



Agnieszka Skorupa

Zakład Psychologii Ogólnej Instytutu Psychologii Uniwersytetu
Śląskiego w Katowicach
E-mail: agnieszka.skorupa@us.edu.pl

Anna Bogacz

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
E-mail: a_bogacz@interia.pl

Aktywność turystyczna w późnej
dorosłości i starości. Motywacja,
postawy i dobrostan psychiczny /
*The touristic activity of seniors. Motivation,
attitudes and psychological well-being*

Abstract

Amount of the elderly citizens is increasing rapidly. Simultaneously their habits and life possibilities are changing, many of them are getting involved into tourism (e.g. Ahn & Janke 2011; Liechty & Genoe 2013; Patterson 2007; Smith & MacKay 2013). With the phenomena of the touristic activity of seniors, many scientific analysis of the topic have occurred. Despite that this field seems to be strongly related with the psychology of human behaviour, most of researches is concentrated on marketing analyses aiming at enhancing tourism consumption (Albayrak, Caber & Bideci 2014; Williams, Rattray & Grimes 2006; Śniadek 2007).

In our article we do the revive of the researches on touristic activity of seniors. We try to identify kinds of touristic activities into which elderly are involved, as well as, we analyse benefits which come for seniors from tourism. Moreover, we are paying attention to different types of researches concentrated on elderly tourism, their limits and further directions.

Keywords: touristic activity; touristic motivation; seniors; elderly in Poland, leisure, active aging

1. WSTĘP

Wraz ze wzrostem liczby seniorów i zmianą ich nawyków dotyczących spędzania czasu wolnego, pojawia się coraz więcej opracowań naukowych dotyczących aktywności turystycznej osób starszych. Badania te, choć wydają się być silnie związane z psychologią, częściej konstruowane są z pobudek marketingowych, a poznanie grupy starszych turystów ma służyć skutecznej promocji usług z tego sektora.

Niniejszy artykuł ma charakter przeglądowy. Jego celem jest ustalenie, jakich aktywności podejmują się współcześni seniorzy, jak wygląda turystyka w okresie późnej dorosłości oraz jakie płyną z niej korzyści dla osób starszych. Co więcej, chcemy zwrócić uwagę na to, jakie rodzaje badań z zakresu aktywności turystycznej seniorów są podejmowane, jakie czynniki wpływają na ograniczone możliwości generalizacji wniosków płynących z tych badań oraz w którą stronę powinny zmierzać przyszłe opracowania badawcze.

2. STRUKTURA WIEKOWA SPOŁECZEŃSTWA

Niemal każde badanie z zakresu turystyki seniorów w części teoretycznej zawiera dane statystyczne, świadczące o szybkim wzroście populacji osób starszych. Czy przejrzymy artykuły z USA (np. Ahn i Janke 2011; Liechty i Genoe 2013; Patterson 2007), Kanady (np. Smith i MacKay 2013) czy Polski (np. Śniadek 2007), wszyscy autorzy alarmują, że liczba obywateli w wieku późnej dorosłości będzie stale się powiększać. Dane wskazują także, że jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi turystyki jest dział turystyki seniorów (Smith i MacKay 2013). Autorki niniejszego artykułu pozwolą sobie pominąć przytaczanie statystyk, co do szacowanej liczby starszych obywateli, a osoby bliżej zainteresowane tym tematem odsyłamy np. do danych Eurostatu (Population structure and ageing - Statistics Explained 2014). W artykule przyjmujemy bowiem za fakt, że społeczeństwa się starzeje, polemizować będziemy jednak z tym, czy projektowanie badań, których celem jest poznanie zachowań starszych konsumentów głównie dlatego, żeby „zagospodarować” ich portfele, to najwłaściwszy kierunek naukowy.

3. STARSI LUDZIE JAKO TURYSŒCI

Ogólnie rzecz biorąc, dzisiejsi seniorzy są zdrowsi, bogatsi, lepiej wykształceni, bardziej niezależni i mają mniej obowiązków niż osoby starsze w przeszłości. Różnią się oni także od swych poprzedników posiadaniem tzw. portfolio podróżniczego, czyli wcześniejszymi doświadczeniami turystycznymi (Nimrod i Rotem 2010). W krajach wysoko rozwiniętych liczba seniorów podejmujących aktywność turystyczną jest znaczna. Najczęściej wyjeżdżają Kanadyjczycy, obywatele USA i Japonii oraz Niemcy i Brytyjczycy (Śniadek 2007). Także w krajach mniej rozwiniętych, takich jak np. Rumunia obserwuje się wzrost aktywności turystycznej osób starszych (Negruț et al. 2012). Podróże to doświadczenia ważne dla osób starszych. Jak wynika z analiz biograficznych, dają one możliwość poznawania świata i siebie oraz budują więzi z innymi ludźmi (Roberson Jr. 2003).

W odpowiedzi na wzrost liczby starszych turystów nie tylko usuwa się bariery komunikacyjne, architektoniczne, czy organizacyjne, które mogłyby utrudnić osobom starszym korzystanie z sektora usług turystycznych (Bi, Card i Cole 2007), ale wręcz tworzy kurorty dedykowane właśnie dla tej grupy. Na świecie istnieje ponad 400 tzw. słonecznych miast, czyli ośrodków pielęgnacyjno-rehabilitacyjnych, w których mogą spędzać swój czas wolny osoby starsze (Kulbaczevska 2011). Co więcej, aktywność turystyczna we wcześniejszych latach życia może być motywem do migracji w wieku emerytalnym (por. Casado-Diaz 1999; Brown et al. 2011; Pytel 2014). Kraje o korzystnym dla zdrowia klimacie, będące jednocześnie popular-

nymi destylacjami turystycznymi odnotowują znaczny przyrost starszych mieszkańców, którzy wiedzeni swoimi wcześniejszymi pozytywnymi doświadczeniami turystycznym, postanawiają zamieszkać w tych miejscach w okresie późnej dorosłości.

