, *Psychologia środowiskowa*, GWP, Gdańsk.
- Boyd D., Bee H., 2008, *Psychologia rozwoju człowieka*, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań.
- Brogowski L., 2001, *Powidoki i po...unizm i teoria widzenia Władysława Strzemińskiego*, Wyd. Słowo Obraz Terytoria, Gdańsk.
- Gibson E.J., Pick A.D., 2000, *An ecological approach to perceptual learning and development*, Oxford University Press, Oxford .
- Klawiter A., 1999, *O słyszeniu przedmiotów*, „Poznańskie Studia z Filozofii Humanistyki”, t. 5(18): *Umysł a rzeczywistość*, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań.
- Kowalczyk A., 1992, *Percepcja środowiska miejskiego przez dzieci (na przykładzie Warszawy)*, [w:] B. Jałowiecki, H. Libura, *Percepcja i waloryzacja środowiska naturalnego i antropogenicznego*, Wyd. UW, Warszawa.
- Lynch D., 2013, *Obraz miasta*, (tłumaczenie oryginału z roku 1977), Wyd. Archivolta, Kraków.
- Pawłowska K., 2008, *Ogród sensoryczny*, „Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego”, t. XI: *Dźwięk w krajobrazie jako przedmiot badań interdyscyplinarnych*, Instytut Nauk o Ziemi UMCS, Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, Lublin.
- Pawłowska K., Swaryczewska M., 2002, *Ochrona dziedzictwa kulturowego. Zarządzanie i partycypacja społeczna*, Wyd. UJ, Kraków.

- Piaget J., 2006a, *Jak sobie dziecko wyobraża świat*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Piaget J., 2006b, *Studia z psychologii dziecka*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Rodaway P., 1994, *Sensuous Geographies*, Routhledge, London.
- Saint-Exupéry de A., 1985, *Mały księżę*, Wyd. PTWK, Warszawa.
- Tarasenko G., 2011, *Kształtowanie estetycznego stosunku do przyrody u dzieci w młodszym wieku szkolnym w środowisku rodzinnym*, „Rocznik Naukowy” Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy, Wyd. KPSW, Bydgoszcz.
- Tuan Y.F., 1987, *Przestrzeń i miejsce*, PIW, Warszawa.
- Winiarski R., Zdebski J., 2008, *Psychologia turystyki*, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

ROZDZIAŁ 2

ZNACZENIE RODZINY W KREOWANIU TURYSTYKI MIĘDZYPOKOLENIOWEJ

**Elżbieta Grzelak-Kostulska ,
Beata Hołowiecka,
Stefania Środa-Murawska,
Jadwiga Biegańska**

Uniwersytet Mikołaja Kopernika
w Toruniu
Katedra Studiów Miejskich
i Rozwoju Regionalnego

RODZINA JAKO CZYNNIK KSZTAŁTUJĄCY AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNĄ SENIORÓWA

Wstęp

Struktura demograficzna ludności podlega globalnym trendom, wśród których proces starzenia się populacji wymaga szczególnie uważnego monitorowania. Powodem tego jest dynamika procesu, stanowiąca ogromne wyzwanie dla wielu krajów europejskich. Problem ten dotyczy także naszego społeczeństwa, które, jak wskazują prognozy, może stać się w nieodległej przyszłości najstarszą populacją w Europie. Mówiąc o procesie starzenia warto uzmysłowić sobie, że jego przyczyną jest suma dwóch zjawisk: wydłużania czasu trwania życia i spadku ogólnej dzietności. Wydaje się, że w obu przypadkach turystyka może okazać się bardzo ważnym instrumentem łagodzącym skutki procesu starzenia demograficznego. Po pierwsze turystyka może wspomagać aktywność osób w starszym wieku, dając szansę na wydłużenie czasu trwania życia w zdrowiu (Grzelak-Kostulska, Hołowiecka 2012). Jak słusznie zauważył László Andor, komisarz ds. zatrudnienia, spraw społecznych i włączenia społecznego UE: „kluczem do rozwiązania problemów związanych z rosnącym odsetkiem osób starszych [...] jest »aktywne starzenie się« – zachęcanie osób starszych zachowania aktywności dzięki dłuższej aktywności zawodowej i późniejszemu przejściu na emeryturę, a po przejściu na emeryturę dzięki angażowaniu się w wolontariat oraz prowadzeniu zdrowego, samodzielnego życia” (Aktywność osób starszych...). Wspieranie aktywności turystycznej seniorów może się okazać jednym z istotniejszych elementów służących realizacji tego celu.

Z kolei sposobu na rozwiązanie problemu niskiej dzietności można także, paradoksalnie, doszukiwać się w wykorzystaniu zasobów starszego pokolenia. Co raz częściej wśród wielu instrumentów polityki ludnościowej służących wspiera-

niu rodzin w celu podniesienia poziomu bardzo niskiej dzietności, upatruje się szanse pomocy ze strony starszej generacji. Ich wsparcie dla rodzin z dziećmi, umożliwiające godzenie obowiązków rodzicielskich z zawodowymi, może być bardzo skutecznym narzędziem pod pewnymi warunkami. W rodzinach muszą być zachowane silne więzi między poszczególnymi pokoleniami, co, wobec obserwowanych trendów demograficznych, budzi poważne wątpliwości. Być może zachowania turystyczne polegające na wspólnym spędzaniu czasu wolnego mogą stać się istotnym spoiwem, które wzmocni osłabione relacje między członkami rodzin w różnym wieku. Aby jednak przełożyć te idee na praktykę, należy w pierwszej kolejności dokonać diagnozy sytuacji i odpowiedzieć na szereg pytań, m.in.: czy rodzina może być istotnym czynnikiem, który odpowiada za poziom aktywności jej członków, w tym przypadku seniorów? Czy osoby starsze mogą być aktywizowane przez pokolenie dzieci i wnuków? Czy turystyka może być płaszczyzną integracji międzypokoleniowej?

Jak wskazują studia literaturowe, stosunkowo niewielu badaczy podejmuje w ujęciu empirycznym kwestię zmian zachodzących w aktywnościach turystycznych w odniesieniu do charakteru rodziny (Kowalczyk-Anioł, Włodarczyk 2011). Kompleksowo problem ten opisywali m.in. T. Łobożewicz, T. Wolańska (1994), A. Chabior (2005), czy pod kątem pozytywnych aspektów np. K. Przeclawski (2004), R. Winiarski, J. Zdebski (2008). Wiele miejsca w publikacjach poświęcono natomiast determinantom aktywności turystycznej i rekreacyjnej, wśród których istotną rolę odgrywają uwarunkowania społeczne (Krzymowska-Kostrowicka 1997), zwłaszcza wynikające z tzw. cyklu życia rodziny (Oppermann 1995, Niezgoda 2003, Kowalczyk-Anioł 2007). Z perspektywy podjętego problemu szczególnie cenna wydaje się też praca W. Alejsiaka (2009), której autor udowadnia istnienie związku między aktywnością turystyczną a typem gospodarstwa domowego, w którym podejmowane są decyzje dotyczące poziomu i struktury konsumpcji turystycznej, czy praca J. Bąk (2012) o podobnej tematyce.



Rys. 1. Hipotetyczne struktury współczesnych rodzin polskich.

Źródło: J. Kowalczyk-Anioł, B. Włodarczyk (2011, s. 9–25)

Próbując wypełnić fragment luki w obecnym stanie wiedzy w niniejszym opracowaniu podjęto się ustalenia, w jakim stopniu typ rodziny może mieć

wpływ na postawy i zachowania seniorów wobec turystyki. Zweryfikowano zatem założenie, że przynależność do różnych typów rodziny generuje zróżnicowane zachowania turystyczne osób w starszym wieku.

Na potrzeby analizy dokonano podziału respondentów na cztery grupy odpowiadające odmiennym strukturom rodzinnym, zaprezentowanym na schemacie (rys. 1), z uzupełnieniem o kategorię osób żyjących w jednoosobowych gospodarstwach domowych. Seniorzy żyjący samotnie podejmują decyzje w bardziej autonomiczny sposób, dlatego zakłada się ograniczony wpływ rodziny na ich zachowania turystyczne. Zarówno w przypadku rodzin jednopokoleniowych (osoby mieszkające ze współmałżonkami), jak i rodzin wielopokoleniowych (osoby żyjące ze współmałżonkiem oraz dziećmi lub tylko z dziećmi), w obu wariantach, przyjmuje się, że rodzina odgrywa istotną rolę w podejmowanych aktywnościach turystycznych, przy czym oddziaływania te mogą być nieco zróżnicowane. Bardzo ważny wydaje się udział osób wspierających i stymulujących aktywność seniorów (Śniadek 2007, Kang, Hsu, Wolfe 2003), dlatego też wydawać się może, że w większej rodzinie wsparcie jest większe. Należy jednak pamiętać, iż wielopokoleniowa rodzina częściej towarzyszy rodzinie tradycyjnej, w której role poszczególnych jej członków są z góry narzucone, przypisując seniorom istotny udział w opiece nad wnukami.

Materiały i metody

W celu określenia wpływu typu rodziny na zachowania turystyczne osób starszych przeprowadzono wywiady kwestionariuszowe z osobami w wieku od 60 do 92 lat. Zbierając opinie respondentów posłużono się metodą badania ankietowego w technice PAPI – Paper and Pencil Interview. Na podstawie udzielonych odpowiedzi na pytania zawarte w ankiecie pt. „Uwarunkowania aktywności turystycznej seniorów” dokonano analizy, która pozwoliła na wskazanie, jak aktywność polskich seniorów skorelowana jest z ich sytuacją rodzinną.

Wywiady kwestionariuszowe przeprowadzono w kilku miastach różnej wielkości oraz na obszarach wiejskich województwa kujawsko-pomorskiego, które wytypowano jako poligon badawczy. Proporcjonalnie do wskaźnika urbanizacji na tym obszarze około 60% respondentów stanowili mieszkańcy miast (w tym 30% pochodziło z największych ośrodków liczących ponad 200 tys. mieszkańców, następnie 15% z miast z przedziału wielkościowego od 50 tys. do 200 tys. mieszkańców i pozostałe 15% z miast małych, liczących poniżej 50 tys.). Pozostałe 40% ankietowanych stanowili mieszkańcy wsi. Starano się o reprezentowanie w badaniu miast i wsi położonych w różnych częściach regionu, ze względu na jego zróżnicowaną przeszłość historyczną i spodziewane na tym tle różnice.

Formularz ankiety skonstruowano w klasyczny sposób, posługując się w przeważającej większości pytaniami zamkniętymi z zastosowaniem skali dychotomicznej, nominalnej i zmodyfikowanej wersji skali Likerta. Ankietyzację prowadziło kilkunastu przeszkolonych ankietatorów, realizujących zadanie od początku lutego do końca czerwca 2014 r. Badanie właściwe poprzedził pilotaż, który wskazał na konieczność przebudowania w jednym przypadku skali nominalnej.

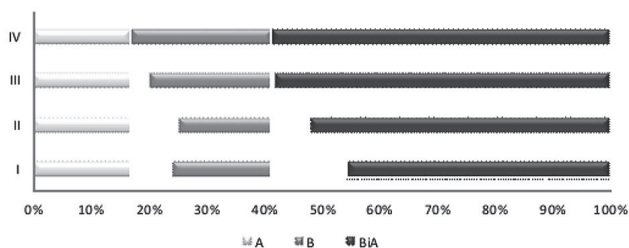
W badaniu, stosując schemat doboru nielosowego, zdecydowano się na dobór oparty na dostępności badanych. Liczba przeprowadzonych wywiadów kwestionariuszowych była uzależniona od możliwości pozyskania respondentów.

Łącznie wykonano 408 wywiadów, a po ich weryfikacji zbudowano bazę danych w programie IBM SPSS. Ze zbioru wyeliminowano odpowiedzi respondentów, którzy wskazali bardzo złą sytuację materialną i stan zdrowia uniemożliwiający aktywność turystyczną, czyli grupę, w przypadku której stosunek do turystyki jest zdeterminowany przez te najczęściej wskazywane ograniczenia. Przebadana próba nie ma w sensie statystycznym reprezentatywnego charakteru, wydaje się jednak, że znaczna liczba zebranych opinii umożliwia ostrożne wnioskowanie i uogólnianie wyników.

Wyniki badania

Aktywny wypoczynek ma niezaprzeczalnie pozytywny wpływ na zdrowie, samopoczucie, a więc na jakość życia każdego człowieka. Przy czym szczególnego znaczenia nabiera zwłaszcza w kontekście osób w starszym wieku, dla których uczestniczenie w aktywnym wypoczynku staje się narzędziem zapobiegania przedwczesnej niepełnosprawności i marginalizacji społecznej (Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Michniewicz-Ankiersztajn 2010, Miszczak 2012, Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Kwiatkowski 2011, Grzelak-Kostulska, Hołowiecka 2012, Hołowiecka, Grzelak-Kostulska, 2013).

Analizując uzyskane odpowiedzi na pytanie o preferowane formy spędzania czasu wolnego należy zauważyć, że najwyższy udział w grupie badanych, którzy wskazują na bierny wypoczynek miały osoby mieszkające samotnie (por. rys. 2). Osoby żyjące ze współmałżonkiem, ale bez dzieci natomiast najczęściej w grupie badanych wskazywały na wypoczynek aktywny.



Objaśnienia: prowadzący gospodarstwo domowe:

I – sam, II – ze współmałżonkiem, III – ze współmałżonkiem i dziećmi, IV – z dziećmi;

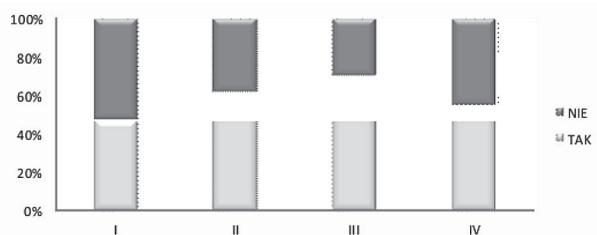
preferowana forma spędzania czasu wolnego:

A – aktywnie, B – biernie, BiA – bierna i aktywna

Rys. 2. Typ gospodarstwa domowego a preferowana forma spędzania czasu wolnego. Źródło: opracowanie własne

Aktywność turystyczna seniorów to również udział w wyjazdach turystycznych. Jest to niewątpliwie ten rodzaj aktywności seniorów, który w dużej mierze skorelowany jest z sytuacją materialną, lecz również z wpływem wielu innych czynników, w tym m.in. obecności rodziny. Rozkład odpowiedzi na kolejne pyta-

nie (por. rys. 3) wskazuje, że osobami, które najczęściej uczestniczą w wyjazdach turystycznych są seniorzy mieszkający wraz ze współmałżonkiem oraz dziećmi. W tej grupie 70,1% osób odpowiedziało twierdząco na zadane pytanie o uczestniczenie w wyjazdach turystycznych.



Objaśnienia: prowadzący gospodarstwo domowe:

I – sam, II – ze współmałżonkiem, III – ze współmałżonkiem i dziećmi, IV – z dziećmi

Rys. 3. Typ gospodarstwa domowego a rozkład odpowiedzi na pytanie:

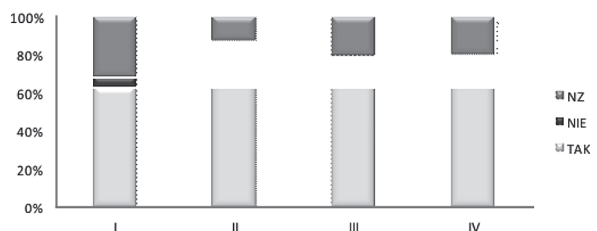
„Czy bierze Pan/i udział w wyjazdach turystycznych?”

Źródło: opracowanie własne

Odpowiedzi twierdzącej udzieliła także większość seniorów prowadzących gospodarstwo domowe wraz z innymi członkami rodzin. Z kolei w grupie osób żyjących samotnie podobnej odpowiedzi udzieliło 47,2% respondentów.

Wśród czynników wpływających na podjęcie decyzji o ewentualnym wyjeździe turystycznym seniorów niezwykle istotne jest również wewnętrzne przekonanie o sensie i wartości podejmowanych podróży. W związku z tym za istotne uznano ustalenie, czy wyjazdy turystyczne w opinii badanych stanowią wartościową formę spędzania czasu wolnego.

W tym przypadku, podobnie jak przy poprzednim pytaniu, odpowiedzi twierdzących udzieliła większość osób mieszkających z innymi członkami rodziny (por. rys. 4).



Objaśnienia: prowadzący gospodarstwo domowe:

I – sam, II – ze współmałżonkiem, III – ze współmałżonkiem i dziećmi, IV – z dziećmi;

odpowiedź: NZ – nie mam zdania

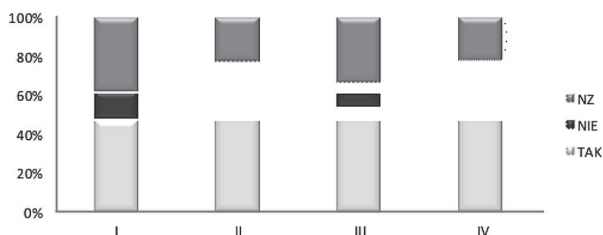
Rys. 4. Typ gospodarstwa domowego a rozkład odpowiedzi na pytanie:

„Czy uważa Pan/i podróżowanie (turystykę) za wartościowy sposób spędzania czasu wolnego?”

Źródło: opracowanie własne

Jedynie w grupie osób żyjących samotnie udział ten był zdecydowanie niższy.

W ostatnich latach w naszym kraju znacznie wzrosła tak ilościowo, jak i jakościowo oferta aktywnego spędzania czasu dla seniorów. Kolejne pytanie, w którym badane osoby poproszone zostały o ocenę, czy w ostatnich latach wzrasta aktywność seniorów (por. rys. 5), pozwoliło na określenie, czy dostrzegają oni ogólny wzrost aktywności osób starszych?



Objaśnienia: prowadzący gospodarstwo domowe:

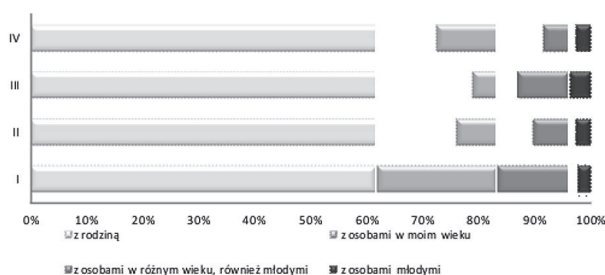
I – sam, II – ze współmałżonkiem, III – ze współmałżonkiem i dziećmi, IV – z dziećmi

Rys. 5. Typ gospodarstwa domowego a rozkład odpowiedzi na pytanie: „Czy Pana/i zdaniem wzrasta w ostatnich latach aktywność osób starszych?”.

Źródło: opracowanie własne

Okazało się, że ponad 60% seniorów mieszkających wraz ze współmałżonkiem i prawie tyle samo mieszkających tylko z dziećmi, zauważa w ostatnich latach zwiększającą się aktywność osób starszych, przy mniej niż połowie respondentów mieszkających samotnie.

Częstotliwość i rodzaj aktywności osób w starszym wieku związane są niewątpliwie także z osobami spędzającymi czas wolny wraz z seniorami. W kolejnym pytaniu poproszono respondentów o wskazanie, z kim najchętniej spędzają swój czas wolny (por rys. 6).



Objaśnienia: prowadzący gospodarstwo domowe:

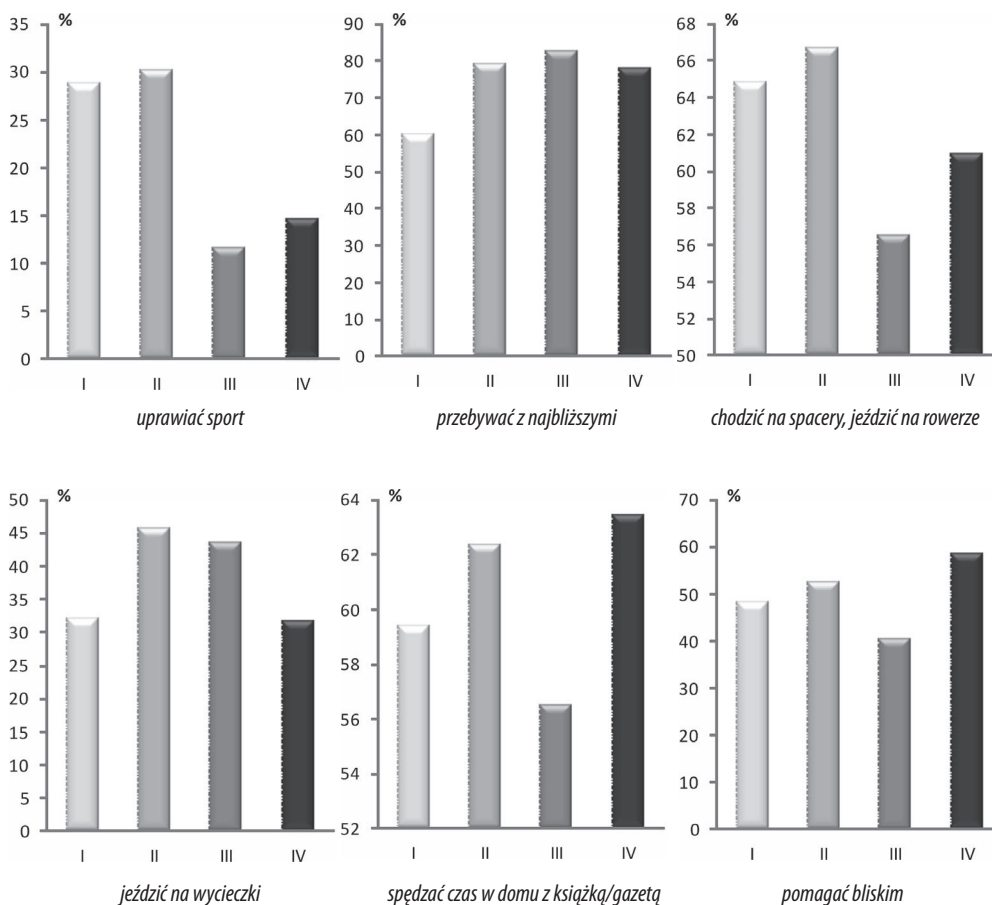
I – sam, II – ze współmałżonkiem, III – ze współmałżonkiem i dziećmi, IV – z dziećmi

Rys. 6. Typ gospodarstwa domowego a rozkład odpowiedzi na pytanie: „Z kim najchętniej spędza Pan/i wolny czas?”.

Źródło: opracowanie własne

Analiza udzielonych odpowiedzi wskazuje, że z rodziną najwięcej czasu wolnego spędzają osoby prowadzące gospodarstwo wraz ze współmałżonkiem lub ze współmałżonkiem oraz dziećmi (prawie 80% w obu grupach). Wysokie wskazania na grupę rówieśniczą pojawiły się wśród osób samotnych oraz mieszkających tylko z dziećmi.

Rozpatrując zależności między typem rodziny a aktywnością seniorów w niniejszym badaniu poproszono seniorów o wskazanie ulubionych form spędzania czasu wolnego (por. rys. 7).



Objaśnienia: prowadzący gospodarstwo domowe:

I – sam, II – ze współmałżonkiem, III – ze współmałżonkiem i dziećmi, IV – z dziećmi

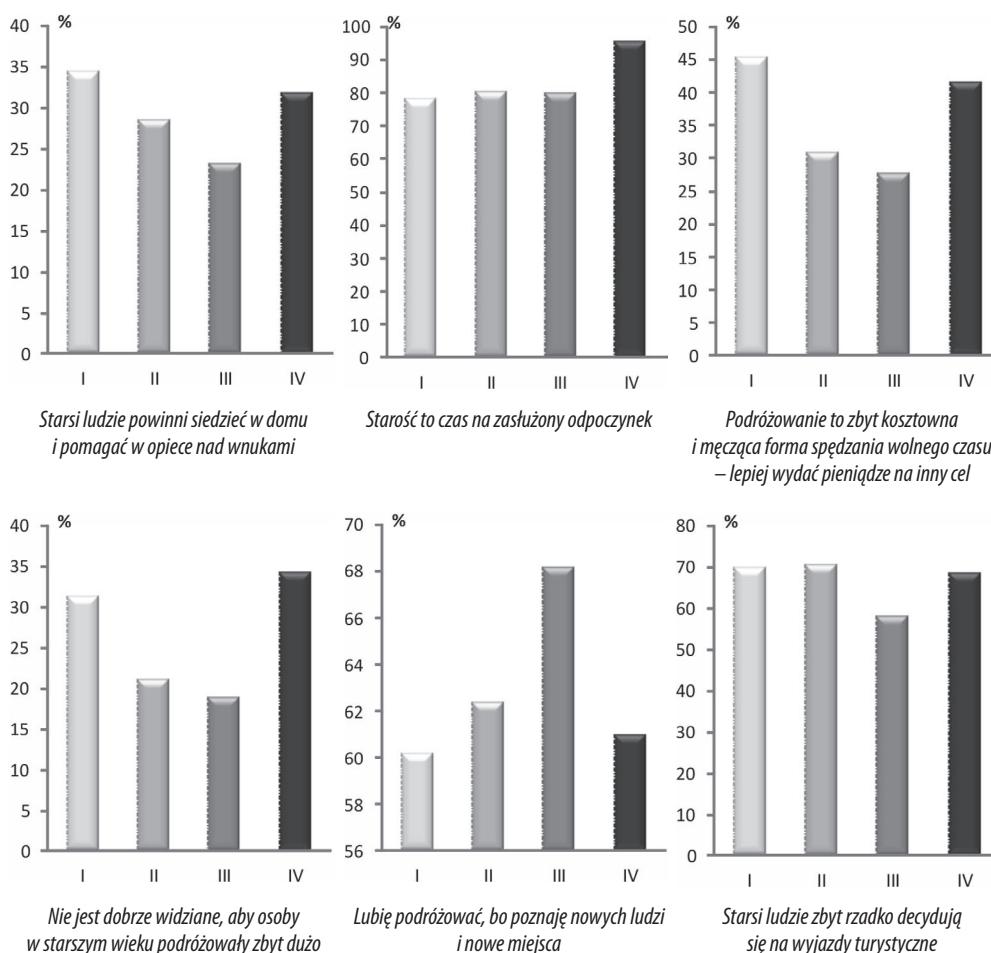
Rys. 7. Typ gospodarstwa domowego a rozkład odpowiedzi na pytanie o preferowane zachowania wolnoczasowe seniorów.

Źródło: opracowanie własne

W grupie badanych osób aktywne formy wypoczynku (jazda na rowerze, spacer) wskazała zdecydowana większość seniorów, w których gospodarstwie domowym nie ma dzieci. Z kolei większość osób, które mieszkają ze współmał-

zonkiem lub ze współmałżonkiem i dziećmi chętniej jeżdżą na wycieczki, niż osoby samotne lub żyjące tylko z dziećmi. Co interesujące, wśród osób prowadzących gospodarstwo domowe ze współmałżonkiem oraz dziećmi z jednej strony odnotowano nieco niższy odsetek wskazań na aktywne formy spędzania czasu wolnego, z drugiej natomiast najwyższy odsetek respondentów zaznaczył, że najchętniej spędza czas z najbliższymi, ale najmniej chętnie pomaga im w wolnym czasie.

Ostatnim elementem badania osób starszych w kontekście aktywności turystycznej była próba ustalenia postaw wobec szeroko rozumianego podróżowania (por. rys. 8).



Objaśnienia: prowadzący gospodarstwo domowe:

I – sam, II – ze współmałżonkiem, III – ze współmałżonkiem i dziećmi, IV – z dziećmi

Rys. 8. Typ gospodarstwa domowego a postawy wobec kwestii podróżowania.

Źródło: opracowanie własne

Ze stwierdzeniem, że: „starsi ludzie powinni siedzieć w domu i pomagać w opiece nad wnukami”, zgadzała się ponad 1/3 osób samotnych oraz mieszkających wyłącznie z dziećmi. Wśród pozostałych grup odsetek ten był nieco niższy. Zbliżony rozkład odpowiedzi cechował wypowiedzi: „podróżowanie to zbyt kosztowna i męcząca forma spędzania wolnego czasu – lepiej wydać pieniądze na inny cel” oraz „nie jest dobrze widziane, aby osoby w starszym wieku podróżowały zbyt dużo”. Prawie wszyscy respondenci postrzegają starość jako zasłużony odpoczynek, przy czym w grupie osób mieszkających tylko z dziećmi jedynie 5% osób nie zgadzało się z podanym stwierdzeniem.

Podsumowanie

W przeprowadzonym badaniu potwierdzono tezę, że przynależność do różnych typów rodziny generuje zróżnicowane zachowania turystyczne osób w starszym wieku. Próbę syntetycznego ujęcia wyników prezentuje zestawienie w tab. 1.

Tabela 1. Porównanie preferencji badanych w układzie poszczególnych kategorii gospodarstw domowych

Specyfika grupy	I	II	III	IV
	Starsi, gorzej wykształceni	Młodszy, dobrze wykształceni	Młodszy, dobrze wykształceni	Starsi
Aktywność rekreacyjna	Wysoka	Wysoka	Niska	Niska
Aktywność turystyczna	Niska	Przeciętna	Bardzo wysoka	Niska
Stosunek do podróżowania	Negatywny	Bardzo pozytywny	Bardzo pozytywny	Negatywny
Wolny czas spędza:	Z innymi seniorami i rodziną	Z rodziną	Z rodziną	Z rodziną

Objaśnienia: prowadzący gospodarstwo domowe:

I – sam, II – ze współmałżonkiem, III – ze współmałżonkiem i dziećmi, IV – z dziećmi

Źródło: opracowanie własne.

Uzyskane wyniki skłaniają do pewnych konkluzji:

Problem stanowi niska aktywność turystyczna samotnie mieszkających seniorów w połączeniu z ich negatywnym stosunkiem do podróżowania i osłabionymi relacjami międzygeneracyjnymi.

Seniorzy mieszkający ze współmałżonkiem, mimo bardzo pozytywnego nastawienia do podróżowania, cechują się niską aktywnością w tym zakresie. Ich dobre relacje z rodziną mogą stać się okazją do wzmocnienia aktywności.

Seniorzy mieszkający wyłącznie z dziećmi to na ogół grupa nieco starsza, mało aktywna, deklarująca niskie zainteresowanie podróżowaniem, preferująca wypoczynek bierny, chętnie przebywająca z rodziną i przyjmująca w niej tra-

dycyjne role. Wymaga zaangażowania rodziny w pomoc przy przełamywaniu pewnych stereotypów.

Wydaje się, że poczynione spostrzeżenia warto przełożyć na praktyczne rozwiązania służące większemu wsparciu aktywności turystycznej seniorów, co jest w dużej mierze zadaniem stojącym przed przedstawicielami młodszego pokolenia.

Bibliografia

- Aktywność osób starszych i solidarność międzypokoleniowa. Statystyczny portret Unii Europejskiej, 2012. Zbiór: Księgi statystyczne, doi:10.2785/17758.
- Alejski W., 2009, Determinanty i różnicowanie społeczne aktywności turystycznej, Studia i Monografia, nr 59, AWF im. B. Czecha w Krakowie, Kraków.
- Bąk I., 2012, Wpływ wybranych czynników na różnicowanie uczestnictwa w wyjazdach turystycznych na przykładzie gospodarstw domowych emerytów, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 697, Ekonomiczne Problemy Usług, nr 82 2012, s. 227–241.
- Chabior A., 2005, Aktywność życiowa i jakość życia seniorów, [w:] Seniorzy w rodzinie, instytucji i społeczeństwie, A. Fabiś (red.), Wybrane zagadnienia współczesnej gerontologii, Wyd. Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu, Sosnowiec.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., 2012, Turystyka osób starszych w Polsce: uwarunkowania społeczno-demograficzne. Wyzwania współczesnej polityki turystycznej: problemy polityki turystycznej, A. Rapacz (red.), Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 259, s. 95–108.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., 2012, Recreation of seniors in suburban zone of Toruń, [w:] Teoria i metodyka rekreacji ruchowej w świetle aktualnych badań, W. Siwiński, B. Pluta (red.), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, s. 397–407.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., Kwiatkowski G., 2011, Problem aktywności turystycznej seniorów, [w:] Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce, A. Stasiak (red.), Wyd. WSTH w Łodzi, Łódź, s. 265–279.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., Michniewicz-Ankiersztajn H., 2010, Profil aktywności turystycznej seniorów, [w:] Jakość życia seniorów w XXI wieku. Ku aktywności, D. Kałuża, P. Szukalski (red.), Wyd. Biblioteka, s. 71–85.
- Hołowiecka B., Grzelak-Kostulska E., 2013, Turystyka i aktywny wypoczynek jako element stylu życia seniorów, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Oeconomica”, z. 291, s. 165–179.
- Kang S.K., Hsu C., Wolfe K., 2003, Family Traveler Segmentation by Vacation Decision-Making Patterns, „Journal of Hospitality & Tourism Research”, s. 448–469.
- Kowalczyk-Anioł J., 2007, Rozwój przestrzeni urlopowo-wakacyjnej rodzin studentów Uniwersytetu Łódzkiego, ser. „Szlakami Nauki”, nr 34, ŁTN, Łódź.
- Kowalczyk-Anioł J., Włodarczyk B., 2011, Turystyka rodzinna – istota i zakres pojęcia, [w:] J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne, Wyd. PTTK „Kraj”, s. 9–25.
- Krzyszowska-Kostrowicka A., 1997, Geoekologia turystyki i wypoczynku, PWN, Warszawa.
- Łobożewicz T., Wolańska T., 1994, Rekreacja i turystyka w rodzinie, Polskie Towarzystwo Naukowe Kultury Fizycznej, Warszawa, ss. 127.

- Niezgoda A., 2003, Społeczne determinanty popytu turystycznego, „Problemy Turystyki”, nr 1/4, vol. XXVI.
- Oppermann M., 1995, Travel life cycle, „Annals of Tourism Research”, vol. 22, no. 3, s. 535–552.
- Przeclawski K., 2004, Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki, Albis, Kraków, ss. 160.
- Śniadek, J. 2007, Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce, „Gerontologia Polska”, t. 15, nr 1–2, s. 21–30.
- Winiarski R., Zdebski J., 2008, Psychologia turystyki, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, ss. 152.



W trakcie ogólnopolskiej konferencji popularnonaukowej „Międzypokoleniowe aspekty turystyki”, Kalatówki 22-24.09.2014 r., głos zabiera poseł RP Andrzej Gut-Mostwy, fot. Elżbieta Matusiak-Gordon

Maria Łuszczyńska

Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II w Krakowie

MIĘDZYPOKOLENIOWA TURYSTYKA RODZINNA – WYZWANIA W KONTEKŚCIE JEDNOSTKOWYM I SPOŁECZNYM

Wstęp

Turystyka jest coraz dynamiczniej rozwijającą się aktywnością człowieka dzięki temu, że poprzez swoje działanie korzystnie wpływa na rozwój gospodarczy z jednej strony oraz na rozwój społeczny, kulturalny i zdrowotny z drugiej. Staje się wyznacznikiem dobrobytu społecznego, ale też wraz ze zmianami na rynku pracy podstawową potrzebą w wymiarze społecznym i indywidualnym. W tym sensie można uznać konsumpcję turystyczną za wskaźnik dobrobytu (Słaby 2006).

Współczesne poszukiwania metody, platformy, sposobu i medium tworzenia optymalnych relacji międzyludzkich, które przyczyniałyby się do reintegracji społecznej i odbudowywania więzi społecznych, kierują zainteresowanie badaczy społecznych w rejony turystyki i rekreacji. To pierwsze zjawisko stanie się w niniejszym opracowaniu pretekstem do poddania analizie potrzeb, postaw oraz sytuacji rodzinnej współczesnych seniorów, a także do ukazania wariantu turystyki międzypokoleniowej, jaką jest **międzypokoleniowa turystyka rodzinna (MTR)**. To zjawisko, z jednej strony postulowane jako forma aktywności turystycznej, z drugiej jako obszar wsparcia publicznego i społecznego, wpisuje się w nurt turystyki społecznej.

Celem pracy jest ukazanie MTR w podwójnej perspektywie opisu. Z jednej strony jako zjawisko o charakterze społecznym uwzględniającym specyficzną jej cechę, tj. zaangażowanie w aktywność turystyczną przedstawicieli różnych pokoleń tej samej rodziny. Z drugiej strony MTR można traktować jako produkt turystyczny (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005), który dedykowany jest określonym odbiorcom powiązanych ze sobą relacjami rodzinnymi i międzypokoleniowymi.

Główną oś rozważań stanowi MTR, która opisywana językiem nauk społecznych, ukazuje istotny charakter działań turystycznych w szerszym kontekście polityki społecznej i socjologii.

Międzypokoleniowa turystyka rodzinna – zjawisko turystyczne i społeczne

W celu ukazania związków MTR z turystyką w ogóle należy jako wprowadzenie przywołać kilka definicji i klasyfikacji wyjściowych, które stanowią będą szeroki kontekst rozważań. Turystyka jako specyficzna forma aktywności określana jest m.in. jako rodzaj styczości, stanowiących podłoże stosunków i zjawisk charakterystycznych dla turystycznych podróży. Uwarunkowania, cele, definicje czy też motywy uprawiania turystyki są szeroko opisywane w literaturze przedmiotu (Przeclawski 1996, Gaworecki 2003, Nowakowska 2006, Krawczyk, red. 1997, Gołębowski 2002). Znamienny w analizie wybranych klasyfikacji jest brak wyraźnego wskazania społecznego nacechowania motywów czy funkcji. Mógłby on być zaznaczony chociażby przez wskazanie na więziotwórczy, międzypokoleniowy, rodzinny cel działań turystycznych. Można dopatrywać się tego postulatu jako ukrytego w poszczególnych motywach i funkcjach, ale nie zostaje on wyrażony wprost, nadając turystyce typowo społeczny wymiar.

Myśląc o społecznym charakterze turystyki można odwołać się do analizy zjawiska polityki społecznej i socjalnej. W tym obszarze przymiotnik „społeczny” oznacza w istocie to, co w naukach społecznych jest znane pod nazwą socjalny, czyli dedykowany słabszym, zagrożonym wykluczeniem lub wykluczonym grupom społecznym (np. dzieciom, seniorom, osobom z niepełnosprawnościami, ubogim itp.). W ujęciu nauk społecznych przymiotnik „społeczny” (w definicji polityki społecznej) można wyjaśniać jako „zorientowanie na potrzeby ludzkie, organizacja ładu gospodarczego, technicznego, przestrzennego, politycznego i sprawiedliwy układ stosunków w społeczeństwie.” Określenie socjalny oznacza wiele działań uzupełniających, mających na celu wyrównywanie zakresu zaspokojenia potrzeb do poziomu przeciętnego, dostarczanie dóbr, których adresaci są pozbawieni. W związku z tym można przyjąć, że zjawiska socjalne będą dotyczyły poziomu życia, z kolei zjawiska społeczne będą wpływać na jakość życia. Jednocześnie pojęcie „socjalny” będzie zawierało się w zakresie znaczeniowym pojęcia „społeczny”. Wszystko zatem to, co będzie socjalne, będzie też społeczne, ale nie odwrotnie.

Pisząc o postulacie społecznego nacechowania turystyki autorka bierze pod uwagę podejmowanie takich inicjatyw turystycznych, które będą wzmacniały społeczny (a zarazem socjalny) wymiar funkcjonowania odbiorców tych działań. Jednym z takich elementów będzie kierowanie oferty turystycznej do jednej z podstawowych grup społecznych, jaką niewątpliwie jest rodzina. Wspieranie relacji międzypokoleniowych w ramach jej funkcjonowania za pomocą inicjatyw turystycznych wprowadza w obszar rozważań na temat międzypokoleniowej turystyki rodzinnej.

W świetle powyższych rozważań międzypokoleniowa turystyka rodzinna będzie tą formą ruchliwości przestrzennej osób, i ogólnie ich działań, której naczelnym wyznacznikiem będzie to, kto je podejmie, a nie kierunek czy czas. O międzypokoleniowej turystyce rodzinnej można mówić wtedy, gdy w działania o charakterze turystycznym zaangażowane są osoby, należące do tej samej grupy rodzinnej, w ramach której reprezentowane są różne pokolenia. Podejmując one działania o charakterze turystycznym po to, aby nawiązywać i podtrzymywać swoje relacje rodzinne, zacieśniać więzi międzypokoleniowe i międzyludzkie, tworzyć warunki do wymiany międzypokoleniowej i podtrzymywania przekazu rodzinnego. Nie wyklucza to oczywiście innych, wymienionych wcześniej motywów podejmowania aktywności turystycznej, ale są one wtórne w stosunku do tych, które związane są z rodzinotwórczą rolą turystyki.

Jak wynika z powyższej definicji, w MTR nie będzie ważna destynacja, forma, uwarunkowania ekonomiczne, status społeczny, wykształcenie, czy dorobek, ale to, kto z kim podróżuje i dlaczego. Ta definicja może być egzemplifikacją tego, co określa się turystyką międzypokoleniową, z tym jednak wyjątkiem, że międzypokoleniowość niekoniecznie musi być realizowana w obrębie rodziny, zatem jest zjawiskiem szerszym. MTR z kolei przez to, że uprawiana będzie przez członków tego samego systemu rodzinnego (bez wskazywania dalszej lub bliższej formy pokrewieństwa). Pod jej wpływem zacieśnione zostaną nie tylko więzi międzypokoleniowe, ale też wewnątrzrodzinne, co w dalszej perspektywie może przełożyć się na powodzenie współdziałania międzypokoleniowego pomiędzy przedstawicielami obcych wobec siebie grup wiekowych.

W ujęciu MTR niezwykle ważny jest właśnie system rodzinny, w ramach którego ma się odbywać się wydarzenie turystyczne. Według J. Szczepańskiego – klasyka teorii rodziny – jest ona systemem, który można potraktować jako układ zamknięty, wydzielony z całości rzeczywistości społecznej, a jednocześnie – poprzez realizację zadań systemu/grupy będący elementem procesów życiowych społeczności – włączony w ową całość funkcjonalnie (Szczepański 1970). Stąd można przyjąć, że sukces rozwojowy wewnątrz rodziny może przełożyć się zarazem na podniesioną motywację do powtórzenia tego sukcesu poza rodziną. Ten sukces to sukces działania o charakterze turystycznym. W tym sensie turystyka byłaby nośnikiem integracji społecznej, której początek następowałby w rodzinie.

Jak więc widać, rozważania na temat MTR można wpisać w szeroki kontekst coraz powszechniej dyskutowanego zjawiska, jakim jest turystyka społeczna, pamiętając jednak o postulatcie poszerzenia zakresu znaczeniowego pojęcia „społeczny”. W literaturze przedmiotu odnoszącej się do turystyki społecznej przytacza się definicję Międzynarodowego Biura Turystyki Społecznej (BITS), w której główną cechą turystyki społecznej jest „zespół relacji i procedur wynikających z realizacji programów finansowanych przez państwo, aby umożliwić udział w turystyce warstwom obywateli o niższych dochodach” (Raport: Analiza... 2007). Na potrzeby niniejszego opracowania autorka proponuje rozszerzenie znaczenia pojęcia „społeczna” w określeniu „turystyka społeczna”. Otóż, w kontekście międzypokoleniowej turystyki rodzinnej jej charakter społeczny

należy rozumieć przede wszystkim jako realizującą cele społeczne, mającą charakter społeczny, czyli dotyczącą społeczeństwa, realizowaną przez społeczeństwo lub społeczność, a najmniejszą formą „społeczności” jest rodzina.

Podmioty międzynarodowej turystyki rodzinnej – osoby starsze

Głównymi aktorami międzypokoleniowej turystyki wewnątrzrodzinnej są osoby w wieku przedprodukcyjnym – dzieci i młodzież – oraz ich dziadkowie. Rodzice w tym kontekście znajdują się niejako w drugim, wtórnym obszarze turystyki, ze względu właśnie na ich aktywność zawodową. To dzięki niej często MTR zostaje dofinansowana, z drugiej strony aktywność zawodowa jest ograniczeniem czasowym dla wspólnych rodzinnych przedsięwzięć turystycznych. Nie oznacza to oczywiście, że pokolenie aktywne zawodowo znajduje się poza procesem turystyki międzypokoleniowej, ale na potrzeby analizowania niniejszego zjawiska nie znajduje się w centrum uwagi rozważań na temat MTR. Ze względu na udział pośredni – ograniczony w czasie, ograniczony do określonego sezonu turystycznego, głównie finansowy – pokolenie rodziców staje się niejako „uczestnikiem-duchem” w wydarzeniach o charakterze MTR.

Głównym adresatem działań MTR powinni być seniorzy oraz dzieci i młodzież. To ich wzajemne relacje i zasoby pokoleniowe mogą przyczynić się do wzmocnienia rozwoju tego zjawiska turystycznego. Dzieci i młodzież mają naturalną potrzebę podejmowania działań o charakterze turystycznym, ze względu na ich aktywny i dostarczający nowych bodźców poznawczych charakter. O ile tylko są wdrażane (w rodzinie, instytucjach oświatowych lub w innych formach działań grupowych, np. w harcerstwie) w podejmowanie inicjatyw turystycznych, są ich chętnymi uczestnikami. Ten naturalny zapał może być wsparciem dla starszego pokolenia, aby podejmować wysiłek organizowania czy udziału w wydarzeniach turystycznych. Osoby starsze są bowiem grupą, która ze względów demograficznych i społecznych w perspektywie najbliższych lat stanie się ważnym graczem na rynku usług turystycznych, o ile wystąpią warunki wewnętrzne i zewnętrzne dla rozwoju turystycznego tej grupy wiekowej.

Wzrost znaczenia osób starszych w gospodarce turystycznej związany jest ze zwiększającą się liczbą seniorów. Zgodnie z danymi GUS liczba osób w wieku poprodukcyjnym wzrosła w perspektywie kolejnych kilkudziesięciu lat – z poziomu 6 271 000 osób w wieku 65+ w roku 2007 do 10 932 000 osób w tym wieku w roku 2035. Z tego liczba osób 80-latków i starszych zwiększy się z 1 140 000 osób w 2007 r. do 2 574 000 w roku 2035, co oznacza ponaddwukrotny wzrost populacji w najstarszym wieku (Prognoza ludności... 2009). W roku 1950 na świecie żyło około 200 mln ludzi w wieku 60+. Obecnie jest ich już ponad 500 mln, a szacunki mówią, że około roku 2025 będzie 1,2 mld (Dragan 2011).

Postulat koncentracji na osobach starszych jako na centralnym podmiocie rozwoju MTR musi uwzględniać kilka cech tej populacji, które należy wziąć pod uwagę planując rozwój turystyki.

Po pierwsze starość jest etapem życia dość szczególnym – okresem dokonywania bilansu życia. O ile ten bilans jest dodatni, senior ma siłę i motywację do działań konstruktywnych. Gorzej, jeśli bilans okazuje się ujemny. Wtedy bardzo często potęguje to problemy okresu starszego, takie jak problemy zdrowotne, osłabienie kondycji, utrata atrakcyjności fizycznej, strata bliskich osób, zmiana „konstelacji” rodzinnych, obniżenie statusu społecznego i ekonomicznego związane z zakończeniem aktywności zawodowej, zmniejszenie poczucia przydatności i prestiżu, świadomość zbliżającego się końca życia i inne krytyczne zdarzenia, charakterystyczne dla tej fazy życia, będące pochodnymi wymienionych. Seniorzy mają odmienną, nierzadko trudniejszą sytuację życiową oraz określone potrzeby. Badacze twierdzą, że potrzeby osób starszych nie różnią się co do jakości, lecz jedynie co do intensywności. B. Małecka twierdzi, że człowiek w wieku podeszłym szczególnie mocno odczuwa potrzebę bezpieczeństwa psychicznego, przynależności do grupy i zajmowania w niej określonego miejsca, bycia we wspólnocie, w atmosferze życzliwości i przyjaźni, bycia użytecznym, potrzebę uznania – afirmacji siebie i świata (Małecka 1985). M. Susułowska (1989) podkreśla, że osoby starsze odczuwają silniej niż w poprzednich okresach życia potrzebę bezpieczeństwa, przynależności i szacunku. E. Trafiałek (2003) zauważa dominację potrzeby bezpieczeństwa i emocjonalnego wsparcia, akceptacji, afiliacji i miłości. G. Garrett (1990) twierdzi, że najbardziej dominującą potrzebą osób starszych jest zachowanie niezależności i własnej indywidualności. W najbardziej syntetyczny sposób priorytety potrzeb osób starszych definiuje H. Balicka-Kozłowska (1992), sprowadzając ich wszystkie podstawowe potrzeby do szeroko rozumianego bezpieczeństwa. Świadomość tej zależności w kontekście turystyki może przyczynić się do profilowania aktywności dedykowanej seniorom i ich rodzinom pod kątem zaspokajania potrzeb, w tym głównie potrzeby bezpieczeństwa.

Po drugiej grupa wiekowa seniorów nie jest jednorodna. Starość ma wielorakie oblicza ze względu na długotrwałość i skomplikowanie tego procesu. Wpływa na to tempo indywidualnego starzenia się, związane z uwarunkowaniami genetycznymi, fizycznymi, ale też czynniki zewnętrzne, takie jak relacje społeczne, styl życia, dotychczasowy dorobek życiowy (zarówno zasoby materialne, jak i niematerialne, np. bogactwo doświadczeń, hobby i zainteresowania), wiek, wykształcenie, stan cywilny, dochód, stan zdrowia. Każda z nich wpływa na styl życia i aktywność w czasie wolnym (Grzelak-Kostulska i in. 2010, Grzelak-Kostulska 2011). Osoby starsze są grupą niezwykle zróżnicowaną pod względem stanu zdrowia, sprawności fizycznej, doświadczeń życiowych, potrzeb i nawyków (w tym turystycznych), sprawności intelektualnej, zamożności, sytuacji rodzinnej, opiekuńczej – wymieniając wyłącznie czynniki mające wpływ na turystyczne decyzje. Niezależnie od cenzury czasowej, wyznaczającej granice starzenia się, w tej grupie wiekowej znajdują się zarówno osoby w pełni sił fizycznych (podejmujące nadal aktywność zawodową lub wypełniające zadania opiekuńcze w pełnym wymiarze odpowiedzialności, np. nad wnukami lub innymi krewnymi), jak też osoby osłabione wiekiem lub utratą zdrowia, które z racji wieku ograniczają swoją aktywność społeczną, fizyczną, intelektualną. Ta niejednorodność wpływa w zdecydowany sposób na poziom motywacji do podejmowania różnorod-

nych działań, w tym aktywności o charakterze turystycznym. W ten sposób wiek i związany z nim dobrostan wpływa na styl życia, w tym również na wzorzec i decyzje konsumencie podejmowane w odniesieniu do usług turystycznych.

Po trzecie rodzina odgrywa w życiu osób starszych rolę kluczową. Pokazują to różnorodne badania dotyczące zarówno osób starszych, żyjących w środowisku otwartym – w miejscu swojego zamieszkania, jak też w instytucjach opiekuńczych. Podtrzymywanie relacji rodzinnych może zachęcać seniorów do podejmowania różnych aktywności, np. o charakterze turystycznym. Przygotowywanie oferty turystycznej, uwzględniającej potrzeby członków rodziny, będących w różnym wieku, może przyczynić się do zwiększenia decyzji konsumencików z zakresu gospodarki turystycznej.

Po czwarte w zakresie gerontologii społecznej powstają różnorodne teorie pozwalające wspierać rozwój osób starszych. Wśród nich można wymienić teorię aktywizacji oraz teorię pomyślnego starzenia się, które ukazują warunki, w jakich człowiek w starszym wieku może wydłużać czas pozostawania osobą niezależną i samodzielną (Kozdroń 2006). Warto również wspomnieć o teorii wychowania do starości A. Kamińskiego. Jej głównym założeniem jest przekonanie, że ludziom starszym trzeba pomagać w nabywaniu i rozwijaniu przez nich aspiracji, zainteresowań, umiejętności. W ten sposób osoby nieaktywne zawodowo mogą umiejętnie planować swój wolny czas w taki sposób, aby przeżywać zadowolenie i satysfakcję (Kamiński 1978). Międzypokoleniowa turystyka rodzinna w swoich założeniach wpisuje się w ten nurt jako jedna z możliwych metod autonomizowania seniorów. Jej oddziaływanie jest wielokierunkowe, gdyż z jednej strony powoduje gotowość i mobilizację starszego pokolenia, z drugiej jednocześnie wypracowuje nawyki aktywności turystycznej młodszego pokolenia, realizując cele o charakterze profilaktycznym. Im wcześniej bowiem człowiek doświadczy smaku turystycznego sukcesu, tym lepiej będzie przygotowany na swoją własną starość.

W końcu w charakterystyce seniorów w odniesieniu do kreowania obszaru aktywności turystycznej i usług należy podkreślić, że kolejne pokolenie seniorów jest inne niż ich poprzednicy. Wynika to w dużej mierze z historycznych i społecznych uwarunkowań danego pokolenia – dostępu do usług opieki zdrowotnej, poziomu świadomości na temat troski o zdrowie, warunków materialnych i bytowych, możliwości, dostępu i prestiżu edukacji – oraz wielu innych związanych z przemianami ustrojowymi i zdarzeniami historycznymi, mającymi przełożenie na warunki gospodarcze. Od tego, jakie wartości, nawyki, podejście do aktywizacji, świadomość ochrony zdrowia i trybu życia, będzie reprezentowało nowe pokolenie seniorów, zależy to, jaki będzie ich stosunek do aktywności turystycznej.

Międzypokoleniowa turystyka rodzinna w kontekście działań turystycznych osób starszych

W powszechnym przekonaniu podróżowanie i udział w turystyce jest marzeniem i celem wielu osób, kojarzącym się szczególnie z okresem emerytury.

Większość niezrealizowanych marzeń turystycznych odkłada się na okres po zakończeniu aktywności zawodowej. Rzeczywistość jednak odbiega od planów i wyobrażeń na temat życia na emeryturze. Badania aktywności seniorów ukazują jednak inny obraz. Z badań zleconych przez Ministerstwo Sportu i Turystyki w 2010 r. wynika, że niemal 70% osób w wieku 55+ w ciągu poprzedniego roku nie wyjechało nigdzie poza swoje miejsce zamieszkania, a ci, którzy wyjechali, tylko w 10% przypadków wybrali się w podróż w celach turystycznych. Aż ¾ osób w wieku powyżej 75 lat deklaruje, że nigdzie nie wyjeżdża. Powody, na jakie wskazywali ankietowani, były związane ze stanem zdrowia (40%) i z sytuacją materialną (30%). 17% osób podaje jako powód brak czasu. Ponad 70% respondentów nie ma w planach żadnych wyjazdów o charakterze turystycznym (Raport: Preferencje... 2011).

We wspomnianym badaniu należy zwrócić uwagę na jeszcze jedną zmienną, dotyczącą towarzyszy podróży. Otóż seniorzy najchętniej podróżują z małżonkiem i partnerem (56%) oraz z wnukami (17–30% w zależności od grupy wiekowej – im starsza osoba, tym częściej wskazuje na chęć zabrania ze sobą na wyjazd zagraniczny dzieci bądź wnuków). Można podejrzewać, że te wartości byłyby wyższe, gdyby pytanie dotyczyło wyjazdów krajowych. Wtedy seniorzy jeszcze chętniej zabieraliby ze sobą wnuki, ze względu na mniejsze ryzyko bezradności w sytuacji wypadków, chorób lub innych zdarzeń losowych, wymagających obecności rodziców.

W tych samych badaniach zostały również określone preferencje odnośnie do spędzania czasu wolnego przez seniorów. Wśród osób w wieku powyżej 55. roku życia najczęściej wymienianymi rodzajami aktywności fizycznej były bierne sposoby spędzania czasu: spokojny wypoczynek z krótkimi spacerami, życie towarzyskie i rozrywki oraz przebywanie w ciszy, z dala od ludzi, w miejscach mało uczęszczanych. Respondenci wskazywali również na spokojne spacerowanie, a także zwiedzanie zabytków (po 92% wskazań) oraz poznawanie kultury i historii odwiedzanego miejsca (91% wskazań), najrzadziej wymieniali chęć przeżycia przygody (59% wskazań) (Raport: Preferencje... 2011, s. 60–69).

Analizując dynamikę zaangażowania turystycznego seniorów należy wspomnieć o programie European Senior Tourism (EST). Jest to forma dotowania wyjazdów dla osób starszych, realizowana za pośrednictwem wybranych biur podróży¹. Do tej pory, w ciągu kilku lat funkcjonowania programu, skorzystało z niego niemal 20 000 osób. Polscy seniorzy stanowią aż 20% wszystkich uczestników z Europy. Zaletą programu są ceny wyjazdów, niższe o ok. 10–20%, a także uwzględnianie w ofercie dodatkowych świadczeń, których brakuje w standardowych ofertach biur podróży (np. bezpłatne napoje do obiadów i kolacji, opieka polskojęzycznego rezydenta). Istotnym elementem programu jest możliwość wyjazdu seniora z osobą towarzyszącą, która nie musi spełniać kryterium wieku. Praktyka pokazuje, że są to najczęściej partnerzy, dzieci lub wnuki.

¹ Program Europe Senior Tourism, obecny jest od kilku lat w ofertach różnych biur podróży, m.in. Rainbow Tours, Neckermann czy Exim Tours.

Jakie formy powinna przybierać międzypokoleniowa turystyka rodzinna? Otóż na pewno jej zakres powinien być dostosowany do potrzeb wszystkich uczestników danego wydarzenia turystycznego i uwzględniać możliwości fizyczne oraz zainteresowania każdej grupy wiekowej biorącej w nim udział. Najbardziej optymalna jest sytuacja, kiedy członkowie rodziny dzielą wspólną pasję lub osoby starsze poprzez działania turystyczne chcą tą pasję zarazić swoje wnuki.

Odwołując się do klasyfikacji J. Pięty (2014, s. 82–84), który wymienia różnorodne rodzaje turystyki ze względu na cel, zaznaczyć należy, że największą popularnością w MTR będzie się cieszyć turystyka wypoczynkowa, poznawcza, zdrowotna, etniczna, alternatywna i ekologiczna. Z kolei turystyka motywacyjna i w interesach raczej w ogóle nie będzie znajdowała się w obszarze zainteresowania turystów w ramach MTR. Turystyka pątnicza będzie na pewno uznawana za najciekawszą tylko w układzie wyjazdów rówieśniczych wśród osób starszych. Turystyka kwalifikowana może być preferowaną formą MTR, o ile przedstawiciele każdego pokolenia będą cieszyć się dobrym zdrowiem i mieć właściwe dla wybranego rodzaju turystyki kwalifikowanej umiejętności (np. uprawnienia i licencje żeglarskie, motorowodne, speleologiczne i in.). Jest ona możliwa przy założeniu dobrego stanu zdrowia seniora oraz pod warunkiem, że dana forma turystyki była uprawiana w okresie aktywności zawodowej i że osoba starsza posiada jakieś doświadczenie w danej aktywności. Rozpoczynanie danej formy turystycznej na emeryturze wymagałoby bardzo dobrego stanu zdrowia oraz ogromnej determinacji do uprawiania danego rodzaju aktywności.

Znaczenie międzypokoleniowej turystyki rodzinnej

MTR ma kilka aspektów, które warto w tym miejscu uwypuklić, żeby docenić wartość zaangażowania wysiłków i środków w ten typ międzypokoleniowej turystyki. Pierwszy z nich dotyczy **perspektywy zdrowotnej**. Uprawianie dowolnego rodzaju aktywności w ramach turystyki międzypokoleniowej (niezależnie od kryteriów jej podziału), zgodnie z regułami aktywnego i pomyślnego starzenia się, pozwala na wydłużenie okresu sprawności, a co za tym idzie zapewnia dłuższą niezależność i samowystarczalność. O efektywności turystyki w ujęciu zdrowotnym decyduje sam zainteresowany, ale też państwo, które w ramach społecznej polityki zdrowotnej powinno mieć na względzie promowanie tej formy profilaktyki i rehabilitacji zdrowotnej. Poza oczywistym walorem zdrowia fizycznego trzeba również podkreślić pozytywny wpływ na zdrowie psychiczne, motywację, samoocenę, relacje rodzinne i społeczne, co nie pozostaje bez znaczenia na przebieg procesu starzenia się i osiągnięcie dodatniego bilansu życia.

Innym ważnym dla rozwoju międzypokoleniowej turystyki wewnątrzrodzinnej jest jej **aspekt ekonomiczny**. Seniorzy zapewniają ciągłość rynku turystycznego, gdyż najczęściej korzystają z aktywności turystycznych poza ścisłymi sezonami zimowymi i letnimi. Przeciwdziałają w ten sposób sezonowości

gospodarki turystycznej. Ze wspomnianych już badań zleconych przez MSiT na temat preferencji osób starszych dotyczących wyjazdów zagranicznych (Raport: Preferencje... 2011, s. 46–48) wynika, że 45% seniorów jest gotowa wyjeżdżać poza ścisłym letnim i ścisłym zimowym sezonem turystycznym. Gdyby ta grupa miała podróżować w układzie rodzinnym, to w przypadku młodzieży w wieku szkolnym mogłoby to wiązać się z absencją w szkole, ale w przypadku dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym konsekwencje takiej nieobecności są znikome w porównaniu z korzyściami z aktywności turystycznej. Na szczęście, przywilej decydowania o formach spędzania czasu przez dzieci jest w rękach dorosłych. Dzieci i młodzież mogą być skuteczną inspiracją podejmowania działań turystycznych w ramach międzypokoleniowych aktywności rodzinnych.

Kolejnym niezaprzeczalnie ważnym aspektem MTR jest **integracja międzypokoleniowa** i to w najbliższym jej kręgu, czyli w ramach systemu rodzinnego. Zarówno dla osób starszych, jak też i dla najmłodszych kontakty międzypokoleniowe są niezwykle istotnym czynnikiem rozwojowym. Seniorzy dzięki temu nabierają poczucia przydatności, okazują chęć dzielenia się swoim życiowym dorobkiem emocjonalnym, psychicznym i zasobami społecznymi z młodszymi członkami rodziny. Dzieci i młodzież natomiast na najbardziej szerokim planie uczą się i są wychowywane do starości, choć w sposób pośredni i nieświadomy. Dziedziczą wzorce, ale też wypracowują własne, indywidualne podejście do życia. Turystyczna platforma integracji międzypokoleniowej w neutralny sposób tę transmisję umożliwia. Kontakty z młodszymi pokoleniami są dla seniorów dzieci podstawą budowania istotnych społecznie relacji międzypokoleniowych, w tym solidarności międzypokoleniowej. Ważnym obszarem budowania tych relacji jest rodzina, choć oczywiście zagadnienie to można rozpatrywać w znacznie szerszym kontekście (Szukalski 2009, s. 74–91). Podtrzymywanie kontaktów międzypokoleniowych umożliwia podmiotom tej relacji wzajemne poznawanie i rozumienie, co jest nieodzownym warunkiem akceptacji. Dzięki temu seniorzy mają możliwość wsparcia w adaptacji do dość szybko zmieniających się warunkowań świata zewnętrznego, a młodsze pokolenie ma skąd czerpać wzorce lub przynajmniej krytycznie je konfrontować ze swoim doświadczeniem i obserwacjami. Obecność starszego pokolenia w życiu dzieci i młodzieży daje egzystencjalne i istotowe poczucie bezpieczeństwa, niezależnie od stereotypowego ujmowania danej grupy wiekowej. Dzieci i młodzież stają się też motywatorami do nieustannego podejmowania nowych wyzwań przez osoby starsze.

MTR ma jeszcze jeden aspekt, o charakterze ściśle społecznym, a mianowicie postulat **wyrównywania nierówności społecznych**. Uwzględniając rozwój i wzrost popularności turystyki społecznej (a szczególnie socjalnej) docenić należy te programy społeczne (na przykład EST czy Calypso), które umożliwiają udział w aktywnościach turystycznych tym, którzy z racji swojej sytuacji życiowej mają do nich ograniczony dostęp. Wspieranie MTR miałyby jednocześnie charakter socjalny w tym zakresie, w którym rodziny biorące udział w imprezach turystycznych dostawałyby wsparcie ze względu na swoją sytuację życiową. Poprzez programy dedykowane seniorom również inni członkowie rodziny korzystaliby z turystycznych aktywności. To zarazem wpływałoby na integrację

społeczną, ale też na relacje wewnątrzrodzinne. Wyjazdy turystyczne sprzyjają kontaktom społecznym i umożliwiają budowanie kapitału – społecznego oraz rodzinnego. Kapitał społeczny, poprzez kształtowanie umiejętności współpracy w grupie, zaufania i solidarności, pomaga rozwijać wiele wartościowych społecznie cech jednostki, np. wzrost niezależności pozwalający seniorom dłużej samodzielnie funkcjonować w społeczeństwie, ale też uczy tej współpracy i samodzielności młodsze pokolenia, dzięki wymianie wzorców wewnątrzrodzinnych. Kapitał rodzinny natomiast, rozumiany jako „więzi między członkami rodziny, które im służą do współpracy i współdziałania i równocześnie nie są w sprzeczności z interesem społecznym [...] wyrażają się w postawach szacunku, zaufania, miłości, zainteresowania, opieki, pomocy oraz troski o członków rodziny” (Sztaudynger 2009, s. 194). Jak zatem widać, społeczna korzyść uzyskiwana z MTR ściśle dopełnia korzyść wspierania i wzmocnienia rodziny poprzez jej upodmiotowienie (Croft, Beresford 2001, s. 116–117).

Dwa wyzwania są bezpośrednio związane z tym aspektem MTR. Po pierwsze poszerzenie oferty turystyki dotowanej, po drugie rozpropagowanie informacji na temat tej oferty w grupie osób znajdujących się w niekorzystnej sytuacji. To pierwsze wyzwanie znajduje się w gestii władz publicznych oraz samorządowych, które taką ofertę tworzą i finansują. Jej propagowanie może, poza nadawcami działań, należeć do zadań biur podróży i firm, które pośredniczą w jej realizacji. Rozważyć można również wprowadzenie możliwości aplikowania o dofinansowania do aktywności turystycznych przez organizacje pozarządowe, których działalność jest związana z pomocą społeczną. Wtedy oddolne inicjatywy obywatelskie mogłyby liczyć na pozyskanie funduszy na celowe i ukierunkowane na najbardziej potrzebujących, a jednocześnie na takie osoby, które są gotowe na skorzystanie z tej formy wsparcia społecznego. W obydwu przypadkach potrzebna jest wola polityczna, wynikająca z postrzegania turystyki jako tej formy aktywności, która może przynosić społeczne korzyści. Pierwszy krok ku docenieniu jej roli został zrobiony poprzez wzrost popularności idei turystyki społecznej (w literaturze przedmiotu – A. Stasiak, red. 2010, 2011, J. Śledzińska, B. Włodarczyk, red. 2011) oraz poprzez ustalanie strategii i realizowanie programów europejskich (Raport: Analiza... 2007, Raport: Działania... 2010). To oznacza, że wymierne korzyści ekonomiczne i społeczne turystyki zostały dostrzeżone, choć jest jeszcze wiele do zrobienia w tym zakresie.

W jaki sposób międzypokoleniowa turystyka rodzinna powinna się rozwijać? Jeśli zostanie ona potraktowana podobnie jak inne oddziaływania społeczne, powinna być do niej zastosowana konstytucyjna zasada subsydiarności (pomocniczości). Zasada pomocniczości wymieniona jest w Preambule Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej jako zasada, na której oparte są prawa opisane w Konstytucji RP. Zasada subsydiarności głosi, że władza centralna odgrywa rolę pomocniczą wobec jednostek, które te władze ustanowiły. Oznacza to ni mniej ni więcej, że państwo najpierw pozwala działać jednostce, jej rodzinie, jej najbliższemu otoczeniu społecznemu, wolnemu rynkowi, a dopiero w sytuacji, w której te „instytucje” sobie nie radzą wkracza interwencyjnie i rozwiązuje problem na tym szczeblu władzy, który jest możliwie najbliższy obywatela – w gminie a nie

w regionie, w regionie a nie w państwie. Interwencja centralna jest swego rodzaju ostatecznością (Leś 1998).

W odniesieniu do międzypokoleniowej turystyki rodzinnej zasada pomocniczości może być stosowana jako porządkująca dla podejmowanych inicjatyw obywatelskich. Za organizowanie tej formuły turystycznej odpowiada bezpośrednio jednostka i rodzina, a także różne inne obywatelskie inicjatywy, chociażby nawet istniejące w oparciu o zasadę towarzyskiej sympatii. W drugiej kolejności propagują ją organizacje pozarządowe, najlepiej o wymiarze lokalnym, a na końcu w sytuacjach, w których rodzina nie jest w stanie skorzystać z tej oferty, wkracza państwo, chociażby przez dotowanie wyjazdów. To nie zwalnia jednak państwa z obowiązku propagowania idei, która ma w swej istocie charakter iście profilaktyczny. Zadania profilaktyczne dotyczą i sfery zdrowia, aktywności społecznej, relacji rodzinnych, i więzi międzyludzkich, ale też wpływają na wyniki ekonomiczne i rozwój przedsiębiorstw.

Zamiast zakończenia

Wśród najważniejszych korzyści międzypokoleniowej turystyki rodzinnej wymienić trzeba jej dobroczynny wpływ na stan zdrowia przedstawicieli wszystkich pokoleń w rodzinie (zarówno fizycznego, jak i psychicznego), rozwijanie relacji społecznych (w tym również międzypokoleniowych), zmniejszenie poczucia osamotnienia i izolacji najstarszego pokolenia (wynikających z utraty bliskich lub ograniczonej sprawności). Bezcenna jest również możliwość zdobywania nowych doświadczeń, rozwijanie lub też nabywanie nowych zainteresowań, nabywanie nowych umiejętności, co powoduje autonomizację, a przez to prowadzi do wzrostu samooceny i motywacji do dalszego życia w każdym wieku. Aktywność turystyczna, dostosowana do możliwości i potrzeb zarówno osób starszych jak też innych członków ich rodzin w konkretny sposób podnosi jakość ich życia i dlatego warto ją rozwijać w każdym wieku. A im wcześniej, tym lepsze efekty przynosi w skali całego życia.

Międzypokoleniowa turystyka rodzinna ma swoje wyzwania wewnętrzne i zewnętrzne. Pierwsze są związane z kwestiami finansowymi i organizacyjnymi, które podjąć muszą wszyscy członkowie rodziny, przy dość silnym bodźcu motywacyjnym, jakim jest dobro dzieci. Zewnętrzne wyzwania są związane z inicjatywami organizatorów imprez turystycznych, w których udział biorą zarazem osoby starsze, jak też ich młodszy krewni. Pośrednio też w te inicjatywy zaangażowany powinien być cały system społeczny – począwszy od publicznego sektora turystycznego, poprzez służbę zdrowia, ale też w zakresie socjalnego wsparcia system pomocy społecznej. W tym znaczeniu międzypokoleniowa turystyka rodzinna – aktywność seniorów i dzieci, z racji ich nieuprzywilejowanej pozycji społecznej jako grup wiekowych – może stać się szczególnego rodzaju wskaźnikiem dobrobytu społecznego i jakości życia rodziny.

