

MAGDALENA DOLIŃSKA
ORCID ID 0000-0003-1496-0398
Wydział Nauk o Ziemi
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
magdalena.dolinska95@gmail.com

ELŻBIETA GRZELAK-KOSTULSKA
ORCID ID 0000-0002-5797-9366
Wydział Nauk o Ziemi
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
grzelak@umk.pl

PAWEŁ SMOLIŃSKI
ORCID ID 0000-0003-2643-5240
Wydział Nauk o Ziemi
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
pawel.smo@wp.pl

Rozważania nad kierunkami rozwoju turystyki kulturowej

Reflections on the directions of development of cultural tourism

Abstract: The main aim of the work is to analyse the students' opinions about selected new forms of cultural tourism. The subject of the research was: poorism, urbex, esoteric tourism, questing, thanatourism and geocaching. The level of their knowledge was systematically examined and information about their perception was collected. In order to collect information that allowed to assess the level of knowledge and participation in these forms of tourism, the CAWI (Computer Assisted Web Interviews) technique was used, thus reaching the student community of the Nicolaus Copernicus University in Torun. The research was conducted from April to July 2018.

It was considered important to determine whether these currently niche varieties of cultural tourism may in the future have an impact on its shape. The collected opinions, in accordance with the adopted assumption, may be a prognosis of the future direction of cultural tourism development as one of the forms of tourism that has an impact on the maintenance of cultural heritage.

The study found that field games, such as geocaching and questing, are perceived by respondents as very interesting and useful forms, both for tourists and for the promotion of the region. As an attractive students considered the urbex, which provides much stronger emotions than the game competition. Due to its exploratory and often external nature, this form is considered by the respondents as the nearest to authenticity tourism. However as a least developed forms of tourism during the survey students pointed poorism and esoteric tourism.

Keywords: cultural tourism, authenticity tourism, cultural heritage, new forms of tourism

Abstrakt: Celem pracy jest analiza opinii studentów na temat wybranych nowych form turystyki kulturowej. Przedmiotem badania były: poorism, urbex, turystyka ezoteryczna, questing,

tanaturystyka i geocaching. Konsekwentnie zbadano stopień ich znajomości i zebrano informacje na temat ich postrzegania. W celu zebrania informacji, które pozwoliły na dokonanie oceny stopnia znajomości oraz uczestnictwa we wspomnianych formach turystyki, posłużono się techniką CAWI (Computer Assisted Web Interviews), docierając tym samym do społeczności studenckiej Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Badania przeprowadzono w okresie od kwietnia do lipca 2018 r.

Za istotne uznano ustalenie, czy te, obecnie niszowe, odmiany turystyki kulturowej mogą w przyszłości mieć wpływ na jej kształt. Zebrane opinie, zgodnie z przyjętym założeniem, mogą stanowić prognostyk przyszłego kierunku rozwoju turystyki kulturowej jako jednej z form turystyki mającej wpływ na podtrzymanie dziedzictwa kulturowego.

W badaniu ustalono, że gry terenowe, jak geocaching oraz questing, postrzegane są przez respondentów jako formy bardzo ciekawe i pożyteczne, zarówno dla turystów, jak i dla promocji regionu. Za atrakcyjny jest też uważany urbex, który dostarcza znacznie silniejszych emocji niż rywalizacja podczas gry. Ze względu na swój eksploracyjny oraz nierzadko zewnętrzny charakter forma ta uważana jest przez respondentów za najbliższą turystyce autentyczności. Natomiast za najmniej rozwojowe formy ankietowani uznali poorism i turystykę ezoteryczną.

Słowa kluczowe: turystyka kulturowa, turystyka autentyczności, dziedzictwo kulturowe, nowe formy turystyki

WPROWADZENIE

Niezależnie od indywidualnych możliwości percepcyjnych człowiek stale uczy się, nawiązuje nowe kontakty, poznaje świat. Podróżowanie może być jedną z form spędzania wolnego czasu, dzięki której dochodzi do intensyfikacji procesów poznawczych: poszerzania horyzontów, zainteresowań, kształtowania światopoglądu, przełamywania stereotypów.

Obserwowane we współczesnej turystyce tendencje jednoznacznie wskazują, że coraz większym zainteresowaniem cieszą się obiekty oraz usługi związane z kulturą i dziedzictwem kulturowym, te bowiem celnie wpisują się w potrzebę poznawania, zdobywania doświadczeń. Turysta może w realnym świecie poznawać miejsca znane z przekazów medialnych, literatury, porównywać, czy są one dobrym odzwierciedleniem jego wcześniejszych wyobrażeń (Dominik 2017).

Coraz większym powodzeniem cieszą się podróże pozwalające poznać zwykłe życie danego społeczeństwa, autentyczną kulturę odkrywaną poza głównymi dzielnicami turystycznymi czy historycznym centrum (Derek 2013). Część podróżnych to osoby, których doświadczenie turystyczne jest na tyle duże, że poszukiwanie nowych miejsc czy form poznawania staje się naturalną konsekwencją potrzeby sięgania po nieznaną, część jednak, zwłaszcza ludzie młodzi, wybiera oryginalne ścieżki, czasem wręcz kontestując zwiedzanie miejsc uznawanych za największe atrakcje.

Warto także podkreślić, że stale wprowadzane są innowacje i ulepszenia, z których coraz chętniej korzystają współcześni turyści. Są to zarówno nowe elementy infrastruktury turystycznej, jak i atrakcje czy też oferty turystyczne oparte na nowoczesnych rozwiązaniach (Olearnik 2015). Uwarunkowania technologiczne, wszelkie nowości w połączeniu z obserwowanymi trendami w rozwoju turystyki sprawiają, że współczesna turystyka kulturowa nie tylko przechodzi szybką ewolucję, ale także wydaje się być formą niezwykle obiecującą.

