

STUDIA I MONOGRAFIE
AKADEMII WYCHOWANIA FIZYCZNEGO WE WROCŁAWIU

NR 120

**WYBRANE ASPEKTY
GÓRSKIEJ AKTYWNOŚCI RUCHOWEJ
W POLSCE I NA ŚWIECIE**

REDAKCJA NAUKOWA

Piotr Zarzycki

WROCŁAW 2014

KOMITET WYDAWNICZY

Ryszard Bartoszewicz
Beata Irzykowska (sekretarz)
Wojciech Ciesliński
Lesław Kulmatycki
Andrzej Pawłucki
Andrzej Rokita
Krystyna Rożek-Piechura (przewodnicząca)
Alicja Rutkowska-Kucharska
Anna Skrzek
Marek Woźniewski

RECENZENCI

Jolanta Mogiła-Lisowska
Danuta Umiastowska

REDAKCJA I KOREKTA

Mariola Langowska-Bałys
Agnieszka Piasecka-Ceccato (ang.)

PROJEKT OKŁADKI

Agnieszka Nyklas

REDAKTOR TECHNICZNY

Beata Irzykowska

© Copyright by Wydawnictwo AWF Wrocław, 2014

ISSN 0239-6009

ISBN 978-83-64354-02-1



Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu
51-617 Wrocław, al. Ignacego Jana Paderewskiego 35
www.awf.wroc.pl/wydawnictwo

Wydanie I

Certyfikat jakości na zgodność z PN-EN ISO 9001:2009



Książka, którą nabyłeś, jest dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, abyś przestrzegał praw, jakie im przysługują. Jej zawartość możesz udostępnić nieodpłatnie osobom bliskim lub osobiście znanym. Ale nie publikuj jej w internecie. Jeśli cytujesz jej fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz, czyje to dzieło. A kopiując jej część, rób to jedynie na użytek osobisty. Szanujmy cudzą własność i prawo. Więcej na www.legalnakultura.pl

Polska Izba Książki

SPIS TREŚCI

Spółeczno-zdrowotne aspekty górskiej aktywności ruchowej

Jacek Gracz

Efekt socjalizacyjny w rekreacyjnej aktywności górskiej –
model regulacyjny 6

Justyna Kowalczyk, Szymon Krasicki

Polska „szkoła” biegów narciarskich – terazniejszość czy przyszłość? 13

Danuta Umiastowska

Obraz gór w literaturze, malarstwie, fotografii i muzyce
jako motyw podejmowania turystyki górskiej..... 26

Aleksandra Chudobina, Patryk Czermak

Letnia turystyka górską osób niepełnosprawnych ruchowo 37

Hanna Prószyńska-Bordas, Wojciech Giemza

Turystyka aktywna w masywie Montserrat w Katalonii 44

Zygmunt Sawicki

Turystyka i sport rekreacyjny w Garmisch-Partenkirchen –
najważniejszym centrum sportowo-turystycznym Alp Bawarskich 65

Małgorzata Luberta

Turystyka na terenie Gorczańskiego Parku Narodowego –
doniesienie z badań 74

Andżelika Dziegiel, Mateusz Tomanek

Sylwetka uczestnika górskich imprez biegowych 88

Tomasz Sarzała, Ewa Szczepanowska

Wpływ górskiej turystyki aktywnej i kwalifikowanej na zdrowie
i samopoczucie osób zrzeszonych w zespołach specjalistycznego
treningu fizycznego 103

Urszula Szczepanik, Piotr Kunysz

Profil osobowości kobiet uprawiających snowboard
i narciarstwo freestyle – doniesienie z badań..... 112

Patryk Czermak, Aleksandra Chudobina

Identyfikacja czynników wywołujących lęk u osób
uprawiających wspinaczkę skalną 129

Zofia Niekurzak, Urszula Szczepanik

Zainteresowania trenerów osiedlowych turystyką górską 137

Anita Kaik-Woźniak, Beata Blachura

Aktywność ruchowa rodzin młodzieży studiującej na obszarach górskich..... 150

Tadeusz Fąk, Paulina Jarecka

Czynniki warunkujące uprawianie górskiej turystyki kwalifikowanej
w subregionie Karkonoszy i Gór Izerskich na podstawie opinii
badanych turystów 163

Waldemar Michalczak, Lucyna Wojcieszka

Turystyka w Karpaczu w ostatnim dziesięcioleciu w badaniach własnych
i według opinii turystów 171

Środowiskowe i organizacyjne aspekty górskiej aktywności ruchowej

Marta Umiastowska	
Walory przyrodnicze różnych terenów górskich.....	190
Krzysztof Kwilecki, Paweł Staszak, Mariola Pietrzak	
Potencjał turystyczny górskiego uzdrowiska Świeradów-Zdrój.....	203
Henryk Legienis	
Funkcjonowanie schronisk oraz obsługi przewodnickiej w wysokich Alpach.....	213
Andżelika Dzięgiel, Mateusz Tomanek	
Wykorzystanie marketingu przez sport w górskich imprezach biegowych	231
Blanka Gosik	
Eventy narciarskie jako alternatywna oferta dla turystyki biznesowej	243
Beata Manowska, Ewelina Smol, Barbara Głuchowska	
Działalność Beskidzkiej Grupy GPR	254
Renata Filipowska	
Skocznia Krokiewka w Lublinie jako przykład popularności skoków narciarskich	260
Wojciech Bień, Urszula Szczepanik	
Poziom wyobrażeń motorycznych a efekty uczenia się i nauczania techniki narciarskiej	270
Sebastian Chabowski	
Aktywność turystyczna a zagrożenie środowiska na terenach górskich parków narodowych w Polsce.....	276

**SPOŁECZNO-ZDROWOTNE ASPEKTY
GÓRSKIEJ AKTYWNOŚCI RUCHOWEJ**

JACEK GRACZ

Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu

EFEKT SOCJALIZACYJNY W REKREACYJNEJ AKTYWNOŚCI GÓRSKIEJ – MODEL REGULACYJNY

Abstract

A socializing factor of mountain-based recreational activities –
a regulatory model

Recreational activity in the mountains is principally psychosocial in character. It belongs partly to external reality, that is environmental and social spheres, and partly to internal, personal sphere. Typical psychosocial dimensions of this activity include, for example, particular social interactions that are necessary to achieve a high level of socialization, that is good integration of an individual and society. The aim of this paper was to present a regulatory model of mountain-based recreation which was analyzed using a principal independent variable consisting of selected mental properties of an individual, and a mediating independent variable consisting of psychosocial dimensions of recreation, and dependent variable, that is changes in the socialization level.

Key words: recreational activity, mountains, recreation, socialization

„Góry uczą szukania, uczą cierpliwości.
Oczyszczają z egoizmu, gdy trzeba się dzielić
kawałkiem chleba, czy kostką cukru, lub gdy
trzeba rezygnować z własnych planów, by ratować
drugiego często nieznanego człowieka.
Człowiekiem gór nie jest ten, który umie i lubi chodzić
po górach, ale ten, który górami potrafi żyć w dolinach”.
Z Pustelni Brata Alberta Chmielowskiego, 2014 r.

WPROWADZENIE

Analizując socjalizacyjną funkcję górskiej aktywności rekreacyjnej, można stwierdzić, że aktywność ta ma zawsze charakter psychospołeczny. W części należy bowiem do rzeczywistości zewnętrznej, środowiskowo-społecznej, a w części – do sfery wewnętrznej, psychicznej, jednostki. W ten sposób powstają względnie stałe psychospołeczne interakcje w omawianej formie rekreacji. Mogą one wpływać na proces socjalizacji, czyli dobre zintegrowanie jednostki ze społeczeństwem (por. Reber 2000).