Międzypokoleniowa turystyka rodzinna jako swoista wyspa na „oceanie turystycznym” posiada pewne zasoby, które warto rozwijać poprzez wspieranie rozwoju tego rodzaju turystyki międzypokoleniowej. Przede wszystkim stwarza

możliwość transmisji systemu wartości pomiędzy pokoleniami w rodzinie, a także przyczynia się do rozwoju więzi społecznych wewnątrz tej specyficznej grupy społecznej. Dodatkowo MTR tworzy warunki do zbudowania autorytetu osób starszych w oczach młodszego pokolenia. Jest też okazją do przeżycia podziwu i zachwytu nad młodszym pokoleniem, które rozkwita tylko wtedy, gdy znajdzie się dla niego czas i poświęci uwagę. Międzypokoleniowa turystyka rodzinna jest swoistą szansą na aktywizację w dobie technokracji, okazją do spotkania bliskich sobie ludzi.

Bibliografia

- Balicka-Kozłowska H., 1992, Czy realizacja marzeń gerontologów? Starzy ludzie w kibucach izraelskich, [w:] M. Dzięgielewska (red.), Refleksje nad starością – aspekty społeczne, edukacyjne i etyczne, Łódź.
- Croft S., Beresford P., 2001, Empoverment, [w:] M. Davies, The Blackwell Encyclopedia of Social Work, Blackwell Publishers, Oxfords.
- Dragan A., 2011, Starzenie się społeczeństwa polskiego i jego skutki, Kancelaria Senatu, Warszawa.
- Garrett G., 1990, Potrzeby zdrowotne ludzi starszych, PZWL, Warszawa.
- Gaworecki W., 2003, Turystyka, PWE, Warszawa.
- Gołębski G., 2002, Kompendium wiedzy o turystyce, PWN, Poznań.
- Grzelak-Kostulska E., 2011, Problem aktywności turystycznej seniorów, [w:] A. Stasiak (red.), Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce, Wyd. WSTH w Łodzi, Łódź.
- Grzelak-Kostulska E. i in., 2010, Profile aktywności turystycznej seniorów, [w:] D. Kałuża, P. Szukalski (red.), Jakość życia seniorów w XXI wieku. Ku aktywności, Wyd. Biblioteka, Łódź.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005, Produkt turystyczny: pomysł, organizacja, zarządzanie, PWE, Warszawa.
- Kamiński A., 1978, Wychowanie do starości jako czynnik adaptacji ludzi starszych do nowoczesnego społeczeństwa, [w:] Studia i szkice pedagogiczne, Warszawa.
- Kozdroń E., 2006, Zorganizowana rekreacja ruchowa kobiet w starszym wieku w środowisku miejskim. Propozycja programu i analiza efektów prozdrowotnych, „Studia i Monografie” nr 112, AWF w Warszawa, Warszawa.
- Krawczyk Z. (red.), 1997, Encyklopedia kultury polskiej XX wieku, kultura fizyczna – sport, Wyd. IK, Warszawa.
- Leś E., 1998, Organizacje społeczne: studium porównawcze, Fundusz Współpracy, Warszawa.
- Małecka B.Z., 1985, Elementy gerontologii dla pedagogów, Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Nowakowska A., 2006, Turystyka jako zjawisko społeczno-gospodarcze, [w:] Z. Gołębski (red.), Kompendium wiedzy o turystyce, PWN, Warszawa.

- Pięta J., 2014, *Pedagogika czasu wolnego*, Wyd. Frel, Warszawa.
- Prognoza ludności na lata 2008–2035, 2009, GUS, Warszawa.
- Przeclawski K., 1996, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków.
- Raport: Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse, zagrożenia, 2007, Warszawa.
- Raport: Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce, 2010, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa.
- Raport: Preferencje osób starszych dotyczące wyjazdów turystycznych, Prezydent, Korporacja Badawcza, 2011; http://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/10915/original/preferencje_osob_starszych_dot_wyjazdow_turystycznych.pdf?1334723611.
- Słaby T., 2006, *Konsumpcja. Eseje statystyczne*, Difin, Warszawa.
- Stasiak A. (red.), 2010, *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Stasiak A. (red.), 2011, *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Susułowska M., 1989, *Psychologia starzenia się i starości*, PWN, Warszawa.
- Szczepeński J., 1970, *Elementarne pojęcia socjologii*, PWN, Warszawa.
- Sztaudynger J.J., 2009, *Rodzinny kapitał społeczny a wzrost gospodarczy w Polsce*, „*Ekonomista*”, nr 2.
- Szukalski P., 2010, *Czym jest solidarność międzypokoleniowa?*, [w:] D. Kałuża, P. Szukalski (red.), *Jakość życia seniorów w XXI wieku z perspektywy polityki społecznej*, Wyd. Biblioteka, Łódź.
- Śledzińska J., Włodarczyk B. (red.), 2011, *Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne*, PTTK „Kraj”, Warszawa.
- Trafiałek E., 2003, *Człowiek stary*, [w:] T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, Wyd. Akademickie Żak, Warszawa.



W trakcie ogólnopolskiej konferencji popularnonaukowej „Międzypokoleniowe aspekty turystyki”, Kalatówki 22-24.09.2014 r., głos zabiera wiceprezes ZG PTTK Andrzej Gordon, fot. Elżbieta Matusiak-Gordon

**Katarzyna Orfin,
Marta Sidorkiewicz**
Uniwersytet Szczeciński,
Katedra Zarządzania Turystyką

INTEGROWANIE RODZINY JAKO CZYNNIK KREOWANIA PRODUKTU HOTELARSKIEGO

Wstęp

Rodzina, jako najstarsza i najpowszechniejsza forma życia społecznego, stanowi podstawę istnienia społeczeństwa, która ma przypisane określone zadania i funkcje. Współczesną rodzinę charakteryzuje szereg problemów, z których na szczególną uwagę zasługują te o charakterze ekonomicznym i kulturowym. Z jednej strony sytuacja ekonomiczna rodzin powoduje zaniedbywanie przez rodziców lub partnerów obowiązków (także wychowawczych) wobec dzieci lub siebie, gdyż zdobywanie środków utrzymania rodziny jest bardzo czasochłonne. Ponadto coraz częściej obserwowanym zjawiskiem w społeczeństwie jest „pogoń” za karierą zawodową. Z drugiej strony poważny problem stanowią konflikty pokoleniowe między dziećmi a rodzicami, których źródła należy upatrywać w różnych systemach wartości i wzorach kulturowych oraz w naturalnej dla młodych ludzi skłonności do „buntu” wobec wszelkich autorytetów. Wszystko to wpływa bardzo negatywnie na relacje między członkami rodziny i niszczy rodzinne więzi (dezintegracja w rodzinie).

Taki stan rzeczy powoduje, iż w rodzinie pojawia się potrzeba integrowania jej członków, a to może stanowić swego rodzaju inspirację dla obiektów hotelarskich przy kreowaniu swojej oferty opartej na wspólnym korzystaniu z usług hotelarskich. Hotelarze tworzą więc specjalne pakiety, które poza wspólnym noclegiem i konsumpcją gastronomiczną zawierają usługi dodatkowe mające na celu wzmacnianie więzi rodzinnych, a zatem integrowanie rodziny.

Celem opracowania jest przedstawienie wybranych ofert hotelarskich, wobec których czynnikiem kreowania jest integrowanie rodziny. Praca ma charakter studium przypadku.

Treść opracowania jest wynikiem wykorzystania przede wszystkim metody badawczej *desk research* w postaci analizy literatury przedmiotu, doniesień branżowych oraz, w części empirycznej, eksploracji portali internetowych hoteli, mających w swojej ofercie omawiane pakiety usługowe. Ponadto wykorzystano metody operacji logicznych (przede wszystkim dedukcji i indukcji oraz metodę obserwacji (zwłaszcza w odwołaniu się do aspektów praktycznych).

Rodzina i jej integracja

Podstawowym środowiskiem człowieka, oddziałującym w istotny sposób na jego rozwój i wychowanie jest rodzina definiowana jako wspólnota osób, instytucja ogólnoludzka, stanowiąca podstawową formę współżycia ludzi i integralną część każdego społeczeństwa. Rodzina jest najmniejszą i podstawową komórką społeczeństwa, a w ujęciu instytucjonalnym charakteryzowana jest w kategoriach pojęcia małżeństwa, tj. jednostki prawnej, gospodarczej i społecznej (Dyczewski 1995, s. 23). Termin „rodzina” ma interdyscyplinarny charakter z uwagi na to, że często stanowi podstawę badań socjologicznych, psychologicznych, ekonomicznych, filozoficznych, prawniczych i innych.

Według A. Comte’a rodzina jest najważniejszą i podstawową grupą społeczną. Rodzina jest kategorią zmienną, historyczną, stanowi narzędzie uspołeczniania jednostek, ich przygotowania do życia w społeczeństwie (Tyszka 1995, s. 137).

Rodzina pełni szereg funkcji, które przez Z. Tyszkę definiowane są w ramach wyspecjalizowanych i permanentnych działań oraz współdziałań członków rodziny podejmowanych w zakresie wyznaczonych obowiązujących norm i wzorów prowadzących do określonych efektów. Z. Tyszka wskazał m.in. następujące funkcje rodziny (Tyszka 1974, s. 60–70):

- materialno-ekonomiczna – określa zaspokojenie materialnych potrzeb rodziny, partykularyzacji dochodów członków rodziny;
- opiekuńczo-zabezpieczająca – zabezpiecza wszystkich członków rodziny potrzebujących pomocy, zapewnia jej członkom dostęp do codziennych usług (m.in. mieszkania, żywienia, odzieży) oraz opiekę ludziom starszym i chorym; tworzenie optymalnych możliwości wychowawczych;
- prokreacyjna – zaspokaja potrzeby rodzicielskie i emocjonalne poprzez zarówno rozszerzanie własnej grupy społecznej, jak i całego społeczeństwa;
- legalizacyjno-kontrolna – obejmuje system wartościowo-normatywny legalizujący m.in. posiadanie dzieci i ograniczoną nieformalną kontrolę rodziny nad jej członkami;
- socjalizacyjna – polega na przekazywaniu dorobku kultury społeczeństwa, modelu zachowań, systemu wartości, norm społecznych itp.;
- klasowa – określa przynależność do grupy w strukturze społecznej;
- rekreacyjno-towarzyska – charakteryzuje określone stosunki z otoczeniem, znaczenie prawidłowego funkcjonowania organizmu;
- emocjonalno-ekspresyjna – określa kontakty towarzyskie, zapewnia poczucie bezpieczeństwa, higieny psychicznej, równowagi emocjonalnej jednostki, umożliwia ekspresję osobowości.

J. Szczepański wskazał natomiast na trzy podstawowe funkcje rodziny: prokreacyjną (utrzymanie ciągłości biologicznej gatunku ludzkiego), socjalizacyjną (przygotowanie jednostki do życia w społeczeństwie) oraz ekonomiczną (zapewnienie członkom rodziny odpowiednich warunków bytu materialnego) (Szczepański 1970, s. 303–306). Wymienione funkcje rodziny odnoszą się w sposób bezpośredni do struktury rodziny, tj. układu ról i pozycji społecznych, jak również mają wpływ na charakter więzi łączących jej członków.

Z punktu widzenia istoty niniejszego opracowania wskazane funkcje pozwalają na realizację działań opiekuńczo-wychowawczych, które oprócz zaspokajania potrzeb biologicznych, bezpieczeństwa, zachowania życia i gatunku obejmują psychospołeczne funkcjonowanie jednostek, tworzenie odpowiednich możliwości wychowawczych. Niezwykle ważne jest dążenie do realizacji opisanych funkcji, na które składają się m.in. atmosfera panująca w rodzinie, poczucie odpowiedzialności za opiekę i wychowanie dzieci, określony styl wychowawczy, system wartości, udział dzieci w życiu rodziny oraz więzi łączące członków rodziny (Forma 2007, s. 17).

Współcześnie zauważa się dość zmodyfikowany model rodziny, niż jeszcze kilkanaście lat temu. Ważnym elementem zmian jest m.in. rola kobiety w rodzinie, która często jest aktywna zawodowo (z wyboru bądź nie), co powoduje osłabienie więzi rodzinnych, towarzyskich czy sąsiedzkich. Warto zwrócić uwagę na zmniejszenie roli autorytetu ojca, wzrost liczby spraw rozwodowych, spadek religijności, wzrost liczby związków nieformalnych i niepełnych rodzin, czy spadek liczby potomstwa (Gizowski 2007, s. 315). Dodatkowo szybki postęp naukowo-techniczny ma bezpośredni wpływ na styl życia i stosunki międzyludzkie, rozumiany przez pryzmat np. komunikowania się w sposób pośredni, przez Internet, telefon. Należy podkreślić, iż współczesne zmiany nie zawsze mają charakter negatywny (Łukasiewicz 2012).

Początki XXI w. to okres znacznego przemieszczania się ludności w skali globalnej, heterogenizacja społeczeństw i społeczności, wzrastające znaczenie życia zawodowego. Wskazane zjawiska stanowią czynniki wpływające na rozluźnienie więzi rodzinnych, modyfikację ról społecznych odgrywanych przez nich w rodzinie. Zauważalny jest również proces wzrostu autonomii jednostek wewnątrz rodziny, wrasta także możliwość ich indywidualnego decydowania o sobie. Zatem współczesne warunki ekonomiczne i społeczne stanowią wyzwanie dla rodziny, w postaci poszukiwania możliwości wzmacniania więzi, relacji pomiędzy jej członkami. Warto podkreślić, iż jej funkcje ulegają modyfikacji w ujęciu przemian ustrojowych, politycznych czy ekonomicznych, a stopień ich realizacji często związany jest z licznymi barierami (Łukasiewicz 2012).

W rodzinie, środowisku społecznym każdego człowieka występują czynniki, które ją integrują bądź dezintegrują. Integracja i dezintegracja to trwałe elementy, które przyczyniają się do rozwoju każdej struktury społecznej, w tym rodziny. Najbardziej pożądanym procesem jest integracja, która zapewnia poszczególnym jednostkom przetrwanie oraz rozwój (Wachowiak 2001, za: I. Żeber-Dziłowska 2013, s. 172).

Do elementów, które integrują rodzinę zaliczane są m.in.: zawarcie związku małżeńskiego, narodziny dziecka, kultywowanie tradycji rodzinnych, jak również wzajemny szacunek partnerów, dobra komunikacja, wspólne zainteresowania. Do czynników dezintegrujących natomiast, których w świetle literatury jest więcej niż integrujących, zaliczane są natomiast: konflikty w małżeństwach, rozwody, wyjazdy do pracy za granicę czy patologie (Żeber-Dzikowska 2013, s. 172).

Istotne jest by członkowie rodziny dążyli do unikania rozpadu wewnętrznych więzi integracyjnych, tj. dezintegracji rodziny (Wachowiak 2001, za: I. Żeber-Dzikowska 2013, s. 174). Zatem należy poprzez różnorodne działania wzmacniać więzi łączące poszczególne jednostki, czyli integrować rodzinę. W tym celu mogą być zastosowane różnorodne rozwiązania, które będą m.in. wzmacniały wzajemną komunikację, zrozumienie, rozszerzały wspólne zainteresowania. Naprzeciw rodzinie i jej potrzeb wychodzą obiekty hotelarskie oferując specjalne produkty jej dedykowane.

Produkt hotelarski i jego elementy

Zagadnienie produktu jest bardzo rozległe i zróżnicowane, ponieważ na rynku wszelkie dobra określa się tym mianem. P. Kotler (1999, s. 7), w ujęciu marketingowym, zdefiniował produkt jako wszystko co jest oferowane na rynku nabywcom i co jest w stanie zaspokoić określoną potrzebę lub pragnienie. Podobnie produkt zdefiniował J. Altkorn, określając go jako ofertę lub propozycję sprzedawcy weryfikowaną przez rynek (Altkorn 1998, s. 97). Produktem mogą być rzeczy fizyczne (przedmioty), usługi, pomysły, idee, miejsca, organizacje, stowarzyszenia, widowiska, spotkania, projekty technologiczne i organizacyjne oraz inne wytwory potencjału intelektualnego, przyrodniczego, produkcyjnego i społecznego ludzkości; produkt może być również kombinacją wymienionych elementów.

Struktura produktu w ujęciu uniwersalnym określana jest najczęściej w postaci dwóch koncepcji jego budowy – autorstwa T. Levitta¹ oraz P. Kotlera. Koncepcja T. Levitta wskazuje na trzy składowe produktu: rdzeń (istota produktu), produkt rzeczywisty i poszerzony. Istotę produktu stanowi jego funkcjonalność oraz pewne rozwiązania techniczne. Produkt rzeczywisty natomiast to elementy mające wpływ na postrzeganie produktu przez nabywców (m.in. marka). W zakresie produktu poszerzonego znajdują się dodatkowe korzyści dla konsumenta, tj.: gwarancja, reklamacje, dostępność punktów usługowych. Koncepcja P. Kotlera obejmuje pięć poziomów struktury produktu: podstawowy pożytek, produkt podstawowy, produkt oczekiwany, produkt rozszerzony oraz produkt potencjalny (Rutkowski 2011, s. 29).

Produkt hotelarski danego przedsiębiorstwa hotelarskiego występuje w postaci niematerialnej i jest utożsamiany z usługą hotelarską, która zgodnie

¹ W książce *Produkt turystyczny albo jak organizować poznawanie świata: przewodnik do ćwiczeń* J. Kaczmarka, A. Stasiaka i B. Włodarczyka (2002) po raz pierwszy w literaturze polskiej zaprezentowano koncepcję T. Levitta rozszerzoną do pięciu wymiarów.

z polskim prawodawstwem określana jest jako krótkotrwałe, ogólnodostępne wynajmowanie domów, mieszkań, pokoi, miejsc noclegowych, a także miejsc na ustawianie namiotów lub przyczep samochodowych, oraz ze świadczeniem w obrębie obiektu usług z tym związanych (Ustawa z 29 sierpnia 1997 roku..., 2004).

Usługa hotelarska może być świadczona zarówno w obiektach hotelarskich, zaliczanych do hotelarstwa właściwego (np. hotele, pensjonaty, motele, kempingi), jak i w innych obiektach, w których usługa ta jest podstawą prowadzonej działalności bądź uzupełnieniem działalności innej, podstawowej, wobec której świadczenia hotelarskie są komplementarne (Milewski, Pawlicz, Sidorkiewicz 2010, s. 346–356). Usługi hotelarskie ze względu na swoją złożoność dzielone są na usługi noclegowe, gastronomiczne oraz dodatkowe (Turkowski 2010, s. 19).

Usługa hotelarska zazwyczaj nie jest celem konsumpcji samym w sobie, określana jest mianem usługi umożliwiającej, a także ułatwiającej odbycie podróży i pobyt w miejscu docelowym podróży (Turkowski 2010, s. 34). Współcześnie jednak może stać się celem samym w sobie, kiedy podstawowa usługa hotelarska, taka jak nocleg i/lub wyżywienie, wraz z elementami dodatkowymi, tworzy określony produkt. Ten właśnie wariant dotyczy tematyki niniejszego opracowania.

Każdy produkt ma kilka poziomów (warstw), a ich suma składa się na całościową koncepcję produktu (Sojka, red. 2003, s. 19). W oparciu o uniwersalną strukturę produktu można wyróżnić następujące elementy (wymiary/warstwy) struktury produktu hotelarskiego:

- rdzeń (istota) produktu,
- produkt rzeczywisty (podstawowy),
- produkt poszerzony (ulepszony).

Rdzeń produktu hotelarskiego to podstawowa potrzeba gości, która decyduje o wyborze i konsumpcji danej oferty (Panasiuk, red. 2005, s. 76). Wyodrębniony rdzeń produktu nie bywa zwykle przedmiotem transakcji, ponieważ cechy popytu hotelarskiego sprawiają, że w składzie produktu muszą być zawarte usługi i dobra zaspokajające potrzebę podstawową i potrzeby komplementarne (Altkorn 1998, s. 100).

Produkt rzeczywisty to z kolei realna oferta, którą gość kupuje w celu zaspokojenia danej potrzeby. Produkt rzeczywisty jest więc odpowiedzią na istotę produktu i przedstawia konkretny przedmiot transakcji na rynku hotelarskim. Wymiar produktu poszerzonego i rzeczywistego jest niewątpliwie wymiarem, który wciąż ewoluuje, zmieniając się wraz z rosnącymi wymaganiami konkurencyjnego rynku hotelarskiego (Panasiuk, red. 2005, s. 76). Zmienia się on w wyniku wzrostu poziomu zamożności, cywilizacji i kultury, wpływając na sposób podróżowania i spędzania wolnego czasu (Altkorn 1998, s. 100).

Przez produkt poszerzony należy rozumieć jako wszystkie dodatkowe świadczenia, które wzbogacają produkt i czynią go bardziej konkurencyjnym. W tym miejscu należy zaznaczyć, że o ile rdzeń produktu hotelarskiego pozostaje czymś relatywnie trwałym, tak jak w miarę stałe są potrzeby człowieka względem wy-

poczynku, uprawiania sportów czy zwiedzania miasta, o tyle produkty rzeczywiste i poszerzony ulegają stałej ewolucji (Motyka 1997, s. 25). To bowiem, co dla jednych dostawców usług hotelarskich jest produktem poszerzonym dla innych stanowi produkt rzeczywisty. Przyczyn takiego stanu rzeczy należy upatrywać przede wszystkim w rodzaju i kategorii obiektu hotelarskiego, postępie technologicznym oraz gospodarczym, stopniu zamożności społeczeństwa, stopniu ochrony środowiska, czy też w poziomie kulturalnym i cywilizacyjnym ludzi. Ze względu na to, że potrzeby ulegają ciągłym rozwojom ilościowo-jakościowym, podobnie jak zdolność konkurentów do ich zaspokajania, przedsiębiorstwa hotelarskie, powinny w miarę swoich możliwości stale rozszerzać swoją ofertę, aby jak najlepiej spełniała ona wymogi klientów (Panasiuk, red. 2004, s. 154).

Walka konkurencyjna o potencjalnego klienta najczęściej odbywa się nie za pomocą produktu podstawowego, ale za pomocą dodatkowych elementów oferty. Dodatkowe korzyści mają bowiem decydujący wpływ na decyzję o zakupie danego produktu (Perenc, red. 2001, s. 178).

W literaturze przedmiotu opisane są jeszcze dwa inne wymiary produktu. Pierwszym z nich jest produkt potencjalny (oczekiwany), czyli zbiór cech i warunków, jakich oczekują nabywcy decydujący się kupić dany produkt (produkt oczekiwany może być tożsamy z produktem rzeczywistym lub poszerzonym), drugim zaś jest produkt psychologiczny, który stanowi wszystko to, co pozostaje w świadomości klienta od momentu pierwszego kontaktu z produktem aż po zakończenie jego konsumpcji (Panasiuk, red. 2005, s. 76). Obiekt hotelarski powinien dążyć do tego, by gość odczuł satysfakcję z dokonanego wyboru, albowiem zwiększa to szanse na jego lojalność i ponowną wizytę, jak również prawdopodobieństwo pozytywnego rozgłosu wśród potencjalnych gości.

Produkty hotelarskie integrujące rodzinę. Studium przypadku

Z obserwacji rynku hotelarskiego wynika, iż hotele mają w swojej ofercie sprzedażowej przede wszystkim trzy produkty, które mogą pełnić funkcję integracyjną w rodzinie. Pierwszy to „pakiet dla matki i córki”, drugi to „pakiet romantyczny” (skierowany w kontekście rodzinnym m.in. do małżeństw/partnerów), trzeci zaś to „pakiet rodzinny” (skierowany do rodziców z dziećmi). Na potrzeby niniejszej pracy, za pośrednictwem informacji dostępnych na oficjalnych stronach internetowych obiektów hotelarskich, przeanalizowano wybrane pakiety, dotyczące niniejszego zagadnienia.

Zaprezentowane w tab. 1, 2 i 3 studia przypadków produktów oferowanych przez obiekty hotelarskie są wynikiem nielosowej metody doboru próby badawczej, tzw. próby uznaniowej (convenience sampling), polegającej na wyborze uczestników ze względu na ich dogodną dostępność i bliskość. Spośród ofert dostępnych na rynku do zaprezentowania każdego rodzaju pakietu tematycznego, stanowiącego przyczynek do dyskusji nad integracją rodziny w obiektach hotelarskich, wybrano dwa – z funkcją SPA w celu ich porównania. W tabeli 1 zestawiono dwie oferty hotelarskie dedykowane matce i córce.

Tabela 1. Porównanie struktury marketingowej produktów hotelarskich dedykowanych matce i córce

Rdzeń produktu	Integrowanie matki z córką	
Produkt rzeczywisty	<ul style="list-style-type: none"> – 7 noclegów, – całodziennie wyżywienie w formie bufetu szwedzkiego, – wypożyczenie szlafroka, – bezpłatne korzystanie z basenu rekreacyjnego z łaźnią parową i jacuzzi, – odpężająca kąpiel w basenie z morską wodą z Morza Martwego, – relaks w świetle saun i łaźni połączony z wyciszeniem w strefie wypoczynku, 	<ul style="list-style-type: none"> – 4 noclegi, – całodziennie wyżywienie w formie bufetu szwedzkiego, – dostęp do Internetu w pokoju, – nieograniczone korzystanie z dużego basenu z systemem hydromasaży, z saun (fińskiej, ziółowej, parowej) wraz z tepidarium oraz z zewnętrznego jacuzzi na tarasie, – możliwość korzystania ze strefy do ćwiczeń cardio i fitness, – parking,
Produkt poszerzony	<ul style="list-style-type: none"> – na powitanie zebranie informacyjne przy lampce wina, – w trakcie pobytu uroczysta kolacja przy świecach lub wieczorek przy muzyce CD, – zabiegi dla mamy w gabinetach SPA: manicure, pedicure, zabieg na twarz, kąpiel, masaż ciała, – zabiegi dla córki w gabinetach SPA: manicure, pedicure, zabieg na twarz, kąpiel, peeling ciała, – zajęcia nordic walking z instruktorem fitness (3 dla matki, 2 dla córki), 	<ul style="list-style-type: none"> – zabiegi dla matki i córki (bez podziału na konkretne osoby): zabieg na skórę wokół oczu, zabieg na twarz i szyję, zabieg liftingujący i wygładzający zmarszczki mimiczne, masaż ciała, zabieg pielęgnacyjny na włosy, manicure, peeling ciała, zabieg pielęgnacyjny na stopy, – 2 zajęcia ruchowe do wyboru (nordic walking, gimnastyka z elementami jogi, kinezyterapia grupowa w basenie, pilates, zumba),
Produkt potencjalny	<ul style="list-style-type: none"> – korzystanie z zabiegów odnowy biologicznej przez matkę i córkę – równolegle, w jednym gabinecie SPA, przy udziale dwóch pracowników departamentu SPA, 	
Obszar integrowania	<ul style="list-style-type: none"> – wszelkie aktywności, przywileje i elementy produktu rzeczywistego oraz produktu poszerzonego (poza zabiegami w gabinetach SPA), 	
Cena	<ul style="list-style-type: none"> – od 1595 zł za 7 noclegów od osoby (228 zł za dobę), 	<ul style="list-style-type: none"> – od 1570 zł za 4 noclegi od osoby (392,5 zł za dobę),
Rodzaj obiektu	<ul style="list-style-type: none"> – hotel 4-gwiazdkowy z funkcją SPA 	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.unital.pl/ oraz www.malinowehotele.pl/; 11.07.2014 r.

Analizując dane zawarte w tab. 1 można stwierdzić, iż podstawą rodzinnego integrowania się matki i córki jest przede wszystkim warstwa produktu rzeczywistego. Warstwa produktu poszerzonego stanowi znaczny potencjał w procesie integracji, polegająca na równoległym korzystaniu z zabiegów odnowy biologicznej, w tym samym pomieszczeniu.

W tabeli 2 zestawiono dwie oferty hotelarskie dedykowane integracji małżeństw/partnerów.

Tabela 2. Porównanie struktury marketingowej produktów hotelarskich dedykowanych partnerom

Rdzeń produktu	Integrowanie partnerów	
	Nazwa pakietu	
	„Dwie połówki pomarańczy”	„Weekend we dwoje”
Produkt rzeczywisty	<ul style="list-style-type: none"> – 2 noclegi, – całodziennie wyżywienie w formie bufetu szwedzkiego, w tym dwie kolacje przy świecach i lampce wina dla dwojga, – wypożyczenie szlafroka, – bezpłatne korzystanie z basenu rekreacyjnego z łaźnią parową i jacuzzi, – odpężająca kąpiel w basenie z morską wodą z Morza Martwego, – relaks w świetle saun i łaźni połączony z wyciszeniem w strefie wypoczynku, 	<ul style="list-style-type: none"> – 2 noclegi, – całodziennie wyżywienie w formie bufetu szwedzkiego, w tym jedna uroczysta kolacja z kieliszkiem wina, – dostęp do Internetu i HD TV w pokoju, – nieograniczone korzystanie z dużego basenu z systemem hydromasaży, z saun (fińskiej, ziołowej, parowej) wraz z tepidarium oraz z zewnętrznego jacuzzi na tarasie, – możliwość korzystania ze strefy do ćwiczeń cardio i fitness, – parking,
Produkt poszerzony	<ul style="list-style-type: none"> – możliwość zamówienia śniadania do łóżka, – niespodzianka w pokoju – kosz owoców, – program zabiegów wellness&SPA wykonywanych w ekskluzywnych gabinetach dla Pani (zabieg nawilżający, peeling, maska), – program zabiegów wellness&SPA wykonywanych w ekskluzywnych gabinetach dla Pana (zabieg nawilżający, masaż), – program zabiegów wellness&SPA wykonywanych w ekskluzywnych gabinetach dla dwojga (perełkowa kąpiel), 	<ul style="list-style-type: none"> – zabiegi dla Pani i Pana w gabinecie dla par (bez podziału na konkretne osoby): zabieg na twarz, masaż, – wspólna kąpiel w winie w gabinecie dla dwojga, – seans w saunie dla dwojga,
Produkt potencjalny	<ul style="list-style-type: none"> – korzystanie z zabiegów odnowy biologicznej przez parę – równolegle, w jednym gabinecie SPA, przy udziale dwóch pracowników departamentu SPA, 	<ul style="list-style-type: none"> – nauka masażu dla Pana i Pani, masaż wzajemny w gabinecie SPA dla dwojga przy udziale pracownika departamentu SPA,
Obszar integrowania	<ul style="list-style-type: none"> – wszelkie aktywności, przywileje i elementy produktu rzeczywistego oraz produktu poszerzonego (w tym wspólny zabieg w gabinecie SPA) 	
Cena	<ul style="list-style-type: none"> – od 675 zł za 2 noclegi od osoby (337,50 zł za dobę), 	<ul style="list-style-type: none"> – od 1010 zł za 2 noclegi od osoby (505 zł za dobę),
Rodzaj obiektu	<ul style="list-style-type: none"> – hotel 4-gwiazdkowy z funkcją SPA. 	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.unitral.pl/ oraz www.malinowehotele.pl/; 11.07.2014 r.

Analizując dane zawarte w tab. 2 można stwierdzić, iż podstawą rodzinnego integrowania się partnerów jest przede wszystkim warstwa produktu poszerzonego. Jego elementy bezpośrednio wpływają na zacieśnienie więzi pomiędzy partnerami, szczególnie gdy zabiegi odbywają się w tym samym pomieszczeniu, równoległe dla obu członków rodziny. Z pewnością istotna jest warstwa produktu rzeczowego, która zawiera podstawowe elementy oferty.

W tabeli 3 zestawiono dwie oferty hotelarskie dedykowane rodzinom z dziećmi.

Tabela 3. Porównanie struktury marketingowej produktów hotelarskich dedykowanych rodzinie

Rodzeństwo produktu	Integrowanie rodziny	
	„Pakiet rodzinny”	„We are family – Pakiet rodzinny”
Produkt rzeczywisty	<ul style="list-style-type: none"> – 4 noclegi, – całodniowe wyżywienie w formie bufetu szwedzkiego, – szlafrok i ręczniki w trakcie pobytu, – codzienne nieograniczone korzystanie z kompleksu SPA, – sala gimnastyczna, – internet bezprzewodowy, – parking, 	<ul style="list-style-type: none"> – 2 noclegi, – całodniowe wyżywienie – bufet szwedzki, – zaproszenie do restauracji na kawę i ciastko dla rodziców oraz na ciastko i zdrowy sok dla dziecka, – dostęp do Internetu w całym hotelu, – szlafrok, – możliwość bezpłatnego wypożyczenia i przechowania rowerów, – możliwość bezpłatnego wypożyczenia i kijków do nordic walking, – sejf w pokoju, – parking,
Produkt poszerzony	<ul style="list-style-type: none"> – 1 x rodzinny spacer nordic walking, – 2 x popołudniowe zajęcia sportowe dla całej rodziny, – opieka nad dzieckiem podczas zabiegów, – w pokoju DVD z bajkami i filmami dla dzieci, – pakiet zabiegów SPA dla Mamy i Taty, – Park Dinozaurów (45 km od hotelu), – zoo Safari (30 km od hotelu), 	<ul style="list-style-type: none"> – bilety na przejazd nowoczesną kolejką gondolową, – pluszowy przyjaciel dla dziecka, – masaż czekoladą całego ciała dla wszystkich, – zabieg nawilżająco-regenerujący dla osób dorosłych, – niezbędnik turysty – informator turystyczny o okolicy, – strefa malucha, a w niej Playstation, gry, zabawki, – zewnętrzny plac zabaw, specjalne menu dla dzieci,
Produkt potencjalny	<ul style="list-style-type: none"> – wspólne zajęcia dla całej rodziny (np. zajęcia kulinarne, plastyczne), 	
Obszar integrowania	<ul style="list-style-type: none"> – wszelkie aktywności, przywileje i elementy produktu rzeczywistego oraz produktu poszerzonego, 	
Cena	<ul style="list-style-type: none"> – od 821 zł za 4 noclegi od osoby (410,50 zł za dobę), 	<ul style="list-style-type: none"> – od 617 zł za 2 noclegi od osoby (308,50 zł za dobę),
Rodzaj obiektu	<ul style="list-style-type: none"> – pensjonat 3-gwiazdkowy z funkcją SPA, Hotel 4-gwiazdkowy z funkcją SPA 	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.afrodyta-spa.pl/pensjonat oraz www.hpr.hotelsystems.pl; 11.07.2014 r.

Na podstawie treści tab. 3 można stwierdzić, iż podstawą integracji rodziny jest przede wszystkim warstwa produktu poszerzonego. Jego elementy bezpośrednio wpływają na zacieśnienie więzi pomiędzy jej członkami, szczególnie z uwagi na wspólne spędzanie czasu, podejmowanie różnorodnych aktywności. Wspólny spacer, zabiegi SPA czy uprawianie turystyki na danym obszarze bezpośrednio wpływają na proces integracji rodziny. Warto zauważyć, że w pakietach rodzinnych znalazły się elementy skierowane wyłącznie do rodziców, co wplynie dodatkowo na zacieśnienie więzi rodzinnych pomiędzy nimi.

Ceny wskazanych pakietów kształtują się różnorodnie, dla pakietu matki z córką od 200 do 400 zł za dobę, dla rodzin 300–400 zł za dobę, natomiast najdroższe pakiety proponowane są dla par – 300–500 zł za dobę.

Podsumowując wszystkie trzy rodzaje ofert, które pozwalają integrować członków rodziny, tj. „pakiet dla matki i córki”, „pakiet dla partnerów” oraz „pakiet rodzinny”, można stwierdzić, iż największa integracja rodziny odbywa się w przypadku zaprezentowanego pakietu drugiego i trzeciego. Z danych zawartych w tabelach wynika bowiem, że wszelkiego rodzaju usługi, przywileje i aktywności należące do warstwy produktu poszerzonego, poza oczywistym integrowaniem się na poziomie produktu rzeczywistego, odbywa się właśnie w przypadku tych ofert. Istotne jest wspólne spędzanie czasu wolnego, zaangażowanie w ramach wspólnych aktywności i programu oferowanego przed obiekt hotelarski. Infrastruktura, którą dysponują obiekty, stanowi podstawę dla pomysłowego i wartościowego przebywania w obiekcie w celu integrowania członków rodziny. Istotne jest, że obiekty hotelarskie nie tylko zauważają potrzebę kreowania produktów dla całej rodziny, ale także dla ich poszczególnych jej członków – np. mamy z córką czy mamy z tatą. Integracja części rodziny poprzez produkt hotelarski, np. małżeństw, może wpływać na integrację całej podstawowej komórki społecznej w środowisku codziennym. Innymi słowy zrelaksowani, wypoczęci i szanujący się rodzice dużo skuteczniej będą realizować podstawowe funkcje przypisywane rodzinie.

Zakończenie

Na podstawie przedstawionych przykładów można zaobserwować zmieniającą się współcześnie ofertę obiektów hotelarskich, tj. kierowanie jej coraz bardziej precyzyjne do konkretnych odbiorców. Do niedawna pakiety SPA dla mężczyzn stanowiły produkty niszowe, a obecnie stanowią jeden z głównych produktów w omawianych rodzajach obiektów. Można jednocześnie wyciągnąć wniosek, iż przyszłość obiektów hotelarskich leży w potencjale produktów dedykowanych rodzinie i pojedynczym jej członkom.

Opisane w artykule oferty mogą kreować jedynie obiekty, które mają, poza noclegowo-gastronomiczną, funkcję dodatkową – np. obiekty typu SPA, gdyż ich baza odnowy biologicznej pozwala oferować wiele usług należących do warstwy produktu poszerzonego, który tak naprawdę tworzy tego rodzaju szczególną ofertę. W związku z powyższym tego rodzaju warunek, jeśli chodzi o najbardziej uniwersalny obiekt noclegowy, jakim jest hotel, musi mieć mini-

num 3-gwiazdkowy standard, ponieważ zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004 r. *W sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie w zakresie wymogów dotyczących „Oferty usług podstawowych i uzupełniających” w hotelach dopiero o takim standardzie wymaga się świadczenia usług bagażowych (wymaganie nr 39), usług gastronomicznych (wymaganie nr 46) i usług w zakresie zespołu odnowy biologicznej (wymaganie nr 49).*

Pewien niewykorzystany potencjał w kontekście integrowania rodziny może stanowić pomysł na pakiet dla ojca i syna z wykorzystaniem obiektu z funkcją rozrywkową w postaci kasyna lub zlokalizowanego niedaleko pola golfowego.

Bibliografia

- Altkorn J., 1998, *Marketing w turystyce*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Dyczewski L., 1995, *Rodzina – społeczeństwo – państwo*, [w:] A. Kuzynowski (red.), *Rodzina w okresie transformacji systemowej*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna, Warszawa.
- Gizowski M., 2007, *Społeczno-polityczny kontekst przemiany modelu rodziny na przestrzeni dziejów świata zachodniego w epokach starożytności, feudalizmu i kapitalizmu*, „Roczniki Teologiczne”, t. LIV, z. 10, Gdańsk.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2002, *Produkt turystyczny albo jak organizować poznawanie świata: przewodnik do ćwiczeń*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Kotler P., 1999, *Marketing, analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Wydawnictwo Felberg SJA, Warszawa.
- Łukasiewicz R., 2012, *Potrzeby współczesnej rodziny jako aspekt ekskluzyjności*, www.wbs.lcs.net.pl; 16.07.2014 r.
- Matyjas B., Stolecka-Zuber R., 2007, *Opieka i wychowanie w rodzinie, szkole i środowisku*, Kielce.
- Milewski D., Pawlicz A., Sidorkiewicz M., 2010, *Oferta hotelarska w miejscach kultu religijnego w Polsce na przykładzie domów pielgrzyma*, [w:] *Turystyka religijna*, Z. Kroplewski, A. Panasiuk (red.), Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Motyka P., 1997, *Marketing w biurze podróży*, Warszawa.
- Panasiuk A. (red.), 2004, *Ekonomiczne podstawy turystyki*, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Panasiuk A. (red.), 2005, *Marketing usług turystycznych*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Perenc J. (red.), 2001, *Marketing. Sposób myślenia i działania*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004 r. *W sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi ho-*

- telarskie, tekst jednolity, Dz. U. 2004, nr 188, poz. 1945 ze zmianami, <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20041881945>; 25.05.2014 r.
- Rutkowski I., 2011, Strategie produktu. Koncepcje i metody zarządzania ofertą produktową, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Sojka B. (red.), 2003, Zarządzanie produktem, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Szczepański J., 1970, Elementarne pojęcia socjologii, PWN, Warszawa.
- Turkowski M., 2010, Marketing usług hotelarskich, PWE, Warszawa.
- Tyszka Z., 1974, Socjologia rodziny, Warszawa.
- Tyszka Z., 1995, Rodzina w świecie współczesnym – jej znaczenie dla jednostki i społeczeństwa, [w:] T. Pilch, I. Lepalczyk (red.), Pedagogika społeczna, Warszawa.
- Ustawa z 29 sierpnia 1997 roku O usługach turystycznych, tekst jednolity, Dz. U. 2004, nr 223, poz. 2268 ze zmianami.
- Żeber-Dzikowska I., 2013, Kierunki przemian rodziny w Polsce w obliczu globalizacji, „Wielokulturowe Studia Drohiczyńskiego Towarzystwa Naukowego”, nr 5, Kielce.
- <http://www.malinowehotele.pl/>; 11.07.2014 r.
- <http://www.unitral.pl/>; 11.07.2014 r.
- www.afrodyta-spa.pl/pensjonat; 11.07.2014 r.
- www.hpr.hotelsystems.pl/; 11.07.2014 r.

Jerzy Łaciak

Szkoła Główna Turystyki
i Rekreacji, Warszawa,
Instytut Turystyki

UCZESTNICTWO RODZICÓW Z DZIEĆMI W WYJAZDACH TURYSTYCZNYCH W LATACH 2000–2010

Wprowadzenie

Turystyka z pewnością jest formą aktywności człowieka, która łączy pokolenia. Nawet potoczna obserwacja życia społecznego pozwala dostrzec wiele międzypokoleniowych aspektów turystyki. Może to być rodzaj przedłużenia życia codziennego w mniej codziennych, czyli turystycznych warunkach, gdy babcia zamiast w domu całe lato opiekuje się wnukami mieszkając w przyczepie kempingowej, a pracujący rodzice przyjeżdżają tam na weekendy. Może to być uznanie turystyki jako ważnej wartości przez najstarsze pokolenie, czyli będące już babkami i dziadkami. Przykładem niech będą reakcje starszych osób na pytanie o uprawianie turystyki w prowadzonym przez ankietera pogłębionym wywiadzie na temat przemian obyczajów. Zdarza się, że takie starsze osoby, mimo że ze względu na wiek czy stan zdrowia same nie wyjeżdżają, mają potrzebę mówienia o wyjazdach swoich dzieci i wnuków jako o istotnej wartości. Odnosi się wrażenie, że uczestniczą – jak przytacza za M. Boyer K. Przeclawski – w podróży przedłużonej swoich bliskich (M. Boyer rozróżnia trzy czasy każdej podróży: podróż wyobrażoną, przeżywaną i przedłużoną). Turystyka łączy pokolenia przy organizacji wyjazdów. Bywa, że dzieci – bardziej sprawne w obsłudze komputera, w szczególności w korzystaniu z Internetu – pomagają rodzicom w znalezieniu odpowiedniej oferty czy tańszego połączenia lotniczego. Dzieci, zwykle lepiej mówiące w językach obcych niż rodzice, pomagają w porozumiewaniu się podczas wspólnych zagranicznych wyjazdów z babcią, dziadkiem czy rodzicami. Zdarza się, że pomagają rodzicom będącym za granicą w tłumaczeniu będąc w Polsce i kontaktując się przez telefon komórkowy rodziców, gdy trzeba porozumieć się np. z obsługą hotelu. Wreszcie turystyka łączy pokolenia w sposób bezpośredni, można by powiedzieć dosłowny, przy wzajemnych odwiedzinach różnych pokoleń, zwłaszcza gdy zamieszkują daleko od siebie, a ich kontakty są rzadkie.

Niniejsza praca poświęcona jest jeszcze innemu międzypokoleniowemu aspektowi turystyki. Podstawowym celem opracowania jest przedstawienie wyjazdów turystycznych Polaków pod kątem współuczestników podróży osób wyjeżdżających, ze zwróceniem szczególnej uwagi na wyjazdy rodzinne, w których biorą udział przedstawiciele dwóch pokoleń – dwoje współmałżonków i dzieci. Niestety, wyjazdy, w których uczestniczą trzy pokolenia są według prowadzonych badań tak nieliczne, że niemożliwe jest przeprowadzenie analizy statystycznej. Główne pytania, jakie postawiono, to: z kim najczęściej wyjeżdżamy?, czy zmienia się towarzysz podróży w zależności od jej rodzaju?, czy współuczestnik zmieniał się w dekadzie 2000–2010? Wreszcie – jak długo trwające podróże preferują osoby tworzące pełną dwupokoleniową rodzinę?

Praca oparta jest na wynikach badań Instytutu Turystyki realizowanych w ramach „Programu badań statystycznych statystyki publicznej” na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki. Badania przeprowadzane były na reprezentatywnych ogólnopolskich próbach od połowy lat 90. minionego wieku do roku 2012. Próba objęła około 4 tys. osób. Badania przeprowadzono w styczniu każdego roku i dotyczyły uczestnictwa Polaków w wieku 15 i więcej lat w wyjazdach turystycznych w całym poprzednim roku. W latach 2000–2010 pytano respondentów o osoby, które towarzyszyły im podczas wyjazdu (z kim Pan/Pani wyjechał/a?). Pytanie powtarzano przy każdym wyróżnionym rodzaju wyjazdu, czyli w odniesieniu do krajowych wyjazdów długookresowych obejmujących pięć i więcej dni, krajowych wyjazdów krótkookresowych obejmujących od dwóch do czterech dni i do wyjazdów zagranicznych połączonych co najmniej z jednym noclegiem w innym kraju. Wśród możliwych odpowiedzi wyróżniono: współmałżonka, dzieci, rodziców, inne osoby z rodziny, ale również znajomych (kolegów, koleżanki) i sympatię. Uwzględniono również wyjazdy bez osób towarzyszących (odpowiedź: „wyjeżdżałem sam”).

Z punktu widzenia niniejszego opracowania najbardziej istotne są wyniki badań dotyczące wyjazdów respondentów z dziećmi. Podróże ankietowanych z rodzicami stanowią relatywnie niewielki odsetek, wyjazdy jednocześnie z rodzicami i dziećmi okazały się na poziomie nieistotnym statystycznie, ale wyjazdy respondentów z dziećmi oraz jednocześnie z dziećmi i współmałżonkiem są warte bliższej analizy. Wyniki badań mogą pozwolić odpowiedzieć na pytanie o skalę wspólnych turystycznych podróży dwóch pokoleń – rodziców i dzieci.

Prezentowane wyniki badań dotyczą lat 2000–2010, gdyż tylko w wymienionym okresie w przeprowadzanych badaniach znalazły się pytania o osoby towarzyszące podczas podróży.

Po przedstawieniu uczestnictwa Polaków w trzech rodzajach wyjazdów turystycznych (tab. 1) dla każdego z nich omówiono wyniki badań dotyczące osób towarzyszących w podróży dla ogółu Polaków biorących udział w określonym rodzaju wyjazdu (tab. 2, 4 i 6). Następnie zaprezentowano skalę uczestnictwa w podróży osób wchodzących w skład pełnej rodziny, ich wspólnego uczestnictwa w wyjazdach z małżonkiem, z dzieckiem, które nie przekroczyło 18. roku życia, a także jednocześnie ze współmałżonkiem i niepełnoletnim dzieckiem (do

18 lat) oraz jednocześnie ze współmałżonkiem i z dzieckiem w wieku do 14 lat (tab. 3, 5 i 7).

Z każdej próby badawczej z lat 2000–2010 wybrano respondentów, którzy byli w związku małżeńskim i mieli niepełnoletnie dzieci. W około 4-tysięcznej próbie takich osób było w zależności od roku badania od 1030 do 1345. W ten sposób można było określić poziom uczestnictwa w turystyce osób tworzących pełną rodzinę, w skład której wchodzi niepełnoletnie dzieci. Można było również określić udział w ich wspólnych wyjazdach. W podobny sposób wybrano respondentów tworzących rodziny wychowujące dzieci do 14. roku życia. Takich osób w poszczególnych latach była różna liczba – od 900 do 1193. Chodziło o pokazanie różnic między populacją Polaków ogółem a osobami tworzącymi pełne rodziny (w dwóch wersjach: z dziećmi do 18. i do 15. roku życia) pod względem uczestnictwa w wyjazdach turystycznych i osób towarzyszących w podróży.

Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych

Punktem wyjścia do dalszych analiz jest uczestnictwo Polaków w trzech głównych rodzajach wyjazdów. Odsetki mieszkańców Polski biorących udział w poszczególnych rodzajach wyjazdów przedstawia tab. 1. W latach 2000–2010 obserwujemy znaczący spadek uczestnictwa Polaków w krajowych wyjazdach długookresowych i jeszcze większy w krajowych wyjazdach krótkookresowych. Liczba osób biorących udział w krajowych wyjazdach długookresowych w latach 2000–2010 spadła z 10,6 mln do 8,5 mln (z 34% do 26% Polaków w wieku 15 i więcej lat), w odniesieniu do krajowych wyjazdów krótkookresowych – z 11,5 mln w 2000 r. do 6,6 mln w 2008 (z 27% do 20%). W roku 2010 na krótko w ramach podróży krajowych wyjechało 7,2 mln osób (22%).

Poziom uczestnictwa Polaków w wyjazdach zagranicznych charakteryzuje się mniejszymi różnicami w poszczególnych latach, chociaż widzimy znaczący jego spadek w 2003 r. (3,3 mln wyjeżdżających; 11%), ale z drugiej strony istotny wzrost w 2008 r. (17%) – najlepszym roku pod względem zagranicznych wyjazdów Polaków (podobny był 2013). Za granicę wyjechało wtedy 6 mln Polaków (5,5 mln osób w wieku 15 i więcej lat oraz 0,5 mln osób w wieku do 14 lat).

Tabela 1. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych (%)

Wyjazdy	Rok										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Krajowe (5 i więcej dni)	34	32	33	32	29	29	28	28	29	30	26
Krajowe (2–4 dni)	37	34	35	31	27	24	23	23	20	21	22
Zagraniczne (co najmniej jeden nocleg)	15	14	14	11	12	12	14	15	17	16	14

Źródło: opracowanie własne.

Osoby towarzyszące podczas krajowych podróży na co najmniej pięć dni

Przed analizą wyjazdów respondentów z dziećmi warto zatrzymać się na moment przy ich wyjazdach z rodzicami. W kraju na co najmniej pięć dni z rodzicami w analizowanym okresie wyjeżdżało 7–9% osób badanych. Był to stosunkowo niewielki udział, ale należy pamiętać, że badania przeprowadzono z osobami w wieku 15 lat i starszymi. Wyjazdy z rodzicami należy rozpatrywać w dwóch aspektach. Z jednej strony jako wyjazdy, podczas których rodzice odgrywają rolę opiekunów swoich nastoletnich dzieci, z drugiej zaś – jako wyjazdy, w których dzieci towarzyszące starszym rodzicom w jakimś sensie, albo bardzo dosłownie, również pełnią funkcję opiekunów. Jeśli przyjrzymy się strukturze wieku osób uczestniczących z rodzicami w krajowych wyjazdach długookresowych w latach, w których najczęściej wyjeżdżano z rodzicami, czyli w 2001 i 2003 r., oraz w latach, w których ostatnio wyjeżdżano najczęściej, czyli w 2006 i 2010, obserwujemy spadek odsetka podróżującej z rodzicami nastoletniej młodzieży (15–19 lat), z 65% w 2001 r. do 54% w 2010 (w 2003 r. 63%; w 2006 r. – 56%). Zwiększył się natomiast odsetek starszej młodzieży (20–29 lat) wyjeżdżającej z rodzicami – z 21% w 2001 r. do 31% w 2010 (w 2003 r. – 28%, w 2006 r. nawet 33%), z czego $\frac{3}{4}$ to osoby w wieku 20–23 lata. Może to świadczyć o większej więzi między pokoleniem dwudziestokilkulatków i ich rodziców pod koniec dekady niż na początku. Odsetek osób w wieku 30 i więcej lat podróżujących z rodzicami w latach 2001 i 2010 był podobny – odpowiednio 14% i 15% (pomimo wahań: w 2003 r. – 9%; w 2006 r. – 11%).

Tabela 2. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach długookresowych według osób towarzyszących (%)

Osoby towarzyszące	Rok										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Współmałżonek	37	38	36	37	40	37	40	44	43	44	45
Dziecko (dzieci)	30	32	29	30	30	29	28	31	30	29	29
Rodzice	8	9	8	9	8	7	8	7	7	7	8
Inne osoby z rodziny	14	11	12	14	12	11	10	10	10	7	8
Samotnie	28	27	29	25	25	25	22	22	19	22	21
Znajomi (koledzy)	17	15	18	17	19	18	17	17	15	15	16

Źródło: opracowanie własne.

Polacy najczęściej podróżowali ze współmałżonkiem w kraju pięć i więcej dni (od 36% w 2002 r. do 45% w 2010) oraz z dziećmi, bez względu na ich wiek (od 28% w 2006 roku do 32% w 2001). Mogą to być osoby pełnoletnie czy dorosłe dzieci rodziców w starszym wieku (tab. 2). O ile wraz ze spadkiem uczestnictwa ogółem (patrz: tab. 1) wzrósł odsetek małżonków podróżujących razem, o tyle mimo wahań, odsetek wyjeżdżających z dziećmi utrzymuje się na podobnym poziomie – najczęściej 29–30% (największa różnica między skrajnymi odsetkami

w okresie 11 lat wyniosła 4 punkty procentowe), co oznacza, że z dziećmi, analizując uczestnictwo w liczbach bezwzględnych, wyjeżdżano rzadziej. W latach 2000–2001 liczba Polaków podróżujących z dziećmi wynosiła 3,2 mln, w 2006 r. spadła do 2,5 mln, a po wzroście w kolejnych latach do 2,8–2,9 mln, w 2010 r. ponownie spadła do poziomu z 2006 r., najniższego w dekadzie. Dla porównania, liczba osób wyjeżdżających ze współmałżonkiem, wynosząca w 2000 roku 3,9 mln, spadła w 2005 r. do 3,4 mln, z kolei wzrosła w 2009 do 4,2 mln, aby zmniejszyć się w 2010 r. do 3,8 mln, czyli do poziomu podobnego z lat 2000–2001. Jednocześnie ze współmałżonkiem i dzieckiem lub dziećmi podróżowało od 1/5 do 1/4 (21–25%) uczestników krajowych wyjazdów długookresowych. W liczbach bezwzględnych było to od 2,6 mln w 2000 r. do 1,9 mln w 2006. W pozostałych latach – od 2,0 mln (m.in. w 2010 r.) do 2,3 mln.

Tabela 3 przedstawia uczestnictwo w krajowych wyjazdach długookresowych osób tworzących rodzinę dwupokoleniową z niepełnoletnimi dziećmi (z wyjątkiem pierwszego wiersza, który jest przeniesiony z tab. 1 i mówi o uczestnictwie w takich wyjazdach ogółu mieszkańców Polski). Drugi wiersz prezentuje poziom uczestnictwa w wyjazdach na co najmniej pięć dni respondentów tworzących opisane rodziny (mających żonę lub męża oraz dzieci w wieku do 18. roku życia). W latach 2000–2003 osoby takie wyjeżdżały rzadziej lub podobnie często (2002 r.) jak ogół Polaków, w dalszych latach częściej, a w okresie 2007–2010 r. zdecydowanie częściej. Poziom uczestnictwa jest mniej zróżnicowany niż ogółu Polaków i waha się od 29 do 33%. Kolejne wiersze tab. 3 (trzeci, czwarty i piąty) przedstawiają udział we wspólnych wyjazdach małżonków, uczestnictwo osoby badanej (rodzica) co najmniej z jednym dzieckiem oraz obojga rodziców z dzieckiem (lub dziećmi). W pełnych rodzinach wspólne uczestnictwo małżonków w okresie 2000–2006 r. wynosiło 22–23%, w latach późniejszych było wyższe: 25–28%. Od 23 do 25% respondentów z analizowanych rodzin wyjeżdżało z dziećmi, tzn. z dzieckiem wyjechało jedno z rodziców, czyli ankietowany (wyjątkowo w 2009 r. 27%). W latach 2000–2006 respondenci częściej podróżowali z dziećmi niż ze współmałżonkiem, w okresie 2007–2010 r. nieco częściej ze współmałżonkiem. Jednocześnie z mężem lub żoną i niepełnoletnim dzieckiem wyjeżdżało 20–22% respondentów (wyjątkowo w 2006 r. – 19%, a w 2009 r. – 24%). Porównując przedstawione odsetki z wynikami badań dla całej populacji Polaków zauważamy, że w grupie osób tworzących wymienione wcześniej rodziny wyjazdy ze współmałżonkiem są znacznie rzadsze niż wśród ogółu Polaków, podróże z dziećmi również rzadsze, ale różnice są mniejsze, wyjazdy zarówno ze współmałżonkiem, jak i z dziećmi – na zbliżonym poziomie.

Tabela 3. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach rodzinnych
– krajowe długookresowe (%)

Wyszczególnienie	Rok										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ogółem	34	32	33	32	29	29	28	28	29	30	26
Respondenta	32	31	33	30	30	30	29	32	31	33	30

Respondenta z małżonkiem	23	22	23	22	22	23	22	26	26	28	25
Respondenta z dzieckiem	24	24	25	24	24	24	23	25	25	27	24
Respondenta z małżonkiem i dzieckiem	21	20	20	20	20	20	19	22	22	24	21
Respondent z małżonkiem i dzieckiem do 14 lat	22	21	21	21	20	20	20	22	23	24	22
Wśród osób uczestniczących w krajowych wyjazdach długookresowych (%)											
Respondent z małżonkiem	73	72	71	75	74	75	78	80	83	85	83
Respondent z dzieckiem	74	78	76	80	82	78	79	78	82	82	81
Respondent z małżonkiem i dzieckiem	66	65	62	66	67	66	67	69	72	73	71
Respondent z małżonkiem i dzieckiem do 14 lat	69	66	64	68	68	67	68	70	73	74	71

Źródło: opracowanie własne.

W tab. 3 zamieszczono również dane o wspólnych wyjazdach małżonków z dziećmi, które nie przekroczyły 14 lat. Zamiarem było pokazanie różnic we wspólnym wyjeździe z dziećmi w rodzinach, w których są starsze i młodsze dzieci. Zgodnie z oczekiwaniami, rodzinne wyjazdy rodziców mających młodsze dzieci są na ogół częstsze (w zależności od roku), ale można było oczekiwać, że różnice będą większe.

W dolnej części tab. 3 (podobnie jak w tab. 5 i 7) przedstawiono uczestnictwo we wspólnych wyjazdach rodzinnych w grupie osób tworzących rodzinę i wyjeżdżających w kraju na pięć i więcej dni, czyli w grupie uczestników takich wyjazdów (w tab. 5 i 7 oczywiście wśród uczestniczących w innych rodzajach wyjazdów).

Osoby towarzyszące podczas krajowych podróży na dwa–cztery dni

Polacy w kraju na dwa–cztery dni najczęściej podróżowali ze współmałżonkiem (od 35% w 2003 r. do 41% w 2010), bez osób towarzyszących (od 32% w 2002 r. do 25% w latach 2009–2010) oraz z dziećmi (od 22% w 2005 r. do 29% w 2000 i 2002 r.). Na duży odsetek wyjeżdżających samotnie miał wpływ bez wątpienia znaczny udział wśród wyjazdów krótkookresowych podróży służbowych (w omawianym okresie uczestnictwo w takich wyjazdach wynosiło od 6% do 11%). O ile udział w wyjazdach krótkookresowych ogółem (tab. 1) spadł w ciągu 11 lat o kilkanaście punktów procentowych, o tyle wzrósł odsetek małżonków wyjeżdżających razem. Jednak w liczbach bezwzględnych widzimy znaczny spadek: z 4,4 mln w 2000 r. do 2,5 mln w 2008. Obniżył się zaś udział

w wyjazdach z dziećmi (z 29 do 23%), co oznacza, że z dziećmi, analizując uczestnictwo w liczbach bezwzględnych, podobnie jak w odniesieniu do wyjazdów długookresowych, wyjeżdżano znacznie rzadziej: spadek z 3,3 mln w 2000 r. do 1,6 mln w 2008. Spadek uczestnictwa ogółem w wyjazdach na dwa–cztery dni wiąże się ze z zmianami stylu życia Polaków. W połowie lat 90. minionego wieku 2/3 krajowych wyjazdów krótkookresowych stanowiły podróże w celu odwiedzenia krewnych lub znajomych. Związki rodzinne między mieszkańcami miast i wsi wynikające z wcześniejszych migracji ludności sprzyjały odwiedzinom. Takie wyjazdy miały często charakter biesiadno-towarzyski; podróże turystyczne nie przekraczały wtedy 30%. Związki rodzinne z czasem w sposób naturalny obumierały, a zwiększały się możliwości podróżowania; coraz więcej osób posiadało samochód. Wybierano krótkie formy wyjazdów, bez noclegów. W strukturze wyjazdów na dwa–cztery dni zwiększał się udział podróży typowo turystycznych – do 47% w 2010 r. i zmniejszał się odsetek wyjazdów w odwiedziny – również do 47%, mniej było również wyjazdów służbowych.

Obserwujemy zatem spadek uczestnictwa w krótkookresowych podróżach w ogóle, ale również mniejszy udział w wyjazdach rodzinnych. Jednocześnie z rodzicami i dziećmi wyjeżdżało w badanym okresie od 22% w 2000 r. do 17% w 2008 (od 2,5 mln w 2000 r. do 1,1 mln w 2008 r.).

Tabela 4. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach krótkookresowych według osób towarzyszących (%)

Osoby towarzyszące	Rok										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Współmałżonek	38	37	39	35	38	37	39	40	38	40	41
Dziecko (dzieci)	29	28	29	25	27	22	25	26	24	26	23
Rodzice	6	7	4	6	5	4	6	7	5	5	6
Inne osoby z rodziny	8	7	8	8	7	7	6	9	6	6	6
Samotnie	30	30	32	30	28	28	27	26	26	25	25
Znajomi (koledzy)	18	18	16	19	19	20	17	18	18	19	19

Źródło: opracowanie własne.

Respondenci tworzący dwupokoleniowe rodziny na dwa–cztery dni wyjeżdżali częściej lub podobnie często jak ogół populacji Polaków (tab. 5). Uczestnictwo we wspólnych wyjazdach męża i żony było w omawianym okresie znacznie zróżnicowane: od 28% w 2002 r. do 15% w 2008, podobnie jak uczestnictwo w wyjazdach krótkookresowych w ogóle. Pod koniec dekady, co widać zwłaszcza w latach 2009–2010, coraz większa część uczestniczących podróżowała ze współmałżonkiem. Mimo że w 2000 r. na dwa–cztery dni wyjechało 38% respondentów mających wcześniej rodziny, z małżonkiem wyjechało tylko 26%, gdy tymczasem w 2010 r. wyjechało 22% ankietowanych, a ze współmałżonkiem aż 17%. Z dziećmi wyjechało od 25 do 14% osób (dla przypomnienia – na pięć i więcej dni od 23 do 27%), czyli obserwujemy znaczne zróżnicowanie w po-

szczególnych latach. Jednocześnie z małżonkiem i dzieckiem na krótko wyjechało od 22 do 12% analizowanych respondentów z rodzinami, w których są niepełnoletnie dzieci (na pięć i więcej dni od 24% do 19%).

Duże zróżnicowanie rodzinnego uczestnictwa w krajowych wyjazdach krótkookresowych w poszczególnych latach łączy się z opisanymi wcześniej zmianami obyczajowymi i spadkiem udziału w tym rodzaju wyjazdów. Z drugiej strony należy z dużą ostrożnością porównywać wyniki badań dotyczące obu rodzajów wyjazdów krajowych. Ze względu na dużą częstotliwość wyjazdów krótkookresowych i ich znaczną powtarzalność w odniesieniu do danej osoby, w ankiecie pytano o to, z kim respondent wyjeżdżał najczęściej, przy czym nie ograniczono liczby wyborów. W przypadku wyjazdów długookresowych pytano, kto mu towarzyszył podczas dwóch najdłuższych wyjazdów trwających co najmniej pięć dni (oddzielnie dla każdego wyjazdu respondent wskazywał wszystkie właściwe kategorie osób). Różnice w zadawaniu pytań mogły skutkować znacznymi różnicami w uzyskanych wynikach dla obu rodzajów wyjazdów krajowych.

Tabela 5. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach rodzinnych
– krajowe krótkookresowe (%)

Uczestnictwo w wyjazdach	Rok										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ogółem	37	34	35	31	27	24	23	23	20	21	22
Respondenta	38	37	39	31	29	23	26	24	21	23	22
Respondenta z małżonkiem	26	25	28	22	20	16	19	18	15	18	17
Respondenta z dzieckiem	24	22	25	19	20	14	18	15	15	16	15
Respondenta z małżonkiem i dzieckiem	20	19	22	16	17	12	16	14	12	14	14
Respondent z małżonkiem i dzieckiem do 14 lat	21	20	22	17	17	12	16	14	13	15	15
Wśród osób uczestniczących w krajowych wyjazdach krótkookresowych (%)											
Respondent z małżonkiem	68	67	71	70	69	68	74	76	70	75	78
Respondent z dzieckiem	63	61	65	63	69	61	68	62	70	68	67
Respondent z małżonkiem i dzieckiem	54	52	57	53	57	51	60	57	59	61	62
Respondent z małżonkiem i dzieckiem do 14 lat	55	53	58	55	58	53	63	58	60	63	65

Źródło: opracowanie własne.

Osoby towarzyszące podczas wyjazdów zagranicznych

Polacy za granicę najczęściej wyjeżdżali ze współmałżonkiem (od 25% w 2005 r. do 41% w 2010) oraz ze znajomymi (od 31% w 2001 r. do 17% w 2010). Z dziećmi podróżowało od 13% w połowie dekady do 20% pod jej koniec, z rodzicami – 5–7%. Od 2006 r. obserwujemy wyraźny wzrost udziału wyjeżdżających ze współmałżonkiem i tendencję spadkową odsetka podróżujących w gronie znajomych.

Udział wyjeżdżających jednocześnie z rodzicami i dziećmi wahał się od 10% w latach 2004–2005 do 16% w 2010 r. Liczba wyjeżdżających za granicę w takim składzie rodzinnym była najmniejsza z całego omawianego okresu – 0,3 mln – w latach 2004 i 2005, największa w 2008 (12% z 5,5 mln) i w 2010 r. (16% z 4,6 mln) i wynosiła 0,7 mln.

Tabela 6. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach zagranicznych według osób towarzyszących (%)

Osoby towarzyszące	Rok										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Współmałżonek	30	31	26	30	26	25	27	32	33	35	41
Dziecko (dzieci)	18	18	16	17	13	13	17	17	17	16	20
Rodzice	6	5	7	6	7	7	7	7	6	6	6
Inne osoby z rodziny	9	6	10	8	10	11	8	8	9	6	8
Samotnie	27	28	28	32	32	30	28	29	27	27	23
Znajomi (koledzy)	29	31	30	26	25	27	21	18	20	22	17

Źródło: opracowanie własne.

Osoby tworzące rodziny z dziećmi w wieku do 18 lat wyjeżdżały za granicę raczej rzadziej, a w ostatnich latach analizowanego okresu podobnie często jak ogół badanych. Ich wspólne uczestnictwo z małżonkiem wahało się od 5 do 11%, wspólne uczestnictwo z dzieckiem od 4 do 8%. Odsetek osób wyjeżdżających zarówno ze współmałżonkiem, jak i dzieckiem wynosił od 3% w latach 2004–2005 do 8% w 2010 r. Dla osób tworzących rodziny z dziećmi do 14 lat odpowiedni odsetek zawierał się w podobnym przedziale. Zauważamy jednak, że udział we wspólnych wyjazdach zagranicznych rodzin z młodszymi dziećmi jest często mniejszy niż w rodzinach z dziećmi do 18. roku życia. Jest to sytuacja odmienna niż w odniesieniu do uczestnictwa w rodzinnych wyjazdach w kraju na pięciu i więcej dni. Za granicę częściej podróżuje się z dziećmi starszymi niż młodszymi.

Tabela 7. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach rodzinnych
 – wyjazdy zagraniczne (%)

Uczestnictwo w wyjazdach	Rok										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ogółem	15	14	14	11	12	12	14	15	17	16	14
Respondenta	13	14	11	10	11	9	15	15	17	14	14
Respondenta z małżonkiem	7	8	6	5	4	5	7	8	11	9	10
Respondenta z dzieckiem	6	6	5	4	4	4	6	7	8	7	8
Respondenta z małżonkiem i dzieckiem	5	6	4	4	3	3	5	6	7	6	8
Respondent z małżonkiem i dzieckiem do 14 lat	4	5	5	3	3	3	5	5	8	5	8
Wśród osób uczestniczących w wyjazdach zagranicznych (%)											
Respondent z małżonkiem	51	54	52	50	39	49	51	52	63	61	75
Respondent z dzieckiem	44	45	45	41	35	40	43	44	50	47	60
Respondent z małżonkiem i dzieckiem	35	39	39	37	28	34	32	39	43	41	55
Respondent z małżonkiem i dzieckiem do 14 lat	34	40	40	34	30	35	32	39	46	39	57

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

Analizując uczestnictwo mieszkańców Polski w trzech wyróżnionych rodzajach wyjazdów pod kątem osób towarzyszących zauważamy (przy wymienionych wcześniej zastrzeżeniach) pewne różnice w zakresie tego, z kim wyjeżdżamy w zależności od rodzaju podróży. W kraju na pięć i więcej dni najczęściej wyjeżdżamy ze współmałżonkiem oraz z dziećmi, w kraju na krótko – ze współmałżonkiem oraz bez osób towarzyszących, za granicę – ze współmałżonkiem (w połowie dekady – samotnie) oraz ze znajomymi (z wyjątkiem ostatniego roku).

W każdym rodzaju wyjazdu najczęściej podróżujemy z mężem lub żoną. Przy krajowych wyjazdach długookresowych w latach 2000–2010 obserwujemy wzrost odsetka małżonków podróżujących razem, przy krajowych wyjazdach na krótko – niewielki wzrost, przy wyjazdach zagranicznych – znaczny wzrost.

Drugą kategorią osób, z którą najczęściej podróżowano w kraju na pięć i więcej dni są dzieci. W wyjazdach krajowych 2–4-dniowych dzieci najczęściej są trzecią kategorią (w niektórych latach drugą). Podczas wyjazdów zagranicznych częściej niż z dziećmi, oprócz małżonka, podróżowano ze znajomymi i bez osób towarzyszących.

Odsetek Polaków, którym podczas co najmniej pięciodniowych turystycznych wyjazdów towarzyszyły dzieci w okresie od 2000 do 2010 r. utrzymywał się na podobnym poziomie – wyraźnie spadł. W odniesieniu do podróży zagranicznych odsetek Polaków na początku i pod koniec dekady był na zbliżonym poziomie, a w połowie dekady był znacznie niższy.