Postawiona w taki sposób teza wymaga potwierdzenia, dlatego też autorzy podjęli się badań, których celem była analiza opinii studentów na temat wybranych nowych form turystyki kulturowej, jak poorism, urbex, turystyka ezoteryczna, questing, tanatoturystyka i geocaching. Realizacji celu posłużyło przeprowadzone badanie ankietowe (celowo wybrano jako respondentów grupę młodzieży). Za istotne uznano ustalenie, czy rozważane (obecnie niszowe) odmiany turystyki kulturowej mogą w przyszłości mieć wpływ na jej rozwój. Konsekwentnie zbadano stopień ich znajomości i zebrano wartościujące je opinie.

W badaniu założono, że dochodzi do zmiany percepcji odwiedzanych miejsc oraz sposobów korzystania z atrakcji turystycznych. Indywidualizacja potrzeb turystów, ale także związana z tym potrzeba manifestowania własnej oryginalności odniesionej do charakteru odbywanych podróży, powoduje, że punkt ciężkości zostaje przesunięty z aspektu poznawczego na aspekt emocjonalny. Potrzeba intensyfikacji wrażeń może mieć wpływ na kierunek rozwoju turystyki kulturowej, zwłaszcza że jej nowe odmiany łączy ten właśnie wspólny mianownik. Zgodnie z tym założeniem w pierwszej części artykułu na podstawie przeglądu literatury zestawiono nowe formy turystyki kulturowej i opisano je, wskazując ich cechy charakterystyczne. Druga część pracy stanowi kontynuację pierwszej, gdyż opiera się na zbiorze opinii zebranych wśród młodych ludzi na temat atrakcyjności i perspektyw analizowanych form.

Założono także, że kategorię respondentów będą reprezentować ludzie młodzi (studenci), którzy cechują się znaczną innowacyjnością, otwartością na przyjmowanie nowych rozwiązań, często też wyznaczają nowe trendy i kreują optymalne rozwiązania, zaś ich opinia może stanowić wskaźnik przyszłych kierunków rozwoju. Poznanie zdania tej grupy pozwala na wyodrębnienie form cieszących się popularnością, przeanalizowanie ich oraz wskazanie tych, które warto popularyzować, gdyż mają szansę na dalszy rozwój.

TURYSTYKA KULTUROWA, JEJ FORMY I TENDENCJE ROZWOJOWE

Pojęcie turystyki kulturowej jest równie szeroko rozumiane jak samo pojęcie kultury. W 2008 r. Mikos von Rohrscheidt podjął próbę zebrania wszystkich dotychczasowych definicji i skonstruowania jednej, która będzie całościowo opisywała to zagadnienie. Jak twierdzi, „możemy określić te wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej, albo powiększenie ich wiedzy o organizowanym przez człowieka świecie otaczającym jest zasadniczą częścią programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o jej podjęciu lub wzięciu w niej udziału” (von Rohrscheidt 2008). Daje to duże możliwości analizowania wszelkich form turystycznych i definiowania ich jako turystykę kulturową.

Wiek XXI to okres zmian, które można dostrzec w wielu aspektach życia, widoczne są także w sferze gospodarczej, społecznej oraz technologicznej. Mają one bardzo duży wpływ na konsumpcję turystyczną (Ścibiorska-Kowalczyk 2017). Jak sugerują badania, turyści wykazują potrzebę coraz większej różnorodności w ofertach turystycznych. Dostrzega to M. Jedlińska (2013), mówiąca o zjawisku efemeryzacji, polegającym na nieustannej pogoni klientów za wrażeniami i odczuciami. W efekcie kształtowany popyt turystyczny stymuluje ciągłe zmiany po stronie podażowej rynku turystycznego.

Od cech indywidualnych turystów zależą ich możliwości percepcyjne, które przekładają się na prawdziwość kontaktu z kulturą odwiedzanego miejsca. Tym samym E. Cohen (Prince 2017) uznał to za podstawę do wyróżnienia czterech typów turystów:

1. Turysta masowo zorganizowany – osoba, która nie ma dużej chęci, aby doświadczać czegoś nowego, skupia się na tym, co jest mu znane, czego może się spodziewać. Nie jest aktywny, nie wykonuje żadnych dodatkowych ruchów, trzyma się schematów i programów wycieczek, nie odczuwa potrzeby poznania mieszkańców danego miejsca.

2. Indywidualny masowy turysta – główną i istotną różnicą jest fakt, że nie jest on przywiązany do żadnej zorganizowanej grupy, sam ustala, co chce zobaczyć i jakie miejsca odwiedzić.

3. Odkrywca – osoba szukająca czegoś nowego i wyjątkowego, wychodzi poza swoją strefę komfortu, aby jak najlepiej spędzić wyjazd, poznać społeczeństwo, próbuje znaleźć nieodkryte miejsca. W przypadku ryzyka i problemów wraca do swojego bezpiecznego środowiska.

4. Turysta dryfujący – całkowicie oddaje się podróży, jeżeli to możliwe, próbuje zamieszkać i spędzić dużo czasu z miejscową ludnością, podróż oddziałuje znacząco na zmianę jego zachowania i zwyczajów.

Każdy z wymienionych typów można łatwo dostrzec w miastach turystycznych. Są osoby, które satysfakcjonuje poznawanie charakterystycznych i typowych dla danego obszaru miejsc, jednak coraz częściej ludzie decydują się angażować w podróż i chcą przeżywać ją znacznie głębiej. To dla nich właśnie powstają nowe atrakcje, które dają większą swobodę w odkrywaniu kultury i obyczajów miejsca. Z tego względu w turystyce kulturowej pojawiły się formy podróżowania i spędzania czasu, które wyróżniają się innym, mniej tradycyjnym sposobem poznawania miejsc docelowych.

