

DAGMARA CHYLIŃSKA

Uniwersytet Wrocławski

GERARD KOSMALA

Akademia Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach

TECNOLOGIA A PRZESTRZEŃ TURYSTYCZNA – WZAJEMNE RELACJE

TECHNOLOGY AND TOURISM SPACE – MUTUAL RELATIONSHIPS

Wprowadzenie

Współczesny świat pełen jest technologicznych wynalazków. Niekiedy zapewniają one niezbędny postęp w wielu ważnych sferach ludzkiej działalności (jak medycyna, biotechnologia czy informatyka), w innych przypadkach ułatwiają ludziom zwyczajnie codzienne życie, by w końcu pełnić funkcję niewiele znaczących, a jednak przez to wcale nie mniej pożądaných, technologicznych gadżetów – fetyszy „nowoczesnego” człowieka. Technologia, podobnie jak w przypadku wcześniej wymienionych obszarów ludzkiego zainteresowania, odgrywa także znaczącą rolę w turystyce.

Silne zależności między technologią i turystyką bezsprzecznie istnieją współcześnie, ale odnaleźć je można także w przeszłości, choć ich natura ulegała wielu transformacjom. Na pewno już w XIX wieku, gdy narodziła się masowa turystyka, można mówić o roli innowacji technologicznych w jej rozwoju, ale pierwsze symptomy tych relacji pojawiły się wieki wcześniej, wraz z usprawnieniami pozwalającymi lepiej ujarzmić przestrzeń. W artykule autorzy starają się przyjrzeć relacjom między technologią a przestrzenią turystyczną, a zwłaszcza zastanowić nad tym, w jaki sposób ta pierwsza wpływa na dostępność przestrzeni turystycznej, czy przyczynia się do jej poszerzenia lub kurczenia, a może nawet stwarza nowe przestrzenie turystyczne. Na ile i w jaki sposób technologia pozwala na/ułatwia przekształcanie przestrzeni turystycznej, jej konsumowanie w szerokim tego słowa znaczeniu? Pewne ograniczenia, wybór podjętych zagadnień, pojawiły się w trakcie prowadzonych badań, a wyniknęły z bogactwa znaczeń i możliwych płaszczyzn rozważań. Komentarze i wnioski autorzy będą starać się przedstawić w porządku wynikającym z przeprowadzonych analiz. W końcowej części autorzy będą zmierzać w stronę konkluzji dotyczących ogólnej oceny jakości wpływów technologii na turystykę. Obserwacje zarówno turystów, jak i branży turystycznej stały się inspiracją do dyskusji, a ostatecznie do napisania artykułu. By mogło to zostać zrealizowane, konieczna była analiza źródeł i opracowań ukazujących różnorodne aspekty badanych zagadnień. Źródłem informacji były zarówno wspomniane obserwacje, jak i opracowania naukowe oraz

popularnonaukowe, raporty i ekspertyzy, ukazujące z jednej strony postęp technologiczny wybranych dziedzin, a rozwój rynku i ruchu turystycznego oraz pojawiające się w związku z tym możliwości i problemy z drugiej.

Jakkolwiek stwierdzenie, iż technologia i turystyka są ze sobą ściśle związane, wydaje się być truizmem, to jednak warto przyrzeć się naturze tych relacji, wpływom i uwarunkowaniom, zwłaszcza że relacje te nie są zagadnieniem często podejmowanym przez badaczy. Pewna zmiana w tym względzie obserwowana jest w ostatnich dwóch dekadach – wobec rozwoju technologii informatycznych nastąpił wzrost liczby prac traktujących przede wszystkim o znaczeniu tegoż dla rozwoju branży turystycznej¹. Wydaje się jednak, że zagadnienie relacji między rozwojem technologii i przestrzeni turystycznej pozostaje nadal sporadycznie podejmowane lub (marginalnie) wzmiankowane przy okazji innych badań².

Technologia a turystyka – wzajemne relacje

Turystyka w niniejszym opracowaniu rozumiana jest szeroko: jako dobrowolna aktywność wolnoczasowa turystów, a także przedmiot działalności organizatorów turystyki czy wszystkich innych podmiotów zaangażowanych w tworzenie produktu turystycznego, planowanie i zarządzanie turystyką. Są to więc zarówno podróże w celach wypoczynkowych czy poznawczych, jak i cały rynek turystyczny wraz z jego otoczeniem. Takie szerokie podejście jest potrzebne ze względu na kompleksowość problematyki.

Słownik języka polskiego PWN definiuje pojęcie „technologii” jako „metodę przeprowadzania procesu produkcyjnego lub przetwórczego lub dziedzinę techniki zajmującą się opracowywaniem nowych metod produkcji wyrobów lub przetwarzania surowców”³. W naszym opracowaniu dokonujemy pewnego uproszczenia, rozumiejąc pod pojęciem technologii – prócz wyżej wskazanych – także rezultaty tej działalności: wynalazki, rozwiązania, konkretne produkty czy urządzenia. Jest to zbliżone do popularnego, powszechnego (zarówno w sensie ogólnospołecznym, jak i w kategoriach masowego turysty) rozumienia pojęcia technologii.

Przestrzeń turystyczna, choć różnie przez autorów rozumiana⁴, obejmuje, najogólniej mówiąc, przestrzeń, w której zachodzą zjawiska turystyczne. Jeśli przestrzeń potraktujemy

¹ Zob. Z. Xiang, V.P. Magnini, D.R. Fesenmaier, *Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet*, „Journal of Retailing and Consumer Services” 2015, 22, s. 244–249; R. Law, D. Buhalis, C. Cobanoglu, *Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism*, „International Journal of Contemporary Hospitality Management” 2014, Vol. 26, 5, s. 727–750, <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-08-2013-0367>; J. Kalecińska, *Nowe technologie w branży turystycznej*, AWF w Warszawie, Warszawa 2013, http://ecorys.pl/zalaczniki/publikacje/75/ECORYS_nt_TURYSTYKA_lores.pdf [03.04.2017], a zwłaszcza A.J. Frew, *Information and Communications Technology Research in the Travel and Tourism Domain: Perspective and Direction*, „Journal of Travel Research” 2010, Vol. 39, s. 136–145.

² Por. D. Stananuk, *Tourism and Technology: Interactions and Implications*, „Tourism Management” 1993, 14(4), s. 267–278 oraz A.M. Hjalager, *100 Innovations That Transformed Tourism*, „Journal of Travel Research” 2015, Vol. 54(1), s. 3–21, <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0047287513516390> [03.04.2017].

³ <http://sjp.pwn.pl/sjp/technologie;2577699.html> [06.02.2017].

⁴ Zob. L. Butowski, B. Włodarczyk, *Miary rozwoju przestrzeni turystycznej*, „Folia Touristica” 2017, nr 41, s. 267–270, http://www.folia-turistica.pl/attachments/article/402/FT_41_2016.pdf [03.04.2017].

materialnie, a zjawiska turystyczne ograniczymy do ruchu turystycznego, przestrzenią turystyczną będzie suma tych miejsc, do których docierają turyści. Przestrzeń ulega poszerzeniu/powiększeniu, gdy nowe miejsca i zjawiska stają się celem wypraw turystycznych. Ma to miejsce zarówno na peryferiach przestrzeni turystycznej (zwykle w ten sposób kojarzony jest jej rozwój), jak i w jej obrębie, przez wzbogacenie o nowe miejsca/zjawiska (nowe atrakcje turystyczne, elementy infrastruktury, zmiany w polityce itp.) oraz wypełnienie ewentualnych luk. Jednocześnie zachodzi proces odwrotny (choć zapewne w mniejszym natężeniu): pewne obszary, miejsca itp. przestają należeć do przestrzeni turystycznej ze względu na ich destrukcję, brak dostępu, zmiany polityczne czy inne przyczyny.