Na tle globalnych przemian sytuacja polskiego seniora-turysty jest nieco inna niż amerykańskiego, czy europejskiego. Starsi Polacy na rynku krajowym wciąż mają relatywnie mniejszą siłę nabywczą niż inne grupy konsumentów, stąd niewiele ofert turystycznych jest dedykowanych stricte dla nich (Śniadek 2007). Zgodnie z raportem Ministerstwa Sportu i Turystyki (2011) w 2010 roku odsetek Polaków powyżej 55. roku życia uczestniczących w krajowych wyjazdach długookresowych wynosił 15%, a w wyjazdach zagranicznych – 10%. W krajowych wyjazdach krótkookresowych wzięło udział 8% Polaków w wieku powyżej 55 lat. Jednak większość respondentów powyżej 55 roku życia nie wyjechało nigdzie. Mimo to analitycy obserwujący zmiany społeczne uznają, że niebawem polscy seniorzy zaczną konsumować usługi turystyczne na poziomie porównywalnym z wysoko rozwiniętymi krajami europejskimi. Turystyka będzie zaspokajać ich potrzeby samorealizacji i poczucia niezależności (Kulbaczevska 2011).

4. MOTYWACJA SENIORÓW DO UPRAWIANIA TURYSTYKI

W opracowaniach naukowych z zakresu turystyki autorzy podejmują liczne próby systematyzowania motywacji do podejmowania aktywności turystycznej. Zestawienia te są bardzo różne, zawierają się w nich analizy przyczyn podejmowania podróży, a także dane o charakterze socio-demograficznym, w większości przypadków odbiegają one jednak od klasycznego dla psychologii rozumienia pojęcia motywacji. Poniżej przytoczono kilka przykładowych typologii.

W badaniach Cleaver, Muller, Ruys i Wei (1999, za: Ahn i Janke 2011) wykazano cztery grupy osób podróżujących: o nastawieniu nostalgicznym, przyjacielskim, poznawczym oraz ucieczkowym. Nostalgicy podróżują w miejsca, które znają z dzieciństwa, aby odwiedzić rodzinę. Osoby o nastawieniu przyjacielskim podróżują w celu nawiązywania nowych kontaktów towarzyskich. Osoby o nastawieniu poznawczym chcą eksplorować nowe destynacje i doświadczać miejsca, w którym przebywają, a osoby o nastawieniu ucieczkowym chcą uciec od swojej codziennej rutyny i odpowiedzialności. Jang i Wu (2006, za: Ahn i Janke 2011) stworzyli nieco inną klasyfikację. Według nich pięć najważniejszych czynników leżących u podstaw aktywności turystycznej seniorów to: poszukiwanie wiedzy, wzmacnianie własnego ja, relaks, poszukiwanie towarzystwa i podbudowywanie poczucia własnej wartości.

Istnieje też szeroka grupa badań traktująca analizę motywacji nie uwzględniając konotacji psychologicznych. W tym przypadku motywacja to bardziej analiza socjologiczna, czy analizą zachowań konsumenckich. Dla przykładu Pilis, Pilis i Pilis (2010) wykazali, że podstawowymi motywami do uprawiania turystyki wśród osób starszych są: możliwość regeneracji dzięki prowadzeniu zrównoważonego trybu życia w miejscowości turystycznej, spędzenie czasu wolnego na zalecanej

przez lekarza aktywności fizycznej oraz możliwość dostosowania wypoczynku do indywidualnych potrzeb i możliwości turysty.

Ciekawą grupę badań stanowią analizy nie dążące do stworzenia ogólnej klasyfikacji motywacji, a dotyczące zachowań turystycznych konkretnej nacji. I tak np. Sánchez, González i Vila (2015) badali czynniki leżące u podstaw podejmowania aktywności turystycznej hiszpańskich seniorów. Na podejmowanie aktywności turystycznej wpływają: poziom dochodów, dostępność czasu wolnego, etap cyklu życia, poziom społeczno-kulturowy, subiektywne i obiektywne różnice międzypokoleniowe, a także samoocena. Huang i Tsai (2003, za: Esichaikul 2012) wykazali natomiast, że tajwańscy seniorzy podczas podróży niechętnie korzystają z typowych wakacji zorganizowanych. Poszukują luksusu i elegancji, zwracają dużą uwagę na jakość usługi. W badaniach Parzych (2014) za główne motyw aktywności turystycznej polskich osób starszych uznano motyw poznawczy (60% respondentów) i rekreacyjny (20%). Rzadziej wymieniane były motywacje rodzinne, zdrowotne i towarzyskie. Taki rozkład motywacji nie odbiega od wyników dla innych grup wiekowych społeczeństwa polskiego.

Próbując dokonać odpowiedniej selekcji wielości danych z badanego obszaru, warto zawsze mieć na uwadze to, czym tak naprawdę jest motywacja. To pewien stan, który popycha jednostkę do podejmowania konkretnych zachowań zaspokajających jej potrzeby biologiczne lub psychologiczne. Motywacja do podróży zawiera tym samym szeroki zakres ludzkich zachowań i doświadczeń, a lista motywów może składać się z: relaksacji, podekscytowania, interakcji społecznych, poszukiwania przygody, interakcji rodzinnych, wyzwania fizycznego, ucieczki od rutyny czy chęć odstresowania się (Esichaikul 2012).