Jedno z tego typu rozwiązań powstało w odpowiedzi na dostrzegany w miastach turystycznych problem polegający na promowaniu i reklamowaniu kilku bądź kilkunastu głównych atrakcji, które często są ze sobą powiązane i tworzą spójną całość, przy jednoczesnym pomijaniu ciekawych i niedocenianych miejsc znajdujących się poza tym skupiskiem, przez co traci się możliwość eksplorowania cennego potencjału kulturowego czy historycznego. Świadomość tego, w połączeniu z próbą znalezienia innowacyjnego sposobu poznawania przez turystów miejsc (w zgodzie z pojawiającymi się wymaganiami), stała się podstawą do wdrażania oryginalnych rozwiązań. 3 maja 2000 r. informatyk Dave Ulmer wprowadził grę terenową – geocaching, która polega na ukrywaniu w dowolnych miejscach skrytek oraz przekazywaniu innym informacji o ich położeniu. Odkrywanie ich, a także eksplorowanie ich zawartości (np. zadań, przedmiotów związanych z danym miejscem) pozwala poznawać obszar lokalizacji na wiele sposobów. Często użytkownicy opisują walory turystyczne okolicy, w której znajduje się skrytka, aby zachęcić do jej odwiedzenia (Samołyk 2013). Współrzędne geograficzne skrytek, lokalizacje oraz mapy zamieszczane są na stronie internetowej.

Inne rozwiązanie, o którym warto wspomnieć, stanowią szlaki questingowe. Produkt ten opiera się głównie na lokalnym dziedzictwie przyrodniczym i kulturowym. Każdy szlak jest tworzony tematycznie, zarówno w mieście, jak i na obszarach wiejskich. Gra polega na tym, że uczestnik otrzymuje schematyczną mapę oraz wskazówki, którymi musi się kierować, aby przejść trasę nieposiadającą żadnego oznaczenia (Pawłowska 2014). Tym samym turysta ma możliwość indywidualnego poznania terenu.

Warto podkreślić, że wprowadzanie gier terenowych, które dostosowane są pod względem stopnia skomplikowania i dostosowania stopnia trudności do różnych grup odbiorców oraz do ich zainteresowań, pozytywnie wpływa zarówno na aktywność fizyczną, jak i pozwala spojrzeć na podróżowanie z innej strony. Dodatkowy walor stanowi fakt, że opisywane alternatywne formy poznawania

miejsc atrakcyjnych dla turystów zachęcają do zejścia z utartego szlaku, co może być rozwiązaniem dla miast borykających się z problemem overtourismu. Zbyt duża liczba turystów w centrum miast wywołuje dziś falę protestów i niezadowolenie mieszkańców (Kowalczyk-Anioł, Zmysłony 2017; Kruczek 2018). Według Kowalczyk-Anioł oraz Włodarczyka (2017) wzrost znaczenia turystyki miejskiej jako głównego elementu wpływającego na miasto i przekształcającego je jest źródłem konfliktów. Tworzenie nowych, innowacyjnych form turystyki kulturowej pozwoliłoby na większe rozproszenie turystów, skupionych do tej pory w ścisłym centrum i wokół najbardziej atrakcyjnych miejsc.

Wspomniany questing czy geocaching łączy forma poznawania miejsc (motyw gry), jednak rozwój turystyki kulturowej zaznacza się też w wyodrębnianiu nowych obszarów tematycznych, swoistych specjalizacji, w ramach których krystalizują się odmiany turystyki kulturowej alternatywne w stosunku do przypisywanego jej tradycyjnego zakresu (zwiedzanie zabytków, obiektów muzealnych czy znanych miejsc związanych z historią cywilizacji). Jedną z nich jest tanatoturystyka, inaczej zwana mroczną turystyką (darktourism). To bardzo szerokie pojęcie skupia podróże do miejsc upamiętniających śmierć, ludzką tragedię (Tanaś 2006).

Sięgając szerzej, dostrzegamy interesującą, choć czasem kontrowersyjną, turystykę polegającą na zwiedzaniu miast opuszczonych w wyniku tragicznych wydarzeń, przymusowych wysiedleń i innych okoliczności (Smoleńska 2012). Taki rodzaj podróży ma w sobie elementy edukacyjne o podłożu głównie historycznym. W kulturze historia jest ważnym segmentem, który na przestrzeni wielu lat kształtuje obyczaje oraz tradycje danego miejsca. Dzięki możliwości zwiedzania takich miejsc można doświadczyć specyficznych przeżyć, poczuć silne emocje. Taka forma łączy w sobie zarówno aspekt kulturowy, jak i istotną dla odbiorcy autentyczność.

Z kolei urbex, inaczej urban exploring, również opiera się na poznawaniu miejsc poprzez zwiedzanie opuszczonych budynków, tuneli lub obiektów militarnych (Pokojska, Szuszkiewicz 2016). Tym razem jednak akcent zostaje przeniesiony z poznawania na eksplorację, odkrywanie. Urbex wydaje się nie tylko atrakcyjny z tego względu, ale także za sprawą towarzyszących mu emocji, poczucia zagrożenia w potencjalnie niebezpiecznych miejscach, niedostępnych dla przeciętnego turysty.