We wszystkich tych procesach rozwoju przestrzeni turystycznej technologia odgrywała i odgrywa dużą rolę, według niektórych – coraz większą. Najczęstsze, by nie rzec najpopularniejsze, jest widzenie nowoczesnych technologii jako narzędzia ułatwiającego eksplorację przestrzeni dotąd niedostępnych dla „masowej”⁵ turystyki: obszarów polarnych, wysokich gór, głębin oceanicznych, głębokich jaskiń czy nawet przestrzeni kosmicznej. Ten swoisty głód przestrzeni turystycznej parafrazuje motyw przewodni jednego z filmów o agencie Jamesie Bondzie: „Świat [dla współczesnej turystyki/turysty] to za mało”⁶. Jednak wpływ technologii na przestrzeń turystyczną jest wielopłaszczyznowy i bardziej skomplikowany.

„Wchłanianie” świata a technologia

Prócz innych uwarunkowań do początkowej fazy procesu tworzenia i wchłaniania przestrzeni turystycznej (biorąc pod uwagę masową, nowoczesną turystykę) przyczyniły się w znacznym stopniu trzy środki transportu, swego czasu przełomowe rozwiązania technologiczne. Najpierw pociąg pozwolił wyznaczyć zasadniczy zasięg przestrzeni turystycznej, po raz pierwszy dostarczając masy turystów do różnych, oddalonych atrakcji. Następnie samochód – umożliwiając dotarcie bardziej samodzielne do wielu konkretnych, do tej pory niedostępnych celów – pogłębił i dopełnił, domknął przestrzeń turystyczną do tychczas zarysowaną. Z kolei samolot poszerzył zasięg przestrzeni turystycznej, pozwolił przekroczyć barierę kontynentów i rozciągnął ją na cały świat. W ten sposób jedynie enklawy pozostały do ewentualnego zdobycia/wchłonięcia.

Do nowych, odkrywanych przez coraz bardziej masową turystykę, przestrzeni należą niewątpliwie obszary polarne: wyspy i stały ląd Arktyki i Antarktydy. Połowa XX wieku wskazywana jest jako początek tego procesu, choć pierwsze próby miały miejsce już w XIX wieku. W tych niedostępnych onegdaj masowym turystom przestrzeniach rozwija się tzw. *cruise tourism* – turystyczne rejsy statkami wycieczkowymi u wybrzeży Antarktydy, bez lądowania, oraz *land-based tourism* obejmujący wizyty na skutym lodem stałym lądzie, w tym w stacjach

⁵ W cudzysłowie, gdyż mimo niewątpliwego wzrostu liczby odwiedzających te trudno dostępne geograficzne środowiska, nadal są to liczby nieporównywalne do wartości ruchu turystycznego w bardziej dostępnych geograficznie i środowiskowo obszarach turystycznych, oferujących wypoczynek czy zwiedzanie najważniejszych atrakcji kulturowych.

⁶ *The World Is Not Enough* (1999), film w reż. Michaela Apteda.

antarktycznych, a także przeloty samolotami czy helikopterami nad zamrażającym kontynentem. Choć na pokrytych grubą warstwą śniegu, niestabilnych powierzchniach lodowego kontynentu trudno lądować samolotom, istnieje kilkanaście pasów lotniczych umożliwiających obsługę ciężkiego transportu lotniczego (tzw. *blu-ice runways*)⁷ odpowiadającego za zaopatrzenie antarktycznych baz. Na Antarktydzie operują głównie duże samoloty LC-130 Hercules, LC-130R czy rosyjski Ilyushin 14, niewymagające utwardzonych lądowisk oraz cechujące się zwiększonym zasięgiem, dzięki czemu mogą pokonywać kilkutyśne dystanse, np. między Nową Zelandią a Antarktydą. Lżejsze jednostki wyposażone w płozy mogą lądować praktycznie wszędzie tam, gdzie jest płasko, a tzw. zastrugi (nierówności śnieżnej pokrywy ukształtowane przez wiatr) nie przekraczają 20 cm wysokości.

Zwiększona dostępność regionów polarnych, jak również rozwój i wysoka specjalizacja sprzętu wspinaczkowego, biwakowego (np. śpiworów, które zapewniają możliwość przetrwania w temperaturach sięgających minus 50°C) czy odzieży „outdoorowej”, sprzyjają rozwojowi ekstremalnej wspinaczki i narciarstwa, zwłaszcza na przybrzeżnych wzniesieniach Półwyspu Antarktycznego. Już od lat 80. XX wieku turyści przygodowi penetrują tam okolice Wiencke Island, Port Lockroy, Paradise Harbor, Lemaire Channel, a od lat 90. trudne technicznie masywy Sør Rondane i Muhlig-Hoffmann⁸.

Nie bez znaczenia dla zwiększenia ludzkich możliwości przetrwania i dłuższego pobytu w trudnych warunkach środowiskowych, nie tylko na terenach polarnych, ale również w wysokich górach, są wynalazki w dziedzinie produkcji i przechowywania pełnowartościowej żywności. Mowa tu o tzw. żywności wygodnej. H. Makala określa ją jako

[...] żywność skoncentrowaną, spreparowaną i przygotowaną do bezpośredniego spożycia lub spożycia po krótkotrwałej obróbce, np. rozmrożeniu lub podgrzaniu w kuchence mikrofalowej, w dowolnym czasie i różnorodnych warunkach, związanych z aktywnością i oczekiwaniami człowieka. Jest to żywność dyspozycyjna, odpowiednio zapakowana, utrwalona, stanowiąca gotowy posiłek lub jeden z jego składników⁹.

⁷ Zob. *Encyclopedia of Antarctic*, red. B. Riffenburgh, Nowy Jork–Londyn 2007, s. 13–15.

⁸ Ibidem, s. 9. O skali turystycznego zainteresowania tymi coraz bardziej dostępnymi geograficznie i ekonomicznie obszarami świadczy fakt, że coraz więcej touroperatorów zajmuje się dostarczaniem produktu opartego na zasobach Arktyki i Antarktyki. Według udostępnianych przez IAATO (*International Association of Antarctica Tour Operators*) danych, corocznie wybrzeża Antarktydy odwiedza około 40 turystycznych jednostek morskich, wiozących od 6 do ponad 500 pasażerów (choć zdarzają się także jednostki do 3000 pasażerów). Tylko w sezonie 2015/2016 firmy zrzeszone w IAATO obsłużyły ponad 38 tys. turystów, 5% więcej niż w poprzednim roku, zob. *Report of the International Association of Antarctica Tour Operators 2015–16*, 2016, <https://iaato.org/current-iaato-information-papers> [03.04.2017]. W szczególności „tłustych” dla antarktycznej turystyki latami 2007–2010 rejon ten odwiedziło około 150 000 turystów (R.M. Roura, *Being there: examining the behavior of Antarctic tourists through their blogs*, „Polar Research” 2012, 31, 10905, <http://dx.doi.org/10.3402/polar.v31i0.10905>). Odwiedzane są głównie: rejon Półwyspu Antarktycznego, Georgia Południowa, Wyspa Słoniowa czy Falklandy-Malwiny, także rejon Morza Rossa, należące do Nowej Zelandii subantarktyczne wyspy na południowym Pacyfiku. Analogicznie na półkuli północnej rozwija się turystyka m.in. w kanadyjskiej Arktyce, zob. E.J. Stewart, S.E.L. Howell, D. Draper, J. Yackel, A. Tivy, *Sea Ice in Canada's Arctic: Implications for Cruise Tourism*, „Arctic” 2007, Vol. 60, No 4, s. 370–380, oraz od 1991 roku także w oparciu o tzw. Północną Drogę Wodną (North Sea Routh), udostępnioną wtedy statkom spoza ówczesnego Związku Radzieckiego.