Uczestnictwo we wspólnych krajowych wyjazdach długookresowych obojga rodziców co najmniej z jednym dzieckiem w analizowanym okresie był na zbliżonym poziomie (niewielki spadek odnotowano w połowie dekady). W przypadku udziału w podobnych wyjazdach 2–4-dniowych w ostatnich latach obserwujemy tendencję spadkową. W przypadku wyjazdów zagranicznych po spadku odsetka wspólnie wyjeżdżających w 2004 r., w następnych latach obserwujemy niewielki wzrost, a w 2010 r. znaczny.

Uczestnictwo mieszkańców Polski pozostających w związkach małżeńskich i posiadających niepełnoletnie dzieci w wyjazdach krajowych na co najmniej pięć dni tylko z dziećmi oraz ze współmałżonkiem i dziećmi było w latach 2000–2010 na zbliżonym poziomie. W okresie dekady nie ma tendencji spadku czy wzrostu, występują różnice w poszczególnych latach. Obserwujemy zaś wyraźną tendencję spadkową poziomu uczestnictwa w podobnych rodzinnych wyjazdach na dwa–cztery dni (zarówno w wyjazdach osób badanych tylko z dzieckiem, jak i z dzieckiem i małżonkiem). Odsetek uczestniczących we wspólnych rodzinnych wyjazdach za granicę wykazuje natomiast w ostatnich latach lekką tendencję wzrostową.

W podsumowaniu wyników badań nad uczestnictwem rodziców z dziećmi należy stwierdzić, że wśród trzech wyróżnionych rodzajów podróży najbardziej sprzyjającymi wzajemnym relacjom i łączeniu pokoleń są krajowe wyjazdy długookresowe. Są to najczęściej podróże turystyczno-wypoczynkowe. Udział we wspólnych rodzinnych wyjazdach w kraju na co najmniej pięć dni utrzymuje się na podobnym poziomie. Liczba osób w ten sposób wyjeżdżających jest więc funkcją ogólnej liczby uczestniczących w nich Polaków, która od 2012 r. wzrasta. Jest ich więcej niż uczestników rodzinnych wyjazdów zagranicznych. Uczestnictwo w tych ostatnich ma tendencję zwykłą. Jednocześnie od 2012 r. obserwujemy również wzrost uczestnictwa Polaków w wyjazdach zagranicznych i wzrost liczby wyjazdów. Pierwsze wskaźniki dla 2014 r. też są pod tym względem optymistyczne. Należy sądzić, że w rodzinnych wyjazdach zagranicznych będzie uczestniczyło coraz więcej osób. Z kolei według przedstawionych wcześniej danych, wyjeżdżało turystycznie coraz mniej rodzin w 2–4-dniową podróż w kraju. Trudno prognozować, jak będzie w przyszłości. Nakładają się tu na siebie z jednej strony zmiany weekendowych zwyczajów Polaków, z drugiej – znacznie większe uczestnictwo Polaków w wyjazdach krótkookresowych w latach 2012 i 2013 niż w latach poprzednich. Problematyka związana z krótkimi wyjazdami

Polaków (w tym z wyjazdami rodzinnymi) wymaga z pewnością dodatkowych badań i analiz.

Bibliografia

Łaciak J., 2011, *Aktywność turystyczna dzieci i młodzieży w 2010 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa (i wcześniejsze opracowania przygotowane do publikacji w latach 2001–2010 dotyczące uczestnictwa dzieci i młodzieży w wyjazdach turystycznych w latach 2000, 2002, 2004–2005, 2007–2009).

Łaciak J., 2011, *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2010 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa (i wcześniejsze opracowania przygotowane do publikacji w latach 2001–2010 dotyczące uczestnictwa Polaków w wyjazdach turystycznych w latach 2000–2009).

Przećłowski K., 1979, *Socjologiczne problemy turystyki*, Warszawa.

ROZDZIAŁ 3

**TURYSTYKA AKTYWNA
I SPECJALISTYCZNA JAKO
PLATFORMA DIALOGU
MIĘDZYPOKOLENIOWEGO**



W trakcie ogólnopolskiej konferencji popularnonaukowej „Międzypokoleniowe aspekty turystyki”, Kalatówki 22-24.09.2014 r., referat wygłasza dr Sławoj Tanaś, fot. Elżbieta Matusiak-Gordon

Sławoj Tanaś

Uniwersytet Łódzki,
Instytut Geografii Miast i Turyzmu,
Pracownia Rekreacji i Turystyki Kwalifikowanej

TURYSTYKA AKTYWNA W RODZINIE WIELOPOKOLENIOWEJ – ASPEKT PROBLEMOWY

Wstęp

Jakie jest znaczenie przekazu międzypokoleniowego w kształtowaniu zainteresowania turystyką aktywną? Czy zmiany pokoleniowe kreują nową jakość turystyki aktywnej, zwanej do niedawna kwalifikowaną?

Zmiany zachodzące w postawach turystycznych człowieka autor opisuje wykorzystując studium dystansu międzypokoleniowego, jaki przedstawiła M. Mead (1978) w zbiorze szkiców pod tytułem *Kultura i tożsamość*. Jej spostrzeżenia i analizy pozwalają zrozumieć mechanizmy i prawidłowości funkcjonowania międzygeneracyjnego przekazu, które w zachodnich społeczeństwach doprowadziły do kryzysu społecznego i wychowawczego. Kryzys dotknął również szeroko rozumiane podstawy ideologiczne i funkcje społeczne turystyki, widoczne w ostatnich latach np. w marginalizacji krajoznawstwa i turystyki kwalifikowanej. Postrzeganie i definiowanie atrakcyjności turystycznej jest zmienne, a atrakcyjność turystyki kwalifikowanej jest tego przykładem. Model M. Mead (1978) wskazuje na skutki różnic pokoleniowych w kultywowaniu tradycji oraz respektowaniu ustalonych norm społecznych. Różnice są szczególnie widoczne wśród dojrzałych i ukształtowanych kulturowo grup społecznych, w których nowości zazwyczaj uznawane są przez młode i średnie pokolenia, z trudem tolerowane przez pokolenia starsze. Nowe postawy kulturowe szczególnie łatwo akceptują grupy dopiero odnajdujące swoje miejsce w systemie społecznym. Do nich zaliczyć można młode pokolenia odrzucające tradycyjne sposoby postrzegania porządku świata, naśladujące i przyjmujące normy kulturowe innych grup, tolerujące odmienność i akceptujące postawy nieakceptowane przez pokolenia konserwatywne. Badania M. Mead (1978) posłużyły autorowi do stworzenia koncepcji turystycznego dystansu międzypokoleniowego, m.in. w odniesieniu do atrakcyjności turystycznej, wychowawczych funkcji turystyki i przemian za-

chodzących w rozumieniu indywidualnej przestrzeni turystycznej oraz turystyki kwalifikowanej (aktywnej).

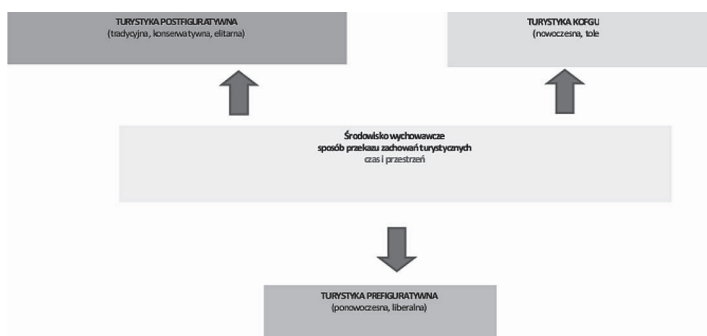
Turystyczny dystans międzypokoleniowy

Ze względu na różnorodność środowisk, w których przebiega socjalizacja młodego pokolenia, oraz sposobów, w jakich dokonuje się przekaz kultury między pokoleniami, M. Mead (1978) wyodrębniła trzy typy kultur: postfiguracywną (tradycyjną, konserwatywną), kofiguracywną (nowoczesną, tolerancyjną) i prefiguracywną (ponowoczesną, liberalną).

W życiu społecznym, również w działalności turystycznej (poznawczej i wypoczynkowej), zachodzą zmiany mające charakter ewolucyjny (stopniowe przejście z jednego porządku do drugiego) lub rewolucyjny (załamanie się dawnego ładu i zastąpienie go innym). Charakter turystyki kwalifikowanej zmienia się wraz ze zmieniającymi się turystycznymi preferencjami kolejnych pokoleń oraz łańcem prawnym normującym działalność rekreacyjną.

Rozwój technologii informatycznych i przekazu medialnego skutkuje dostępem do informacji i wiedzy o skali, która 30 lat temu była jeszcze niemożliwa. Idące w parze z rewolucją medialną przemiany kulturowe dystansują szczególnie od siebie pokolenia najstarsze i najmłodsze. Przestrzeń geograficzna jest dziś dostępna dla turysty, jak nigdy wcześniej, jednak możliwości i jakość eksploracji i penetracji tej przestrzeni uzależniona jest w dużej mierze od czynników społecznych.

Opierając się na koncepcji dystansu międzypokoleniowego M. Mead (1978), różnicującej społeczeństwo na trzy typy pokoleniowe oraz na przedstawionych wcześniej zagadnieniach związanych z turystyką, autor wyróżnia trzy etapy ewolucji turystyki: postfiguracywny, kofiguracywny i prefiguracywny (rys. 1).



Rys. 1. Determinanty turystycznego dystansu międzypokoleniowego

Źródło: opracowanie własne

Turystyka postfiguracywna – kształtująca się na podstawie odchodzącej kultury przodków – występuje przede wszystkim w społeczeństwach tradycyjnych, wąskich grupach ideologicznych, które są już po okresie intensywnej ekspansji i wchodzi w fazę schyłkową (przemijającą – „post”). Znany jest w nich jeden sposób życia, wspólny dla wszystkich, pokolenie dzieci kształtowane jest w procesie

socjalizacji na wzór i podobieństwo rodziców, czego skutkiem jest bezwzględne uznanie obowiązujących norm społecznych. Zmiany zachodzą z tego powodu wolno lub wcale. Jest to wyizolowany twór kulturowy, w którym pamięć o przeszłości przechowywana jest w pamięci członków rodziny. Charakterystyczna jest domena zwyczaju i tradycji, kultu starszyny łączącej generacje. Dzięki tradycji przenoszone są wzorce ról społecznych.

W kulturze postfiguratywnej mamy tradycyjny pogląd na turystykę kwalifikowaną. Młoda generacja turystów kształtowana jest na wzór utartego modelu turystyki, którą można określić turystyką tradycyjną. Z braku konkurencyjnych wzorów zachowań turystycznych, w warunkach pewnej izolacji środowiska wychowawczego, młodzież z reguły naśladuje swoich mentorów – rodziców, nauczycieli, przewodników. Turystykę postfiguratywną (przemijającą) charakteryzują tradycyjne, w swej formie i motywie, formy turystyki kwalifikowanej, oparte o nabyte określone „kwalifikacje” lub uprawnienia.

Turystyka kofiguratywna – kształtująca się w kulturze rówieśników – występuje m.in. w społeczeństwach przemysłowych, gdzie młoda i średnia generacja współpracuje na zasadach równorzędnych partnerów. Młode pokolenie jest mobilne, zmienia miejsce zamieszkania, nabywając nowe nawyki. Wśród grupy rówieśników wpływ na zachowania społeczne ma kultura masowa. We wszystkich kulturach kofiguratywnych starsi, traktowani jako rówieśnicy, nadal odgrywają podstawową rolę, określając formy i granice, w których może wystąpić kofiguracja w zachowaniu młodych ludzi, przyjmujących typowe dla swojej generacji normy jako naturalne. Kofiguracja powstaje w wyniku rozpadu systemu postfiguratywnego na skutek pojawienia się rewolucyjnych bodźców. Przodkowie nie są w stanie dostarczyć młodemu pokoleniu wzorców zachowań odpowiednich dla ich wieku, dlatego występując w roli rówieśników muszą odkryć nowe style postępowania i przekazywać je jako wzór.

W kulturze kofiguratywnej rodzi się różny od tradycyjnego pogląd na turystykę kwalifikowaną, który podlega modyfikacjom uzależnionym od charakteru zainteresowania i potrzeb turystycznych. Turystyka kofiguratywna polega na współistnieniu zachowań turystycznych młodej, średniej i starszej generacji. Warunkiem współistnienia jest stosunkowo duża tolerancja wobec postaw i zachowań generacji młodych turystów. Jest to sytuacja, w której turyści przyjmują jako normę fakt, iż każda generacja różni się od poprzedniej potrzebami, motywami i zainteresowaniami.

Turystyka prefiguratywna – jest nowoczesną turystyką młodych pokoleń w rodzącej się kulturze „zagadkowych potomków”, będących na etapie kształtowania się, przed intensywną ekspansją. Starsze i średnie pokolenia zmuszane są do uznania niezależności młodzieży, ucząc się od niej nowych postaw i zachowań, narzuconych przez zmieniający się rytm życia społecznego. Skutkiem tego jest rozłam międzypokoleniowy, w wyniku którego następuje odwrócenie socjalizacji, ponieważ to młode pokolenie staje się nauczycielem pokoleń starszych. Tradycja i doświadczenie zdobywane przez całe życie może być przeszkodą w adaptacji do szybko zmieniających się warunków życia. Młode pokolenie odrzuca wiedzę i doświadczenie swoich rodziców czy dziadków. Nabyte

w przeszłości postawy i doświadczenia turystyczne przestają być powodem do dumy, wręcz stają się przeszkodą w teraźniejszym doświadczeniu podróźniczym. Turysta prefiguratywny to nieprzewidywalny turysta ponowoczesny, postindustrialny.

Opierając się na podanych typach turystyki można w aspekcie historycznym określić zmiany zachodzące w turystyce kwalifikowanej (aktywnej).

Turystyka postfiguratywna jest turystyką tradycyjną i elitarną. Jeżeli przyjmujemy kryterium czasowe, to można nią określić turystykę XIX i początku XX stulecia. Turystyka postfiguratywna nie jest, podobnie jak pozostałe wyróżnione przez autora etapy turystyki, rozróżniana wyłącznie za pomocą kryterium czasu. Figuratywność jest względna, co oznacza, że może być rozpatrywana zarówno historycznie, jak i przestrzennie. Charakterystyczna dla turystyki postfiguratywnej jest eksploracja, odkrywanie przestrzeni geograficznej (przestrzeń eksploracji), ale rozumiane przede wszystkim w aspekcie indywidualnej i mentalnej przestrzeni turystycznej. W tym aspekcie można mówić o „turystyce kwalifikowanej”.

Turystyka kofiguratywna jest turystyką nowoczesną, XX-wieczną, masową i popularną. Turysta poszukuje nowych doznań i doświadczeń, korzystając z przygotowanego produktu turystycznego. Podróże mają raczej charakter masowej penetracji. W centrum zainteresowania jest popkulturowy charakter turystyki. Istotna jest aktywność, która jest modna – „turystyka aktywna”.

Turystyka prefiguratywna, która rozpatrywana w kategoriach czasu jest turystyką przełomu wieków XX i XXI, a w kategoriach socjologicznych będzie turystyką ponowoczesną, o wyraźnym zabarwieniu konsumpcyjnym i postmodernistycznym, jest turystyką negowaną przez turystów postfiguratywnych i kofiguratywnych. Turysta prefiguratywny, który odwraca się od tradycji, poszukuje nieznanych dotąd doznań (rozwój turystyki ekstremalnej, niebezpiecznej). Jest to turysta zarówno penetrujący przestrzeń geograficzną, jak i reeksplorujący, indywidualnie odkrywający na nowo walory już poznane i masowo penetrowane, lub odkrywający nowe, wcześniej nieturystyczne przestrzenie. Przestrzeń, w której realizowana jest działalność turystyczna jest wielokrotnie przestrzenią niebezpieczną, odmienną od dotychczas eksplorowanych lub penetrowanych, można w tym przypadku mówić o „turystyce alternatywnej” lub „turystyce ekstremalnej”.

Pokoleniowe różnice w organizacji przestrzeni turystycznej

Przestrzeń turystyczna, w której jest realizowana turystyka aktywna to przestrzeń delimitowana geograficznie, w której rejestrowany jest ruch turystyczny (niezależnie od jego wielkości i charakteru). Przestrzeń ta posiada cechy indywidualnej (osobistej) przestrzeni turystycznej i obszaru turystycznego. W zależności od etapu rozwoju, zmiany w przestrzeni turystycznej zachodzące pod wpływem dyfuzji i synkretyzmu kultur kształtują nowe postawy i potrzeby turystyczne. W zależności od cech i charakteru uczestnika ruchu turystycznego możemy wyróżnić trzy typy przestrzeni turystyki aktywnej:

Typ I to **postfiguratywna przestrzeń turystyki kwalifikowanej** – przestrzeń turystyczna kształtowana przez mijające społeczeństwa tradycyjne. Sposób organizacji i percepcji zasobów turystycznych jest wspólny dla wszystkich, występuje bezwzględne uznanie tradycyjnego porządku przestrzeni turystycznej. Przestrzeń turystyczna kształtowana jest na wzór utartego, tradycyjnego modelu przestrzeni turystycznej, jak np. rozumienie szlaku turystycznego jako liniowego i ciągłego. Z braku konkurencyjnych wzorów zachowań turystycznych w warunkach pewnej izolacji środowiskowej organizatorzy i zarządzający atrakcjami turystycznymi z reguły powielają sprawdzone schematy organizacji przestrzeni turystycznej. Jest to przestrzeń generująca tradycyjne podróże turystyczne, często wartościowane etnocentrycznie.

Typ II to **kofiguratywna przestrzeń turystyki aktywnej** – przestrzeń turystyczna kształtowana w społeczeństwach krajów rozwiniętych (przemysłowych), gdzie młoda i starsza generacja organizatorów i konsumentów przestrzeni turystycznej współpracuje na zasadach równorzędnych partnerów. W kofiguratywnej przestrzeni turystycznej tradycyjni kreatorzy przestrzeni turystycznych odgrywają podstawową rolę, określając formy i granice, w których organizacja przestrzeni turystycznej jest akceptowalna. Prekursorzy przestrzeni turystycznych nie są w stanie dostarczyć nowych wzorców organizacji tych przestrzeni, zgodnych ze zmieniającymi się trendami kulturowymi. Nowi organizatorzy muszą znaleźć sposoby organizacji przestrzeni turystycznej podporządkowane oczekiwaniom młodych pokoleń. Kofiguratywna przestrzeń turystyczna jest charakterystyczna przede wszystkim dla społeczeństw przemysłowych i miejskich. Jej istota polega na współlistnieniu pomysłów na aktywność turystyczną młodej i starszej generacji. Dominuje turystyczna penetracja z elementami kulturowej asymilacji (upowszechnianie i nabywanie wytworów kultury, podlegających dostosowaniu do odbiorcy) wynikająca z dyfuzji i synkretyzmu kultur.

Przykładem będą szlaki turystyczne o charakterze tematycznym, z nowoczesną infrastrukturą wspomagającą realizowanie potrzeb fizycznych w turystyce.

Typ III to **prefiguratywna przestrzeń turystyki ekstremalnej** – nowoczesnie i multikulturowo zorganizowana przestrzeń turystyczna, w której występuje asymilacja i kolonizacja kulturowa (wartości kulturowe przenikają do kultur odmiennych, zakorzeniając się w nich, efektem czego jest akceptacja relatywizmu kulturowego). Organizatorzy tradycyjnych przestrzeni turystycznych, których forma zostaje uznana za „przestarzałą” zmuszeni są do uznania niezależnych form nowych przestrzeni turystycznych, organizowanych i konsumowanych przez młode pokolenie, ucząc się od nich nowych postaw i zachowań turystycznych. Nowe przestrzenie turystyczne są jeszcze w fazie początkowego rozwoju, nie są dobrze rozpoznane i trudno w pełni ocenić skutki społeczne jakie generują.

Prefiguratywna przestrzeń turystyczna jest również przestrzenią ponowoczesną, narzuconą i kształtowaną przez masową i popularną kulturę. Przykładem są obiekty komercyjnie udostępnione turystom w celu realizacji potrzeb emocjonalnych, związanych z łamaniem określonych granic, np. sprawnościowych.

Rozwój turystyki prefiguratywnej jest często konsekwencją rozpadu rodziny, globalizacji i rewolucji naukowej. Ludzie będący nośnikami różnych tradycji

kulturowych spotykają się w jednoczącej wszystkich terażniejszości. W ten sposób starsze pokolenie jest swego rodzaju emigrantem, który zmuszony jest do dostosowania się do nieznanych warunków życia nowej ery. Dojrzałe pokolenie decyduje o tym, co jest atrakcją turystyczną, jakie produkty turystyczne tworzyć, co może wzbudzać bunt w liberalnym i wolnym pokoleniu młodych, negującym sztywne ramy podróży turystycznych i narzucanych schematów turystyki. Tak rodzi się fascynacja tym, co jest zakazane lub w ocenie starszego pokolenia nieakceptowalne lub niewykonalne. Tym samym zmianom podlega definicja atrakcyjności. To już nie jest bezpieczeństwo, wygoda, sprawdzony schemat, moda. To jest to, co nieznanne, niebezpieczne, negowane – inne. Młode pokolenie „turystów-buntowników” zachowuje się jak pierwsze pokolenie, które urodziło się w nowej rzeczywistości. Dostęp do informacji, znajomość języków, nonkonformizm dostarcza bodźców do odbywania podróży do miejsc uznanych za nieturystyczne. Według młodego pokolenia turystów, definiowanie i rozróżnianie przedmiotów zainteresowania poznawczego w turystyce to anachronizm, a znajomość geografii turystycznej nie jest warunkiem odbywania świadomych podróży. Forma realizowania potrzeby aktywności fizycznej jest w tym przypadku istotna, a nie podłoże ideologiczne. Nie są konieczne kwalifikacje do uprawiania turystyki aktywnej, a realizacja wspomnianych potrzeb odbywa się poprzez formy kontrowersyjne w ocenie pokolenia post-i kofiguratywnego.

Podsumowanie

Pielęgnowanie tradycji w turystyce kwalifikowanej jest charakterystyczne dla pokoleń dojrzałych i konserwatywnych. Niestety młode pokolenia, otwarte na nowości, niekoniecznie podzielać muszą zdanie swych starszych mentorów. Z tej perspektywy nowe formy uprawiania turystyki aktywnej budzić mogą zastrzeżenia, a wręcz bunt pokoleń postfiguratywnych. Oznacza to, że turystyka może dzielić pokolenia ze względu na formę uprawiania turystyki. Czy turystyka motorowa w postaci „off-roadowych” rajdów samochodów terenowych czy quadów jest uznaną formą turystyki kwalifikowanej? Czy rajd pieszy z plecakiem, i noclegiem pod namiotem, bez komfortu suchego i ciepłego pokoju z telewizorem jest współcześnie atrakcyjną formą dla części młodego pokolenia?

Podane przykłady mają na celu zwrócenie uwagi na aspekt zmian społecznych, jakie następują, a tym samym konieczność zrozumienia potrzeb turystów prefiguratywnych, tego aspektu ekstremalności, który był również odkrywany przez pokolenie postfiguratywne, ale w innej rzeczywistości, skali i wymiarze. Należy postawić pytanie, co zrobić, jaką ofertę powinny wyśtosować odpowiednie organizacje i instytucje moderujące turystykę aktywną, aby tego rodzaju aktywność w terenie łączyła a nie dzieliła pokolenia. Z pewnością turystyka łączy w aspekcie aktywizacji do działania, niezależnie od pomysłu na jej organizację. Współczesny przykład nordic walking pokazuje, jak nowoczesny sposób wykorzystania kijka narciarskiego może zaktywizować seniorów do aktywnego wypoczynku.

Bibliografia

Mead M., 1978, *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*, PWN, Warszawa, ss. 147.

Michał Żemła

Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa
w Katowicach

Beata Żemła

Zespół Katolickich
Szkół Ogólnokształcących
w Katowicach

WSPIERANIE RODZINNEJ PIESZEJ TURYSTYKI GÓRSKIEJ W POLITYCE CENOWEJ SCHRO- NISK GÓRSKICH I KOLEI LINOWYCH

Wstęp

Piesza turystyka górska, zwłaszcza uprawiana w stosunkowo niewysokich, niewymagających technicznie i bezpiecznych pasmach górskich, stanowi jedną z najbardziej pożądanых form turystyki uprawianych w gronie rodzinnym. Wynika to zarówno z walorów zdrowotnych, jak i wychowawczych tej formy turystyki. Uprawianiu turystyki pieszej w górach, także w gronie rodzinnym, sprzyjają rozmaite usługi, a zwłaszcza usługi świadczone przez schroniska górskie oraz koleje linowe. Warto zatem spojrzeć na ofertę tych obiektów przez pryzmat jej atrakcyjności dla rodzin z dziećmi. W sposób szczególny należy przyrzeć się stosowanym w cennikach zniżkom zachęcającym rodziny z dziećmi do korzystania z ich usług. W niniejszym artykule dokonana została analiza cenników opublikowanych w Internecie przez schroniska górskie oraz koleje linowe w jednych z najatrakcyjniejszych turystycznie górach Polski: Karkonoszach w Sudetach oraz Beskidzie Śląskim w Karpatach. Celowo w Karpatach pominięto Tatry jako góry trudniejsze i bardziej niebezpieczne, przez co mniej przyjazne turystyce rodzinnej niż bardzo dobrze zagospodarowane i stosunkowo bezpieczne góry Beskidu Śląskiego. Oceniając przyjazność polityki cenowej poszczególnych obiektów grupom rodzinnym trzeba pamiętać, że zdecydowana większość schronisk na analizowanym obszarze to obiekty będące własnością Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego (PTTK), a więc w pewnym stopniu zobowiązane także do wdrażania misji społecznej Towarzystwa, natomiast wszystkie koleje

linowe, także te należące do poszczególnych miast (np. Karpacz, Bielsko-Biała, Ustroń), pełnią funkcję obiektów czysto komercyjnych, a ewentualne promowanie cenowe grup rodzinnych wynika w ich przypadku jedynie z ekonomicznej kalkulacji.

Funkcje pieszej turystyki górskiej uprawianej w gronie rodzinnym

Najciekawsze i najbardziej atrakcyjne tereny dla turystyki pieszej to przede wszystkim obszary górskie, ponieważ piesze wędrówki po górach pozwalają na poznawanie interesujących i zróżnicowanych krajobrazów, dostarczających wiele niezapomnianych wrażeń. W czasie takich wędrówek można również poznać przyrodę – faunę i florę oraz zobaczyć też wiele różnych gatunków zwierząt górskich, co dodaje atrakcyjności i popularności takiej formie turystyki (Pyatkov, Biliński, Bilousova 2001, s. 12). Podczas pieszych wędrówek po górach realizowanych jest wiele funkcji typowych dla wielu form turystyki, szczególnie należy wymienić funkcję wychowawczą i edukacyjną.

Turystyka w każdej formie tworzy bezpośredni kontakt człowieka z nowym środowiskiem społecznym. Podstawowym celem wychowawczym turystyki jest kształtowanie osobowości człowieka i przygotowanie go do życia w społeczeństwie. Turystyka rozszerza wiedzę turysty o kraju i o świecie. Oprócz wiedzy przez turystykę powinno się również zdobywać umiejętności potrzebne do celowego spożytkowania tej wiedzy (Przeclawski 1974, s. 56). Turystyka daje możliwość poznania różnych elementów środowiska na drodze bezpośredniej obserwacji, doświadczenia i samokształcenia.

Według W.W. Gaworeckiego (2010) szczególną funkcję wychowawczą pełnią dwa rodzaje turystyki – kwalifikowana i krajoznawcza.¹ Te formy turystyki wyrabiają między innymi takie cechy osobowości jak: zaradność, samodzielność, silną wolę, przedsiębiorczość, wytrwałość, umiejętność pokonywania trudności i przeciwności, solidarność grupową, gospodarność, dyscyplinę, samodyscyplinę i kontrolę. W przypadku turystyki kwalifikowanej funkcja wychowawcza powiązana jest dodatkowo z aspektami wychowania fizycznego, co wynika z samego charakteru tej formy turystyki opartego na wysiłku fizycznym. Aktywność rekreacyjna w czasie wolnym może stanowić wartościowy środek rozwoju, ponieważ pomaga zachować równowagę między spontanicznością a samokontrolą, zaspokaja potrzeby deprivowane w codziennym życiu. Niejednokrotnie pomaga dostrzec nowe obszary funkcjonowania, a także daje możliwość odreagowania i wyzbycia się napięć (Kwilecka 2006, s. 63–65).

Naturalne jest to, że funkcje kształceniowe i wychowawcze turystyki kwalifikowanej powinny być wiązane przede wszystkim z osobami młodymi, które stanowią najbardziej podatny materiał kształcenia i wychowania oraz które tego kształcenia i wychowania potrzebują najbardziej. Stwierdzono, że w procesie wychowania dzieci przez turystykę mogą być realizowane następujące cele:

¹ Szerzej funkcje, w tym wychowawcze i edukacyjne turystyki kwalifikowanej opisane zostały m.in. w pozycjach: J. Merski J. (2002), T. Łobożewicz, R. Kogut, R. Szmytke (1997).

wychowania fizycznego, zdrowotnego, politechnicznego, estetycznego, moralno-społecznego, resocjalizującego. Wyróżnia się następujący zbiór postaw, które wpoić należy w procesie wychowania poprzez krajoznawstwo i turystykę (Denek 2002, s. 5):

- postawy ideowe,
- postawy społeczne,
- postawy interpersonalne,
- postawy intrapersonalne.

T. Tyblewski zaleca rozwijać poprzez turystykę dodatkowo postawy pronaturowe (szacunek do życia, odpowiedzialność za środowisko naturalne, harmonijny kontakt z naturą) oraz prokulturowe (zainteresowania kulturą, umiłowanie piękna) (Bieńczyk, Łobożewicz 2001, s. 63–64). J. Wojtyczka (2000, s. 7–9) wskazuje, że turystyka i krajoznawstwo spełniają funkcje wychowawcze i edukacyjne poprzez:

- poznawanie kraju, środowiska przyrodniczego, tradycji, kultury i historii, języka innych państw,
- rozbudowywanie wiedzy z różnych dziedzin życia społecznego, gospodarczego i kulturalnego,
- wspomaganie rodziny i szkoły w procesie wychowania,
- upowszechnianie wśród młodzieży zasad ochrony środowiska przyrodniczego oraz racjonalnego korzystania z zasobów przyrody,
- podnoszenie kondycji fizycznej i psychicznej,
- poprawienie stanu zdrowia młodzieży z terenów zagrożonych ekologicznie,
- rozpowszechnianie form zdrowego wypoczynku,
- przeciwdziałanie patologii społecznej.²

Wychowawcza funkcja turystyki znakomicie realizowana jest w czasie wyjazdów rodzinnych. Rodzina jest bowiem tym wyjątkowym ogniwem w całym procesie wychowania, w którym młody człowiek czując się bezpiecznie i wiedząc, że jest kochany nabywa najwięcej różnego typu doświadczeń. Rodzina jest tym składnikiem środowiska wychowawczego, który oddziałuje na jednostkę najdłużej. Rodzina jest elementarną komórką życia w społeczeństwie i jako taka wpływa bardzo silnie na przebieg procesów wychowawczych i na psychikę dziecka (Alejziak 2008, s. 56). Ponadto wyjazdy rodzinne wpływają bardzo korzystnie na integrację rodziny. Coraz większe tempo życia powoduje, że tradycyjne wartości tracą na znaczeniu. Dlatego też trudno przecenić rolę i znaczenie turystyki rodzinnej, która w prostej linii prowadzi do zacieśnienia więzi, a czasami odbudowywania utraconych kontaktów. Potrzeby miłości, zrozumienia, przebywania razem zostają spełnione podczas czasu wolnego i zajęć rekreacyjnych podejmowanych wspólnie, np. wycieczek, spacerów, zabaw, wyjazdów, a także podczas wykonywania zwykłych czynności dnia codziennego. Wyjazdy wycieczkowe,

² Szeroki opis funkcji wychowawczej (a także dysfunkcji) turystyki dzieci i młodzieży dokonany został także w publikacjach: B. Alejziak (2008) i L. Turos (2003).

wędrówki i wspólne pobyty w atmosferze niecodziennosci, odprężenia i przegrody mogą naprawić osłabione często więzi rodzinne. Bliski wzajemny kontakt członków rodziny, realizacji wspólnych planów sprzyja tworzeniu się silnych więzi rodzinnych. Wartości rekreacji i turystyki w rodzinie pozwalają dzieciom na lepsze poznanie swoich rodziców, opiekunów podczas podejmowania aktywności turystycznej i rekreacyjnej, są impulsem do podejmowania wspólnych działań planowania spędzenia wolnego czasu, wyjazdów weekendowych, sposobów spędzania wakacji, a także rozwijają zdolności organizacyjne jednostek. Dziecko podczas takich wyjazdów obserwuje i nabywa wzory oraz modele spędzania czasu wolnego, które mogą zostać powielone przez nie w przyszłości (Łobożewicz, Wolańska 1994, s. 7–10). Rolą rodziców jest także przygotowanie dzieci do rekreacji ruchowej, także poprzez pozytywny przykład (Drzyzga 2008, s. 280). Zatem przyzwyczajenie do aktywnego spędzania czasu wolnego powinno zostać wyniesione przez młodego człowieka z domu (Siviński, Tauber 2004, s. 8).

Z drugiej strony możliwości fizyczne, motoryczne i psychiczne dzieci wykluczają uprawianie niektórych dyscyplin turystyki kwalifikowanej, a innych wyraźnie ograniczają możliwości. W przypadku dzieci najbardziej pożądana wydaje się najprostsza forma turystyki kwalifikowanej – turystyka piesza, a zwłaszcza jej najbardziej atrakcyjna odmiana, czyli turystyka górską.

Powyższe rozważania pokazują jednoznacznie, że piesza turystyka górską uprawiana w gronie rodzinnym jest formą turystyki ze wszelkich miar pożądaną, a jej uprawianie powinno być wspierane przez politykę państwa i działania organizacji społecznych takich jak PTTK, czy PTSM (Wilkowska, red. 2003).

Sprzyjanie turystyce rodzinnej przez obiekty turystyki górskiej

Zważywszy na wskazane powyżej znaczenie turystyki rodzinnej badania przeprowadzone na potrzeby niniejszego opracowania miały na celu ocenę, w jakim stopniu gestorzy bazy noclegowej na szlakach górskich oraz kolei linowych skłonni są do zachęcania rodzin z dziećmi do korzystania z ich usług poprzez specjalne zniżki w cenniku. Analizie zostały poddane strony internetowe (stan z czerwca 2014 r.) wszystkich obiektów zlokalizowanych w dwóch pasmach górskich o szczególnej atrakcyjności dla turystyki rodzinnej – w Karkonoszach i Beskidzie Śląskim. Taki wybór pozwolił na uwzględnienie po jednym paśmie górskim z terenu Sudetów i Karpat. Ponadto wybrane zostały zarówno obszary o wybitnych walorach naturalnych dla turystyki pieszej, jak i o wyjątkowo intensywnym zagospodarowaniu turystycznym (sieć szlaków, schroniska górskie, koleje linowe, baza noclegowa i gastronomiczna oraz atrakcje turystyczne w miejscowościach w dolinach), będące jednocześnie górami o umiarkowanym poziomie trudności, co czyni z nich znakomity obszar do uprawiania turystyki rodzinnej. Wyniki przeprowadzonej analizy zaprezentowane zostały w tab. 1.

Tabela 1. Zniżki dla dzieci i rodzin w schroniskach górskich i kolejach linowych Beskidu Śląskiego i Karkonoszy

Schroniska górskie i kolejki linowe	Zniżki dla	
	dzieci	rodzin
Hala Szrenicka	brak	brak
Szrenica	brak	brak
Pod Łąbskim Szczytem	brak	brak
Odrodzenie	do 12 lat – 50%	brak
Strzecha Akademicka	brak	brak
Samotnia	łóżeczko dla dzieci 15 zł	brak
Dom Śląski	brak	brak
Soszów	30% na wyżywienie	brak
Stożek	brak	brak
Błatnia	brak	brak
Klimczok	do 10 lat – 50%	brak
Szyndzielnia	do 10 lat – 50%	brak
Chata Wujka Toma	brak	brak
Skrzyczne	brak	brak
Ski arena	do 14l cm – 30%	brak
Kopa	na legitymację szkolną 25%	brak
Soszów	brak	brak
Stożek	na legitymację szkolną – 30%	brak
Szyndzielnia	na legitymację szkolną – 35%	Dla uczestników programu „Rodzina +” – 30%
Skrzyczne	brak	brak
Cieńków	na legitymację szkolną – 20%	brak
Nowa Osada	brak	brak
Winterpol Karpacz	do 18 lat – 20%	brak
Czantoria	–20%	brak
Poniwiec	na legitymację szkolną – 25%	brak

Źródło: opracowanie własne.

Charakterystyczna jest przede wszystkim bardzo mała liczba obiektów, w których rodziny z dziećmi mogą liczyć na jakiegokolwiek zniżki. Jeśli są, to zdecydowanie częściej zniżki dla dzieci, niezależnie od rodzaju grupy wiekowej,

w której dane dziecko jest. Natomiast зниżki przeznaczone specjalnie dla rodzin praktycznie nie występują, a wyjątek stanowi kolej linowa na Szyndzielnię w Beskidzie Śląskim. Jednak зниżka proponowana przez kolej będącą własnością miasta Bielsko-Biała ma charakter mocno ograniczony, wyłącznie lokalny, i oferowana jest mieszkańcom Bielska-Białej, posiadaczom karty Rodzina+, a więc programu dla rodzin wielodzietnych.

Co ciekawe, te same koleje linowe w sezonie zimowym funkcjonujące w ramach ośrodków sportów zimowych znacznie chętniej udzielają rodzinom niżek skonstruowanych według zasady: na każdego pełnopłatnego rodzica przypada jeden karnet niżkowy (lub wręcz darmowy) dla dziecka. Wprawdzie ta praktyka znacznie powszechniejsza jest w krajach alpejskich, a zwłaszcza w Austrii, jednak krajowi gestorzy ośrodków narciarskich coraz częściej próbują zachęcić rodziny do korzystania ze swoich stoków. Ma to w przypadku wielu polskich ośrodków narciarskich głębokie uzasadnienie, gdyż spora część z nich oferuje jedynie trasy o niewielkim lub umiarkowanym stopniu trudności, co czyni z nich ośrodki dobrze dostosowane do potrzeb właśnie rodzin z dziećmi.

Znacznie więcej obiektów z terenu Beskidu Śląskiego i Karkonoszy zdecydowało się udzielać niżki dzieciom, niezależnie od grupy wiekowej. Niemniej podkreślić trzeba, że jedynie jedno schronisko w Karkonoszach oraz dwa w Beskidzie Śląskim wprowadziły do cennika niżki dla dzieci. W pozostałych obiektach, niezależnie od wieku osoby korzystającej z łóżka, opłata naliczana jest na podstawie liczby zajętych przez daną grupę łóżek oraz standardu pokoju. Dodatkowo w jednym schronisku zaproponowane zostały niżki dla dzieci na usługi gastronomiczne.

Większość kolei linowych na omawianym obszarze uwzględniło natomiast w cenniku niżki z reguły wynoszące około 30% dla dzieci. Najczęściej udzielane są one na podstawie legitymacji szkolnej, ale czasami na podstawie wieku lub wzrostu.

Dyskusja i wnioski

Rodzice w życiu codziennym mają okazję przyzwyczać się do tego, że korzystając z dziećmi z tych samych produktów lub usług mogą liczyć na to, że ich pociechy zapłacą cenę obniżoną. Podobnie dzieje się podczas wyjazdów turystycznych. Większość obiektów noclegowych proponuje specjalne ceny dla dzieci. Stąd też brak niżek dla dzieci w schroniskach górskich często bywa traktowany jako przykra niespodzianka i czynnik zniechęcający do uprawiania pieszej turystyki górskiej w gronie rodzinnym. W grę wchodzi także czynnik finansowy, zwłaszcza w przypadku rodzin z większą liczbą dzieci różnica w cenie płaconej za nocleg w schronisku i w obiekcie w dolinie staje się ważnym elementem podejmowania decyzji dotyczących wyboru formy aktywności turystycznej całej rodziny w czasie wolnym. Niektóre obiekty w swoich cennikach zaznaczają, że skłonne są do udzielania niżek dzieciom, ale nie tyle przybywającym wraz z rodzicami, ile przede wszystkim wycieczkom szkolnym. Zjawisko to jest powiązane także z analogicznym podejściem obserwowanym w literaturze przed-

miotu, która w odniesieniu do funkcji wychowawczej i edukacyjnej turystyki, a zwłaszcza turystyki kwalifikowanej, znacznie częściej te funkcje omawia w kontekście turystyki szkolnej niż rodzinnej. W przypadku gestorów schronisk zainteresowanie grupami szkolnymi wynika prawdopodobnie z ich skali, masowego charakteru. Niemniej schroniska podkreślające na swych stronach internetowych otwartość (także w sferze ceny) na grupy szkolne z reguły także dbają o przygotowanie stosownej infrastruktury wokół i wewnątrz obiektu: plac zabaw, boisko, świetlica wyposażona w stół do ping-ponga, piłkarzyki i inne gry. W tym sensie obiekty te stają się również atrakcyjne dla turystyki rodzinnej. Również obiekty proponujące zniżki dla dzieci, niezależnie od grupy wiekowej, mogą pochwalić się stosunkowo wieloma atrakcjami dla najmłodszych, co potwierdza, że ich gestorzy świadomie realizują politykę przyciągania tego segmentu turystów.

Ciekawy i trudny do jednoznacznego wyjaśnienia jest fakt, że zniżki dla dzieci udzielane są znacznie częściej w komercyjnych kolejach linowych niż w pewnym sensie misyjnych schroniskach górskich (zwłaszcza będących własnością PTTK). Z pewnością rodziny z dziećmi częściej są klientami kolei linowych niż gośćmi schronisk górskich, więc może także gestorzy kolei w tym segmencie dostrzegają większy potencjał. Może też działać presja konkurencji. W sytuacji, gdy większość podobnych obiektów oferuje zniżki dla dzieci, także kolejni gestorzy dołączają do tego grona. Inaczej jest w przypadku gospodarzy schronisk. Brak takich zniżek w innych obiektach może ich utwierdzać w przekonaniu, że nie są one potrzebne.

Poza „twardą” logiką rynku na kwestię przyciągania rodzin z dziećmi na górskie szlaki poprzez system zachęt finansowych warto spojrzeć także przez pryzmat opisanych wcześniej funkcji wychowawczych i edukacyjnych spełnianych przez rodzinne wędrowanie po górach. Być może warto rozważyć wprowadzenie przez PTTK rozwiązań systemowych wspierających wędrowniki rodzinne po górach. Mogą to być zachęty o charakterze finansowym, lecz także innym. Ich wybór musi być poprzedzony szczegółowymi badaniami o szerszym charakterze.

Bibliografia

- Alejsiak B. (2008), *Samowychowanie a turystyka*, Albis, Kraków.
- Bieńczyk G., Łobożewicz T., 2001, *Podstawy turystyki*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa.
- Denek K., 2002, *Krajoznawstwo i turystyka w procesie kształcenia*, „Wychowanie Fizyczne i Zdrowotne”, nr 2.
- Drzyzga E., 2008, „Turystyka i sport w wychowaniu młodzieży, [w:] W.W. Gaworecki, Z. Mroczyński (red.), *Turystyka i sport dla wszystkich w promocji zdrowego stylu życia*, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, Gdańsk.
- Gaworecki W.W., 2010, *Turystyka*, PWE, Warszawa.
- Kwilecka M., 2006, *Bezpośrednie funkcje rekreacji*, Almamer, Warszawa.
- Łobożewicz T., Kogut R., Szmytka R., 1997, *Turystyka kwalifikowana*, Warszawa.

- Łobożewicz T., Wolańska T., 1994, *Rekreacja i turystyka w rodzinie*, Biblioteka PTNKF, Warszawa.
- Merski J., 2002, *Turystyka kwalifikowana*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa.
- Pyatkov V., Biliński J., Bilousova I., 2001, *Zdrowotne aspekty ćwiczeń fizycznych w turystyce i rekreacji*, „Спортивна наука України”, nr 9.
- Przećławski K., 1974, *Humanistyczne podstawy turystyki*, PWN, Warszawa.
- Siwiński W., Tauber R.D., 2004, *Rekreacja ruchowa. Zagadnienia teoretyczno-metodologiczne*, Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii, Poznań.
- Turoś L., 2003, *Turystyka i edukacja*, Ypsilon, Warszawa.
- Wilkowska A., red., 2003, *Turystyka dzieci i młodzieży. Materiały konferencyjne IV Forum Turystyki*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków.
- Wojtyczka J., 2000, *Organizacja turystyki młodzieży szkolnej*, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków.

Jadwiga Biegańska
Elżbieta Grzelak-Kostulska
Stefania Środa-Murawska

Uniwersytet Mikołaja Kopernika
Katedra Studiów Miejskich i Rozwoju Regionalnego

CZY TURYSTYKA MIEJSKA MOŻE ŁĄCZYĆ POKOLENIA?

Wstęp

Turystyka stanowi jedno z najbardziej dynamicznych i złożonych zjawisk przełomu XX i XXI w. (Kozak 2009). We współczesnym świecie turystyka uważana jest za ważną i nowoczesną sferę aktywności gospodarczej. Rozwój turystyki oddziałuje na kreowanie nowych miejsc pracy, podnoszenie jakości życia lokalnych społeczności, zwiększa konkurencyjności regionów i wreszcie dynamizuje rozwój ekonomiczny krajów (Kierunki rozwoju... 2008). Oprócz wymiernych funkcji ekonomicznych turystyka pełni również istotne funkcje społeczne. Z perspektywy miejscowości lub regionów turystycznych wskazać tutaj należy m.in. budowanie świadomości społeczności lokalnych i regionalnych, wzmacnianie kapitału społecznego, aktywizację społeczności lokalnych, kreowanie dbałości o ład przestrzenny, estetykę i środowisko przyrodnicze. Z perspektywy przyjezdnych turystyka sprzyja kształtowaniu wrażliwości i poczucia piękna, dostarcza przeżyć duchowych, umożliwia wartościowe zagospodarowanie czasu wolnego, wspiera zachowania prozdrowotne, proekologiczne i prorodzinne. Ponadto w kontekście dynamicznych przemian w strukturze wieku ludności oraz szybko postępującego starzenia się społeczeństwa, notowanych w ostatnich latach w wielu wysoko rozwiniętych krajach na świecie, w tym w Polsce (Biegańska 2013), aktywność turystyczna może spełnić jeszcze jedną ważną funkcję społeczną, a mianowicie, może przyczynić się do wzmacniania więzi międzygeneracyjnych, a co za tym idzie, tworzenia dobrych relacji sprzyjających współdziałaniu dwóch pokoleń: pokolenia młodych i pokolenia starszych w myśl idei solidaryzmu międzypokoleniowego (Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Kwiatkowski 2011, Grzelak-Kostulska, Hołowiecka 2012a, b). Ta głęboko humanistyczna idea przekłada się na odpowiedzialność społeczną za opiekę i ochronę człon-

ków społeczeństwa, cechuje ją wzajemna akceptacja, komunikacja gwarantująca poznanie swoich potrzeb, oczekiwań, a w rezultacie zrozumienie. Budowanie realnego dialogu międzypokoleniowego ma szanse powodzenia, gdy stwarza się okazje do spotkań, by przedstawiciele różnych pokoleń mogli dzielić się między sobą własnymi sposobami postrzegania świata, preferowanymi wartościami, tradycją itp. Projekty działań międzypokoleniowych mogą być realizowane w różnych modelach (Wnuk 2013): a) projekty koncentrujące się na potrzebach zaopatrzenia w posiłki, pielęgnacyjnych, pomocy w wykonywaniu prac domowych i udzielania różnej pomocy; b) projekty zajmujące się wspólnym spędzaniem czasu „tylko dla przyjemności”, z ogromnym bogactwem form; c) projekty umożliwiające wzajemną edukację, z wykorzystaniem różnych potencjałów obu stron.

Drugi i trzeci spośród wymienionych modeli wydają się świetnie wpisywać w rolę, jakie przypisuje się turystyce, zwłaszcza realizowanej w mieście, którą cechuje duży walor poznawczy. Wskazanie optymalnego miejsca do kontaktów międzygeneracyjnych wymaga jednak gruntowniejszych badań, stąd podjęty problem badawczy. Za cel opracowania przyjęto znalezienie odpowiedzi na pytanie, czy i w jakim zakresie turystyka miejska może stać się okazją do budowania więzi międzypokoleniowych? Warunkiem sine qua non w tym przypadku jest spotkanie się przedstawicieli różnych pokoleń w pewnej przestrzeni, która jest tak atrakcyjna, że nie będzie działać selektywnie tylko na wybrane kategorie wiekowe. Oczywiście powierzchowne i przelotne kontakty trudno uznać za element budujący więzi społeczne, ale brak kontaktu z góry wyklucza wchodzenie w nie. Interesujący produkt turystyczny w postaci miasta ma zatem szanse stwarzać sposobności sprzyjające np. wspólnemu spędzaniu czasu wolnego przez członków rodzin w różnym wieku (dzieci z rodzicami, wnuki z dziadkami) lub tylko dawać okazję do spotkań, które, choć rzadko, też mogą potencjalnie przerodzić się w głębsze relacje międzypokoleniowe lub, w końcu, poprzez sam kontakt oswajając ze sobą przedstawiciele różnych generacji. Istotne w tym przypadku wydaje się poznanie opinii samych turystów i ustalenie, co przyciąga ich do miasta? Które rodzaje obiektów wydają się dla nich najbardziej atrakcyjne i, co najważniejsze, gdzie przecinają się ścieżki zainteresowań turystów będących w różnym wieku? Wskazanie tych wspólnych płaszczyzn może dać odpowiedź na pytanie, jak kreować produkt turystyczny w mieście, by służył realnie zacieśnianiu kontaktów międzygeneracyjnych?

W tym kontekście należy podkreślić to, że szczególną rolę w zakresie integracji międzypokoleniowej może odgrywać turystyka na obszarach miejskich lub turystyka miejska. Miasta, zwłaszcza duże, przez wiele lat stanowiły miejsca emisji ruchu turystycznego. Obecnie jednak, głównie ze względu na nowe formy turystyki indywidualnej (ale nie tylko, czego przykładem jest turystyka biznesowa i kongresowa), miasta stają się istotnymi miejscami recepcji turystycznej oraz ważnymi produktami turystycznymi (Niemczyk 2013). Mając na uwadze istotę produktu turystycznego warto zwrócić uwagę, że miasta mogą zapewnić realizację bardzo zróżnicowanych potrzeb, w tym tak istotną potrzebę spędzenia czasu wolnego w gronie najbliższych poza miejscem zamieszkania.

W procesie zaspokojenia potrzeb turystów kluczową rolę odgrywają walory turystyczne, będące źródłem motywów podróży turystycznych. Ich niezbędnym uzupełnieniem są dobra i usługi związane z przejazdem, wyżywieniem, zakwaterowaniem itp. Dwie pierwsze kategorie składają się na tzw. produkt rzeczywisty. Komponenty takie, jak atmosfera czy klimat miasta obejmują tzw. produkt poszerzony, który umożliwia miastu wykreowanie odpowiedniego wizerunku i wyróżnienie się na rynku produktów turystycznych. Lista ta nie byłaby jednak kompletna bez uwzględnienia tzw. produktu oczekiwanego, stąd tak ważne, by trafnie rozpoznać oczekiwania nabywców oraz produktu potencjalnego, będącego nim z punktu widzenia psychologicznego, tj. otoczenia, na które składają się wrażenia i emocje, nowe doświadczenia czy kontakty towarzyskie (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2002, Niemczyk 2013). Szczególnie te ostatnie wydają się istotne w kontekście budowania więzi między pokoleniami, bowiem jak zauważa A. Niemczyk (2013), „wyjazd jest szansą rozwoju osobowego dzięki zaspokojeniu potrzeb poznawczych i nabywania nowych umiejętności w kontaktach z innymi ludźmi.”

Kilku słów wyjaśnienia we wstępnej części niniejszego opracowania wymaga termin „turystyka miejska”, odnośnie do którego toczy się szeroka dyskusja na temat tego, co należy rozumieć pod tym pojęciem. Jak pisze T. Żabińska (2013): „Poglądy w tej kwestii, zarówno w literaturze zagranicznej jak i polskiej, są zróżnicowane, od uznających turystykę miejską za odrębne zjawisko i kategorię badawczą, po utożsamianie jej ze wszystkimi formami turystyki, jakie rozwijają się we współczesnych miastach”. Na uwagę zasługuje tutaj opracowanie A. Kowalczyka (2005), który proponuje, aby posługiwać się szerszym pojęciem „turystyka na obszarach miejskich”. Turystyka na obszarach miejskich, zdaniem A. Kowalczyka, powinna obejmować: a) wszelkie formy turystyki występujące w miastach; b) formy turystyki związane z walorami i zagospodarowaniem turystycznym w miastach; c) turystykę mającą na celu odwiedzanie, poznawanie miasta rozpatrywanego jako dziedzictwo kulturowe i traktowanego jako niepodzielny element przestrzeni turystycznej. W tym ostatnim znaczeniu „turystyka na obszarach miejskich” jest równoznaczna z „turystyką miejską”. A zatem to, co odróżnia turystykę na obszarach miejskich od turystyki miejskiej, to emocjonalne nastawienie turysty, jakość i głębokość kontaktu z odwiedzanym miejscem (Żabińska 2013).

Materiały i metody

W celu wykazania, jaki wpływ na budowanie więzi międzypokoleniowych może mieć turystyka miejska przeprowadzono badania ankietowe wśród osób, które realizowały aktywność turystyczną w Toruniu. Warto tutaj dodać, że Toruń jest niewątpliwie ważnym miastem na turystycznej mapie Polski, miastem chętnie odwiedzanym przez turystów z Polski i z zagranicy. Ponadto uwzględniając fakt, że liczba udzielonych noclegów w mieście wzrasta z roku na rok, poszerza się też baza turystyczna i zwiększa liczba osób odwiedzających miasto, wydaje się, że Toruń stanowi odpowiedni poligon badawczy do poszukiwania odpowiedzi na pytanie, czy i w jakim zakresie turystyka miejska może służyć budowaniu więzi międzypokoleniowych.

W trakcie badania ankietowego, przeprowadzonego w maju i czerwcu 2014 r., posłużono się techniką PAPI (Paper and Pencil Interview). Postępując w ten sposób zebrano 520 ankiet, z których po wnikliwej analizie, do dalszego postępowania badawczego zakwalifikowano 494. Pozostałe 26 ankiet zostało wyeliminowanych ze względu na braki danych, wynikające w dużej mierze ze specyficznej sytuacji badawczej (badania przeprowadzono w trakcie realizacji aktywności turystycznej, często wśród rodzin z małymi dziećmi, które uniemożliwiały kontynuowanie ankietyzacji). Dobór próby miał charakter nieprobabilistyczny i podyktowany był w dużej mierze dostępnością próby, jednak uwzględniając wielkość próby przyjęto, że jest ona wystarczająca do ostrożnego wniosku i uogólniania uzyskanych wyników. Zebrane dane surowe zostały zakodowane i zweryfikowane w programie PASW Statistics, za pomocą którego dokonano również dalszych zestawień statystycznych.

Wśród badanej próby nieznacznie przeważały kobiety. Ich udział wynosił 56%, podczas gdy udział mężczyzn był równy 44%. Rozpiętość wieku ankietowanych wahała się od 18 do 74 lat. Rozpatrując miejsce zamieszkania stwierdzono, że 87% badanych pochodziła z miast, natomiast 13% z obszarów wiejskich. W badaniu wzięli udział turyści krajowi, reprezentujący wszystkie województwa w Polsce, z tego największy był udział turystów z województwa kujawsko-pomorskiego, którzy stanowili 44% wszystkich ankietowanych. Wśród badanych przeważały osoby z wykształceniem średnim (43%) i wyższym (41%). Z kolei biorąc pod uwagę główne źródła dochodu zauważono, że przeważały osoby będące pracownikami najemnymi (43%), w dalszej kolejności pracujące na umowę zlecenie (22%), prowadzące własną działalność gospodarczą (12%), otrzymujące rentę lub emeryturę (5%), a także będące na utrzymaniu rodziców (18%). Taka charakterystyka społeczno-ekonomiczna badanej próby w dużej mierze odzwierciedla profil społeczno-ekonomiczny turystów odwiedzających Toruń, nakreślony m.in. w Strategii rozwoju turystyki dla miasta Torunia na lata 2013–2020 (2012).

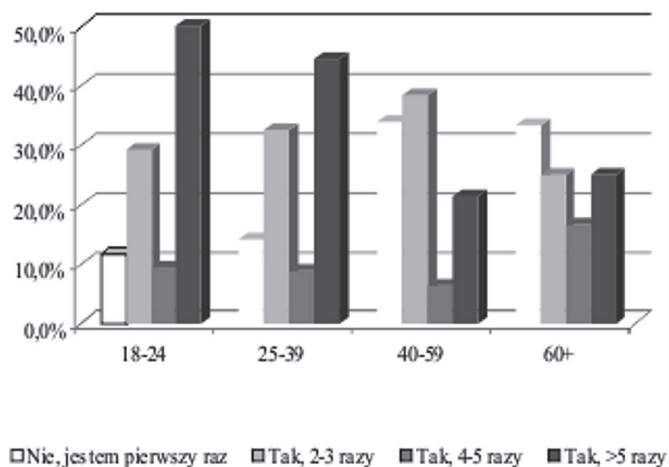
Rezultaty

Starając się znaleźć odpowiedź na pytanie, czy i w jakim zakresie turystyka miejska może służyć budowaniu więzi międzypokoleniowych, w pierwszej kolejności podzielono badaną próbę na kilka kategorii. Pierwsza z nich objęła populację w wieku od 18 do 24 lat (I), a zatem potencjalnie osoby kończące szkołę średnią lub będące na studiach, często niemające jeszcze zobowiązań rodzinnych i dysponujące względnie dużym budżetem czasu wolnego. Zakwalifikowano tutaj 39% wszystkich badanych. Drugą kategorię wyznaczył przedział wieku 25–39 lat, w którym najczęściej dochodzi do realizacji decyzji prokreacyjnych. Osoby zakwalifikowane do tej kategorii stanowiły 37% badanej próby, często też wychowywały małe dzieci, a zatem miały relatywnie najmniejszy budżet czasu wolnego spośród wszystkich wyróżnionych grup. W odróżnieniu od kategorii II w kategorii III, którą zawarto w przedziale wieku 40–59 lat, w dużej mierze przeważały osoby wychowujące starsze nastoletnie dzieci lub utrzymujące dzieci pełnoletnie i jednocześnie uczące się. Grupa ta dotyczyła 19% ankietowa-

nych. Ostatnia z wydzielonych kategorii (IV) objęła osoby w wieku 60 lat i więcej, a zatem w dużym stopniu będące już nieaktywne zawodowo, pobierające świadczenia przedemerytalne i emerytalne oraz mające względnie duży budżet czasu wolnego. Udział w analizie kategorii IV wynosił około 5%. Względnie nieduży odsetek osób włączonych do grupy IV w ogólnej liczbie badanych był jednak w dużej mierze uzasadniony, zważywszy na fakt, że aktywność turystyczna spada wraz z wiekiem (Śniadek 2007, Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Michniewicz-Ankiersztajn 2010, Bąk 2012, Hołowiecka, Grzelak-Kostulska 2013).

W dalszej kolejności prześledzono preferencje turystyczne poszczególnych grup społecznych – z jaką częstotliwością odwiedzają Toruń, jakie formy organizacji wyjazdu wybierają, jaki jest główny cel ich wyjazdu, jakimi atrakcjami turystycznymi są zainteresowane i wreszcie, dla jakich grup wieku, ich zdaniem, Toruń jest miastem godnym polecenia.

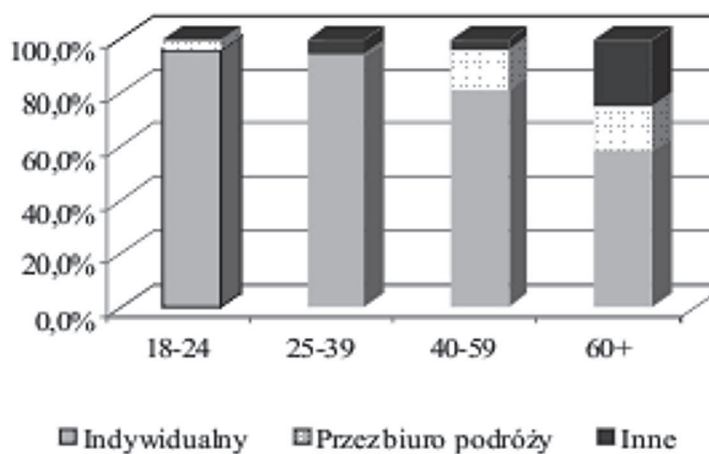
Pierwszą kwestią, o którą zapytano ankietowanych, była częstotliwość odwiedzania Torunia. Jak wynika z badań, wśród turystów odwiedzających miasto, przeważają osoby, które były już w Toruniu więcej niż pięć razy (41%), w dalszej kolejności znalazły się osoby, które były 2–3 razy (32%). Zaledwie co piąty badany odwiedził Toruń po raz pierwszy (18%), a co 10. był tu wcześniej dwa lub trzy razy (9%). Dość duże zróżnicowanie w tym zakresie obserwowane jest w poszczególnych kategoriach wieku. Tak np. udział turystów, którzy przyjechali do Torunia po raz pierwszy wzrastał wraz z wiekiem. Wśród osób mających 60 lat i więcej wynosił ponad 33%, a – dla porównania – wśród badanych w wieku 18–24 lat tylko nieco ponad 11%. Z kolei turyści odwiedzający miasto z największą częstotliwością to przeważnie osoby młode, w przedziale wieku 18–24 lat. W tej kategorii wieku więcej niż pięć razy był w Toruniu co drugi turysta, podczas gdy w wieku 60+ co czwarty turysta, a w wieku 40–59 lat co piąty.



Rys. 1. Rozkład odpowiedzi na pytanie: „Czy był/a Pan/i wcześniej w Toruniu?”

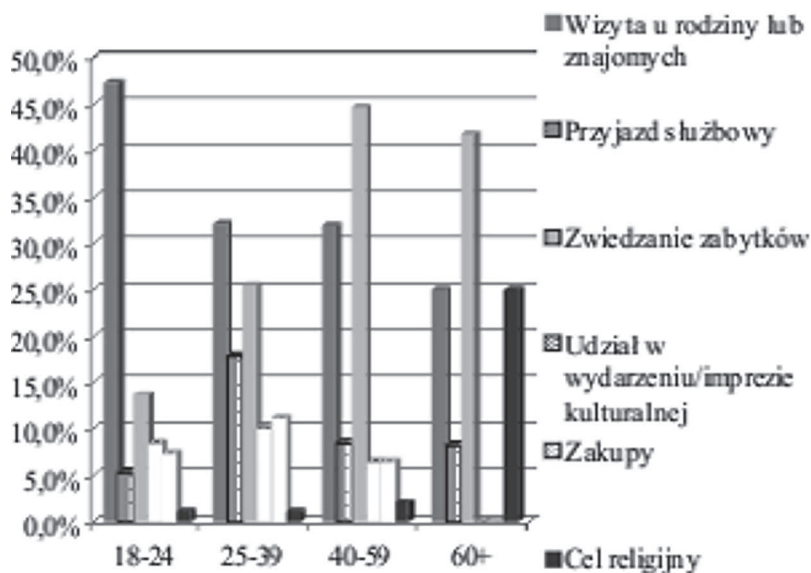
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (N = 494)

Zapytano również respondentów, w jaki sposób został zorganizowany ich przyjazd do Torunia. Jak można zobaczyć na rys. 2, wraz z wiekiem spada udział osób, które organizują wyjazd indywidualnie, a wzrasta tych, którzy skorzystali z usług biura podróży. Dla porównania, w najmłodszej wydzielonej kategorii wieku aż 96% turystów zorganizowało swój przyjazd do Torunia we własnym zakresie, a 4% przez biuro podróży; podczas gdy w najstarszej kategorii wieku niespełna 60% ankietowanych podróżowało indywidualnie, 17% korzystało z usług biura podróży, a 25% organizowało przyjazd częściowo planując wyjazd samodzielnie, a częściowo z pomocą biura podróży.



Rys. 2. Rozkład odpowiedzi na pytanie:
 „W jaki sposób został zorganizowany Pana/i wyjazd do Torunia?”
 Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (N = 494)

Oprócz częstotliwości wizyt w Toruniu oraz sposobu organizacji wyjazdu starano się także ustalić, jaki jest zasadniczy cel przyjazdu do Torunia ankietowanych. Jak obrazuje to rys. 3, osoby w wieku 18–24 przyjeżdżają do Torunia głównie w celu odwiedzenia rodziny lub znajomych (47%), znacznie rzadziej decydują się na zwiedzanie zabytków (14%), udział w imprezie kulturalnej (9%) czy zakupy (7%). Dla turystów w wieku 25–39 lat głównym celem przyjazdów do Torunia są także wizyty u rodziny lub znajomych, ale taki wariant wybierali rzadziej (32%) niż turyści w wieku 18–24 lat. Znacznie częściej o ich wizycie w Toruniu przesądzała natomiast chęć zwiedzania zabytków (26%), podróż służbowa (18%) czy udział w imprezie kulturalnej (10%). Dla osób w wieku 40–59 lat najważniejszym powodem przyjazdu do Torunia jest chęć zwiedzania zabytków (45%) oraz wizyta u rodziny lub znajomych (32%), zaś znacznie rzadziej podróż służbowa (9%), udział w imprezie kulturalnej (6%) czy zakupy (6%). Turyści w wieku 60 lat i więcej, podobnie jak w wieku 40–59 lat, nastawieni są głównie na zwiedzanie zabytków (42%), oprócz tego o ich przejeździe do Torunia decyduje chęć odwiedzenia rodziny lub znajomych (25%) lub też cel religijny (25%).



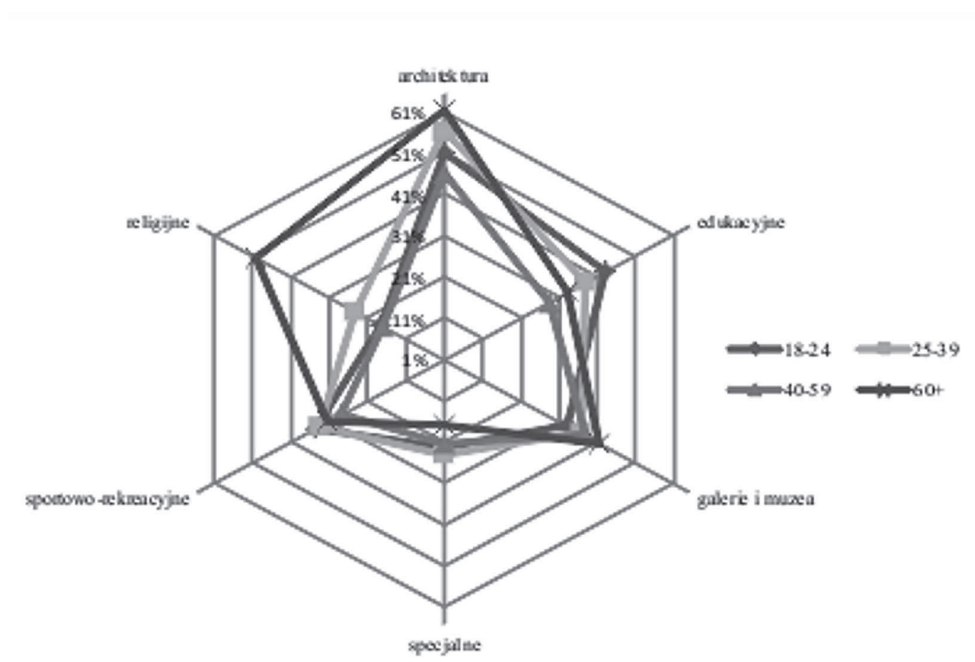
Rys. 3. Rozkład odpowiedzi na pytanie: „Jaki jest główny cel Pana/i przyjazdu do Torunia?” (najczęściej wybierane odpowiedzi).

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (N = 494)

Starając się znaleźć w przestrzeni miasta grupy obiektów, które mogą mieć znaczenie dla budowania więzi między pokoleniami skonstruowano rys. 4. Zamieszczono główne atrakcje turystyczne Torunia odwiedzane przez respondentów zagregowane do sześciu typów. Jak można zaobserwować na załączonym rys. 4, największą popularnością wśród turystów, niezależnie od wieku, cieszyły się obiekty architektury, takie jak: Rynek Staromiejski, Ratusz Staromiejski, Krzywa Wieża, mury i bramy miejskie, ruiny zamku krzyżackiego czy zamek Dębów. Warto tutaj dodać, że obiekty architektury zwiedziło w Toruniu ponad 60% osób w wieku 60 lat i więcej, ale w pozostałych grupach wieku udział ten był także wysoki i oscylował wokół 50%. Można zatem stwierdzić, że obiekty te ze względu na częstotliwość odwiedzin wszystkich grup wiekowych mają największy potencjał w zakresie integracji międzypokoleniowej. Nieco rzadziej, ale nadal z godną odnotowania częstością, turyści przyjeżdżający do Torunia zdecydowali się odwiedzić galerie i muzea, w tym: Dom Kopernika, Centrum Sztuki Współczesnej czy Muzeum Etnograficzne. Na wizytę w galeriach i muzeach zdecydowało się ponad 40% turystów w wieku 60 lat i więcej, ale także prawie 40% osób z przedziałów wiekowych 40–59 oraz 25–39. Najrzadziej w galeriach i muzeach byli obecni najmłodszy ankietowani, w wieku 18–24 lat, ale nawet w tym przypadku udział osób, które zdecydowały się wybrać do galerii lub muzeum przekraczał 33%. Domeną młodszych ankietowanych były za to obiekty edukacyjne, takie jak: Planetarium czy Ogród Zoobotaniczny. Odwiedziło je aż 43% osób w wieku 18–24 lata i 38% osób w wieku 25–39 lat. Dla porównania, na wizytę w obiektach o walorach edukacyjnych zdecydowało się 33% respondentów w wieku 60

lat i więcej oraz 29% w wieku 40–59 lat. A zatem, uwzględniając chociażby częstotliwość odwiedzin przez turystów w każdym wieku, galerie i muzea, a także obiekty edukacyjne, mają znaczny potencjał w zakresie budowania więzi między pokoleniami. Na uwagę w tym zakresie zasługują także obiekty sportowo-rekreacyjne w mieście, obejmujące m.in. bulwary nad Wisłą, Motoarenę, Osadę Leśną-Barbarkę czy Kępę Bazarową z widokiem na starówkę. Obiekty tego typu preferowane są z jednej strony przez turystów młodych, w wieku 18–24 lata (34%) i w wieku 25–39 lat (33%), z drugiej strony zaś przez turystów starszych, w wieku 40–59 lat (28%), a także 60 lat i więcej (31%).