Do analizy została włączona także forma opierająca się na podróżach do tzw. miejsc mocy, które, zdaniem niektórych, emitują wyjątkową energię oraz regenerują siły fizyczne i duchowe, określana jako turystyka ezoteryczna. Cechy takie przypisywane są często lokalizacji pierwszych pogańskich i chrześcijańskich kościołów i innych miejsc kultu, spośród których wiele wiąże się

jednocześnie z obiektami wpisanymi na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Przyrodniczego UNESCO (Jędrysiak, Kamel 2014). To zwiększa ich wiarygodność w opinii części zwiedzających. Choć charakter tego typu miejsc należy traktować jako co najmniej dyskusyjny, jednak bezsprzeczny jest fakt, że odwiedzanie ich staje się coraz bardziej popularne.

Do kontrowersyjnych form turystyki kulturowej należy także tzw. *poorism*. Trudno odmówić mu autentyzmu w przeciwieństwie do poprzedniej formy, zwłaszcza że wiąże się z odwiedzaniem miejsc skrajnej biedy, połączonym często z próbą przenikania do życia codziennego mieszkańców najuboższych regionów świata (Gandecka 2016). W wymiarze etycznym budzi to wiele dyskusji, jednak sama ocena zachowań turystów nie jest przedmiotem analizy. Warto natomiast podkreślić, że podobnie jak wyżej scharakteryzowane, także i ta forma zawiera w sobie duży ładunek emocjonalny, stosunek do odwiedzanych miejsc nie jest obojętny, a głównym jej motywem (podobnie jak w poprzednich przypadkach) jest potrzeba zaspokojenia ciekawości, zdobycia silnych wrażeń.

Nabierający tempa rozwój turystyki kulturowej, powstawanie w jej obrębie nowych form wskazuje, że turyści, a w szczególności młode pokolenie, stają się coraz bardziej wymagający. Turystyki kulturowej nie można dalej utożsamiać tylko z jej tradycyjną formą związaną z poznawaniem historii, dziedzictwa miejsc, ale coraz częściej ma ona dostarczać silnych wrażeń, intrygować, satysfakcjonować odbiorców o różnych zainteresowaniach, różnym poziomie percepcji, przyciągać za sprawą mediów i nowych technologii (Stasiak 2013). Turyści potrzebują intensyfikacji wrażeń, nowych doznań oraz niekonwencjonalnych i zaskakujących form zwiedzania. Znane miejsca można odkrywać wielokrotnie, zwiększając tym samym zasięg użytkowania przez turystów (Stasiak 2012).

MATERIAŁY I METODY

W celu zebrania opinii respondentów na temat nowych form turystyki kulturowej autorzy wykorzystali technikę CAWI, czyli Computer Assisted Web Interviews. Ankietyzacja została przeprowadzona wśród studentów Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu w okresie od kwietnia do lipca 2018 r., przy pełnej anonimowości respondentów (Szyjewski, Szyjewski 2017). W badaniu wzięło udział 527 osób (w tym 283 kobiet) w przedziale wiekowym od 18 do 24 lat.

Kwestionariusz ankiety został ułożony w tradycyjny sposób przy użyciu pytań zamkniętych, z wykorzystaniem skali dychotomicznej, nominalnej oraz zmodyfikowanej wersji skali Likerta. W części pierwszej zestaw pytań służył do określenia konkretnych atrybutów oraz preferencji ankietowanych dotyczących ich aktywności turystycznej. Dalej zestawiono pytania sondujące ogólną

wiedzę na temat wymienionych form turystyki kulturowej, po nich zaś zostały przedstawione skrótowe definicje, by zapoznać respondentów z formami, których dotychczas nie znali. Dało to respondentom możliwość sformułowania opinii na temat każdej z nich.

Po weryfikacji ankiet utworzono bazę danych w programie IBM SPSS, której zawartość została poddana dalszej analizie statystycznej. Choć badanie nie ma cech w pełni reprezentatywnych, daje jednak pewną możliwość analizy zebranych poglądów i sformułowania wniosków dotyczących przyszłości nowych form turystyki kulturowej.

WYNIKI

W pierwszej części ankiety, jak wspomniano wyżej, określono ogólne zachowania badanych związane z realizacją ich aktywności turystycznej. Ustalono m.in. wiodący sposób pozyskiwania informacji na temat docelowego miejsca podróży (zgodnie z oczekiwaniami głównym źródłem wiedzy był Internet oraz informacje pochodzące od rodziny/znajomych), określono częstość korzystania z usług przewodnickich świadczonych przez zawodowych przewodników (53% respondentów korzysta z nich sporadycznie, 29% badanych nigdy), a także ustalono, jaki jest sposób organizacji wyjazdów turystycznych (aż 88% deklaruje wyjazdy indywidualne). Najczęściej wybieraną formą turystyki (wskazania 49% ankietowanych) są tradycyjne wyjazdy, takie jak zwiedzanie zabytków, muzeów, najciekawszych miejsc w danym regionie. Jednak niewiele mniej, bo aż 41% badanych, deklaruje wybór nowych form turystyki kulturowej. Dla 10% oba warianty są na tyle atrakcyjne, że wykazują chęć skorzystania z nich. Co warto podkreślić, aż 74% badanych wskazuje, że korzysta z nowości na rynku turystycznym, natomiast 26% opowiada się za przywiązaniem do tradycyjnych imprez turystycznych. W trakcie wyjazdu turystycznego 47% badanych odczuwa potrzebę integracji z lokalną społecznością oraz deklaruje chęć poznania tradycji i kultury odwiedzanego miejsca. Takiej potrzeby podczas wyjazdów raczej nie odczuwa 23% badanych, natomiast 3% zdecydowanie nie lubi integrować się z miejscową ludnością.

Nowością, która w bardzo szybki sposób znalazła się w wielu turystycznych miejscach, są przewodniki multimedialne. Do korzystania z nich przyznaje się 32% ankietowanych, 26% badanych nie używa mobilnych przewodników, 19% badanych dotychczas nie wiedziało o ich istnieniu, natomiast 23% respondentów pomimo wiedzy o istnieniu tego typu narzędzi z nich nie korzysta.