5. PRZYCZYNY BRAKU PODEJMOWANIA AKTYWNOŚCI TURYSTYCZNEJ PRZEZ SENIORÓW

W Unii Europejskiej za grupy posiadające ograniczony dostęp do turystyki uznaje się: dzieci i młodzież, młodych ludzi w wieku 18-30 lat doświadczających trudnych warunków ekonomicznych, rodziny o trudnej sytuacji materialnej, niepełnosprawnych i osoby z problemami zdrowotnymi, a także starszych obywateli (Jaremen 2014). Opracowania, tak naukowe, jak statystyczne, dotyczące wzorców podróżowania, koncentrują się głównie na tym dlaczego i gdzie ludzie podróżują. Wnioski na temat zaniechania aktywności turystycznej wysnuwane są często na zasadzie zaprzeczenia. Istnieje jednak grupa badań koncentrująca się głównie na przyczynach braku podejmowania aktywności turystycznej. Do grupy tej można zaliczyć badania przeprowadzone wśród mieszkańców Hong Kongu. Dla dwóch trzecich populacji podejmowanie corocznych wyjazdów po prostu nie jest ważne. Osoby samotne i pary o niskim dochodzie nie podróżują także z powodu niepewności interpersonalnej. Inne grupy badanych za bariery uznają możliwości finansowe oraz poświęcenie pracy i rodzinie. Na podstawie powyższych analiz stworzono typologię starszych osób niepodróżujących. Typ A – osoby, które z własnej chęci nie podejmują aktywności turystycznej, a nie mają ku temu żadnych przeszkód finansowych. Typ B – osoby z pewnymi problemami finansowymi, ale po-

wstrzymane głównie przez bariery społeczne. Typ C – osoby napotyające bariery finansowe i społeczne. Typ D – osoby bez barier finansowych, ale napotyające bariery społeczne (McKercher 2009).

W Polsce wiele grup społecznych doświadcza wykluczenia z turystyki. Czynniki wpływające na to wykluczenie to: wiek, stan zdrowia, sprawy rodzinne, sytuacja osobista i zawodowa, ale przede wszystkim warunki finansowe (Jaremen 2014). Wśród polskich seniorów odsetek osób uważających, że nie może sobie pozwolić na tygodniowy wypoczynek poza domem jest znacznie wyższy niż w Unii Europejskiej i wynosi 60,5% (dla „starych” członków UE- 31,4%) (Gryszel 2014). Dochody polskich emerytów plasują się poniżej średniej krajowej przypadającej na osobę stąd większość seniorów nie podejmuje aktywność turystycznej z powodu barier finansowych (por. Kulbaczevska 2011; Kociszewski 2013). Raport Ministerstwa Sportu i Turystyki (2011) wskazuje problemy ze zdrowiem (40%), brak środków finansowych (38%) oraz brak czasu (18%) za główne przyczyny braku podejmowania przez Polaków aktywności turystycznej.

6. STEREOTYPIZACJA

Znaczącą przyczyną braku podejmowania aktywności turystycznej, tak przez turystów polskich, jak i seniorów z innych krajów, jest rozpowszechnione społecznie stereotypowe przekonanie co do aktywności jakich powinny podejmować się osoby starsze. Starsi Polacy potwierdzają, że cenią aktywność fizyczną związaną z podróżowaniem, jednak rzadko kiedy sami się na nią decydują. W społeczeństwie polskim przez długi czas starość demonizowano, skupiając się na trudnych zjawiskach związanych z tym okresem rozwojowym, a nie akcentując pozytywów. Ponadto środowisko społeczne narzucało starszym osobom sposób i styl bycia, którą to wizję starsi ludzie antycypowali (Szwarc, Wolańska i Łobożewicz 1988). Podobne zjawisko stereotypizacji zostało opisane w Korei. Starsi Koreańczycy za jedno z głównych ograniczeń w podejmowaniu aktywności turystycznej wskazują fakt, że inni ludzie mówią im, że są za starzy, żeby podróżować, a miejsce starszych ludzi jest w domu (McKercher 2009). Szeroko rozpowszechniona stereotypizacja powoduje, że niektórzy autorzy (por. Smith i MacKay 2013) twierdzą wręcz, że nie ma dobrych badań nt. turystyki seniorów właśnie dlatego, że są oni potocznie odbierani jako osoby, które rzadko wyjeżdżają, a jeśli już to po prostu spędzają dużo czasu w jednym miejscu lub uczestniczą w zorganizowanych wycieczkach.

7. AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA SENIORÓW – TYPY PROWADZONYCH BADAŃ

Choć turystyka jest przedmiotem licznych badań, znacznie częściej zachowania osób podróżujących analizowane są z perspektywy socjologii, ekonomii, czy turystyki, rzadziej jednak analiz takich podejmują się psychologowie. Przedstawiciele wszystkich dziedzin powołują się natomiast wzajemnie na uzyskane wyniki. Warto zachować ostrożność przy dokonywaniu generalizacji wniosków gdyż metodologia, a przede wszystkim cel prowadzonych badań bywają nader odmienne. Poniżej wyszczególniono kilka „czynników zaburzających”, które powszechnie występują w pracach z zakresu turystyki.