Objaśnienia: architektura – Rynek Staromiejski, Ratusz Staromiejski, Krzywa Wieża, mury i bramy miejskie, ruiny zamku krzyżackiego, zamek Dybów; edukacyjne – Planetarium, Ogród Zoobotaniczny; galerie i muzea – Dom Kopernika, Centrum Sztuki Współczesnej, Muzeum Etnograficzne; specjalne – forty, Obserwatorium Astronomiczne k. Torunia; sportowo-rekreacyjne – bulwary nad Wisłą, Motoarena, osada Leśna-Barbarka, Kępa Bazarowa z widokiem na starówkę; religijne – katedra Świętych Janów, kościół NMP, Radio Maryja

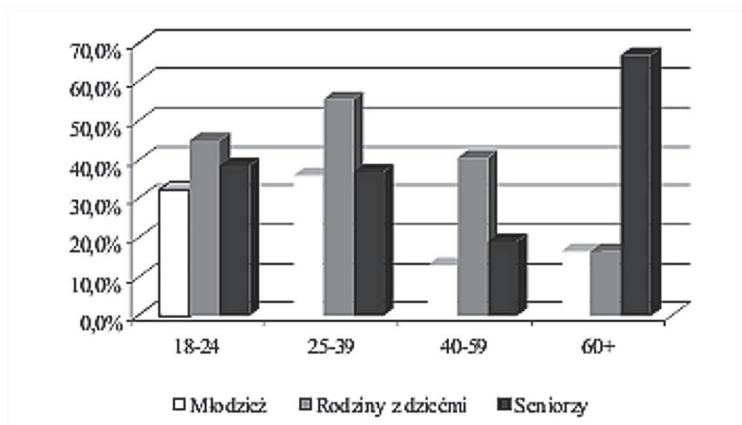


Rys. 4. Grupy obiektów turystycznych najczęściej odwiedzanych przez turystów w poszczególnych kategoriach wieku w Toruniu.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (N = 494)

Kolejną grupę obejmowały obiekty specjalne, związane z rozwijaniem zainteresowań (forty, Obserwatorium Astronomiczne k. Torunia). Jak wynika z rys. 4 obiekty te odwiedziło ponad 20% ankietowanych z przedziałów wiekowych 18–24 lata, 25–39 lat i 40–59 lat. Nieco mniejsze, bo 17-procentowe zainteresowanie obiektami specjalnymi odnotowano w grupie osób w wieku 60 lat

i więcej. Dokonując oceny obiektów sportowo-rekreacyjnych oraz specjalnych w turystyce miejskiej w kontekście łączenia pokoleń nie można zapominać, że poza aspektem ilościowym, związanym z częstotliwością ich odwiedzin przez turystów, niezwykle istotny jest tutaj aspekt jakościowy. Jak udowadniają liczne badania (Godlewski 2011, Walczak, Tomczak 2011, Miszczak 2012, Biegańska, Środa-Murawska, Grzelak-Kostulska 2014), w zakresie nawiązywania skutecznego dialogu między generacjami oraz budowania trwałej integracji międzypokoleniowej rola sportu, podobnie jak i wspólnych pasji jest nieoceniona. Ostatnią wydzieloną grupę stanowiły obiekty religijne, obejmujące m.in. katedrę Świętych Janów, kościół Najświętszej Maryi Panny oraz Radio Maryja. Biorąc pod uwagę fakt, iż obiekty te były preferowane głównie przez osoby w wieku 60 lat i więcej (50%), zaś znacznie rzadziej przez osoby w wieku młodszym, ich znaczenie dla budowania więzi międzypokoleniowych można uznać za mniejsze.



Rys. 5. Rozkład odpowiedzi na pytanie: „Kogo szczególnie Pani/a zdaniem może zainteresować wizyta w Toruniu?”

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (N = 494)

W trakcie badania poproszono także ankietowanych o wskazanie, kogo szczególnie ich zdaniem może zainteresować wizyta w Toruniu. Na podstawie subiektywnych odczuć respondentów (rys. 5) można stwierdzić, że turyści w wieku 60 lat i więcej uznali, że Toruń jest przede wszystkim miastem wartym zainteresowania właśnie osób starszych. Turyści z przedziałów wiekowych 25–39 i 40–59 lat, a zatem w dużej mierze osoby mające dzieci, byli zdania, że Toruń może zainteresować rodziny z dziećmi. Taki wariant najczęściej wskazywany był także przez respondentów w wieku 18–24 lat. Natomiast osoby w wieku 18–24 lat oraz 25–39 lat najczęściej byli zdania, że Toruń może zainteresować młodzież.

Wnioski

Biorąc pod uwagę światowe trendy w turystyce, w których uwzględnia się jakość produktów turystycznych oraz liczbę przyjezdnych, można stwierdzić, że turystyka miejska ma bardzo duży potencjał nie tylko w kontekście ekono-

micznym, ale także społecznym, w tym w zakresie budowania więzi między pokoleniami.

Z przedstawionego studium, przygotowanego na przykładzie Torunia, wynika, że miasto to jest znaczącym punktem na turystycznej mapie Polski. Turyści, głównie młodzi, którzy odwiedzili miasto kilkakrotnie, kolejne wyjazdy organizują indywidualnie. Z kolei osoby, które nie były tu wcześniej lub odwiedzały Toruń incydentalnie, tj. głównie osoby starsze, częściej korzystają z usług biur podróży, które zwykle sugerują im kolejne punkty zwiedzania miasta. Niezależnie od sposobu organizowania wyjazdu oraz celu wizyty, w turystycznej przestrzeni miasta znajdują się obiekty, które nie tylko służą realizacji aktywności turystycznej, ale mogą także przyczyniać się do integracji międzypokoleniowej. Największe znaczenie w tym zakresie mają obiekty najchętniej wybierane przez turystów w każdym wieku, do takich zaliczono w mieście przede wszystkim obiekty architektury, a w dalszej kolejności galerie i muzea oraz obiekty edukacyjne. Istotną rolę mogą także w turystyce miejskiej odgrywać obiekty specjalne oraz sportowo-rekreacyjne, które choć wybierane nieco rzadziej przez turystów, mogą łączyć generacje poprzez swoją specyfikę oraz szczególne zainteresowania turystów je odwiedzających. Nieco mniejszą rolę w budowaniu więzi międzygeneracyjnej przypisano obiektom religijnym, szczególnie często preferowanym przez osoby starsze.

Podsumowując należy stwierdzić zatem, że turystyka miejska, związana nie tylko z odwiedzaniem, ale przede wszystkim z poznawaniem i „przeżywaniem” miasta, może wśród wielu funkcji wspierać również budowanie więzi między pokoleniami. Miasto spełnia bowiem kilka niezbędnych ku temu warunków: jest miejscem spotkań, bez których nie jest możliwe wchodzenie w jakiegokolwiek relacje, dostarcza bardzo szerokiego wachlarza możliwości spędzania czasu wolnego, dzięki czemu przedstawiciele różnych pokoleń mogą znaleźć wspólne zainteresowania i pasje, daje okazję do wspomnień, dostarcza wzruszeń i emocji, którymi warto podzielić się z innymi, nie tylko z rówieśnikami. Dlatego też wydaje się, że niniejsze opracowanie, choć stawiające akcent na wspólny kontakt, jako warunek niezbędny zaistnienia potencjalnych relacji, może stanowić zbiór wskazówek, które okażą się przydatne we właściwym kreowaniu polityki miejskiej w zakresie wielopłaszczyznowego rozwoju i ukierunkowywania turystyki w miastach.

Bibliografia

- Bąk I., 2012, Zastosowanie wybranych metod statystyczno-ekonometrycznych w badaniu aktywności turystycznej seniorów w Polsce, „Przegląd Statystyczny”, nr 2 (specjalny), s. 312–332.
- Biegańska J., 2013, Rural areas in Poland from a demographic perspective, „Bulletin of Geography”. Socio-economic Series, no. 20, s. 7–22; DOI: <http://dx.doi.org/10.2478/bog-2013-0008>.
- Biegańska J., Środa-Murawska S., Grzelak-Kostulska E., 2014, Significance of EU funds in the creation of sport and recreation infrastructure in Poland

- in the context of the cohesion policy, XVII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků, eds. V. Klímová, V. Žítek, Masarykova univerzita, Brno, s. 409–416. DOI: <http://dx.doi.org/10.5817/CZ.MUNI.P210-6840-2014-51>.
- Godlewski P., 2011, Globalny i lokalny wymiar współczesnego sportu, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego: Ekonomiczne problemy usług, 78, s. 23–32.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., Michniewicz-Ankiersztajn H., 2010, Profil aktywności turystycznej seniorów, Jakość życia seniorów w XXI wieku. Ku aktywności, red. D. Kałuża, P. Szukalski, Wyd. Biblioteka, s.71–85.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., Kwiatkowski G., 2011, Problem aktywności turystycznej seniorów, Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce, red. A. Stasiak, Wyd. WSTH w Łodzi, Łódź, s. 265–279.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., 2012a, Recreation of seniors in suburban zone of Toruń, Teoria i metodyka rekreacji ruchowej w świetle aktualnych badań, red. W. Siwiński, B. Pluta Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, s. 397–407.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., 2012b, Turystyka osób starszych w Polsce: uwarunkowania społeczno-demograficzne. Wyzwania współczesnej polityki turystycznej: problemy polityki turystycznej, red. A. Rapacz, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 259, s. 95–108.
- Hołowiecka B., Grzelak-Kostulska E., 2013, Turystyka i aktywny wypoczynek jako element stylu życia seniorów, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica”, z. 291, s. 165–179.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2002, Produkt turystyczny, „Turystyka i Hotelarstwo”, WSTH w Łodzi, nr 1, s. 33–54.
- Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku, 2008, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2005, Nowe formy turystyki miejskiej, „Prace i Studia Geograficzne”, t. 35.
- Kozak M.W., 2009, Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa.
- Miszczak E., 2012, Aktywny senior – aktywny junior. Współpraca starszego i młodszego pokolenia na różnych płaszczyznach życia społecznego. Seniorzy dla młodości. Młodość dla seniorów, red. M. Komorska, Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Lublinie, UMCS, Lublin, s. 47–60.
- Niemczyk A., 2013, Miasto – przestrzeń turystyczna Polaków. Turystyka miejska. Prawidłowości i determinanty rozwoju, red. T. Żabińska, „Studia Ekonomiczne” Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, s. 94–106.
- Strategia rozwoju turystyki dla miasta Torunia na lata 2013–2020, 2012, Toruń.
- Śniadek J., 2007, Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce, Gerontologia Polska, t. 15, nr 1–2, s. 21–30.

- Walczak M., Tomczak M., 2011, Poczucie jakości życia jako efekt zaspokojenia potrzeb psychologicznych i różnicowania motywacji do aktywności fizycznej, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego: Ekonomiczne problemy usług*, 78, s. 219–240.
- Wnuk W., 2013, O potrzebie kształtowania relacji międzypokoleniowych; <http://mobiwroclaw.nazwa.pl/CommList/files/O%20potrzebie%20kszta%C5%82towania%20dobrych%20relacji%20mi%C4%99dzypokoleniowych.docx>, DoA: 15.09.2014.
- Żabińska T., 2013, Turystyka w dużych miastach i metropoliach. Wybrane problemy rozwoju i zarządzania. Turystyka miejska. Prawidłowości i determinanty rozwoju, red. T. Żabińska, *Studia Ekonomiczne, Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, s. 133–153.

**Beata Hołowiecka,
Elżbieta Grzelak-Kostulska**
Uniwersytet Mikołaja Kopernika
w Toruniu

WPŁYW RELACJI MIĘDZYPOKOLENIOWYCH W RODZINIE NA KSZTAŁTOWANIE AKTYWNOŚCI FIZYCZNEJ I TURYSTYCZNEJ JEJ CZŁONKÓW?

Wprowadzenie

Aktywność fizyczna i turystyka stanowią ważny element stylu życia społeczeństw rozwiniętych. Stały wzrost znaczenia tych form aktywności jest efektem synergicznego działania wielu różnych czynników zarówno natury społeczno-psychologicznej charakteryzujących daną osobę, jak i szeroko rozumianych uwarunkowań zewnętrznych. W niniejszym opracowaniu autorki chcą zwrócić szczególną uwagę na uwarunkowania związane z najbliższym otoczeniem społecznym jednostki i wykazać, w jaki sposób relacje kształtujące się w rodzinie i grupie rówieśniczej wpływają na modyfikacje aktywności fizycznej i turystycznej jej członków.

Jednym z podstawowych czynników kształtujących aktywność społeczną i fizyczną człowieka jest rodzina. Jej niepodważalne w tym zakresie znaczenie jest konsekwencją trwałych więzi, jakie powstają między członkami rodziny, przejawiających się w silnym ich wzajemnym oddziaływaniu. O trwałości tych więzi decyduje fakt, że rodzina stanowi pierwsze środowisko, w którym funkcjonuje człowiek od urodzenia. Pomimo stopniowego, wraz z rozwojem jednostki, poszerzania się społecznego otoczenia, inicjującego bardziej złożone relacje, siła oddziaływania rodziny pozostaje znacząca.

Ważna pozycja rodziny wśród społecznych uwarunkowań kształtujących postawy i zachowania jednostki znalazła odzwierciedlenie w badaniach wielu dyscyplin naukowych, a ich efekty w postaci ujęć teoretycznych z dużym powodze-

niem wykorzystywane są w celu lepszego zrozumienia motywów postępowania potencjalnego turysty (Pearce 2005, Grzelak-Kostulska, Hołowiecka 2012). Jedną z częściej przywoływanych w badaniach nad aktywnością turystyczną jest teoria motywacji T.B. Veblena (Nowak 1995, Niezgoda, Zmysłony 2006, s. 95). Zakłada ona, że każdy człowiek znajduje się w centrum obszaru, w którym skupiają się wpływy szeroko rozumianego otoczenia. Elementami tego otoczenia są: rodzina, najbliższy krąg przyjaciół i współpracowników, grupa odniesienia, klasa lub warstwa społeczna, subkultura i kultura. Każdy z wyróżnionych kręgów społecznych może być źródłem zjawisk i procesów zdolnych inicjować zmiany zachowań poszczególnych osób (grup społecznych) (Nowak 1995, s. 33).

Podobny zestaw zmiennych uwzględnia profil społeczny konsumenta (Grabski 1994, Niezgoda, Zmysłony 2006, s. 95) wykorzystywany w badaniach popytu turystycznego. Obok wymienionych czynników wyróżniono również status i odgrywane role społeczne, normy społeczne oraz wzorce wydatkowania. Pomimo pewnych różnic w ujęciu i charakterystyce społecznego otoczenia człowieka prezentowane koncepcje teoretyczne wzajemnie się uzupełniają – status i odgrywane role są efektem funkcjonowania jednostki w społecznym otoczeniu i potwierdzeniem jej pozycji w określonym systemie, a system wartości i wzorce wydatkowania nierozdzielnie związane są z kulturą. W tym kontekście rodzina i najbliższe otoczenie wydaje się mieć szczególne znaczenie, przyczynia się bowiem nie tylko do przekazywania bezpośrednio i pośrednio określonego systemu wartości, charakterystycznego dla danej kultury, ale również w procesie naturalnego rozwoju kształtuje wiele ról społecznych.

Wpływ rodziny na aktywność turystyczną jej członków jest zagadnieniem złożonym. Z jednej strony każda rodzina podlega procesowi naturalnego rozwoju, w związku z czym istotnym zmianom ulegają jej potrzeby, możliwości ich zaspokajania, a także motywacje. Z drugiej zaś zmienia się model rodziny: spada dzietność, wzrasta liczba osób żyjących samotnie, par bezdzietnych oraz liczba rodzin niepełnych. Dodatkowy problem do dyskusji w tym kontekście mogą stanowić alternatywne formy rodziny, np. rodzina zastępcza, rodzinny dom dziecka czy rodzina oparta na związku homoseksualnym (Kowalczyk-Anioł, Włodarczyk 2011, s. 15). Zmiany modelu rodziny generują zatem dodatkowe, poza fazą cyklu życia rodziny, czynniki wpływające na aktywność rekreacyjną i turystyczną.

Zależność między etapem rozwoju rodziny a charakterystyką postaw i zachowań turystycznych przyczyniła się do bardziej szczegółowej analizy tego zagadnienia. Jej efektem jest wyróżnienie kilku charakterystycznych faz cyklu życia rodziny (Meyer 2008, Lawson 1999) uwzględniających trzy podstawowe zmienne: stan osobowy rodziny, sytuację zawodową i wiek. Podstawą wyróżnienia kolejnych faz cyklu są zmiany stanu osobowego rodziny (wstąpienie w związek, pojawienie się dzieci w rodzinie, odejście dorosłych już dzieci z domu czy śmierć partnera) oraz charakterystyka wieku dzieci, które w głównej mierze kształtują potrzeby rodziny. Uwzględnienie w opisie dwóch kolejnych cech, tj. statusu zawodowego rodziców (decydującego o sytuacji materialnej) i wieku, pozwala określić możliwości zaspokajania potrzeb oraz wskazać motywy i preferencje turystyczne członków rodziny.

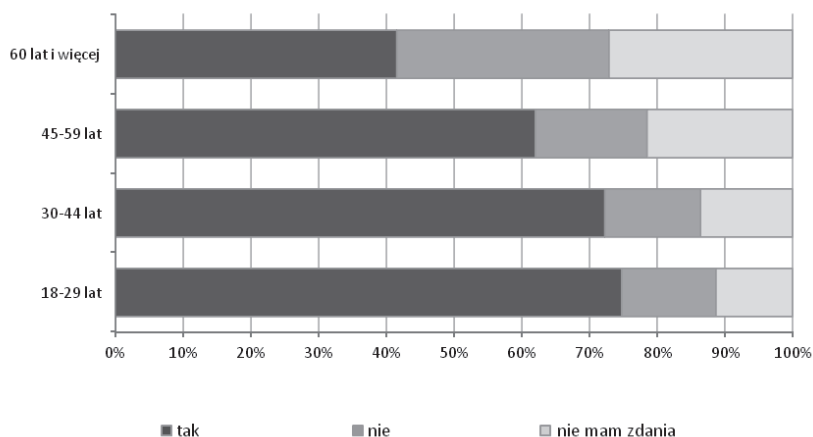
W kontekście dyskusji nad relacjami międzypokoleniowymi szczególnie istotny wydaje się wzrost udziału jednoosobowych gospodarstw domowych (zarówno osób w stanie wolnym, jak i owdowiałych) oraz związków bezdzietnych, które często pozbawione są naturalnego trwałego kontaktu z młodszymi pokoleniami w rodzinie. Turystyka w tych przypadkach daje sposobność kontaktu z drugim człowiekiem, w tym budowy relacji międzypokoleniowych.

Na tle wymienionych składowych środowiska społecznego rodzina wydaje się mieć szczególne znaczenie. Decydują o tym trwałe więzi łączące członków rodziny, a w ich konsekwencji silne wzajemne oddziaływanie. W związku z powyższym w pracy założono, że relacje rodzinne mają duży wpływ na kształtowanie nowych wzorców zachowań związanych z aktywnością fizyczną i turystyką.

Wpływ relacji międzypokoleniowych w rodzinie na zachowania turystyczne jej członków

Podstawę przedstawionej w pracy analizy stanowią badania ankietowe przeprowadzone w technice PAPI (Paper and Pencil Interview). Próbę celową stanowiły osoby pełnoletnie dobierane w ten sposób, aby reprezentowały różne pokolenia (od młodzieży do seniorów). Badanie przeprowadzono w czerwcu 2014 r. wśród mieszkańców Torunia, obejmując ankietyzacją kilka różnych dzielnic miasta (w tym duże osiedla mieszkaniowe). Wielkość próby sięgała 624 osób, z czego ponad 18% stanowiła grupa w wieku 18–29 lat, 30% w wieku 30–44 lata, 32% w kategorii 45–59 lat i prawie 19% w wieku powyżej 60 lat. Decydując o doborze próby celowo pominięto historyczne, zabytkowe centrum miasta, które w sezonie letnim licznie odwiedzane jest przez turystów. Pominięcie w badaniu osób odwiedzających Toruń wynikało z założenia, że aktywność turystyczna sprzyja budowaniu relacji i wzmacnianiu więzi społecznych, a zatem uzyskane dla tej grupy wyniki nie mogą być odnoszone do całego społeczeństwa.

Przystępując do badania wpływu relacji międzypokoleniowych na zachowania turystyczne w pierwszej kolejności sprawdzono, czy wzrost aktywności fizycznej w naszym społeczeństwie jest dostrzegany. W celu uniknięcia uogólnień proszono osoby biorące udział w badaniu, by dokonały oceny tego faktu w odniesieniu do swojej grupy rówieśniczej. Uzyskany wynik wskazuje, że zdecydowana większość ankietowanych zauważa wzrost aktywności fizycznej ludności. Analizując rozkład odpowiedzi w zależności od wieku stwierdzono, że w kolejnych starszych grupach wiekowych spada odsetek osób zauważających to zjawisko. Zbliżone wyniki uzyskano w dwóch najmłodszych grupach wiekowych, tj. 18–29 lat i 30–44 lat, gdzie ponad 72% badanych potwierdziło, że wzrasta aktywność fizyczna, około 14% nie zgadza się z tym stwierdzeniem i prawie drugie tyle nie ma zdania na ten temat. W starszych grupach wiekowych, czyli 45–59 i powyżej 60 lat, spada udział osób dostrzegających wzrost aktywności fizycznej wśród rówieśników (rys. 1). Najmniej pozytywnych odpowiedzi uzyskano w grupie osób w wieku 60 lat i więcej (niecałe 42%); tu również największy był udział osób niepotrafiących ustosunkować się do zadanego w wywiadzie pytania.



Rys. 1. Odpowiedź na pytanie:

„Czy Pana/i zdaniem wzrasta w ostatnich latach aktywność fizyczna wśród Pana/i rówieśników?” – w zależności od wieku respondentów.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

W prezentowanym badaniu postanowiono sprawdzić, jakie są przyczyny wzrostu aktywności fizycznej obserwowanej w polskim społeczeństwie. Jak pokazują wyniki zdecydowanie największy odsetek ankietowanych wskazał na wzrost świadomości prozdrowotnej (tab. 1). Mimo zbliżonego odsetka odpowiedzi uzyskanych w każdej z wyróżnionych grup wiekowych (od 61% w grupie najstarszej do 72% w grupie 45–59%) ponownie na uwagę zasługuje najmniejsza świadomość korzyści, jakie dla zdrowia przynosi aktywność fizyczna wśród seniorów. Interpretując uzyskany wynik należy wziąć jednak pod uwagę heterogeniczność tej grupy, bowiem stosując umowną granicę starości na poziomie 60 lat (czasami 65), zaliczamy tu osoby o znacznie większej rozpiętości wieku niż w młodszych kategoriach. Posiłkując się rezultatami innych badań nad aktywnością rekreacyjną i turystyczną osób starszych (Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Kwiatkowski 2011, Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Michniewicz-Ankiersztajn 2010, Hołowiecka, Grzelak-Kostulska 2013, s. 173), można wnioskować, że niższa świadomość prozdrowotnego znaczenia aktywności fizycznej jest efektem znacznego udziału osób w zaawansowanym wieku, które właśnie z racji wieku podlegają znacznym ograniczeniom w wielu sferach życia, są gorzej wykształcone (pokolenia urodzone przed wojną), prezentują odmienny system wartości, w małym stopniu podlegający procesowi modernizacji społecznej. Z drugiej strony do kategorii tej zakwalifikowano osoby, które stosunkowo niedawno ukończyły umowny wiek starości demograficznej, są dobrze wykształcone i nadal aktywne. Najwyższy udział wskazań odnotowany w grupie wiekowej 45–59 lat wydaje się oczywisty zarówno z racji wieku (na tyle zaawansowanego, aby zwracać większą uwagę na własne zdrowie), jak i fazy cyklu życia rodziny („puste gniazdo”). Na uwagę zasługuje również fakt, że wzrost świadomości wpływu aktywności fizycznej na zdrowie wymieniany był najczęściej we wszystkich grupach z wyjątkiem najmłodszej.

Tabela 1. Przyczyny wzrostu aktywności fizycznej w odniesieniu do grupie rówieśniczej

Przyczyny wzrostu aktywności fizycznej	Udział procentowy odpowiedzi w poszczególnych grupach wiekowych			
	18–29 lat	30–44 lat	45–59 lat	>60 lat
Wzrost świadomości znaczenia aktywności fizycznej dla własnego zdrowia	68,6	68,8	71,8	61,2
Dostęp do informacji (również za sprawą Internetu)	47,7	27,5	39,5	32,7
Dostęp do obiektów sportowo-rekreacyjnych	62,8	55,8	50,8	36,7
Stopniowy wzrost zamożności społeczeństwa	9,3	15,2	15,3	14,3
Moda na aktywność fizyczną	70,9	60,9	59,7	42,9
Działalność klubów, stowarzyszeń i organizacji społecznych	8,1	7,2	11,3	16,3
Duża aktywność młodszych członków rodziny i ich wpływ na pozostałych	9,3	18,1	17,7	28,6
Wpływ rówieśników	43,0	20,3	18,5	28,6
Wpływ osób starszych (nauczycieli, rodziców, dziadków)	7,0	2,9	6,5	8,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

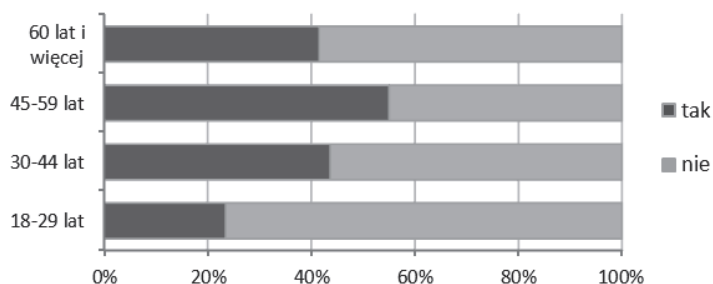
Drugim pod względem częstości wskazań powodem wzrostu aktywności była moda na aktywność fizyczną. Najsilniej ulegają jej osoby młode, ale warto podkreślić, że we wszystkich pozostałych kategoriach wieku odpowiedź ta miała drugą po wzroście świadomości prozdrowotnej liczbę wskazań.

Kolejną przyczyną zwiększonej aktywności fizycznej deklarowaną w grupie rówieśniczej był dostęp do obiektów sportowo-rekreacyjnych, przy czym ma on największe znaczenie dla osób młodych (w kategorii 18–29 lat 63% wskazań) i stopniowo spada w kolejnych, starszych grupach wieku, do poziomu 37% wśród najstarszych respondentów. Wydaje się jednak, że uzyskany dla tej kategorii wiekowej wynik należy uznać za zadowalający biorąc pod uwagę obiektywny stan zdrowia i kondycję osób starszych. Postrzeganie dostępu do infrastruktury sportowo-rekreacyjnej jako czynnika sprzyjającego wzrostowi aktywności traktować można jako przejaw pozytywnych zmian stylu życia tej grupy.

Z punktu widzenia znaczenia relacji społecznych w kształtowaniu zachowań turystycznych warto zwrócić uwagę na odpowiedź „wpływ rówieśników” oraz „duża aktywność młodszych członków rodziny i ich wpływ na pozostałych”. Jak pokazują wyniki prezentowanych badań, grupa rówieśnicza najsilniej oddziałuje na osoby młode (43% ankietowanych wskazało taką odpowiedź) oraz na seniorów (29%). Najwyższa częstość wskazań w wymienionych kategoriach wskazuje na związek z fazą cyklu rodziny. Okres „pełnego gniazda” zaznacza się bowiem jako ten, gdzie wpływ grupy rówieśniczej jest mniejszy (ok. 20% wskazań), mimo że jest to okres aktywności zawodowej sprzyjający licznym kontaktom społecznym. Okres kawalerski oraz faza życia rodziny przed pojawieniem się w niej dzieci oraz czas pustego gniazda (po usamodzielnieniu się dzieci) to okres, kiedy można skupić się na własnych potrzebach i więcej wolnego czasu spędza się w towarzystwie rówieśników. W przypadku drugiej odpowiedzi,

tj. „duża aktywność młodszych członków rodziny i ich wpływ na pozostałych”, warto zwrócić uwagę, że liczba wskazań wzrasta w kolejnych starszych grupach wieku. O ile w najmłodszej odnotowano zaledwie 9%, w dwóch kolejnych ok. 18%, to w najstarszej prawie 30%. Najmniejszy wpływ na wzrost aktywności fizycznej mają osoby starsze, co z pewnością ma związek z niższą aktywnością tej grupy, a pośrednio wskazuje na zmiany w stylu życia kolejnych pokoleń, jakie zachodzą wraz z postępowaniem cywilizacyjnym, wzrostem ilości czasu wolnego, reorientacją na indywidualne potrzeby itd.

Obok oceny aktywności fizycznej w swojej grupie rówieśniczej w badaniu postanowiono sprawdzić, czy bliskie relacje rodzinne wpływają na wzrost aktywności osób ankietowanych? W tym celu posłużono się dwoma pytaniami: czy zdarzyło się Panu/Pani podjąć jakąś formę aktywności pod wpływem młodszych członków rodziny (dzieci lub wnuków)?, oraz: czy zdarzyło się Panu/Pani podjąć jakąś formę aktywności pod wpływem starszych członków rodziny (rodziców dziadków)?

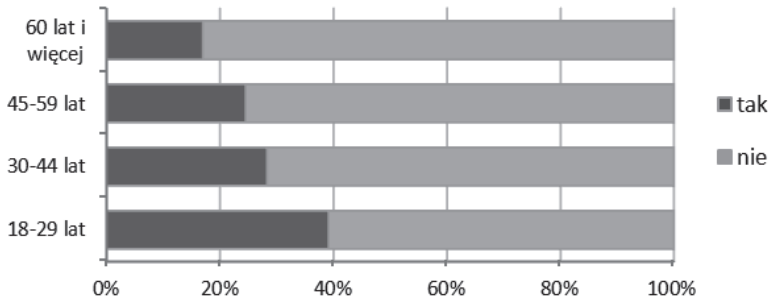


Rys. 2. Struktura odpowiedzi na pytanie: Czy zdarzyło się Panu/Pani podjąć jakąś formę aktywności pod wpływem młodszych członków rodziny (dzieci lub wnuków) w zależności od wieku respondentów.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Przeprowadzone badania wykazały, że prawie 40% ankietowanych podjęło aktywność pod wpływem młodszych członków rodziny. Analizując wyniki w zależności od wieku zdecydowanie najmniejszy wpływ młodszych członków rodziny odnotowano w grupie wiekowej 18–29 lat, co jest zrozumiałe, ponieważ to ta grupa jest bardziej aktywna, i to raczej ona powinna motywować do aktywności starszych. Najwyższy odsetek twierdzących odpowiedzi uzyskano w grupie wiekowej 45–59 lat, w której częściej niż co drugi badany wskazywał, że podjął jakąś formę aktywności pod wpływem młodszych członków rodziny. Stwierdzona prawidłowość wydaje się potwierdzać znaczenie rodziny w kształtowaniu aktywności fizycznej (w tym turystycznej) jej członków. Z jednej strony sytuacja rodzinna starszych małżeństw pozwala na ponowną orientację na własne potrzeby (po okresie, kiedy najważniejsze były potrzeby dzieci), wpływa na zwiększenie zasobu czasu wolnego i wzrost funduszu swobodnej konsumpcji (zaprzestanie utrzymywania dorosłych, samodzielnych już dzieci). Potwierdza również wzrastającą społeczną świadomość roli szeroko rozumianej aktywności w utrzymaniu dobrostanu i niezależności funkcjonalnej osób w wieku starszym.

W dwu pozostałych kategoriach wiekowych (30–44 lat i 60 lat i więcej) uzyskano zbliżony wynik, około 40% twierdzących odpowiedzi (rys. 2).

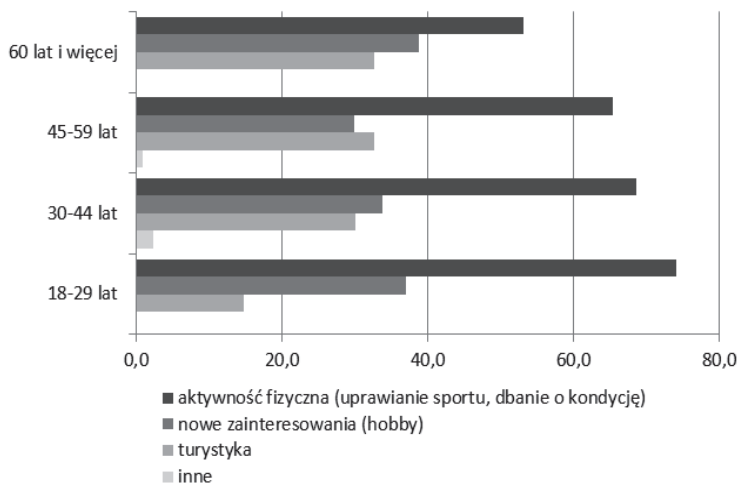


Rys. 3. Struktura odpowiedzi na pytanie:

Czy zdarzyło się Panu/Pani podjąć jakąś formę aktywności pod wpływem starszych członków rodziny w zależności od wieku respondentów?

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Analizując z kolei wpływ starszych członków rodziny na podejmowanie aktywności wśród młodszych widać wyraźnie, że jest on ogólnie mniejszy w porównaniu z oddziaływaniem młodszych członków rodziny. Rozpatrując zjawisko w poszczególnych grupach wiekowych zaznacza się wyraźny spadek pozytywnych odpowiedzi wraz z wiekiem. W najmłodszej wyznaczonej kategorii wiekowej 39% respondentów potwierdziło, że podjęło jakąś formę aktywności pod wpływem osób starszych, natomiast w najstarszej było to tylko 17% wskazań. Uzyskany wynik wydaje się potwierdzać wyraźną ewolucję systemu wartości, która nastąpiła w ostatnich kilkudziesięciu latach. Modyfikuje ona zarówno charakter relacji międzypokoleniowych, jak i styl życia kolejnych pokoleń.



Rys. 4. Formy aktywności podejmowane pod wpływem młodszych członków rodziny (dzieci lub wnuków) w zależności od wieku respondentów.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Obok sprawdzenia, czy ankietowani podjęli kiedykolwiek dowolną formę aktywności pod wpływem innych członków rodziny zbadano również to, jakiego rodzaju była to aktywność, podając do wyboru cztery możliwości: aktywność fizyczna (uprawianie sportu, dbanie o kondycję), nowe zainteresowania (hobby), turystyka oraz inne. Uzyskane wyniki pokazują, że młodszy członkowie rodziny najczęściej motywują do podejmowania aktywności fizycznej, w następnej kolejności inicjują nowe zainteresowania, w nieco mniejszym stopniu zachęcają do uprawiania turystyki. Analizując rozkład odpowiedzi w zależności od wieku respondentów ponownie zauważamy, że wraz z wiekiem spada udział osób deklarujących podjęcie jakiejś formy aktywności fizycznej (przy czym nawet w najstarszej grupie wiekowej jest to ponad 50%), dosyć wyrównany we wszystkich kategoriach wiekowych jest udział osób wskazujących na nowe zainteresowania oraz na turystykę (z wyjątkiem najmłodszej grupy) (rys. 4).

W przypadku aktywności podejmowanych pod wpływem starszych członków rodziny uwagę zwraca podobny rozkład odpowiedzi udzielonych przez najstarszych i najmłodszych ankietowanych. W obu grupach starsi członkowie rodzin najczęściej inicjowali dbanie o kondycję fizyczną, w następnej kolejności nowe zainteresowania i aktywność turystyczną. Inaczej wygląda struktura odpowiedzi uzyskanych w grupie wiekowej 30–44 lata. Tu największą liczbę wskazań uzyskała turystyka (50%), niewiele mniej nowe zainteresowania (48%), natomiast aktywność fizyczna niespełna 30%. W kategorii wiekowej 45–59 lat najczęstszą formą aktywności podejmowaną pod wpływem starszych członków rodziny były nowe zainteresowania, następnie aktywność fizyczna i turystyka (rys. 5).

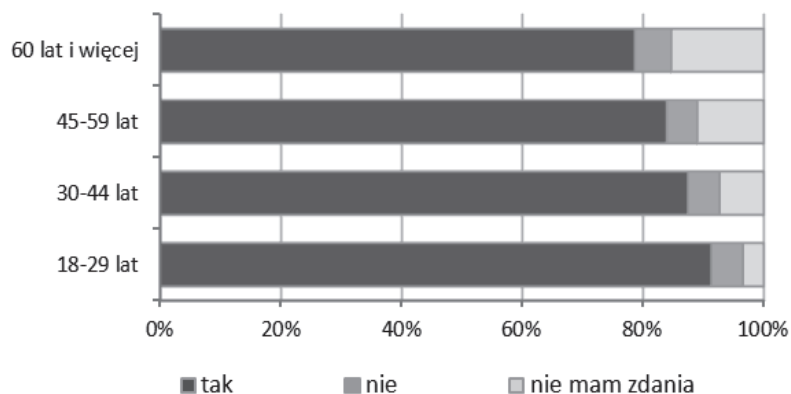


Rys. 5. Formy aktywności podejmowane pod wpływem starszych członków rodziny w zależności od wieku respondentów.

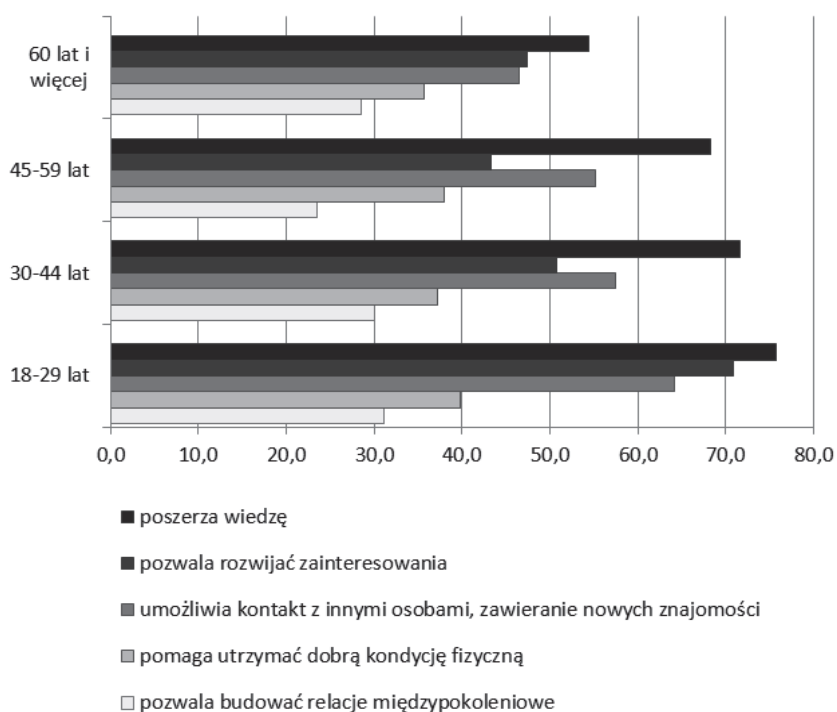
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

W prezentowanym badaniu postanowiono również sprawdzić, jaki jest stosunek respondentów do zjawiska turystyki i jaka jest świadomość korzyści, jakie zjawisko to generuje. W tym celu spytano ankietowanych, czy uważają turystykę za wartościowy sposób spędzania czasu wolnego? Zdecydowana większość osób, w każdej z wyróżnionych grup wieku, udzieliła pozytywnej odpowiedzi, przy czym najwyżej turystykę ceni najmłodsza grupa badanych. Wraz z wiekiem stopniowo spada udział zwolenników turystyki (do 78% w najstarszej grupie

wiekowej) i wyraźnie powiększa się odsetek niepotrafiących ustosunkować się do zadanego pytania (rys. 6).



Rys. 6. Struktura odpowiedzi na pytanie:
Czy uważa Pan/i turystykę za wartościowy sposób spędzania czasu wolnego?
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych



Rys. 7. Struktura odpowiedzi na pytanie:
Jakie korzyści Pana/i zdaniem może przynieść aktywność turystyczna osobom w Pana/i wieku?
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Pozytywna ocena turystyki jako formy spędzania czasu wolnego wskazuje na wysoką społeczną świadomość korzyści, jakie niesie czynny w niej udział. Uzyskane wyniki potwierdzają wcześniejsze spostrzeżenia, gdyż najwięcej korzyści widzą osoby młode, a więc te najaktywniej uczestniczące w różnych formach turystyki. Najbardziej „wstrzemięźliwi” okazali się ponownie najstarsi respondenci. Biorąc pod uwagę liczbę wskazań największy odsetek badanych we wszystkich wyróżnionych kategoriach wiekowych podkreśla edukacyjną funkcję turystyki (76% w grupie najmłodszej i 55% w najstarszej). Niemal równie ważna dla młodzieży i osób starszych jest możliwość rozwijania własnych zainteresowań. W kategorii wiekowej 30–44 i 45–59 lat wyżej natomiast oceniono możliwość kontaktu z innymi osobami i zawierania nowych znajomości (w grupie seniorów i młodzieży była to trzecia co do liczby wskazań odpowiedź). Niemal identyczny odsetek wskazań, niezależnie od wieku respondentów, dotyczył pozytywnego wpływu turystyki na kondycję fizyczną. Najmniej dostrzeganą funkcją jest budowanie relacji międzypokoleniowych, przy czym częściej wymieniali ją najmłodsi badani (31%), następnie osoby w wieku 30–44 lat (30%) i seniorzy. Nieco rzadziej wskazywały ją osoby w wieku 45–59 lat, być może z uwagi na to, że jest to kategoria, która z racji wieku nie ma już najczęściej dziadków, a często i rodziców, z którymi mogłaby podróżować, z drugiej zaś strony jest bardziej niezależna w podejmowaniu decyzji dotyczących wyjazdów turystycznych, gdyż jeszcze nie podejmuje opieki nad wnukami z powodu aktywności zawodowej.

Podsumowanie

Cechą charakterystyczną społeczeństw krajów rozwiniętych jest zwiększenie aktywności fizycznej i turystycznej. Wzrost ten nie jest jednakowy we wszystkich grupach społecznych. Jak potwierdzają liczne badania najmniej aktywną kategorią pozostają seniorzy. Uwzględniając pewne obiektywne czynniki związane z naturalnym procesem starzenia się organizmu i jego konsekwencjami w postaci pogarszającego się z wiekiem stanu zdrowia nie należy oczekiwać od tej grupy aktywności porównywalnej z młodszymi pokoleniami. Wydaje się jednak, że aktywność osób starszych w Polsce jest znacznie mniejsza niż wynikałoby to z obiektywnych ograniczeń. Uwzględniając postępujący proces starzenia się społeczeństwa oraz narastające problemy społeczne i ekonomiczne z nim związane, badania nad możliwościami aktywizacji fizycznej i społecznej tej grupy wydają się bardzo ważne.

Przeprowadzone badania potwierdziły, że więzi społeczne, zarówno te ukształtowane w rodzinie, jak i w grupie odniesienia, mają duży wpływ na zmianę zachowań oraz wzrost aktywności fizycznej i turystycznej ich członków. W przypadku relacji rodzinnych stwierdzono, że częściej wzrost aktywności inicjują młodszy jej członkowie, motywując przy tym przede wszystkim do większej dbałości o formę fizyczną. W odniesieniu do starszych członków rodziny i ich wpływu na zmianę zachowań młodszych pokoleń zauważalny jest brak wyraźnej dominacji jednej z form aktywności. Badanie wzajemnego oddziaływania pokoleń wskazało, że grupą najbardziej podatną na wpływ młod-

szych członków rodziny są osoby w wieku 45–59 lat, natomiast starsze pokolenia najsilniej kształtują postawy i zachowania najmłodszych. We wszystkich analizowanych kategoriach wieku pozytywnie wypadła ocena wartości turystyki, nie tylko jako formy spędzania wolnego czasu, ale również jej prospołecznych funkcji. Warto przy tym podkreślić, że oceny te są zawsze najwyższe w młodszych kategoriach wieku.

Bibliografia

- Alejski W., 2009, Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej, „*Studia i Monografia*”, nr 59, AWF im. B. Czecha w Krakowie, Kraków.
- Grabski L., 1994, *Zrozumieć nabywcę*, PWE, Warszawa.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., 2012, Turystyka osób starszych w Polsce: uwarunkowania społeczno-demograficzne, [w:] A. Rapacz (red.), *Wyzwania współczesnej polityki turystycznej: problemy polityki turystycznej*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 259, s. 95–108.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., 2012, Wpływ sieci społecznych na aktywność rekreacyjną na przykładzie odwiedzających toruńską Barbarkę, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego* nr 699, ser. „*Ekonomiczne Problemy Usług*”, nr 84: Popyt turystyczny. Konsumpcja – segmentacja – rynki, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 33–42.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., Kwiatkowski G., 2011, Problem aktywności turystycznej seniorów, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wyd. WSTH w Łodzi, Łódź, s. 265–279.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., Michniewicz-Ankiersztajn H., 2010, Profil aktywności turystycznej seniorów, [w:] D. Kałuża, P. Szukalski (red.), *Jakość życia seniorów w XXI wieku. Ku aktywności*, Wyd. Biblioteka, s. 71–85.
- Hołowiecka, B. Grzelak-Kostulska E., 2013, Turystyka i aktywny wypoczynek jako element stylu życia seniorów, „*Acta Universitatis Lodzianis. Folia Oeconomica*”, z. 291, s. 165–179.
- Kowalczyk-Anioł J., Włodarczyk B., 2011, Turystyka rodzinna – istota i zakres pojęcia, [w:] J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), *Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne*, Wyd. PTTK „Kraj”, s. 9–25.
- Lawson R., 1999, Patterns of tourist expenditure and types of vacation cross the family life cycle, [w:] A. Pizam, Y. Mansfeld (red.), *Consumer behaviour in travel and tourism*, The Haworth Hospitality Press, s. 431–447.
- Meyer B., 2008, *Obsługa ruchu turystycznego*, PWN, Warszawa.
- Niezgoda A., 2003, Społeczne determinanty popytu turystycznego, „*Problemy Turystyki*”, nr 1/4, s. 49–59.
- Niezgoda A., 1999, Czynniki wpływające na postępowanie nabywców usług turystycznych, „*Rynek Turystyczny*”, nr 15–16, s. 14–15.
- Niezgoda A., Zmysłony P., 2006, *Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Wyd. AE, Poznań.

- Nowak L., 1995, Pozaekonomiczne determinanty zachowań nabywców, Wyd. AE, Poznań.
- Pearce P.L., 2005, Tourist behaviour: themes and conceptual schemes, Channel View Publications, Clevedon.
- Szukalski P., 2010, Czym jest solidarność międzypokoleniowa?, [w:] D. Kałuża, P. Szukalski (red.), Jakość życia seniorów w XXI wieku z perspektywy polityki społecznej, Wyd. Biblioteka, Łódź.
- Winiarski R., Zdebski J., 2008, Psychologia turystyki, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

Sylwia Golian

Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie,
Katedra Turystyki i Rekreacji

WYPOCZYNEK RODZIN W GOSPODARSTWACH AGROTURYSTYCZNYCH I ATRAKCYJNOŚĆ ICH OFERTY

Wstęp

Obszary wiejskie z bogatymi zasobami – w postaci naturalnej przyrody, ciszy i spokoju, tradycyjnej kuchni, ekologicznej żywności, bogatej kultury i tradycji ludowej – od dawna cieszą się zainteresowaniem turystów. Rozwój turystyki na tych terenach zaspokaja dwojakie potrzeby. Z jednej strony turyści chcącego odpocząć na łonie natury i zasmakować wiejskiego życia, a z drugiej usługodawcy, który poprzez swoją ofertę chce jak najlepiej sprostać wymaganiom gościa i oczywiście osiągnąć korzyści finansowe.

Wzrastająca z roku na rok konkurencja na rynku ofert turystycznych i zwiększające się w jeszcze większym tempie oczekiwania i świadomość turystyczna usługobiorców sprawiają, że gospodarze muszą uatrakcyjnić swoją ofertę (Golian 2010, s. 89–98). Sytuacja obserwowana zarówno w Polsce, jak i w innych krajach europejskich wskazuje, że największy sukces odnoszą kwatrodawcy turystyki wiejskiej umiejętnie wybierający określony segment rynku, do którego kierują swoją ofertę (Sawicki, Bernadzka 2003, s. 13–22).

Jak wykazują wyniki badań prowadzonych wcześniej przez autorkę, a także inne opublikowane w literaturze (Strzembicki 2005), największą grupę osób wypoczywających w gospodarstwach agroturystycznych stanowią rodziny z dziećmi. Warto więc przyjrzeć się ofercie agroturystycznej skierowanej do rodzin z dziećmi i porównać ją z oczekiwaniami rodziców.

Obecność dzieci w gospodarstwach agroturystycznych wymaga dostosowania obiektu do ich potrzeb, zapewnienia im atrakcji, a przede wszystkim zachowania wszelkich zasad bezpieczeństwa.

Cel i metody badań

Celem przeprowadzonych badań była ocena oferty obiektów zaklasyfikowanych przez Polską Federację Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” do grupy gospodarstw agroturystycznych składających się na produkt turystyczny „Dla rodzin z dziećmi”. Pod uwagę wzięto ich lokalizację, wyposażenie, ofertę podstawową i atrakcje dodatkowe przygotowane dla dzieci. Oceny oferty dokonano na podstawie informacji zawartych na stronie internetowej www.agroturystyka.pl oraz prywatnych witrynach internetowych właścicieli obiektów. Celowo wybrano takie źródło informacji, ponieważ turyści pierwszy raz wybierający się do danego obiektu najczęściej właśnie na podstawie informacji zdobytych z Internetu podejmują decyzje o wyborze miejsca wypoczynku.

W celu dokonania szerszej analizy problemu przeprowadzono badania wśród 100 osób posiadających dzieci, zamieszkujących województwo lubelskie i mazowieckie. Pytano w nich o wymagania stawiane obiektom noclegowym przy wyborze miejsca wypoczynku z dziećmi, a także oczekiwaniom odnośnie do wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych. Badania przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem techniki ankietowej. Wśród respondentów 55% stanowiły kobiety. W 34,1% ankietowani zamieszkiwali wieś, w 21,9% miasta do 50 tys. mieszkańców, natomiast w 33,9% miasta powyżej 50 tys. mieszkańców. Pod względem struktury rodziny dominowały młode małżeństwa z małymi dziećmi (48,8%) i małżeństwa z dziećmi w wieku szkolnym (46,3%). Osoby samotnie wychowujące dzieci i starsze małżeństwa z dziećmi na utrzymaniu stanowiły po 2,4%. Wśród ankietowanych 80,5% miało wykształcenie wyższe, 17,1% średnie a 2,1% zawodowe lub podstawowe. Badania przeprowadzono w okresie od sierpnia do września 2014 r.

Zalety wypoczynku rodzin z dziećmi w gospodarstwie agroturystycznym

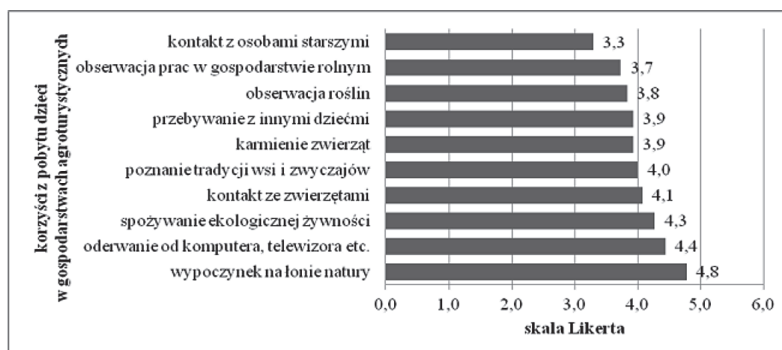
Agroturystyka jest „formą wypoczynku odbywającego się na terenach wiejskich o charakterze rolniczym, opartą o bazę noclegową i aktywności rekreacyjne związane z gospodarstwem rolnym lub równoważnym i jego otoczeniem (przyrodniczym, produkcyjnym i usługowym) (Drzewiecki 1995)”.

Najważniejszymi cechami odróżniającymi ją od turystyki konwencjonalnej, a jednocześnie świadczącymi o jej niepowtarzalności i konkurencyjności w współczesnej turystyce, są:

- możliwość mieszkania z rodziną wiejską, a dzięki temu praktycznego uczestniczenia w jej życiu, a także w życiu społeczności wiejskiej, kontakt ze zwierzętami, uczestniczenie w procesie produkcji żywności i jej spożywanie;
- szansa na poznanie historii i zwyczajów rodziny oraz regionu, w którym przebywa agroturysta;
- sposobność zaspokojenia emocjonalnych potrzeb związanych z chęcią bezpośredniego kontaktu ze zwierzętami domowymi, produktami roślinnymi i zwierzęcymi, produktami przetwórstwa, a także poczucia wiejskiej atmosfery;

- możliwość bezpośredniego obcowania z przyrodą, nieskażonym środowiskiem w ciszy i spokoju, z daleka od zgiełku miast (Sznajder, Przezbórska 2006, Sikora 2012).

Szeroki zakres korzyści wypoczynku na wsi potwierdzili także rodzice, wśród których przeprowadzono badania. Wśród zalet wypoczynku dzieci w gospodarstwie agroturystycznym najwyżej ocenili możliwość spędzania czasu na łonie natury (4,8), z dala od telewizora i komputera (4,4), przy których dzieci spędzają na co dzień najwięcej czasu, oraz możliwość spożywania żywności ekologicznej (4,3). Dalej znalazły się takie korzyści, jak: kontakt ze zwierzętami (4,1) i ich karmienie (3,9), poznanie tradycji wsi i zwyczajów (4,0) oraz przebywanie z innymi dziećmi (3,9). W dalszej kolejności rodzice wymieniali obserwację i poznawanie roślin (3,8), obserwację i udział w codziennych pracach gospodarskich (3,7) oraz kontakt ze starszymi osobami (3,3) (rys. 1). Warto zauważyć, że wszystkie korzyści zostały ocenione stosunkowo wysoko, co potwierdza zasadność wypoczynku dzieci w gospodarstwie agroturystycznym.



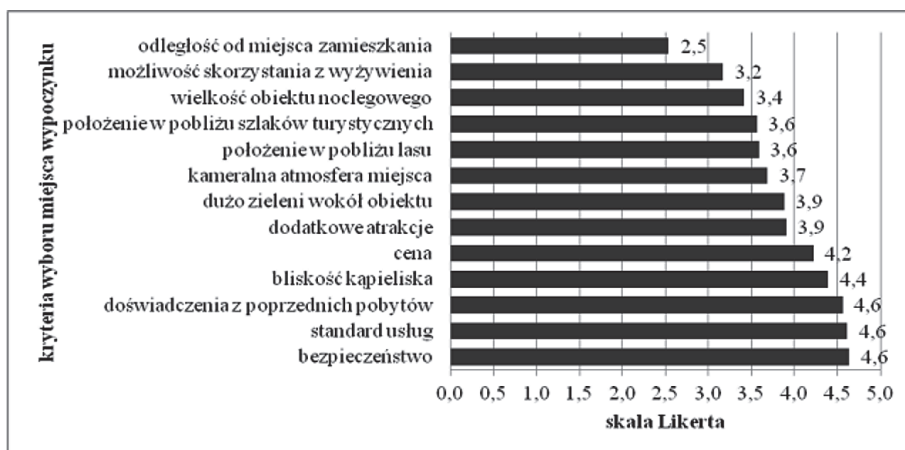
Rys. 1. Ocena korzyści wynikających z pobytu dzieci w gospodarstwach agroturystycznych w opinii rodziców (n = 100) (zastosowano skalę Likerta, zgodnie z którą 1 oznacza najmniej ważny, 5 – najbardziej ważny). Źródło: opracowanie własne.

Wymagania rodziców wobec miejsca wypoczynku dla rodziny

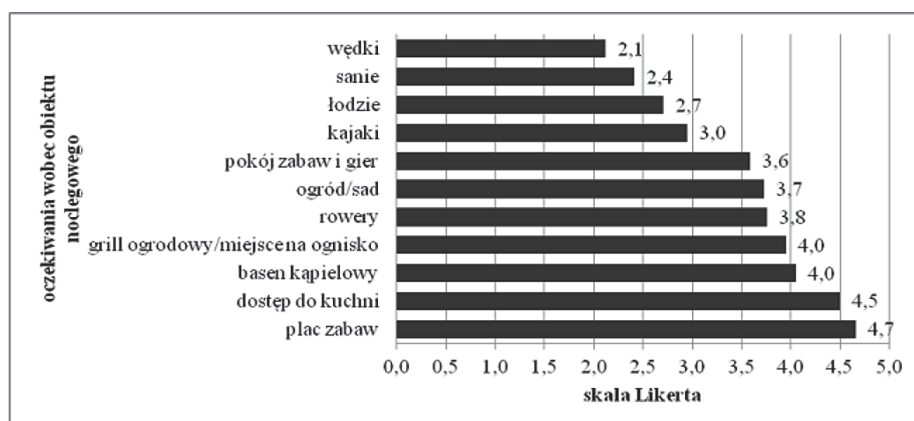
Według deklaracji badanych rodziców, o wyborze miejsca wypoczynku dla rodziny decydują głównie: bezpieczeństwo obiektu, standard świadczonych w nim usług oraz doświadczenia z poprzednich pobytów (po 4,6). Ważnym czynnikiem brany pod uwagę jest także dostępność do kąpieliska (4,4) i cena (4,2). Mniejsze znaczenie mają atrakcje przygotowane dla turystów i wyposażenie obiektu. Może to świadczyć o tym, że często nocują oni tylko w obiekcie i korzystają z atrakcji turystycznych w okolicy. Najmniejsze znaczenie ma odległość od miejsca wypoczynku (2,5) i możliwość korzystania z wyżywienia (3,2) (rys. 2).

Pod względem wyposażenia obiektu respondenci za najważniejsze uznali obecność placu zabaw (4,7) i możliwość korzystania z kuchni (4,5). Wysoko oce-

nili także możliwość korzystania z basenu kąpielowego (4,0) oraz przygotowanie miejsca do zorganizowania ogniska lub grilla (4,0). Spośród sprzętu sportowego jako najatrakcyjniejsze przy pobytach z dziećmi uznano rowery (3,8) (rys. 3).



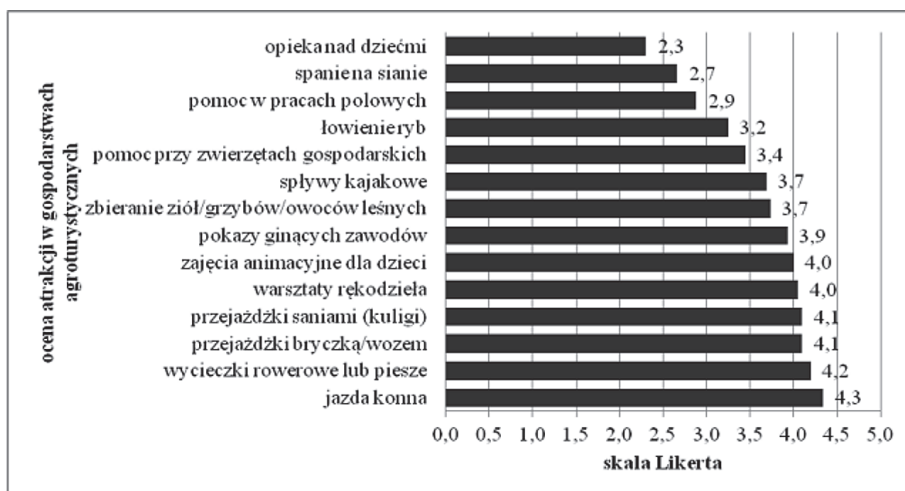
Rys. 2. Kryteria wyboru miejsca wypoczynku dla rodziny (n = 100) (zastosowano skalę Likerta, zgodnie z którą 1 oznacza najmniej ważny, 5 – najbardziej ważny). Źródło: opracowanie własne



Rys. 3. Oczekiwania wobec wyposażenia obiektu noclegowego przy pobycie w nim z dziećmi (n=100) (zastosowano skalę Likerta, zgodnie z którą 1 oznacza najmniej ważny, 5 – najbardziej ważny). Źródło: opracowanie własne

Szeroka oferta atrakcji przygotowanych dla gości podnosi atrakcyjność i wyróżnia gospodarstwo agroturystyczne na tle pozostałych. Różnorodność oferty zależy przede wszystkim od zaangażowania właścicieli i zapotrzebowania turystów.

Badani rodzice jako najciekawsze dla ich dzieci uznali możliwość jazdy konnej (4,3), organizację wycieczek rowerowych i pieszych po okolicy (4,2), przejażdżki bryczką, wozem lub saniami (4,1), warsztaty rękodzieła (4,0) oraz zajęcia animacyjne dla dzieci (4,0). Zaskakujące jest to, że atrakcje związane zwyczajowo z gospodarstwami agroturystycznymi, takie jak: spanie na sianie (2,7) czy pomoc w pracach gospodarskich (2,9), zostały określone jako mało atrakcyjne. Większość rodziców nie potrzebuje pomocy w opiece nad dziećmi (rys. 4).



Rys. 4. Ocena atrakcji przygotowywanych przez gospodarstwa agroturystyczne dla dzieci (n = 100) (zastosowano skalę Likerta, zgodnie z którą 1 oznacza najmniej ważny, 5 – najbardziej ważny).

Źródło: opracowanie własne

Produkt turystyczny „Dla rodzin z dziećmi”

Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” opracowała produkt turystyczny pod nazwą „Dla rodzin z dziećmi”, który skupia gospodarstwa agroturystyczne z całego kraju. Do projektu mogły przystąpić wszyscy chętni właściciele gospodarstw agroturystycznych, którzy spełnili określone wymagania, dostosowali swoje obiekty do potrzeb dzieci oraz poddali je ocenie.

W tab. 1 zamieszczono kryteria określone przez Federację. W celu porównania przedstawiono także wymagania stawiane podobnym obiektom w Niemczech i Austrii. Te dwa kraje wybrano celowo jako wzór do naśladowania ze względu na długoletnie tradycje w przyjmowaniu gości w gospodarstwach rolnych. Na podstawie zestawienia wyraźnie widać, że wymagania stawiane obiektom w Polsce są dużo mniejsze i bardziej ogólne niż w pozostałych krajach.

Zarówno w Niemczech, jak i Austrii wymogów jest znacznie więcej i zostały bardzo dokładnie opisane. Dzięki temu turyści wiedzą dokładnie, czego mogą się spodziewać na miejscu i co muszą ze sobą zabrać. Jest to szczególnie wygodne przy wyjazdach z małymi dziećmi, wiele rzeczy można dzięki temu pominąć

przy pakowaniu. Dużą wagę przykładają się w tych krajach do bezpieczeństwa obiektu i to nie tylko w pomieszczeniach, ale także w otoczeniu budynku mieszkalnego. Pod względem przygotowania atrakcji dla dzieci w obiekcie zdecydowanie przoduje Austria, gdzie właściciele muszą zorganizować ich najwięcej.

Tabela 1. Wymagania dla obiektów turystyki wiejskiej otrzymujących certyfikat obiektu przystosowanego do przyjmowania dzieci

Obszar	Polska	Niemcy	Austria
Sypialnia	<ul style="list-style-type: none"> • krzesło • stolik • łóżeczko 	<ul style="list-style-type: none"> • łóżeczko z pościelą na życzenie gości • przewijak z podkładką • nocne oświetlenie na życzenie gości • miejsce na bagaże, bez ograniczenia swobody poruszania się po pokoju 	<ul style="list-style-type: none"> • łóżeczko z pościelą dla dzieci (przynajmniej jedno/3 łóżka) • przewijak • zasłony albo rolety zaciemniające pokój • odpowiednia przestrzeń do poruszania się pomimo łóżeczek w pokoju
Kuchnia	<ul style="list-style-type: none"> • stały dostęp do urządzeń służących przygotowaniu i podgrzaniu potraw dla dziecka 	<ul style="list-style-type: none"> • wyposażenie: aneks kuchenny z kuchenką czteropalmikową, lodówka z zamrażarką, piekarnik, kuchenka mikrofalowa • udostępnienie krzeselka dla dzieci • naczynia i sztucce dla dzieci • podgrzewacz butelek 	<ul style="list-style-type: none"> • krzeselko do karmienia (przynajmniej jedno/5 łóżek) • naczynia i sztucce dla dzieci
Łazienka	<ul style="list-style-type: none"> • wanienska 	<ul style="list-style-type: none"> • armatura łazienkowa łatwa w użyciu i dostosowana dla dzieci • nocnik lub nakładka na sedes dla dzieci • taboret, stołek • haki zamontowane na wys. max. 80 cm • wanienska dziecięca 	<ul style="list-style-type: none"> • dostosowana do dzieci armatura • nocnik/nakładka na sedes • stołek/podstawa • możliwość kąpania małych dzieci • wanienska dla dzieci • przybory dla dzieci potrzebne w awaryjnych sytuacjach (pieluchy, kremy, chusteczki, butelka, smoczek itp.) • kosz na pieluchy
Bezpieczeństwo	<ul style="list-style-type: none"> • zabezpieczenia (kontakty, schody) 	<ul style="list-style-type: none"> • zabezpieczenia przed dziećmi: na wszystkich gniazdkach, piekarniku, kuchence, piecu, szufladach, szafkach w kuchni, piwnicy, balkonie i tarasie • zabezpieczenia na schodach • dostępna apteczka pierwszej pomocy • środki czystości w miejscu niedostępnym dla dzieci • czujniki dymu (poza łazienką i kuchnię) • koc gaśniczy, gaśnica • zbiorniki z wodą w ogrodzie zabezpieczone • wszystkie sprzęty dla dzieci powinny być sprawne, kompletne, czyste i bezpieczne 	<ul style="list-style-type: none"> • zabezpieczenia na gniazdkach • dostępna apteczka pierwszej pomocy • instrukcje bezpieczeństwa w domu i otoczeniu • miejsce przeznaczone dla dzieci odgródzone od obszarów niebezpiecznych

<p>Atrakcje dla dzieci</p>	<ul style="list-style-type: none"> • plac zabaw (min. 3 urządzenia) • wyposażony kąpek zabaw (w pomieszczeniu) • przybory do malowania 	<ul style="list-style-type: none"> • kąpek zabaw – przynajmniej 1m²/dziecko • przewidziane gry i zabawy dla dzieci w 3 grupach wiekowych (0-3; 4-7; 8-14 lat), np. gry, płyty, filmy, materiały plastyczne i modelarskie, puzzle, klocki, lalki, zabawki • gry, sprzęt sportowy do zabawy na zewnątrz 	<ul style="list-style-type: none"> • przynajmniej 4 urządzenia z naturalnych materiałów na placu zabaw i piaskownica, regularnie sprawdzane pod względem bezpieczeństwa i działania • przynajmniej 5 gatunków zwierząt • pasujące do wzrostu: łopaty, miotły, konewki, taczki, grabie • przynajmniej 5 pojazdów dziecięcych, np. traktory, przyczepy, gokarty, skutery, rowery, wózki dla lalek itp. • przynajmniej 5 możliwości uprawiania sportów, np. tenis stołowy, badminton, piłkarzyki, skakanka, sanki, szczudła • książki, gry planszowe i inne zabawki dostosowane do trzech grup wiekowych • przybory plastyczne: flamastry, farby, kredki, nożyczki, papier, modelina • miejsce do gier i zabaw, np. zabawy na piasku, na sianie, na obszarze zalesionym • miejsce na ognisko • basen lub miejsce do zabawy z wodą (zapewnione bezpieczeństwo dla dzieci, które nie potrafią pływać) • zadbane miejsce zabaw, wyposażone w zabawki, ogrzewane, np. w stodole, pokoju zabaw, piwnicy
<p>Pozostałe</p>	<ul style="list-style-type: none"> • dostępna informacja o atrakcjach dla dzieci znajdujących się w pobliżu kwatery 	<ul style="list-style-type: none"> • mapa z atrakcjami, najważniejszymi informacjami o regionie, restauracjach, informacje o lekarzu, itp. • wynajem rowerów z fotelikami dla dzieci • możliwość opieki nad dziećmi • miejsce na sprzęt sportowy, wózki • miejsce do prania, suszenia i prasowania ubrań 	<ul style="list-style-type: none"> • komfortowe miejsce dla rodziców gdzie mogą odpoczywać jednocześnie mając kontrolę nad dziećmi • rodzinna atmosfera • oddzielne miejsce dla osób palących • możliwość prania, suszenia i prasowania • miejsce na brudne i mokre ubrania, wózki, sprzęt sportowy itp.

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.agroturystyka.pl/, <http://www.urlaubambauernhof.at>, <http://www.kinderplus-sh.de>.

Produkt turystyczny „Dla rodzin z dziećmi” tworzy obecnie 42 podmioty, co stanowi zaledwie 3% wszystkich obiektów zrzeszonych w Federacji i 0,5% wszystkich gospodarstw agroturystycznych w Polsce¹. Gospodarstwa zlokalizowane są w prawie wszystkich województwach z wyjątkiem łódzkiego i śląskiego (rys. 5).

¹ Według danych GUS 2011 r.



Rys. 5. Lokalizacja obiektów zaklasyfikowanych przez PFTW „GG” do produktu turystycznego „Dla rodzin z dziećmi”.

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.agroturystyka.pl/>

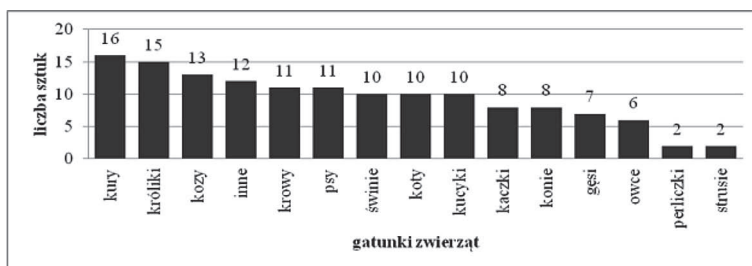
Najwięcej obiektów leży na obszarze województw dolnośląskiego i lubelskiego (po siedem). Przeważają gospodarstwa położone w najbardziej atrakcyjnych obszarach nadmorskich i w górach. Ciekawym zjawiskiem jest duży udział obiektów z województwa lubelskiego. Można przypuszczać, że jest to związane z siedzibą Federacji w tym województwie (Nałęczów), a co za tym idzie ściślejszą współpracą z właścicielami gospodarstw.

Spośród 42 obiektów tylko 21 poddało się kategoryzacji, prowadzonej przez Federację Turystyki wiejskiej „GG”. Osiem z nich posiada najwyższą kategorię – 3 słoneczka, dziewięć – 2 słoneczka, dwa – 1 słoneczko i dwa – standard. Uzyskana kategoria jest potwierdzeniem jakości i standardu obiektu.

W większości (35) są to czynne gospodarstwa rolne, w których prowadzona jest działalność rolnicza, a w pozostałych właściciele odeszli już od typowej działalności rolniczej i zajmują się uprawą oraz hodowlą tylko na własne potrzeby lub jej nie prowadzą.

Duży wpływ na charakter gospodarstwa rolnego, a także na jego atrakcyjność, szczególnie dla małych gości, ma obecność zwierząt domowych. Dzieci na co dzień mieszkające w dużych miastach mają bowiem większą możliwość zobaczenia słonia w zoo, niż krowę na łące.