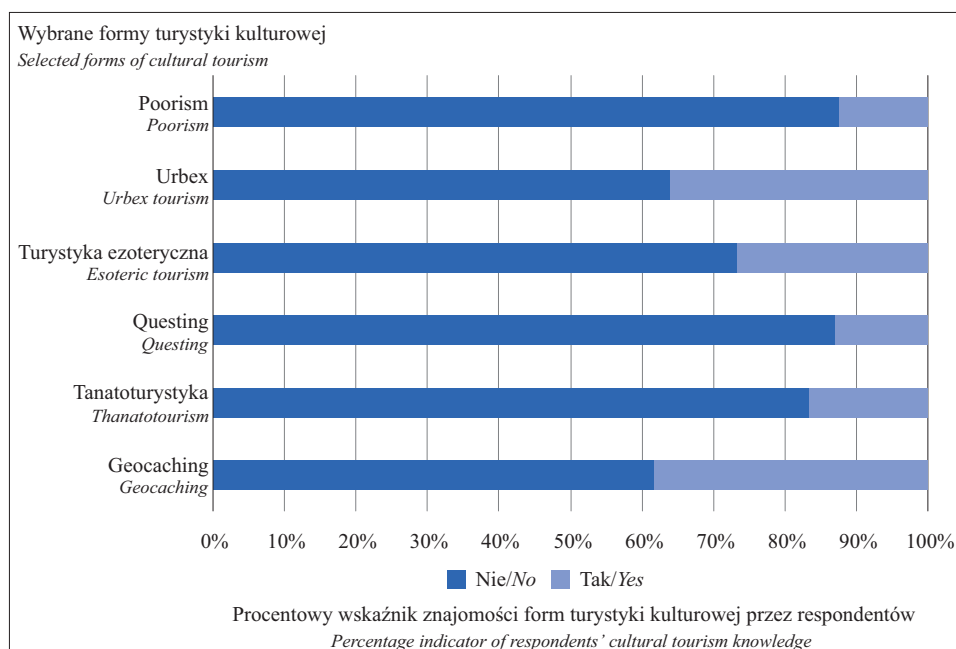
Z punktu widzenia analizy szczególne znaczenie miały pytania sondujące znajomość wskazanych nowych form turystyki. Wśród nich relatywnie często wskazywany był geocaching. Wprawdzie wśród respondentów biorących udział

w badaniu 62% nie wiedziało o istnieniu tej gry terenowej, jednak aż 87% badanych nie spotkało się nigdy z pojęciem questing, a 83% nie kojarzyło pojęcia tanatoturystyka (ryc. 1).

Do mało znanych rodzajów turystyki zaklasyfikowane zostały również poorism, inaczej nazywany turystyką biedy, oraz turystyka ezoteryczna. Nieco większą popularnością wśród respondentów cieszył się urban exploring, potocznie nazywany urbex. Stanowi on sposób poznawania miejsc opuszczonych i, jak wynikało z badania ankietowego, z pojęciem tym nie spotkało się 64% badanych.

Pomimo wskazań ankietowanych deklarujących zainteresowanie odmiennymi (od klasycznych) formami turystyki, analizując wyniki badania, można zauważyć, że w dużej mierze respondenci nie znają form klasyfikowanych w tej grupie aktywności. Może to wynikać z ich niszowego dotychczas charakteru.

Respondenci pytani o możliwości rozwoju poszczególnych form turystyki kulturowej, pomimo słabej ich znajomości (po zapoznaniu się z opisem), wskazali, że ich zdaniem questing (39%), urbex (35%) oraz geocaching (34%) wydają się najbardziej obiecujące. Formy te zostały uznane za działania relatywnie nowe, choć już teraz oceniane jako popularne. Według respondentów formy turystyki kulturowej, takie jak: turystyka ezoteryczna, poorism oraz



Ryc. 1. Znajomość wybranych form turystyki kulturowej (opracowanie własne na podstawie badań ankietowych, n = 527)

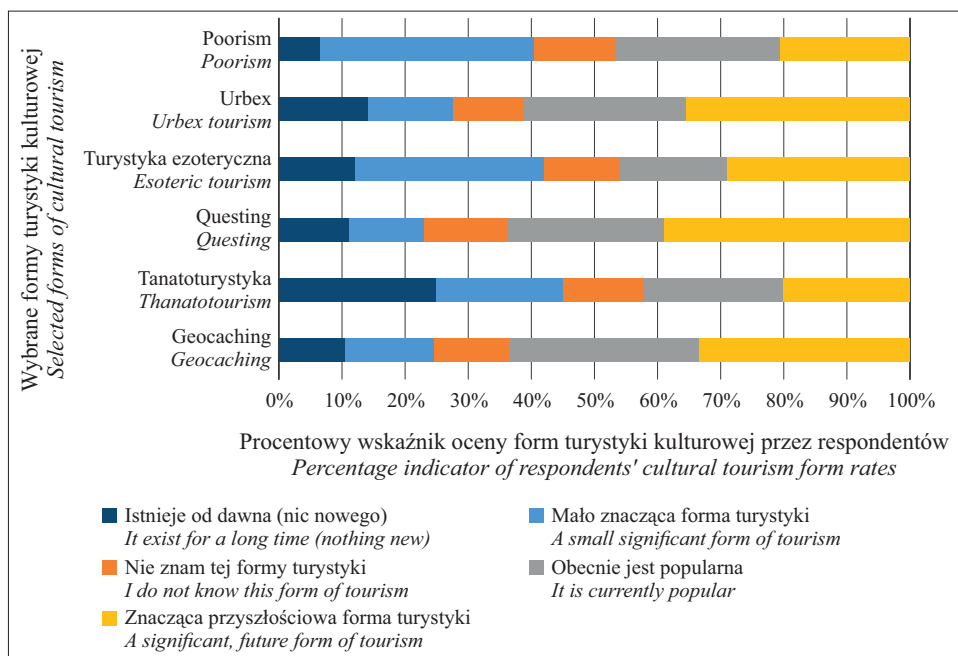
Fig. 1. Knowledge of selected forms of cultural tourism (own study based on surveys, n = 527)