PRZEDZIAŁ WIEKOWY GRUPY BADANYCH

Jednym z kluczowych problemów badań z zakresu aktywności turystycznej seniorów jest to, jaką grupę wiekową nimi objąć. Już samo zdefiniowanie słowa „senior” nastreśla wielu problemów. Osoby, które kiedyś nazywano „starszymi”, dziś nie zostałyby określone takim mianem. Jak pisze Śniadek (2007: 22) „ustalając granicę między człowiekiem dojrzałym a starszym, można się kierować aspektami ekonomicznymi (zakończenie pracy i przejście na emeryturę), kulturowymi (obyczaje, tradycje), społecznymi (stanie się babcią lub dziadkiem), zdrowotnymi (pogorszenie się zdrowia, utrata sprawności fizycznej). W marketingu przyjęto, że seniorami nazywa się osoby w wieku 60 lat i starsze. W psychologii sprawa jest nieco bardziej skomplikowana. W literaturze przedmiotu nie ma zgodności co do liczby wyróżnianych stadiów rozwoju człowieka, jak i granicy wieku między nimi. Często przyjmuje się podział przytoczony przez Harwas-Napierałę i Trempałę (2011), którzy uznaj, że okres od 35/40 r.ż do 55/60 r.ż to tzw. średnia dorosłość (wiek średni), a okres 55/60 i więcej to tzw. późna dorosłość (wiek starzenia się). Szwarc, Wolańska i Łobożewicz (1988) w publikacji nt. turystyki w starszym wieku przytaczają nieco inną klasyfikację wiekową: wczesna starość – od 60 do 75 r.ż., późna starość – po 75 r.ż. lub wiek podeszły – od 60 do 70 r.ż. i wiek starchy – od 75 do 90 r.ż. Podział ten koresponduje z aktualnie przyjętą przez Światową Organizację Zdrowia klasyfikacją faz rozwojowych. Zgodnie z podziałem WHO starość dzieli się na trzy fazy: *young old*, czyli „młodzi starzy” (III wiek: 60-74 lata), *old old* – „starzy starzy”, „starość dojrzała” (IV wiek: 75-89 lat) oraz *oldest old*, *long life* – „długowieczni” (powyżej 90 lat) (Zych 2001: 202). Departament USA *The Administration on Aging* dla uporządkowania danych na temat starszych ludzi używa podziału 65-74, 75-84 i 85 lat i więcej (Singh, Moufakkir i Holecek 2007). Niektórzy autorzy uznają, że przy zaliczeniu kogoś do „seniorów” należy uwzględnić tzw. wiek biologiczny, sprawność umysłową i sytuację społeczno-materialną osoby, a nie tylko jej wiek metrykalny. Przy tak różnorodnej obserwacji można stwierdzić, że istnieją w pełni sprawni ludzie ponad osiemdziesięcioletni i ludzie pięćdziesięcioletni, u których proces starzenia doprowadził do istotnych zmian inwolucyjnych, stąd niezrozumiałym jest, dlaczego to właśnie metryka miałaby determinować przynależność do jakiejś grupy (Pilis, Pilis i Pilis 2010).

Badania dotyczące aktywności turystycznej w starszym wieku zwykle uwzględniają bardzo szerokie przedziały wiekowe, ponadto znacznie zaniżają granicę starości, co wydaje się stać w opozycji do opisanych powyżej klasyfikacji. Większość badań, tak polskich, jak zagranicznych, analizuje aktywność turystyczną osób starszych zaczynając od 50 r.ż. (por. Chang, Wrayn i Lin 2014; Nimrod i Rotem 2010; Al-bayrak, Caber, i Bideci 2014; Esichaikul 2012) lub 55 r.ż. (por. Ahn i Janke 2011; Hickerson et al. 2008; Kociszewski 2013; Zawadka 2014).

MARGINALIZACJA ZAGADNIEŃ PSYCHOLOGICZNYCH

Kociszewski (2013) twierdzi, że problematyka aktywności turystycznej osób starszych jest tematem niezbyt często podejmowanym w badaniach. Analizując dostępną literaturę można odnieść wrażenie, że badań z zakresu turystyki seniorów

jest coraz więcej, jednak analizy psychologiczne stanowią zdecydowaną mniejszość. Poza opracowaniami o charakterze stricte naukowym można znaleźć wiele raportów nt. aktywności turystycznej seniorów przygotowanych na potrzeby programów stymulujących podróżowanie wśród tej grupy wiekowej. Warto wymienić tu inicjatywę Komisji Europejskiej Calypso, która miała na celu pomoc osobom znajdującym się w trudnej sytuacji, uniemożliwiającej organizację wypoczynku. Grupy uwzględnione w tym programie to gorzej sytuowani ludzie w wieku 18-30 lat, rodziny mające problemy finansowe, osoby z niepełnosprawnością i osoby w wieku powyżej 65 lat ("Calypso - OFF 2013," n.d.). Z inicjatyw dotyczących naszego kraju warto wymienić także projekt OFF2013 *Seniors and families taking time off in off-peak season, through exchanges between Hungary and Poland*, który umożliwiał wymianę turystyczną seniorów, rodzin wielodzietnych, rodzin niepełnych i z małymi dziećmi między Polską a Węgrami.

Choć badacze uznają psychologiczne podejście do zagadnienia za istotne, często musi ustąpić ono miejsca ekonomicznemu lub marketingowemu celowi analiz, niejednokrotnie zmienne psychologiczne wprowadzane są do badań pobieżnie, bez dogłębnej znajomości tematu. Śniadek (2007) np. podkreśla rolę wydarzeń rozwojowych związanych z fazami cyklu życia i ich znaczenie dla analizy zmian w aktywności turystycznej człowieka. Wymienia takie zjawiska jak przejście na emeryturę, wyprowadzanie się dzieci, zostanie babcią/dziadkiem lub śmierć współmałżonka, jako istotne dla zmiany zachowań rynkowych. Temat roli psychologicznej tych wydarzeń w kontekście indywidualnej biografii turystycznej nie jest jednak eksplorowany. Ahn i Janke (2011) swoich badaniach piszą, że zrozumienie motywacji osób starszych ma zasadnicze znaczenie, ponieważ motywacja jest podstawowym czynnikiem wszystkich zachowań, jednak niewiele wiadomo na temat motywacji seniorów do podejmowania ambitnych i stymulujących aktywności turystycznych. Autorzy coraz częściej zaczynają zdawać sobie sprawę z konieczność włączenia perspektywy psychologicznej do badań turystyki seniorów. I tak np. Liechty i Genoe (2013) sygnalizują, że bardzo istotne jest zrozumienie doświadczeń rekreacyjnych osób w późnej dorosłości. W swoich pracach stawiają pytania o wzajemną zależność między czasem wolnym, a pracą, chęć oddania się rodzinie lub społeczności czy korespondencję indywidualnych celów wypoczynkowych z barierami, jakie seniorzy napotykać podczas ich realizacji.