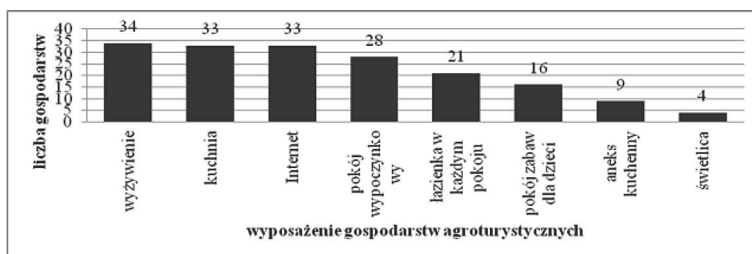
Otrzymane wyniki badań wykazały, że różne zwierzęta hodowane są w 27 spośród analizowanych gospodarstw. Najpowszechniej można spotkać w nich kury (16), króliki (15), kozy (13), a także krowy (11) oraz psy (11). W co czwartym gospodarstwie obecne są świnię, koty i kucyki (rys. 6). Szczególnie atrakcyjne pod względem liczebności gatunków zwierząt jest Gospodarstwo Agroturystyczne „Gościnną Zagroda” w Przysieczu, gdzie żyje szczególnie dużo zwierząt, a wśród nich: kucyki, krowy, świnię, króliki, kury, kozy, owce, bażanty, dziki, jelen, sarna, koty, psy oraz papugi.



Rys. 6. Zwierzęta w badanych gospodarstwach agroturystycznych (n = 42).

Źródło: opracowanie własne

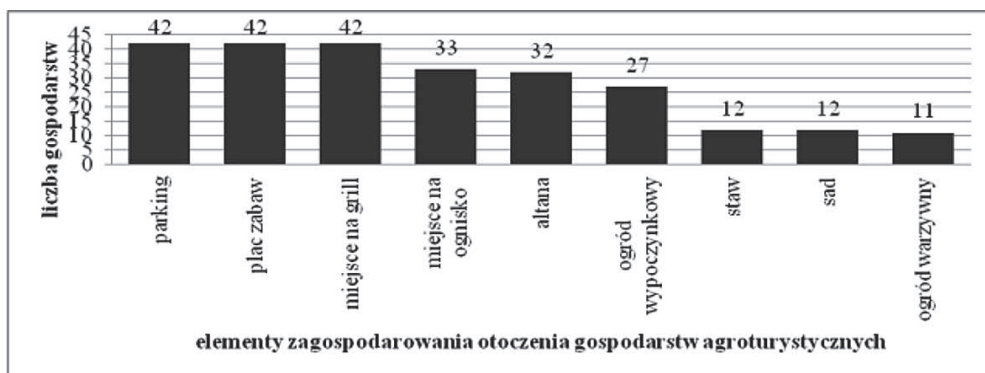
Wyżywienie oferowali właściciele 34 obiektów, a kuchnia do wyłącznej dyspozycji gości była w 33, natomiast w ośmiu przygotowano dla gości aneks kuchenny, dzięki temu w każdym obiekcie istnieje możliwość samodzielnego przygotowania posiłków. Również w 33 gospodarstwach agroturystycznych goście mogą korzystać z Internetu. W ponad połowie badanych obiektów przygotowano pokój wypoczynkowy, gdzie goście mogą spędzać wolny czas. Często jest on wyposażony w telewizor, książki, gry, kominek, umilające pobyt. Spośród badanych gospodarstw, w 30 przypadkach pokoje wynajmowane gościom znajdowały się w tym samym budynku, w którym mieszkali właściciele, natomiast w pozostałych wynajmowano pokoje w oddzielnych budynkach.



Rys. 7. Wyposażenie badanych gospodarstw agroturystycznych (n = 42).

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.agroturystyka.pl/>

Część obiektów powstała z myślą o wynajmie, ale zdecydowana większość pomieszczeń została zaadaptowana dla gości, w związku z tym nie w każdym wynajmowanym pokoju znajduje się łazienka. Spośród badanych, w połowie gospodarstw we wszystkich wynajmowanych pokojach są łazienki, natomiast w pozostałych znajdują się pokoje ze wspólną łazienką albo jest część takich, a część takich. Oddzielny pokój zabaw dla dzieci zorganizowano w 16 gospodarstwach agroturystycznych, a w czterech do dyspozycji gości jest świetlica (rys. 7).



Rys. 8. Zagospodarowanie otoczenia badanych gospodarstw agroturystycznych (n = 42).

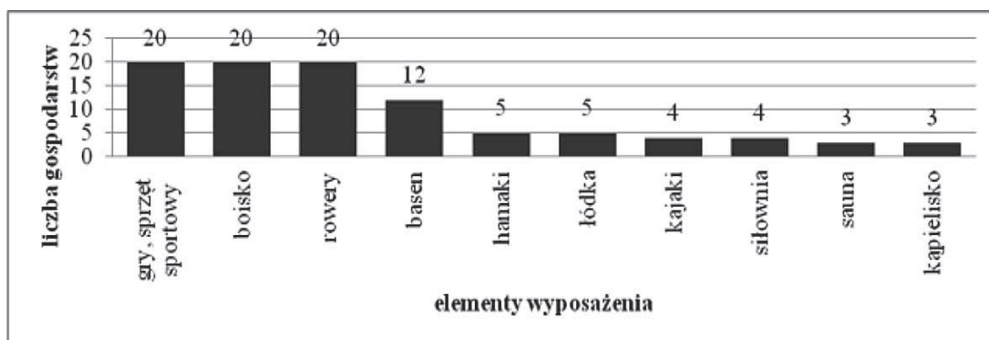
Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.agroturystyka.pl/>

We wszystkich obiektach turyści mogą korzystać z parkingu, a dla dzieci przygotowano plac zabaw. Gospodarze zadbali także o przestrzeń rekreacyjną dla swoich gości. W każdym gospodarstwie przygotowano miejsce gdzie można zorganizować grilla, a w 33 jest także specjalne miejsce na rozpalenie ogniska. Goście mogą wypoczywać w przydomowych ogrodach (27) i altanach (32) specjalnie dla nich przygotowanych, szczególnie przydatnych przy deszczowej pogodzie. W co czwartym obiekcie wykopano staw, który nie tylko urozmaica krajobraz, ale także często jest doskonałym miejscem spędzania czasu dla pasjonatów wędkowania. W takiej samej liczbie obiektów właściciele mają w pobliżu domu sad i ogród warzywny, z którego plonów mogą korzystać goście (rys. 8).

Wyposażenie w sprzęt sportowy oraz infrastrukturę umożliwiającą uprawianie sportów i relaks jest zdecydowanie słabszą stroną analizowanych obiektów. W największej ich liczbie goście mogą korzystać z gier i sprzętu sportowego, takiego jak np. piłki, badminton, ping-pong, piłkarzyki, bilard itp., boisk i rowerów. Basen dla dzieci przygotowano w 12 gospodarstwach. Natomiast już tylko w pojedynczych goście mogą wypoczywać na hamaku, pływać łódką lub kajakiem, trenować w siłowni, czy też relaksować się w saunie lub korzystać z kąpieliska (rys. 9).

W ofercie 14 gospodarstw znalazły się różnego rodzaju warsztaty skierowane przede wszystkim do dzieci. Mogą one uczestniczyć w zajęciach plastycznych, kulinarnych, przyrodniczych, artystycznych, edukacyjnych i innych. Jest to

doskonały sposób organizacji czasu wolnego, a jednocześnie nauka przez zabawę. Dzieci uczestnicząc w zajęciach nabywają nowych umiejętności, poznają tradycję i kulturę, a także obcują z przyrodą i zwierzętami. W warsztatach mogą brać udział całe rodziny, a ich przebieg i forma są dostosowywane do konkretnej grupy. Ofertę zajęć dla dzieci w badanych gospodarstwach agroturystycznych przedstawiono w tab. 2.



Rys. 9. Oferta badanych gospodarstw agroturystycznych (n = 42)
 Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.agroturystyka.pl/>

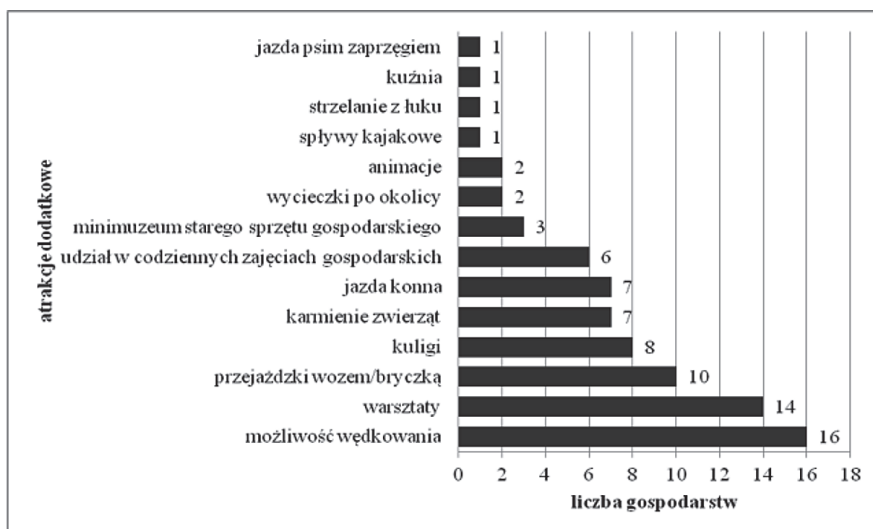
Tabela 2. Warsztaty przygotowane dla gości
 w badanych gospodarstwach agroturystycznych

Nazwa obiektu	Oferowane zajęcia warsztatowe
Osada Leśna Doboszkówka – Kalenne	<ul style="list-style-type: none"> • „Od ziarenka do bochenka”, • wikliniarskie, wyplatanie z rogoziny, • garncarstwo, • lekcje przyrody, • w krainie zwierząt
Bania na Mazowszu – Brzeźnik	<ul style="list-style-type: none"> • „Akademia u Pani Twardowskiej”: lepienie figurek z gliny, garncarstwo, decoupage, wyplatanie z wikliny, • „Malowane bajki”: wspólne słuchanie bajek i konkursy na wykonanie najciekawszych ilustracji; • wspólne wypiekanie ciasteczek szczęścia, lepienie pierogów, wspólne przygotowywanie przetworów
Renata Knitter – Komnino	<ul style="list-style-type: none"> • ceramiczne, • quillingowe, • wiklina papierowa, • kulinarne
Bikówka – Świecie	<ul style="list-style-type: none"> • rodzinne przygotowanie ciasta i pieczenie drożdżowych kiełbasek na ognisku, • rodzinne zbieranie jabłek i współudział w wyciskaniu soku, • warsztaty kulinarne dla rodzin

Villa Greta – Dobków	<ul style="list-style-type: none"> • ceramiczne, • bibułkarskie, • geologiczne, • pszczelarskie, • mydlarskie, • papiernicze, • jeździeckie, • „Od owieczki do niteczki”, • archeologiczne
Nad jeziorem Sopięń – Sopięń	<ul style="list-style-type: none"> • zajęcia edukacyjne: wypiek chleba, figurki z gliny, figurki ze słomy, papier czerpany; zajęcia w kuźni; • zajęcia cyrkowe
Koziołek Suchodółek – Suchodół	<ul style="list-style-type: none"> • zajęcia edukacyjne dla dzieci: „Z wizytą u Koziołka Matołka”, • „Pory roku w zagrodzie, ogrodzie i lesie”
Łopusze – Żegocina	<ul style="list-style-type: none"> • warsztaty edukacyjno-plastyczne
U Flika – Dzwiniacz Dolny	<ul style="list-style-type: none"> • pieczenie chleba, • wędkowanie, • parolotniarstwo, • bibułkarstwo, • wikliniarstwo, • papier czerpany, • konie, • plenery malarskie
Pod Lipą – Zastań	<ul style="list-style-type: none"> • wycieczki po gospodarstwie i okolicy, • konkurs rysunkowy dla dzieci
Nad Dziwną – Łuskowo	<ul style="list-style-type: none"> • wycieczki do portu rybackiego w Dziwnowie i spotkania na kutrze z rybakami
Pod Brzozami – Grochowy	<ul style="list-style-type: none"> • warsztaty kulinarne
Chata Miłkowska – Miłkowo	<ul style="list-style-type: none"> • warsztaty: „Spacer z kozami”
Korzyna – Korzenno	<ul style="list-style-type: none"> • warsztaty ludowe

Źródło: opracowanie własne.

Poza warsztatami tematycznymi przygotowano dla dzieci w gospodarstwach także inne atrakcje, które zostały przedstawione na rys. 10. Najczęściej spotykane, to: wędkowanie (16), przejażdżki wozem lub bryczką (10), kuligi (8), karmienie zwierząt i jazda konna (po 7) oraz udział w codziennych zajęciach gospodarskich (6). Tylko w pojedynczych obiektach dzieci mogą brać udział w wycieczkach, animacjach i spływach kajakowych organizowanych przez gospodarzy, czy też strzelać z łuku, zobaczyć, jak działa kuźnia, lub pojeździć psim zaprzęgiem. Ciekawą inicjatywą jest utworzenie małego muzeum starego sprzętu gospodarskiego w trzech gospodarstwach agroturystycznych (por. rys. 10).



Rys. 10. Oferta atrakcji dodatkowych dla dzieci w badanych gospodarstwach agroturystycznych (n = 42).

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.agroturystyka.pl/>

Wnioski

Niewątpliwie wypoczynek dzieci w gospodarstwach agroturystycznych ma wiele zalet. Rodzice biorący udział w badaniach najwyżej ocenili możliwość spędzania czasu na łonie natury z dala od komputera i telewizora. Docenili także możliwość korzystania z żywności ekologicznej, kontakt ze zwierzętami i poznanie tradycji i kultury wsi.

Najważniejszymi kryteriami wyboru miejsca wypoczynku z dziećmi dla ankietowanych rodziców jest bezpieczeństwo i standard obiektu oraz doświadczenie z poprzednich pobytów.

Produkt turystyczny „Dla rodzin z dziećmi” obejmuje ofertę 42 obiektów noclegowych położonych na obszarach wiejskich kraju. Obiekty ubiegające się o zaklasyfikowanie do niego muszą spełnić kryteria określone przez Polską Federację Turystyczną „Gospodarstwa Gościnne”. Wymagania te są stosunkowo łatwe do spełnienia i nie wymagają dużych nakładów finansowych.

Analiza oferty badanych gospodarstw agroturystycznych wykazała, że spełniają one podstawowe oczekiwania rodziców pod względem wyposażenia samego budynku mieszkalnego i jego otoczenia. Mniej zadowalająca jest oferta usług i atrakcji dodatkowych. Gospodarstwa powinny włączyć do swojej oferty wycieczki po okolicy, przejażdżki wozem lub bryczką, a w zimie saniami, warsztaty tematyczne i animacje. Należy zatroszczyć się także o zakup basenów i większej ilości sprzętu sportowego dla dzieci.

Przeprowadzone badania pozwalają stwierdzić, że oferta analizowanych gospodarstw agroturystycznych w większości jest bardzo podobna i brak w niej czynnika wyróżniającego. Warto pomyśleć o tworzeniu tematycznych gospodarstw agroturystycznych i wprowadzeniu innowacyjnych pomysłów na atrakcje dla dzieci przy wykorzystaniu zasobów gospodarstwa i jego okolicy.

Bibliografia

- Drzewiecki M., 1995, *Agroturystyka*, Instytut Wydawniczy „Świadectwo”, Bydgoszcz.
- Golian S., 2010, *Istota i przesłanki segmentacji rynku turystycznego oraz przykłady przedsiębiorczości w turystyce na obszarach wiejskich województwa lubelskiego*, [w:] A. Przybyła, W. Wytrążek (red.), *Prawne i gospodarcze aspekty działalności w turystyce*, Wyd. KUL, Lublin, s. 89–98.
- Sawicki B., Bernadzka E., 2003, *Psychologiczne uwarunkowania sukcesu organizatora agroturystyki*, [w:] K. Łęczyński (red.), *Wybrane zasoby i produkty w gospodarstwie agroturystycznym*, Wyd. Akademii Podlaskiej, Siedlce, s. 13–22.
- Sikora J., 2012, *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, Wyd. C.H. Beck, Warszawa.
- Strzembicki L., 2005, *Wypoczynek w gospodarstwach wiejskich w opinii turystów*, [w:] *Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów*, „Prace Naukowo-Dydaktyczne Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Krośnie”, z. 15, s. 23–49.
- Sznajder M., Przezbórska L., 2006, *Agroturystyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- www.agroturystyka.pl.
- www.kinderplus-sh.de.
- www.urlaubambauernhof.at.

Piotr Dominik
Szkoła Wyższa ALMAMER,
Warszawa

DIALOG

MIĘDZYPOKOLENIOWY

I TURYSTYKA KULINARNA

Wprowadzenie

„Dialog między pokoleniami jest skarbem, który należy zachowywać i strzec. [...] Dzieci i osoby starsze budują przyszłość narodów; dzieci, bo będą kontynuować historię, osoby starsze, ponieważ przekazują doświadczenie i mądrość życia. Ta relacja, ten dialog między pokoleniami jest skarbem, który należy zachowywać i umacniać! To słowa papieża Franciszka, które wypowiedział w Rio de Janeiro w lipcu 2013 r.”¹

Aby ten dialog przybierał formę naturalną, nie był wymuszonym konwenansem, jego przedmiot powinien być wartościowy i interesujący dla wszystkich uczestników dialogu. Może nim być wspólne dziedzictwo kulinarne.

Dialog międzypokoleniowy może mieć miejsce tu i teraz, a jego uczestnikami mogą być żyjący przedstawiciele pokoleń, ale też dialog ten może mieć wymiar ponadczasowy, opierając się na przekazie informacji z przeszłości następnym pokoleniom. Pokolenia młodych natomiast, mając cenną wiedzę z przeszłości, mogą utrwaląć ją chroniąc od zapomnienia, ale także wykorzystywać we współczesnym świecie nierzadko osiągając także korzyści materialne.

Kuchnia, pożywienie oraz kultura spożywania posiłków stanowią część codziennego życia i szeroko rozumianej kultury. Każda dziedzina twórczości ludowej, nawet ta prozaiczna – kulinarna, wynika z wielopokoleniowych doświadczeń, które przekazywane są z pokolenia na pokolenie (Orłowski, Woźniczko 2009).

Częścią szeroko rozumianej turystyki kulturowej jest turystyka kulinarna. Osoby uprawiające tę formę turystyki poszukują nie tylko doznań smakowych, ale pragną poszerzyć swoją wiedzę, dokonać zakupów itp. Czynnikiem decydu-

¹ Papież Franciszek – przemówienie podczas modlitwy „Anioł Pański”, Rio de Janeiro 27.07.2013 r.

jącymi o atrakcyjności kulinarnej regionu lub miejscowości są odmienność i różnorodność danej kuchni oraz wierność tradycji.

Turystyka kulinarna jest doskonałym przykładem dialogu międzypokoleniowego. Poznawanie dziedzictwa kulturowego i jego szczególnych elementów, jakimi są tradycja oraz produkty kulinarne, ułatwione jest wówczas, gdy wiedza jest przekazywana przez autentycznych świadków oraz kontynuatorów tradycji w miejscach związanych z ich powstawaniem. Dla starszego pokolenia, np. dziadków, jest to okazja do przekazania wiedzy o dziedzictwie kulinarnym i obrzędowości z nim związanej młodszemu. Dla młodszego pokolenia jest to szansa na poznanie wartościowych przepisów, umocnienie tożsamości i doświadczenie tych wyjątkowych miejsc, w których niegdyś zamieszkiwali ich przodkowie.

Celem opracowania jest ukazanie tego, że formą dialogu międzypokoleniowego mogą być przekazywane z pokolenia na pokolenie kulturowane w każdej rodzinie obyczaje żywieniowe, regionalnych tradycji kulinarnych, wspólne poznanie kulinarnego dziedzictwa Polski i jej regionów oraz wspólne międzypokoleniowe inicjatywy realizacji turystyki kulinarnej.

Wymiary dialogu międzypokoleniowego

Dialog międzypokoleniowy jest ujmowany w wymiarze prywatnym (utożsamianym z życiem rodzinnym) i publicznym (utożsamianym z życiem społecznym). Aspekt prywatny doczekał się bogatej refleksji, publiczny zdaje się rozwijać od momentu, w którym zostały podjęte globalne oraz lokalne wyzwania związane ze starzeniem się społeczeństwa. Obydwa wymiary ulegają przeobrażeniom (Rosochacka-Gmitrzak, Chabiera 2013, s. 6).

Dialog międzypokoleniowy w rodzinach

Wzajemne więzi w rodzinie wielopokoleniowej wymagają pielęgnacji, uznawania wartości innych ludzi i wdzięczności za każdą okazywaną życzliwość, która w rodzinie nie jest tylko powinnością, lecz także formą wyrażania przynależności i miłości. We wspólnocie rodziny wielopokoleniowej łatwiej rodzą się przyjaźnie, łatwiej przetrzymują się kryzysy i znajduje wyjście z sytuacji zagubienia i bezradności; „każda radość podzielona staje się radością większą, a każdy smutek podzielony maleje. Każdy błąd wychowawczy ulega dyskretnej korekturze, a każda zaleta i sprawność promieniuje na wielu bliskich” (Sujak 1991, s. 195).

Transmisja międzypokoleniowa w rodzinie uważana jest za jedno z najważniejszych uwarunkowań rozwojowych w okresie dzieciństwa. Należy rozumieć przez to przekaz, który dokonuje się między pokoleniem starszym i młodszym, w tym głównie między rodzicami i dziećmi w obrębie cech psychofizycznych przy współdziałaniu środowiska biologicznego i społecznego. Ujęcie takie odnaleźć możemy w koncepcji M. Mead, wyróżniającej trzy typy kultury: postfiguratywną, kofiguratywną i prefiguratywną. W pierwszym typie kultury pokolenie starsze przekazuje wartości młodszemu pokoleniu, zaś w prefiguratywnej następuje zamiana ról i to dzieci stają się nauczycielami dla dorosłych. Kultura kofiguratywna zakłada, że zarówno pokolenie młodsze jak i starsze uczy się od rówieśników (Mead 2000). Istotnym wyznacznikiem transmisji międzypokoleniowej, która

odbywa się w rodzinie, jest przekaz treści i dóbr kulturowych w danym czasie i przestrzeni określanych jako dziedzictwo kulturowe wspólnoty rodzinnej, wskazujący na sposób „stawania się” jej tradycji. Transmisja dziedzictwa kulturowego spełnia określone funkcje, takie jak:

- przekaz tradycji;
- kształtowanie postaw;
- wzmacnianie roli kultury w rodzinie;
- budowanie poczucia stabilizacji;
- identyfikacja oraz wzrost poczucia wartości rodziny jako grupy występującej na tle innych grup społecznych (Kocjan 2009).

Rola wspólnego czasu spędzonego zarówno przy przygotowaniu, jak i przede wszystkim przy jedzeniu chociażby jednego posiłku w ciągu dnia jest nie do przecenienia. Wspólny posiłek to moment wyciszenia od zgiełku dnia i czas ofiarowany bliskim osobom. Przeprowadzone badania dowodzą, że rodziny, które celebrują wspólne posiłki mają dla siebie więcej zrozumienia i utrzymują trwalsze oraz silniejsze relacje na dłużej. Poprzez posiłek komunikujemy uczucia – okazywanie troski, miłości, przywiązania. Uczucie odzwierciedla się w dbałości, z jaką przygotowywane są potrawy. Przygotowywanie wspólnych posiłków w domu to okazja żeby być razem. Wzrasta wówczas w członkach rodziny poczucie bycia potrzebnymi, aktywności związane z przygotowaniem posiłków pobudzają zdolności pracy w zespole. Kuchnia wspomnień to kuchnia mamy – miejsce często magiczne, silnie integrujące rodzinę, przepełnione zapachami i smakami. W takiej kuchni zawsze bowiem jest czas na przygotowanie tradycyjnych pracochłonnych potraw, brak w niej atmosfery pośpiechu, charakterystycznej dla obecnych czasów².

Rzadko udaje się dziś polskim rodzinom zasiąść przy stole i celebrować wspólny posiłek. Zwykle takie okazje trafiają się tylko kilka razy w roku, podczas najważniejszych świąt. Poza nimi codzienność nierzadko wymaga pośpiechu, jedzenia „na mieście”, zdawkowych kontaktów, szybkich decyzji i szybkich posiłków. Tymczasem wspólne, długie, spokojne, dokładne przygotowywanie posiłków, a następnie jedzenie ich w towarzystwie bliskich, zacieśnia więzy rodzinne i przyjacielskie. Nie przypadkowo wśród Rzymian funkcjonowało wyrażenie „separatio a toro et mensa” (oddzielenie od stołu i łoża), streszczające istotę separacji. Stół okazuje się symbolem zjednoczenia (Bugowska 2014).

Rodzina jako przekaźnik tradycji jest również przekaźnikiem kultury. „Umiejętność zapewnienia racjonalnego wypoczynku oraz warunków rozwoju zainteresowań i zamiłowań intelektualnych i kulturalnych dzieci – to ważne i niełatwe zadania, którymi obarczeni są rodzice.” (Maciejaskowa 1980, s. 57). Kulturowa funkcja rodziny jest trudna do określenia, ponieważ obejmuje niemal wszystko to, co się w danej rodzinie dzieje. Funkcja ta w sensie przekazywania treści kulturalnych w obecnych czasach wyraźnie traci na znaczeniu ze względu na

² Taki sposób przygotowywania posiłków jest zgodny z obecnym trendem w gotowaniu tzw. *slow food*.

znaczną liczbę wyspecjalizowanych w tym zakresie instytucji. „Kultura wiejska, daleka jeszcze od skomercjalizowania i nie posiadająca do dyspozycji tych instytucji, jakie wytworzyło sobie miasto – książka, gazeta, film itd., utrzymywała się i przekazywana była do niedawna głównie w kręgu rodzinno-sąsiedzkim. Ta funkcja rodziny podniosła jej znaczenie w oczach członków i pomagała spełniać nad nimi nadrzędną rolę.” (Nowakowski 1957, s. 47). Rodzina jest więc jednak niezastąpiona, jeśli chodzi o prawidłowe ukształtowanie stosunku jednostki do otaczającego świata, do innych ludzi (wpojenie norm, hierarchii wartości i zasad postępowania w trakcie procesu socjalizacji). Szczególnie w rodzinie można nauczyć się właściwego korzystania z dziedzictwa kulturowego poprzednich pokoleń, a zaniedbanie przez nią tej funkcji dokonuje się z wyraźną szkodą dla młodego pokolenia (Żebrowska, red. 1976, s. 30).

Nośnikiem tradycji kulturowej może być środowisko miejskie i wiejskie. Utrzymywana jest przez wieloletnie doświadczenie społeczne wartości kulturowych, dziedzictwo materialne i niematerialne, symbol patriotyzmu rodzinnego, regionalnego oraz narodowego. Wiele tradycji i zwyczajów regionalnych pielęgnowanych jest jeszcze do dziś w rodzinach i przekazywanych z pokolenia na pokolenie.

W rodzinie odbywa się przekaz dziedzictwa kulturowego, włączającego do niego również elementy sfery żywności i żywienia. Rodzina wpływa na zachowania żywieniowe dziecka w dwojaki sposób, a mianowicie: bezpośrednio, poprzez dostarczanie określonej żywności, i pośrednio, poprzez transmisję postaw wobec żywności, oraz kształtowanie preferencji żywieniowych (Sanjur 1982). Dialog międzypokoleniowy jest więc realizowany m.in. poprzez przekazywanie tradycji kulinarnych w każdej rodzinie z pokolenia na pokolenie. W rodzinie jest też możliwe wspólne poznawanie kulinarnego dziedzictwa Polski i jej regionów.

Kultura polska oprócz długiej historii ma bowiem bardzo bogatą tradycję. Tak np. święta Wielkanocne czy Boże Narodzenie – tak różne od siebie są w swoich obrzędach niepowtarzalne, głęboko tkwią w naszej tradycji, mentalności i wierze. W wielką Sobotę świecimy chleb, sól, jajka malowanki, które następnego dnia spożywamy podczas uroczystego śniadania rodzinnego. Na Boże Narodzenie przystrajamy choinkę, przystrajamy stół wigilijny, a pod talerz wkładamy źdźbło siana. Zasiadamy do stołu w Wigilię i dzielimy się opłatkiem, składając przy tym sobie życzenia, później przychodzi czas na podarunki i śpiewanie kolęd.

Historia polskiego dziedzictwa kulturowego należy do jednej z najstarszych w Europie. Zawdzięczamy to, w dużej mierze naszym przodkom, którzy przekazywali swoim potomkom tradycje rodzinne i zwyczaje. Znamy od prawie tysiąca lat w niezmienionej formie obrzędy religijne, zwyczaje ludowe, tradycje okolicznościowe. Dzięki nim powstało wiele legend, podań i opowieści. Do dzisiaj w naszym życiu codziennym używamy wielu przysłów i porzekadeł, które słusznie nazywamy mądrością narodu. Były one przekazywane przez dziadków na ojców, z ojców na synów itd. Do tej pory w wielu polskich domach starsi członkowie rodziny opowiadają historie z lat dziecińczych i młodości. Głównym powodem tych opowieści jest chęć pokazania młodemu pokoleniom, jakie postawy i zachowania mają wpływ na rozwój człowieka w rodzinie.

Spółeczny dialog międzypokoleniowy

Nierzadko wyniki badań wskazują, że wizerunek osób starszych w oczach osób młodszych jest ambiwalentny – z jednej strony wypowiedziom dotyczącym osób starszych towarzyszy głęboki szacunek, z drugiej pojawiają się głosy świadczące o dystansie i uczuciu politowania. Młodzi ludzie boją się nadmiernej religijności, sztywności, „zamknięcia” umysłowego. Obawiają się nadmiernego „mądrzenia się”. Marzą o tym, aby dobrze się zestarzeć i zazwyczaj znają kogoś, komu się to udało. Opisują tę osobę jako kogoś, kto na emeryturze odnalazł szczęście, bliskość z innymi, kto potrafi żyć dla siebie, kto zachowuje uśmiech, nie poddaje się, nie smuci, nie zrzędzi.

Natomiast wizerunek osób młodych, który powstaje w wyobraźni osób starszych, wyraźnie rozpada się na dwie kategorie: „młodych nastolatków”, którzy są bezideowi, hałaśliwi, niegrzeczni, niesforni, oraz „młodych dorosłych”, którzy są w trudnym i bardzo wymagającym okresie swojego życia, mają przed sobą ważne wyzwania, dużo odpowiedzialności, problemów. Stąd chęć niesienia im pomocy i wsparcia nawet kosztem własnej wygody czy korzyści. Z tą grupą młodych solidaryzują się osoby starsze (Rosochacka-Gmitrzak, Chabiera 2013, s. 13–15).

Osoby reprezentujące różne pokolenia stosunkowo rzadko kontaktują się ze sobą. Podstawowym miejscem spotkania są uroczystości rodzinne (dziadkowie–wnuki) oraz „mijanie się” w sferze publicznej – przede wszystkim w środowiskach komunikacji miejskiej, które w mniejszym stopniu sprzyjają nawiązywaniu relacji, a w większym stereotypowym antagonizmom, odnoszącym się do „walki o miejsce” (Rosochacka-Gmitrzak, Chabiera 2013). Współczesne pokolenia żyją w czasach, kiedy istnieje coraz mniej okazji do kontaktów z ludźmi starszymi. Znikają żyjące wspólnie rodziny wielopokoleniowe. Świat zmienia się na tyle szybko, że wiedza gromadzona przez całe życie, szybko się dezaktualizuje. Seniorzy nie są już postrzegani jako „skarbnica wiedzy i mądrości”. Coraz częściej młodzi ludzie uważają, że „skoro starsi nie obsługują komputera, to czego mogą mnie nauczyć?”. Żyjemy w czasach kultury prefiguratywnej, kiedy starsi uczą się od dzieci, chociażby tego, jak odnaleźć się w świecie nowych technologii i nadążyć za zmianami. Brak naturalnych przestrzeni do kontaktów wielopokoleniowych w rodzinie, w przestrzeni miasta czy wsi, co sprawia, że młodzi i starsi mało o sobie wiedzą, rzadko współdziałają. Po obu stronach rodzą się stereotypy. Współczesny styl życia społecznego, związany z rozwojem technologii oraz szybkim tempem przemian w różnych dziedzinach, przyczynił się do wzrostu istniejącego od zawsze mentalnego i fizycznego dystansu pomiędzy pokoleniami.

Ze względu na zwiększającą się średnią długość życia ludzkiego, częste stało się występowanie w ramach jednej rodziny czterech i więcej pokoleń. Jednocześnie dystans pomiędzy poszczególnymi pokoleniami wyraźnie się zwiększył. Najbardziej znaczące różnice, nazywane czasami przepaścią międzygeneracyjną, widać pomiędzy pokoleniem dziadków i wnuków. Okazuje się, że 40 lub 50 lat to cała epoka, naznaczona istotnymi wydarzeniami, jakościowo odmiennymi doświadczeniami, decydującymi o charakterze zbiorowości zwanej pokoleniem.

Powszechnie uważa się, że ludzie starsi nie mogą porozumieć się z młodzieżą i vice versa, że obie kategorie wiekowe nie mają ze sobą wiele wspólnego i nic je nie łączy. Wiedza potoczna i praktyka życia codziennego dostarczają przykładów obustronnej niechęci, uprzedzeń i braku współpracy. Ta niezdrowa sytuacja przyczynia się do pogłębienia i tak dość wyraźnych antagonizmów. W interesie rozwijania właściwych stosunków społecznych i harmonijnego rozwoju całego społeczeństwa istotne wydaje się działanie na rzecz ogólnej zmiany świadomości wszystkich członków danej zbiorowości, poprzez wspieranie działań osób pragnących łączyć pokolenia we wspólnej aktywności na różnych płaszczyznach. Warto dążyć do spotkań młodych i starszych, aby przełamywać stereotypy, konfrontować różne spojrzenia, wymieniać się wiedzą i umiejętnościami oraz wspierać w tych obszarach, gdzie młodzi i starsi mogą się uzupełniać (Tokarz-Kamińska, Krzyżanowska 2014). Warunkiem tej współpracy jest chęć, impuls do działania, osoba inicjująca i pomysł na to, jak to zrobić. Może to być jeden z członków rodziny, członek organizacji, aktywny senior, aktywny junior, organizator imprez turystycznych. Ważne jest też to, aby międzypokoleniowa aktywność nie była epizodem, ale aby została wpisana w rutynę życia codziennego, aby zarówno młodzi jak i starzy uznali ją za sytuację normalną, dostrzegli jej potrzebę i docenili wartość. Aktywny senior może być atrakcyjnym wzorem osobowym dla uczącego się aktywności społecznej młodego człowieka, jednakże współcześnie także od młodych można się wiele nauczyć. Aktywność ludzi młodych może pociągnąć za sobą rozbudzenie aktywności ich starszych krewnych, sąsiadów i znajomych. Współpraca osób w różnym wieku, komplementarność cech oraz zasobów młodzieży i starszych jest gwarantem sukcesu w podejmowaniu i realizacji różnych form aktywności na wielu płaszczyznach życia społecznego. Młodzi i starsi w naturalny sposób mogą się spotkać w różnych działaniach: w klubie rowerowym, w trakcie akcji sąsiedzkiej, na wspólnej wycieczce czy imprezie turystycznej. Łącznikiem jest w takich wypadkach wspólna pasja czy zainteresowania. Jeśli chce się zrobić coś wspólnie, wielopokoleniowo, to przede wszystkim należy wiedzieć dokładnie, jaki jest cel tego działania? Cemu konkretnie spotkanie tych dwóch lub trzech grup pokoleniowych ma służyć? Dialog międzypokoleniowy można nawiązywać w każdej sytuacji.

Obszary działań międzypokoleniowych

Dobłą praktyką jest stwarzanie przestrzeni do spotkań międzypokoleniowych. Przebywanie w jednym miejscu otwiera obie strony na siebie nawzajem. Starsi mogą dać młodszym wiedzę, spokój, dystans do życia, wsparcie emocjonalne. Młodzi zaś starszym energię, nowe spojrzenie, głębsze przemyślenia w aspektach relacji społecznych (Jurga 2014). Starsi są „przekaznikiem” tradycji, młodzi „nośnikiem” nowych technologii. Połączenie tych dwóch wartości, dzięki dialogowi międzypokoleniowemu, może przynieść korzyść każdej ze stron, w rezultacie czego powstaje przekaz dla przyszłych pokoleń.

Przykładowymi obszarami działań międzypokoleniowych są:

- inicjatywy związane z kultywowaniem wspomnień, lokalną historią, skupianie się wokół tradycji, obrzędów;

- działania sąsiedzkie, integrujące różne grupy wiekowe;
- inicjatywy obywatelskie (mieszkańcy w różnym wieku łączą siły, aby rozwiązać ważny problem);
- inicjatywy skupiające pasjonatów danej dziedziny w różnym wieku;
- inicjatywy artystyczne czy edukacyjne, umożliwiające konfrontację spojrzeń i wymianę umiejętności osób w różnym wieku (np. teatralne, plastyczne etc.);
- działania wokół nowych technologii (młodzi przewodnikami starszych po świecie techniki);
- pozyskiwanie przepisów na tradycyjne potrawy i produkty kulinarne od przedstawiciela starszego pokolenia;
- edukowanie młodszych przez starszych w tematyce dawnych zwyczajów i obrzędowości kulinarnych;
- edukowanie starszych przez młodszych w zakresie nowych innowacyjnych technologii przekazu informacji, czy też poruszania się zarówno w przestrzeni realnej, jak i wirtualnej;
- wspólne podróżowanie do miejsc wspólnych korzeni i tradycji;
- turystyka kulinarna we wszystkich jej aspektach.

Relacje międzypokoleniowe są nieodłącznym elementem funkcjonowania społecznego. W społeczeństwach tradycyjnych relacje międzypokoleniowe oparte były na szacunku oraz przestrzeganiu hierarchii wynikającej z wieku i były mocno osadzone w życiu wielopokoleniowej rodziny. Obecnie stoimy przed wyzwaniem rozwijania przestrzeni do kontaktów międzypokoleniowych także poza rodziną (w kręgach sąsiedzkich, w szkole, w uniwersytetach trzeciego wieku czy innych grupach obywatelskich), opartych nie na hierarchii, ale na partnerstwie, gdzie relacje mistrz–uczeń nie wynikają z wieku, ale określają je umiejętności i doświadczenia, które mają zarówno młodzi, jak i starsi. Jest to nowa sytuacja, która wymaga otwartości na zamianę ról i wzajemne uczenie się, a przede wszystkim wzajemne słuchanie się (Tokarz-Kamińska, Krzyżanowska 2014).

Inicjatywy międzypokoleniowe od wielu lat bardzo dynamicznie i systemowo rozwijane są w Stanach Zjednoczonych czy krajach Europy Zachodniej. W wielu państwach są placówki, specjalizujące się w gromadzeniu informacji o krajowych przedsięwzięciach międzypokoleniowych, prowadzące szkolenia i badania, opracowujące standardy i zbierające dobre praktyki (np. The Centre for Intergenerational Practice w Wielkiej Brytanii czy Projektbüro „Dialog der Generationen” w Niemczech). Dostrzeżenie i docenienie działań służących wielu pokoleniom jest silnie związane z potrzebą budowania spójnych i zintegrowanych społeczności lokalnych odpowiadających na potrzeby różnych grup i jak najpełniej korzystających z ich zasobów. Rozwijanie inicjatyw międzypokoleniowych stanowi odpowiedź na wiele wyzwań, z którymi mierzą się lokalne społeczności. Także w Polsce perspektywa wielopokoleniowa jest coraz częściej włączana do planowania programów aktywizujących osoby starsze i integracji społeczności lokalnych – na poziomie ogólnopolskim, regionalnym czy lokalnym (Tokarz-Kamińska 2013, s. 6).

Przedsięwzięcia międzypokoleniowe najlepiej jest zaplanować wspólnie. Projekty wymyślone przez młodych dla starszych (i odwrotnie) bez rozpoznania wzajemnych potrzeb najczęściej nie sprawdzają się. Jeśli do współpracy chce się włączyć konkretne osoby czy grupy, warto spotkać się i wspólnie przedyskutować pomysły na działanie, zebrać uwagi i propozycje. A jeśli z różnych powodów takie spotkanie nie jest możliwe, można w inny sposób zebrać potrzebne informacje, np. podczas wizyty w klubie seniora czy na UTW, przeprowadzając ankietę czy wywiad wśród starszych osób. Dobrze sprawdzają się projekty wymyślone i zarządzane przez kilkupokoleniową grupę. Budowanie relacji między osobami młodymi i starszymi musi opierać się na otwartości, wzajemnej ciekawości i poszanowaniu różnic. To właśnie te różnice, sprzyjają wymianie poglądów, umiejętności i wiedzy. Dobry projekt służący kilku pokoleniom jest ciekawą przygodą dla wszystkich. Nie ma tutaj miejsca na „poświęcanie się” lub „uczestniczenie z obowiązku”. Dlatego zawsze warto zadać sobie pytanie: „Czy to jest ciekawe, atrakcyjne dla młodzieży, jakie korzyści z tego wyniesie?” i odwrotnie „Czy to zainteresuje starszych, w jaki sposób skorzystają z tego projektu?”. To jest najlepszy test. Projekt międzypokoleniowy powinien przełamywać utarte wyobrażenia na temat ludzi młodych i starszych oraz stwarzać przestrzeń do poznawania się, ustalenia nowych ról. Wreszcie powinien zakładać dwukierunkowe działanie: młodzi uczą się czegoś od starszych, a starsi od młodych. Należy unikać sytuacji, kiedy jedna ze stron stawia się wyraźnie w pozycji nauczyciela, np. że „my, starsi, nauczymy młodych dobrego wychowania” czy też „my, młodzi, nauczymy starszych obsługi komputera”. Aby projekt się udał, starsi muszą pozbyć się „dydaktyzmu” i nawyku pouczania czy napominania młodzieży, a młodzi poczucia wyższości i pobłażliwego traktowania starszych. Celem projektów międzypokoleniowych jest budowanie relacji między ludźmi, wzbudzanie pozytywnych emocji wśród uczestników.

Niezbędna jest taka organizacja działalności wychowawczej, która dostarcza nie tylko określonych wiadomości i sprawności, lecz kształci również umiejętność widzenia różnych wartości w świecie i życiu oraz potrzebę aktywnego zaangażowania się w problematykę własnych zainteresowań, zdolność wypowiedzenia siebie, nawiązania wspólnoty z innymi ludźmi, możliwość twórczego działania. Pojawia się tu więc nie tylko konieczność międzypokoleniowego dialogu w wymiarze prywatnym, ale również w wymiarze publicznym, związanym z życiem społecznym (Tokarz-Kamińska, Krzyżanowska 2014).

Tradycje żywieniowe jako zapewnienie ciągłości kulturowej i kontaktów międzypokoleniowych

Każda osoba jest członkiem pewnej społeczności, często jest w niej silnie osadzona i od niej uzależniona. Dla pełnego rozwoju konieczne jest poczucie więzi z innymi członkami wspólnoty. Poczucie tożsamości uzasadnia istnienie człowieka, zapewnia bezpieczeństwo i tworzy więzi sympatii (Zimbardo, Ruch 1998). Tożsamość formowana jest przez kulturę, z której wyrasta człowiek. Nie do przecenienia jest zatem rola dziedzictwa kulturowego i tradycji przekazywanych z pokolenia na pokolenie.

Szeroko pojęta definicja kultury zawiera w sobie wiedzę, wierzenia, sztukę, prawo, zwyczaje i wszystko to, co nabywa człowiek jako członek społeczności. Jest sumą nabytych i wyuczonych zachowań. Kultura jawi się jako zintegrowana całość, w której sfera służąca zaspokojeniu głodu stanowi jej część (Narojek 1993).

Istotnym elementem kultury jest tradycja związana ze spożywaniem posiłków. Ta tradycja powinna być pojmowana bardzo szeroko i obejmować zarówno surowce wykorzystywane do przygotowywania posiłków, gotowe wyroby kulinarne, obrzędowość i sposoby przygotowywania posiłków oraz ich spożywania. Do tradycji należy również wiele elementów towarzyszących spożywaniu posiłków, jak np. miejsce i jego wystrój, legendy i opowieści związane z powstawaniem potraw, osobowość i umiejętności osób przygotowujących posiłki.

Od wieków przywiązywano ogromną wagę do tradycji żywieniowych, np. formy spożywania posiłków czy potraw przygotowywanych na różne okazje, a charakterystycznych wyłącznie dla danej społeczności, które odróżniały jedne wspólnoty od innych i jednocześnie tworzyły silne więzi między ich członkami.

Kształtowanie osobowości, a więc przekazywanie wartości, norm i wzorów kulturowych zaczyna się od wczesnych lat życia człowieka i przebiega najpierw w rodzinie, a w miarę rozszerzania się kontaktów społecznych kształtuje się również pod wpływem oczekiwań i nacisku z zewnątrz (Rembéliński 1975). Żywność spożywana w rodzinie wyznacza granice danej rodziny i symbolizuje jej odrębność. Tradycje żywieniowe przechodzą z pokolenia na pokolenie, co oznacza, iż żywność spożywana w domu rodzinnym prawdopodobnie będzie również spożywana w przyszłości (Rembéliński 1975).

Wzory żywieniowe są charakterystyczne dla poszczególnych społeczności kulturowych. To, co się jada, jak często się jada, sposób przygotowania, czas posiłku i jego porcja są ich integralną częścią, a poszczególne produkty mogą mieć znaczenie symboliczne. Jedną z najprostszych koncepcji opisujących uwarunkowania sposobu postępowania człowieka w sferze żywieniowej w przeszłości można ująć w stwierdzeniu, że ludzie spożywali żywność, która znajdowała się w ich otoczeniu bądź taką, którą spożywali ich przodkowie. W tym zdaniu jest uzasadnienie tęsknoty do smaków domu rodzinnego, regionu, z którego się wywodzi czy też potraw, których przepisy prababki przekazywały swoim córkom, a te z kolei swoim.

Szczególnie bliska polskiej tradycji jest gościnność i to rozumiana jako przyjmowanie gości w myśl powiedzenia: „czym chata bogata...”. Przez gościnność rozumie się zespół zachowań, charakterystyczny dla określonego kręgu geograficznego-kulturowego i społecznego – nakierowany na zaspokojenie podstawowych potrzeb: snu, głodu, pragnienia – innych osób – zgodnie z wyuczonymi i stale kształtowanymi wzorcami (Błaszczuk 2008, s. 224–225). W kontekście podjętego tematu źródłem wiedzy, nawyków i umiejętności związanych z gościnnością jest dialog międzypokoleniowy zarówno w aspekcie prywatnym, jak i publicznym. Z kręgu rodziny jej członkowie wynoszą nastawienie do gościnności, choć także społeczeństwo kształtuje pewne nawyki związane z gościnnością.

Żywność jest uniwersalnym środkiem służącym do wyrażania gościnności. Bliskość związków międzyludzkich może być wyznaczona poprzez rodzaj żywności i wspólnie spożywane posiłki. To właśnie dzielenie posiłku przy wspólnym stole jest jednym ze sposobów podtrzymywania i nawiązywania kontaktów międzyludzkich z daną grupą społeczną (Walcher, Kretschmer, Barnett 1976). Dzielenie się żywnością zostało uznane przez naukowców jako psychologiczny fenomen. Wszędzie tam, gdzie żywność jest dostępna w ilościach wystarczających, pojawia się psychologiczna predyspozycja do dzielenia się nią (Mauss 1973). Dzielenie się żywnością stało się też symbolem wspólnego świętowania (np. przełamywanie chlebem, czy dzielenie jajkiem).

Na myśl o wielkanocnych smakołykach i suto zastawionym stole Polacy oczami wyobraźni dostrzegają pyszną białą kiełbasę „przygotowaną tak, jak przygotowywała ją w rodzinnym domu babcia lub mama”. Za tego typu doznania odpowiada „pamięć smaku”. We wspomnieniach pozostają święta i spotkania przy stole w rodzinnym gronie, z sentymentem przywoływane jest dzieciństwo – śmigus dyngus, malowanie pisanek... Pamięć, oprócz obrazów, dźwięków i emocji, ma również zdolność przywoływania konkretnych, niezapomnianych smaków (Dominik 2010). Dialog międzypokoleniowy odciska swoje piętno w pamięci, psychice i przekłada się na pragnienie kultywowania tradycji kulinarnych. Jest to taki „most wartości” pomiędzy przeszłością i tymi, co żyli niegdyś, teraźniejszością i pokoleniami, które żyją współcześnie a przyszłością i tymi, którzy będą dziedziczyć po nas spuściznę, jaką im pozostawimy.

Międzypokoleniowa turystyka kulinarna

Walor turystyki ujawnia się w sposób całkowicie bezpośredni podczas rodzinnych podróży turystycznych. Wspólne wyjazdy stwarzają okazję do budowania bliższych relacji, kształtowania postaw prozdrowotnych i prospołecznych. Wśród motywów przewodnich, dla których turystykę uprawia się w gronie rodzinnym wyróżnić można:

- zaspokajanie potrzeb poznawczych dzieci i rodziców, osób z bliższej lub dalszej rodziny;
- stworzenie okazji do wzajemnego poznawania się, wspólnego przeżywania i doświadczania otaczających walorów turystycznych;
- łączenie i umacnianie więzi rodzinnej (Podleśna-Dudicz 2011, s. 252–253).

Doświadczenia zdobyte podczas wspólnych, rodzinnych peregrinacji sprzyjają poznawaniu kraju, motywują do dalszego działania, zachęcają do naśladowania właściwych postaw rodziców, wzbogacając tym samym osobowość młodego człowieka.

Turystyka ułatwia szukanie tego, co wspólne i właściwe, dlatego jest dobrą formą rodzinnego spędzania czasu wolnego. Łączą się tu zarówno cele wychowawcze, jak i integracyjne. Wzmacnia się przynależność młodego człowieka do wspólnoty rodzinnej. Wychowanie do uprawiania turystyki może stać się świadomym kształtowaniem osobowości dziecka poprzez osiągnięcie celów,

które uważane są przez rodzinę za priorytetowe. Utrwalone w młodości nawyki i przyzwyczajenia turystyczne w naturalny sposób są przekazywane i wpajane następnym pokoleniom. Tak rodzą się wartości oparte na tradycjach rodzinnych (Podleśna-Dudicz 2011).

Turystyka kulinarna może być rozumiana jako „podróżowanie w celu poszukiwania i smakowania gotowych potraw i napojów”. Może przybierać różne formy, w każdej z nich znajduje wykorzystanie dialog międzypokoleniowy. Wspólne podróże dziadków, rodziców, dzieci i wnuków mogą stanowić doskonałą okazję do poznawania tego, co ich łączy, do wspólnej nauki historii i utwierdzenia poczucia swojej tożsamości, są również inspiracją do kultywowania tradycji kulinarnych i przekazywania ich dalej, młodszemu pokoleniom. Turystyka kulinarna stwarza okazję do wspólnej rekreacji oraz edukacji. Poznając kuchnie regionalne i związane z nimi przejawy życia kulturalnego uruchamia się proces wychowawczy i edukacyjny młodego pokolenia. Rodzice wyjeżdżając z dziećmi w celu pokazania im walorów kulturowych mają wpływ na kształtowanie wrażliwości na wartości, które w dzisiejszym świecie odchodzą w zapomnienie. O rosnącej popularności turystyki związanej z odwiedzaniem przez turystów miejsc znanych ze znakomitej kuchni może świadczyć fakt pojawienia się na rynku licznych ofert proponujących zwiedzanie winnic, plantacji herbaty, destylarni whisky oraz browarów, pobyt w restauracjach, winiarniach i pubach, czy też uczestniczenie w masowych imprezach. Pojęcie „turystyka kulinarna” zostało wprowadzone do literatury przedmiotu przez L.M. Long w 1998 r., która uważa, że interesowanie się potrawami może być jednym ze sposobów zajmowania się innymi kulturami (za: Kowalczyk 2005). Według osób badających problematykę turystyki kulinarnej jest ona przede wszystkim:

- jedną z form turystyki;
- atrakcją turystyczną;
- częścią składową turystyki kulturowej;
- działalnością, której głównym celem jest usatysfakcjonowanie klienta;
- działaniami, których zasadniczym celem są potrawy, a nie składniki kulinarne;
- wyjątkowymi wspomnieniami gastronomicznymi, nie tylko związanymi z restauracjami o czterech i więcej gwiazdkach, ale też z bezpretensjonalnymi, które nie muszą być wykwiłtne;
- związana z małymi nakładami oraz dużym i korzyściami,
- narzędziem rozwoju gospodarczego i lokalnego.

Bardzo ważnym aspektem turystyki kulinarnej jest to, że może być ona realizowana w modelu wielopokoleniowym.

Formy kontaktu z dziedzictwem kulinarnym

Turystyka kulinarna może łączyć pokolenia. Uczestniczyć w niej mogą całe rodziny, wiedzione chęcią odwiedzania miejsc bardziej lub mniej związanych z siedliskami ich przodków. Tradycje kulinarne wyrosły z tych miejsc i nawet, gdy nie ma już domu, w którym wychował się nestor rodziny, to warto odwiedzić miejsca, w którym żyła niegdyś, pracowała i świętowała jego rodzina.

Ciekawymi miejscami kontaktu z kulinariami są obiekty gastronomiczne. To właśnie tego typu miejsca, służące przede wszystkim miejscowej ludności, kultywują najczęściej tradycje kulinarne. Na całym świecie istnieją zakątki, gdzie można skosztować potraw, które na co dzień są w menu miejscowej ludności (Boniface 2003). Są to miejsca spotkań pokoleń, mogą być atrakcją dla podróżujących szlakami kulinarnymi rodzin, jak również miejscami wymiany zdań, doświadczeń całkiem obcych sobie turystów reprezentujących różne pokolenia, a mających wspólny cel poznawczy i zainteresowania.

Gastronomia folklorystyczna odgrywa znaczącą rolę w rozwoju i utrwalaniu istniejących w Polsce norm i tradycji obyczajowych w zakresie pożywienia oraz w popularyzowaniu tradycji kuchni narodowej, a zwłaszcza jej odmian regionalnych (Orłowski, Woźniczko 2010).

Najbardziej spektakularnym obiektem, w którym można spotkać tradycyjne potrawy regionalne była i jest karczma (gospoda). W ujęciu historycznym karczma była miejscem, w którym mieszkańcy wsi i małych miasteczek spędzali czas wolny od pracy. W jej izbach odbywały się potańcówki oraz spotkania towarzyskie. Oferta gastronomiczna karczmy wiejskiej obejmowała najczęściej: chleb i nabiał, słoninę i kiełbasę, w czasie postu solone śledzie, jajka i drób, dla lepszych gości. Wiele jednak karczm ograniczało swoją działalność gastronomiczną jedynie do wyszynku trunków, produkowanych we dworze lub warzonych przez samego karczmarza. Karczma pełniła także funkcję sklepu i służyła jako dom niezbędny. Było to miejsce spotkań międzypokoleniowych.

Dzisiaj karczma to miejsce zlokalizowane na ogół w atrakcyjnych punktach miast, przy drogach prowadzących do miejscowości turystycznych, przede wszystkim w regionach, które są odwiedzane licznie przez turystów. Twórcy karczm umiejętnie wykorzystują lokalny koloryt, tradycyjny folklor, czerpią obficie z zachowanych w okolicy przepisów tradycyjnej kuchni w danym regionie, a budynek i wyposażenie nawiązuje do specyfiki kultury ludowej na danym obszarze (Orłowski, Woźniczko 2007). Obecnie wizyta w karczmie łączy ze sobą okazję przypomnienia rodzimych smaków (Orłowski, Woźniczko 2009).

Wśród form kontaktu turystów z dziedzictwem kulinarnym wymienia się również spotkanie z właścicielem cenionej restauracji lub szefem kuchni, który potrafi swoim profesjonalizmem i interesującą osobowością pobudzić klienta do pogłębiania zainteresowań kulinarnymi, czy też stać się źródłem wiedzy na ten temat. Może to być starszy człowiek, który opowiada o swoich doświadczeniach, prezentując kunszt swoich umiejętności, bądź całkiem młody kucharz lub „gastronom”, który odświeża dawne przepisy ku radości starszych pokoleń. Pięknym przykładem dialogu międzypokoleniowego jest przekazywanie firm następcom, a zwłaszcza wspólna praca pokoleń pod jednym dachem.

Niepowtarzalnym przeżyciem jest udział w imprezach kulinarnych organizowanych w karczmach regionalnych (Warmińska 2009, s. 107–105), w tym w różnego typu konkursach gastronomicznych. Turyści mogą w jednym miejscu spotkać specjały kulinarne oraz ich twórców, jednocześnie usłyszeć o historii i pochodzeniu prezentowanych posiłków. Czasem wspólne wielopokoleniowe

uczestniczenie w konkursach czy festiwalach bardzo zbliża ludzi i stwarza możliwość wymiany doświadczeń.

Atrakcją może być również uczestnictwo w świętach otwarcia nowych restauracji. Imprezom tego typu towarzyszy promocja kuchni, która będzie w nich serwowana, a wydarzenia takie przechodzą do historii i stają się niezapomnianym przeżyciem. Szczególnie warte uwagi są inicjacje działalności karczm regionalnych, których otwarciu towarzyszą obrzędy ludowe (Dominik 2009, s. 111–118). Dla osób, które chcą w sposób bardziej spektakularny zapoznać się ze specyfiką kulinarną kraju wartościowy może być udział w gastronomicznych festynach. Znane są festyny, których tematem jest prezentacja potraw, produktów kulinarnych, regionalnych i tradycyjnych. Modne staje się „ożywianie” skansenów – sam fakt gotowania na starych kuchniach chat muzealnych to okazja łączenia przeszłości z teraźniejszością. Na przykład pokaz ubijania masła – ożywienie niepraktykowanych już metod wytwarzania żywności – i możliwości skosztowania tego masła może zainteresować w równym stopniu przedstawicieli wszystkich pokoleń uczestniczących w takim pokazie: dziadków, rodziców i wnuków.

Bardzo wyrafinowanym sposobem docierania do rodzimych smaków jest poszukiwanie składników potraw. Celem wyjazdów tego typu stają się miejsca, z których pochodzą stosowane przyprawy, uprawiane są określone odmiany roślin bądź hodowane zwierzęta, których mięso jest wykorzystywane w potrawach (Long 2004, s. 20–25).

Kolejnym i silnie rozwijającym się kierunkiem promowania dziedzictwa kulinarnego jest podróżowanie tzw. gastronomicznymi szlakami. Przyjmują one różne formy i mogą łączyć w sobie również elementy charakterystycznych upraw występujących na danym szlaku, jak też potraw charakterystycznych dla danych obszarów, przez które wiedzie szlak kulinarny. Szlaki mogą obejmować jeden region, prowadzić przez różne regiony w ramach jednego kraju, czy też stanowić trasy tematyczne wiodące przez różne kraje.

Dla rodzin, którym bliskie jest przypomnienie tradycji kulinarnych polska wieś to miejsce na tyle atrakcyjne, że warto spędzić tam wolny czas. To właśnie gospodarstwa agroturystyczne i pensjonaty na wsi są miejscami kultywowania tradycji kulinarnych. Atrakcyjne jest konsumowanie oryginalnej żywności przygotowywanej w tradycyjny sposób i podawanej zgodnie z dawnym zwyczajem (Mucha-Szajek 2006).

Możliwość przygotowania przetworów z owoców i warzyw, mleka, które goście mogliby zabrać ze sobą, wyjeżdżając do domu, może być kolejną atrakcją turystyczną. Słoiki z dżemem, twaróg czy kiszone ogórki mogą być miłym wspomnieniem udanych wakacji lub prezentem przywiezionym przyjaciółom, a dla gospodarzy, poza satysfakcją, także możliwość sprzedaży produktów wytworzonych w ich gospodarstwie, a tym samym zarobienia dodatkowych pieniędzy.

Edukacyjna agroturystyka cieszy się dziś popularnością nie tylko wśród dorosłych, ale również wśród dzieci i młodzieży. Pojawiła się nawet nowa tendencja łączenia uroczystości obrzędowości rodzinnej z wyjazdami o charakterze rekreacyjno-poznawczymi do wybranego gospodarstwa agroturystycznego (Pabian 2014, s. 32).

Produkt lokalny i regionalny

Produkty regionalne i lokalne to te, które zakorzeniły się w tradycji kulinarnej najgłębiej i najbardziej zapadły w pamięć jako rodzime smaki. To również one są przytaczane jako przykład wyrobów z rodzinnego kraju dzieciom oraz wnukom przez ojców i dziadków.

Przez produkty regionalne należy rozumieć płody rolne, wyroby i przetwory żywnościowe, dzieła specyficznej jakości, ściśle związane z danym terenem, jasno określonym co do obszaru jego pochodzenia lub miejsc wytworzenia. Cechami charakterystycznymi takich produktów są ich geograficzne umiejscowienie oraz fakt, że nadal są wytwarzane. Produkty lokalne i regionalne były w Polsce przez lata zapomniane, uważane za przestarzałe i nieprzystające do wyobrażenia nowoczesnego państwa; w ostatnich latach zdają się być w Polsce na nowo odkrywane i doceniane.

Żywność regionalna otwiera możliwości rozwoju obszarów wiejskich. Produkty regionalne wywierają pozytywny wpływ na społeczności lokalne, więzi społeczne, integrują środowisko, umacniają poczucie inności, niepospolitości, wyjątkowości i utrwalają korzystny obraz regionu w oczach całego społeczeństwa. Produkty te stanowią swoisty pomost pomiędzy przeszłością, teraźniejszością i przyszłością. Wspólne poszukiwania produktów tradycyjnych i regionalnych receptur aktywizują społeczności lokalne, aktywizują się szkoły i placówki edukacyjne, a „wykopywanie” tradycji prowadzi do rekonstrukcji historycznych symboli i otwiera nowe perspektywy dla regionu. Lokalne grupy działania – koła gospodyń wiejskich, ośrodki kultury w niedużych miejscowościach itp. – to często miejsca, w których trwa żywy dialog międzypokoleniowy i jest przekazywana tradycja kulinarna. Turyści będący w różnym wieku mogą z tradycją spotkać się na szlakach swoich wędrówek i podróży.

Jako przykład inicjatywy społecznej w ramach realizacji dialogu międzypokoleniowego został zrealizowany projekt „Społeczeństwo od kuchni – integracja międzypokoleniowa mieszkańców Śliwkowego Szlaku”. W projekcie tym uczestniczyli uczniowie klasy VIa Zespołu Szkół w Lipnicy Murowanej oraz Panie „60 plus”. Głównymi celami projektu było rozbudzenie wśród młodzieży i dorosłych zainteresowań tradycjami regionu, a szczególnie sztuką kulinarną, aktywowanie społeczności lokalnej we wspólnym działaniu oraz integracja międzypokoleniowa. W ramach projektu były realizowane spotkania młodzieży z doświadczonymi gospodyniami zainteresowanymi przekazaniem swojej wiedzy kulinarnej. Realizowano również warsztaty „Smaki mojego dzieciństwa”. Podczas tych warsztatów przypomniano smaki dzieciństwa.

Dzieciństwo to czas kojarzący się z niepowtarzalnymi smakami. Do dziś pamiętamy rozpyływający się w ustach ryż z jabłkami i cynamonem, który poprawiał nastrój w zimowe popołudnia. Soczysty schab ze śliwką czy pierogi w różnej postaci, a także babcine gruszki w syropie. Powracając myślami do tamtych czasów próbowano odtworzyć na warsztatach kulinarnych niektóre smaki. Podczas warsztatów wspólnie przygotowywano potrawy. Co takiego wyjątkowego kryje się w nich, iż często przewyższają swoim smakiem najbardziej wyszukane

i ekskluzywne dania kuchni z całego świata? Ich tajemnica tkwi w ogromnej pasji, z jaką kiedyś przygotowywano nawet najprostsze potrawy. Podczas realizowania projektu młodzież stwierdziła, że była to okazja do przekonania się o tym, ile perfekcji, zaangażowania i wielkiej cierpliwości wykazywały gospodynie podczas wykonywania tak kunsztownych potraw.

Kolejne spotkanie zostało zorganizowane pod hasłem: „Tradycje kulinarne naszego regionu”. Tradycje kulinarne to ważny element dziedzictwa kulturowego. Kuchnia odgrywa ogromną rolę w promocji każdego regionu właśnie ze względu na swoją różnorodność oraz specyfikę typowych dla danego obszaru produktów żywnościowych i potraw. Kiedy dodamy do tego także tradycyjną oprawę spożywania posiłków i obchodzenia świąt, budujemy niepowtarzalny klimat, który można było poczuć na tych warsztatach.

Na tradycje kulinarne mają wpływ warunki naturalne, czyli miejsce, gdzie żywność jest produkowana, a także sposób jej wytwarzania. Równie ważne są przekazywane z pokolenia na pokolenie przepisy, technologie oraz zwyczaje żywieniowe, codzienne i świąteczne. Warsztaty te pomogły młodzieży docenić fakt przynależności do regionu, sposoby przygotowywania potraw, kultywowania tradycji regionalnych oraz dbałości o zachowywanie tradycyjnych przepisów i receptur. Wystarczy wspomnieć tu o trzęsionce lipnickiej i innych potrawach, jak np. smarowidło. Doświadczone gospodynie uczyły wykonywania tradycyjnych potraw, które gościły na co dzień w ich domach, takich jak pieczeń z kurczaka, smalec z cebulą i jabłkiem, schab ze śliwką, sałatki z brokułami i z makaronem oraz wspomniane smarowidło. Finałem projektu było spotkanie, podczas którego na sali były obecne trzy pokolenia, czyli babcie, córki i wnuczeta, gdzie podczas wspólnego biesiadowania mogli cieszyć się swoją obecnością oraz podsumować kończący się projekt.

Wspólnie ustalono, że rodzinny posiłek to świetny czas, żeby porozmawiać o planach i problemach rodzin – dzieci i starszych. W jego trakcie można przekazywać rodzinne historie i budować poczucie przynależności do rodziny. Warto podzielić się rolami i przygotować go wspólnie. W ten sposób zacieśnia się relacje, co pozwala skuteczniej mierzyć się z rodzinnymi wyzwaniami. Czas spędzony wspólnie przy stole powinien być czasem rozmowy, bliskości i budowania więzi – czasem, w którym rodzina jest razem i tylko dla siebie. Młodzi uczestnicy projektu mieli takie refleksje, że „choć pochłania nas mnóstwo spraw, powinniśmy tak potrafić zorganizować dzień, aby znalazło się w nim miejsce na wspólny rodzinny posiłek. Wyłączmy telewizor i spotkajmy się z rodziną”. Wnioski te nasunęły się młodzieży podczas trwania całego projektu, w trakcie ich pracy nad przygotowaniem posiłków, nakrywaniem do stołu, a także podczas rozmów i dzielenia się uwagami z seniorkami (Polek 2014).

Badanie pilotażowe na temat dialogu międzypokoleniowego

W celu realizacji tematu niniejszego opracowania przeprowadzono pilotażowe badania wśród 100 osób. Respondentami byli słuchacze Uniwersytetu

Trzeciego Wieku (UTW) oraz studenci studiów stacjonarnych Wydziału Turystyka i Rekreacja³. Badanie przeprowadzono w okresie maj–czerwiec 2014 r. w Warszawie. Celem badania było ustalenie:

- Czy dialog międzypokoleniowy jest możliwy?
- Czy płaszczyzną dialogu może być turystyka kulinarna?
- Czy respondenci podejmują praktyki związane z jakąś formą dialogu międzypokoleniowego?
- Czy przedmiotem tych praktyk jest tematyka kulinarna?
- Czy respondenci podróżują w modelu wielopokoleniowym?
- Czy jest to postrzegane jako walor?
- Jakie formy turystyki kulinarnej proponowane są szczególnie jako forma turystyki wielopokoleniowej?
- Czy jakieś z wymienionych form realizują respondenci w swoim życiu?

Analizując wyniki badania pilotażowego można stwierdzić, iż tematyka jest warta dalszych badań i studiów. Z odpowiedzi uzyskanych w badaniach stwierdzono, iż:

1. Dialog międzypokoleniowy jest możliwy i jest praktykowany w zakresie turystyki kulinarnej.
2. Respondenci uczestniczą w różnych inicjatywach międzypokoleniowych nie tylko we własnych rodzinach, ale również w projektach ogólnospołecznych.
3. Zarówno osoby w grupie „studentów” (w 80%), jak i w grupie „seniorów” (75%) wskazały na zainteresowanie turystyką kulinarną jako bardzo dobrą formą kontaktu międzypokoleniowego. Tylko 45% badanych podróżuje „w modelu” wielopokoleniowym. Wśród osób ankietowanych były też takie, które dodały „od siebie”, iż rodzice, dziadkowie już nie żyją, i że żałują utraty okazji na przekazywanie różnych informacji, w tym również kulinarnych, młodemu pokoleniu.
4. Wśród form turystyki kulinarnej wskazano jako najbardziej preferowane: pobyty w gospodarstwach agroturystycznych, udział w festynach, świętach, wizyty w skansenach, udział w prezentacjach i warsztatach kulinarnych.

Zakończenie

Tradycja jest zjawiskiem kulturowym, o szczególnej funkcji społecznej. Bywa utożsamiana ze zjawiskami minionymi. Zaś mechanizm jej działania w społeczeństwie polega na zachowaniu jej, nowatorstwie, stabilizacji.

Nośnikiem tradycji kulturowej może być środowisko miejskie i wiejskie. Utrzymywana jest przez wieloletnie doświadczenie społeczne wartości kulturowych, dziedzictwo materialne i niematerialne, symbol patriotyzmu rodzinnego, regionalnego, narodowego.

³ Nie są istotne instytucje, które prowadzą wymienione studia.

Wiele tradycji i zwyczajów regionalnych pielęgnowanych jest jeszcze do dziś w rodzinach i przekazywanych z pokolenia na pokolenie. W życiu rodzinnym są momenty skupiające we wspólnym działaniu rodziców i dzieci. Do nich należy zanikający zwyczaj spożywania posiłków przy wspólnym stole. Ładnie nakryty stół, pogodna atmosfera, spotkanie przy wspólnym posiłku.

Rodzina jako przekaźnik tradycji jest również przekaźnikiem kultury. „Umiejętność zapewnienia racjonalnego wypoczynku oraz warunków rozwoju zainteresowań i zamiłowań intelektualnych i kulturalnych dzieci – to ważne i niełatwe zadania, którymi obarczeni są rodzice.” (Maciejaszkowa 1980, s. 57).

Turystyka kulinarna ma swoją specyfikę, ma charakter „slow” w przeciwieństwie do tempa („fast”) codziennego, współczesnego życia oraz do wielu innych rodzajów turystyki. Nie wymaga często dużego wysiłku fizycznego, ekwipunku czy dużej witalności. Może więc łączyć pokolenia. Stanowi okazję do rozmów, opowieści oraz wzajemnego słuchania. Może mieć także charakter kontemplacyjny i wspomnieniowy. Z chęcią przypominamy sobie smaki z dzieciństwa i opowiadamy o nich. Te smaki mogą być przekazywane kolejnym pokoleniom jako swoisty certyfikat tożsamości. Turystyka kulinarna pomaga odnaleźć swoje miejsce na Ziemi, pełnej unifikacji, standaryzacji i masowości. Dialog międzypokoleniowy, który odbywa się przy użyciu turystyki kulinarnej łączy, edukuje, pozwala ocalić od zapomnienia.