Właściwa orientacja w natężeniu, hierarchii i przebiegu wspomnianych interakcji to, zdaniem autora, jeden z warunków optymalnego dopasowania do nich czynności podejmowanych przez uczestników górskiej aktywności rekreacyjnej, a w konsekwencji szansa na poprawę jakości życia i relacji społecznych.

Jak powstają i czym są przywołane tu psychospołeczne interakcje w aktywności rekreacyjnej? Otóż można sądzić, że wynikają one przede wszystkim z określonych wymogów czy też wymiarów sytuacyjnych, jakim podlega osoba podejmująca górską aktywność rekreacyjną, i stanowią równocześnie istotną zmienną w omawianym regulacyjnym modelu rekreacji górskiej.

WYMIARY SYTUACYJNE GÓRSKIEJ AKTYWNOŚCI REKREACYJNEJ – MODEL REGULACYJNY

Rozpatrując liczne koncepcje dotyczące rozumienia sensu rekreacji i zakładając, że w koncepcjach tych znajdują się pojęcia opisujące jej najbardziej typowe przejawy, podjęto próbę ustalenia głównych wymiarów sytuacji rekreacyjnej. Wspomniane koncepcje wynikają bowiem najczęściej z bogatego warsztatu badawczego, różnorodnych eksperymentów i analiz teoretycznych dokonywanych przez ich twórców. Wśród wykorzystanych w niniejszej pracy źródeł znalazły się opracowania takich autorów, jak: Demel i Humen (1970), Kamiński (1982), Wiśniarski (1990), Wolańska (1997), Kunicki (1997) i Czajkowski (1979), a także „Mała encyklopedia sportu” (1987). Oprócz polskich źródeł uwzględniono opinie niektórych autorów zagranicznych, jak: Riesman i wsp. (1953), Friedman (1956), Dumazedier (1962), Nesbit i wsp. (1970) i Cooper (1993), oraz definicję z Longman Dictionary of Contemporary English (1989), a także The Oxford Dictionary of Sports Science and Medicine (1994).

Na podstawie wymienionych źródeł utworzono zbiór pojęć określających typowe dla aktywności rekreacyjnej wymiary, które mogą determinować jej znaczenie w procesie socjalizacji. Częstość występowania wspomnianych wymiarów zadecydowała o ich hierarchii. Uwzględniając to kryterium, do najbardziej istotnych wymiarów ogólnej sytuacji rekreacyjnej, tworzących jej psychospołeczną przestrzeń, zaliczono: wypoczynek, rozrywkę, czas wolny, samodoskonalenie, aktywność ruchową, dobrowolność, oddziaływanie społeczne, bezinteresowność oraz współzawodnictwo (por. Gracz 2011, Majewska 2003).

Tabela 1. Częstość występowania poszczególnych wymiarów aktywności rekreacyjnej (za: Majewska 2003)

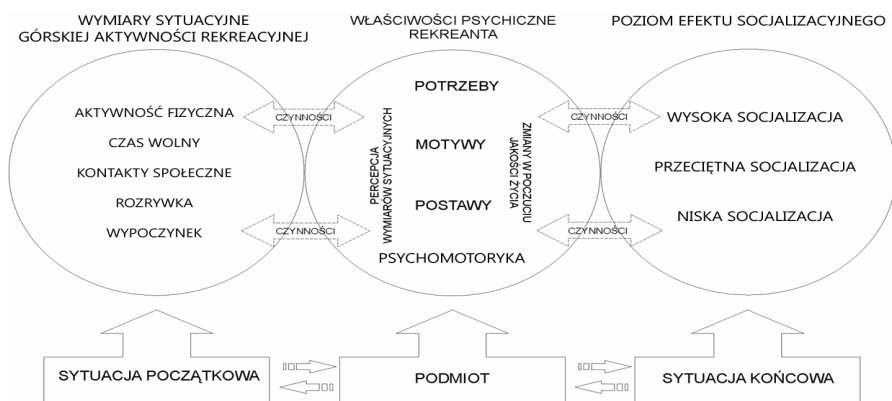
Wymiar sytuacji rekreacyjnej	Udział procentowy poszczególnych pojęć	Częstość występowania wśród 30 definicji
Wypoczynek	28,2	90
Rozrywka	17,1	86,6
Czas wolny	16,5	76,6
Samodoskonalenie	12,9	53,3
Aktywność fizyczna	9,4	50
Dobrowolność	7,3	40
Oddziaływanie społeczne	4,7	20
Bezinteresowność	3,5	13,3
Współzawodnictwo	0,6	3,3

Dane przedstawione w tabeli 1 tworzą zbiór psychospołecznych wymiarów rekreacji, które w sposób znaczący mogą wpływać na jej efekt socjalizacyjny, przejawiający się m.in. we wzroście poczucia jakości życia (fizycznego, psychicznego i społecznego).

Poniżej przedstawiono krótką charakterystykę tych wymiarów, które wystąpiły co najmniej w 50% analizowanych koncepcji rekreacji. Są to:

- **Wymiar wypoczynku** – pobudzający umiejętność podporządkowania się zasadom zdrowotności, połączoną z chęcią poprawy wydolności organizmu, poprawy lub utrzymania określonej sylwetki i urody; związany z kontaktem z innymi ludźmi i z przyrodą, zapewniającym wyciszenie, odprężenie i relaksację, również nastawione na konieczność regeneracji sił fizycznych i psychicznych po pracy i nauce.
- **Wymiar rozrywki i zabawy** – pobudzający umiejętność działania bez zobowiązań, połączoną z czerpaniem przyjemności ze współuczestnictwa w danej formie rekreacji oraz odczuwaniem radości, satysfakcji płynącej z konieczności oderwania się od codziennego życia i jego problemów przy jednoczesnym, lepszym spostrzeganiu granic systemu wartości społecznych. Wyzwalający ludyczną naturę człowieka.
- **Wymiar czasu wolnego** – wymagający działania poza obowiązkami, aktywizujący zdolność podejmowania decyzji w warunkach wolności wyboru (dobrowolności), uwzględniającego także dobro innych w czasie nieobjętym pracą, nauką, obowiązkami rodzinnymi, społecznymi czy domowymi, co wymaga umiejętności wygospodarowania czasu w oderwaniu od interesów, kariery, „robienia” pieniędzy. Zdolność do ucieczki od pracobolizmu.
- **Wymiar samodoskonalenia** – pobudzający umiejętność działania zgodnego z zainteresowaniami, wymagającego umiejętności stymulowania ich rozwoju, pogłębiania wiedzy przez samokształcenie osobowości oraz dbałości o szeroko rozumiany rozwój własny i osiąganie przez rekreację wyższych kompetencji społeczno-zawodowych, pozwalających lepiej zintegrować się ze społeczeństwem. Rekreacja progresywna.
- **Wymiar aktywności ruchowej** – rozumiany jako wymóg aktywizujący zaangażowanie motoryczne, pobudzający układ ruchowy do stosowania odpowiedniej techniki ruchu, związany z wydolnością, sprawnością fizyczną, odnoszący się do naturalnej potrzeby ruchu, związany z zasadą odczuwania zadowolenia ze zmęczenia wysiłkiem fizycznym, ale także rozwojem prozdrowotnych postaw społecznych. Dostrzeganie i akceptowanie harmonii cielesno-duchowej.