TURYSTYKA TEMATYCZNA

W licznych badaniach autorzy zawężają grupę badanych do np. słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku (por. Parzych 2014), natomiast za cel badań stawiają sobie analizę aktywności turystycznej ogółu starszych ludzi. Sam fakt uczestnictwa w UTW jest zmienną zaburzającą, która powoduje, że badana grupa nie jest reprezentatywna dla ogółu turystów-seniorów. Z jednej strony, żeby być słuchaczem UTW trzeba spełnić konkretne wymagania formalne, z drugiej natomiast uczestnicy tej organizacji odznaczają się specyficznymi cechami osobowościowo-motywacyjnymi. Ponadto analizy aktywności turystycznej seniorów często skoncentrowane są na jednym typie danej aktywności, który uznawany jest za najbardziej reprezentatywny dla tej kohorty. I tak polskich starszych turystów analizuje się

przez pryzmat turystyki uzdrowiskowej (Kulbaczevska 2011), a amerykańskich seniorów bada się w kontekście kasyno-turystyki (Singh, Moufakkir i Holeczek 2007). Z naukowego punktu widzenia zawężenie grupy badanych jest dobrym zjawiskiem, umożliwiającym dokonywanie precyzyjnych analiz, których wnioski można generalizować na populację, z której pochodzili badani. Jednak warto krytycznie podchodzić do tego typu opracowań, gdyż mogą one być skonstruowane nie w celach badawczo-eksploracyjnych, a w celu maksymalizacji udziału danej grupy w konsumpcji konkretnej usługi, co w znacznym stopniu zmienia optykę badania.

BRAK UWZGLĘDNIENIA RÓŻNIC PŁCIOWYCH

Rzadko kiedy w badaniach podróżujących seniorów uwzględniane są różnice płciowe. Z badań Liechty i Genoe (2013) wynika, że istnieją różne wzory wypoczynku wśród starszych mężczyzn i kobiet. Starsze kobiety dzięki aktywności turystycznej w czasie wolnym zyskują większe poczucie własnej siły, bardziej o siebie dbają, mają swobodniejszą ekspresję siebie, rozwijają sieć kontaktów społecznych oraz nowe poczucie tożsamości. Mężczyźni dzięki aktywności w czasie wolnym, w tym turystyce, mają poczucie łączności z czasem, w którym byli aktywni zawodowo, lubią jak ich czas wolny jest nie tylko przyjemny, ale przede wszystkim użyteczny. Jaki widać seniorzy nie stanowią monolitu, w celu uzyskania bardziej trafnych wyników, warto dokonywać segmentacji tej grupy.

BRAK UWZGLĘDNIANIA POZIOMU ZDOLNOŚCI MOTORYCZNYCH

Większość badań analizujących motywację do uprawiania turystyki, czy preferencje podróżnicze seniorów nie uwzględnia istotnej zmiennej zaburzającej, jaką jest sprawność fizyczna. Nie da się stworzyć profili psychologicznych, czy analizować motywacji do wyjazdów bez uwzględnienia zdolności motorycznych osób starszych. Badaniem, które w konstruktywny sposób podchodzi do wspomnianej kwestii jest praca Ahn i Janke (2011), którzy proponowali seniorom uczestnictwo w programach turystycznych *Elderhostel* o zróżnicowanych wymaganiach co do sprawności fizycznej, a następnie dokonywali doboru kwotowego badanych spośród uczestników wszystkich programów.

ŁĄCZENIE OSÓB STARSZYCH I NIEPEŁNOSPRAWNYCH W JEDNĄ GRUPĘ

Badając zachowania i preferencje turystyczne seniorów niejednokrotnie zestawia się ich w grupie z osobami niepełnosprawnymi (por. Bi, Card i Cole 2007; Williams, Rattray i Grimes 2006; Atef 2011; Jaremen 2014). O ile zaawansowany wiek sprzyja pojawianiu się różnego rodzaju niepełnosprawności, o tyle nie jest on warunkiem koniecznym do wystąpienia takowej. Ograniczona sprawność fizyczna pojawiająca się wraz z wiekiem może być zupełnie inaczej odbierana niż niepełnosprawność osób młodszych, co prowadzi do innych postaw i odmiennych oczekiwań wobec życia.

BADANIA PERCEPCJI MIEJSCA

Powołując się na prace badawcze z zakresu turystyki warto zwrócić uwagę na cel, dla którego zostały skonstruowane. Kwestia percepcji miejsca jaka została podjęta np. w badaniach Atefa (2011) dotyczących Egipskich hoteli pięciogwiazdkowych zdaje się być zagadnieniem stricte psychologicznym, jednak cel konstrukcji badań był inny. Analiza percepcji miejsca w tym przypadku jest podporządkowana maksymalizacji efektywności pracy hotelu, a problem badawczy weryfikowany jest wskaźnikami socjologiczno-marketingowymi, a nie psychologicznymi. Wnioski płynące z tego typu badań mają wymiar aplikacyjny, ale w wąskim znaczeniu tego pojęcia. W tym przypadku wskazuje się potrzebę poszerzenia oferty turystycznej, lepszego wyposażenia hoteli i przeszkolenia obsługi turystycznej w pracy z osobą starszą i niepełnosprawną, niewiele jednak ma to wspólnego z samą psychologią.

BADANIA SPOSOBU SPĘDZANIA CZASU WOLNEGO I RODZAJÓW PODEJMOWANEJ AKTYWNOŚCI FIZYCZNEJ

Sporo danych na temat aktywności turystycznej seniorów zawartych jest w opracowaniach na temat sposobu spędzania czasu wolnego przez osoby starsze (por. Heo et al.2013) lub w analizach aktywności fizycznej w podeszłym wieku (por. Nimrod i Rotem, 2010). Powołując się na te dane należy zachować ostrożność, ponieważ często ich celem w pierwszej kolejności była analiza sposobów spędzania czasu wolnego i rodzajów podejmowanej aktywności fizycznej, a dopiero na drugim miejscu dotyczyły one turystyki. Co więcej, jak wspominają Nimrod i Rotem (2010) do badań zachowań turystów często wykorzystuje się metody ilościowe, natomiast do badań korzyści płynących z turystyki- metody jakościowe. Efekt jest taki, że związki między działalnością turystów i jej wpływem na seniorów nie zostały do końca dobrze przebadane.