Bibliografia

- Błaszczuk W., 2008, Gościnność – produkt markowy polskiej turystyki, „Rocznik Naukowy WSTiR w Warszawie”, nr 7.
- Boniface P., 2003, Tasting Tourism. Travelling for food and drink, Priscille Boniface, Ashgate Publishing Limited, Hampshire.
- Bugowska E., 2014, W poszukiwaniu korzeni, www.swiatowid.elbląg.pl; 12.09.2014.
- Dominik P., 2009, Szanse rozwoju turystyki kulinarnej w dobie postępującej dyfuzji przestrzennej składników żywności i potraw, „Turystyka i Rekreacja” nr 5.
- Dominik P., 2010, Smaki rodzime w pamięci Polaków, czyli miejsce dziedzictwa kulinarnego w turystyce polonijnej, [w:] W. Rybczyński (red.), Turystyka polonijna, zarys problemu, Almamer, Warszawa.
- Jurga K., 2014, Rozmowy (nie)kontrolowane. O dialogu międzypokoleniowym na przykładzie projektu „Seniorzy i młodzi w twórczym działaniu”, www.sim.drama.org.pl; 15.10.2014.
- Kocjan K., Międzypokoleniowy przekaz kultury, www.psychologia.net.pl; 12.12.2009.
- Kowalczyk A., 2005, Turystyka kulinarna – ujęcie geograficzne, „Turyzm” t. 15, z. 1–2.
- Long L.M., 2004, Culinary Tourism, University Press of Kentucky, Lexington.
- Maciejaszkowa J., 1980, O współżyciu w rodzinie, Nasza Księgarnia, Warszawa.
- Mauss M., 1973, Socjologia i antropologia, PWN, Warszawa.
- Mead M., 2000, Kultura i tożsamość. Studia dysonansu międzypokoleniowego, PWE, Warszawa.
- Mucha-Szajek E., 2006, Zarządzanie i usługi żywienia w agroturystyce, [w:] W. Siwiński, R.D. Tauber, E. Mucha-Szajek (red.), Zarządzanie i usługi w obszarze kultury fizycznej i hotelarstwa teoria i praktyka, Wyd. WSHiG w Poznaniu, Poznań.

- Narojek L., 1993, Niektóre aspekty uwarunkowań zachowań żywieniowych, „Prace IŻŻ”, Warszawa.
- Nowakowski S., 1957, Warszawski hotel robotniczy i jego mieszkańcy, „Kultura i Społeczeństwo”, t. I, nr 2.
- Orłowski D., Woźniczko M., 2007, Karczma jako miejsce popularyzujące regionalną kuchnię wśród turystów odwiedzających skanseny, [w:] Muzea na wolnym powietrzu a produkty regionalne, „Biuletyn Stowarzyszenia Muzeów na Wolnym Powietrzu w Polsce”, nr 10, Nowogród.
- Orłowski D., Woźniczko M., 2009, Karczma „Wygoda” jako element oferty turystycznej Kaszubskiego Parku Etnograficznego we Wdzydzach Kiszewskich, „Problemy Turystyki i Hotelarstwa” 1 (11).
- Orłowski D., Woźniczko M., 2010, Gastronomia folklorystyczna i jej wykorzystanie w turystyce, [w:] Z.J. Dolatowski, D. Kołożyn-Krajewska, Gastronomia w ofercie turystycznej regionu, Wyd. WSHiT i PTTŻ, Częstochowa.
- Pabian B., 2014, Folkloryzm i mistyfikacja w kulturowej działalności gospodarstw agroturystycznych – nieformalny sposób przekazywania wiedzy o kulturze ludowej, „Turystyka Kulturowa”, nr 9, www.turystykakulturowa.org.
- Podleśna-Dudicz K., 2011, Rodzinne uprawianie turystyki jako metoda wychowania do turystyki – w świetle badań rodzin zrzeszonych w PTTK, [w:] J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), Turystyka rodzinna a zachowania społeczne, Wyd. PTTK, „Kraj”, Warszawa.
- Polek R., 2014, Społeczeństwo od kuchni – integracja międzypokoleniowa mieszkańców Śliwkowego Szlaku, www.lipnicamurowana.pl; 20.09.2014.
- Rembeliński J., 1975, Rodzina w świetle psychologii, WSiP, Warszawa.
- Rosochacka-Gmitrzak M., Chabiera A., 2013, Dialog międzypokoleniowy między ideą a praktyką, „Biuletyn Rzecznika Praw Obywatelskich”, nr 8.
- Sanjur D., 1982, Social and cultural perspectives in nutrition, Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs, New York.
- Sujak E., 1991, Kontakt psychiczny w małżeństwie i rodzinie, Warszawa.
- Tokarz-Kamińska B., 2013, Jak kształtować partnerskie relacje między pokoleniami?, [w:] M. Rosochacka-Gmitrzak, A. Chabiera, 2013, Dialog międzypokoleniowy między ideą a praktyką, „Biuletyn Rzecznika Praw Obywatelskich”, nr 8.
- Tokarz-Kamińska B., Krzyżanowska Ł., 2014, Dobre praktyki w działaniach międzypokoleniowych na podstawie doświadczeń programu „Seniorzy w akcji”, www.recesja.icm.edu.pl; 15.10.2014.
- Walcher N.L., Kretschmer N., Barnett L.H., 1976, Food, Man and Society, Plenum Press, New York and London.
- Warmińska M., 2009, „Karczma Warmińska” – markowym produktem Warmii i Mazur, „Problemy Turystyki i Hotelarstwa” 1(11).
- Zimbardo P.G., Ruch F.L., 1998, Psychologia i życie, PWN, Warszawa.
- Żebrowska H. (red.), 1976, Psychologia rozwojowa dzieci i młodzieży, PWN, Warszawa.

Szymon Bijak

Komisja Krajoznawcza
Zarządu Głównego PTTK,
Warszawa

ODZNAKI TURYSTYCZNO- KRAJOZNAWCZE PTTK JAKO PASJA MIĘDZYPOKOLENIOWA

Wstęp

Jednym z elementów, który może wspierać poznawanie walorów i atrakcji turystycznych Polski przez szerokie kręgi turystów są odznaki turystyki kwalifikowanej i krajoznawcze Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego (PTTK). Odznakę można uznać za materialny atrybut uprawiania turystyki i krajoznawstwa oraz za swoisty miernik kwalifikacji i doświadczenia turysty (Jabłoński 2003). Może to być także wyróżnienie, identyfikator, określające przynależność do konkretnej organizacji, świadectwo pewnych zainteresowań czy dowód szczególnych zasług oraz osiągnięć. Odznaki uważane są również za doskonałe źródło aktywizacji i zwiększania uczestnictwa społeczeństwa, szczególnie zaś młodzieży, w turystyce. Mogą służyć także jako element budowania patriotyzmu lokalnego lub stanowić dodatkowe atrakcyjne narzędzie pracy dla nauczycieli, wychowawców czy instruktorów harcerskich (Jabłoński 2003, Lewandowski 2009, Bijak 2009).

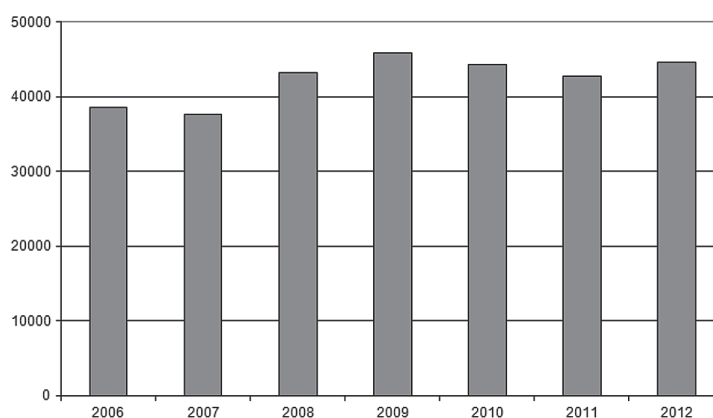
Ustanowienie odznaki sprowadza się przede wszystkim do opracowania regulaminu i przygotowania wizerunku graficznego (tzw. blachy). G. Konopacki (2001) podkreśla, że regulaminy poszczególnych odznak tworzone są z myślą, by objąć swym zasięgiem możliwie szeroki krąg odbiorców, zachęcać do poszerzania wiedzy i umiejętności przez zdobywanie coraz to wyższych stopni oraz kształtować i rozwijać, już od młodości, świadomego turystę i krajoznawcę. Warto dodać, że znaki graficzne wielu odznak można uznać za wybitne dzieła sztuki medalierskiej (Lewandowski 2008).

Celem niniejszej pracy jest przedstawienie odznak turystyczno-krajoznawczych PTTK jako potencjalnej pasji, którą mogą dzielić różne pokolenia turystów.

System odznak turystyczno-krajoznawczych PTTK

Odznaki turystyczne pojawiły się w latach 30. XX w. W roku 1932 Polski Związek Narciarski ustanowił Odznakę Górską, a w 1935 r. w Polskim Towarzystwie Tatrzańskim powołano Górską Odznakę Turystyczną – dziś najpopularniejszą z odznak turystyki kwalifikowanej (Górska... 2008). Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, powstałe w 1950 r. z połączenia Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego i Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego, zaadaptowało tę ideę i rozwinęło własny system odznak turystyczno-krajoznawczych, który obecnie obejmuje całe spektrum turystyki kwalifikowanej i krajoznawstwa. Do roku 1999 pieczę nad uchwalaniem regulaminów odznak trzymały Zarząd Główny PTTK i jego komisje programowe. Po tym czasie poszczególne jednostki organizacyjne Towarzystwa (oddziały, koła, kluby) uzyskały swobodę w ustanawianiu odznak, co zaowocowało znacznym, nieraz niekontrolowanym, wzrostem nowych propozycji (Lewandowski 2008). Do roku 1999 ustanawiano średnio około pięciu odznak rocznie. W ostatnim czasie w jednym roku przybywa przeciętnie ponad 20 nowych odznak. Szczególnie aktywny jest w tym względzie Oddział Wojskowy w Chełmie. Obecnie można zdobywać blisko 500 odznak (Lewandowski 2009, <http://www.msw-pttk.org.pl/odznaki/odznaki.html>).

Według sprawozdawczości Zarządu Głównego PTTK liczba odznak przyznanych przez wszystkie ogniwa Towarzystwa kształtuje się w ostatnich latach na poziomie około 40 tys. rocznie (rys. 1). Jest to o wiele mniej niż w latach 70. i 80. XX w., kiedy rocznie weryfikowano ponad 100 tys. odznak. Spadek ten należy wiązać z drastycznym zmniejszeniem się liczby członków PTTK po roku 1989 (Jabłoński 2003), chociaż należy zdecydowanie podkreślić, że odznaki można zdobywać niezależnie od przynależności do Towarzystwa.



Rys. 1. Łączna liczba odznak turystyczno-krajoznawczych przyznawanych rocznie przez wszystkie ogniwa PTTK w latach 2006–2012 (na podstawie sprawozdań Zarządu Głównego PTTK)

Oferta odznak turystyczno-krajoznawczych dla różnych pokoleń turystów

Podział i klasyfikacja odznak turystyczno-krajoznawczych nie jest zadaniem łatwym niezależnie od przyjętych założeń i celu (Lewandowski 2008, 2009, Bijak 2009). Wynika to tego, że cechą charakterystyczną wielu regulaminów jest ich wielowątkowość tematyczna, gdyż niejednokrotnie w celach ich ustanowienia wymieniane jest kilka zagadnień.

Dość rzadko, jak na liczbę istniejących odznak, zdarza się także konkretne określenie grupy wiekowej, dla której dana odznaka jest przeznaczona. Zdecydowana większość regulaminów nie definiuje (nie wyróżnia) odbiorcy na podstawie kryterium wiekowego, natomiast niemal powszechnym elementem występującym w zapisach regulaminowych odznak turystyczno-krajoznawczych jest granica wieku, od którego można daną odznakę zdobywać. Wprowadzenie takiej granicy motywowane jest przede wszystkim względami psychologicznymi oraz fizjologicznymi. Zwolennicy takich zapisów uważają, że podany w regulaminie wiek właściwie określa czas, w którym młodzi turyści stają się w pełni świadomymi uczestnikami wycieczek lub też nie pozwala nadmiernie eksploatować sił młodego organizmu. Przeciwnicy podają zaś przykłady konkretnych dzieci, które przechodzą określone trasy bądź rozumieją co się podczas wędrówki dzieje. Nie rozstrzygając zasadności tych rozwiązań należy zauważyć, że zawarcie takich zapisów w regulaminie odznaki powoduje pewnego rodzaju „wykluczenie” młodych turystów z jej zdobywania.

Zarówno Zarząd Główny PTTK, jak i poszczególne jednostki Towarzystwa ustanowiły znaczną liczbę odznak przeznaczonych specjalnie dla dzieci i młodzieży. Między innymi są to wpisujące się w systemy poszczególnych odznak turystyki kwalifikowanej odznaki „Siedmiomilowe buty”, Dziecięca Odznaka Kajakowa „Kiełbik”, Młodzieżowa Odznaka „Turysta Motorowy”, Dziecięca Narciarska Odznaka Turystyczna czy Młodzieżowa Narciarska Odznaka Turystyczna. Dla młodych adeptów krajoznawstwa przeznaczono Młodzieżową Odznakę Krajoznawczą, odznakę „Młody Turysta Bydgoszczy”, „Młody Krajoznawca Okolic Włocławka” oraz odznakę „Mały Powstaniec” z cyklu „Śladami Powstania Warszawskiego”. Dziecięcymi i młodzieżowymi odznakami łączącymi w swoich regulaminach elementy turystyki kwalifikowanej i krajoznawstwa są „Turysta Junior”, Dziecięca Odznaka Turystyczna, odznaki „Disney i PTTK” czy odznaka „Śladami Koziołka Matołka”. W kontekście struktury wiekowej społeczeństwa i obserwowanych obecnie jej zmian zaskakuje praktyczny brak odznak przeznaczonych dla seniorów. Jedynym przykładem odznaki, której adresatem są wyłącznie starsze osoby uprawiające turystykę i krajoznawstwo, jest odznaka „Turysta Senior”, będąca propozycją Oddziału Ziemi Tarnowskiej w Tarnowie. Wśród odznak ustanowionych przez ognia PTTK wyróżnić można także dwie odznaki międzypokoleniowe: Rodzinną Odznakę Turystyczną „Mama, tata, rower i ja”, ustanowioną przez Urząd Miejski w Zawierciu, Klub Turystyki Kolarskiej PTTK Oddziału w Zawierciu i Koło Miejskie w Zawierciu Polskiego Klubu Ekologicz-

nego Okręg Górnośląski, oraz Odznakę „Turystyczna Rodzinka” Oddziału Ziemi Tarnowskiej w Tarnowie.

Z przytoczonych przykładów odznak dla różnych pokoleń na szczególną uwagę zasługuje seria odznak ustanowionych na początku lat 80. XX w. przez Oddział PTTK w Tarnowie. Jest to jedyny cykl odznak, który w pełni realizuje ideę turystyki międzypokoleniowej. Regulaminy odznak „Turysta Junior”, „Turysta Senior” i „Turystyczna Rodzinka” cechuje brak nadmiernego skomplikowania, spójność koncepcyjna oraz komplementarność. Wspólne zdobywanie tych odznak przez kilka pokoleń turystów pozwala umacniać więzy rodzinne. Z kolei możliwość wzajemnego potwierdzania odbycia wycieczek buduje autorytety oraz pozwala na swoisty transfer wiedzy i umiejętności między poszczególnymi pokoleniami.

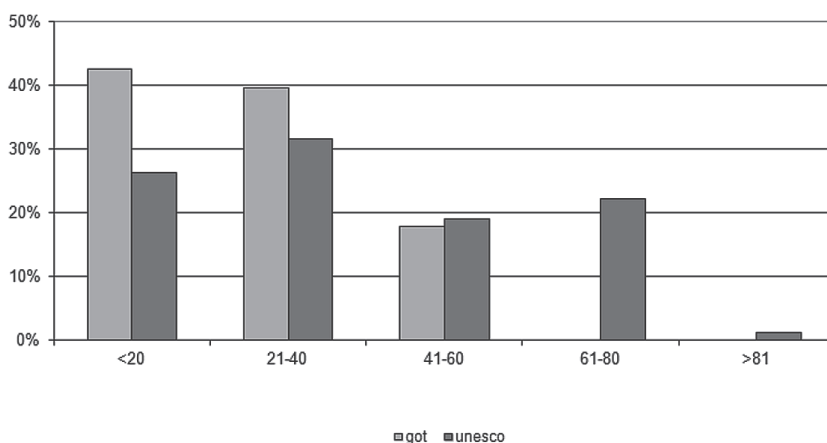
Tabela 1. Liczba wybranych odznak turystyczno-krajoznawczych przyznawanych rocznie przez wszystkie ogniwa PTTK w latach 2006–2012 (na podstawie sprawozdań Zarządu Głównego PTTK)

Rok	Siedmiomilowe Buty	Dziecięca odznaka Kajakowa „Kiełbik”	Młodzieżowa Odznaka Krajoznawcza	Dziecięca Odznaka Turystyczna	Turysta Senior
	liczba przyznanych rocznie odznak				
2006	1 591	92	1 081	–	32
2007	1 520	82	1 156	–	56
2008	1 672	53	843	–	56
2009	1 830	57	1 309	94	65
2010	1 655	84	824	234	177
2011	1 695	62	1 680	480	160
2012	2 283	72	687	846	270

Zdobywanie dziecięcych, młodzieżowych, senioralnych i międzypokoleniowych odznak turystyczno-krajoznawczych cechuje się dużym zróżnicowaniem z roku na rok (tab. 1). Największą dynamiką charakteryzuje się Dziecięca Odznaka Turystyczna, ustanowiona przez ZG PTTK w 2009 r. Z roku na rok liczba przyznanych odznak rośnie przeciętnie dwukrotnie. W przypadku istniejącej o wiele dłużej Młodzieżowej Odznaki Krajoznawczej, liczba przyznanych odznak silnie fluktuuje.

Można zauważyć pewne różnice między grupami wiekowymi turystów w preferencjach w stosunku do rodzaju zdobywanych odznak (rys. 2). Podczas gdy młodzież i dorośli częściej niż seniorzy zdobywają odznaki turystyki kwalifikowanej, to wypełnianie regulaminów odznak krajoznawczych jest bardziej popularne wśród dorosłych i starszych turystów. Różnice te wynikają zapewne w odmiennych możliwościach fizycznych i czasowych poszczególnych grup

wiekowych. Niewątpliwą rolę może odgrywać także fakt, że dzisiejsi seniorzy częściej zbierają odznaki krajoznawcze, ponieważ już wcześniej zdobyli odznaki turystyki kwalifikowanej.



Rys. 2. Liczba przyznanych odznak Górskiej Odznaki Turystycznej i odznaki „Szlakiem Zabytków Światowego Dziedzictwa UNESCO w Polsce” w 2013 r. w referacie weryfikacyjnym Oddziału Międzyuczelnianego PTTK w Warszawie



Podsumowanie

Propagowanie poznawania walorów naszego kraju przez wspólne wędrowki pokoleń turystów stanowi ważny element działalności programowej PTTK. Umożliwia to m.in. bogata oferta odznak turystyczno-krajoznawczych ustanowionych przez różne ogniwa organizacyjne Towarzystwa. Wspólne zdobywanie

odznak przez dzieci, rodziców oraz dziadków może i powinno budować więzi rodzinne i kształtować autorytety międzypokoleniowe. Jednocześnie regulaminy wielu istniejących już odznak mogłyby zostać nieco zmodyfikowane w celu zwiększenia ich elastyczności i zwiększenia możliwości zdobywania odznaki przez całe rodziny.

Bibliografia

- Bijak Sz., 2009, Przyroda w systemie odznak krajoznawczych Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego, „Studia i Materiały” CEPL w Rogowie, nr 23, s. 318–323.
- Górska Odznaka Turystyczna PTTK. Odznaki Narciarskie PTTK – regulaminy, trasy punktowane, 2008, Centralny Ośrodek Turystyki Górskiej PTTK, Kraków, ss. 135.
- Jabłoński E., 2003, 50 lat odznak turystyki kwalifikowanej i krajoznawczych w Polskim Towarzystwie Turystyczno-Krajoznawczym, „Ziemia”, s. 137–144.
- Konopacki G., 2001, Ochrona środowiska przyrodniczego i kulturowego a potrzeby współczesnej turystyki, „Ziemia”, s. 91–110.
- Lewandowski Z., 2008, Odznaki krajoznawcze i regionalne Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego, Wyższa Szkoła Społeczno-Przyrodnicza im. W. Pola, Lublin, ss. 215.
- Lewandowski Z., 2009, Odznaki krajoznawcze PTTK. Studia i materiały z dziejów krajoznawstwa polskiego – od PTK do PTTK, PTTK, Warszawa, s. 435–440.

ROZDZIAŁ 4

**REGIONALNE ASPEKTY
TURYSTYKI
MIEDZYPOKOLENIOWEJ**

Izabela Gąsior

Uniwersytet Ekonomiczny
we Wrocławiu
Wydział EZiT w Jeleniej Górze

PERCEPCJA TURYSTYKI MIĘDZYPOKOLENIOWEJ W EUROREGIONIE ŚLĄSK CIESZYŃSKI

Euroregion Śląsk Cieszyński należy do jednego z najmniejszych terytorialnie obszarów współpracy transgranicznej i obejmuje powierzchnię mniejszą niż 2000 km² południowego obszaru Polski oraz północno-wschodnich Czech. Euroregion utworzyła grupa 14 gmin polskich, działających na mocy współpracy Stowarzyszenia Rozwoju i Współpracy Regionalnej „Olza”. Po stronie czeskiej 39 partnerskich gmin tworzą Regionalne Stowarzyszenie Współpracy Czesko-Polskiej („Przegląd Rządowy”, nr 6–7, 1998). Obszar Euroregionu skupia jednak znaczącą liczbę mieszkańców około 680 tys., z tego ponad 50% przypada na część polską, tym samym wykazuje się jednym z najwyższych wskaźników zaludnienia wśród innych euroregionów.

Największą rolę w Euroregionie odgrywają zróżnicowane atrakcje turystyczne. Znane i często odwiedzane miejscowości turystyczne, leżące u podnóża Beskidów, bogactwo i różnorodność szlaków turystycznych i rowerowych oraz zabytki przypominające świetność Śląska Cieszyńskiego, to tylko niektóre czynniki wpływające na rozwój ruchu turystycznego w miejscowościach przygranicznych.

Analiza literatury wyjaśniającej definicję atrakcji turystycznej wskazuje, że pojęcie jest wypadkową wielu teorii, terminów oraz definicji utworzonych na podstawie przeprowadzonych badań. Z. Kruczek (2011) twierdzi, że atrakcje turystyczne obszaru są elementami składowymi produktu turystycznego (walory miejsca i wydarzenia, obiekty i autentyczne wytwory kultury wyższej) oznaczonymi jako szczególne miejsca, które mają zdolność przyciągania turystów i decydujące o tym, że wybierają oni dany obszar. Podobną definicję przytacza B. Goodall (1990, za: Kruczek 2011), gdzie atrakcja funkcjonuje jako miejsce charakterystyczne, często unikatowe, np. naturalne środowisko, zabytek historyczny, czy wydarzenia takie jak festiwale i imprezy sportowe. Percepcja atrakcji turystycznej uwarunkowana jest często przedziałem wiekowym, a to generuje

potrzeby i oczekiwania turystów. Wiele nowego wnosi do dyskusji nad istotą atrakcji turystycznej stwierdzenie D. McCannela (1976, za: Nowacki 2003, s. 118), że każda atrakcja turystyczna jest doznaniem kulturowym.

Dynamiczny rozwój turystyki skierowanej do wszystkich pokoleń zauważalny jest także w dużych miastach. Według K. Podemskiego (2004), atrakcje turystyczne obejmują nie tylko elementy przyrody i kultury, ale np. poziom cen, postawy ludności wobec turysty oraz urządzenia turystyczne wraz z całą infrastrukturą. Koncentracja zróżnicowanych typów walorów turystycznych i elementów zagospodarowania noclegowego, gastronomicznego oraz całego zespołu usług towarzyszących decyduje o potencjale turystycznym (Nowacki 2003). Trzeba nadmienić, że M. Nowacki (2003, za: Potocka 2009) wskazuje, iż dziedzictwo może w pewnym sensie stanowić syndrom waloru krajoznawczego. Definiowane jest ono jako „coś” przekazywanego z pokolenia na pokolenie, czym człowiek żyje obecnie i co przekáže swoim dzieciom i wnukom (Potocka 2009).

Znacząco podkreśla się działania i współpracę regionów przygranicznych na terenie Euroregionu Śląsk Cieszyński w dziedzinie społecznej, gospodarczej, kulturalnej, ale przede wszystkim w turystyce. Wzajemna znajomość struktur administracyjnych, potencjału gospodarczego i społecznego partnerów funkcjonujących po obu stronach granicy jest niezbędna w turystyce międzypokoleniowej. Otwarcie przestrzeni poszczególnych państwowych partnerów na różne dziedziny tej współpracy, a przede wszystkim na turystykę i rekreację może zapewnić zrównoważony i wielokierunkowy rozwój gospodarczy regionów transgranicznych (Hajduk 2007). Turystyka powoduje znaczące przeobrażenia społeczne i kulturowe, ma wpływ na procesy integracyjne, współpraca transgraniczna nie zagraża integralności terytorialnej państwa, lecz organizuje współpracę i reguluje stosunki sąsiedzkie między zbiorowościami terytorialnymi na szczeblu lokalnym lub regionalnym (Dobrowolski, Łata 2001, s. 17–18). Współpraca w Euroregionie obszarów bogatych w lokalną historię odgrywa dużą rolę w kształtowaniu się funkcji wychowawczej turystyki.

Projekt „Piknik w kurorcie – 150 lat tradycji jodowobromowych uzdrowisk w Jastrzębiu-Zdroju i Karwinie-Darkowie”

Współpraca regionalna oparta na działaniach międzynarodowych cieszy się dużym uznaniem Unii Europejskiej i przynosi znaczące skutki w niwelowaniu dysproporcji w rozwoju społeczno-gospodarczym, co wpływa na całokształt całej Wspólnoty. Szczególne znaczenie odgrywają pod tym względem struktury euroregionalne. Ich działania z zakresu współpracy transgranicznej podejmowane są również w Euroregionie Śląsk Cieszyński – Těšínské Slezsko. Współpraca może przebiegać na różnych poziomach, przybierać odmienne formy i aktywować różne płaszczyzny inicjatyw. Dlatego warto zauważyć działania w kierunku rozwoju turystyki, dotychczas zdeterminowanych całkowicie przez politykę gospodarki.

Potrzeba popularyzacji dwóch regionów stała się inicjatywą zrealizowania wspólnego projektu miast Jastrzębie-Zdrój oraz Karvina-Darkow. Współzależność tych dwóch kurortów Euroregionu Śląska Cieszyńskiego została uświadomiona poprzez przybliżenie kolejnym pokoleniom uzdrowskiego charakteru obydwu miast, postrzeganych dziś jako typowe ośrodki wydobywania węgla kamiennego. Na rozwój miast Jastrzębia-Zdroju i Karviny-Darkova wpłynęło odkrycie bogatych źródeł solanek jodobromowych, dzięki którym małe śląskie wsie zamieniły się w bogato działające uzdrowiska. Genezę jastrzębskiego uzdrowiska rozpoczęły poszukiwania węgla kamiennego. W roku 1861 majątek wszedł w posiadanie hrabiego wrocławskiego Feliksa von Königsdorf, który doprowadził do uruchomienia pierwszego sezonu leczniczego. Kolejnym krokiem młodego arystokraty było wykonanie badań potwierdzających zdrowotne właściwości solanki. Analizy porównawcze i badania testowe przeprowadzono pod okiem znakomitych uczonych Uniwersytetu Wrocławskiego i Kliniki Położniczej we Wrocławiu (Boratyn, Mazur 2011, s. 13). Wiosną 1861 r. powstały pierwsze zabudowania uzdrowiska – Zakład Kąpielowy wraz z czterema kabinami kąpielowymi, pijalnia oraz pokoje dla pierwszych gości (Gąsior, Szromek 2012, s. 25). Lata międzywojenne potwierdzają dynamiczny okres działalności uzdrowiska w górnośląskiej miejscowości. Jastrzębie-Zdrój odrodziło się w niepodległej Polsce i już w latach 20. XX w. poszczycić się mogło ponadpięciotysięczną frekwencją. Znamienne hasło „Jastrzębie-Zdrój – perła uzdrowisk śląskich” promowało zdrojowisko jako najsilniej radoczyne z polskich solanek jodobromowych (Gąsior, Szromek 2012, s. 27). Baza mieszkaniowa i restauracyjna wzbogaciła się o hotele i pensjonaty najwyższej klasy, przyjmując gości z Niemiec, Austrii, Rosji oraz z centralnej Polski.

Jednocześnie z budową kopalń powstało zaplecze socjalno-bytowe dla przyjeżdżających „za pracą” nowych mieszkańców Jastrzębia. Udogodnienia obejmowały mieszkania w blokach betonowych, domy towarowe, budynki szkół i przedszkoli. Wraz z dynamicznym rozwojem górnictwa na terenie miasta zanikały bezpowrotnie źródła solankowe (Gąsior, Szromek 2012, s. 28). Na początku lat 90. minionego wieku uzdrowisko odwiedzili ostatni kuracjusze, głównie ze schorzeniami narządu ruchu, przebywali w zredukowanych już obiektach sanatoryjnych. Chociaż podjęto wiele starań, jastrzębskie uzdrowisko bezpowrotnie zakończyło działalność w 1994 r., a miasto stało się 100-tysięcznym miastem górniczym. Mimo bliskiego sąsiedztwa kopalń węgla kamiennego i podobnej genezie powstania czeskie uzdrowisko funkcjonuje do dziś jako kompleks Uzdrawiska Darków – Sanatorium Rehabilitacyjne, oferujące nowoczesne formy leczenia pacjentów na bazie miejscowego źródła wody jodobromowej. Nie tylko historia powstania uzdrowisk wraz z zapleczem socjalnym połączyła obie miejscowości. Również właściwości lecznicze źródła działają korzystnie na choroby narządu ruchu, schorzenia neurologiczne oraz choroby układu krążenia.

Piknik w kurorcie realizowano przez placówki kulturalne strony polskiej i czeskiej, a wnioskodawcą był Miejski Ośrodek Kultury w Jastrzębiu-Zdroju, cechujący się wieloletnim doświadczeniem w organizacji działań kulturalnych, również w zakresie projektów dofinansowanych przez UE, w tym również z Euroregionu

Śląsk Cieszyński. Realizacja projektu odbywała się zgodnie z Programem Operacyjnym Wspólnoty Transgranicznej Republika Czechi – Rzeczpospolita Polska 2007–2013, wspierającego rozwój kultury i turystyki.

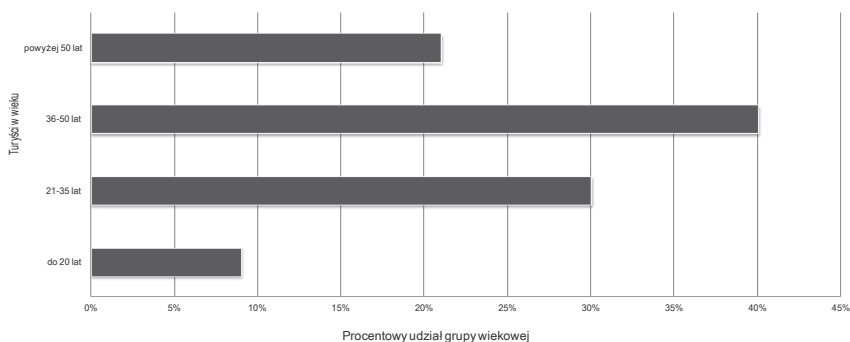
O ile jastrzębski kurort sanatoryjny na zawsze pozbawiony został jodobromowej solanki, to uzdrowisko Darków oferuje nie tylko leczenie sanatoryjne, ale również promuje profilaktykę zdrowotną czynnie wykorzystując zdrowotne właściwości solanki. Bogata oferta czeskiego uzdrowiska była do tej pory rzadko wykorzystywana przez polskich przygranicznych kuracjuszy. Natomiast Jastrzębie-Zdrój zachęcać może czeskich turystów do podziwiania pouzdrowskiej architektury. Patrząc na tę część miasta, w której mieściło się zdrojowisko zauważa się nieliczne zmiany w urbanistyce lokalnej. Spora część budynków zachowała dawny charakter przedwojennego kurortu. Fontanna oraz basen kąpielowy cieszą się nadal ogromnym zainteresowaniem. Do dziś park zdrojowy, wraz z licznymi alejkami parkowymi, posiada gatunki drzew i roślin na miarę ogrodów południowych. Łazienki, pijalnię wód oraz Dom Zdrojowy odrestaurowano wiernie z pierwowzorem. W sezonie wiosenno-letnim mieszkańców miasta i regionu przyciągają liczne koncerty w zabytkowej muszli koncertowej. Wielkim wkładem naukowym było odnalezienie autentycznych dzienników i zapisków niemieckich lekarzy sanatoryjnych. Poczyniono starania w kierunku tłumaczenia dokumentów, w efekcie czego pojawiły się na rynku unikatowe monografie i albumy z XIX w. Kluczowe dla projektu jest wspieranie współpracy transgranicznej w zakresie rozwoju i wzmacniania kontaktów rodzinnych, społecznych oraz interpersonalnych poprzez organizację imprez kulturalno-edukacyjnych i rekreacyjno-turystycznych. Jako cel szczegółowy projektu zalicza się poszerzanie transgranicznej współpracy partnerskich placówek oraz ludności dzięki poszerzaniu wiadomości na temat historii partnera, nawiązanie dialogu międzykulturowego i przełamanie barier językowych. Projekt wpisuje się w priorytet Funduszu Mikroprojektów w punkcie „wspomaganie działań podtrzymujących tożsamość i tradycje społeczeństw lokalnych oraz wymiana kulturalna i opieka nad wspólnym dziedzictwem kultury”.

Zwrócono również uwagę na aktywowanie różnych grup docelowych: dzieci i młodzieży, rodzin, emerytów i rencistów, miłośników historii lokalnej, społeczności lokalnych, mieszkańców Euroregionu, w szczególności miasta Jastrzębia-Zdroju i Karwiny, przedstawicieli polskich i czeskich uzdrowisk, wzbudzając lokalny patriotyzm i dumę z przynależności do społeczności miast o unikatowym charakterze. Transgraniczna realizacja projektu odegrała ważną rolę przy ochronie i zachowaniu dziedzictwa kulturowego oraz historii tej części Euroregionu przekazywana z pokolenia na pokolenie. Częścią kulminacyjną projektu były dwie imprezy plenerowe (w 2012 i 2014 r.) o charakterze przedwojennego pikniku w kurortach. W ramach realizacji przygotowano szereg atrakcji jako element promocji walorów turystycznych miast. Powstały dwujęzyczne tablice informacyjne, będące częścią wystawy plenerowej, albumy dotyczące historii Domu Zdrojowego i Łazienek II. W ramach projektu powstała szeroka gama produktów promocyjnych, tj. monet pamiątkowych, map, gazet, stempli, widokówek oraz wyreżyserowano czarno-biały film fabularny. Dla najmłodszych udostępniono

zabawki, a animatorzy integrowali całe rodziny grami w klasy i cymbergaja. Dodatkowym atutem były stroje i rekwizyty z epoki oraz przejażdżka zabytkowymi samochodami. Działania promujące wydarzenie po stronie polskiej i czeskiej realizowane były na każdym etapie trwania projektu. Imprezę plenerową w Jastrzębiu-Zdroju zaplanowano na wiosnę w czasie, kiedy to w dawnym kurorcie uzdrowskim otwierano sezon dla kuracjuszy. Projekt był niewątpliwie okazją do międzynarodowych spotkań.

Percepcja Euroregionu Śląsk Cieszyński w opinii odwiedzających

Na potrzeby niniejszej pracy przeprowadzono badania ankietowe dotyczące charakterystyki profilu turysty odwiedzającego Euroregion, a także jego percepcji przestrzeni turystycznej. Badania przeprowadzono w miejscowościach Euroregionu (Ustroń, Wisła, Brenna, Istebna, Jastrzębie-Zdrój, Karwina) w lipcu i sierpniu 2014 r. Ankietę wypełnili respondenci w różnym wieku, a następnie uporządkowano odpowiedzi z uwzględnieniem podziału na cztery grupy wiekowe. W badanej próbie 395 respondentów 41% stanowili mężczyźni, a 59% kobiety. Dominującą grupą były osoby w wieku od 36–50 lat (158), drugą grupę tworzyły osoby w przedziale 21–35 lat (118), a ostatnią w wieku do 20 lat (35).

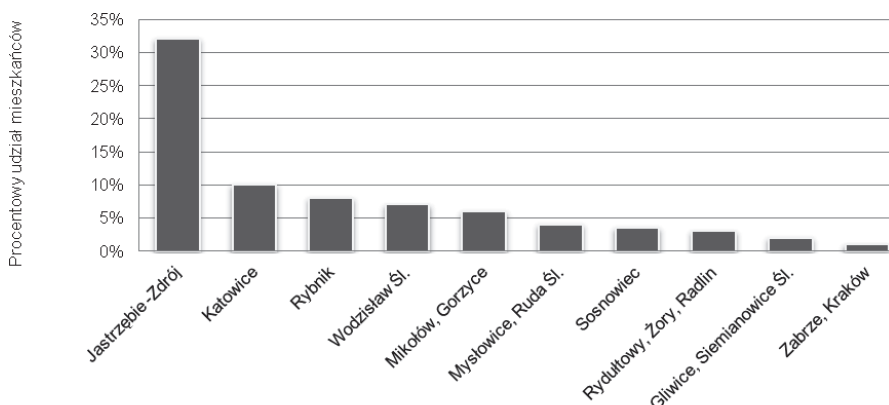


Rys. 1. Struktura respondentów według wieku. Źródło: badania własne.

W świetle uzyskanych wyników można stwierdzić, że w badanej próbie 40% odwiedzających stanowiły rodziny, najczęściej z przedziałów wiekowych 21–35 oraz 36–50 lat. Jedna piąta ankietowanych podróżowała z partnerem lub ze znajomymi, najliczniej w grupie wiekowej 21–35 lat. Wyjazdy zorganizowane wybierało 7% odwiedzających, najczęściej w wieku 21–35 lat. Najmłodsza grupa respondentów wybierała podróże ze znajomymi lub rodziną, a grupa 50+ podróżowała najczęściej poza sezonem turystycznym.

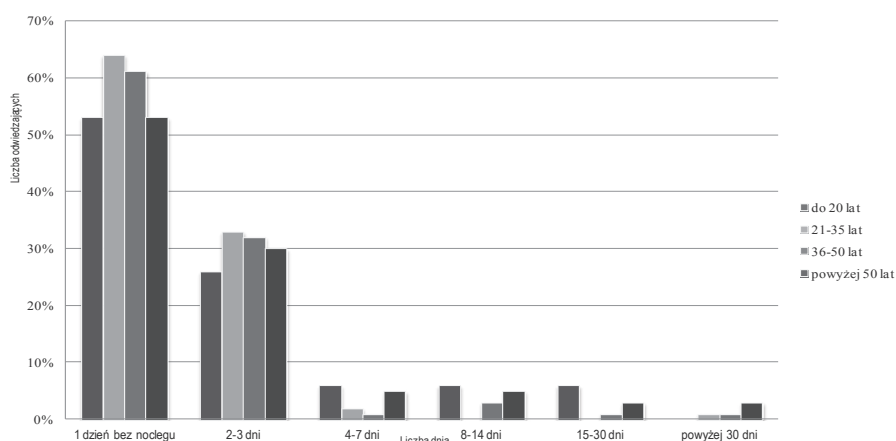
Dla precyzyjnego określenia percepcji i oczekiwań turystów ważna jest także informacja o wielkości miejsca zamieszkania respondentów, która determinuje formę spędzania czasu wolnego. Analiza wielkości miejscowości wskazuje na silną koncentrację miejsc pochodzenia. Ogółem odnotowano, że wśród turystów odwiedzających Euroregion Śląsk Cieszyński dominowali mieszkańcy wo-

jewództwa śląskiego, najliczniej z gmin samego Euroregionu oraz aglomeracji GOP-u. Znacząca liczba odwiedzających pochodziła ze średnich i dużych miast. Tylko 6% stanowili mieszkańcy wsi (np. Mszana, Gołkowice, Skrzyszów) i małych miast (np. Radlin, Rydułtowy, Lubartów).



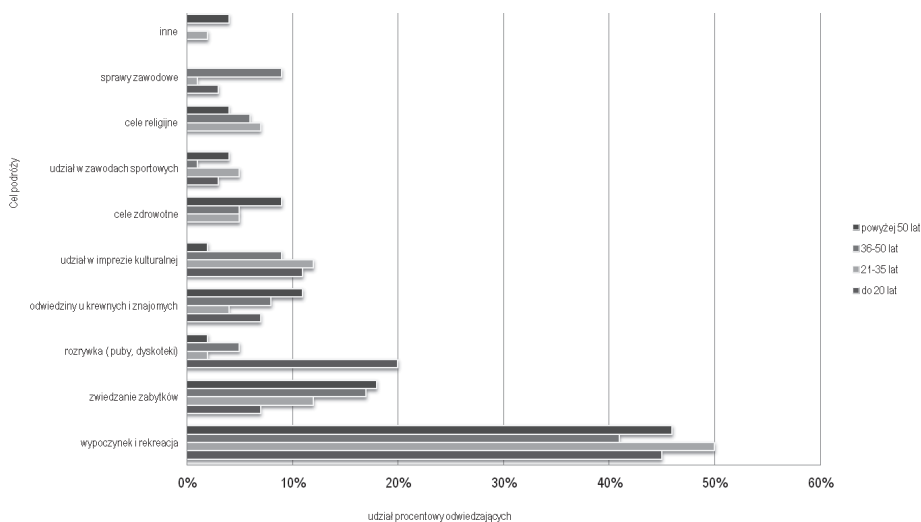
Rys. 2. Miejsce zamieszkania respondentów. Źródło: badania własne

Ponad połowa respondentów pochodziła z miejscowości oddalonych od Euroregionu o około 30 km. Jedna piąta ankietowanych to osoby zamieszkujące tereny oddalone do 80 km. Mapa obszarów pochodzenia odwiedzających pozwala wnioskować, że zasięg oddziaływania przestrzennego Euroregionu był zdeterminowany czynnikiem dostępności oraz stopnia urbanizacji obszaru pochodzenia turystów. Wśród przyjeżdżających na teren Euroregionu Śląsk Cieszyński znalazły się również osoby z województwa mazowieckiego, łódzkiego, pomorskiego, dolnośląskiego, małopolskiego oraz opolskiego.

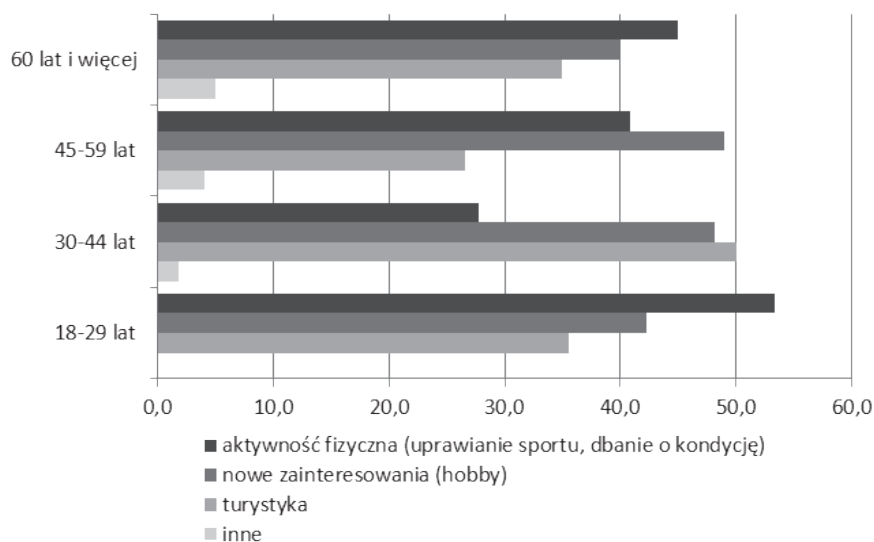


Rys. 3 Długość pobytu respondentów w miejscowościach Euroregionu Śląsk Cieszyński. Źródło: badania własne

Ponad połowa ankietowanych deklaruwała, że przyjeżdża na teren Euroregionu na jeden dzień. Aż 30% respondentów w wieku od 20 do 36 lat pozostaje na 2–3 dni (zwykle weekendy). Tygodniowe i dłuższe pobyty wiązały się przede wszystkim z turnusami sanatoryjnymi lub koloniami letnimi. Pozostałe 3% odwiedzających przebywało w badanych miejscowościach powyżej 30 dni z powodu odwiedzin u krewnych lub znajomych, tak było np. w Jastrzębiu-Zdroju.



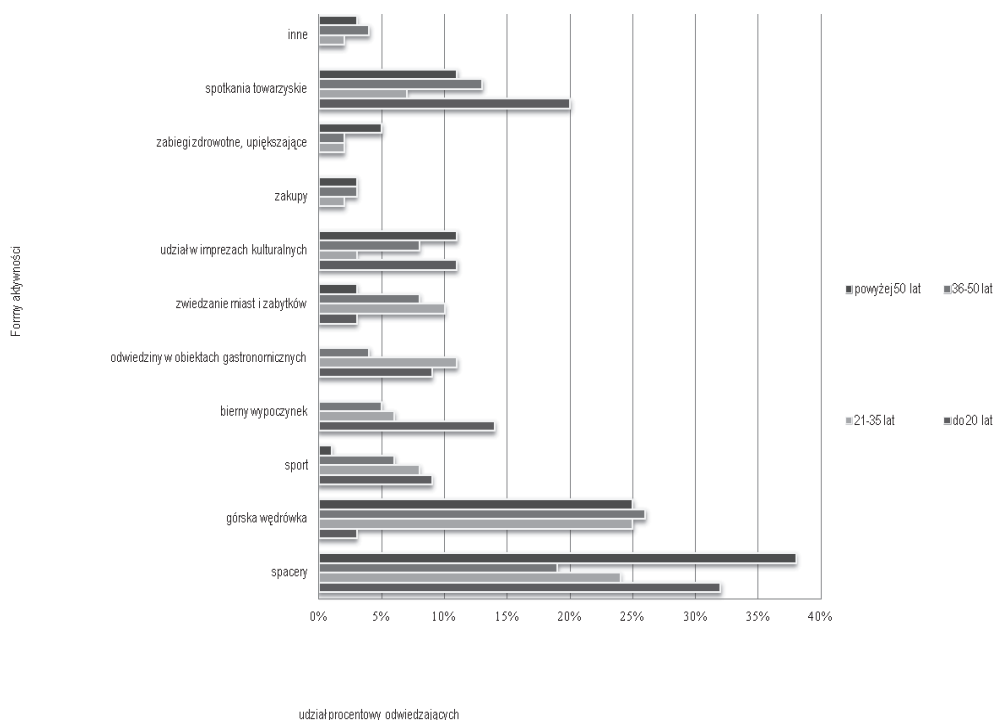
Rys. 4. Cel podróży do Euroregionu Śląsk Cieszyński. Źródło: badania własne



Rys. 5. Motywacja respondentów do odwiedzenia Euroregionu Śląska Cieszyńskiego. Źródło: badania własne

Wszystkie grupy wiekowe cechują się podobnym celem podróży. Wśród respondentów każdej grupy wiekowej wskazywano jako główny aspekt cel turystyczny (wypoczynek i rekreacja). Stosunkowo duży udział osiągnął również przyjazd związany ze zwiedzaniem zabytków dla grupy 50+ (18%) i dla grupy 36–50 lat (17%), ale tylko co 10. uczestnik grupy ankietowanych do 20 lat. Imprezy kulturalne stały się atrakcją dla 12% osób z przedziału wiekowego 21–35 lat oraz 10% w drugim i trzecim przedziale wiekowym. Dla 10% respondentów w wieku 36–50 lat i powyżej 50 lat celem przyjazdu były również odwiedziny u krewnych lub znajomych. Analiza kolejnych odpowiedzi wskazała jednak dominanty charakterystyczne dla danej grupy wiekowej. Młodzież preferowała rozrywkę (20%), starsze grupy wiekowe cele zdrowotne (6%) i religijne (5%). Dla 10% respondentów w wieku 36–50 lat Euroregion Śląsk Cieszyński był powodem przyjazdu służbowego.

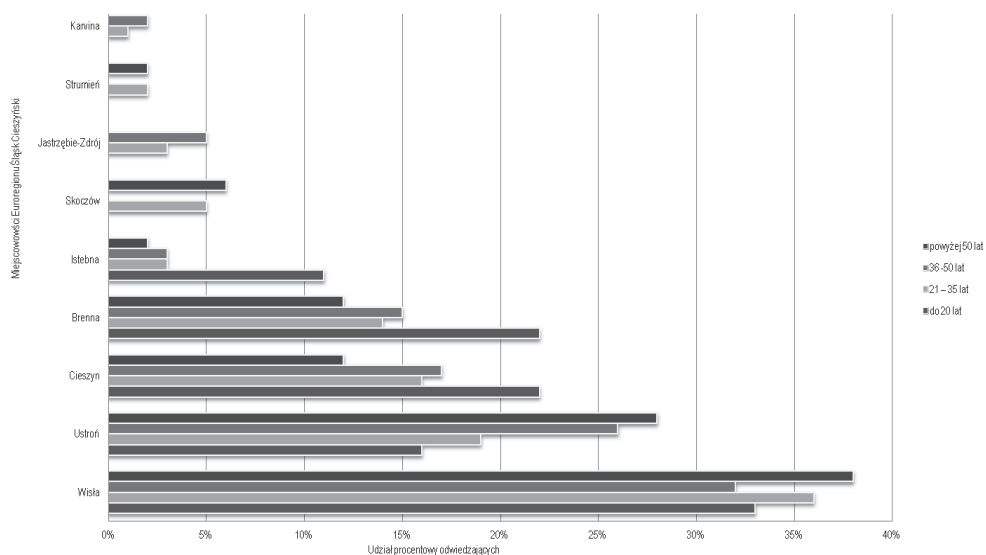
Na pytanie o motywację odwiedzenia Euroregionu prawie 1/3 wszystkich respondentów podała walory przyrodnicze. Powodem była bliska odległość miejscowości oraz krótki czas dojazdu. W przypadku opinii respondentów grup wiekowych 21–35 i 36–50 lat dla prawie 10% znacząca stała się cena produktów i usług turystycznych oraz różnorodność atrakcji ze względu na zainteresowania dzieci. Wszystkie grupy wiekowe wybierały miejscowości ze względu na odbywające się w nich imprezy kulturalne.



Rys. 6. Forma aktywności respondentów podczas pobytu na terenie Euroregionu. Źródło: badania własne

Tereny transgraniczne Euroregionu Śląsk Cieszyński są dla blisko 25% ankietowanych miejscem aktywnego wypoczynku. Preferowaną formą rekreacji zarówno dla grupy osób w wieku do 20 lat, jak i powyżej 50 lat są spacery. Nieco inaczej kształtuje się analiza poszczególnych grup wiekowych. Odwiedzający z przedziału wiekowego 21–36 lat odwiedzają i obiekty gastronomiczne (10%), i zwiedzają miasta oraz zabytki. Ankietowani w wieku 36–50 lat podkreślali również, że biorą chętnie udział w imprezach (7%) czy w spotkaniach towarzyskich (13%). Warto podkreślić jest to, że tylko 3% ankietowanych w wieku do 20 lat korzysta z górskich wycieczek na rzecz biernego spędzania czasu ze znajomymi. Tylko co 10. z ankietowanych osób potwierdza zaangażowanie w sport.

Analiza udzielonych odpowiedzi pozwala wskazać dziewięć miejscowości (Wisła, Ustroń, Cieszyn, Brenna, Istebna, Skoczów, Strumień, Jastrzębie-Zdrój, Karwina), które najczęściej odwiedzali respondenci. Najwięcej, bo 33% ankietowanych ze wszystkich grup wiekowych wyjeżdżało do Wisły, ponad 25% osób z przedziału wiekowego 21–36 lat oraz powyżej 50 lat wybiera Ustroń. Zabytkowe miasto Cieszyn to ulubione miejsce dla 1/6 odwiedzających, najliczniej reprezentowana jest grupa w wieku do 20 lat (22%). Kolejnymi miejscowościami turystycznymi są Brenna oraz Istebna. Tylko nieliczni utożsamiają Euroregion Śląsk Cieszyński z Jastrzębiem-Zdrój czy Karwiną.



Rys. 7. Miejscowości Euroregionu odwiedzane przez respondentów.

Źródło: badania własne

Podsumowanie

Percepcja turystyczna Euroregionu Śląska Cieszyńskiego w opinii odwiedzających potwierdza pierwszorzędne znaczenie walorów wypoczynkowych. Z przeprowadzonej analizy wynika, że turystyka w Euroregionie opiera się przede

wszystkim na walorach przyrodniczych. Potwierdziły to także odpowiedzi na pytania o atrakcyjność turystyczną i rekreacyjną oraz o preferowane sposoby spędzania czasu wolnego, w których najczęściej wybierane odpowiedzi również wiązały się z przyrodą. Ponadto istotną rolę odgrywają głęboko zakorzenione w świadomości turystów walory kulturowe. Pomimo że respondenci wskazują na dominanty charakterystyczne dla każdej grupy wiekowej, to jednak godnym podkreślenia są elementy łączące pokolenia. Ankietowani prezentowali podobne formy spędzania czasu wolnego oraz motywację do odwiedzenia miejscowości. Powyższe fakty skłaniają do stwierdzenia, że teren Euroregionu Śląska Cieszyńskiego jest bardzo atrakcyjny dla odwiedzających oraz przyczynia się do rozwoju turystyki w różnych grupach wiekowych. Piknik w kurorcie był nawiązaniem do wspólnej uzdrowiskowej historii łączącej dawne kurorty. Pogłębienie i popularyzacja wiedzy może mieć wpływ na rozwój turystyki wśród mieszkańców gmin Euroregionu. Zaprezentowana analiza turysty odwiedzającego Euroregion, jego preferencji spędzania czasu wolnego, a także wybór najczęściej odwiedzanych miejscowości, potwierdza celowość realizacji przygotowanego produktu turystycznego dostosowanego do potrzeb wymienionych grup. Projekt przybliżył wachlarz walorów turystycznych na tle bogactwa kultury miast zdominowanych przez przemysł górniczy. Wspólne poznawanie historii było okazją do dialogu międzypokoleniowego również w ujęciu międzynarodowym. Przeprowadzone badania uwiaryściły jednak ograniczoną wiedzę na temat zakresu terytorialnego. Większość respondentów utożsamiała obszar Euroregionu tylko z obszarem polskiej strony Beskidu Śląskiego, typując tylko zaledwie 2–3 miejscowości, które historycznie i etnograficznie związane były z miastem Cieszyn. Brak informacji na temat gmin tworzących Euroregion potwierdza często podawanie błędnych miejscowości obejmujących inne euroregiony lub Beskid Żywiecki. Analizując odpowiedzi, zauważa się także brak zainteresowania folderami, ulotkami o atrakcjach turystycznych czy pogłębiania wiedzy o regionie. Tylko co 20. odwiedzający w wieku do lat 20 odwiedził punkt informacji turystycznej. Dlatego organizowanie imprez kulturalnych, które oparte są na wiedzy, doświadczeniu i spuściźnie kulturowej kilku pokoleń odgrywa istotną rolę.

Badania wykazały, że respondent pozostaje na terenie Euroregionu średnio jeden dzień, bez noclegu, wybierając głównie spacer, imprezy kulturalne i zwiedzanie miast. Celowe wydaje się tutaj stworzenie i promowanie atrakcji turystycznych zatrzymujących turystę na dłużej, opierając się na lokalnej współpracy przedsiębiorstw turystycznych. Kompleksowe produkty turystyczne, np. ścieżki tematyczne czy lokalne wycieczki po regionie, przyczyniłyby się zarówno do zwiększenia ruchu turystycznego na analizowanym obszarze, ale także przyniosłyby wiele korzyści ekonomiczno-społecznych, tj. dodatkowy zysk przedsiębiorstw działających w branży turystycznej, wzrost przychodów twórców lokalnych, powstanie nowych miejsc pracy w podmiotach działających w branży turystycznej i zmniejszenie bezrobocia oraz powstanie nowych przedsiębiorstw działających w tej branży. Nieodzownym działaniem wydaje się tutaj koordynowanie tym procesem z wykorzystaniem odpowiedniej strategii działań marketingowych. Tym bardziej zasadniczą rolę odgrywać będą inicjatywy władarzy

miast, organów samorządowych i lokalnych przedsiębiorców, a znajomość potencjału turystycznego umożliwi świadome kształtowanie kolejnych inwestycji z nastawieniem na turystykę dla każdego odwiedzającego.

Bibliografia

- Boratyn M., Mazur D., 2011, Jastrzębie-Zdrój – Dzieje uzdrowiska, Legra, Jastrzębie Zdrój.
- Europejska konwencja ramowa o współpracy transgranicznej między wspólnotami i władzami terytorialnymi, z dnia 21.05.1980 r. w Madrycie, Dz. U. z 1993 r., nr 61, poz. 287.
- Euroregion Śląsk Cieszyński, Informacja Departamentu Integracji Europejskiej i Współpracy Międzynarodowej MSWiA (84–85) czerwiec–lipiec, „Przegląd Rządowy” 1998, nr 6–7.
- Gąsior I., Szromek A.R., 2012, Historyczny kontekst działalności uzdrowiskowej w Polsce. Uzdrowiska i ich funkcja turystyczno-lecznicza, red. A.R. Szromek, Proksenia, Kraków.
- Goodall B., 1990, The Dynamics of Tourism Place Marketing, [w:] G. Ashworth, B. Goodall, Marketing Tourism Places, Routledge, London.
- Hajduk S., 2007, Szlaki turystyczne jako element integracji regionów transgranicznych, „Człowiek i Środowisko”, 31, s. 88–103.
- Kruczek Z., 2011, Metody badań atrakcji turystycznych. Atrakcje turystyczne. Fenomen. Typologia. Metody badań, Proksenia, Kraków, s.18–36.
- Nowicki M., 2003, Wrażenia osób zwiedzających atrakcje turystyczne, „Folia Touristica”, 14.
- Podemski K., 2004, Socjologia podróży, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.
- Potocka I., 2009, Walory turystyczne, [w:] Z. Młynarczyk, A. Zajadacz (red.), Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki, ser. „Turystyka i Rekreacja – Studia i Prace”, t. III, Wyd. UAM, Poznań.
- www.olza.pl; 14.08.2014.



W trakcie ogólnopolskiej konferencji popularnonaukowej „Międzypokoleniowe aspekty turystyki”, Kalatówki 22-24.09.2014 r., referat wygłaszają dr Joanna Kowalczyk-Anioł i dr hab. Bogdan Włodarczyk, fot. Elżbieta Matusiak-Gordon

**Marcin Warchoła,
Małgorzata Skulimowska**

Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna, im.
ks. B. Markiewicza w Jarosławiu,
Instytut Stosunków Międzynarodowych

POSTAWY PODKARPACKICH RODZIN WOBEC FENOMENU WSPÓŁCZESNEJ TURYSTYKI

Wstęp

Uczestnictwo w kulturze fizycznej i aktywność turystyczna nie są tylko sprawą swobodnego wyboru jednostki, ale ich poziom zdeterminowany jest kompleksem czynników, wśród których Z. Drozdowski (1986) wymienił najistotniejsze: wiek, dyspozycje somatyczno-motoryczne, stan zdrowia, a zwłaszcza motywacje. Te ostatnie kształtowane są przede wszystkim w pierwotnym środowisku wychowawczym, tj. rodzinie, której znaczenie w sferze wychowania do uczestnictwa w kulturze fizycznej trudno przecenić (Siwiński 2007, s. 181). Obowiązek wychowania do kultury fizycznej (w tym do czasu wolnego, turystyki i rekreacji), polegający na popularyzowaniu wzorów, tworzeniu różnorodnych modeli organizowania czasu wolnego, kształtowaniu nawyków, przyzwyczajajeń i postaw ciąży również na szkole, organizacjach społecznych i środkach masowego przekazu (Demel, Humen 1970).

Inicjację turystyczną młodzież zawdzięcza rodzinie i szkole, a utrwalanie nawyków turystycznych dodatkowo środowisku rówieśniczemu. Jednak, jak zauważyła Z. Lubowicz, wobec uczniów rodzina, szkoła, grupa rówieśnicza odgrywają rolę inicjatywną, lecz nie powodują, że młody człowiek automatycznie staje się turystą. Środowiska te inspirują młodzież do aktywności turystycznej, lecz nie zawsze utrwalają turystyczne potrzeby i postawy (Lubowicz 1990). Dlatego też każdemu wychowawcy, któremu bliska jest turystyka, powinno zależeć na wykształceniu u wychowanków pozytywnych postaw wobec turystyki, jest to bowiem niezbędny, aczkolwiek niewystarczający, warunek do tego, by w przyszłości młodzi ludzie samodzielnie podjęli aktywność turystyczną (Lubański 2006).

Według S. Nowaka „postawą pewnego człowieka wobec pewnego przedmiotu jest ogół względnie trwałych dyspozycji do oceniania tego przedmiotu

i emocjonalnego nań reagowania oraz ewentualnie towarzyszących tym emocjonalno-oceniającym dyspozycjom względnie trwałych przekonań o naturze i własnościach tego przedmiotu i względnie trwałych dyspozycji do zachowania się wobec tego przedmiotu” (Marody 1976, s. 15). Czyli jest to względnie trwała tendencja do pozytywnego lub negatywnego wartościowania jakiegoś obiektu przez człowieka (Wojciszke 2006, s. 180–181). Według T. Mądrzyckiego (1977, s. 18): „postawę można określić jako względnie stałą i zgodną organizację poznawczą, uczuciowo-motywacyjną i behawioralną podmiotu, związaną z określonym przedmiotem czy klasą przedmiotów”.

Te definicje zakładają, iż na postawę składają się trzy komponenty: 1) komponent poznawczy, czyli przekonania człowieka do danego obiektu, 2) komponent emocjonalno-motywacyjny, czyli skłonność do określonego wartościowania danego obiektu, 3) komponent behawioralny, czyli tendencja do pozytywnych lub negatywnych zachowań w stosunku do tego obiektu (Wojciszke 2006, s. 181).

S. Mika stwierdził, że o postawie możemy mówić wówczas, gdy: a) w otoczeniu jednostki istnieje pewien przedmiot czy fakt; b) jednostka spostrzega ten przedmiot, tworzy sobie o nim określone przekonania, które zostają utrwalone; c) jednostka w trakcie swoich kontaktów z przedmiotem i w miarę kształtowania o nim przekonań ustosunkowuje się do niego w pewien sposób; d) stosunek emocjonalny do przedmiotu motywuje jednostkę do określonych zachowań wobec niego. Przy czym zachowania te można ująć w kategoriach pozytywnych, negatywnych lub neutralnych, albo inaczej – w kategoriach zbliżenia, unikania lub agresji (Mika 1975, s. 67).

Jednak podstawowym wymiarem jest zawsze wymiar wartościowania, stąd też zdaniem B. Wojciszke istotą postawy jest właśnie tendencja do pozytywnego–negatywnego ustosunkowania się do obiektu (Wojciszke 2006, s. 181).

Spośród najważniejszych cech postawy T. Mądrzycki wyróżnił: a) treść przedmiotową – określenie jej przedmiotu, inaczej mówiąc, czego dotyczy; b) zakres postawy – określenie liczby przedmiotów, których dotyczy; c) kierunek postawy – uszeregowanie ustosunkowania się wobec określonego przedmiotu; d) siła postawy – określenie „mocy” postawy od krańcowo pozytywnej do krańcowo negatywnej; e) złożoność – określenie stopnia rozwinięcia poszczególnych komponentów postawy; f) zwartość – określenie stopnia zwartości poszczególnych komponentów postawy; g) trwałość – określenie stopnia trwałości, odporności na zmiany danej postawy; h) miejsce postawy w systemie postaw – ustalenie miejsca wśród innych postaw tworzących pewien zespół, strukturę. Obierając za kryterium powyższe cechy autor dokonał klasyfikacji postaw i choć stwierdził, że jest to zadanie niezmiernie trudne, zaproponował następujący podział: a) postawy personalne (wobec ludzi, w tym postawy intrapersonalne – wobec samego siebie oraz postawy interpersonalne – wobec innych), postawy rzeczowe (wobec przedmiotów), postawy wobec instytucji społecznych i norm społecznych itp., b) postawy jednostkowe (wobec jednego przedmiotu) i postawy ogólne (wobec kilku przedmiotów), c) postawy negatywne i pozytywne, d) postawy słabe i silne, e) postawy pełne (dotyczące wszystkich komponentów) i niepełne, f) postawy intelektualne, uczuciowo-motywacyjne i behawioralne, g) postawy

silnie i słabo zintegrowane, h) postawy trwałe i mało trwałe (Mądrzycki 1977, s. 26–32).

S. Nowak (1973) wyróżnił trzy rodzaje postaw, przyjmując jako kryterium „funkcję oraz znaczenie przedmiotu postawy dla jej podmiotu”. Do postaw tych zaliczamy: a) postawy instrumentalne: ustosunkowujemy się pozytywnie (lub negatywnie) do przedmiotu postawy ze względu na oceniane korzyści (następstwa), wynikające z przyjętej postawy; b) postawy właściwe: ocena przedmiotu jest niezależna od jego funkcji czy konsekwencji istnienia, dokonujemy oceny przedmiotu jako takiego; c) postawy identyfikacyjne: w których następuje rozszerzenie się osobowości na przedmiot oceny, a także utożsamienie naszych potrzeb (postaw) z potrzebami (postawami) bliskich nam osób (Kossewska 2000, s. 84).

J. Turowski zauważył, że ponadto wyróżnia się tzw. postawy centralne w strukturze osobowości, zwane też nadrzędnymi, związane z systemem wartości podstawowych, autotelicznych czy egzystencjalnych, oraz postawy spoza centralnego trzonu postaw, dotyczące wartości instrumentalnych (Turowski 1993, s. 54).

Postawa, zdaniem B. Wojciszke (2006, s. 209), oprócz możliwości wykształcania się na bazie własnych doświadczeń podmiotu, a więc dotychczasowych emocji, przekonań i zachowań związanych z jej obiektem, może być też przejmowana od innych osób. T. Mądrzycki (1977, s. 51) jest zdania, że postawy tworzą się w oparciu o doświadczenie społeczne, tradycję kulturową, którą jednostka przejmuje od innych ludzi oraz w wyniku jej własnych działań i doświadczeń. Z kolei S. Mika (1975, s. 86) twierdzi, że kształtowanie się postaw jest zdeterminowane głównie czynnikami społecznymi, a tylko w nieznacznym stopniu czynnikami wewnętrznymi, np. motywacją.

Turystyka jest zjawiskiem społecznym, wobec którego ludzie przyjmują różne postawy. Mogą to być postawy o różnym kierunku, sile czy też trwałości. Do zaistnienia odpowiedniej postawy wobec zjawiska turystyki i rekreacji potrzebny jest odpowiedni system działań zapewniający wypoczynek, rozrywkę i samodoskonalenie. System ten, zdaniem S. Toczek-Werner (red. 2005, s. 25), powinien obejmować po pierwsze rodzinę, po drugie nowoczesną szkołę środowiskową, a po trzecie społeczność lokalną za pośrednictwem instytucji, placówek i organizacji wychowania pozaszkolnego.

R. Winiarski i J. Zdebski (2008, s. 30–32) analizując podejście adolescentów do turystyki stwierdzili, że dla pewnej grupy stanowi ona wartość autoteliczną, czyli element rozwoju i samodoskonalenia. Do tej grupy zaliczyli osoby z pewnym stażem turystycznym, zdobywców przeróżnych odznak turystycznych i krajoznawczych. To właśnie w nich autorzy widzą przyszłych przewodników, przodowników i instruktorów różnych specjalności turystycznych. Pozostałych zaliczyli do grupy, która traktuje turystykę instrumentalnie, jako okazję do atrakcyjnego spędzenia czasu w grupie kolegów, możliwość przeżycia czegoś nowego czy sprawdzenia swoich umiejętności.

O ujmowaniu turystyki w sposób instrumentalny i autoteliczny pisze również J. Lipiec, który zauważa, że o ile „turystyka pierwszego rodzaju (instrumentalne-

go) musi zakładać jakieś inne, transcendentne wobec wędrówki, godne zdobycia walory, to w drugim, autotelicznym sensie – ona sama staje się intencjonalnie docelową, wartością nadrzędną” (Lipiec 2003, s. 94).

Analizując stosunek ludzi do turystyki K. Lubański (2006) stworzył następującą strukturę postaw wobec tego zjawiska:

1. Postawy autoteliczne – turystyka postrzegana jest jako wartość sama w sobie. W ramach postaw autotelicznych możemy wyróżnić:
 - a) postawę interioryzacyjną – turystyka stanowi integralny element stylu życia;
 - b) postawę internalizacyjną – turystyka jest odczuwana jako konieczność życiowa.
2. Postawy instrumentalne – turystykę traktuje się jako instrument czy narzędzie niezbędne do realizacji celów pozaturystycznych. W tym zakresie można wyróżnić trzy odmiany:
 - a) postawę kontemplacyjną, wykorzystującą sytuację turystyczną do wzbudzenia pewnych refleksji związanych z sobą, osobami bliskimi czy otaczającymi człowieka zjawiskami;
 - b) postawę zadaniową – wyjazd stwarza możliwości realizacji różnorodnych zadań, np. poznawczych, twórczych, integracyjnych, rekreacyjnych, zdrowotnych czy hedonistycznych;
 - c) postawę konformistyczną – chęć dostosowania się do norm grupy, odniesienia poprzez wspólne uczestnictwo w imprezie.
3. Postawy nieaprobujące – turystyka nie jest traktowana jako atrakcyjna forma spędzania czasu. Można tu zaobserwować dwa warianty zachowań:
 - a) postawę obojętną – ewentualne uczestnictwo w turystyce jest spowodowane różnie rozumianym przymusem zewnętrznym (rodzinnym, szkolnym czy służbowym);
 - b) postawę unikającą – kategoryczne odrzucenie możliwości spędzania czasu w sposób turystyczny.

K. Lubański (2006, s. 158) podkreśla, że w powyższej koncepcji najsilniej pozytywna jest postawa interioryzacyjna, obojętna jest postawa zadaniowa, zaś najsilniej negatywna – postawa unikająca. Pozostałe mają wartości pośrednie w kolejności powyżej przedstawionej.

Zestawiając wyniki dotychczasowych badań dotyczących stosunku ludzi młodych wobec zjawiska turystyki (m.in. K. Lubańskiego 1987, Z. Lubowicz 1990, B. Radkowskiej 1992, P. Różyckiego 2000, J. Derbich 2006, A. Warteckiej-Ważyńskiej 2007, B. Maj 2007) można wysunąć kilka wniosków. Adolescenci nie mają silnie rozbudzonych zainteresowań w zakresie turystyki, wśród postaw wobec tego zjawiska dominuje postawa instrumentalna, a coraz częściej obserwuje się zachowania konformistyczne, przejawiające się poszukiwaniem towarzystwa kolegów i koleżanek, a same wyjazdy młodzież zaczyna traktować jako oderwanie się od codzienności. Mało jest osób reprezentujących postawy autoteliczne, dla których turystyka jest autentyczną pasją, traktujących ją jako element stylu

życia. Więcej jest tych, którzy zachęceni przez nauczyciela, rodzica lub bardziej aktywnych kolegów wybierają ten rodzaj aktywności, gdyż taki sposób spędzania czasu wydaje się dla nich atrakcyjny.