Wiedza na temat psychospołecznych wymiarów rekreacji może stanowić dobry punkt wyjścia analizy ważnych zmiennych, tworzących regulacyjny model górskiej aktywności rekreacyjnej. Będą do nich należeć, oprócz przedstawionych już wymiarów sytuacyjnych (sytuacja początkowa), określone właściwości psychiczne rekreanta (podmiotu) oraz efekt socjalizacyjny (sytuacja końcowa) jako skutek czynności regulacyjnych polegających na dopasowaniu jego właściwości psychicznych do wymogów górskiej aktywności rekreacyjnej (Tomaszewski 1985). Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że do najważniejszych



Rycina 1. Górska aktywność rekreacyjna a efekt socjalizacyjny – model regulacyjny

oczekiwanych walorów górskiej aktywności rekreacyjnej, uprawianej w formie narciarstwa, oprócz aktywności fizycznej, rozrywki i wypoczynku, należą przede wszystkim związane z nią kontakty społeczne (Gracz i wsp. 2004, Walczak 2003, Winiarski 1990, 2011).

Całość regulacyjnego modelu górskiej aktywności rekreacyjnej z uwzględnieniem efektu socjalizacyjnego i kontaktów społecznych przedstawiono na rycinie 1.

Główną zmienną niezależną omawianego modelu stanowi podmiot wraz ze swoimi specyficznymi czynnościami regulacyjnymi i właściwościami psychicznymi, do których można zaliczyć m.in. jego potrzeby i procesy motywacyjne, zwane napędowymi właściwościami osobowości, a także stanowiące formę ich ekspresji postawy oraz psychomotorykę. Przestrzeń zmiennych niezależnych pośredniczących tworzą wymiary sytuacyjne górskiej aktywności rekreacyjnej: aktywność fizyczna, dobrowolność, kontakty społeczne, rozrywka, wypoczynek, zaś zmienną zależną będą oczywiście stanowić zmiany w poziomie socjalizacji jednostki: wysoka socjalizacja, przeciętna socjalizacja, niska socjalizacja; osiągnięte przez nią w sytuacji końcowej na drodze procesu regulacji.

Opis przestrzeni poszczególnych zmiennych i ich operacjonalizacja obejmują, jak widać, obok zmiennych podmiotowo-sytuacyjnych także podstawowe czynności regulacyjne (interakcje) podejmowane przez podmiot. To właśnie one w opisywanym modelu socjalizacji w górskiej aktywności rekreacyjnej przesądzają o osiągniętym przez rekreanta poziomie socjalizacji. Następuje to zarówno w procesie podmiotowej regulacji wymiarów sytuacyjnych, jak i planowanych celów rekreacyjnych, a także na podstawie bieżącej oceny uzyskiwanych efektów aktywności górskiej.

GÓRSKA AKTYWNOŚĆ REKREACYJNA JAKO CZYNNIK SOCJALIZACJI

Szczególne znaczenie górskiej aktywności rekreacyjnej dla zapewnienia wysokiego efektu socjalizacyjnego wynika nie tylko z faktu, że umożliwia ona zdrowy wypoczynek i rozrywkę, lecz przede wszystkim z tego powodu, że może stanowić dobrą okazję do angażowania się w satysfakcjonujące relacje społeczne.

Jest tak m.in. dlatego, że przy podejmowaniu aktywności górskiej konieczne staje się przestrzeganie określonych reguł psychospołecznych. Należą do nich m.in. reguły indywidualizacji, specyficzności, stopniowego zwiększania obciążeń i cykliczności (por. Jaskólski 2002). **Indywidualizacja** w tym przypadku polega na odpowiednim doborze celów i zadań aktywności górskiej do szeroko pojętych psychofizycznych możliwości jednostki, które wcześniej należy rozpoznać w kontekście jej zdrowia i osobowościowych zdolności psychomotorycznych. **Specyficzność** wyraża się w dostosowaniu treningowych czynności ruchowych do specyfiki planowanej aktywności w górach. Ta swoista rozgrzewka ma na celu uzyskanie odpowiedniej gotowości do realizacji zaplanowanych celów rekreacyjnych, a w następstwie ich osiągnięcia – satysfakcji społecznej. Zasada **stopniowego zwiększania obciążeń** to nic innego jak metodyczne stopniowanie trudności podejmowanych górskich zadań rekreacyjnych. Oznacza ona, że poziom aktywności górskiej może być stopniowo podwyższany w celu stałego stymulowania wzrostu poczucia jakości życia. Wymaga to znacznego osobistego zaangażowania rekreanta w dążenie do realizacji jego potrzeb społeczno-rozwojowych. **Cykliczność** w górskiej aktywności rekreacyjnej polega na systematycznym jej podejmowaniu. Stosowanie tej zasady – jednej z ważniejszych w dążeniu do podwyższania jakości życia przez rekreację – ma na celu zapewnienie jednostce stałego dopływu pozytywnych bodźców psychospołecznych. Bez jej przestrzegania górską aktywność rekreacyjną staje się zachowaniem przypadkowym, a nie intencjonalnym i umotywowanym działaniem psychospołecznym, zapewniającym wzrost poczucia jakości życia.

Jak wynika z powyższych rozważań, wśród istotnych wartości socjalizacyjnych, jakie można rozwijać, uczestnicząc we właściwie zorganizowanej górskiej aktywności rekreacyjnej, mogą znaleźć się m.in.: zaangażowanie osobiste, poczucie odpowiedzialności za siebie i innych oraz zdolność wyboru i podejmowania czynności prozdrowotnych, a co najważniejsze – ich konsekwentna realizacja i kontrola. Wszystkie te wartości związane są z poczuciem wysokiej jakości i sensu życia, a więc z wysokim efektem socjalizacyjnym. Ich znaczenie jest tym większe, że górską aktywność rekreacyjną to jedna z form aktywności podejmowanych w czasie wolnym, poza obowiązkami, z własnego i nieprzymuszonego wyboru, zaś dobrowolność wyboru i poczucie sprawstwa to jedne z podstawowych kryteriów właściwej socjalizacji, zgodnej z najistotniejszymi potrzebami jednostki i społeczeństwa (por. Argyle 2004, Pawłucki 2013).

REFLEKSJE KOŃCOWE – STRATEGIE I ZMIANY SOCJALIZACYJNE W GÓRSKIEJ AKTYWNOŚCI REKREACYJNEJ

Proces zmian socjalizacyjnych w górskiej aktywności rekreacyjnej może opierać się na dwóch zasadniczych strategiach. Pierwsza polega na odpowiednim doborze lub dostosowaniu jej warunków zewnętrznych (wymiarów sytuacyjnych) do własnych celów jednostki. Druga strategia oparta jest na czynnościowo-sytuacyjnej regulacji podmiotowych standardów rekreanta, prowadzącej do zmiany sposobu doświadczania przez niego psychospołecznych wymiarów rekreacji

górskiej w pożądanym prospołecznym kierunku. Do najistotniejszych zmian socjalizacyjnych można za Żukowską (2005) zaliczyć m.in.:

- wzrost wytrwałości w samorealizowaniu się i związanej z nim radość bycia aktywnym,
- naukę komunikowania ocen i uczuć wobec siebie i innych,
- ułatwienie dążenia do osiągania wartości osobistych, społecznych i estetycznych,
- podnoszenie sprawności fizycznej,
- przeciwdziałanie jednostronności i monotonii na rzecz wszechstronności i alternatywnych form działania,
- kształtowanie spontanicznej odpowiedzialności za siebie i innych,
- ułatwianie podejmowania decyzji i dokonywania wyborów moralnych wpływających na zmianę osobistych i społecznych wartości, dotyczących dbałości o szeroko pojęte zdrowie.