tanatoturystyka, uważane są za aktywności istniejące od dłuższego czasu, dla niektórych badanych nie stanowiły one niczego nowego. Określane są również jako mało znacząca forma turystyki oraz nie przewiduje się dla nich większej roli w przyszłości. Pewna niechęć do uczestniczenia w wymienionych formach turystyki może być spowodowana panującymi wokół nich kontrowersjami. Wielu respondentom nie kojarzyły się one pozytywnie, niektórzy określali je jako zjawisko negatywne, a nawet jako coś nieetycznego (ryc. 2).

Pytając o pozostałe wspomniane już formy, jak: questing, urbex oraz geocaching, w przeważającej mierze uznano je za działania pozytywne, a tak jak w przypadku geocachingu nawet działania pożądane, w wielu aspektach przyczyniające się do rozwoju turystyki danego obszaru.

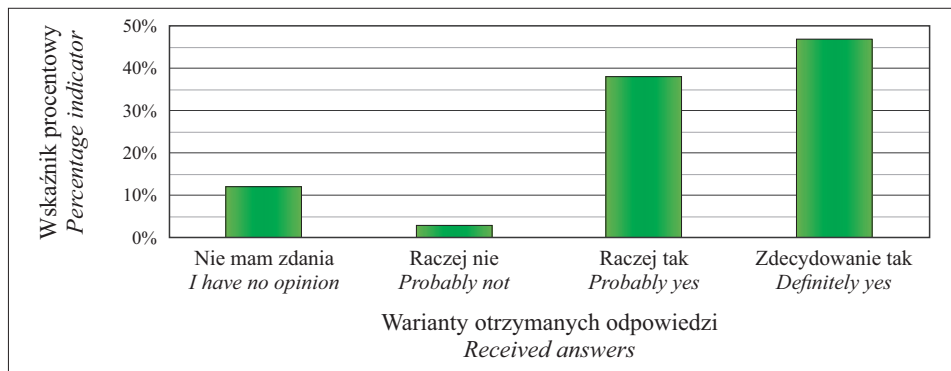
Geocaching nie budzi kontrowersji, a nawet 85% respondentów deklaruje, że to bardzo dobry sposób na, z jednej strony, poznanie danego terenu, z drugiej zaś – na promocję regionu (ryc. 3).

Należy też zauważyć, że odmiany turystyki kulturalnej ocenione pozytywnie w poprzednich pytaniach oraz te, które zostały wyłonię jako przyszłościowe, cieszą się dużym odsetkiem udzielonej odpowiedzi typu „nie uprawiałem/łam,



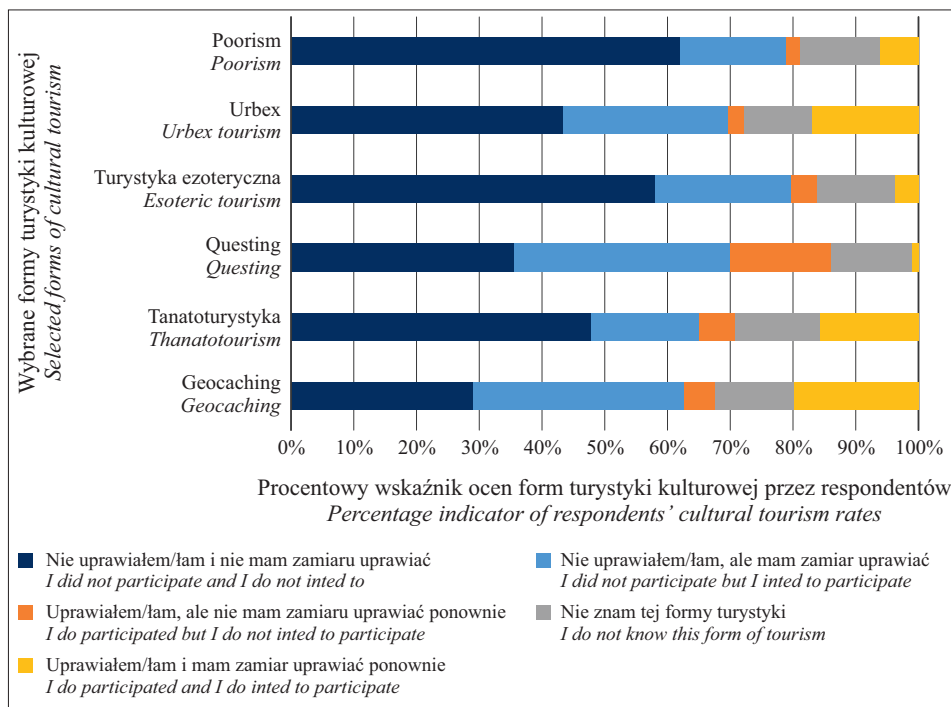
Ryc. 2. Ocena możliwości rozwoju wybranych formy turystyki kulturowej (opracowanie własne na podstawie badań ankietowych, n = 527)

Fig. 2. Assessment of development opportunities for selected forms of cultural tourism (own study based on surveys, n = 527)