KONCENTRACJA NA CZYNNIKACH EKONOMICZNYCH I STYMULACJI ROZWOJU GOSPODARCZEGO

Jeszcze bardziej powszechnym zjawiskiem związanym z badaniami nad aktywnością turystyczną seniorów jest przebijające z wielu opracowań naukowych podporządkowanie celu badawczego maksymalizacji konsumpcji aktywności turystycznej osób starszych, a co za tym idzie stymulowaniu gospodarki. Niezaprzeczalnym jest fakt, że w ciągu ostatniej dekady rynek „siwych głów” stał się niezwykle ważny ze względu na jego zwiększającą się siłę nabywczą dla większości towarów i usług konsumpcyjnych. Oferty z branży turystyki i wypoczynku są również kierowane do osób w wieku 65 lat i starszych (Patterson 2007). Co zrozumiałe, warto poznać zachowania i preferencje tego rosnącego segmentu rynku.

Dla przykładu badania takie jak prowadzone przez Albayrak, Caber i Bideci (2014) mają na celu pomiar satysfakcji seniorów z usług oferowanych przez pięciogwiazdkowe hotele. W badaniach weryfikuje się percepcję hotelu, ocenę czystości i podejścia personelu. W celu jeszcze lepszej interpretacji dane dzieli się ze względu na narodowość i wiek podróżujących seniorów. Zawadka (2014) natomiast prowadziła analizy, których celem było ustalenie preferencji i zachowań seniorów wypoczywających na wsi, tak aby stymulować tę gałąź turystyki.

Liczne badania koncentrują się także na źródłach informacji o destynacji turystycznej oraz dostępności oferty turystycznej w mediach. Smith i MacKay (2013) weryfikowali różnice w zapamiętywaniu reklam dotyczących turystyki oraz imprejsji przywołanych na podstawie pobytu w reklamowanym miejscu – okazuje się, że wiek nie jest tu zmienną znaczącą. Z badań Pattersona (2007) wynika natomiast, że do starszych turystów przemawia głównie tzw. „marketing szeptany”, czyli osobiste polecenie przez osobę, która była w danym miejscu. O ile Patterson w swoich analizach krytycznie odnosi się do kwestii kreowania kampanii reklamowych mających na celu manipulowanie starszym konsumentem, o tyle Williams, Rattray i Grimes (2006) w swoich analizach dotyczących dostępności oferty turystycznych w Internecie podkreślają, że za zwiększającą się liczbą seniorów podążają ich portfele, a w nich funty, dolary i euro, które trzeba rozsądnie zagospodarować.

Traktowanie jako priorytetowych celów ekonomicznych jaskrawo widać w unijnym projekcie *European Senior Travellers* (EST) realizującym założenia wspomnianego wcześniej programu Calypso. Jego priorytetem była nie maksymalizacja dobrostanu seniorów, a kreowanie trafniejszych ofert zapewniających popyt na rynku.

Jeśli badania skonstruowane są przez ekonomistów czy specjalistów od marketingu i jasno zakładają, że mają służyć stymulacji gospodarki, jest to fakt, który po prostu należy przyjąć. Więcej wątpliwości budzi jednak dokonywanie analiz czynników psychologicznych, nie dla samej ich wartości społecznej lub poznawczej, a dla wypowiedzianej nie wprost maksymalizacji zysków. Np. Sánchez, González i Vila (2015) uważają, że analiza motywacji do uprawiania turystyki powinna sprzyjać rynkowi i gospodarce. W badaniach Śniadek (2007) możemy natomiast przeczytać, że autorka zwraca uwagę na potrzeby odrębnych analiz aktywności turystycznej dla różnych grup wiekowych, akcentuje, że u podłoża tej aktywności leżą różne potrzeby, oczekiwania i system wartości, jednak czynniki te uwzględnia głównie ze względów marketingowych. Jak pisze „zważywszy (...) na potencjał nabywcy rynku seniorów, jak i czas wolny będący w ich dyspozycji, należy stwierdzić, że rosnąca liczba osób starszych może być potężnym źródłem koniunktury dla szeroko pojętego przemysłu turystycznego. Z kolei atrakcyjna i dostosowana do możliwości starszego konsumenta oferta turystyczna będzie służyć podtrzymaniu jego fizycznej i intelektualnej sprawności, przekładającej się na korzyści dla całego społeczeństwa, a także dla gospodarki” (Śniadek 2007: 22). Kulbaczewska (2011) pisze natomiast wprost, że starsze osoby to grupa mniej aktywna na rynku, a w obliczu wzrostu liczby seniorów należy ich zagospodarować jako konsumentów rynku turystycznego. Za najbardziej chłonną gałąź turystyki, możliwą do stymulacji autorka uznaje turystykę uzdrowską.

Swego rodzaju wątpliwości mogą budzić wyniki badań pochodzące z projektów mających na celu przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu i zapewnianiu równego dostępu do turystyki. Projekt polsko-węgierski opisywany przez Berbekę (2014) choć dąży do społecznej inkluzji, integracji seniorów z obu narodowości, czy promocji aktywności fizycznej, przede wszystkim ma na celu generowanie wzroku gospodarczego poprzez promowanie aktywności turystycznej poza szczy-

tem sezonu. Inaczej sytuacja wygląda w projekcie opisywanym przez Gryszelę (2014). Tutaj rozwój turystyki społecznej przyniesie wiele korzyści dla wykluczonych grup, a w stopniu marginalnym przyczyni się do stymulowania popytu.