⁹ H. Makala, *Trendy w produkcji żywności wygodnej i przykłady jej zastosowania w turystyce – wybrane aspekty*, „Turystyka i Rekreacja” 2013, 2(12), s. 106.

Wśród różnych rodzajów żywności wygodnej największe znaczenie ma tzw. żywność liofilizowana, ekstremalnie lekka, do której przygotowania wystarczy np. podgrzana woda, uzyskana z roztopionego śniegu.

Żegluga, w tym turystyczna, na wodach polarnych jest możliwa, a przede wszystkim bezpieczniejsza niż na początku ich eksploracji¹⁰, dzięki statkom klasy lodowej¹¹ lub jednostkom specjalnie wzmocnionym. Ułatwieniem są również nowoczesne systemy i narzędzia nawigacyjne – funkcje tradycyjnych żyroskopów, zawodnych w wysokich szerokościach geograficznych, przejmują nowoczesne kompasy satelitarne¹². Eksplorację wspomnianych obszarów ułatwiają również zmiany w samym środowisku polarnym pod wpływem globalnych zmian klimatu¹³, niemniej jednak bez zaawansowanych technologii nie byłby możliwy tak dynamiczny rozwój turystyki polarnej.

Kolejną przestrzenią turystycznej eksploracji, coraz bardziej dostępną dzięki możliwościom, jakie stwarza technologia, są podwodne głębiny – zarówno głębie oceaniczne, jak i wypełnione wodą komory jaskiniowe. Poza działalnością eksploracyjno-naukową prowadzoną w głębinach, której medialne oblicze globalny odbiorca mógł poznać dzięki filmom dokumentalnym chociażby Jacquesa Cousteau, pozostawały one bowiem niedostępne dla zarówno masowego, jak i kwalifikowanego turysty. Eksploracja głębokich na kilka czy nawet kilkanaście tysięcy metrów rowów oceanicznych, głównie ze względu na panujące tam ekstremalnie wysokie ciśnienie, wymaga specjalistycznego sprzętu. Na rynku turystycznym ukazują się zapowiedzi komercyjnych, turystycznych podwodnych podróży dzięki specjalnym łodziom podwodnym, operującym jednak na znacznie mniejszych głębokościach, zwykle stu, stu kilkudziesięciu metrów. Przykładowo firma Virgin Oceanic zapowiada w najbliższym czasie wykorzystanie dla tego celu jednoosobowych łodzi typu Necker Nymph, a firma DeepFlight jedno- lub dwuosobowych DeepFlight Falcon 3S, DeepFlight Super Falcon czy DeepFlight Dragon. Na rynku przeznaczonym dla szczególnie zamożnych klientów są już dostępne turystyczne batyskafy pozwalające na zejście na głębokość ponad 1000 m (np. modele Cruise Sub czy C-Researcher3 holenderskiej firmy U-Boat Worx)¹⁴.

¹⁰ By wspomnieć tylko tragiczne wyprawy badawcze w rejon Arktyki i Antarktyki: Johna Franklina na żaglowcach HMS *Terror* i HMS *Erebus* oraz Ernesta Shackletona na barkentynie *Endurance*, które utknęły w lodach i ostatecznie zatonięły.

¹¹ Zob. T. Pastusiak, *Znak lodowy jako element bezpieczeństwa statków w rejonach polarnych*, „Prace Wydziału Nawigacyjnego Akademii Morskiej w Gdyni” 2010, nr 25, s. 61–70.

¹² K. Różański, A. Felski, *Kompas satelitarny jako kompas na rejon polarny*, „Zeszyty Naukowe Akademii Marynarki Wojennej” 2013, R. 54, nr 3(194), s. 129–146.

¹³ W ciągu ostatnich pięciu dekad zasięg lodu skuwającego Morze Arktyczne zmniejszył się sukcesywnie (o około 3,7% na dekadę), podobnie jak grubość pokrywy lodowej, zob. *Arctic Marine Shipping Assessment 2009 Report*, Arctic Council 2009, https://www.pmel.noaa.gov/arctic-zone/detect/documents/AMSA_2009_Report_2nd_print.pdf [03.04.2017], co może stwarzać bardziej sprzyjające warunki żeglugi w tym rejonie. Niektórzy badacze jednak (np. E.J. Stewart, S.E.L. Howell, D. Draper, J. Yackel, A. Tivy, op. cit., s. 377) twierdzą, że zmiany klimatyczne w tym rejonie będą powodowały większą zmienność warunków lodowych niż ich faktyczne stałe polepszenie dla żeglugi. Autorzy zwracają jednocześnie uwagę na to, że zmiany klimatyczne w rejonach polarnych mogą zwiększyć ich turystyczną dostępność, ale także spowodować utratę części atrakcyjności przez utratę unikatowych środowisk i krajobrazów.

¹⁴ Por.: <https://www.virgin.com/richard-branson/virgin-oceanic-exploration-and-ocean-conservation>, <https://www.deepflight.com/>, <https://www.uboworx.com/> [wszystkie 21.02.2017].

Podwodna turystyczna, często wyczynowa, eksploracja dotyczy nie tylko głębi i rowów oceanicznych, ale także zalanych, głębokich komór jaskiniowych. Nurkowanie w takich przyrodniczych fenomenach jak południowoafrykańska Boesmansgat (282 m) czy cenoty na południu Meksyku stało się możliwe (aczkolwiek nadal wysoce niebezpieczne) dzięki innowacjom technologicznym, zwłaszcza automatom nurkowym zawierającym butle napełnione specjalnymi mieszankami gazowymi¹⁵, minimalizującymi u nurków ryzyko wystąpienia tzw. narkozy azotowej. Technicznie nurkowanie może mieć miejsce w tzw. obiegu otwartym lub zamkniętym. W nurkowaniu na ekstremalne głębokości ten ostatni ma szczególne znaczenie. Urządzenie nazywane „rebretherem” lub nieco humorystycznie *Yellow Box of Death* (lub *Yellow Box of Debt* – z powodu wysokich kosztów) pozwala „odzyskiwać” wydychany przez nurka gaz, który w obiegu otwartym uwalniany jest do wody, widoczny w postaci chmury bąbelków. Dwutlenek węgla usuwany jest tutaj przez specjalny filtr chemiczny, a jedynym zużywanym przez nurka gazem jest niewielka ilość metabolizowanego tlenu¹⁶. Skuteczność systemu zależy w dużej mierze od substancji używanej w filtrze, zazwyczaj pozostaje ona aktywna od trzech do ośmiu godzin, wydłużając czas pozostawania nurka pod wodą. Przy nurkowaniu głębokim należy pamiętać o czasie potrzebnym na dekompresję, stąd opisana cecha tzw. rebreatherów ma pierwszorzędne znaczenie.

Wysokie góry są przestrzenią, którą obecnie coraz częściej może konsumować masowy turysta i to w stopniu do niedawna niewyobrażalnym. Wspinaczka w Himalajach czy jakichkolwiek wysokich górach (w asyście profesjonalnych przewodników czy tragarzy) jest dostępna prawie dla każdego¹⁷ i staje się dziś zajęciem komercyjnym dla wielu podmiotów na rynku turystycznym. Nie byłoby tak, gdyby nie postęp technologiczny zwiększający możliwości eksploracji, zwłaszcza w dziedzinie sprzętu wspinaczkowego i biwakowego, którego wytrzymałość i niska waga pozwala na swobodniejsze poruszanie się i przebywanie w niekorzystnych warunkach środowiskowych. W porównaniu z ekwipunkiem wyprawowym wspinaczy z pierwszej połowy XX wieku współczesny himalaista na ścianie wygląda nieco jak przybysz z innej planety¹⁸. Liny szalowe zastąpiły wprawdzie liny nylonowe, perlonowe, później rdzeniowe i półwkowe, a współcześnie popularne są także liny impregnowane, np.