Ryc. 3. Odpowiedź na pytanie: Czy uważa Pan/i, że lokalizacja dużej liczby skrytek geocachingu może zostać wykorzystana do promocji danego regionu? (opracowanie własne na podstawie badań ankietowych, n = 527)

Fig. 3. The answer to the question: Do you think that the location of a large number of geocaching caches can be used for promotion of specific region? (own study based on surveys, n = 527)



Ryc. 4. Styczność respondentów z poszczególnymi formami turystyki (opracowanie własne na podstawie badań ankietowych, n = 527)

Fig. 4. Contact of respondents with selected forms of cultural tourism (own study based on surveys, n = 527)

ale mam zamiar”. W przypadku questingu to 35%, geocachingu – 34%, a urban exploringu – 26% odpowiedzi. Natomiast poorism, turystyka ezoteryczna oraz tanatoturystyka, określone wcześniej jako mało znaczące formy turystyki, w postawionym pytaniu uzyskały najwięcej odpowiedzi typu: „nie uprawiałem/łam i nie mam zamiaru uprawiać”. Wynosiły one odpowiednio 62%, 58% oraz 48% udzielonych odpowiedzi dla każdej z poszczególnych form (ryc. 4).

PODSUMOWANIE

W dobie funkcjonowania zglobalizowanego świata wszelka odmiennosc i oryginalność jest postrzegana jako coś cennego, czasem wręcz fascynującego. Ponadto modernizacja społeczna przyniosła ze sobą rozwój indywidualizmu, w myśl którego człowiek odczuwa potrzebę manifestowania swojej odrębności, np. poprzez rozwijanie swoich zainteresowań, podejmowanie aktywności w wolnym czasie. Uwzględniając przy tym rosnącą łatwość podróżowania czy wpływ marketingu turystycznego, łatwo wytłumaczyć rosnącą potrzebę podróżowania, która coraz częściej ma możliwość realizacji.

Znajduje to swoje odzwierciedlenie w ogólnych trendach w rozwoju turystyki. Pod wpływem całego wachlarza czynników społecznych (np. modernizacja społeczeństwa), ekonomicznych (np. globalizacja), technologicznych (np. rozwój Internetu, środków transportu) turystyka zmienia się radykalnie, podążając w stronę formy zindywidualizowanej, mieszczącej się w obszarze pojęciowym coraz bliższym ekonomii doświadczeń, wrażliwej na wyzwania społeczne i ekologiczne, skupionej na pogłębionych doświadczeniach, korzystającej świadomie z nowoczesnych rozwiązań organizacyjnych i technologicznych, z odbiorcą wchodzącym coraz częściej w rolę prosumenta. Przytoczone przykłady z obszaru soft tourism konstytuują pojawianie się nowych form turystyki kulturowej, szczególnie tych, które dostarczają stale nowych, silnych bodźców. Stymuluje to rozwój turystyki kulturowej, zarówno pod względem formy, jak i treści, co daje podstawy do definiowania jej różnych odmian, odpowiadających na aktualne zapotrzebowanie.

Kluczowe pytanie postawione w analizie dotyczy jednak przede wszystkim przyszłości turystyki kulturowej, o której z całą pewnością można powiedzieć już dziś, że będzie dalej ewoluować. Kierunek zachodzących zmian jest bardzo trudny do określenia, jednak pewnych wskazówek mogą dostarczyć obserwacje zachowań turystycznych młodych ludzi. To właśnie oni, poprzez obecne preferencje i oceny poszczególnych form turystyki kulturowej, mogą wyznaczać prawdopodobne trendy, tym samym sugerując przyszły kierunek rozwoju tej odmiany turystyki.

1. Jak wynika z analizy badań, studentów odróżnia od pozostałych grup konsumentów szczególna łatwość pozyskiwania informacji o docelowym miejscu swojej podróży, skupiają się na wyszukiwaniu jej w sieci internetowej. W trakcie podróży korzystają z szeregu aplikacji ułatwiających orientację w terenie. Stają się tym samym bardziej niezależni, dlatego nie muszą korzystać ze zorganizowanych form zwiedzania, mogą poznawać miejsca turystyczne według własnego pomysłu i stosownie do własnych zainteresowań. W niskim stopniu aprobują obecność przewodnika turystycznego.

Ten oczywisty trend do korzystania z nowoczesnych technologii w przypadku turystyki kulturowej wydaje się, z jednej strony, otwierać wiele możliwości związanych z uatrakcyjnianiem form przekazu informacji, z drugiej jednak strony należy pamiętać o zagrożeniach związanych z jakością i wiarygodnością przekazywanych przez Internet danych, a także marginalizacją roli przewodników turystycznych.

2. Gry terenowe, jak geocaching oraz questing, postrzegane są przez respondentów jako formy bardzo ciekawe i pożyteczne zarówno dla turystów, jak i dla promocji regionu. Szczególne zainteresowanie nimi wykazują ci, którzy dotychczas nie mieli okazji brać w nich udziału. Questing, co warto podkreślić, ma najmniejsze grono wiernych odbiorców. Wielu ankietowanych deklaruje, że chętnie weźmie w nim udział po raz pierwszy, jednak wyjątkowo dużo osób wskazało, że spróbowało i nie jest już zainteresowanych. Z drugiej strony ta forma została wyróżniona jako najbardziej przyszłościowa. Być może przypisywane jej walory poznawcze przyczyniają się do wysokiej oceny, jednak za bardziej atrakcyjny przez uprawiających go już wcześniej jest uważany np. urbex, który dostarcza znacznie silniejszych emocji niż rywalizacja podczas gry.