Na zakończenie warto podkreślić, że opis, objaśnienie i przewidywanie przebiegu psychospołecznych interakcji występujących w rekreacyjnej aktywności górskiej – opierając się na zaprezentowanym modelu regulacyjnym – może być dobrą drogą prowadzącą do naukowego poznania i wspierania omawianego efektu socjalizacyjnego w praktyce społecznej.

BIBLIOGRAFIA

- Argyle M. (2004) Psychologia szczęścia. Astrum, Wrocław.
- Cooper Ch. (1993) An Introduction to Tourism. [W:] Ch. Cooper, J. Fletcher, D. Gilbert, S. Wanhill, Touris. Principles and Practice. Pitman Publishing, London.
- Czajkowski K. (1979) Wychowanie do rekreacji. WSiP, Warszawa.
- Demel M., Humen W. (1970) Wprowadzenie do rekreacji fizycznej. AWF, Warszawa.
- Dumazedier J. (1962) Realite du loisir et ideologie. L'Esprit nr 6, Paris.
- Friedman G. (1956) Le travail en miettespecialisation et loisil. Paris.
- Gracz J. (2011) Psychologia rekreacji. [W:] R. Winiarski (red.), Rekreacja i czas wolny. Łośgraf, Warszawa.
- Gracz J., Bronikowski M., Walczak M. (2004) Rekreacja – kreacja – ekscytacja, czyli w poszukiwaniu psychospołecznego sensu aktywności rekreacyjnej. *Kultura Fizyczna*, 3–4, 16–19.
- Jaskólski A. (red.) (2002) Podstawy fizjologii wysiłku fizycznego z zarysem fizjologii człowieka. AWF, Wrocław.
- Kamiński A. (1982) Funkcje pedagogiki społecznej. PWN, Warszawa.
- Kunicki B.J. (1997) Rekreacja fizyczna. [W:] Z. Krawczyk (red.), Encyklopedia Kultury Polskiej XX wieku. Kultura Fizyczna Sport. Instytut Kultury, Warszawa, 83–95.
- Longman Dictionary of Contemporary English (1989). New Edition. Reprinted in Poland by PWN – Polish Scientific Publishers, Warszawa.
- Majewska K. (2003) Psychospołeczne wymiary prototypu sytuacyjnego w aktywności rekreacyjnej. [W:] T. Rychta, M. Guskowska (red.), Wkład nauk humanistycznych do wiedzy o kulturze fizycznej. Psychologia sportu. T. III. Polskie Towarzystwo Naukowe Kultury Fizycznej – Sekcja Psychologii Sportu, Warszawa, 128–136.
- Mała encyklopedia sportu (1987) Tom II. SiT, Warszawa.
- Nesbit J.A., Brown P., Murphy J. (1970) Recreation and Leisure Service for the Disadvantaged. Lea & Febiger, Philadelphia.

- Pawłucki A. (2013) Nauki o kulturze fizycznej. *Studia i Monografie AWF we Wrocławiu*, 117.
- Reber A.S. (2000) Słownik psychologii. Scholar, Warszawa.
- Riesman D., Denney R., Glazer N. (1953) *The lonely crowd: a study of the changing American character*. Yale University Press, New Haven.
- The Oxford Dictionary of Sports Science and Medicine (1994) M. Kent (red.). Oxford University Press, Oxford New York, Tokyo.
- Tomaszewski T. (1985) Człowiek jako podmiot i człowiek jako przedmiot. [W:] J. Reykowski, O.W. Owczynn timer, K. Obuchowski (red.), *Studia z psychologii emocji, motywacji i osobowości*. Ossolineum, Wrocław, 59–74 .
- Walczak M. (2003) Narciarstwo „po pięćdziesiątce”. Analiza struktury decyzyjno-motywacyjnej. *Kultura Fizyczna*, 11–12, 22–25.
- Winiarski R. (1990) Metodologiczne problemy badań motywacji aktywności rekreacyjnej człowieka. [W:] Psychologiczne i społeczne uwarunkowania rekreacyjnej działalności sportowej. Materiały Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej. *Monografie AWF w Poznaniu*, 282, 23–36.
- Winiarski R. (2011) Wprowadzenie do zagadnień rekreacji i czasu wolnego. [W:] R. Winiarski (red.), *Rekreacja i czas wolny*. Łośgraf, Warszawa.
- Wolańska T. (1997) Leksykon: „Sport dla wszystkich” – rekreacja ruchowa. *Studia i Monografie AWF w Warszawie*, 72.
- Żukowska Z. (2005) Jak sport może wpływać na poprawę jakości życia. *Kultura Fizyczna*, 11–12, 25–26.

JUSTYNA KOWALCZYK, SZYMON KRASICKI¹

¹ Akademia Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czecha w Krakowie

POLSKA „SZKOŁA” BIEGÓW NARCIARSKICH – TERAŹNIEJSZOŚĆ CZY PRZYSZŁOŚĆ?

Abstract

Polish ‘school’ of cross country skiing – the present or the future?

Background. Due to sporting successes, including the ones achieved by the five Olympic medal winner, it is possible to ask the question whether there is the Polish ‘school’ of women’s cross country skiing. **Material and methods.** An attempt to answer this question is analysis of the training loads sustained by the Polish competitors at the 2010 Winter Olympic Games based on their original training notes and records data from their coaches in the annual training cycle 2009/2010. The analyses included two areas: informative (varied types of training) and energetic (intensity of training efforts and start-up). Sports level was determined on the basis of the results obtained during the 2010 Winter Olympic Games. **Results.** It was found that the Olympic medallist performed significantly more targeted, special and power workout compared to other athletes. In addition, she also performed much more workouts with higher intensity exercise. **Conclusions.** A significant difference between the sports level of the Olympic medallists and their training loads and those of the other Polish athletes precludes to speak of a “Polish school” in the women’s cross country skiing. However, taking the training load of medallists as example can indicate the effective direction of the training procedure.

Key words: women’s cross country skiing, training load

WPROWADZENIE

Profesor Henryk Sozański w recenzji dysertacji doktorskiej Justyny Kowalczyk pt. „Struktura i wielkość obciążeń treningowych biegaczek narciarskich na tle ewolucji techniki biegu oraz zróżnicowanych poziomów sportowych” zadał pytanie dotyczące polskiej „szkoły” biegów narciarskich kobiet: czy w ogóle takowa istnieje?

Ze zrozumiałych względów, chociażby czasowych, nie było możliwości udzielenia pogłębionej odpowiedzi podczas obrony. Niniejsze opracowanie jest próbą takiego wyjaśnienia.

Przed przystąpieniem do meritum należy określić, co autorzy rozumieją przez pojęcie „szkoła”. Według autorskiego pojmowania (choć może być ono niedoskonałe) „szkoła” w sporcie to zjawisko charakteryzujące się takimi przymiotami, jak:

1. Wysoki, powtarzalny przez dłuższy czas, poziom sportowy grupy zawodników danej dyscypliny czy konkurencji.
2. Sukcesywna pokoleniowa wymiana wyżej wymienionej grupy zawodników.

3. Podobne, efektywne postępowanie podczas szkoleń sportowych, odpowiednie do wieku i stażu zawodniczego.

Czy zatem można mówić o tak pojmowanej „szkole” w polskich biegach narciarskich kobiet?