Dość dobre podsumowanie omawianej kwestii można znaleźć w pracy Sedgley, Pritchard i Morgana (2011). Większość badań na temat turystyki w późnej dorosłości jest prowadzonych metodą ilościową i koncentruje się na tworzeniu marketingowo zorientowanych typologii. Nauki humanistyczne powinny koncentrować się jednak na współuczestniczącym badaniu turystów-seniorów. Warto analizować biografie ludzkie w celu ustalenia, jaki wpływ mają doświadczenia turystyczne na rozwój i jakość życia, a nie tylko podporządkowywać badania celom ekonomicznym.

PODSUMOWANIE

Seniorzy są grupą, która zaczyna coraz częściej podejmować aktywność turystyczną. O ile współczesnemu społeczeństwu przypisuje się „zachłanność kulturową”, o tyle wydaje się, że polscy seniorzy są turystami kulturowymi „z przypadku”. W rodzimej rzeczywistości starsi ludzie nadal w pierwszej kolejności przy wyborze aktywności turystycznej kierują się zasobnością portfela, a nie walorami poznawczymi, kulturowymi czy przyrodniczymi destynacji turystycznych (Kociszewski, 2013). Sytuacja wygląda inaczej w wysoko rozwiniętych krajach Unii Europejskiej czy w Ameryce Północnej, gdzie osoby starsze chętnie i intensywnie uczestniczą w turystyce.

Mając na uwadze, tak wzrost liczby turystów-seniorów, jak zachodzące przemiany społeczno-ekonomiczne umożliwiające udział tej grupy w turystyce, warto podejmować ten temat w analizach psychologicznych i społecznych. Zrozumienie zmian w motywacji do podejmowania aktywności turystycznej umożliwi maksymalizowanie zysków, które seniorzy mogą czerpać z turystyki. Czym lepiej poznamy znaczenie turystyki dla tej grupy wiekowej, np. tym lepsze można konstruować programy społeczne promujące wyjazdy, a to z kolei może przekładać się na lepszą jakość życia w okresie późnej dorosłości (Ahn & Janke, 2011).

Choć badań z zakresu aktywności turystycznej osób starszych powstało już wiele, należy krytycznie odnosić się do wyników, które w nich otrzymano. Jak zostało to opisane, badania konstruowane są w różnym celu, dobór grup badanych często znacznie ogranicza możliwości generalizacji uzyskanych wyników, a aspekt psychologiczny badań rzadko jest eksponowany na pierwszym planie. Refleksje te nie mają być przytykiem dla autorów badań, nie mają też stanowić krytyki, autorki niniejszego opracowania dążą jedynie do wzbudzenia świadomości wśród badaczy i zachęcają do podjęcia próby stworzenia kompleksowego modelu zachowań starszych turystów, który uwzględniłby tak warunki społeczno-ekonomiczne badanych, jak charakterystyki psychologiczne i potrzeby rynkowo-gospodarcze. Jedną z prób stworzenia bardziej ogólnego modelu jest analiza zachowań seniorów jako konsumentów usług turystycznych dokonana przez Śniadek (2006), do której to pracy odsyłamy zainteresowane osoby. W celu lepszego poznania grupy seniorów, potrzebne jest prowadzenie prac naukowych umożliwiających porównywanie wy-

ników. Na podstawie przeprowadzonego przez nas przeglądu badań sugerujemy, żeby przyszłe analizy dążyły do: zawężenia i ujednoczenia przedziału wiekowego przy doborze grupy badanych, prowadzenia badań na grupach reprezentatywnych dla całego społeczeństwa, uwzględniania w analizach psychologicznej charakterystyki etapów rozwojowych, konstruowania badań nie tylko ze względu na czynnik ekonomiczne – nie traktowania starszych ludzi jedynie jako niezagospodarowanego rynku, a przede wszystkim zwracania uwagi na ich potrzeby psychologiczne oraz korzyści jakie mogą płynąć z podejmowania aktywności turystycznej dla ich zdrowia i jakości życia.

LITERATURA

1. Ahn Y., Janke M. C., Motivations and benefits of the travel experiences of older adults, *Educational Gerontology* nr 37(8), 2011, s. 653–673.
2. Aktywność osób starszych i solidarność międzypokoleniowa – Statystyczny portret Unii Europejskiej 2012, Urząd Publikacji Unii Europejskiej, Luksemburg 2011.
3. Albayrak T., Caber M., Bideci M., Yaşlı Turistlerin Otel İşletmelerinde Önem Verdiği Ürün ve Hizmetler: Alman, İngiliz ve Hollandalı Turistlere Yönelik Bir Karşılaştırma, *Turizm Araştırmaları Dergisi* nr 25(1), 2014, s. 62–74.
4. Atef T. M., Assessing the ability of the Egyptian hospitality industry to serve special needs customers, *Managing Leisure* nr 16(3), 2011, s. 231–242.
5. Berbeka J., Możliwość powstania polsko-węgierskiego rynku turystyki społecznej dzięki projektowi OFF2013, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego* nr 807, 2014, s. 149–163.
6. Bi Y., Card J. A., Cole S. T., Accessibility and attitudinal barriers encountered by Chinese travellers with physical disabilities, *International Journal of Tourism Research* nr 9(3), 2007, s. 205–216.
7. Brown D. L., Bolender B. C., Kulcsar L. J., Glasgow N., Sanders S., Intercountry Variability of Net Migration at Older Ages as a Path-Dependent Process, *Rural Sociology* nr 76(1), 2011, s. 44–73.
8. Calypso - OFF 2013. (n.d.). Retrieved June 23, 2015, from <http://calypso-off2013.eu/pl/contents/1,Calypso>
9. Casado-Díaz M. A., Socio-demographic impacts of residential tourism: a case study of Torrevieja, Spain, *International Journal of Tourism Research* nr 1(4), 1999, s. 223–237.
10. Casado-Díaz M. A., Retiring to Spain: An Analysis of Differences among North European Nationals, *Journal of Ethnic and Migration Studies* nr 32(8), 2006, s. 1321–1339.
11. Chang L.C., The Relationship Between Nature-Based Tourism and Autonomic Nervous System Function Among Older Adults, *Journal of Travel Medicine* nr 21(3), 2014, s. 159–162.
12. Chang P.J., Wray L., Lin Y., Social relationships, leisure activity, and health in older adults., *Health Psychology* nr 33(6), 2014, s. 516–523.
13. Esichaikul R., Travel motivations, behavior and requirements of European senior tourists to Thailand, *Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural* nr 10(2), 2012, s. 47–58.
14. Gryszel P., Problemy rozwoju turystyki społecznej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego* nr 807, 2014, s. 24–39.
15. Hadzik A., Tomik R., Znaczenie rekreacji fizycznej we współczesnej turystyce uzdrowiskowej na przykładzie badań gości górnośląskich kurortów, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki* nr 2(26), 2014, s. 151–165.
16. Harwas-Napierała B., Trempała J., *Psychologia rozwoju człowieka. T. 3*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.