Wskazane wyniki potwierdzają tezę o rosnącym znaczeniu bodźców emocjonalnych w motywach podejmowania podróży. W przypadku turystyki kulturowej formy aktywne, połączone z elementami gry, rywalizacji lub potencjalnego ryzyka, są oceniane pozytywnie i uznawane za te, które będą cieszyły się rosnącym zainteresowaniem.

Za najmniej rozwojowe formy ankietowani uznali poorism i turystykę ezoteryczną. Obie można uznać za dość kontrowersyjne, przez co postrzegane są jako takie, które pozostaną niszowe. W ocenach tych form zwraca uwagę pewna zachowawczość. Wynika z niej, że formy kontrowersyjne, nawet jeśli uważane są za interesujące, nie zostały włączone do kategorii odmian turystyki kulturowej, które mogą mieć większe znaczenie w przyszłości. Ocena etyczna zjawisk oraz unikanie dyskomfortu może mieć w tym przypadku istotną rolę.

Reasumując, warto podkreślić, że turystyka kulturowa rozwija się w szybkim tempie, co jednoznacznie wynika z ogólnych czynników wpływających

na kierunek obserwowanych trendów w turystyce. Pojawianie się w jej obrębie nowych odmian jest wobec tego procesem w pełni spodziewanym. Znacznie trudniej przewidzieć przyszłość poszczególnych form, zwłaszcza że wielu z nich jeszcze nie znamy. Na podstawie uzyskanych wyników można ostrożnie wnioskować, że w przyszłości dzisiejsi respondenci chętnie sięgną po różnorodne formy turystyki kulturowej, jednak będą one musiały spełnić dwa warunki: dostarczać silnych, ale jednocześnie pozytywnych (wolnych od wątpliwości natury etycznej, obciążających psychicznie) emocji.

Wkład indywidualny autorów: Magdalena Dolińska – 60%, Paweł Smoliński – 20%, Elżbieta Grzelak-Kostulska – 20%.

LITERATURA

- Bralczyk J. (red.), 2005: *Słownik języka polskiego*. Wydanie 1, Warszawa.
- Derek M., 2013: *Turystyka poza utartym szlakiem*. Turystyka Kulturowa, 9/2013, 7.
- Dominik P., 2017: *Autentyczność kulinariów i doznań kulinarnych motywacją do aktywności współczesnego turysty*. Turystyka Kulturowa, 5/2017, 103.
- Gandecka A., 2016: *Ostatnia enklawa autentyczności? Slumsy jako atrakcja turystyczna*. Turystyka Kulturowa, 6/2016, 90–107.
- Jedlińska M., 2013: *Zachowanie klienta na rynku turystycznym i rekreacyjnym*, [w:] A. Panasiuk (red.), *Marketing w turystyce i rekreacji*. PWN, Warszawa, 70–75, 105–106.
- Jędrysiak T., Kamel M., 2014: *Turystyka ezoteryczna – zjawisk paranormalnych*. Turystyka Kulturowa, 7/2014, 20–33.
- Kowalczyk-Anioł J., Włodarczyk B., 2017: *Przestrzeń turystyczna przestrzenią konfliktu*. Prace i Studia Geograficzne, 0208-4589. 53, 62–65.
- Kowalczyk-Anioł J., Zmyślony P., 2017: *Turystyka miejska jako źródło protestów społecznych: przykłady Wenecji i Barcelony*. Turystyka Kulturowa, 2/2017, 7–36.
- Kruczek Z., 2018: *Turyści vs mieszkańcy. Wpływ nadmiernej frekwencji turystów na proces gentryfikacji miast historycznych na przykładzie Krakowa*. Turystyka Kulturowa, 3/2018, 29–41.
- Mikos v. Rohrscheidt A., 2008: *Turystyka kulturowa – wokół definicji*. Turystyka Kulturowa, 1/2008, 4–18.
- Olearnik J., 2015: *Innowacje w turystyce – ich charakter i obszary poszukiwań*. Rozprawy Naukowe, 50-2015, 81–86.
- Pawłowska A., 2014: *Questing jako innowacja w turystyce kulturowej*. Turystyka Kulturowa, 1/2014, 30–33.
- Pokojska W., Suszczewicz M., 2016: *Turystyka miejsc niechcianych – poradzieckie garnizony w Polsce Zachodniej*. Turystyka Kulturowa, 2/2016, 101–115.
- Prince S., 2017: *Cohen's Model of Typologies of Tourist*, [w:] L.L. Lowry (ed.), *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*. Thousand Oaks: Sage Publications, 280–282.
- Samolyk M., 2013: *Geocaching – nowa forma turystyki kulturowej*. Turystyka Kulturowa, 11/2013, 17–20.

- Smoleńska I.E., 2012: *Opuszczone miasta jako destynacje w turystyce kulturowej – analiza przykładów*. Turystyka Kulturowa, 12/2012, 7–8.
- Stasiak A., 2013: *Nowe przestrzenie i formy turystyki w gospodarce doświadczeń*. Turyzm, 23/2. 72–73.
- Stasiak A., 2011: *Współczesna przestrzeń turystyczna*, [w:] M. Durydiwka, K. Duda-Gromada (red.), *Przestrzeń turystyczna: czynniki, różnorodność, zmiany*. Poligrafia, Warszawa, 39–52.
- Szyjewski Z., Szyjewski G., 2017: *Wiarygodność metod badawczych*. Informatyka Ekonomiczna, 2 (44), 118–131. <https://doi.org/10.15611/ie.2017.2.10>
- Ścibiorska-Kowalczyk I., 2017: *Konsumenci w turystyce muzealnej*. Turystyka Kulturowa, 5/2017, 60–62.
- Tanaś S., 2006: *Tanatoturystyka – kontrowersyjna oblicze turystyki kulturowej*. Peregrinus Cracoviensis, 17/2016, 85–86.