¹⁵ Jak szczegółowo wyjaśnia to Ph. Finch (*Mrok. Prawdziwa historia o życiu i śmierci w podwodnych jaskiniach*, MayFly, Warszawa 2009, s. 65–87), oddychanie pod wodą czystym tlenem możliwe jest jedynie do około 6 m, do 200 m komfortowe (tj. relatywnie bezpieczne) oddychanie zapewniają mieszanki sprężonych gazów, tj. tlenu, azotu, helu, w różnych, zależnych od głębokości, proporcjach (tzw. *trimix*). Gazy, którymi oddychają nurkowie, muszą być sprężone, gdyż wraz ze wzrostem głębokości pojawia się potrzeba zrównoważenia ciśnienia zewnętrznego, już na 100 m ilość gazu potrzebna do wypełnienia płuc jest 11 razy większa niż na powierzchni.

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ To radykalna zmiana, zarówno pod względem przestrzennym, jak i społecznym, oraz oczywiście technologicznym. Zmiana ta widoczna jest już w samym nazewnictwie. Alpinizm (himalaizm itp.) kojarzony był z aktywnością elitarną, w odróżnieniu od egalitarnej wspinaczki wysokogórskiej (dla uprawiania której barierą są dziś ewentualnie koszty, a nie przestrzeń). Ze względu na ekstremalne warunki środowiskowe i skromne technologiczne wspomaganie to umiejętności i hart ducha nielicznych śmialców decydowały o czasie i zasięgu wypraw w wysokich górach. To pozwalało na uznawanie terenów wysokogórskich za obszary wyjątkowe, nawet nadawanie im *quasi*-sakralnego charakteru i otaczanie alpinistów pewnym nimbem bohaterstwa. Alpińscy „uznawali” wysokie góry za „swoje”; inwazja turystów niszczy te założenia, „kala” alpinistyczne sacrum. Inwazja ta możliwa jest przede wszystkim dzięki nowym technologicznym rozwiązaniom, względnemu bogaceniu się społeczeństw, ekspansji turystyki i nowym modom.

¹⁸ Co zwiokrotnia uznanie dla osiągnięć tych pierwszych, jak chociażby dla niedoszłych zdobywców Mt. Everestu – G. Malloręgo i D. Irvina podczas wyprawy w 1924 roku.

teflonem. Przy produkcji lekkiego i wytrzymałego sprzętu wspinaczkowego, jak karabinki, kostki itp., stosuje się dziś wytrzymałą stal lub lekkie stopy metali. Niebagatelne znaczenie dla zdobywania wysokich gór ma także użycie lekkich butli tlenowych, które poprawiają wydolność organizmu wspinającego oddychającego rozrzedzonym powietrzem, odzieży i żywności specjalistycznej.

Dzięki rozwiniętym technologiom informacyjnym i telekomunikacyjnym wspinacze mają lepszy kontakt zarówno między bazami, zakładanymi podczas „oblężenia” góry na różnych wysokościach, jak i ze światem zewnętrznym. Co jednak najważniejsze, pozwala to na sprawniejsze i skuteczniejsze wsparcie dla osób uczestniczących w wyprawie: nie tylko dostarczenie sprzętu, ale także ratunek w razie potrzeby¹⁹. Informacja o sukcesach lub porażkach eksploratorów za pośrednictwem Internetu, telefonów satelitarnych dociera do świata niemal w czasie rzeczywistym, co jest szczególnie ważne dla tych, którzy świat wirtualny traktują co najmniej równie poważnie, jak otaczającą ich, nadal groźną, rzeczywistość²⁰. Czas potrzebny na dotarcie wspinaczy do bazy także się wydatnie skrócił; do bazy u podnóża zdobywanego szczytu można dolecieć np. helikopterem, zamiast pokonywać żmudnie tę drogę z ludźmi i ekwipunkiem pieszo. To spowodowało znaczny wzrost liczby osób przebywających w górach wysokich, czyli generalnie turystów (których czas jest ograniczony) – otwarło te tereny dla masowej turystyki.

Wytworem ściśle zależnym od rozwoju wysokich technologii po drugiej wojnie światowej jest z pewnością *space tourism* (turystyka kosmiczna). Ta forma turystyki, polegająca na podróżach na orbitę okołoziemską lub w przestrzeń kosmiczną, urzeczywistniła się w 2001 roku, gdy z załogą rosyjskiego statku Sojuz TM-31 poleciał w kosmos i szczęśliwie wrócił na Ziemię amerykański milioner Dennis Tito. Od tego czasu w kosmos poleciało jeszcze kilku kosmicznych turystów²¹.

Turystyka kosmiczna obecnie ogranicza się do dwutygodniowych pobytów turystów na Międzynarodowej Stacji Kosmicznej. Koszty takiej podróży są ogromne i w najbliższym czasie zapewne będzie na nią stać niewielu najbogatszych obywateli świata. Alternatywą dla mniej zamożnych turystów mogą być krótkie loty balistyczne poza ziemską atmosferę przy pomocy pojazdów suborbitalnych²², czyli takich, które docierają na wysokość około 100 km nad powierzchnię Ziemi, stanowiącą umowną granicę kosmosu²³. Jak na razie kosmiczna turystyka odbywa się niejako przy okazji regularnych lotów kosmicznych, i choć

¹⁹ Technologia ułatwia, wspomaga, niekiedy umożliwia wspinaczkę wysokogórską, ale nadal nie zdejmuje z niej całości ryzyka.

²⁰ Syndrom potrzeby oznaczania przestrzeni za pomocą klasycznego „byłem tu”? Kiedyś wydrapywano napis na skale, układano kamienie w stos – obecnie odmianą tego jest „wrzucenie selfie na tle na fejsbuka”.

²¹ <http://news.astronet.pl/index.php/2001/05/06/n0471/> [25.06.2016].

²² W niektórych źródłach spotkać się można z rozróżnieniem: turystyka kosmiczna i turystyka suborbitalna, por. raport: *Kierunki rozwoju systemów satelitarnych: technologie kosmiczne*, Polskie Biuro do spraw Przestrzeni Kosmicznej, Warszawa 2007, <http://www.kosmos.gov.pl/download/eksploracja.pdf> [03.04.2017]. We wspomnianym dokumencie podano, że dekadę temu chętnych do odbycia lotu suborbitalnego było 60 tys. osób, gotowych zapłacić za bilet na taką podróż 200 tys. dolarów.

²³ W 2004 roku takie loty z powodzeniem wykonał statek *SpaceShipOne* należący do prywatnej firmy *Virgin Galactic*, <https://www.britannica.com/topic/SpaceShipOne> [30.03.2017] oraz http://www.kosmos.gov.pl/ekatalog/materialy/Transport_i_turystyka_kosmiczna.pdf [25.06.2016].

w kolejce czeka wielu chętnych, odpowiednio majątnych, zdrowych i silnie zmotywowanych, to bez jakichś nowych rozwiązań obniżających koszty lotów w kosmos wyraźnego wzrostu liczby „kosmicznych turystów” nie można się spodziewać²⁴. Obecnie poza Amerykanami i Rosjanami rozwojem tej niszowej, ale potencjalnie niezwykle zyskowej²⁵ formy turystyki zainteresowanych jest jeszcze kilka innych państw (np. Zjednoczone Emiraty Arabskie) oraz firm z prywatnego sektora (np. Virgin Galactic, Space Adventures).