CEL PRACY, MATERIAŁ I METODA

Poszukując odpowiedzi na wyżej sformułowane pytanie, autorzy korzystali z części materiałów źródłowych oraz analiz pochodzących z dysertacji doktorskiej współautorki niniejszego opracowania (Kowalczyk 2014). Część ta dotyczyła charakterystyki obciążeń treningowych polskich biegaczek narciarskich uczestniczących w Zimowych Igrzyskach Olimpijskich w Vancouver w 2010 r. (ZIO 2010).

Celem głównym pracy było określenie, czy i jakie różnice występowały pomiędzy obciążeniami treningowymi realizowanymi w rocznym cyklu szkoleniowym (2009/2010) przez medalistkę olimpijską (K.J.) a pozostałymi polskimi reprezentantkami (J.S., M.P., M.K.)?

Główny materiał badawczy stanowiły oryginalne zapisy obciążeń treningowych realizowanych w rocznym cyklu szkoleniowym (maj 2009 – marzec 2010), zaczerpnięte z dzienników trzech zawodniczek (K.J., J.S., M.P) oraz ich trenerów (W.A. i C.M).

W analizach, za Sozańskim i Śledziewskim (1988) oraz Krasickim i Budnym (1989), uwzględniono dwa obszary obciążeń treningowych:

- informacyjny (ćwiczenia wszechstronne – W, ukierunkowane – U, specjalne – U),
- energetyczny (intensywność wysiłkowa określona w zakresach T1 – T4).

Pod uwagę wzięto także, za wyżej wymienionymi autorami, zakres dodatkowy oznaczony T(6) i dotyczący ćwiczeń siłowych.

Obciążenia analizowano w układzie trzech cykli: całoroczny cykl szkoleniowy, okres przygotowawczy, okres startowy. Zebrane dane przedstawiono w jednostkach czasu i wartościach względnych (procentowych).

Materiał dodatkowy stanowiły wyniki zawodów, ogłaszane oficjalnie przez FIS (www.fis-ski.com/cross-country/results/), oraz badań diagnostycznych wykonanych w Instytucie Sportu w Warszawie w okresie przygotowawczym (czerwiec, lipiec 2009 r.) na bieżni mechanicznej (uzyskano zgodę na ich wykorzystanie).

Tabela 1. Podstawowe charakterystyki somatyczne polskich biegaczek narciarskich uczestniczących w ZIO 2010

Cecha	Wyniki [N = 4]
Wysokość ciała [cm]	
$\bar{x}$	165,3
min. – max	160,0 – 170,0
Masa ciała [kg]	
$\bar{x}$	55,0
min. – max	54,0 – 56,0

Tabela 2. Wielkości maksymalnego poboru tlenu zawodniczek uczestniczących w ZIO 2010*

Zawodniczki	VO ₂ max ml/kg/min
Kadra ZIO 2010	$\bar{x} - 57,0$ (min. – 53,1 max – 60,0)
K.J.	63,9

* zastosowano układ tabeli według prezentowanego poziomu sportowego

Wybraną charakterystykę somatyczną oraz poziom wydolności tlenowej (VO₂max) badanych zawodniczek zamieszczono w tabelach 1 i 2.

Trzy zawodniczki (J.S., M.P., M.K.), prezentujące zbliżony poziom sportowy i wspólnie trenujące, w dalszej części opracowania określane są jako Kadra ZIO 2010.

WYNIKI

Poziom sportowy, określany wynikami zawodów, uwarunkowany jest wieloma czynnikami. Do jednych z najważniejszych należą wielkości i struktury obciążeń treningowo-startowych. Poniżej zaprezentowano analizę porównawczą tychże obciążeń realizowanych w olimpijskim cyklu szkoleniowym przez wszystkie reprezentantki Polski w biegach narciarskich uczestniczące w ZIO 2010.

Zawodniczki te prezentowały wyraźnie zróżnicowany poziom sportowy, określony wynikami uzyskiwanymi podczas tych zawodów, co przedstawiono w tabeli 3.

Zbliżony poziom sportowy, wyznaczony miejscami zdobytymi podczas biegów indywidualnych trzech badanych zawodniczek (J.S., M.P., M.K.), oraz to, że przygotowywały się one w jednej grupie szkoleniowej (w Kadrze PZN) pozwala ujmować wspólnie ich obciążenia treningowo-startowe i porównywać z tymi, które realizowała medalistka olimpijska (K.J.).

W analizowanym rocznym cyklu szkoleniowym 2009/2010 medalistka olimpijska (K.J.) wykonała całkowite obciążenia treningowo-startowe (TR) wynoszące 1277:35 godzin i będące większe o 60,2% od obciążeń zrealizowanych przez zawodniczki Kadry ZIO 2010 (tab. 4). Największą różnicę stwierdzono odnośnie do pracy ukierunkowanej (U), której K.J. wykonała o 282,9% więcej.

Tabela 3. Wyniki biegów indywidualnych uzyskane przez reprezentantki Polski podczas ZIO 2010 (www.fis.-ski. cross country results)

Zawodniczki	Wyniki (miejsc)
J.S., M.P., M. K.*	24, 28, 28, 34, 35, 39, 44, 51 ($\bar{x} - 35,4$)
K.J.	1, 2, 3, 5

* uwzględniono tylko wyniki uzyskane w dwóch pierwszych startach, przed dyskwalifikacją

Tabela 4. Całoroczne obciążenia treningowo-startowe i ich poszczególne rodzaje wykonane przez zawodniczki Kadry ZIO 2010 oraz medalistkę olimpijską (K.J.) (Karda ZIO 2010 = 100%)

Rodzaj obciążenia	Kadra ZIO 2010		K.J.	
	[h]	[%]	[h]	[%]
W	520:45	100	597:05	114,6
U	77:50	100	298:00	382,9
S	198:50	100	382:30	192,3
TR	797:25	100	1277:35	160,2
T(6)	95:15	100	212:05	222,6

Tabela 5. Zakresy intensywności całorocznych wysiłków realizowanych przez zawodniczki Kadry ZIO 2010 oraz medalistkę olimpijską (K.J.) (Kadra ZIO 2010 = 100%)

Zakres intensywności	Kadra ZIO 2010		K.J.	
	[h]	[%]	[h]	[%]
T1	434:40	100	569:35	130,0
T2	326:20	100	578:15	177,1
T3	33:20	100	115:50	346,4
T4	3:05	100	13:55	438,9

Także ćwiczeń o charakterze siłowym (T 6) oraz specjalnym (S) zrealizowała ona znacznie więcej (odpowiednio o 122,6% i 92,3%). Tylko treningi wszechstronne (W) wszystkie zawodniczki wykonały w zbliżonej wielkości.

W trakcie dwóch najważniejszych okresów szkoleniowych (przygotowawczy i startowy) największe zróżnicowanie pomiędzy intensywnością ćwiczeń treningowo-startowych, realizowanych przez zawodniczki Kadry ZIO 2010 oraz K.J., stwierdzono odnośnie do wysiłków wykonywanych w zakresie czwartym (T4), charakteryzujących się metabolizmem beztlenowym (tab. 5). Czas przeznaczony przez zawodniczkę K.J. na wysiłki mieszczące się w tym zakresie był większy o 338,9% niż czas biegaczek z Kadry ZIO 2010. Również znacznie więcej, gdyż aż o 246,4%, wykonała ona wysiłków odbywających się w zakresie trzecim (T3). Należy podkreślić, że właśnie tego typu wysiłki charakteryzują się przemianami mieszanymi (tlenowo-beztlenowe), czyli takimi, jakie mają miejsce podczas rozgrywania większości zawodów. Podczas biegów najkrótszych, sprinterskich, dominują wysiłki zaliczane do zakresu czwartego (T4).