Z obserwacji R. Winiarskiego i J. Zdebskiego wynika, że odpowiednie postawy wobec turystyki wśród dzieci są silnie skorelowane z postawami wobec tego zjawiska zajmowanymi przez ich rodziców. Zdaniem tych uczonych, jeżeli rodzic traktuje turystykę autotelicznie, jest ona elementem jego stylu życia, własnego rozwoju i samorealizacji, to wpaja podobne zachowania swojemu dziecku. Przejawia się to m.in. poprzez wspólne wyjazdy turystyczne, czy też poprzez zdobywanie przez dzieci odznak turystycznych. Takie podejście do fenomenu turystyki w rodzinie wydaje się zatem wzorcowe, gdyż będzie owocowało traktowaniem jej jako pożądanej wartości we wszystkich okresach życia (Winiarski, Zdebski 2008, s. 33).

Cel badań

Celem niniejszej pracy była próba określenia postaw młodzieży ze szkół ponadgimnazjalnych z terenu województwa podkarpackiego oraz ich rodziców wobec fenomenu współczesnej turystyki. Na potrzeby niniejszego opracowania została wykorzystana wcześniej przedstawiona koncepcja K. Lubańskiego. Autorzy zdają sobie sprawę, że badanie postaw wymaga zastosowania odpowiedniej techniki i narzędzi badawczych (takich, jak np. skala trójczłonowa Likerta czy skalogram Guttmana), a podejście badawcze zaprezentowane w niniejszej pracy jest dużym uproszczeniem, jednakże analiza postaw wobec turystyki stanowiła jedynie część zakrojonych na większą skalę badań mających na celu zdiagnozowanie stanu wykorzystania aktywności turystycznej na potrzeby wychowawcze i edukacyjne młodzieży szkół ponadgimnazjalnych z terenu Podkarpacia. Dlatego też temat postaw wobec tego zjawiska został potraktowany na poziomie ogólności. Ten sposób prezentacji wyników badań wydaje się jednak wystarczający i poprawny.

Materiał i metoda

Badaniami objęto młodzież uczęszczającą do różnych typów szkół ponadgimnazjalnych (liceum ogólnokształcące – LO, technikum – T, zasadnicza szkoła zawodowa – ZSZ) z terenu Podkarpacia. Za Podkarpacie uznano obszar administracyjny województwa podkarpackiego. Dokonano celowego doboru próby i do badań wytypowano młodzież uczącą się w drugich klasach (na tym etapie edukacji). Badania przeprowadzono w następujących miastach:

1) miasta do 20 tys. mieszkańców – Brzozów, Sieniawa, Ropczyce; 2) miasta do 50 tys. mieszkańców – Jarosław, Sanok, Dębica; 3) miasta do 100 tys. mieszkańców – Przemyśl, Krosno; 4) miasta do 500 tys. mieszkańców – Rzeszów. Metodami badań wykorzystywanymi w niniejszej pracy były sondaż diagnostyczny oraz obserwacja, natomiast spośród technik badawczych zastosowana została technika ankietowania. Ankieta konstrukcji własnej zawierała 34 pytania, wśród

których znajdowały się pytania dotyczące postaw wobec zjawiska turystyki. Były to pytania otwarte oraz pytanie zamknięte oparte na koncepcji postaw wobec turystyki K. Lubańskiego.

Badania główne, ze względu na ich rozległość, przeprowadzono w latach 2010–2011. Łącznie wzięło w nich udział ponad tysiąc respondentów. Następnie, po weryfikacji ankiet, do analizy zakwalifikowano kwestionariusze 979 uczniów. W tej liczbie znalazło się 507 kobiet (51,68%) i 472 mężczyzn (48,32%); 454 uczniów liceów ogólnokształcących (46,39%), 405 uczniów techników (41,30%) oraz 120 uczniów zasadniczych szkół zawodowych (12,21%).

Badania wśród rodziców przeprowadzono podczas wywiadówek i innych spotkań szkolnych. Udało się w ten sposób dotrzeć do 323 respondentów, jednak weryfikacja kwestionariuszy pozwoliła zakwalifikować do dalszej analizy jedynie 267, z czego 209 były to ankiety wypełnione przez kobiety, a jedynie 58 przez mężczyzn. Kwestionariusz ankiety dla rodziców został skonstruowany samodzielnie przez autorów.

Wyniki badań

Analiza danych zawartych w tab. 1 i 2 wykazała, że zdecydowanie największa liczba badanych zajmowała wobec turystyki postawy instrumentalne. Łącznie ponad połowa respondentów traktuje uczestnictwo w wyjazdach turystycznych jako pewnego rodzaju korzyść dla siebie, czy też narzędzie niezbędne do realizacji celów pozaturystycznych. Najliczniejszą grupę wśród nich stanowili ci, dla których wyjazd turystyczny stanowił możliwość przebywania w grupie rówieśników. Postawą konformistyczną, przejawiającą się podjęciem decyzji o uczestnictwie w imprezie turystycznej na zasadzie: „inni jadą, więc ja też”, charakteryzowało się 28,38% ankietowanych. Możemy dostrzec tu pewne różnice w zależności od płci oraz rodzaju szkoły, do której uczęszczali badani. Otóż chęć dostosowania się do norm panujących w grupie poprzez wspólną podróż częściej wykazywały się dziewczęta (31,50%) niż chłopcy (25,05%). Postawa taka była jednocześnie bardziej powszechna wśród uczniów zasadniczych szkół zawodowych (32,50%) oraz uczniów liceum (30,48%), natomiast nieco rzadziej taki stosunek do turystyki prezentowali uczniowie technikum (24,88%). Poza tym w grupie postaw instrumentalnych znalazły się jeszcze postawy kontemplacyjne i zadaniowe. Postawą kontemplacyjną wobec wyjazdów turystycznych wykazało się 13,94% ankietowanych. Dla nich najważniejsze okazało się to, że podczas wyjazdu mają możliwość wzbudzania pewnych refleksji nad sobą, osobami bliskimi czy też otaczającymi ich zjawiskami. Podobna liczba młodych ludzi przyjmowała wobec turystyki postawę zadaniową. Równe 12% badanych uznało, że wyjazd turystyczny umożliwia im poznawanie nowych ludzi i nowych miejsc, jest miejscem aktywności, rekreacji i wypoczynku oraz spełnia inne zadania. Nie zauważono istotnych różnic pod tym względem między dziewczętami i chłopcami. Jeśli pod uwagę weźmiemy rodzaj szkoły, do której uczęszczali ankietowani, to wówczas zauważymy, że postawą kontemplacyjną najczęściej wykazywali się uczniowie techników (17,00%), najrzadziej zaś uczniowie zasad-

niczych szkół zawodowych (9,17%). Natomiast postawa zadaniowa był reprezentowana przez uczniów liceum (13,82%) i technikum (12,07%) na podobnym poziomie, zaś wśród uczniów „zawodówek” odnotowano jedynie jednostkową jej obecność (4,17%).

Na drugim miejscu w ogólnej strukturze postaw badanej młodzieży wobec turystyki znalazły się niestety postawy nieaprobujące. Łącznie co czwarty z respondentów (25,94%) nie uważał turystyki jako atrakcyjnej formy spędzania czasu. Byli wśród nich ci, którzy traktowali ją obojętnie, tzn. wyjeżdżali poza miejsce swojego zamieszkania, jeśli była taka konieczność, natomiast jeśli nie zachodziła taka „potrzeba”, nie podejmowali aktywności turystycznej (20,04%). W ich przypadku o ewentualnym uczestnictwie w wyjeździe decydowała pewna forma nacisku zewnętrznego, np. ze strony rodziców, nauczycieli czy opiekunów. Niestety, to podejście do zjawiska turystyki było drugim (po postawie konformistycznej) najczęściej prezentowanym przez badaną młodzież z Podkarpacia. Zaznaczyć trzeba, że takim stosunkiem do podróżowania znacznie częściej wykazywali się mężczyźni (24,85%) niż kobiety (15,55%). Ważny pod tym względem okazał się typ szkoły, do której uczęszczali badani. Najlicniejszą grupę „obojętnych” wobec turystyki stanowili bowiem uczniowie zasadniczych szkół zawodowych (31,67%), najmniej liczni w tym względzie byli licealiści (12,06%). Drugim typem postawy wobec wyjazdów turystycznych z grupy postaw nieaprobujących była postawa unikająca. Zakłada ona kategoryczne odrzucenie możliwości spędzania czasu w sposób turystyczny, a więc unikanie wszelakich form wyjazdów poza miejsce zamieszkania. Wśród badanych adolescentów taki stosunek do turystyki zgłosiło 5,90% ogółu respondentów. Po raz kolejny częściej robili to mężczyźni (8,63%) niż kobiety (3,35%) oraz uczniowie „zawodówek” (14,17%) i uczniowie techników (6,90%), w porównaniu z uczniami z liceów (2,85%).

Niestety, dopiero na trzecim miejscu w ogólnej strukturze postaw wobec fenomenu turystyki prezentowanych przez badaną populację znalazła się grupa postaw autotelicznych. Turystykę za wartość samą w sobie uznawało jedynie 19,33% ogółu respondentów, z czego dla 5,49% ankietowanych stanowiła ona integralny element stylu życia. To właśnie wśród nich możemy poszukiwać osób, które uprawiają turystykę regularnie i jest ona dla nich zachowaniem wolnoczasowym. Mówimy w tym wypadku o postawie interoryzacyjnej, a więc uczynieniu turystyki częścią swojej wewnętrznej struktury myślowej. Nie stwierdzono różnic w zakresie tej postawy między dziewczętami i chłopcami. Zaistniała natomiast różnica pomiędzy uczniami poszczególnych typów szkół. Okazało się, że uczniowie liceów (8,77%) znacznie częściej uznawali turystykę za element stylu życia w porównaniu z uczniami techników (2,96%) oraz uczniami ZSZ (1,67%). Drugą grupę wśród postaw autotelicznych stanowili ci, dla których turystyka odczuwalna była jako konieczność życiowa. W stosunku do 13,84% ankietowanych stwierdzono taką postawę, przejawiającą się tym, że turystyka stanowi dla nich zachowanie zajmujące bardzo ważne miejsce w hierarchii wartości. Zauważono różnice w zakresie tej postawy między kobietami (17,13%) i mężczyznami (10,32%) oraz między uczniami poszczegół-

nych typów szkół; liceum (18,86%), technikum (10,32%), zasadnicza szkoła zawodowa (6,67%).

Tabela 1. Stosunek młodzieży do fenomenu turystyki a płeć badanych

Stosunek wobec turystyki	Płeć					
	Kobieta		Mężczyzna		Razem	
	N	%	N	%	N	%
Postawa interioryzacyjna (turystyka jest elementem stylu życia)	22	4,33	32	6,74	54	5,49
Postawa internalizacyjna (turystyka jest odczuwana jako konieczność życiowa)	87	17,13	49	10,32	136	13,84
Postawa kontemplacyjna (wyjazd stwarza możliwość refleksji nad sobą i otoczeniem)	78	15,35	59	12,42	137	13,94
Postawa zadaniowa (wyjazd stwarza możliwość realizacji pewnych zadań)	64	12,60	54	11,37	118	12,00
Postawa konformistyczna (chęć dostosowania się do norm grupy, wspólne uczestnictwo w imprezie)	160	31,50	119	25,05	279	28,38
Postawa obojętna (wyjazd spowodowany jest przymusem zewnętrznym)	79	15,55	118	24,84	197	20,04
Postawa unikająca (kategoryczne odrzucenie spędzania czasu w sposób turystyczny)	17	3,35	41	8,63	58	5,90

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Stosunek młodzieży do fenomenu turystyki a rodzaj szkoły, do której uczęszczali badani

Stosunek wobec turystyki	Szkoła							
	LO		T		ZSZ		Razem	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Postawa interioryzacyjna (turystyka jest elementem stylu życia)	40	8,77	12	2,96	2	1,67	54	5,49
Postawa internalizacyjna (turystyka jest odczuwana jako konieczność życiowa)	86	18,86	42	10,34	8	6,67	136	13,84
Postawa kontemplacyjna (wyjazd stwarza możliwość refleksji nad sobą i otoczeniem)	57	12,50	69	17,00	11	9,17	137	13,94

Postawa zadaniowa (wyjazd stwarza możliwość realizacji pewnych zadań)	64	13,82	49	12,07	5	4,17	118	12,00
Postawa konformistyczna (chęć dostosowania się do norm grupy, wspólne uczestnictwo w imprezie)	139	30,48	101	24,88	39	32,50	279	28,38
Postawa obojętna (wyjazd spowodowany jest przymusem zewnętrznym)	55	12,06	104	25,62	38	31,67	197	20,04
Postawa unikająca (kategoryczne odrzucenie spędzania czasu w sposób turystyczny)	13	2,85	28	6,90	17	14,17	58	5,90

Źródło: opracowanie własne.

Nim przedstawiono młodzieży strukturę postaw względem zjawiska turystyki według koncepcji K. Lubańskiego, zadano respondentom otwarte pytanie brzmiące: Czym dla Ciebie jest turystyka? Jak ją rozumiesz? Najczęściej pojawiające się odpowiedzi pogrupowano i na tej podstawie powstała następująca struktura:

1. Postawy autoteliczne: a) turystyka jest miejscem realizowania moich marzeń (1,32%), b) turystyka jest poznaniem samego siebie (0,61%), c) turystyka jest dla mnie źródłem inspiracji (0,41%).
2. Postawy instrumentalne: a) turystyka to zwiedzanie, poznawanie świata, innych regionów (43,44%), b) turystyka to forma wypoczynku (20,14%), c) turystyka to miły i aktywny sposób spędzania czasu wolnego (13,73%), d) turystyka to poszerzanie wiedzy na temat historii, kultury i tradycji różnych miejsc (10,78%), e) turystyka to po prostu wyjazd na kilka dni ze swojej miejscowości (8,65%), f) turystyka to oderwanie się od rzeczywistości, codzienności, od domu, szkoły (3,05%), g) turystyka to kontakt z przyrodą (2,44%), h) turystyka to podróż, wyprawa w nieznaną (0,31%).
3. Postawy nieaprobuje: a) turystyka jest dla mnie niczym, nie rozumiem jej (3,36%), b) turystyka jest sposobem męczenia ludzi (1,05%), c) turystyka to nudne i bezsensowne zwiedzanie (0,97%).

Ta klasyfikacja potwierdza strukturę postaw wobec zjawiska turystyki zaprezentowaną powyżej. Z luźnych wypowiedzi ankietowanych wynika bowiem, że oprócz małej grupki respondentów praktycznie wszyscy traktują turystykę instrumentalnie, dostrzegając w niej możliwość realizacji przeróżnych zadań. Począwszy od aspektów poznawczych, wypoczynkowych, hedonistycznych, po aspekty integracyjne lub poszukiwanie przygody. Jedynie śladowy procent badanych, na podstawie wypowiedzi, może zostać zakwalifikowany do przyjmujących postawę autoteliczną (łącznie 2,34%). To ci, którzy widzą w turystyce sposób spełniania marzeń, źródło inspiracji, czy też sposób na poznanie samego siebie. Natomiast nieco więcej było takich, którzy mają stosunek bezwzględnie

nieaprobujący (łącznie 5,38%). Zapytani – czym jest dla nich turystyka? – odpowiedzieli po prostu, że „niczym” lub stwierdzali wręcz, że wyjazdy turystyczne „ich męczą i nudzą”.

Jak już wcześniej wspomniano, rodzice są w znacznym stopniu wzorem postępowania dla swoich dzieci. Sytuacja ta dotyczy również zachowań w obrębie kultury fizycznej i turystyki, dlatego też w celu lepszej oceny realizacji procesu wychowania przez turystykę i do turystyki w podkarpackich rodzinach przedstawiono wyniki badań przeprowadzonych wśród rodziców badanej młodzieży. Dane z tab. 3 dotyczą opinii rodziców na temat ich stosunku wobec turystyki, a więc umiejscowienia jej w pewnej hierarchii wartości, którą w swoim życiu się kierują.

Tabela 3. Stosunek rodziców do fenomenu turystyki a płeć

Stosunek wobec turystyki	Płeć					
	Kobieta		Mężczyzna		Razem	
	N	%	N	%	N	%
Postawa interioryzacyjna (turystyka jest elementem stylu życia)	13	6,22	4	6,90	17	6,37
Postawa internalizacyjna (turystyka jest odczuwana jako konieczność życiowa)	21	10,05	7	12,07	28	10,49
Postawa kontemplacyjna (wyjazd stwarza możliwość refleksji nad sobą i otoczeniem)	36	17,22	8	13,79	44	16,48
Postawa zadaniowa (wyjazd stwarza możliwość realizacji pewnych zadań)	56	26,79	16	27,59	72	26,97
Postawa konformistyczna (chęć dostosowania się do norm grupy, wspólne uczestnictwo w imprezie)	18	8,61	4	6,90	22	8,24
Postawa obojętna (wyjazd spowodowany jest przymusem zewnętrznym)	59	28,23	18	31,03	77	28,84
Postawa unikająca (kategoryczne odrzucenie spędzania czasu w sposób turystyczny)	6	2,87	1	1,72	7	2,62
Ogółem	209	100,00	58	100,00	267	100,00

Źródło: opracowanie własne.

Analizując otrzymane dane i porównując je do struktury postaw ludzi wobec fenomenu turystyki zaproponowanej przez K. Lubańskiego, niestety można zauważyć pewne niepokojące fakty. Mianowicie, największa liczba badanych rodziców (28,84%) wykazuje postawę obojętną wobec tego zjawiska. Twierdzą

oni, iż mogą wyjechać poza miejsce swojego stałego zamieszkania jedynie jeśli zachodzi taka potrzeba. Podobna liczba badanych (26,97%) widzi w aktywności turystycznej możliwości realizacji różnych zadań, np. poznawczych, twórczych, rekreacyjnych, wypoczynkowych itp. Część rodziców (16,48%) uznała, że wyjazd turystyczny stwarza im możliwość refleksji nad sobą, czy też nad otaczającym światem. Osoby te wykazały się zatem postawą kontemplacyjną. Jedynie pewien niewielki odsetek badanych traktuje turystykę autotelicznie. Dla jednych jest ona integralnym elementem stylu życia (6,37%), a dla innych turystyka odczuwana jest jako potrzeba, konieczność życiowa (10,49%). Przy czym nie zauważono istotnych różnic między jej traktowaniem przez kobiety i mężczyzn.

Taki stan rzeczy jest bardzo niekorzystny z punktu widzenia wychowania przez turystykę i wychowania do turystyki, ponieważ w sytuacji, gdy rodzic sam negatywnie wartościuje pewne zjawiska (w tym przypadku fenomen turystyki) lub pozostaje wobec nich obojętny, dziecko najczęściej przejmuje ten sam wzorzec zachowania. W tym przypadku widoczny jest zatem związek postaw wobec turystyki prezentowany przez rodziców z postawami zajmowanymi przez ich dzieci.

Wnioski

Podsumowując zagadnienie postaw rodzin wobec fenomenu turystyki możemy stwierdzić, iż wiodącą postawą wobec zjawiska turystyki, zajmowaną przez podkarpacką młodzież ze szkół ponadgimnazjalnych jest bezwzględnie postawa instrumentalna. Młodzi najczęściej dostrzegają w uprawianiu turystyki sposób realizacji wielu innych celów, często pozaturystycznych. Najważniejsza w tej grupie okazała się postawa konformistyczna, przejawiająca się podejmowaniem decyzji o uczestnictwie w imprezie turystycznej obecnością na niej kolegów i koleżanek. Mamy w takiej sytuacji do czynienia z pewnym rodzajem mody lub nawet pośredniego nacisku psychicznego. Zachowanie turystyczne w myśl powiedzenia: „inni jadą, więc ja też”, rodzi pewne niebezpieczeństwo. Tak naprawdę młody człowiek nie widzi pozytywów wyjazdu turystycznego. Nie chce być jednak gorszy od rówieśników z klasy czy z tzw. paczki znajomych i dlatego podejmuje decyzję o uczestnictwie w imprezie turystycznej. Jednak z drugiej strony nie powinno to dziwić, ponieważ młody człowiek w wieku dojrzewanego poszukuje akceptacji innych ludzi, szczególnie rówieśników. Chęć przebywania z innymi, przynależności do grupy, troska o najbliższych, bliskie koleżeństwo, czułość, a w szczególności poszukiwanie akceptacji wynikające z potrzeby bezpieczeństwa, to podstawowe założenia afiliacji, a zarazem podstawowe dążenia młodego człowieka. Według wskazań K. Lubańskiego, ten rodzaj postawy, stosując kryterium kierunku i siły, należy uznać już jako postawę o kierunku negatywnym. Pozostałe dwie postawy instrumentalne, czyli kontemplacyjną i zadaniową, możemy uznać za neutralne wobec turystyki. Wśród badanych adolescentów z Podkarpacia odgrywały one również ważną rolę. Bardzo niepokojące jest natomiast to, że znaczny odsetek badanych (ponad 25%, czyli co czwarty badany) nie próbuje turystyki jako formy spędzania swojego

czasu, przyjmując wobec niej stosunek obojętny lub wręcz unikający. Niestety, okazało się, że dla ponad 20% respondentów wyjazd poza miejsce zamieszkania był wynikiem pewnej formy nacisku zewnętrznego. Mógł być wywołany przez nauczyciela, opiekuna, rodzica, a nawet kolegę czy koleżankę. Z kolei jedynie co piąty z ankietowanych traktuje udział w wyjazdach turystycznych autotelicznie, czyli jako wartość samą w sobie.

Zaprezentowane wyniki badań są zatem zbieżne z przedstawioną powyżej wcześniejszą diagnozą tego zjawiska zaprezentowaną przez innych badaczy. Wynikało z niej, że już we wcześniejszych latach młodzież wykazywała się instrumentalnym podejściem do fenomenu turystyki, dominowały zachowania konformistyczne, a w samych wyjazdach adolescenti najczęściej poszukiwali towarzystwa kolegów i koleżanek. Zauważyć możemy zatem, że badana populacja uczniów szkół ponadgimnazjalnych z terenu Podkarpacia nie różni się pod tym względem od swoich rówieśników z innych regionów Polski.

Istotne w kontekście wychowania turystycznego były wyniki badań świadczące o stosunku rodziców do fenomenu turystyki. Niestety, okazały się one niezbyt pocieszające, a to z racji tego, że spora część badanych rodziców przyjmowała wobec tego zjawiska społecznego postawę obojętną. Ewentualne uczestnictwo w turystyce było spowodowane różnie rozumianym naciskiem zewnętrznym, mogło być np. skutkiem mody. Jednak znalazły się i takie osoby, które turystykę traktowały autotelicznie i instrumentalnie, potrafiące wskazać na korzyści wynikające z jej uprawiania.

Na podstawie powyższego możemy niestety wysunąć tezę, że jeden z elementów wychowania do turystyki, czyli wykształcenie u wychowanków odpowiednich zachowań wobec tego zjawiska jest realizowany nieodpowiednio. Zbyt mały bowiem odsetek badanych przejawia silnie pozytywny stosunek wobec niej. W tym przypadku postawy zajmowane wobec turystyki przez rodziców miały odzwierciedlenie w podejściu do niej przez ich dzieci. Możemy żywić nadzieję, że młodzież reprezentująca postawy instrumentalne spotka w pewnym momencie swej kariery turystycznej osoby, dzięki którym uczestnictwo w wyjazdach turystycznych przerodzi się w rzeczywistą pasję, a może i styl życia. Jednak trudno będzie, aby do tego „poziomu” dotarła ta część badanych, która na progu dorosłości nie akceptuje turystyki jako formy spędzania czasu.

Kultura fizyczna może być rozumiana jako swoisty rezerwuar ideałów, wzorów, symboli, wartości i zachowań, z których jednostka na różnych etapach swojego rozwoju w sposób selektywny korzysta (Dziubiński 2009, s. 8). Należy zatem dołożyć wszelkich starań, aby jeden z jej filarów, czyli turystyka stała się dla młodego pokolenia wartością autoteliczną, elementem stylu życia, a przez to elementem samowychowania.

Wydaje się, że odpowiednią drogą postępowania z jednej strony jest wzmocnienie świadomości turystycznej nie tylko młodzieży, ale i dorosłych poprzez liczniejsze akcje turystyczne obejmujące swym zasięgiem całe rodziny (imprezy i konkursy międzypokoleniowe), proponowane przez stowarzyszenia i związki oraz ich promocję w mediach. Z drugiej strony większą rolę do odegrania mają w tym zakresie szkoły. Powinno się unikać wykupywania w biurach podróży

gotowych imprez turystycznych na rzecz inicjatyw własnych. Należy wydłużać aktywność turystyczną młodzieży poprzez uczestnictwo we wszystkich trzech etapach podróży z tzw. triady Boyera. Okres przygotowań do wyjazdu to podróż wyobrażona, realizacja wyjazdu jest podróżą przeżywaną, zaś okres po powrocie, to podróż przedłużona, wspomniana. Jest to grupa czynności (czytelnictwo, spotkania powyjazdowe, slajdowiska, prezentacje pamiątek itp.), która być może wywoła u młodego człowieka nową podróż wyobrażoną oraz chęć zaplanowania i uczestnictwa w nowej eskapadzie turystycznej. Należy mieć nadzieję, że podjęcie takich działań pozwoli zmieniać podejście adolescentów do fenomenu współczesnej turystyki.

Bibliografia

- Demel M., Humen W., 1970, Rola szkoły w wychowaniu do rekreacji fizycznej, „Studia Pedagogiczne”, t. XX, Warszawa.
- Derbich J., 2006, O potrzebie rozwijania zainteresowań turystycznych wśród młodzieży, [w:] Aksjologia turystyki, Z. Dziubiński (red.), Salezjańska Organizacja Sportowa RP, Warszawa.
- Dziubiński Z., 2009, Socjalizacja do kultury fizycznej. Socjologiczna próba przybliżenia zagadnienia, „Lider”, nr 12, s. 7–11.
- Kossewska J., 2000, Uwarunkowania postaw, nauczyciele i inne grupy zawodowe wobec integracji szkolnej dzieci niepełnosprawnych, Wyd. Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków.
- Lipiec J., 2003, Filozofia turystyki, [w:] Nauki o turystyce, „Studia i Monografie”, nr 7, R. Winiarski (red.), AWF, Kraków.
- Lubański K., 1987, Turystyka młodzieży jako problem społeczno-wychowawczy, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Lubański K., 2006, Pedagogiczny potencjał turystyki, „Zeszyty Naukowe” Almamer, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, nr 3.
- Lubowicz Z., 1990, Turystyka młodzieży polskiej lat osiemdziesiątych; społeczne funkcje i uwarunkowania, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Maj B., 2007, Społeczne uwarunkowania rekreacji ruchowej i turystyki młodzieży wielkomiejskiej, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.
- Marody M., 1976, Sens teoretyczny a sens empiryczny pojęcia postawy. Analiza metodologiczna doborów wskaźników w badaniach nad postawami, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Mądrzycki T., 1977, Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa.
- Mika S., 1975, Wstęp do psychologii społecznej, PWN, Warszawa.
- Radowska B., 1992, Młodzież w okresie dorastania i jej zachowania w czasie wolnym, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Różycki P., 2000, Aktywność turystyczna młodzieży polskiej w świetle dotychczasowych badań, „Folia Turistica”, nr 9.
- Siwiński W., 2007, Współczesne problemy turystyki i rekreacji w badaniach empirycznych nauk społecznych, Almamer, Warszawa.

- Toczek-Werner S. (red.), 2005, Podstawy rekreacji i turystyki, AWF, Wrocław.
- Turowski J., 1993, Socjologia. Małe struktury społeczne, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin.
- Wartecka-Ważyńska A., 2007, Turystyka młodzieży i jej uwarunkowania, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.
- Winiarski R., Zdebski J., 2008, Psychologia turystyki, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Wojciszke B., 2006, Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa.

Andrzej Anszperger
Uniwersytet Mikołaja Kopernika
w Toruniu

KUJAWSKO-POMORSKIE DESTYNACJĄ DLA TURYSTÓW W KAŻDYM WIEKU

Wprowadzenie

Turystyka jest zjawiskiem o wielu aspektach, np.: przestrzennym, geograficznym, politycznym, a także m.in. społeczno-ekonomicznym. Według K. Przeclawskiego (1997, s. 31) jest głównie zjawiskiem kulturowym: „turystyka jest przede wszystkim zachowaniem człowieka, jest więc zjawiskiem odnoszącym się w pierwszej kolejności do człowieka. Stąd wyjaśnienia jej istoty szukać musimy głównie w nauce o człowieku”. Wielowymiarowość turystyki pozwala i nakazuje badanie jej jednocześnie z punktu widzenia różnych dziedzin nauki i praktyki. W ujęciu ekonomicznym turystykę opisywać możemy poprzez procesy rynkowe podaży i popytu, w tym czynniki je determinujące. Z punktu widzenia socjologii i kultury badamy turystykę i jej rozwój analizując społeczne uwarunkowania i konsekwencje, w tym dla funkcjonowania rodziny (Włodarczyk 2011) i więzi międzypokoleniowych.

Celem opracowania jest weryfikacja tytułowej tezy, że województwo kujawsko-pomorskie jest regionem turystycznym posiadającym „naturalne”¹ walory do uprawiania turystyki wielopokoleniowej. Współczesne wydarzenia kulturalne, takie jak festiwale operowe, teatralne czy filmowe, są istotnym uzupełnieniem atrakcji województwa. Weryfikacja zostanie przeprowadzona dwutorowo. Po pierwsze poprzez odniesienie podstawowych walorów turystycznych województwa do funkcji turystyki, po drugie poprzez przedstawienie faktycznego ruchu turystycznego w województwie – struktury, motywów itd.

¹ Przez walory „naturalne” w tej pracy rozumiemy takie, które zostały wytworzone (powstały) w procesach przyrodniczych i historycznych, są współcześnie immanentną częścią (cechą) tego regionu. Tworzą je zasoby przyrodnicze, ale także kultura ludowa czy zabytki architektoniczne.

Potencjał turystyczny województwa

Na potencjał turystyczny regionu składa się wiele elementów – od zagospodarowania, a więc bazy noclegowej i gastronomicznej, przez szlaki turystyczne, wypożyczalnie sprzętu poczynając, na walorach naturalnych i antropogenicznych kończąc. W tej części pracy ograniczymy się do przedstawienia wybranych walorów turystycznych w celu wykazania ich różnorodności i swoistej „przydatności” do realizowania najróżniejszych form turystyki wielopokoleniowej, w tym rodzinnej. Na walory naturalne składają się takie cechy (właściwości) miejsca docelowego, jak: klimat, rzeźba terenu, fauna i flora – jej różnorodność, oryginalność i natężenie, wody powierzchniowe, obszary chronionej przyrody i krajobrazu. Zazwyczaj wymienione elementy występują w określonych konfiguracjach, tworząc specyfikę przyrodniczą atrakcyjności turystycznej.

W województwie kujawsko-pomorskim omawiane walory natomiast można w znacznym stopniu utożsamiać z **parkami krajobrazowymi**. W opracowaniach promujących województwo nazywa się je „8 cudami województwa”:

- Brodnicki Park Krajobrazowy,
- Gostynińsko-Włocławski Park Krajobrazowy,
- Górznieńsko-Lidzbarski Park Krajobrazowy,
- Krajeński Park Krajobrazowy,
- Nadgoplański Park Tysiąclecia,
- Tucholski Park Krajobrazowy,
- Wdecki Park Krajobrazowy,
- Zespół Parków Krajobrazowych Chełmińskiego i Nadwiślańskiego.

Wymienione parki rozlokowane są względnie równomiernie w skali województwa, co sprawia, że jest niewiele enklaw pozbawionych walorów przyrodniczych. Na walorach naturalnych zbudowały tu swoją pozycję medyczo-leczniczą i turystyczną uzdrowiska: Ciechocinek, Inowrocław, Wieniec, Grudziądz-Marusza.

Walory kulturowe, inaczej antropogeniczne, są wytworem szeroko rozumianej kultury tworzonej przez człowieka. Ze względu na różnorodność efektów kulturowych działania człowieka istnieje wiele klasyfikacji tych walorów. Najogólniej można je podzielić na materialne i niematerialne. Wśród materialnych wymienić można budynki i budowle, wyroby rzemiosła, na niematerialne składają się m.in.: taniec, muzyka, malarstwo, nauka, legenda. Z punktu widzenia czasu ich powstania na historyczne i współczesne. Wymienione rodzaje walorów występują w województwie w wielu miejscowościach – przykładowo wymienimy najważniejsze:

1. zespół staromiejski Torunia (wpisany na listę UNESCO) – z licznymi, głównie gotyckimi, budynkami świeckimi i kościołami, zachowanym układem staromiejskim i murami obronnymi;
2. Chełmno – mury obronne, baszty, gotyckie kościoły, klasztor, rynek z ratuszem; unikatowe nagromadzenie zabytkowych obiektów, w oryginalnym układzie średniowiecznym;

3. Muzeum Archeologiczne w Biskupinie (jedyne tego typu obiekt w Polsce) – osada kultury łużyckiej, powstała około 800 r. p.n.e.; muzeum tworzą zarówno obiekt archeologiczny, jak i rekonstrukcja; organizacyjnie i przestrzennie współpracuje z Muzeum Kolejki Wąskotorowej w Wenecji i lokowanym w XIII w. Żninem;
4. Bydgoszcz – z zespołem spichrzy, Wyspą Młyńską i farą oraz Starym Rynkiem stanowią oryginalny zespół obiektów zabytkowych;
5. Brodnica – jej układ urbanistyczny, kościół farny, ruiny zamku krzyżackiego, to znaczące na mapie województwa obiekty zabytkowe;
6. Kruszwica i Strzelno – leżące na Szlaku Piastowskim, posiadają niepowtarzalne i o wielkiej wartości historycznej sakralne obiekty architektury romańskiej – kolegiata w Kruszwicy i rotunda św. Prokopa w Strzelnie, pozostałości XIV-wiecznego zamku w Kruszwicy i kościół św. Trójcy w Strzelnie;
7. zamki krzyżackie w Radzynie Chelmińskim, Nowem, Świeciu nad Wisłą, Gołubiu Dobrzyniu i w wielu innych miejscowościach województwa – nie zawsze zachowane w całości – stanowią cenny element historii, nie tylko architektury;
8. Inowrocław – romański kościół pw. Najświętszej Maryi Panny, kościół św. Mikołaja, Zakład Przyrodolecznicy w Parku Solankowym, to tylko niektóre z obiektów architektonicznych plasujących to miasto na liście ważnych ośrodków turystycznych województwa;
9. Grudziądz – z fragmentami fortyfikacji, zespołem spichrzy, klasztorem, kościołami, rynkiem z zabytkowymi kamieniczkami – jest ważnym elementem kultury materialnej regionu;
10. Włocławek – bazylika katedralna, kościół pw. św. Witalisa, budynek dawnej Kanonii, pałac biskupi i wiele innych obiektów sprawiających, że jest to miasto znaczące województwa z punktu widzenia historycznej kultury materialnej.

Wśród współczesnych wydarzeń kulturalnych realizowanych w województwie kujawsko-pomorskim wymienić można m.in.:

- a) Bydgoski Festiwal Muzyczny – Bydgoszcz;
- b) Festiwal „Musica Antiqua Europae Orientalis” – Bydgoszcz;
- c) Festiwal Muzyki i Sztuki Krajów Bałtyckich „ProBaltica” – Toruń;
- d) Międzynarodowy Ekumeniczny Festiwal Muzyki Chrześcijańskiej „Song of Songs” – Toruń;
- e) Międzynarodowy Festiwal Teatralny „Kontakt” – Toruń;
- f) Międzynarodowy Festiwal Filmowy „Młode Kino Europejskie” – Toruń;
- g) Międzynarodowy Letni Festiwal „Muzyka i Architektura” – koncerty muzyki; klasycznej w zabytkowych wnętrzach – Toruń;
- h) Festiwal Operowo-Operetkowy – Ciechocinek;
- i) Międzynarodowy Festiwal Piosenki i Kultury Romów – Ciechocinek;
- j) Międzynarodowy Festiwal Orkiestr Dętych – Świecie.

Listę współczesnych wydarzeń kulturalnych można znacznie poszerzyć o liczne imprezy sportowe i turystyczne.

Walory turystyczne regionu a funkcje turystyki

Opierając się na dość szerokiej, ale jednocześnie standardowej klasyfikacji funkcji turystyki² można wymienić następujące:

- 1) wypoczynkowa:
 - likwidacja zmęczenia,
 - podnoszenie sprawności fizycznej,
 - wzmocnienie poczucia wewnętrznej kontroli i osobistego wpływu na własne życie;
- 2) zdrowotna:
 - poprawa lub powrót do zdrowia,
 - integracja osób, które dochodzą do pełni zdrowia z trwale niepełnosprawnymi;
- 3) wychowawcza:
 - kontakt z innymi ludźmi,
 - rozwijanie osobowości,
 - nauka adaptacji do nowych warunków i okoliczności,
 - stwarzanie możliwości działania twórczego,
 - stwarzanie warunków resocjalizacji osób społecznie niedostosowanych,
 - integracja rodziny,
 - powodowanie zmian w poglądach, sposobach zachowań oraz zainteresowań ludności miejscowej.
- 4) kształceniowa:
 - poznawcza rola turystyki,
 - kształtowanie się nowych zainteresowań,
 - motywacja do podnoszenia swoich kwalifikacji;
- 5) miastotwórcza:
 - rozwój obszarów emisyjnych,
 - napływ inwestorów oraz osób szukających zatrudnienia w regionie turystycznym,
 - rozwój budownictwa mieszkaniowego, handlu, komunikacji, gastronomii, rzemiosła oraz sektora rozrywkowego,
 - rozwój szkolnictwa, nauki,
 - powstawanie urzędzeń rekreacyjnych, basenów, boisk, kortów tenisowych itp.;
- 6) edukacji kulturowej:
 - promowanie wartości kulturowych i kultywowanie dziedzictwa przeszłości,
 - rozwój kultury regionalnej, pielęgnowanie folkloru, rozwój sztuki ludowej, rzemiosła artystycznego, tworzenia skansenów, regionalnych muzeów, pielęgnacji języka;
- 7) ekonomiczna:
 - aktywizacja gospodarcza regionu,

² Opracowanie własne na podstawie: W. Alejski (1999, s. 33–67) i W. Gaworecki (1997, s. 304–346).

- napływ kapitału do regionów turystycznych,
 - powstawanie nowych miejsc pracy,
 - zwiększanie obrotów firm lokalnych,
 - bogacenie się ludności miejscowej,
 - napływ wyższych podatków do budżetu,
 - napędzanie koniunktury w innych dziedzinach gospodarki (budownictwie, przemyśle, rolnictwie itd.);
- 8) etniczna:
- zwiększenie świadomości narodowej uczestników turystyki,
 - umacnianie tożsamości grup etnicznych,
 - zacieśnienie kontaktów z krajem ojczystym;
- 9) kształtowanie świadomości ekologicznej:
- rozwój ruchu ochrony środowiska,
 - edukacja ekologiczna;
- 10) polityczna:
- przełamywanie barier i zacieśnianie współpracy międzynarodowej,
 - kształtowanie postaw świadomości narodowej oraz wychowania w duchu patriotyzmu.

Przyjąć można bez specjalnego dowodzenia, że z wyjątkiem funkcji miastotwórczej wszystkie pozostałe mogą być realizowane poprzez turystykę wielopokoleniową, a walory turystyczne województwa kujawsko-pomorskiego (oczywiście nie zapominając o znaczeniu bazy towarzyszącej itd.) w pełni odpowiadają możliwości realizacji praktycznie wszystkich wymienionych funkcji.

Metoda

Wykorzystane w opracowaniu dane statystyczne dotyczące ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim uzyskano poprzez badania ankietowe przeprowadzone wśród turystów w latach 2009–2010 (Anszperger, Radkiewicz 2011). Celem realizowanych po raz pierwszy w skali całego województwa badań³ było uzyskanie podstawowych informacji o:

- głównych rynkach docelowych w turystyce przyjazdowej do województwa;
- strukturze demograficznej i społecznej turystów i odwiedzających jednodniowych;
- preferencjach i motywach turystów;
- wykorzystywanych (kupowanych) usługach i dobrach turystycznych;
- opinii turystów nt. szeroko rozumianej atrakcyjności turystycznej województwa;
- rozkładzie terytorialnym ruchu turystycznego w województwie.

Rdzeniem badania były wywiady kwestionariuszowe. W studiach społecznych sytuacją idealną byłyby badania pełne. W zrealizowanym projekcie oznaczałoby to przeankietowanie wszystkich turystów (odwiedzających) na terenie całego województwa. Organizacyjnie, merytorycznie i finansowo takie badanie jest niemożliwe, wobec tego dobrano próbę, której przeanalizowanie pozwoli z określonym prawdopodobieństwem wnioskować o całej populacji. Dla okre-

³ Badania zrealizowano w ramach projektu: „Kierunki rozwoju w sferze turystyki i ich wpływ na gospodarkę województwa kujawsko-pomorskiego”, współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego.

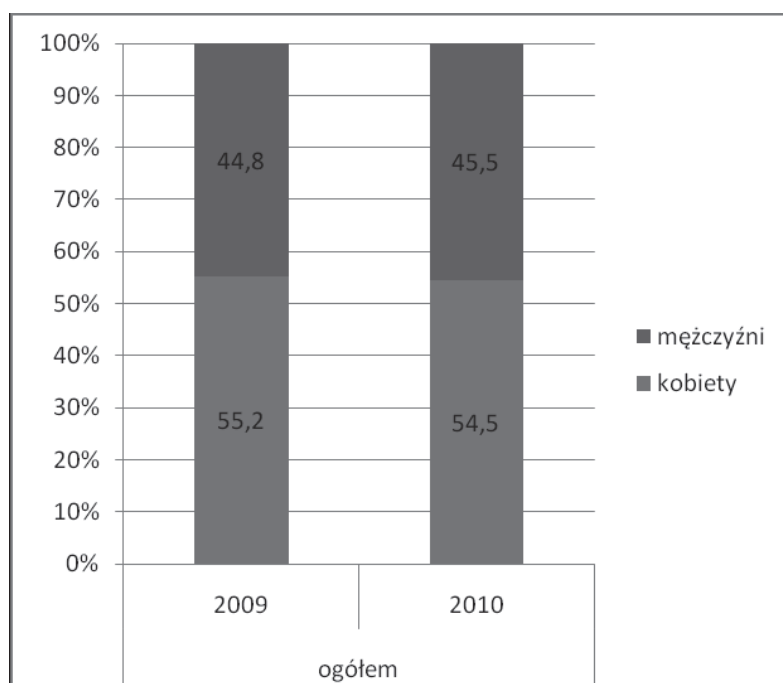
ślenia reprezentatywności badań konieczna jest znajomość całej opisywanej populacji.

Zrealizowano skutecznie 14 000 wywiadów bezpośrednich. Wielkość zrealizowanej próby, mając na uwadze szacowaną liczebność całej populacji, oraz rozkład terytorialny próby, pozwalają uznać wyniki za reprezentatywne (Anszperger, Radkiewicz 2011).

Badania przeprowadzono zarówno w odniesieniu do turystyki przyjazdowej z innych regionów kraju, jak i z zagranicy Polski oraz podróży turystycznych mieszkańców kujawsko-pomorskiego po swoim województwie. Definiując destynacje turystyczne w ramach województwa przyjęto (mając na uwadze dostępność – grupowanie danych przez GUS, sposób zarządzania turystyką itd.) jako podstawowy podmiot powiat i miasta na prawach powiatu.

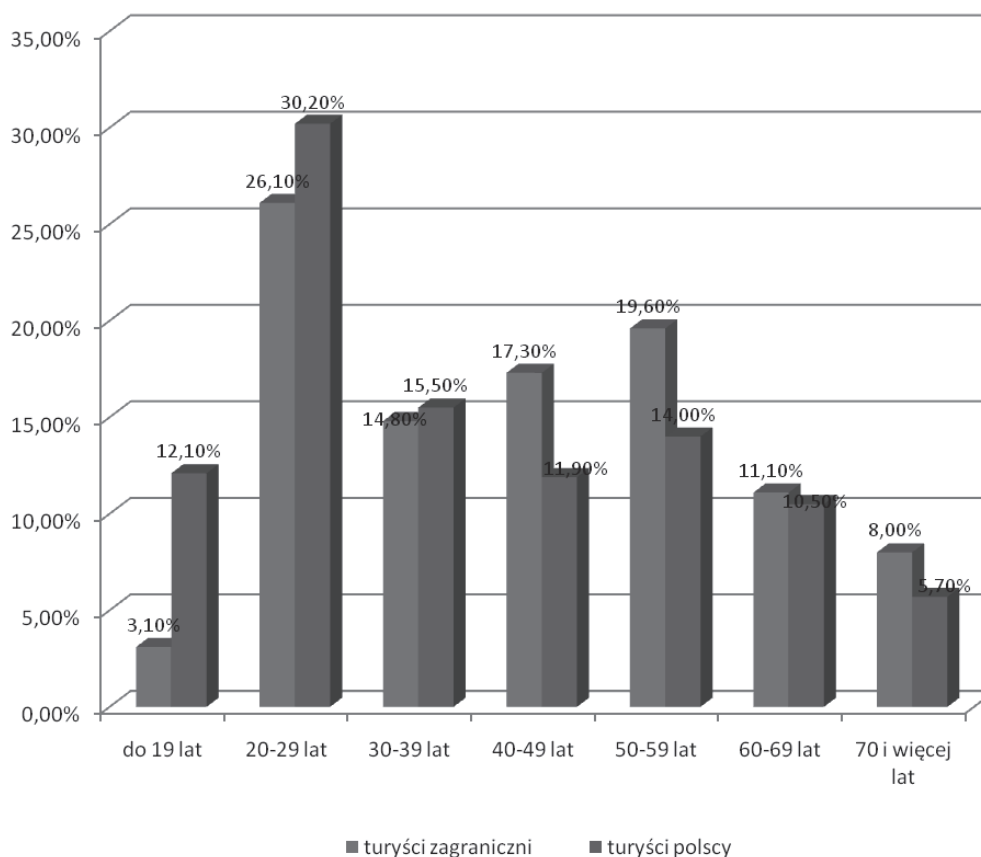
Charakterystyka ruchu turystycznego województwa

Struktura demograficzno-społeczna ankietowanych turystów w województwie według wybranych cech przedstawiona jest w tab. 1–6.



Rys. 1. Respondenci według płci w latach przeprowadzenia badań.

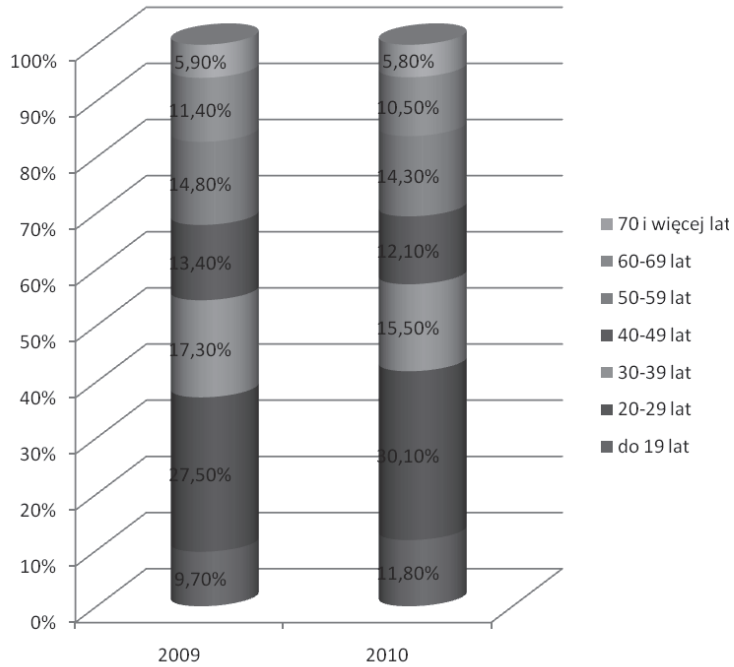
Źródło: A. Anszperger, A. Radkiewicz (2011)



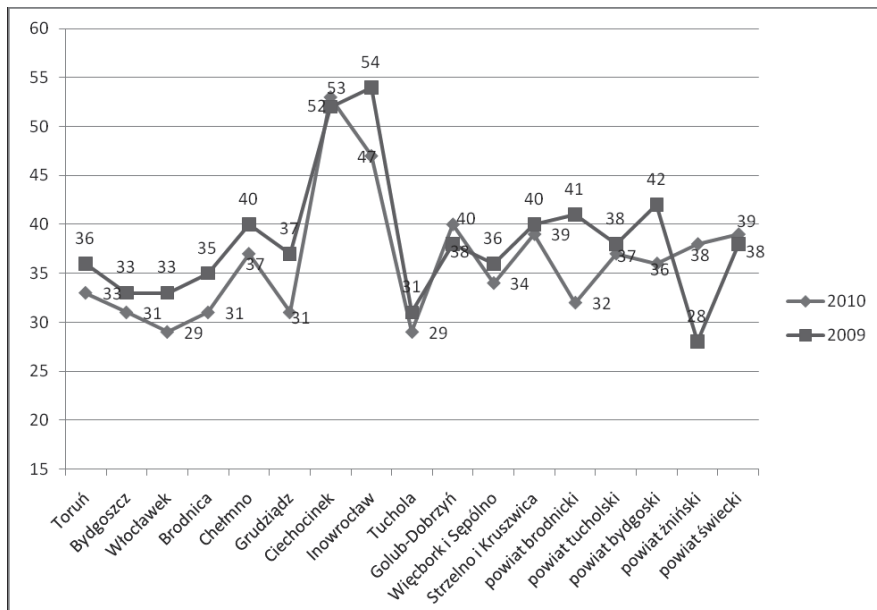
Rys. 2. Respondenci według wieku i narodowości (2010 r.).

Źródło: A. Anszperger, A. Radkiewicz (2011)

Po województwie podróżowali turyści w różnym wieku. Dominującą grupę (ok. 30%) stanowiły osoby w wieku 20–29 lat, pozostałe grupy wiekowe były także dość liczne (rys. 2 i 3); odnotowano ich kilkunastoprocentowy udział. Najmniej było osób w wieku powyżej 70. roku życia, ale ich odsetek nie był nieistotny, wynosił bowiem ponad 7%. Podróżni w wieku 60 lat i więcej, którzy w potocznym rozumieniu uznają się za starsze, stanowiły około 20% całego ruchu turystycznego w województwie. Można zatem jednoznacznie stwierdzić, że turyści przyjeżdżający na obszar kujawsko-pomorskiego reprezentują wszystkie współczesne pokolenia. Rozważając tę kwestię od strony podaźowej konkluzją może być stwierdzenie, że województwo ma ofertę (walory turystyczne) dla osób w każdym wieku. Powyższe stwierdzenie dotyczy nie tylko turystów polskich, ale także zagranicznych (rys. 2), którzy stanowią blisko 10% wszystkich odwiedzających. Struktura wiekowa respondentów w obydwu latach badania jest niemal identyczna (rys. 3), co wskazuje na stabilną sytuację w tym względzie, oczywiście w krótkiej perspektywie czasowej.



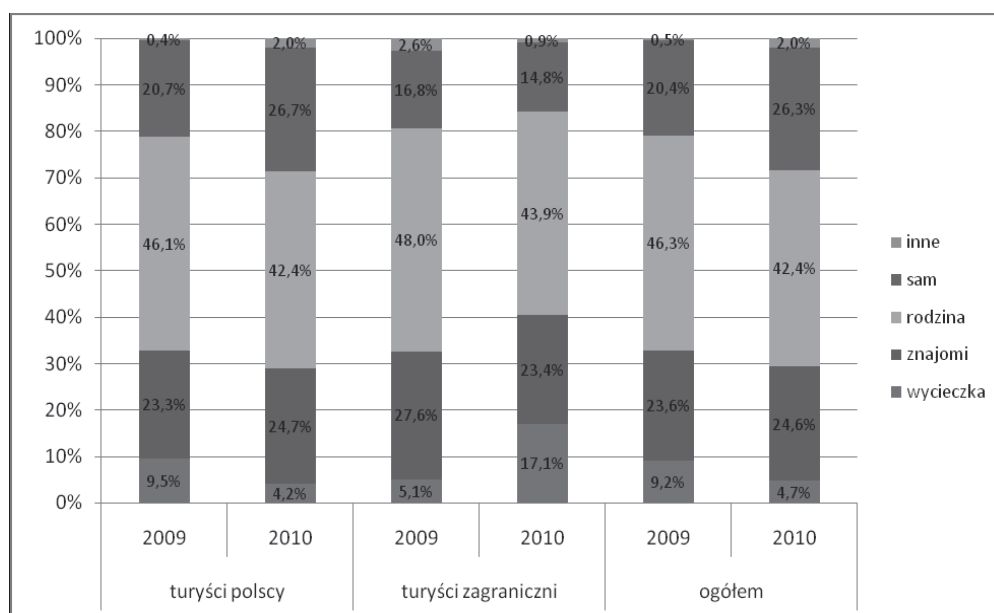
Rys. 3. Respondenci według wieku w latach 2009–2010.
Źródło: A. Anszperger, A. Radkiewicz (2011)



Rys. 4. Średnia wieku respondentów w zależności od miejscowości badania.
Źródło: A. Anszperger, A. Radkiewicz (2011)

Analiza średniej wieku turystów w poszczególnych miejscowościach pozwala stwierdzić, że wielopokoleniowość dotyczy praktycznie ruchu turystycznego w całym województwie. Nie zmienia tego stanu rzeczy zauważalnie wyższa średnia wieku turystów w Inowrocławiu i Ciechocinku, czyli w miejscowościach o charakterze zdecydowanie sanatoryjnym.

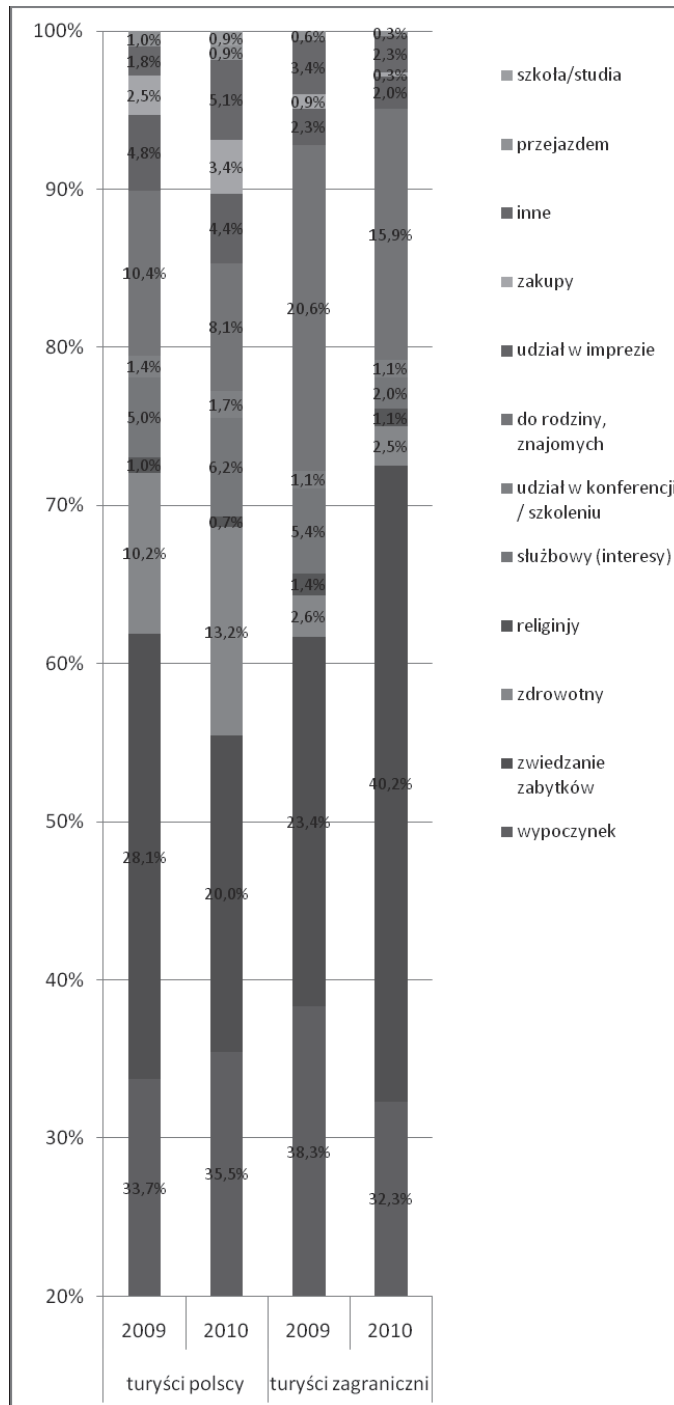
Z punktu widzenia rozpatrywanego zagadnienia turystyki wielopokoleniowej – turystyki łączącej pokolenia, szczególnie istotna wydaje się analiza odpowiedzi na pytanie o towarzystwo w czasie podróży. W obydwu latach badania w odniesieniu zarówno do turystów krajowych, jak i zagranicznych od 42,4 do 46,9% turystów odpowiedziało, że podróżuje z rodziną (rys. 5).



Rys. 5. Charakterystyka respondentów według towarzystwa w trakcie podróży oraz narodowości w latach 2009 i 2010.

Źródło: A. Anszperger, A. Radkiewicz (2011)

Wziąwszy pod uwagę możliwe motywy uprawiania turystyki i ich ewentualne współgranie z turystyką wielopokoleniową, nasuwa się wniosek, że deklarowane motywy przyjazdu do kujawsko-pomorskiego w pełni sprzyjają takiej turystyce. Dwa motywy, zwiedzanie zabytków i wypoczynek, to od 56 do 72% wszystkich przyjazdów (rys. 6). O ile wyjazdy służbowe, na konferencje czy na imprezę nie stanowią okazji do integracji pokoleń, o tyle turystyka wypoczynkowa i krajoznawcza zdecydowanie sprzyjają turystyce wielopokoleniowej.



Rys. 6. Turyści według deklarowanego motywu przyjazdu.

Źródło: A. Anszperger, A. Radkiewicz (2011)

Podsumowanie

Stwierdzając, że turystyka jest m.in. zjawiskiem ekonomicznym, o charakterze w istotnym stopniu rynkowym konieczne jest prowadzenie badania podaży i popytu turystycznego (wielkości, struktury, dynamiki itd.). Analiza popytu, opisywanego poprzez strukturę demograficzno-społeczną turystów, w odniesieniu do województwa kujawsko-pomorskiego pozwala stwierdzić, że dominującą formą turystyki jest turystyka rodzinna.

Ta konstatacja powinna być wykorzystywana w tworzeniu podaży turystycznej województwa zarówno w skali regionalnej, jak i poszczególnych podmiotów gospodarczych. Nieco innej oferty oczekuje turysta indywidualnie podróżujący samotnie, innej z grupą zorganizowaną, a jeszcze innej turysta podróżujący rodzinie. Brak praktycznie oferty przewodnickiej dla rodzin, rodzinnych biletów „wejściowych” i tanich przejazdów, co zachęcałoby do uprawiania rodzinnej turystyki wielopokoleniowej.

Istotne wydaje się też w ramach polityki turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego kreowanie wizerunku regionu jako destynacji dla rodzin i turystów w każdym wieku, a nie np. jako przede wszystkim miejsca turystyki biznesowej i kongresowej. Województwo odwiedzają turyści w każdej grupie wiekowej, od wczesnego dzieciństwa do złotego wieku seniorów. Konsekwencją powinno być adekwatne postrzeganie (kreowanie) szeroko rozumianego produktu tego regionu⁴.

Dominujące motywy turystyki – wypoczynek i zwiedzanie, w istotny sposób pozwalają na wykorzystanie turystyki do realizacji wielu funkcji rodziny – od integracji po wychowanie. Sprzyjają kontaktom turystów w różnych grupach wiekowych, czy to na szlaku rowerowym, kajakowym, czy w trakcie zwiedzania zabytkowego miasta. Dzięki temu następuje przepływ informacji, wiedzy, zachowań, tworzenie nowych wzorców zachowań turystycznych, takich jak np. podwyższona aktywność turystyczna w wieku senioralnym jak w krajach Europy Zachodniej i Północnej.

Mając na uwadze rodzaj walorów turystycznych dominujących w województwie można wnioskować, że turystyka rodzinna bardziej niż inne sprzyja realizacji zasad rozwoju zrównoważonego. Przyjmując przedstawiony w części empirycznej „obraz turystyczny” województwa kujawsko-pomorskiego, bogatego w naturalne i antropogeniczne walory, instytucje i organizacje, które mają na uwadze pozytywne efekty turystyki wielopokoleniowej, mogą wykorzystywać i wskazywać tę destynację jako szczególnie sprzyjającą turystyce wielopokoleniowej.

Łącząc pozytywne konsekwencje ekonomiczne turystyki dla rozwoju regionalnego z realizacją funkcji społecznych, emocjonalnych i innych dotyczących rozwoju jednostki, realizowanych poprzez turystykę rodzinną i wielopokoleniową, przywołać można tytuł artykułu kard. A. Sodano: Aby turystyka sprzyjała bu-

⁴ Takie szerokie interpretowanie produktu proponują m.in.: J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk (2010, s.73 i nast.) oraz A. Panasiuk (2013, s.110 i nast.).

dowaniu lepszej przyszłości (2006, s. 125), który może służyć jako motto działań osób decydujących o jej rozwoju w regionie.

Bibliografia

- Alejsiak W, 1999, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków.
- Anszperger A. Radkiewicz A., 2011, *Badanie ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim w latach 2009–2010*, t. 2, Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna, Bydgoszcz.
- Gaworecki W., 1997, *Turystyka*, PWE, Warszawa.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2010, *Produkt turystyczny pomysł, organizacja zarządzanie*, PWE, Warszawa.
- Panasiuk A., 2013, *Regions tourist product. Institutional issues*, [w:] J. Wyrzykowski, J. Marak, *Tourism role in the regional economy*, University of Business in Wrocław, Wrocław.
- Przeclawski K., 1997, *Człowiek a turystyka zarys socjologii turystyki*, Wyd. Albis, Kraków.
- Sodano A., 2006, *Aby turystyka sprzyjała budowaniu lepszej przyszłości*, [w:] Z. Dziubiński (red.), *Aksjologia turystyki*, Salezjańska Organizacja Sportowa Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa.
- Włodarczyk B., 2011, *Turystyka rodzinna istota i zakres pojęcia*, [w:] J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), *Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne*, Wyd. PTTK „Kraj”, Warszawa.

Anna Mazurek-Kusiak

Uniwersytet Przyrodniczy,
Katedra Turystyki i Rekreacji

TURYSTYKA KAJAKOWA NA LUBELSZCZYŹNIE JAKO PRZYKŁAD WYCHOWYWANIA MŁODZIEŻY POPRAZ TURYSTYKĘ I REKREACJĘ

Wstęp

Turystyka jest ważnym sektorem gospodarki, jest jednym z czynników rozwoju społeczno-gospodarczego, dotyczy niemal ogółu społeczeństwa. Według raportu Światowej Organizacji Turystycznej w rozwiniętych turystycznie krajach dochody z turystyki dostarczają blisko 50% wszystkich wpływów do lokalnych budżetów. Turystyka tworzy około 6% światowego dochodu brutto i jest niezbędną częścią składową rynku światowego (Panasiuk 2008, s. 13).

Masowy charakter większości produktów turystycznych przestał być jednak wystarczający. Współczesny turysta coraz częściej chce przeżyć przygodę, nabyć nowe umiejętności i zdobyć wiedzę podczas wypraw turystycznych. Dlatego też turyści coraz częściej wybierają oferty związane z turystyką kwalifikowaną, do której zalicza się także turystykę kajakową.

Według badań Polskiej Organizacji Turystycznej z roku na rok wzrasta popularność turystyki kajakowej zarówno w województwie lubelskim, jak i w całej Polsce. Coraz więcej powstaje szlaków kajakowych oraz przedsięwzięć zajmujących się wypożyczaniem i dowozem kajaków na miejsce spływu. Uprawianie tej formy rekreacji ruchowej wpływa pozytywnie na stan zdrowia uczestników, ponieważ wymaga wszechstronnych, naturalnych i spójnych ruchów; kształtuje pozytywne cechy charakteru, takie jak wytrwałość, opanowanie, zdecydowanie, oraz posiada wartości wychowawcze, m.in. uczy współpracy w grupie i wzajemnej pomocy (Cholewa, Szepelawa 2005, s. 25). Celem turystyki kajakowej jest również regeneracja psychofizyczna organizmu, doskonalenie sprawności fizycznej, wypoczynek, poznawanie fauny i flory okolic rzek. Kajakarstwo uczy także obserwowania przyrody i korzystania z tej wiedzy w praktyce. Przykładowo, rzeka zachowuje się zazwyczaj przewidywalnie – układ prądów na powierzchni rzeki jest zawsze odbiciem ukształtowania brzegów, dna i przeszkód,

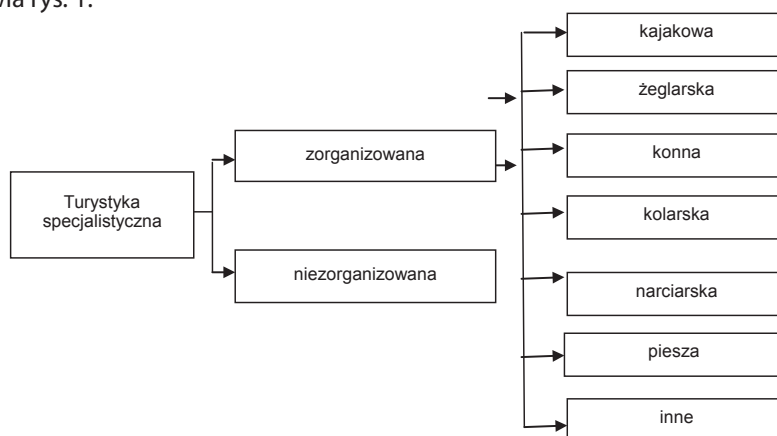
a znajomość tego pozwala przewidzieć układ prądów w bystrzach oraz to, jak te prądy będą oddziaływały na kajak i jak należy planować manewry, aby korzystać z siły natury (Starzyński 1997, s. 5–25).

Dodatkową zaletą uprawiania turystyki kajakowej jest jej dostępność dla wszystkich zainteresowanych, bez względu na płeć, wiek, stan majątkowy. Można pływać kajakiem bez wcześniejszego przeszkolenia, ponieważ są szlaki o różnym stopniu trudności i różnej długości (Bigiel 2003, s. 25–28). Woda w rzece przez długi czas żłobi swoje koryto omijając przeszkody i z tego względu nurt wody niesie kajak najczęściej tak, że większość niebezpiecznych i nieprzyjemnych miejsc jest omijana. Dodatkowo prawie każdy kajak jest zaprojektowany tak, aby sam utrzymał się na wodzie. To wszystko ułatwia pływanie początkującym kajakarzom (Starzyński 1997, s. 52).

Istota i funkcje turystyki kajakowej

Turystyka kajakowa jest formą turystyki kwalifikowanej zwaną też turystyką specjalistyczną, czyli wymagającą specjalnego przygotowania do jej uprawiania, podjęcia pewnych systematycznych działań przygotowawczych i zadbanie o własną kondycję (Sawicki 2007, s. 57). Turystykę kajakową uprawia się w celach rekreacyjnych lub sportowych. Rekreacja jest rodzajem aktywnego wypoczynku, która ma na celu zregenerowanie sił zarówno fizycznych, jak i psychicznych. Aktywność ta jest podejmowana poza obowiązkami zawodowymi, szkolnymi i domowymi i może przyjąć formę aktywności sportowej, ruchu turystycznego lub rozrywki kulturowej (Brożek, Kwilecka 2006, s. 68). Sport jest to świadoma, dobrowolna działalność człowieka, uprawiana przede wszystkim w celu zaspokojenia potrzeby zabawy, popisu, woli, a także wewnętrznego doskonalenia się w drodze systematycznego rozwoju cech fizycznych umysłowych i wolicjonalnych (Encyklopedia powszechna 2006, s. 440).

Miejsce turystyki kajakowej na tle innych turystyk specjalistycznych przedstawia rys. 1.



Rys. 1. Rodzaje i formy turystyki specjalistycznej.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Merski (2002).

Turystyka kajakowa służy do przemieszczania się po rzekach i jeziorach za pomocą kajaka lub kanadyjki. Można ją uprawiać indywidualnie bądź zespołowo: w grupach zorganizowanych albo nieformalnych, może stanowić element współzawodnictwa, jak również uprawiana jest rekreacyjnie. Turystyka kajakowa pełni szereg funkcji w wychowaniu młodzieży, do których zalicza się:

- funkcję społeczno-wychowawczą – dzięki wyprawom kajakowym młodzież może zapoznać się z najbliższym otoczeniem swojego miejsca zamieszkania, jak również z innymi zakątkami kraju. Turystyka ta umożliwia bezpośredni kontakt człowieka z przyrodą i otaczającym go środowiskiem. Podczas uprawiania spływów kajakowych w człowieku zostaje pobudzonych wiele pozytywnych cech charakteru, m.in. takich jak: współpraca, opiekuńczość, umiejętność pracy w grupie, aktywność fizyczna, przedsiębiorczość, umiejętność podejmowania decyzji, odwaga;
- funkcję rekreacyjno-zdrowotną – spływy kajakowe rozwijają sprawność ruchową, hartują organizm i jednocześnie ułatwiają bezpośredni kontakt z przyrodą, czystym powietrzem i środowiskiem przyrodniczym, co pozytywnie wpływa na stan zdrowia;
- funkcję społeczno-gospodarczą – organizacja spływów kajakowych jest jedną z aktywności gospodarczych, dzięki którym powstają nowe miejsca pracy, rekreacja ta kreuje popyt na kajaki, wyposażenie, szkoły kajakarskie itp. Powstają nowe szlaki, które wymagają zagospodarowania, tworzą się nowe relacje między uczestnikami spływów oraz między kajakarzami a organizacjami turystycznymi (Merski, Warecka 2009, s. 157).

Cel i metody badań

Celem opracowania jest wskazanie tego, jakie wartości i umiejętności młodzież województwa lubelskiego zdobywa dzięki uczestniczeniu w spływach kajakowych wspólnie ze starszymi członkami rodziny oraz jak często taka turystyka jest uprawiana przez młodych ludzi.

Badania przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem techniki ankietowej. Narzędziem badawczym był autorski kwestionariusz ankiety. Uzyskane wyniki poddano analizie statystycznej przy wykorzystaniu programu Statistica PL. Podczas badań wykorzystano test niezależności chi-kwadrat w celu zbadania zależności pomiędzy dwiema zmiennymi nominalnymi. Zróżnicowania określano jako istotne statystycznie na poziomie $p < 0,05$.