17. Heo J., Stebbins R. A., Kim J., Lee I., Serious leisure, life satisfaction, and health of older adults, *Leisure Sciences* nr 35(1), 2013, s. 16–32.
18. Hickerson B., Moore A., Oakleaf L., Edwards M., James P. A., Swanson J., Hender-son H. The Role of a Senior Center in Promoting Physical Activity for Older Adults, *Journal of Park and Recreation Administration* nr 26(1), 2008, s. 22–39.
19. Jaremen D., The profile of the two main social tourism segments in Poland, *Ukrainian Food Journal* nr 3, 2014, s. 86.
20. Kociszewski P. Zainteresowanie seniorów turystyką oraz ich udział w turystyce kulturowej., *Turystyka Kulturowa* nr 5(0), 2013, 78–85.
21. Kulbaczevska M, Starszy konsument na rynku turystyki uzdrowiskowej, *Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Wiedzą, Seria: Studia i materiały* nr. 50, 2011, s. 92–103.
22. Liechty T., Genoe M. R., Older Men's Perceptions of Leisure and Aging, *Leisure Sciences* nr 35(5), 2013, s. 438–454.
23. Mc Kercher B., Non-travel by Hong Kong residents, *International Journal of Tourism Research* nr 11(6), 2009, s. 507–519.
24. Ministerstwo Sportu i Turystyki, *Preferencje osób starszych dotyczące wyjazdów turystycznych*, Wrocław 2011
25. Negruț C., Căta S., Vasiescu R. V., Tonea E., Touristic Services for the Seniors from Romania, *Servicii turistice pentru seniorii din Romania* nr 14(4), 2012, s. 189–194.
26. Nimrod G., Rotem A., Between relaxation and excitement: Activities and benefits gained in retirees' tourism, *International Journal of Tourism Research* nr 12(1), 2010, s. 65–78.
27. Parzych K., Uwarunkowania aktywności turystycznej osób starszych. Studium przypadku słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku w Słupsku, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki* nr 1(25), 2014, s. 309–325.
28. Patterson I., Information sources used by older adults for decision making about tourist and travel destinations, *International Journal of Consumer Studies* nr 31(5), 2007, s. 528–533.
29. Pilis A., Pilis K., Pilis, W., Rola turystyki w życiu ludzi starszych, *Prace naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie Zeszyt X*, 2010, s. 205–227.
30. Population structure and ageing - Statistics Explained. (2014, May). Retrieved from http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Population_structure_and_ageing
31. Pytel S., Atrakcyjność turystyczna miejsc migracji seniorów z województwa śląskiego, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki* nr 1(25), 2014, s. 327–340.
32. Roberson Jr., Learning Experiences of Senior Travellers, *Studies in Continuing Education* nr 25(1), 2003, s. 125
33. Sánchez M., González M., Vila T., Análisis de los determinantes de la decisión de viajar de los senior Españoles, *Estudios Y Perspectivas En Turismo* nr 24(1), 2015, s. 1–20.
34. Sasidharan V., Payne L., Orsega-Smith E., Godbey G., Older adults' physical activity participation and perceptions of wellbeing: Examining the role of social support for leisure., *Managing Leisure* nr 11(3), 2006, s. 164–185.
35. Sedgley D., Pritchard A., Morgan N. Tourism and ageing: A transformative research agenda, *Annals of Tourism Research* nr 38(2), 2011, s. 422–436.
36. Singh A. J., Moufakkir O., Holecek D. F., Development of a trip profile for elderly American casino visitors, *Journal of Retail and Leisure Property* nr 6(1), 2007, s. 61–68.
37. Smith M. C., MacKay K. J., Advertising to the older adult tourist: what can tourism learn from gerontology and marketing?, 1st World Conference on Hospitality, Tourism and Event Research and International Convention and Expo Summit 2013, Bangkok 2013, s. 74–81
38. Śniadek J., Age of seniors – a challenge for tourism and leisure industry, *Studies in physical culture and tourism* nr 13, 2006, s. 103–105.

39. Śniadek J., Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce, *Gerontologia Polska* nr 15, 2007, s. 21–30.
40. Son J. S., Kerstetter D. L., Yarnal C. M., Baker B. L., Promoting older women's health and well-being through social leisure environments: What we have learned from the Red Hat Society, *Journal of Women and Aging* nr 19, 2007, s. 89–104.
41. Szwarc H., Wolańska T., Łobożewicz T., *Rekreacja i turystyka ludzi w starszym wieku*, Instytut Wydawniczy Związków Zawodowych, Warszawa 1988
42. Williams R., Rattray R., Grimes A., Meeting the on-line needs of disabled tourists: an assessment of UK-based hotel websites, *International Journal of Tourism Research* nr 8(1), 2006, s. 59–73.
43. Zawadka J., Preferencje seniorów dotyczące wypoczynku na wsi na terenie Lubelszczyzny i Podlasia, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki* nr 2(26), 2014, s. 299–313.
44. Zych A. A., *Słownik gerontologii społecznej*, Żak, Warszawa 2001