Dane zawarte w tabeli 5 wskazują, że w wysiłkach odbywających się z niższą intensywnością różnice pomiędzy K.J. a zawodniczkami Kadry ZIO 2010 były znacznie mniejsze. Najmniejszą różnicę, wynoszącą tylko 30%, odnotowano w przypadku ćwiczeń wykonywanych w zakresie pierwszym (T1) i mających wpływ jedynie podtrzymujący.

Jak już wspomniano wcześniej, zebrane materiały źródłowe pozwalają porównywać obciążenia treningowe i startowe realizowane przez zawodniczki

Kadry ZIO 2010 oraz K.J. z uwzględnieniem podziału na te, które dotyczą okresu przygotowawczego (oznaczone dodatkowo literą „p”) oraz okresu startowego (oznaczone dodatkowo literą „s”).

Dane zawarte w tabeli 6 dokumentują, że w okresie przygotowawczym – od maja do października 2009 r. – zawodniczka K.J. wykonała większe obciążenia treningowe niż biegaczki z Kadry ZIO 2010. Choć w ujęciu całościowym (TRp) jej praca była większa o 70,6%, to w innych rodzajach obciążeń sięgała prawie trzykrotności. Największe różnice stwierdzono odnośnie do obciążeń ukierunkowanych (Up) i specjalnych (Sp). W pierwszym przypadku praca wykonana przez K.J. okazała się większa o 280,2%, w drugim zaś o 282,1%. Również treningi o charakterze siłowym były większe o 149,2%. Zwraca uwagę to, że tylko praca wszechstronna (Wp) została zrealizowana przez wszystkie badane zawodniczki na zbliżonym poziomie.

Wielkości bezwzględne i odsetkowe zamieszczone w tabeli 7 wskazują, iż obciążenia treningowo- startowe wykonywane we wszystkich zakresach intensywności wysiłkowej były większe w przypadku zawodniczki K.J. niż biegaczek z Kadry ZIO 2010. Zwraca uwagę to, że wysiłki realizowane z najniższą intensywnością, czyli w zakresie pierwszym (T1p), wykazały najmniejsze zróżnicowanie, wynoszące zaledwie 20,5%. Stwierdzono natomiast prawidłowość mówiącą, że im wysiłki wykonywane były z większą intensywnością, tym różnica była większa. W przypadku wysiłków realizowanych w zakresie czwartym (T4p),

Tabela 6. Obciążenia treningowo-startowe i ich poszczególne rodzaje wykonane przez zawodniczki Kadry ZIO 2010 oraz medalistkę olimpijską (K.J.) w okresie przygotowawczym 2009 r. (Kadra ZIO 2010 = 100%)

Rodzaj obciążenia	Kadra ZIO 2010		K.J.	
	[h]	[%]	[h]	[%]
Wp	348:55	100	381:00	109,1
Up	74:45	100	284:20	380,2
Sp	25:25	100	101:05	382,1
TRp	449:05	100	766:25	170,6
Tp(6)	74:15	100	184:05	249,2

Tabela 7. Zakresy intensywności wysiłków treningowo-startowych wykonanych przez zawodniczki Kadry ZIO 2010 oraz medalistkę olimpijską (K.J.) w okresie przygotowawczym 2009 r. (Kadra ZIO 2010 = 100%)

Zakres intensywności	Kadra ZIO 2010		K.J.	
	[h]	[%]	[h]	[%]
T1p	218:15	100	263:40	120,5
T2p	210:45	100	392:25	186,1
T3p	17:15	100	103:20	596,0
T4p	1:00	100	7:00	700,0

Tabela 8. Obciążenia treningowo-startowe i ich poszczególne rodzaje wykonane przez zawodniczki Kadry ZIO 2010 oraz medalistkę olimpijską (K.J.) w okresie startowym 2009/2010 (Kadra ZIO 2010 = 100%)

Rodzaj obciążenia	Kadra ZIO 2010		K.J.	
	[h]	[%]	[h]	[%]
Ws	171:50	100	216:10	125,7
Us	3:05	100	14:00	454,1
Ss	173:25	100	281:05	162,1
TRs	348:20	100	511:10	146,7
T(6)s	21:00	100	28:05	131,7

Tabela 9. Zakresy intensywności wysiłków treningowo-startowych wykonanych przez zawodniczki Kadry ZIO 2010 oraz medalistkę olimpijską (K.J.) w okresie startowym 2009/2010 (Kadra ZIO 2010 = 100%)

Zakres intensywności	Kadra ZIO 2010		K.J.	
	[h]	[%]	[h]	[%]
T1s	214:40	100	306:25	142,7
T2s	115:35	100	185:40	160,4
T3s	16:05	100	13:05	78,7
T4s	2:05	100	7:20	325,6

charakteryzujących się przemianami beztlenowymi, zawodniczka K.J. wykazała się 7-krotnie większą realizacją tych obciążeń niż jej koleżanki z Kadry ZIO 2010.

W okresie startowym (listopad 2009 – marzec 2010) zawodniczka K.J. wykonała prawie o połowę (dokładnie o 46,7%) większą pracę całkowitą (TRs) niż biegaczki z Kadry ZIO 2010 (tab. 8). Największą różnicę stwierdzono odnośnie do ćwiczeń ukierunkowanych (Us), których K.J. zrealizowała o 354,1% więcej niż jej badane koleżanki (Kadra ZIO 2010).

Porównanie obciążeń okresu startowego zawodniczki K.J. z tymi, które wykonały biegaczki z Kadry ZIO 2010, z uwzględnieniem poszczególnych zakresów intensywności (tab. 9), dowodzi, że K.J. zrealizowała przeszło dwa razy więcej (dokładnie 225,6%) wysiłków odbywających się w zakresie czwartym (T4s). Warto zaznaczyć, że wysiłki te charakteryzują się przemianami beztlenowymi. Jeśli chodzi o ćwiczenia wykonywane w pierwszych dwóch zakresach (T1s i T2s) i odbywające się w warunkach metabolizmu tlenowego, zawodniczka K.J. zrealizowała ich blisko półtora razy więcej niż jej koleżanki z Kadry ZIO 2010. Odpowiednie wartości odsetkowe wynoszą: 142,7% oraz 160,4%.

Przedstawione wyżej różnice pomiędzy obciążeniami treningowymi realizowanymi przez Kadre ZIO 2010 a tym, co wykonała zawodniczka K.J., upoważnia do sporządzenia zbiorczej tabeli zawierającej rangowy układ odsetkowy tychże różnic (tab. 10). Jak wskazują dane zawarte w tabeli 10, największe różnice pomiędzy rodzajami wykonanej przez K.J. i zawodniczki z Kadry ZIO 2010 pracy

dotyczą obciążeń ukierunkowanych i specjalnych. W tych dwóch rodzajach obciążeń wartości odsetkowe wynosiły: 454,1% (Us), 382,9% (U), 382,1% (Sp), 380,2% (Up). Potwierdzają one raz jeszcze, że zawodniczka K.J., w porównaniu z Kadrami ZIO 2010, wykonywała znacznie większą pracę ukierunkowaną i specjalną, czyli tę, która odgrywa istotną rolę podczas rozgrywania zawodów.