Technologia a dostęp do przestrzeni turystycznej

Fizyczne przemieszczanie się, podróżowanie w realnej przestrzeni turystycznej to dzisiaj nie jedyny sposób poznania/konsumowania przestrzeni turystycznej. Wirtualna podróż, a więc konsekwentnie – wirtualna turystyka²⁶ – dzięki technologiom stała się czymś rzeczywistym. Uzyskano dzięki temu wiele nowych sposobów tworzenia i kontrolowania przestrzeni turystycznej²⁷.

Technologia wspomaga metody zdobywania oraz zapewnia i ułatwia kontrolę nad przestrzenią turystyczną. Pozwala osiągnąć to szybciej, (często) taniej, na dłużej, częściej, a nawet na stałe (np. *livecam*). Wyposażenie turystów w tanie (więc dostępne), wydajne i proste w obsłudze kamery, aparaty fotograficzne, smartfony itp. pozwala na przykład na wykonanie tysięcy fotografii miejsca – uroczyska, ruiny, wydarzenia, obiektu noclegowego, restauracji itp. – i rozpowszechnienie ich (poczta elektroniczna, MMS, a zwłaszcza media społecznościowe) w krótkim czasie w jeszcze większej liczbie kopii. Kiedyś zwracano uwagę na wycieczki z Japonii, które zwiedzając europejskie metropolie w sposób zorganizowany, systematycznie obfotografowały wszystkie „ważne” miejsca. Dziś, w dobie demokratyzacji technologii, robi to prawie każdy: dorosły, a zwłaszcza młody człowiek, w zasadzie nie wypuszcza z ręki telefonu komórkowego wyposażonego w aparat fotograficzny, na oczekaniu opracowuje wykonane zdjęcie, opatruje komentarzem i tak spreparowaną informację „udostępnia”, dokumentując swoje sukcesy w zdobywaniu przestrzeni turystycznej i jednocześnie przyczyniając się do jej dalszego, szerszego poznania/kontrolowania.

Turysta nie musi fizycznie przebywać w danym miejscu, by je poznać, zwiedzić, zarchiwizować w postaci pamiętki z wakacji. Elektronizacja nie tylko turystyki, ale generalnie społeczeństw pozwala na dostęp do przestrzeni turystycznej nieomal zawsze i wszędzie.

²⁴ *Kierunki rozwoju...*, op. cit.

²⁵ O zyskach z tytułu komercyjnych lotów kosmicznych pisze m.in. M. Moroz, *Turystyka kosmiczna w Zjednoczonych Emiratach Arabskich*, [w:] *Bliski Wschód. Coraz bliżej*, red. J. Daniecki, S. Sulowski, Ellipsa, Warszawa 2011, s. 340–348, http://www.academia.edu/1267388/Turystyka_kosmiczna_w_Zjednoczonych_Emiratach_Arabskich_Space_Tourism_in_the_UAE_ [03.04.2017]. Natomiast cena pierwszego turystycznego lotu w kosmos sięgnęła 20 mln dolarów, Ph. Vulliamy, *The future of space tourism*, „The Futurist” 2002, 36, 5, s. 52–53.

²⁶ Czy zatem nie istnieje potrzeba ponownego zdefiniowania pojęcia turystyki w ogóle? Lub przynajmniej doprecyzowania terminologii? Wirtualny turysta nie przenosi się fizycznie poza miejsce swojego zamieszkania, nie korzysta z bazy noclegowej czy gastronomicznej, lecz czerpie z waloru, czasem nawet „dogłębniej” niż ten fizycznie obecny na miejscu. Używa przy tym narzędzi infrastruktury technicznej (komputer, sieć internetowa) i zasobów elektronicznych (strony www), by w sposób optymalny korzystać z waloru. Może on również sięgnąć realnie po pamiętki przygotowane dla „realnych” turystów, kupując je przez Internet. Będą one mu przypominały o wirtualnej podróży...

²⁷ Przestrzeń turystyczna, prócz realnego, może mieć inny wymiar: wirtualny, symboliczny itd.

Zbiór takich krążących w przestrzeni wirtualnej fotografii, filmów, opisów, wiadomości itp. daje nie raz całkiem dobry obraz rzeczywistej przestrzeni turystycznej. Przypadkowo, a może celowo, powstaje wirtualna kopia realnych miejsc. Ta wersja przestrzeni turystycznej może być bardziej szczegółowa od fizycznie dostępnej turyście, łatwiej i stale obecna w zasięgu ręki, ale też zmanipulowana (koloryzowana, ładniejsza albo brzydsza, w zależności od intencji jej twórców). Dzięki innowacjom technologicznym w odbiorze turystów strona internetowa miejsca staje się ciekawsza niż realne miejsce i – co stawia kolejne ważne pytania – bywa uznawana za tę bardziej prawdziwą wersję/wizję przestrzeni turystycznej. Z punktu widzenia oceny (realnej) przestrzeni turystycznej, jej rzeczywistej atrakcyjności, taki odrealniony lub podkoloryzowany obraz istniejący w mediach, Internecie, może działać faktycznie na jej niekorzyść. Dysonans poznawczy między obrazem wykreowanym w świecie wirtualnym i tym rzeczywistym może stać się źródłem frustracji, poczucia straty (paradoksalnie – tego, co przecież nigdy nie istniało), niemożliwości obcowania z ideałem...

Istota problemu nie tkwi tylko w szczegółowości i bogactwie elementów, w które wirtualna przestrzeń turystyczna jest wyposażona (zbliżenia, detale, ale jednocześnie panoramy, fachowe informacje i legendy, wspomnienia oraz emocje towarzyszące pobytowi, którymi dzielą się turyści *etc.*) – wirtualna przestrzeń turystyczna pod względem bogactwa szczegółów dogania, a w niektórych przypadkach już przegoniła realną (np. najpopularniejsze atrakcje turystyczne). Na jej uwiarygodnienie w jakimś stopniu przekonująco działa także to, że posiada strukturalne odpowiedniki przestrzeni realnej oraz opisywana jest językiem geograficznym, nawiązującym do przestrzeni geograficznej²⁸, a nie językiem świata elektroniki.

Gdy wirtualna przestrzeń turystyczna zdobywa przewagę na realną, fizyczne pokonywanie przestrzeni traci na atrakcyjności na korzyść wirtualnego (powszechnie dziś stosowane, gdy tylko ktoś ma dostęp do Internetu) czy wręcz mentalnego podróżowania²⁹. Oczywiście, gdy fizyczne pokonywanie przestrzeni traci na znaczeniu całkowicie, gdy nikt już nie będzie chciał korzystać z samochodu czy samolotu lub nawet wędrować pieszo, będziemy mieli do czynienia ze śmiercią turystyki. Jednak na razie to co najwyżej odległa w czasie ewentualność. Dominuje raczej przekonanie, że technologia skrac dystans: fizycznie (np. pociąg, samolot), ale zwłaszcza wirtualnie – to tak jakby naszym oknem, przez które spoglądamy na podwórko, ulicę czy pola pod lasem, stał się ekran monitora. Dzięki niemu odwiedzamy dowolne miejsca na Ziemi – okno „przenosi” się w te miejsca, zapewniając bezpieczny, wygodny dostęp do przestrzeni turystycznej³⁰.

Technologia więc nie tylko ułatwia uprawianie turystyki, podróżowanie, ale może je zastępować. Nie można jednak skonstatować, że to jest pewien jednostronny trend „odmaterialniający” przestrzeń turystyczną i turystykę. By możliwe było wirtualne podró-

²⁸ Inspiracją dla niektórych uwag były stwierdzenia napotkane w artykule: S. Graham, *The end of geography or the explosion of place? Conceptualizing space, place and information technology*, „Progress in Human Geography” 1998, 22(2), s. 166.