Przy wyborze próby reprezentatywnej wykorzystano dobór warstwowy, jak również fakt, że respondenci przynajmniej raz w roku uprawiają turystykę kajakową. Poszczególne warstwy tworzono uwzględniając płeć i miejsce zamieszkania (czyli: wieś, miasta do 30 tys. i powyżej 30 tys. mieszkańców oraz przedziały wiekowe respondentów). Do określania proporcji poszczególnych warstw wykorzystano dane Urzędu Statystycznego w Lublinie z 2012 r. (Stan Ludności... 2012, s. 3).

Wśród 320 respondentów poddanych badaniom kobiety stanowiły 51,8%, udział mężczyzn to 48,2% badanych. W 53,4% ankietowani zamieszkiwali wieś,

w 15,8% miasta do 30 tys. mieszkańców, natomiast w 30,8% miasta powyżej 30 tys. Przedział wiekowy od 18 do 30 roku życia to grupa 38,7% badanych, od 31 do 45 lat – 30,2%, od 46 do 60 lat – 26,9%, natomiast w wieku 61 i więcej lat było 4,2% respondentów. Wśród ankietowanych z wykształceniem podstawowym i zawodowym grupa ta stanowiła 10,4%, z wykształceniem średnim 30,4%, natomiast z wyższym 59,2%. Badania przeprowadzono w okresie od kwietnia do sierpnia 2014 r.

Charakterystyka obszaru badawczego

Położenie fizycznogeograficzne województwa lubelskiego wpływa na duże możliwości rozwoju szlaków kajakowych. Województwo lubelskie leży w dorzeczu Wisły i jej prawobrzeżnych dopływów (tab. 1). Znaczenie przyrodniczo-krajobrazowe rzek dla regionu lubelskiego jest bardzo duże i doskonale nadają się one do uprawiania turystyki kajakowej (Majewska, Telniuk, Broma 2008, s. 44).

Tabela 1. Główne rzeki i kanały województwa lubelskiego nadające się do uprawiania turystyki kajakowej

Rzeka/kanał	Długość w km	
	w województwie lubelskim	w Polsce
Wisła	116,8	1 047,5
Bug	366,8	772,0
Wieprz	303,2	303,2
Wieprz-Krzna	139,9	139,9
Tyśmienica	76,3	76,3
Tanew	69,3	113,0

Źródło: dane Regionalnego Zarządu Gospodarki Wodnej w Warszawie, Inspektorat w Lublinie, Lublin 2013.

Spyły kajakowe uprawiane są głównie na rzece Wiśle – od ujścia Poru, Bugu – od ujścia Huczwy, Tanwie – od ujścia Szumu, Bystrzycy – od ujścia Krężniczanki, Taśmienicy – od ujścia Piwoni. Może być wykorzystywany do pływania kajakiem także kanał Wieprz–Krzna – od Borowicy do Miedzyrzecza Podlaskiego. Ponadto na największym w omawianym województwie sztucznym zbiorniku wodnym, jakim jest Zalew Zemborzycki, wytyczono tory regatowe, w tym kajakowy o długości 2 km (Ćwik 2007, s. 12–13).

Najciekawszym odciekiem Wisły do uprawiania spływów kajakowych jest Małopolski przełom Wisły rozciągający się od Annapola do Puław. Duże zanieczyszczenie wody nie pozwala na kąpiele, ale teren ten nadaje się doskonale do uprawiania turystyki kajakowej (Turski, Wyszowski 2006, s. 18–19).

Bug wyznacza granicę polsko-ukraińską i polsko-białoruską, wpływa na teren Polski i jednocześnie Lubelszczyzny koło wsi Gołębie w południowej części Kotliny Hrubieszowskiej. Rzeka jest naturalna, ma zmienne koryto i silnie meandruje. Bug obejmuje starorzeczca zwane bużyskami. Rzeka ta coraz częściej wykorzystywana jest przez kajakarzy.

Wieprz w całej długości leży w województwie lubelskim, swoje źródło ma niedaleko Tarnawatki (Roztocze), a ujście w Dęblinie. Wieprz osiąga 303,2 km długości, a jego dorzecze zajmuje aż 42,5% powierzchni omawianego regionu. Łęczyński Przełom Wieprza jest bardzo malowniczy, dzięki krętej i głębokiej dolinie, z wysokimi zboczami, meandrującymi i dzikimi odcinkami rzeki, jest jednym z najatrakcyjniejszych szlaków kajakowych na Lubelszczyźnie. Na trasie znajduje się wiele mostków, młynów oraz przytulnych zatoczek, gdzie kajakarze mogą odpocząć. Rozwinęła się tutaj także agroturystyka przyjazna osobom pływającym na kajakach (Majewska, Telniuk, Broma 2008, s. 45–46).

Tyśmienica jest prawym dopływem Wieprza, ma źródło na Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim i w całej długości płynie przez województwie lubelskie. Jest rzeką o niskim stopniu zanieczyszczenia, dlatego chętnie wykorzystywana jest przez wędkarzy, a kajakarze podczas przepływu mogą podziwiać piękne krajobrazy. Jest to rzeka spokojna, bez większych utrudnień i wirów, dlatego nadaje się dla początkujących kajakarzy.

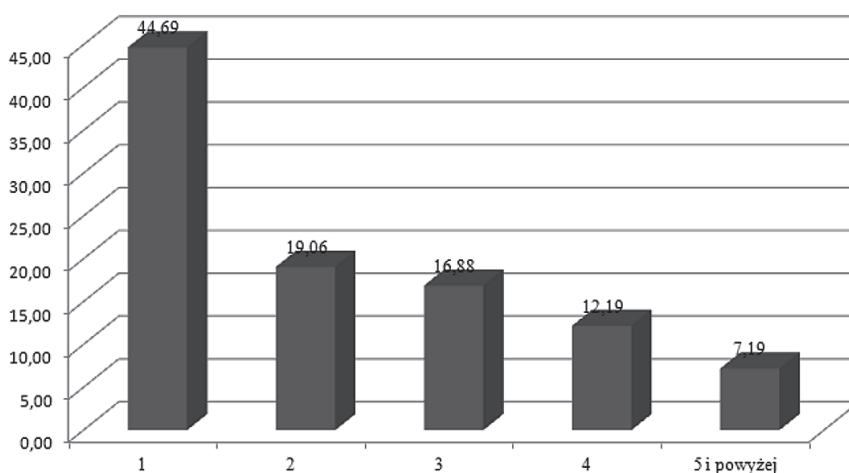
Tanew jest jedną z najpiękniejszych rzek województwa lubelskiego, pełna jest zakamarków, płynie wśród lasów Roztoczańskiego Parku Narodowego. Kajakarze płynąc mogą obcować z przyrodą i zwierzętami. Przez województwo lubelskie przepływa na odcinku 69,3 km. W swoim biegu ma zarówno płytkie koryto – do 1 m, odpowiednie dla początkujących kajakarzy, jak i głębsze, przeznaczone dla zaawansowanych uczestników spływów kajakowych.

Największe znaczenie turystyczne wśród sztucznych akwenów wodnych, jakie występują w województwie lubelskim, ma Zalew Zemborzycki na Bystrzycy w Lublinie, który jest zbiornikiem retencyjnym. Zajmuje obszar około 278 ha, jego długość wynosi 3850 m, szerokość – 1350 m, a głębokość – od 2 do 4 m. Akwen ma wydłużony kształt i jest malowniczo położony. Wschodni brzeg urozmaicony jest zatoczkami, cyplami półwyspami, porośnięty sosnowo-dębowym lasem, natomiast brzeg zachodni jest płaski i lekko wyniesiony. Nad zbiornikiem znajdują się trzy ośrodki turystyczne (Słoneczny Wrotków, Marina i Dąbrowa). Turyści i mieszkańcy mogą korzystać z restauracji, rezerwatu leśnego, siedziby klubów żeglarskich, a także wyciągu dla narciarzy wodnych oraz wypożyczalni sprzętu kajakowego. Odbywają się tutaj także Mistrzostwa Polski w kajakarskim maratonie (Kawałko, Nestorowicz 2012, s. 510).

Wyniki badań

Podczas przeprowadzonych badań respondenci zostali zapytani o to, jak często uczestniczą w spływach kajakowych na terenie województwa lubelskiego, a rozkład odpowiedzi ilustruje rys. 1.

Na podstawie rys. 1 można stwierdzić, że najwięcej respondentów, bo ponad 40% osób w każdej grupie wiekowej, uczestniczy w spływach kajakowych średnio jeden raz w roku. Osoby te najczęściej traktują kajak jako rodzaj relaksu i wypoczynku oraz uczestniczą w spływach blisko swojego miejsca zamieszkania, pływają wspólnie z rodziną lub znajomymi. Średnio dwa razy w roku wybiera się na spływ kajakowy 25% dorosłych respondentów w wieku do 30 lat; 14,43% badanych osób w wieku 31–45 lat; 16,28% – w wieku 46–60 lat oraz 15,38% – w wieku 60 lat i więcej. Blisko 17% młodych osób, około 16% osób w środkowych przedziałach wiekowych oraz ponad 15% osób w wieku starszym pływa na kajaku trzy razy w roku. Te osoby wskazują jednocześnie, że kajak jest ich hobby i sposobem spędzania wolnego czasu. Często możliwość uczestniczenia w spływie jest warunkiem wyboru miejsca wypoczynku podczas wakacji. Aż 23,08% respondentów w wieku 60 lat i więcej, 12,79% osób w wieku 46–60 lat; 12,37% w wieku 31–45 lat oraz 10,48% w wieku 18–30 lat uczestniczy w spływie kajakowych cztery razy w roku. Osoby te najczęściej posiadają własne kajaki i samodzielnie organizują spływy kajakowe. Ponad 8% respondentów ze środkowych przedziałów wiekowych i niecałe 7% w wieku młodym pływa kajakiem po lubelskich rzekach pięć lub więcej razy w roku; osoby te najczęściej należą do klubów kajakowych.



Rys. 1. Częstotliwość pływania na kajaku w ciągu roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Na podstawie danych przedstawionych w tab. 2, nie można stwierdzić istotnej zależności pomiędzy preferencją wyboru towarzysza podczas spływów kajakowych a wiekiem respondentów (wartość $p = 0,08$ jest większa od $\alpha = 0,05$).

Tabela 2. Z kim najchętniej respondenci spędzają czas podczas spływów kajakowych z uwzględnieniem wieku respondentów (wyniki w %)

Wyszczególnienie	Wiek			
	do 30 lat	31–45 lat	46–60 lat	61 lat i więcej
Ze znajomymi	35,48	38,14	30,23	35,48
Z rodziną	41,13	37,11	31,40	41,13
Sam	13,71	14,43	20,93	13,71
Z członkami klubu kajakowego	9,68	10,31	17,44	9,68
Razem	100,00	100,00	100,00	100,00
Chi kwadrat Pearsona			6,586	p = 0,08*

Wartość Chi-kwadrat Pearsona wskazuje na istotne zależności przy $p < 0,05$

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Wszystkie grupy wiekowe najchętniej spędzają czas z rodziną (od ok. 31% do ponad 41% wskazań w każdej grupie wiekowej). Jedynie osoby wieku 31–45 lat chętniej wybierają się na kajak ze znajomymi (38,14%) niż z rodziną (37,11%). Samotnie pływać kajakiem lubi 13,71% osób w wieku od 18 do 30 lat oraz w wieku 60 lat i więcej, 14,43% osób wieku 31–45 lat oraz 20,93% w wieku od 46 do 60 lat. Do klubu kajakowego należy w poszczególnych kategoriach wiekowych odpowiednio: 9,68%, 10,31%, 17,44% i 9,68%, a i ich uczestnictwo w spływach wynika najczęściej z działalności tego klubu.

Nie można stwierdzić istotnej zależności pomiędzy wiekiem a opinią na temat tego, jakie umiejętności zdobywa młodzież podczas spływów kajakowych wspólnie ze starszymi członkami rodziny (wartość $p = 0,08$ jest większa od $\alpha = 0,05$).

Młodzież podczas rodzinnych spływów kajakowych wynosi wiele cennych wartości, które ułatwią jej życie we współczesnym świecie. Niecałe 76% ankietowanych młodych osób stwierdziło, że młodzież, która pływa kajakiem potrafi zachować się w różnych trudnych warunkach, radzi sobie ze stresowymi sytuacjami, jak również potrafi zauważać problemy innych osób, nauczona jest współpracy w grupie. Aż 75% respondentów w wieku do 30 lat wskazało, że uczestnictwo w spływie kajakowym rozwija młodzież fizycznie, umożliwia dbanie o ich dobrą kondycję. Ważnym aspektem rodzinnych spływów kajakowych jest nauka młodzieży poszanowania środowiska naturalnego (72,58%) oraz poznanie fauny i flory okolic polskich rzek (68,55% wskazań młodych ludzi). Spływy kajakowe wspólne ze starszymi członkami rodziny uwarunkowują również młodzież na dziedzicowo kulturowe regionu, rozbudzają zainteresowania wielokulturowością, uczą poszanowania dóbr kultury (56,45%). Następną wartością, na jaką respondenci zwrócili uwagę jest poznanie i zrozumienie historii własnego regionu (48,39%). Prawie 47% ankietowanych osób w wieku do 30 lat stwierdziło, że rodzinne spływy kajakowe uczą międzypokoleniowego wzajemnego

szacunku oraz przekazywania tradycji, wiedzy i umiejętności (65,32%) między rodzicami i dziećmi oraz wnukami i dziadkami.

Tabela 3. Umiejętności, jakie zdobywa młodzież dzięki uczestniczeniu w spływach kajakowych wspólnie ze starszymi członkami rodziny w opiniach respondentów z uwzględnieniem wieku (wyniki w %)

Umiejętności	Stopień zdobycia umiejętności*	Wiek			
		18–30 lat	31–45 lat	46–60 lat	więcej niż 60 lat
Poznanie historii	0	28,23	25,77	24,42	30,77
	1	23,39	23,71	19,77	23,08
	2	48,39	50,52	55,81	46,15
Poznanie przyrody	0	8,06	9,28	13,95	15,38
	1	23,39	20,62	13,95	23,08
	2	68,55	70,10	72,09	61,54
Poznanie środowiska	0	8,87	6,19	15,12	15,38
	1	18,55	17,53	19,77	15,38
	2	72,58	76,29	65,12	69,23
Wrażliwość na dziedzictwo	0	22,58	17,53	26,74	38,46
	1	20,97	26,80	25,58	15,38
	2	56,45	55,67	47,67	46,15
Umiejętność zachowania się	0	9,68	10,31	9,30	30,77
	1	14,52	16,49	17,44	0,00
	2	75,81	73,20	73,26	69,23
Rozwój fizyczny	0	8,06	4,12	11,63	15,38
	1	16,94	17,53	13,95	23,08
	2	75,00	78,35	74,42	61,54
Rozwój tradycji	0	15,32	16,49	26,74	30,77
	1	19,35	20,62	18,60	30,77
	2	65,32	62,89	54,65	38,46
Nauki międzypokoleniowe	0	27,42	14,43	40,70	30,77
	1	25,81	23,71	24,42	30,77
	2	46,77	61,86	34,88	38,46
Chi kwadrat Pearsona				13,937	P < 0,06**

* 0 – nie zdobywa umiejętności; 1 – w niewielkim stopniu zdobywa umiejętności; 2 – zdobywa umiejętności.

** wartość testu chi-kwadrat Pearsona wskazuje na istotne zależności przy $p < 0,05$.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Podobną opinię jak młode osoby wyrażali pozostali respondenci. Należy tutaj zwrócić uwagę na fakt, że respondenci w wieku powyżej 30 lat także wypowiadali się na temat tego, jakie umiejętności zdobywa młodzież dzięki uczestniczeniu w rodzinnych spływach kajakowych. Podczas tego typu podróży młodzież najbardziej rozwija się fizycznie, uczy się szanować środowisko oraz poznaje faunę i florę okolicznych rzek (co ilustruje tab. 3).

Wnioski

Przeprowadzone na Lubelszczyźnie badania nt. wpływu uprawiania turystyki kajakowej na wychowanie młodzieży poprzez turystykę i rekreację pozwalają na określenie wartości i umiejętności, jakie może zdobywać młodzież dzięki uczestniczeniu w spływach kajakowych wspólnie ze starszymi członkami rodziny.

Młodzi ludzie w wieku od 18 do 30 lat najczęściej na spływy kajakowe wybierają się z członkami swojej rodziny (41,13%). Dzięki rodzinnym spływom kajakowym uczą się wzajemnego międzypokoleniowego szacunku oraz przekazywania tradycji, wiedzy oraz umiejętności między rodzicami i dziećmi oraz wnukami i dziadkami.

Rodzinne spływy kajakowe uczą młodzież zachowania się w trudnych sytuacjach (75,81%) i wpływają pozytywnie na jej rozwój fizyczny (75,00%). Dzięki kajakarstwu młody człowiek jest blisko środowiska naturalnego, może obserwować i okazać szacunek przyrodzie, uczyć się harmonii życia z naturą (72,58%) oraz dociera do wielu ciekawych i fascynujących miejsc, a zarazem trudno dostępnych przez inne rodzaje turystyki (68,55%). Ponadto rodzinny spływ kajakowy wymaga od uczestników współpracy i wzajemnej pomocy, dzięki czemu kształtowane są pozytywne cechy charakteru (75,81%).

Bibliografia

- Bigiel W., 2003, Kajakarstwo z elementami turystyki, [w:] R. Błacha, W. Bigiel, *Kultura fizyczna w środowisku przyrodniczym w okresie letnim*, Wyd. AWF, Wrocław.
- Brożek Z., Kwilecka M., 2006, *Bezpośrednie funkcje rekreacji*, Wyd. Almamater, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa.
- Cholewa J., Szepelawa M., 2005, *Turystyka kajakowa jako oferta programowa szkolnego wychowania fizycznego*, „Roczniki Naukowe AWF w Poznaniu”, nr 54.
- Ćwik J., 2007, *Plan marketingowy turystyki w województwie lubelskim na lata 2007–2013*, Zarząd Województwa Lubelskiego, Lubin.
- Encyklopedia powszechna, 2006, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Kawałko P., Nestorowicz Z., 2012, *Lublin – przewodnik*, Wyd. Gaudium, Lublin.
- Majewska I., Telniuk T., Broma R., 2008, *Audyty turystyczne województwa lubelskiego*, Polska Agencja Rozwoju i Turystyki, Warszawa.
- Merski J., 2002, *Turystyka kwalifikowana*, Wyd. Wyższej Szkoły Ekonomicznej, Warszawa.

- Merski J., Warecka J., 2009, Turystyka kwalifikowana, turystyka aktywna, Wyd. Almamater, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa.
- Panasiuk A., 2008, Gospodarka turystyczna, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Sawicki B., 2007, Agroturystyka w aktywizacji obszarów wiejskich, Wyd. Intergraf, Lublin.
- Stan ludności i procesy demograficzne na Lubelszczyźnie, 2012, Urząd Statystyczny w Lublinie, Lublin.
- Starzyński J., 1997, Tao kajaka, Wojskowe Zakłady Graficzne, Warszawa.
- Turski S., Wyszowski M., 2006, Lubelszczyzna – przewodnik, Wyd. BESPOL, Lublin.

**Dorota Mączka,
Agnieszka Kozak**

Państwowa Szkoła Wyższa
im. Papieża Jana Pawła II,
Biała Podlaska

PIELGRZYMOWANIE JAKO FORMA MIĘDZYPOKOLENIOWEGO PODRÓŻOWANIA NA PRZYKŁADZIE POŁUDNIOWEGO PODLASIA

Wstęp

Jest wiele form podróżowania, a wśród nich pielgrzymowanie lub turystyka religijna. Pielgrzymowanie podejmowane jest z przyczyn religijnych do miejsc uznawanych za święte, w których odczuwane jest działanie sił wyższych – Boga lub bóstwa. Turystyka religijna natomiast, poza aspektem religijnym, łączy się z poznawaniem miejsc, niekoniecznie o charakterze duchowym. Odbywane zbiorowo lub indywidualnie pielgrzymki są bardzo rozpowszechnioną i popularną formą obrzędów we wszystkich niemal religiach świata (Kosiewicz 1999, s. 145–146)¹. W kościele rzymskokatolickim najbardziej popularne są pielgrzymki do sanktuariów. Cechą wspólną migracji religijnych i turystycznych jest sam fakt podjęcia podróży, a więc przemieszczanie przestrzenne, korzystanie z tych samych elementów infrastruktury turystycznej (transport, baza noclegowa, baza żywieniowa) (Jackowski 1991, s. 7).

Pielgrzymki oprócz swojej wartości religijnej stanowią też ważny element horyzontu geograficznego i kulturowego społeczeństw. Zawsze były też jednym z głównych czynników tworzących szeroko pojętą kulturę religijną (Jackowski 2000a, s. 5). W początkach chrześcijaństwa pielgrzymi udawali się do Rzymu związanego z męczeńską śmiercią św. Piotra lub do grobu św. Jakuba. Na terenie Polski głównie pielgrzymowano do Gniezna, gdzie przechowywano relikwie św. Wojciecha lub do Krakowa, związanego ze św. Stanisławem. Z czasem liczba świętych miejsc wzrosła, szczególnie po okresie baroku, kiedy popularne stały się sanktuaria – miejsca objawień maryjnych (Jackowski 2000b, s. 251–253).

¹ O turystyce religijnej zob. W.W. Gaworecki (2003, s. 75–77). Turystyka religijna w szerokim ujęciu – zob. J. Bergier, J. Zbikowski (red. 2003).

Przełomowe znaczenie dla kultu maryjnego miało sprowadzenie w 1382 r. do Częstochowy cudownego obrazu Matki Bożej.

Cel i teren badań

Celem opracowania jest przedstawienie turystyki pielgrzymkowej jako formy międzypokoleniowego podróżowania. Już w dawnych czasach, szczególnie dramatycznych w historii Polski, całe rodziny wybierały się do miejsc świętych prosząc o opiekę i wstawiennictwo. Łatwość dostępu do tej formy turystyki powoduje, że bez względu na zasobność portfela, kondycję fizyczną i stan społeczny każdy może pielgrzymować. Terenem badań objęto południowe Podlasie, którego trudno szukać na mapach geograficznych. Jest to raczej dawne oznaczenie historyczne obszaru, obejmującego powiaty: białkopodlaski, siedlecki, łukowski i węgrowski. To teren pogranicza kulturowego, gdzie krzyżują się wpływy ruskie, litewskie, polskie i żydowskie, gdzie na małej przestrzeni można napotkać ośrodki maryjnego kultu prawosławia i liczne sanktuaria maryjne katolików.

Pielgrzymowanie dawniej

Pielgrzymowanie na omawianym terenie ma długie tradycje. Pierwsza pielgrzymka z południowego Podlasia wyruszyła w 1680 r. do miejsc świętych na Ziemi Polskiej ówczesnej Korony. Dokumentem historycznym tej pielgrzymki jest Diariusz peregrynacji na różne święte miejsca szczęśliwie odprawionej anno 1680 napisany przez Stanisława Samuela Szemiota z Przegalin Dużych. Religijny cel pielgrzymi określiła trasa: Góra Kalwaria, Lewiczyn, Studzienna, Gidle, Częstochowa, Kalwaria Zebrzydowska (Szczepańczuk 1980, s. 376–377). Pielgrzymka wyruszyła z Przegalin Dużych 29 sierpnia 1680 r. o godz. 14. Uczestniczyło w niej według Samuela: „45 koni, a cóż ludzi.” Trasa wiodła przez Radzyń Podlaski, Ulan, Tuchowicz, Szyszki, Stoczek Łukowski, Parysów, Osieck do Góry Kalwarii i dalej. W trakcie pielgrzymki pątnicy odwiedzili 47 kościołów, bez kaplic kalwaryjskich, 27 razy słuchali mszy świętej (Szczepańczuk 1980, s. 379).

Również popularne pielgrzymki były na Jasną Górę, szczególnie po okresie wywiezienia tam przez władze carskie cudownego obrazu Matki Bożej Kodeńskiej. Przykładowo, na jubileuszową pielgrzymkę na Jasną Górę 15 sierpnia 1882 r. (500-lecie przeniesienia cudownego obrazu z Bełza do Częstochowy) z poszczególnych parafii wyruszyli unicy pątnicy z: Wisznic (50 osób), Rozwadówki (29), Międzyrzecz Podlaskiego (50), Kolembród (20), Wołynia (15), Drelowa (30), Jabłoni (15), Radzenia Podlaskiego (100 osób). Z parafii terespolskiej wyruszyło do Częstochowy 14 unitów, ale zostali zatrzymani na stacji kolejowej w Warszawie (Szabaciuk 2009, s. 22).

Duży związek z pielgrzymowaniem na południowe Podlasie ma kult Matki Bożej i rozsiane w terenie większe i mniejsze sanktuaria maryjne. Szczególne znaczenie mają koronowane obrazy Maryi w Kodniu, Leśnej Podlaskiej i Miedznej. Na rozwój pielgrzymek w okresie od XIX w. do 1918 r. zaważyły przede wszystkim uwarunkowania polityczne i społeczno-gospodarcze, wynikające z utraty niepodległości.

Uzyskanie niepodległości w 1918 r. rozszerzyło zasięg przestrzennej migracji pielgrzymkowych Polaków. Zmienił się system transportu na rzecz kolei, a także struktura społeczna pątników. Miejsce pielgrzymek patriotycznych coraz zajmowały pielgrzymki stanowe i zawodowe (Kowieński b.r.w., s. 42). Do grupy ośrodków pielgrzymkowych o zasięgu krajowym zalicza się także ośrodki kultu wyznawców prawosławia: Grabarka i Jabłeczna.

Przykładowo, w 1938 r. do Kodnia przybyło 20 tys. pielgrzymów. W okresie międzywojennym z niektórych parafii Podlasia przybywały co roku organizowane grupy pielgrzymów, m.in. do Leśnej Podlaskiej w 1938 r. zarejestrowano ich 20, o łącznej liczbie 1926 osób, w tym z Włodawy pielgrzymka liczyła 160 osób i dwóch księży, z Siedlec – 100, z Górek – 300, z Piszczaca – 30, ze Zbuczyna – 44, z Siemiatycz – 200, z Janowa Podlaskiego – 80 alumnów (Szafranec 1981, s. 30–32).

Znane sanktuarium maryjne w Miedznej (powiat węgrowski) również kiedyś i obecnie często odwiedzane jest przez pątników. Strukturę społeczną osób doznających cudów w tym sanktuarium przedstawiono w tab. 1.

Tabela 1. Struktura społeczna osób doznających cudów w sanktuarium maryjnym w Miedznej

Grupa społeczna	Liczba osób			Ogółem %
	mężczyźni	kobiety	dzieci	
Duchowieństwo	10			7
Szlachta	36	22	23	54
Mieszczanie	15	7	7	19
Chłopi	7	8	4	13
Brak danych	6	3	3	8
Ogółem	74 (49%)	40 (26%)	37 (25%)	151

Źródło: A. Bosiacka (2007, s. 126).

Z terenu Południowego Podlasia odbywały się również pielgrzymki poza teren, głównie do Częstochowy na Jasną górę. Ruch pielgrzymkowy na Jasną Górę z terenu diecezji w latach 1926–1939 wyglądał następująco:

- 1) diecezja podlaska – 97 207 pielgrzymów = 3,31%
 - 345 grup = 4,53%
- 2) diecezja lubelska – 132 097 pielgrzymów = 4,5%
 - 275 grup = 2,7%².

Pielgrzymowanie w obecnych czasach

Obecnie największą pielgrzymką łączącą całe południowe Podlasie jest coroczna pielgrzymka na Jasną Górę. W latach 80. minionego wieku pielgrzymki piesze stały się zadziwiającym całym światem fenomenem polskiego duszpasterstwa. Masowe pielgrzymki były manifestacją polskości i potrzebą poczucia się mocniejszym

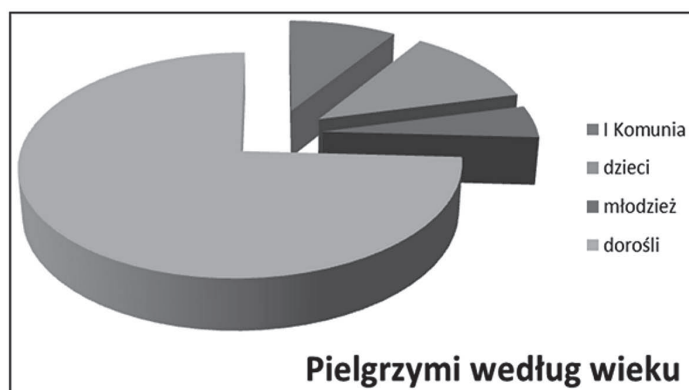
² A. Jackowski, A. Wilkowska, Z. Jabłoński (1995, s. 139).

(Jackowski, Wilkowska, Jabłoński 1995, s. 114). Po kolejnej, 269. Pieszej Pielgrzymce Warszawskiej na Jasną Górę w 1980 r., w której uczestniczyło 5000 pątników z diecezji siedleckiej, zrodziła się myśl zorganizowania samodzielnej pielgrzymki pieszej na Jasną Górę (Akta Kurii Diecezji Siedleckiej, L dz. 677/91 azs).

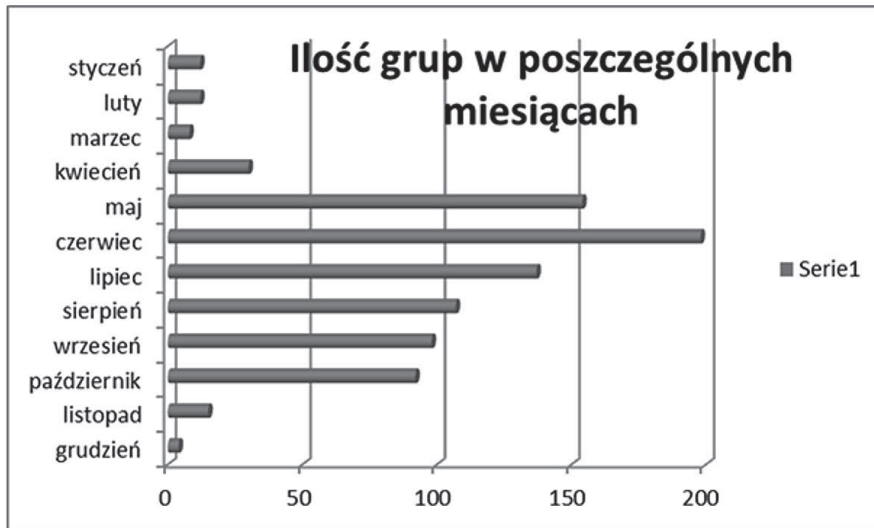
W 1981 r. w Pieszej Podlaskiej Pielgrzymce uczestniczyło 5571 pątników. W 1983 r. pielgrzymka zorganizowana była w 26 grupach, pielgrzymowało 12 007 osób (Pieszka Pielgrzymka Podlaska 1983). W 34. Pieszej Pielgrzymce Podlaskiej na Jasną Górę uczestniczyło około 3,5 tys. pątników, którym posługiwało 68 kapłanów, 29 alumnów, 9 sióstr i braci zakonnych. O zdrowie pątników dbało 11 lekarzy, 108 pielęgniarek. Nad bezpieczeństwem pielgrzymki czuwało 209 osób ze służby porządkowej. Oprawę muzyczną przygotowywało 369 osób. Najdłużej, bo od 31 lipca, szli pątnicy z grupy włodawskiej, pokonując 413 km.

Głównym celem katolickich pielgrzymek jest sanktuarium maryjne w Kodniu. Najwięcej pątników (30%) przybywa na cztery główne odpusty: Zielone Świątki – Zesłanie Ducha Świętego, Nawiedzenia NMP 2 VII, Wniebowzięcie NMP 14–15 VIII – około 20 tys. osób oraz Narodzenie NMP – 7–8 IX. Większość pątników (75%) notuje się w okresie maj–wrzesień. Ponad 90% przybywa z motywów religijnych (Jackowski, Wilkowska, Jabłoński 1995, s. 127). W 2013 r. Sanktuarium Matki Bożej Kodeńskiej odwiedziły 867 grupy zorganizowane. W stosunku do poprzedniego roku jest to wzrost o 147. Pośród grup zorganizowanych było m.in.: osiem grup zagranicznych, 11 grup związanych z uczelniami wyższymi, 16 pielgrzymek pieszych, 16 pielgrzymek przedstawicieli życia konsekrowanego i stowarzyszeń życia apostołskiego czy 83 grupy dzieci komunijnych. W większości przybywali autokarami, choć zdarzały się także grupy rowerowe, konne czy kajakowe, głównie z Białej Podlaskiej, Łosic, Huszlewa, Sarnak, Międzyrzecza Podlaskiego, Klonowicy Dużej, Hadynowa, Łukowa, Radzyna Podlaskiego.

Na podstawie rys. 1 można wywnioskować, że najczęściej osób dorosłych przybywa w pielgrzymkach autokarowych lub indywidualnie. Ponadto duży odsetek stanowią dzieci podróżujące z rodzicami lub w grupach oazowych, najmniej udział ma młodzież.



Rys. 1. Struktura społeczna pielgrzymek w Sanktuarium Maryjnym w Kodniu w 2012 r.; <http://www.koden.com.pl/a,327.html>



Rys. 2. Liczba grup pątników w Sanktuarium Maryjnym w Kodniu w 2012 r. (wg miesięcy); <http://www.koden.com.pl/a,327.html>

Z rys. 2 wynika, że okresem najchętniej wybieranym na pielgrzymowanie do Kodnia są wakacje. Przoduje miesiąc czerwiec i maj ze względu na koniec roku szkolnego, komunie. Ponadto pielęgnowane na południowym Podlasiu tradycje nabożeństw majowych są okazją do pogłębiania kultu maryjnego.

Duży ruch pielgrzymkowy notuje się także w Sanktuarium Maryjnym w Leśnej Podlaskiej, głównie o znaczeniu regionalnym i lokalnym. Przykładowo w roku 2012 przybyła następująca liczba pielgrzymek według sposobu podróży oraz grup społecznych: autokarowe – 130, rowerowe – cztery, zagraniczne – trzy, dzieci „pierwszokomunijne” – sześć, kombatancki, leśnicy, Rodzina Różańcowa, pielgrzymki stanowe – strażacy, chorzy, narzeczeni, legionieści, ruch trzeźwościowy, I Konna Pielgrzymka Ułanów Podlaskich³.

W odległości 17 km od Siedlec znajduje się niewielkie sanktuarium maryjne o znaczeniu lokalnym. Od niepamiętnych czasów Hołubla jest miejscem kultu Matki Bożej Pocieszenia, do której pielgrzymują mieszkańcy okolicznych wsi i okolic. Od 1988 r. corocznie do Hołubli przybywa piesza pielgrzymka z Paprotni, a od kilku lat z Przesmyk i z Siedlec⁴. Hołublę odwiedzają także autokarowe pielgrzymki, m.in. z Płocka, Lublina, Warszawy. Rocznie około 500 osób.

Poza kultem maryjnym na omawianym terenie od lat 90. XX w. popularnym miejscem pielgrzymowania jest Pratulín. Obecnie można tu zobaczyć kościół z 1840 r., w którym znajdują się relikwie Błogosławionych Męczenników oraz oryginalny krucyfiks trzymany przez unitów podczas krwawych wydarzeń. Nie zachował się Kościół unicki, którego bronili męczennicy, w 1886 r., został roze-

³ <http://lesnapodlaska.paulini.pl/wydarzenia/w-parafii/730-trzewociowe-dni-skupienia-w-sanktuarium-w-lenej-podlaskiej.html>.

⁴ Tamże, s. 12.

brany. Beatyfikacja unitów w 1996 r. spowodowała, że do Pratulina zaczęły przyjeżdżać bardzo liczne pielgrzymki autokarowe, samochodowe, rowerowe, ale także piesze. Przybywają pielgrzymi ze Szczecina, Gdańska, Suwałk, Krakowa, Warszawy, Lublina. Tu spotykają się ludzie różnej narodowości: Rosjanie, Ukraińcy, Białorusini, Niemcy, Włosi, a nawet Kanadyjczycy czy Australijczycy; wyznania chrześcijańskie, judaistyczne i niewierzący. Rocznie Pratulina odwiedza około 50 tys. pielgrzymów (Jakubowicz 2003, s. 236–237).

Poza głównymi miejscami kultu maryjnego na południowym Podlasiu pielgrzymi indywidualnie lub grupowo odwiedzają małe lokalne sanktuaria rozsiane po terenie. Popularnym miejscem comiesięcznych pieszych wędrówek pątnicznych są Mokobody, oddalone od Siedlec o 16 km. W każdą ostatnią sobotę miesiąca pielgrzymi wędrują pieszo, a po modlitwach wracają autobusami wcześniej zamówionymi. Inne, mniejsze sanktuaria – w Kolembrodach, Horodyszczu, Łazówku – odwiedzane są głównie w ramach zorganizowanych wycieczek autokarowych lub indywidualnie.

Poza pielgrzymkami katolików również popularne są podróże pątnicze wyznawców prawosławia głównie do Jabłecznej. Przykładowo, 15 czerwca 2014 r. z Białegostoku wyruszyła XXIII Piesza Prawosławna Pielgrzymka do Jabłecznej. Trasa pielgrzymki wiodła przez trzy województwa: podlaskie, mazowieckie i lubelskie. Na pierwszy nocleg pątnicy zatrzymali się w Wojszkach. Następnie szli przez Bielsk Podlaski, Wólkę Wygonowską, Janów Podlaski, Terespol i Kostomłoty. Męski monaster w Jabłecznej to najstarszy klasztor prawosławny w Polsce, położony nad Bugiem, tuż przy granicy z Białorusią, w województwie lubelskim⁵. Po przejściu 220 km pątnicy wzięli udział 24 i 25 czerwca w dorocznych prawosławnych uroczystościach ku czci patrona klasztoru. To najdłuższa pielgrzymka organizowana przez Bractwo Młodzieży Prawosławnej w Polsce. Pielgrzymi wyruszyli spod monasteru Narodzenia Najświętszej Marii Panny w Dojlidach i pokonali trasę w dziewięć dni, która wiedzie m.in. przez Świętą Górę Grabarkę, Janów Podlaski, Mielnik, Kodeń. Rzekę Bug pielgrzymi pokonali promem. Najkrótszy etap, z Kodnia do Jabłecznej, wynosi 13 km, najdłuższy – z Milejczyc do Mielnika – 35 km. W Pielgrzymce z Białegostoku uczestniczy ponad 20 osób. Jest to jedna z najmniej licznych prawosławnych pielgrzymek, dzięki czemu ma rodzinny wymiar. Wśród uczestników pielgrzymki są osoby z diecezji białostocko-gdańskiej oraz innych diecezji prawosławnych w kraju. Do Jabłecznej wyruszyły też pielgrzymki z innych miejscowości na wschodzie Polski⁶.

Popularne są także pielgrzymki rowerowe. Tradycja tych podróży sięga 1994 r., kiedy organizowano głównie 1–2-dniowe rowerowe pielgrzymki do sanktuariów w najbliższej okolicy, np. do Mokobód, Woli Gułowskiej. W 2014 r. na Jasną Górę wyruszyła 12 lipca już IX Ogólnopolska Pielgrzymka Rowerowa.

Z diecezji siedleckiej wyruszyły dwie grupy: jedna z parafii w Domanicach pod kierunkiem proboszcza ks. kan. Jerzego Grochowskiego (kapelan członek

⁵ <http://www.radio.bialystok.pl/wiadomosci/index/id/113848>.

⁶ <http://ekai.pl/wydarzenia/x20858/bialystok-piesza-pielgrzymka-prawoslawna-do-jablecznej-juz-na-szlaku>.

Siedleckiego Oddziału PTTK), druga z Międzyrzecza Podlaskiego, pod przewodnictwem ks. kan. Józefa Brzozowskiego. Większość członków grupy z Domanic to uczniowie gimnazjum, przygotowujący się do przyjęcia sakramentu bierzmo-
wania. Pojechało też kilkoro dorosłych opiekunów; była mama jednego z uczest-
ników, dziadek, ojciec i jeszcze czwórka dorosłych osób⁷.

Zakończenie

Ruch pielgrzymkowy jest dogodną formą podróżowania rodzinnego wie-
lopokoleniowego. Najbardziej widoczne jest to na Podlaskiej Pielgrzymce na
Jasną Górę, gdzie w jednej grupie pielgrzymują młodzi i starsi, dzieci i dorośli.
Chociaż obecnie jest wiele form atrakcyjnego spędzania wolnego czasu, piel-
grzymki w dalszym ciągu cieszą się popularnością. W poprzednich latach piel-
grzymowanie było manifestacją uczuć patriotycznych i religijnych, obecnie jest
potrzebą wyciszenia, odnalezienia dystansu do siebie i swojego życia. W dzisiej-
szym życiu przepełnionym stresem pielgrzymowanie staje się pomocne nawet
dla młodego pokolenia.

W pielgrzymowaniu ważną rolę odgrywa rozwój środków transportu, co uła-
twia wygodne dotarcie do celu. Zwiększenie komfortu podróżowania, poprawa
warunków finansowych i ilość czasu wolnego powoduje, że przybywa pątników
oraz zwolenników turystyki religijnej w różnym wieku.

Bibliografia

- Akta Kurii Diecezji Siedleckiej, L dz. 677/91 azs.
Bergier J., Zbikowski J. (red.), 2003, *Turystyka i religia*, Biała Podlaska.
Bosiacka A., 2007, *Religijność na Podlasiu w świetle ksiąg cudów z XVI–XVIII w.*, Warszawa.
Gaworecki W.W., 2003, *Turystyka*, Warszawa.
Jackowski A., 1991, *Pielgrzymki i turystyka religijna w Polsce*, Warszawa.
Jackowski A., 2000a, *Pielgrzymowanie*, Wrocław.
Jackowski A., 2000b, *Polskie pielgrzymowanie, „Ziemia”: V Kongres Krajoznawstwa Pol-
skiego*, Warszawa.
Jackowski A., Wilkowska A., 1995, Jabłoński Z., *Przestrzeń i sacrum. Geografia kultu religij-
nego w Polsce i jego przemiany w okresie od XVII do XX w. na przykładzie ośrodków
kultu i migracji pielgrzymkowych*, Kraków.
Jakubowicz H. ks., 2003, *Pratulin miejscem świadectwa i męczeństwa Unitów*, [w:] *Tury-
styka a religia*, J. Bergier, J. Zbikowski (red.), PWSZ, Biała Podlaska 2003.
Kosiewicz J., 1999, *Wędrowki religijne jako forma turystyki aktywnej*, [w:] *Turystyka ak-
tywna. Turystyka kwalifikowana. Zbiór materiałów konferencyjnych*, T. Łobożewicz
(red.), Warszawa.
Kowieński L., b.r.w., *Pielgrzymka mariańska rzymskokatolików i unitów do Ryzmu (25
kwietnia – 11 maja 1904), „Nadbużańskie Sławatycze”, Sławatycze.*

⁷ <http://podlasie24.pl/powiat-siedlecki/kosciol/z-domanic-wyruszyla-pielgrzymka-rowerowa-na-jasna-gore-1342d.html>.

- Piesza Pielgrzymka Podlaska 1983, dokumenty luźne, Duszpasterstwo Pielgrzymkowe Diecezji Siedleckiej.
- Szafraniec K., 1981, Decus Podlachiae – ozdoba Podlasia. Sanktuarium Matki Bożej Leśniańskiej w trzechsetlecie istnienia (1683–1983), Warszawa.
- Szabaciuk A., 2009, Losy unickiego pielgrzymowania, „Podlaskie Echo Katolickie” nr 34, 20–26.08.
- Szczepańczyk Z., 1980, Trzechsetna rocznica pielgrzymki podlaskiej, „Wiadomości Diecezjalne Podlasia” nr 12.
- <http://www.koden.com.pl/a,327.html>.
- <http://lesnapodlaska.paulini.pl/wydarzenia/w-parafii/730-trzewociowe-dni-skupienia-w-sanktuarium-w-lenej-podlaskiej.html>.
- <http://www.radio.bialystok.pl/wiadomosci/index/id/113848>.
- <http://podlasie24.pl/powiat-siedlecki/kosciol/z-domanic-wyruszyła-pielgrzymka-rowerowa-na-jasna-gore-1342d.html>.
- <http://ekai.pl/wydarzenia/x20858/bialystok-piesza-pielgrzymka-prawoslawnna-dojablecznej-juz-na-szlaku>.

Marzena Makowska-Iskierka

Uniwersytet Łódzki,
Instytut Geografii Miast i Turyzmu

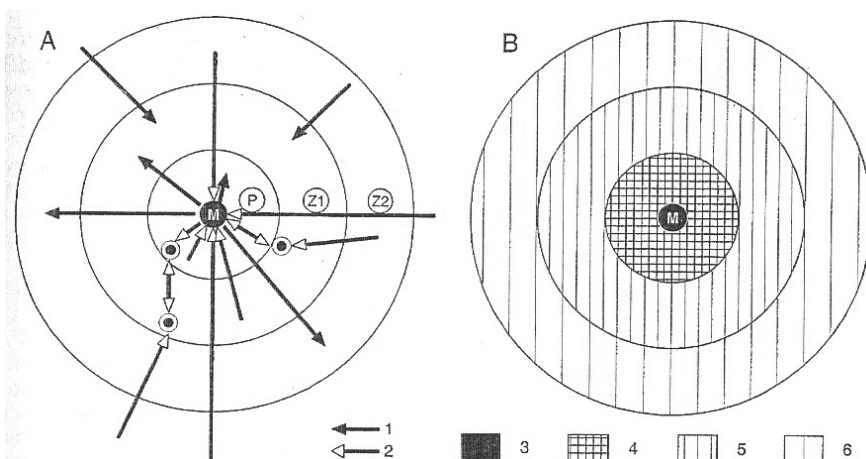
OBSZAR METROPOLITALNY JAKO PRZESTRZEŃ TURYSTYKI MIĘDZYPOKOLENIOWEJ

Celem opracowania jest zaprezentowanie obszaru metropolitalnego jako specyficznego regionu turystycznego dogodnego dla rodzin i turystyki międzypokoleniowej. Scharakteryzowano aktywność turystyczną Polaków i gospodarstw domowych, a także zaprezentowano czynniki wpływające na zachowania turystyczne i uprawianie turystyki rodzinnej. Za studium przypadku obrano obszar Łódzkiego Obszaru Metropolitalnego.

Za obszar metropolitalny należy rozumieć obszar wielkiego miasta oraz powiązanego z nim funkcjonalnie bezpośredniego otoczenia, ustalony w koncepcji przestrzennego zagospodarowania kraju (Ustawa z dnia 27 marca 2003 r.). Jest on jednostką funkcjonalną tworzoną przez duży, złożony i spójny funkcjonalnie zespół miejski, którego istotną cechą jest występowanie funkcji metropolitalnych, a także powiązań funkcjonalnych. Miasto centralne ma ścisłe związki ze swoim zapleczem, które pełni w stosunku do niego m.in. funkcję żywicielską, mieszkaniową i turystyczno-rekreacyjną.

Przestrzeń geograficzna użytkowana w celach turystycznych przez mieszkańców dużego miasta o funkcjach metropolitalnych oraz mieszkańców jego zaplecza (in. strefy podmiejskiej lub obszaru metropolitalnego) nazywana jest turystycznym regionem metropolitalnym (Liszewski 2005). Identyfikowanie go z regionem turystyczno-wypoczynkowym jest uzasadnione, ponieważ funkcja turystyczno-wypoczynkowa odgrywała w jego kształtowaniu się znaczącą, często pionierską, rolę (rys. 1). Obszar ten posiada wysokie walory turystyczne, głównie przyrodnicze. Z uwagi na swoje położenie i dobre skomunikowanie jest terenem, na którym koncentruje się przede wszystkim ruch turystyczny weekendowo-święteczny. Miasto centralne (centrum regionu, miasto metropolitalne) stanowi miejsce docelowe lub tranzytowe przyjazdów turystycznych (poznawczych, biznesowych, kulturalnych itp.), natomiast zaplecze miasta (obszar ze-

wnętrzny) – obszar wyjazdów wypoczynkowych (weekendowych i urlopowych) mieszkańców miasta.



Rys. 1. Metropolitalny region turystyczno-wypoczynkowy (schemat)
 A – kierunki ruchu turystyczno-wypoczynkowego – ruch: 1 – turystyczny, 2 – wypoczynkowy, M – obszar miasta, P – strefa podmiejska, Z1 – strefa zewnętrzna bliższa, Z2 – strefa zewnętrzna dalsza; B – przestrzeń turystyczna, 3 – obszar miasta, 4 – przestrzeń miejska, 5 – przestrzeń urbanizacji i kolonizacji turystycznej, 6 – przestrzeń penetracji, asymilacji turystycznej i turystyki kwalifikowanej

Rys. 1. Metropolitalny region turystyczno-wypoczynkowy (schemat).

Źródło: S. Liszewski (2005, s. 125).

Przyjmując za podstawę charakter działalności turystycznej oraz stopień kształtowania przez nią przestrzeni geograficznej i społecznej S. Liszewski (1995) wyróżnił pięć typów przestrzeni turystycznej, przestrzenie: eksploracji, penetracji, asymilacji, kolonizacji i urbanizacji turystycznej. Na przestrzeń turystyczną, rozumianą jako część przestrzeni geograficznej wyróżniającą się funkcjonalnie, składa się środowisko naturalne, gospodarcze i człowieka w rozumieniu społecznym. Wyznacznikami przestrzeni turystycznej są także funkcje turystyczne, jakie pełni obszar, rodzaj aktywności turystycznej człowieka, poziom zagospodarowania turystycznego, natężenie ruchu turystycznego oraz znaczenie obszaru dla osób podejmujących tam aktywność turystyczną.

Powstanie i rozwój metropolitalnego regionu turystycznego jest zdaniem S. Liszewskiego (2005) funkcją rozwoju obszaru metropolitalnego, który przebiega fazami powodując kształtowanie się w okolicy miasta wszystkich typów przestrzeni turystycznej (rys. 1). Etapy przekształceń terenów podmiejskich pod wpływem turystyki opisała na przykładzie Łodzi M. Makowska-Iskierka (2011a).

Początkowo (tj. w połowie XIX w.) wypoczynek mieszkańców koncentrował się przede wszystkim w granicach miasta, tylko najbogatsi budowali letnie rezydencje poza nim, zwykle w najbliższych okolicach. W okresie międzywojennym popularne stały się wyjazdy na majówki i grzybobrania oraz pobyty na letniskach (w wynajmowanych kwaterach). W atrakcyjnych przyrodniczo terenach podmiejskich powstawać zaczęły wówczas także miasta ogrody i miasta lasy. Po II wojnie światowej spopularyzowany został wypoczynek w ośrodkach zakwatero-

rowania zbiorowego (zwykle zakładowych i kolonijnych), ale także na własnych działkach rekreacyjnych. Z czasem skolonizowane przez turystów wsie podmiejskie zaczęły coraz intensywniej podlegać procesom urbanizacji, a osiedla wypoczynkowe zmieniać swe funkcje z wypoczynkowych w mieszkalne. W związku z tym nastąpiło przesuwanie na zewnątrz procesów penetracji i kolonizacji turystycznej, czyli odkrywanie i zagospodarowywanie obszarów położonych dalej. Obecnie miasto w coraz większym stopniu bywa przedmiotem zainteresowania turystów, nie tylko tranzytowych, stając się centrum turystyki przyjazdowej (przede wszystkim poznawczej i biznesowej). Strefa podmiejska specjalizuje się natomiast w turystyce wypoczynkowej i kwalifikowanej. Obszar metropolitalny pełni tym samym różnorodne funkcje turystyczne zarówno dla mieszkańców, jak i turystów.

Łódzki Obszar Metropolitalny (ŁOM) składa się z Łodzi i czterech okalających ją powiatów skupiających 35 gmin (rys. 2). Na tle ośmiu największych obszarów metropolitalnych w Polsce ŁOM w 2012 r. był najmniejszy pod względem powierzchni (2499 km²) i przedostatni (przed Szczecińskim OM) pod względem liczby mieszkańców (1 103 570), a trzeci (po Warszawskim i Górnośląskim OM) ze względu na wysoką gęstość zaludnienia (441,6 osób/km²). Wyróżnia się on najbardziej niekorzystną sytuacją demograficzną (wskaźnik przyrostu naturalnego $-4,7\text{‰}$), zamieszkuje go najmniej mieszkańców w wieku przedprodukcyjnym (12,6%) i najwięcej (22%) w wieku poprodukcyjnym (<http://www.uml.lodz.pl/>). Łódź wyludnia się, natomiast otoczenie miasta metropolitalnego wykazuje dodatnie saldo migracji (4,4 na 1000 mieszkańców), co potwierdza proces urbanizowania się terenów podmiejskich.



Rys. 2. Łódzki Obszar Metropolitalny. Źródło: opracowanie własne

Na terenie ŁOM w 2013 r. było 126 966 podmiotów gospodarczych (54,2% z województwa) (<http://www.lodzkie.pl/>). Większość obiektów tworzących in-

frastruktūrę turystyczną, a zwłaszcza bazę noclegową, koncentruje się w mieście centralnym – Łodzi (tab. 1), np. zlokalizowanych było tam 59,6% wszystkich hoteli funkcjonujących w obszarze metropolitalnym. W 2011 r. w ŁOM udzielono rocznie 868 tys. noclegów, a z obiektów noclegowych skorzystało 418,7 tys. osób, przy czym na samą Łódź przypadało odpowiednio 73,9 i 86%.

Tabela 1. Hotelarstwo w Łódzkim Obszarze Metropolitalnym w 2013 r.

Cecha	ŁOM bez Łodzi	Łódź	Razem
Liczba hoteli	21	31	52
Liczba pokoi hotelowych	644	2 857	3 501
Liczba wynajmowanych pokoi rocznie	73 325	367 263	440 588
Liczba turystów nocujących w hotelach rocznie	83 241	349 503	432 744
Średni roczne obłożenie hoteli	31,2	35,2	–

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

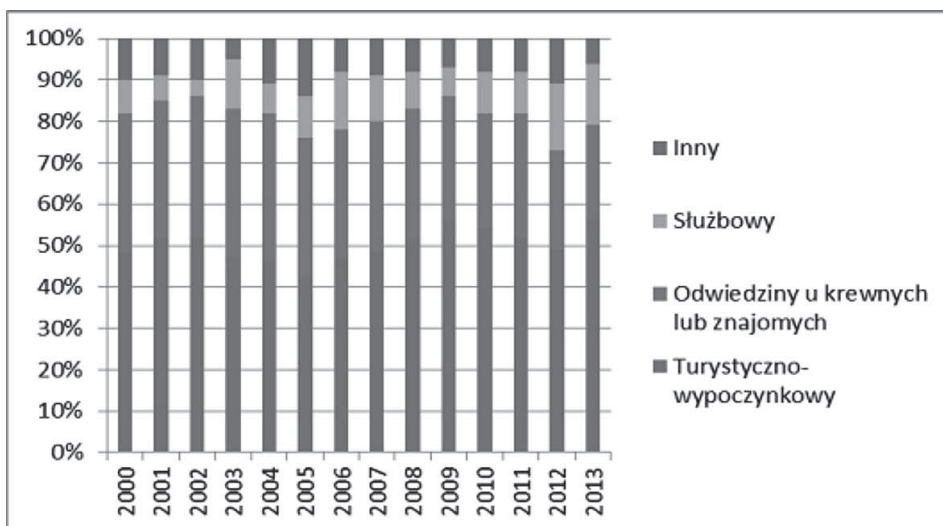
Z powodu braku danych zagregowanych dla obszaru metropolitalnego w charakterystyce ruchu turystycznego posłużono się wartościami dla regionu opublikowanymi w „Ruchu turystycznym...” (2012). Jego wielkość w Łodzi i województwie łódzkim w 2011 r. oszacowano na 4 435 700 osób, przy czym miasto odwiedziło 17,6% z nich. Odwiedzający krajowi stanowili 93,9% ogółu (4 167 800), z tego jednodniowi 57,9% (2 412 500). Liczbę polskich turystów w województwie oszacowano na 1 305 400, z których ponad połowa (679 500 osób) nocowała w nierejestrowanej bazie noclegowej. Spośród 780 500 odwiedzających Łódź aż 84,4% pochodziło z kraju, przy czym 68,3% (449 900) było turystami, z których 60,5% (272 200) nocowało w obiektach zarejestrowanych. Z noclegu u rodziny skorzystał co siódmy turysta w Łodzi i co piąty w województwie.

Głównym celem przyjazdów (wg ankiet) w 2011 r. do Łodzi były sprawy służbowe (27,2% ogółu), a do województwa łódzkiego wypoczynek (28,9% odpowiedzi), dlatego pobyty w mieście trwały krócej (średnio 1,78, a w województwie 1,92 dni). Na drugim miejscu do obydwu obszarów przyjeżdżano w celu odwiedzin krewnych i znajomych (odpowiednio 20,4 i 14,2%), a w dalszej kolejności m.in. z powodu chęci udziału w wydarzeniach kulturalnych (9,3% do Łodzi, 10,2% do województwa).

Przedstawione dane wpisują się w tendencje ogólnopolskie, gdyż według badań Instytutu Turystyki¹ głównym celem podróży krajowych Polaków w 2011 r. były odwiedziny krewnych lub znajomych w przypadku 30% podróży długich (trwających 5 i więcej dni) i 52% krótkich (2–4 dni), zaś dokładnie odwrotnie kształtował się udział wyjazdów turystyczno-wypoczynkowych. Cel służbowy wyróżniał 14% podróży krajowych krótkich i 10% długich (<http://www.intur.com.pl/>). W latach 2000–2013 zaobserwowano trend malejący odsetka odwie-

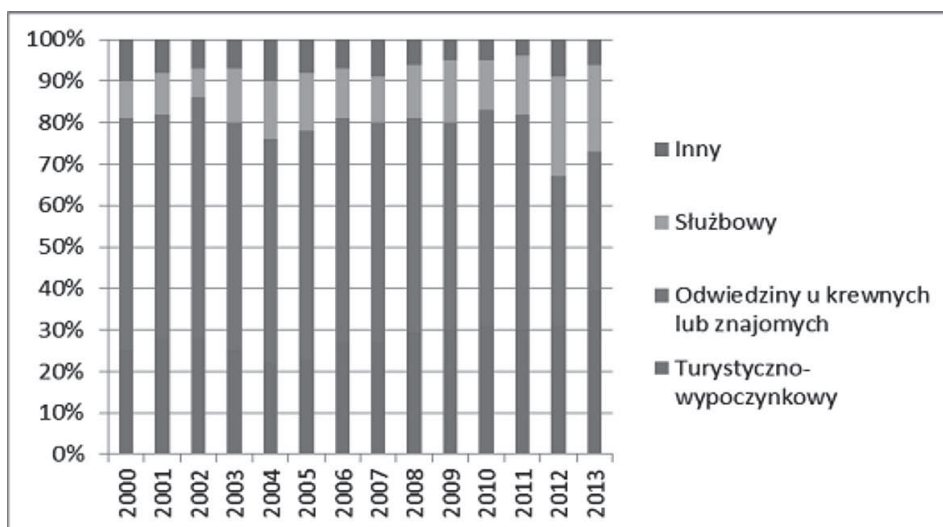
¹ Według Instytutu Turystyki, w 2010 r. na pobyt u rodziny wskazało także 24% osób wyjeżdżających za granicę. Wielu Polaków odbywających krajowe wyjazdy turystyczne (59% krótkookresowe, 36% długookresowe) zrealizowało je u rodziny (noclegi).

dzin krewnych lub znajomych w przypadku obu rodzajów podróży krajowych, przy jednoczesnej tendencji wzrostowej udziału podróży w celach turystyczno-wypoczynkowych i służbowych (rys. 3 i 4). W całym analizowanym okresie wyjazdy w celach towarzyskich były charakterystyczne dla trwających 2–4 dni, a dla dłuższych (na co najmniej pięć dni) cele turystyczno-wypoczynkowe.



Rys. 3. Główne cele krajowych długich podróży Polaków.

Źródło: dane IT (<http://www.intur.com.pl/>)



Rys. 4. Główne cele krajowych krótkich podróży Polaków.

Źródło: dane IT (<http://www.intur.com.pl/>)

Biorąc pod uwagę aktywność turystyczną gospodarstw domowych² można stwierdzić, że w 2013 r. w wyjazdach wzięło udział 52,9% ogółu, przy czym więcej w podróżach krajowych długotrwałych (32%) niż krótkotrwałych (27,1%). Przeciętnie na każde wyjeżdżające gospodarstwo przypadło 2,7 wyjazdów (najwięcej – 3,1 w przypadku krajowych trwających 2-4 dni), a wzięły w nich udział zwykle po dwie osoby (Turystyka... 2014).

Gospodarstwa domowe w Polsce w 2013 r. za główny cel wyjazdów krajowych długotrwałych (69,8%) i podróży zagranicznych (55,2%), ale też 31,2% podróży krajowych krótkotrwałych stawiały wypoczynek, rekreację i wakacje. Dla tej ostatniej formy podróży najbardziej charakterystyczne (51%) były spotkania z rodziną i znajomymi, których udział w pozostałych wyodrębnionych typach wyjazdów kształtował się na poziomie po około 19%.

Największy odsetek uczestniczących w przynajmniej jednej podróży turystycznej stanowiły osoby w wieku 25–44 lata (podróżujące często wraz z dziećmi i młodzieżą), posiadające wysokie dochody, wyższe wykształcenie i będące mieszkańcami dużych miast.

Tabela 2. Skład rodziny w podróży do Łodzi i podróżującej po województwie łódzkim w 2011 r. (%)

<i>Członkowie rodziny</i>	<i>Łódź</i>	<i>Województwo łódzkie</i>
Dzieci do 16. roku życia	45,5	60,0
Rodzice	26,2	17,3
Pra- i dziadkowie	1,6	2,4
Inni	45,9	57,1

Źródło: Ruch turystyczny... (2012).

Rodzina towarzyszyła także co piątej osobie, która odwiedziła w 2011 r. region łódzki – częściej podczas przyjazdów do województwa. Były to przeważnie dzieci w wieku poniżej 16 lat, albo inni członkowie rodziny (m.in. małżonkowie, rodzeństwo), a najrzadziej dziadkowie i pradiadkowie (tab. 2). Podróżująca wspólnie familia miała decydujący wpływ na sposób spędzania wolnego czasu (52,1% w Łodzi oraz 50,3% w województwie), znacznie mniejszy przy wyborze obiektów gastronomicznych i noclegowych (w województwie odpowiednio: 33,5% i 35,6%).

Decyzja o miejscu i formie wspólnego wyjazdu turystycznego, a także sposobach spędzania czasu wolnego jest wynikiem kompromisu członków rodziny, ponieważ inne zainteresowania i potrzeby mają dzieci i młodzież, a inne osoby dojrzałe i starsze (Kowalczyk-Anioł, Włodarczyk 2011). Czynnikiem wpływającym

² Liczba gospodarstw domowych w Polsce wyniosła 13 572 tys. (38 171 tys. osób), przy czym w miastach (9150 tys.) była ponad dwa razy większa niż na wsi. Gospodarstwo domowe było aktywne turystycznie, jeśli w badanym okresie (roku) przynajmniej jeden z jego członków uczestniczył w turystycznym wyjeździe za granicę lub w wyjeździe na terenie kraju obejmującym co najmniej jeden nocleg.

mi najbardziej na aktywność turystyczną Polaków według W. Alejsiaka (2009) są dochody i wykształcenie głowy rodziny oraz wielkość gospodarstwa domowego (istnieje bardzo wyraźna ujemna korelacja między tą cechą a rocznymi wydatkami na turystykę). GUS zwraca uwagę również na typ gospodarstwa domowego i klasę miejscowości zamieszkania (Turystyka... 2014). Zdaniem autorki na zachowania turystyczne i uprawianie turystyki międzypokoleniowej oddziałuje także aktualne stadium cyklu życia rodziny, zasoby czasu wolnego i tradycje wspólnego podróżowania, ponadto ułatwienia prawne (jak np. Ogólnopolska Karta Dużej Rodziny).

Z racji swojego położenia walory oraz dobre zagospodarowanie obszar metropolitalny posiada duży potencjał turystyczny, pozwalający na rozwój właściwie wszystkich rodzajów turystyki i stwarza możliwość wyboru różnych form aktywności turystycznej. Dla międzypokoleniowej turystyki rodzinnej najbardziej dogodnymi i najczęściej wybieranymi sposobami spędzania czasu wolnego na obszarze metropolitalnym są, oprócz wycieczek krajoznawczych, dłuższe pobyty na własnej działce rekreacyjnej, a w przypadku jej braku pobyty na letnisku lub w gospodarstwie agroturystycznym. Zazwyczaj w pobliżu dużego miasta mieszkańcy uprawiają zarówno turystykę aktywną (np. jazda na rowerze, bieganie, wspinaczka, wycieczki piesze, przejażdżki konne), jak i bierną (w tym spacer, zbiór runa leśnego, pobyt na zbiornikiem wodnym). Miasta odwiedzane są natomiast zwykle w celach poznawczych, a także służbowych i biznesowych. Jak wcześniej opisywano, bardzo popularne są też odwiedziny krewnych i rodziny, w tym udział w różnych uroczystościach (np. ślub). Ponadto rodziny chętnie uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych, sportowych, rozrywkowych, religijnych i innych. Organizowane są nawet specjalnie festyny, jarmarki, zloty, koncerty, inscenizacje i pokazy tematyczne zapewniające atrakcje wszystkim członkom rodziny. Coraz popularniejsze stają się również pobyty w parkach rozrywki (m.in. dinozaurów, miniatur, parkach wodnych i linowych), których w Polsce jest aż 146 (<http://www.parkmania.pl/>) oraz w centrach rozrywki rodzinnej przybierających zwykle formę wesołych miasteczek. Wiele rodzin, zwłaszcza w weekendy, lubi wspólnie spędzać czas w coraz liczniejszych w kraju centrach handlowo-rekreacyjnych (Makowska-Iskierka 2013), oferujących pod jednym dachem wiele atrakcji kulturalno-rozrywkowych oraz udogodnień dla rodziców i dzieci.

W organizacji turystyki rodzinnej, w tym międzypokoleniowej, oprócz różnorodnych publikacji pomagają też internetowe społeczne portale informacyjne, które są zarówno platformą wymiany opinii, jak również źródłem informacji. Do jednych z najpopularniejszych należą www.rodzinna-turystyka.pl, wakacjedzieciakiem.pl, czasdzieci.pl/wycieczki. Odrębną grupę stanowią komercyjne strony biur podróży dysponujące specjalną ofertą dla rodzin (Makowska-Iskierka 2011b), np. www.neckermann.pl/wyjazdy-rodzinne, www.rodzinne.traveligo.pl, www.tui.pl/rodzinne-wakacje .

* * *

Obszar metropolitalny dysponujący licznymi i zróżnicowanymi walorami przyrodniczymi i antropogenicznymi, łatwo dostępny pod względem komunikacyjnym, posiadający rozwiniętą infrastrukturę turystyczną, wydaje się być

predestynowany do uprawiania turystyki międzypokoleniowej, zarówno krótko-, jak i długoterminowej. Niestety, dość rzadko wspólnie obserwuje się wspólne podróżowanie rodzin wielopokoleniowych. Nie sprzyja temu niekorzystna sytuacja demograficzna w kraju, wynikająca z późno i coraz mniej licznie zawieranych małżeństw oraz niskiego przyrostu naturalnego, a także wydłużanie czasu pracy zawodowej i rosnące tempo życia. Z tego powodu następuje zmiana priorytetów młodych ludzi, a wspólne spędzanie czasu wolnego staje się prawie luksusem, a nie dobrem powszechnym. Wydaje się, że realną szansę na poprawę relacji w rodzinie i dialog międzypokoleniowy może dać wspólne podróżowanie, które zacieśnia więzi, ukazuje wartości i uczy odpowiedzialności. Inicjatorem wyjazdów może być każdy członek rodziny, jednak duże prawdopodobieństwo rozkwitu turystyki międzypokoleniowej niewątpliwie mogą zapewnić dziadkowie sprawujący często opiekę nad wnukami i wspierający tym samym swoje pracujące dzieci. Zwykle są oni bowiem pomysłodawcami wspólnego spędzania czasu poza domem, szczególnie na obszarach niezbyt odległych od miejsca zamieszkania. Idealne ku temu warunki zdaje się oferować obszar metropolitalny.

Na potrzeby niniejszego opracowania analizie poddano trzy aspekty rodzinnej turystyki międzypokoleniowej: podróże w towarzystwie członków rodziny, odwiedziny i nocleg u krewnych. Z uwagi na brak danych szczegółowych dla obszarów metropolitalnych, wykorzystano informacje dotyczące ruchu turystycznego w 2011 r. w regionie łódzkim i odniesiono uzyskane wyniki do wartości dla gospodarstw domowych oraz ogółu polskich turystów. Posłużono się źródłami wtórnymi, wykorzystując do analiz dane IT, GUS, ROTWŁ, a także literaturę. Brak materiałów dotyczących ruchu turystycznego, w tym turystyki międzypokoleniowej, zagregowanych do poziomu obszaru metropolitalnego, wskazuje na potrzebę prowadzenia badań w tej skali przestrzennej. Rozważenia wymaga też kwestia połączenia miejsca i głównych form aktywności turystycznej (czy też ulubionych form spędzania czasu wolnego) z aktualną fazą życia członków rodziny oraz kształtowaniem w wyniku tego odpowiedniego typu przestrzeni turystycznej. Interesujące byłoby również zbadanie kierunków, siły i skutków oddziaływania różnych gospodarstw domowych na przestrzeń.

Bibliografia

- Alejski W., 2009, Determinanty i różnicowanie społeczne aktywności turystycznej, „Studia i Monografie”, nr 59, AWF im. B. Czecha w Krakowie, Kraków.
- Kowalczyk-Anioł J., Włodarczyk B., 2011, Turystyka rodzinna – istota i zakres pojęcia, [w:] J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne, Wyd. PTTK Kraj, Warszawa, s. 9–25.
- Liszewski S., 1995, Przestrzeń turystyczna, „Turyzm”, t. 5, z. 2, s. 87–102.
- Liszewski S., 2005, Metropolitalny region turystyczno-wypoczynkowy. Przykład miasta Łodzi, „Turyzm”, t. 15, z. 1–2, s. 121–138.
- Makowska-Iskierka M., 2011a, Procesy urbanizacyjne na terenach turystyczno-wypoczynkowych strefy podmiejskiej Łodzi, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.
- Makowska-Iskierka M., 2011b, Turystyka rodzinna jako oferta biura podróży, [w:]

-
- J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne, Wyd. PTTK Kraj, Warszawa, s. 161–169.
- Makowska-Iskierka M., 2013, Centra handlowe nowymi turystyczno-kulturalno-rekreacyjnymi atrakcjami Łodzi, [w:] B. Krakowiak, A. Stasiak, B. Włodarczyk (red.), Kultura i turystyka – miejsca spotkań, Łódź, s. 301–322.
- Ruch turystyczny w Łodzi i województwie łódzkim w 2011 r., 2012, praca zbior., ROTWŁ, Łódź.
- Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2013 r., 2014, GUS, Warszawa.
- Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Dz. U. 2003 r., nr 80, poz. 717, art. 2.
- <http://www.intur.com.pl/>.
- <http://www.lodzkie.pl/>.
- <http://www.rodzinna-turystyka.pl/>.
- <http://www.uml.lodz.pl/>.

ISBN 978-83-7005-497-7



www.pttk.pl

WYDAWNICTWO PTTK „KRAJ”