Także większa praca o charakterze siłowym wykonana przez zawodniczkę K.J. i wynosząca w wartościach odsetkowych: 249,2% [T(6)p], 222,6% [T(6)], i 131,7% [T(6)s] dokumentuje jej znacznie większy, niż koleżanek z Kadry ZIO 2010, wkład pracy w ten ważny element przygotowania do udziału w zawodach.

Podkreśla się, że najmniejsze różnicowanie pomiędzy zawodniczką K.J. a biegaczkami z Kadry ZIO 2010 odnotowano w przypadku pracy wszechstronnej, czyli tej, która ma najmniejszy wpływ na poziom wyników rywalizacji sportowej. W wartościach odsetkowych różnice te wynoszą od 125,7% (Ws) do 109,1% (Wp).

Zestawienie rangowe poszczególnych zakresów intensywności wysiłkowej (tab. 10) potwierdza największe różnicowanie pomiędzy zawodniczką K.J. a jej koleżankami z Kadry ZIO 2010 dotyczące tych obciążeń, które charakteryzują się metabolizmem beztlenowym lub mieszanym (tlenowo-beztlenowym). Wartości odsetkowe wynoszące 700% (T4p), 596,0% (T3p), 438,9% (T4), 325,6% (T4s) dowodzą znacznie większej pracy odbywającej się w tych zakresach intensywności i wykonanej przez zawodniczkę K.J.

Należy podkreślić, że wysiłki startowe charakteryzują się właśnie metabolizmem mieszanym (zakres T3) i beztlenowym (zakres T4).

Najmniejsze różnicowanie pomiędzy omawianymi zawodniczkami dotyczy wysiłków wykonywanych w pierwszym zakresie (T1) i charakteryzujących się

Tabela 10. Rangowe zestawienie różnic odsetkowych poszczególnych rodzajów obciążeń oraz zakresów intensywności wysiłkowej pomiędzy Kadrami ZIO 2010 a medalistką olimpijską K.J. (Kadra ZIO 2010 = 100%)

Lp.	Rodzaj obciążenia	[%]	Zakres intensywności	[%]
1.	Us	454,1	T4p	700,0
2.	U	382,9	T3p	596,0
3.	Sp	382,1	T4	438,9
4.	Up	380,2	T3	346,4
5.	T(6)p	249,2	T4s	325,6
6.	T(6)	222,6	T2p	186,1
7.	S	192,3	T2	177,1
8.	TRp	170,6	T2s	160,4
9.	Ss	162,1	T1s	142,7
10.	TR	160,2	T1	130,0
11.	TRs	146,7	T1p	120,5
12.	T(6)s	131,7	T3s	78,7
13.	Ws	125,7	–	
14.	W	114,6	–	
15.	Wp	109,1	–	

przemianami tlenowymi. Nie wywierają one znaczącego wpływu na osiągnięcia sportowe, a wartości odsetkowe wynosiły od 142,7% (T1s) do 120,5% (T1p).

Stwierdzony jeden przypadek wykonania obciążeń przez zawodniczkę K.J. na niższym poziomie dotyczył wysiłków realizowanych w okresie startowym i odbywających się w trzecim zakresie intensywności (T3s: 78,7%). Należy zwrócić uwagę, że w tym samym czasie zawodniczka K.J. zrealizowała znacznie więcej, w porównaniu z Kadrami ZIO 2010, wysiłków mieszczących się w czwartym zakresie (T4s: 325,6%) oraz uczestniczyła w większej liczbie zawodów.

Zdając sobie sprawę z odmiennej roli, jaką odgrywają obciążenia treningowe i poziom wydolności tlenowej oraz z tego, że różnice procentowe i obciążeń, i poziomu nie są tożsame, warto, głównie w celach poglądowych, przedstawić je w podobnej skali odniesienia, czyli w wartościach względnych (odsetkowych). Jak wskazały wyniki badań wysiłkowych zamieszczone w tabeli 2, zawodniczki Kadry ZIO 2010 charakteryzowały się średnią wielkością pułapu tlenowego (VO_{2max}) wynoszącą 57,0 ml/kg/min. Zawodniczka K.J. osiągnęła VO_{2max} na poziomie 63,9 ml/kg/min. Przyjmując, podobnie jak w porównaniach obciążeń treningowo-startowych, wielkość VO_{2max} zawodniczek Kadry ZIO 2010 za 100%, można stwierdzić, że w przypadku K.J. wartość ta wynosi 112,1%.

DYSKUSJA

Proces treningowy w sporcie wyczynowym jest złożonym i wielopłaszczyznowym działaniem ukierunkowanym na uzyskiwanie jak najwyższego poziomu wyników w rywalizacji zawodniczej. Według Ważnego (2000) całkowitą zmienność osiągnięć sportowych należy przedstawiać jako sumę wyposażenia genetycznego, oddziaływania treningowego, środowiskowych wpływów pozatreningowych oraz interakcji między tymi trzema głównymi czynnikami.

Wśród oddziaływania treningowego najważniejszą rolę odgrywają niewątpliwie obciążenia treningowe, będące głównym materiałem badawczym niniejszej pracy. Wielu autorów (Bergh 1977, Cempla i Mleczko 1989, Mleczko i Żarek 1992, Ulatowski 1992, Ważny 1994, Krasicki 1996, Żarek 1996, Costill 1999, Matwiejew 1999, Sozański i wsp. 1999, Gabryś 2000, Iskra 2000, Hoffman 2002, Łarionow 2002, Rusko 2002, Czerwiński 2003, Płatonow 2004, Ozimek 2007, Baj-Korpak 2008, Błach i wsp. 2008, Mirek i Mleczko 2008, Bompa i Haff 2010, Sharkey i Gaskill 2013) uważa je za istotny czynnik wpływający na specyficzną adaptację organizmu zawodnika.

Na różnych etapach szkolenia obciążenia te przedstawiają się odmiennie. Zmianom ulegają ich wielkości i proporcje, uwarunkowane przede wszystkim osobniczymi właściwościami zawodnika oraz poziomem jego rozwoju sportowego. Optymalny dobór proporcji pomiędzy pracą a wypoczynkiem oraz pomiędzy różnymi rodzajami obciążeń szkoleniowych znacząco wpływa na to, czy sportowiec odnosi sukcesy, czy porażki.

Zebrane materiały źródłowe i przeprowadzone analizy pozwoliły udokumentować, iż całoroczne obciążenia zrealizowane przez zawodniczki Kadry ZIO 2010 wynosiły 729:25 godzin. Przyjmując tę wielkość za 100%, obliczono odsetkowy

udział poszczególnych rodzajów obciążeń oraz zakresów intensywności wysiłkowej. Stwierdzono, że obciążenia Kadry ZIO 2010 charakteryzowały się największym udziałem pracy wszechstronnej wynoszącym w ujęciu odsetkowym 63,5%. Znacznie niższe wartości stwierdzono odnośnie do pracy specjalnej (27,7%) i ukierunkowanej (8,8%). Ćwiczeń o charakterze siłowym zawodniczki te zrealizowały w wymiarze wynoszącym 11,3%.

Przytoczone dane, dotyczące zwłaszcza wielkości pracy wszechstronnej (63,5%), budzą co najmniej niepokój. Udział tego rodzaju pracy, w przypadku zawodniczek senierek, reprezentantek kraju, wydaje się zbyt duży. Krasicki (1994), przytaczający wzory norweskie oraz Bompaa i Haffa (2010), uważają, że ten rodzaj pracy w ujęciu całorocznym powinien wynosić od 20% do 25%. Konsekwencją tak dużej pracy wszechstronnej były zbyt małe udziały pracy specjalnej i ukierunkowanej, czyli tej, która istotnie wpływa na poziom przygotowania startowego.