²⁹ W kategoriach prognostycznych, jako science fiction, mamy to zobrazowane przez P.K. Dickę w opowiadaniu *Przypomnijmy to panu hurtowo* oraz powstałym na jego podstawie filmie *Total Recall (Pamięć absolutna)*.

³⁰ Inspiracją dla niektórych uwag były stwierdzenia napotkane w artykule S. Grahama, *op. cit.*, s. 170.

zowanie, potrzebne są całkiem realne, materialne elementy zagospodarowania³¹, znów oparte przede wszystkim na technologicznych innowacjach (m.in. wspomniane kamery, czujniki, skanery, nadajniki i w końcu satelity, no i kilometry kabli). By wirtualny turysta mógł się nie ruszać, muszą to zrobić inni.

Technologie dla poszerzenia informacji o/w turystyce

W wymiarze pozamaterialnym rozszerzenie się i kurczenie przestrzeni turystycznej wynika z nieograniczonej wręcz ilości informacji o odległych miejscach na Ziemi. Przestrzeń turystyczną w wymiarze materialnym (w uproszczeniu) tworzą miejsca, w których pojawiają się turyści. Można zatem stwierdzić, że jest ona sumą nakładających się wzajemnie przestrzeni turystycznych poszczególnych turystów. Rozwój technologiczny zarówno w sferze technicznych ułatwień i udogodnień podróży (nowe, szybkie środki transportu w niskiej relatywnie cenie), jak i technologii informacyjnych zmienia zarówno zasięg, jak i charakter (jakość?) tych indywidualnych przestrzeni turystycznych. Do najważniejszych innowacji w tym względzie, mających wpływ obecnie na rozwój branży turystycznej, zalicza się, prócz samego Internetu, m.in.: telefon komórkowy, GoogleEarth, Street View, Google Goggles, GPS, media społecznościowe³².

Jednak przestrzeń turystyczna z perspektywy poznawczej jej jednostkowego kreatora i użytkownika sprawia wrażenie „dziurawej”. Przestrzeń bliska staje się turystycznie mniej znana, wręcz ignorowana, z korzyścią dla przestrzeni odległej, ponieważ „za drzwiami”, dzięki mediom i nowoczesnym technologiom, czeka ocean turystycznych możliwości. A wybór miejsc docelowych wydaje się zatem coraz bardziej przypadkowy – paradoksalnie dzięki właśnie wspomnianym uwarunkowaniom, dającym szybciej i więcej informacji. Mimo bowiem dostępu do ogromu informacji (a tym samym potencjalnie do znacznie większej przestrzeni turystycznej) zwykle brak woli, czasu, umiejętności i „klucza” do ich poprawnej interpretacji (w kontekście wyboru tej najbardziej atrakcyjnej możliwości) oraz wpływ reklamy/marketingu skutecznie niwelują te korzyści. Schematy decyzyjne (*tourism decision making process*) opisujące wybór celu podróży przez turystę zwracają uwagę na etap gromadzenia i selekcji informacji, porównywania alternatyw, przy czym ostatecznie turysta wybiera między zaledwie kilkoma, najbardziej odpowiadającymi jego preferencjom³³.

Technologia a atrakcje turystyczne

Technologia nie tylko pozwala na wchłanianie nowych przestrzeni geograficznych w obręb przestrzeni turystycznej, zmienia jej znaczenie, ale także wypełnia ją, tworząc nowe,

³¹ Ibidem, s. 179.

³² Por.: J. Kalecińska, op. cit.; G. Kiedrowicz, *Nowe możliwości technologii informacyjnej w rozwoju turystyki*, 20. Jubileuszowe ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek – Media – Edukacja”, 24–25.09.2010, Kraków 2010, <http://www.ktime.up.krakow.pl/ref2010/kiedrowicz.pdf> [03.04.2017].

³³ Zob. np. A. Woodside, S. Lysonski, *A general model of traveler destination choice*, „Journal of Travel Research” 1989, 27, s. 8–14.

zaawansowane technologicznie atrakcje turystyczne, lub też sama w sobie staje się atrakcją turystyczną. Dzięki nowoczesnej inżynierii, technice, zaawansowanym technologicznie materiałom powstają różnorodne „parki” z zapierającymi dech w piersiach (w przenośni i dosłownie) atrakcjami. I choć słowo park oznacza generalnie tereny zielone, zdominowane przez elementy przyrody ożywionej, to tworzenie oraz silne promowanie obiektów określanych mianem parku z różnymi określnikami zmienia język i jego konteksty³⁴. Panująca dezynwoltura nazewnicza nie pozwala jednoznacznie rozróżnić poszczególnych kategorii obiektów. Park rozrywki, park tematyczny, dinopark, aquapark to najpopularniejsze z nich. Wydaje się, że kategorią podstawową, obejmującą większość pozostałych, jest park rozrywki. Dzięki rozwiązaniom dotyczącym zasilania i napędzania, nowoczesnym, lżejszym i wytrzymalszym materiałom, rozwiązaniom w dziedzinie zapewnienia bezpieczeństwa³⁵, a zwłaszcza technikom audiowizualnym, można lepiej, szybciej, silniej, w większej liczbie zabawiać czy bardziej twórczo, precyzyjnie uczyć gości. A także, co równie ważne dla tych „wybudowanych atrakcji” – podtrzymywać ich uwagę/zainteresowanie. Ale nawet park technologiczny – zjawisko z innej dziedziny – może mieć znaczenie w turystyce, jako miejsce, które warto poznać, i jako źródło innowacji.

Postęp technologiczny daje jeszcze jedną przewagę tego typu atrakcjom turystycznym – można je tworzyć i lokalizować w zasadzie wszędzie, pomimo, a czasem nawet wbrew, naturalnym uwarunkowaniom przestrzeni geograficznej³⁶. Natomiast nowoczesne rozwiązania zastosowane po to, by przekroczyć/pokonać bariery, jakie tworzy natura, stają się dodatkowo obiektem zainteresowania. Najjaskrawszych przykładów takich procesów można szukać w ostatnich latach w Dubaju, dynamicznie rozwijającym się mieście Zjednoczonych Emiratów Arabskich³⁷. Sztuczne wyspy (Palm Jumeirah, Jebel Ali, World Islands, Palm Deira), kryty narciarski stok zjazdowy (Ski Dubai), luksusowe hotele (Burj Al Arab), najwyższe na świecie drapacze chmur (Burj Khalifa) czy nawet megalotnisko – to generalnie obiekty infrastruktury turystycznej i paraturystycznej, ale same w sobie są spektakularnym inżynieryjnym i budowlanym osiągnięciem, budzącym zainteresowanie turystów z całego świata³⁸. Budowa wspomnianych sztucznych wysp stworzyła dosłownie nową przestrzeń turystyczną, pozwalając uzyskać 520 km nowych plaż³⁹. Do usypania

³⁴ Między innymi z tych powodów są one kłopotliwe z punktu widzenia klasyfikacji (funkcjonalnej) walorów turystycznych. Problemy z ich przyporządkowaniem najczęściej są po prostu omijane, ale generalnie uznaje się je za atrakcje turystyczne, co jest dyskusyjne. Przykładowo park linowy czy aquapark to obiekty służące rekreacji, dla miejscowej ludności – ten ostatni, jak każdy basen, nawet tak rozbudowany, stanowi ewentualnie element zagospodarowania turystycznego.

³⁵ To pozwala odsunąć granice ryzyka, co jest istotne w parkach, których tematem jest „przygoda”.

³⁶ Pomijając inne aspekty, w tym zagrożenia, które takie praktyki stwarzają.

³⁷ Zob.: H.H. Salama, *Dubai: An Urbanism Shaped for Global Tourism*, „Journal Architectural Engineering Technology” 2015, 4, s. 154.

³⁸ Są one promowane na całym świecie za pomocą paradokmalnych seriali, takich jak *Megalotnisko w Dubaju etc.*, co wspiera odbieranie całego kompleksu raczej w kategoriach atrakcji turystycznej, a nie obszaru, gdzie świadczony są pewne usługi.

³⁹ Paradoksalnie jednak nowe przestrzenie turystyczne powstają często kosztem starych: budowa sztucznych wysp u wybrzeży Dubaju zmieniła układ prądów morskich – w innych miejscach na wybrzeżu zaobserwowano intensywną erozję, skutkującą zmianą linii brzegowej i utratą plaż, zob. *Wielkie Konstrukcje. Palmowa Wyspa w Dubaju*, film dokumentalny, 2005.

tylko dwóch najmniejszych wysp: Jumeirah i Jebel Ali użyto około 100 mln m³ piasku i skał, pozyskiwanych dużym nakładem pracy i kosztów z dna morskiego. Utrzymanie krytego stoku narciarskiego Ski Dubaj wymaga natomiast produkcji 6000 ton śniegu, 30–40 ton każdej nocy⁴⁰.

Nie tylko intencyjnie tworzone atrakcje turystyczne znajdują się w zasięgu zainteresowań turystów. Także powstałe dla innych celów konstrukcje czy wykorzystane rozwiązania mogą gromadzić zwiedzających. W te z pozoru zwyczajne miejsca, obiekty czy urządzenia techniczne, komunikacyjne, niekoniecznie przyciąga odium nowoczesności, postępu, futurystycznej przyszłości, co raczej pamięć o tym. Są ważnym dowodem roli, jaką odegrały, niejednokrotnie rodzajem „technologicznych skamielin”, jeszcze może użytecznych, ale już historycznych. Jest wiele kategorii tego typu obiektów: mosty, wiadukty, kanały, wieże, dworce, pałace i różne inne budynki. Przykładem mogą być tu niegdysiejsze zdobycze technologiczne, nadal zachwycające – rzymskie akwedukty, Iron Bridge nad rzeką Severn, tunel kolejowy Fréjus pod Alpami, Hala Stulecia we Wrocławiu, wieża Eiffla w Paryżu, drapacze chmur z początków XX wieku w Nowym Jorku (Chrysler Building, Empire State Building), Unité d’habitation w Marsylii Colbusiera czy katowicka „Superjednostka”.

Coraz popularniejsze są atrakcje turystyczne prezentujące turystom zdobycze technologii i nauki w muzeach czy w nowoczesnych centrach nauki i techniki. Popularność zwłaszcza tych ostatnich nie wynika tylko z samej tematyki – multiplikuje ją sposób prezentacji, przybliżenia czasem bardzo skomplikowanych zjawisk turystom. Wykorzystywana jest właśnie nowoczesna technologia, by opowiedzieć o historii i współczesności innowacji i procesów uczynić przystępniejszymi i ciekawszymi. Wartością może być także możliwość prześledzenia procesu lub wykonania doświadczenia (choćby w mikroskali) przez samego turystę, niezależnie od jego kwalifikacji. W ramach międzynarodowego stowarzyszenia European Network Science Centres and Museums w 2017 roku funkcjonuje już 218 udostępnianych turystom centrów i muzeów nauki⁴¹.

Podsumowanie

Skupienie się przede wszystkim na wpływie technologii na turystykę, a nie odwrotnie, jest uzasadnione, gdyż turystyka raczej wchłania, wykorzystuje innowacje technologiczne pochodzące zewsząd, niż inspirowa/przyczynia się do ich wynalezienia/wytworzenia. Tak więc wpływ technologii na turystykę jest generalnie wpływem z zewnątrz, a sama turystyka nie wydaje się być dziedziną innowacyjną.

Z wyliczenia A.M. Hjalager⁴² wynika, że dwie trzecie spośród najważniejszych innowacji wpływających na turystykę stanowią technologiczne wynalazki i usprawnienia (a wśród nich 15 to urządzenia transportowe). Pięć innowacji, których wpływ jest największy,

⁴⁰ P. Ouis, *Engineering the Emirates: The Evolution of a New Environment*, [w:] *Engineering Earth*, red. S.D. Brunn, Springer Science+Business Media B.V. 2011, s. 1412–1413.

⁴¹ www.ecsite.eu [03.04.2017].

⁴² A.M. Hjalager, op. cit., s. 3–21.

ze względu na jednoczesne oddziaływanie na różnorodne aspekty turystyki, to: kolej, samochód, samolot pasażerski, Internet oraz media społecznościowe⁴³ – to wyliczenie też podkreśla znaczenie technologii w turystyce, a jednocześnie jej konsumpcyjny, a nie twórczy charakter. Tak duża grupa urządzeń transportowych (prócz tego inne wynalazki usprawniające podróż, poprawiające jej bezpieczeństwo czy wpływające na wygodę) oraz trzy z nich wśród najważniejszych pokazują, że „pochłanianie” przestrzeni to dziedzina turystyki, w której technologia ma największe znaczenie, na co zwracaliśmy uwagę wcześniej.

Technologia pozwala rozciągnąć oraz przesunąć granice przestrzeni turystycznej. Najczęściej przyczynia się do jej poszerzenia, jednak, co wydaje się równie częste i znaczące, także przekształca ją (wylobrymia, zaciemnia, rozbudowuje, przesłania, odsłania itp.). Znacznie rzadziej ogranicza dostęp, blokując czy zamykając fragment przestrzeni turystycznej. Zwykle więc wpływa pozytywnie, ułatwia i udostępnia, chociaż gdy dzięki niej rośnie popyt na jakieś miejsce – jednocześnie, mimochodem, inne miejsca mogą pozostać w cieniu czy nawet tracić na wartości (wpływ autostrady itp.).

Technologia nie zastępuje (na razie?), ale przyczynia się do wzbogacenia przestrzeni turystycznej: dodaje i tworzy atrakcje, sieci, powiązania, możliwości – rekonfiguruje przestrzeń turystyczną, kopiuje i rozpowszechnia. Zmusza też – powinna zmuszać – do zastanowienia się nad jej współczesnym znaczeniem i paradoksalnie coraz mniej materialnymi związkami z przestrzenią geograficzną. Pod wpływem nowoczesnych technologii, zwłaszcza w kontekście tzw. turystyki wirtualnej, turystyka traci po trosze swój do niedawna ściśle telluryczny charakter.

Bibliografia

- Arctic Marine Shipping Assessment 2009 Report*, Arctic Council 2009, https://www.pmel.noaa.gov/arctic-zone/detect/documents/AMSA_2009_Report_2nd_print.pdf [03.04.2017].
- Butowski L., Włodarczyk B., *Miary rozwoju przestrzeni turystycznej*, „Folia Touristica” 2017, nr 41, http://www.folia-turistica.pl/attachments/article/402/FT_41_2016.pdf [03.04.2017].
- Encyclopedia of Antarctic*, red. B. Riffenbourgh, Nowy Jork–Londyn 2007.
- Finch Ph., *Mrok. Prawdziwa historia o życiu i śmierci w podwodnych jaskiniach*, MayFly, Warszawa 2009.
- Frew A.J., *Information and Communications Technology Research in the Travel and Tourism Domain: Perspective and Direction*, „Journal of Travel Research” 2010, Vol. 39.
- Graham S., *The end of geography or the explosion of place? Conceptualizing space, place and information technology*, „Progress in Human Geography” 1998, 22(2).
- Hjalager A.M., *100 Innovations That Transformed Tourism*, „Journal of Travel Research” 2015, Vol. 54(1), <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0047287513516390> [03.04.2017].
- <http://news.astronet.pl/index.php/2001/05/06/n0471/> [25.06.2016].
- <http://sjp.pwn.pl/sjp/technologia;2577699.html> [06.02.2017].
- http://www.kosmos.gov.pl/ekatalog/materialy/Transport_i_turystyka_kosmiczna.pdf [25.06.2016].
- <https://www.britannica.com/topic/SpaceShipOne> [30.03.2017].

⁴³ Ibidem, s. 19.

- <https://www.deepflight.com/> [21.02.2017].
- www.ecsite.eu [03.04.2017].
- <https://www.uboworx.com/> [21.02.2017].
- <https://www.virgin.com/richard-branson/virgin-oceanic-exploration-and-ocean-conservation> [21.02.2017].
- Kalecińska J., *Nowe technologie w branży turystycznej*, AWF w Warszawie, Warszawa 2013, http://ecorys.pl/zalaczniki/publikacje/75/ECORYS_nt_TURYSTYKA_lores.pdf [03.04.2017].
- Kiedrowicz G., *Nowe możliwości technologii informacyjnej w rozwoju turystyki*, 20. Jubileuszowe ogólnopolskie sympozjum naukowe „Człowiek – Media – Edukacja”, 24–25.09.2010, Kraków 2010, <http://www.ktime.up.krakow.pl/ref2010/kiedrowicz.pdf> [03.04.2017].
- Kierunki rozwoju systemów satelitarnych: technologie kosmiczne*, Polskie Biuro do spraw Przestrzeni Kosmicznej, Warszawa 2007, <http://www.kosmos.gov.pl/download/eksploracja.pdf> [03.04.2017].
- Law R., Buhalis D., Cobanoglu C., *Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism*, “International Journal of Contemporary Hospitality Management” 2014, Vol. 26, 5.
- Makala H., *Trendy w produkcji żywności wygodnej i przykłady jej zastosowania w turystyce – wybrane aspekty*, „Turystyka i Rekreacja” 2013, 2(12).
- Moroz M., *Turystyka kosmiczna w Zjednoczonych Emiratach Arabskich*, [w:] *Bliski Wschód. Coraz bliżej*, red. J. Danecki, S. Sulowski, Elipsa, Warszawa 2011, http://www.academia.edu/1267388/Turystyka_kosmiczna_w_Zjednoczonych_Emiratach_Arabskich_Space_Tourism_in_the_UAE [03.04.2017].
- Ouis P., *Engineering the Emirates: The Evolution of a New Environment*, [w:] *Engineering Earth*, red. S.D. Brunn, Springer Science+Business Media B.V. 2011.
- Pastusiak T., *Znak lodowy jako element bezpieczeństwa statków w rejonach polarnych*, „Prace Wydziału Nawigacyjnego Akademii Morskiej w Gdyni” 2010, nr 25.
- Report of the International Association of Antarctica Tour Operators 2015–16*, <https://iaato.org/current-iaato-information-papers> [03.04.2017].
- Roura R.M., *Being there: examining the behavior of Antarctic tourists through their blogs*, “Polar Research” 2012, 31.
- Różański K., Felski A., *Kompas satelitarny jako kompas na rejony polarne*, „Zeszyty Naukowe Akademii Marynarki Wojennej” 2013, R. 54, nr 3(194).
- Salama H.H., *Dubai: An Urbanism Shaped for Global Tourism*, “Journal Architectural Engineering Technology” 2015, 4.
- Stewart E.J., Howell S.E.L., Draper D., Yackel J., Tivy A., *Sea Ice in Canada’s Arctic: Implications for Cruise Tourism*, “Arctic” 2007, Vol. 60, No 4.
- Stipanuk D., *Tourism and Technology: Interactions and Implications*, “Tourism Management” 1993, 14(4).
- Wielkie Konstrukcje. Palmowa Wyspa w Dubaju (Magastructures. The World’s Most Extreme Island)*, film dokumentalny, National Geography Channel 2005.
- Woodside A., Lysonski S., *A general model of traveler destination choice*, “Journal of Travel Research” 1989, 27.
- Vulliamy Ph., *The future of space tourism*, “The Futurist” 2002, 36, 5.
- Xiang Z., Magnini V.P., Fesenmaier D.R., *Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet*, “Journal of Retailing and Consumer Services” 2015, 22.

Streszczenie

Technologiczne wynalazki w dziedzinie transportu oraz dostępu i zarządzania informacją zmieniły, a nawet rewolucjonizowały turystykę. Wzajemny wpływ obu zjawisk był zmienny, chociaż wydaje się, że to przede wszystkim technologia oddziaływała na turystykę, a nie odwrotnie.

Rozwój technologii informacyjnych oraz powstanie globalnej sieci Internet zapewniły wolny i w większości przypadków nieograniczony dostęp do informacji i to zdaje się najbardziej interesuje wielu badaczy zajmujących się tym tematem. Dostępność informacji na każdym właściwie etapie podróży to jednak nie jedyne znaczenie technologii dla turystyki i być może wcale nie najważniejsze. Celem artykułu jest identyfikacja i charakterystyka istotnych związków między technologią a przestrzenią turystyczną. Technologia pozwala rozciągnąć/przesunąć granice przestrzeni turystycznej, czyniąc z niej jednak przestrzeń mniej jednorodną. Przyczynia się do jej poszerzenia, ale także stale przekształca ją (wyołbrzymia, zaciemnia, rozbudowuje, przesłania, odsłania itp.). Tworzy atrakcje turystyczne, będąc niekiedy sama w sobie atrakcją turystyczną. Autorzy omawiają każdy z wymienionych procesów, poddając pod dyskusję także współczesne rozumienie pojęcia przestrzeni turystycznej, a w konsekwencji i turystyki.

Słowa kluczowe: technologia, turystyka, przestrzeń turystyczna, atrakcja turystyczna

Abstract

Technological inventions and discoveries in the fields of transportation and information management have changed and revolutionized tourism. Mutual influence of given phenomena was floating, however it seems that first of all technology has a greater impact on tourism, not vice-versa.

Development of information technologies and creation of global network – Internet ensure free and mostly unlimited access to information of tourism and tourism resources what seems to be the most interesting for many researchers. Availability of information at each stage of a travel is not the single or the most important in relation between technology and tourism. The main objectives of the paper is an identification and a characteristics of meaningful relationships between technology and tourism space. Technology allows spread or pan tourism space borders, making tourism space less homogenous. Causing tourism space bigger, technology constantly remolds its (or exaggerates, fogs, develops, masks, denudes its, etc.). Technology creates new tourist attractions and it becomes a tourist attraction itself. Authors examine each mentioned processes, mootng also the modern meanings of specific tourism terms: tourism space and tourism as a consequence.

Keywords: technology, tourism, tourism space, tourist attraction

NOTKA O AUTORACH

Dr Dagmara Chylińska, absolwentka (2004), a obecnie pracownik Uniwersytetu Wrocławskiego, od 2009 adiunkt w Zakładzie Geografii Regionalnej i Turystyki. Zainteresowania badawcze autorki skupiają w obszarze turystyki kulturowej i krajobrazów kulturowych kształtowanych w oparciu o artefakty dziedzictwa kulturowego, miejsc pamięci, „trudnego dziedzictwa”.

Dr Gerard Kosmala, geograf, ukończył studia z zakresu geografii regionalnej i turystyki na Uniwersytecie Wrocławskim. Przez kilkanaście lat związany zawodowo z macierzystym Instytutem Geografii i Rozwoju Regionalnego, gdzie również uzyskał tytuł doktora (1999). Obecnie pracownik Katedry Turystyki w AWF w Katowicach. Zainteresowania badawcze koncentrują się na zagadnieniach związanych z geografią i turystem (krajobraz kulturowy, polityczne i kulturowe aspekty przestrzeni geograficznej, geograficzne aspekty przestrzeni turystycznej).