Analiza dotycząca intensywności wykonywanych ćwiczeń wskazała, że zawodniczki Kadry ZIO 2010 w realizacji całorocznych obciążeń treningowo-startowych stosowały wysiłki mieszczące się w czterech zakresach (T1 – T4). Wśród nich dominowały wyraźnie ćwiczenia treningowe wykonywane w dwóch pierwszych, typowo tlenowych, zakresach (T1 = 54,5%, T2 = 40,9%). Ich łączny udział w całorocznych obciążeniach treningowo-startowych stanowił 95,4%. Zwraca uwagę zwłaszcza znaczny udział wysiłków wykonywanych w pierwszym zakresie intensywności (T1) wynoszący 54,5%. W świetle literatury przedmiotu (Krasicki 1996, Nowakowska i Sadowski 2002 a, b) tę wielkość można uznać za nadmierną.

Udział ćwiczeń charakteryzujących się metabolizmem mieszanym (tlenowo-beztlenowym), czyli takim, który dominuje podczas wysiłków startowych wynosił natomiast 4,2%. Wolno sądzić, że tego typu ćwiczeń było mało i nie pozwalało to na odpowiednie, wydolnościowe przygotowanie zawodniczek do udziału w zawodach.

W zestawieniu wyników zawodów rozgrywanych podczas ZIO 2010 (tab. 3) udokumentowano wyraźne zróżnicowanie pomiędzy rezultatami osiąganymi przez trzy polskie reprezentantki (J.S., M.P., M.K.) a wynikami medalistki olimpijskiej (K.J.).

W przeprowadzonych analizach porównawczych stwierdzono także znaczne zróżnicowanie, określane wartościami odsetkowymi, między wielkością i strukturą obciążeń treningowo-startowych zrealizowanych przez badane trzy zawodniczki a pracą wykonaną przez K.J.

Udokumentowano, iż obciążenia zawodniczki K.J. najbardziej różniły się od wykonanych przez biegaczki z Kary ZIO 2010 w przypadkach tych rodzajów pracy oraz tej intensywności wysiłkowej, które mają zasadniczy wpływ na poziom uzyskiwanych rezultatów zawodów.

Zawodniczka K.J., oprócz obciążeń ukierunkowanych i specjalnych, wykazała się również znacznie większą pracą o charakterze siłowym. Za licznymi autorami (Krasicki i wsp. 1986, Bilodeau i wsp. 1991, Krasicki 1992, Klusiewicz 2000, Nilsson i wsp. 2003, Nesser i wsp. 2004, Ilawski 2005, Terzis i wsp. 2006, Klusiewicz 2009, Ruchlewicz 2010) podkreśla się znaczącą rolę, jaką odgrywają

właśnie ćwiczenia o charakterze siłowym w przygotowaniu biegaczek narciarskich do udziału w rywalizacji zawodniczej.

Kończąc powyższy wątek, warto, za Klusiewiczem (2009), zwrócić uwagę na niejednoznaczne poglądy dotyczące kształtowania wytrzymałości i siły. W sportach, w których obie te zdolności odgrywają znaczącą rolę, a tak jest w przypadku biegów narciarskich, praca skierowana na rozwój jednej z nich może mieć negatywny wpływ na drugą. Niektórzy autorzy, jak np. Kraemer i wsp. (1995), wskazują, iż równoczesny trening tak odmiennych adaptacji wysiłkowych wpływa hamująco na rozwój siły i mocy. Według innych zaś taki trening nie zakłóca rozwoju ani zdolności wytrzymałościowych, ani siły (McCarthy i wsp. 2002). Hoffman (2002) zwraca uwagę, iż te sprzeczne poglądy mogą być związane z różnym poziomem wytrenowania badanych jak również i z odmiennymi programami treningowymi.

Przytoczone powyżej znacznie większe wartości odsetkowe dotyczące pracy ukierunkowanej, specjalnej i siłowej wskazują na właściwszą „drogę” szkoleniową, jaką w przygotowaniach do udziału w ZIO 2010 podążała zawodniczka K.J.

Jeszcze większe różnice odsetkowe – niż w przypadku pracy ukierunkowanej, specjalnej i siłowej – stwierdzono w przypadku intensywności wysiłkowej. Dotyczy to zwłaszcza tej, która bezpośrednio przygotowuje zawodniczkę do wysiłków startowych. Jak już podawano, są to obciążenia odbywające się w trzecim zakresie i charakteryzujące się przemianami mieszanymi (tlenowo-beztlenowymi). Odgrywają one decydującą rolę podczas rozgrywania większości zawodów na tzw. dystansach. Znaczniejszym udziałem przemian beztlenowych, mieszczących się w zakresie czwartym, charakteryzują się natomiast wysiłki typowe dla biegów sprinterskich.

Konkludując powyższe rozważania, można stwierdzić, że zawodniczka K.J. wybrała znacznie efektywniejszą „drogę”.

Pisząc o intensywności wysiłkowej charakteryzującej treningi zawodniczek Kadry ZIO 2010 oraz K.J., warto przedstawić je na tle wartości progowych. Wyniki wspomnianych już wcześniej badań dotyczące progu beztlenowego określanego na bieżni mechanicznej dokumentują, iż średnia wartość HRprog. zawodniczek Kadry ZIO 2010 wynosiła 174 ud./min (min. – 172 ud./min, max – 176 ud./min), zaś zawodniczki K.J. – 177 ud./min.

Analizy własne wskazują, iż w treningach zawodniczek Kadry ZIO 2010 dominowały wysiłki mieszczące się w pierwszym zakresie intensywności. Ich udział w rocznym cyklu szkoleniowym wynosił 54%. Zgodnie z przyjętą klasyfikacją intensywności wysiłkowej w zakresie pierwszym mieszczą się ćwiczenia wykonywane z tętnem w granicach 130–140 ud./min (Sozański i Śledziwski 1988). Ich efekt określa się jako podtrzymujący. Ponieważ średnia wartość HRmax tej grupy wynosiła 192 ud./min (min. – 189 ud./min, max – 194 ud./min), większość ich wysiłków odbywała się w przedziale 68–73% w stosunku do HRmax.

Klimek (2010) podaje, że częstość tętna wynosząca około 70% HRmax notowana jest przy przekraczaniu progu tlenowego (AT) i że ćwiczenia wykonywane z tą intensywnością są zbyt małe nie tylko do kształtowania, ale również do podtrzymywania wydolności tlenowej. Pisze także, iż wysiłki o intensywności

„podprogowej” (niżej od progu beztlenowego o 5–10%) najszybciej podnoszą VO_2max oraz również poziom samego progu beztlenowego (AnT).

Z podanych wcześniej analiz własnych wynika, że zawodniczka K.J. wykonała najwięcej wysiłków w drugim zakresie intensywności, charakteryzującym się wysokością tętna w granicach 160–180 ud./min. Można więc uznać, że była to właśnie intensywność, która według wspomnianego wyżej autora ma kształtujący wpływ na wydolność tlenową i poziom progu beztlenowego.

Przedstawione badania dotyczą rocznego cyklu szkoleniowego 2009/2010, czyli nieodległej przeszłości. Należy sądzić, że nie będzie nadużyciem traktowanie jej jako tytułowej teraźniejszości. Tym bardziej że wyniki tegorocznych Zimowych Igrzysk Olimpijskich przeprowadzonych w Soczi (2014 r.) nie wskazują, aby poziom sportowy polskich reprezentantek uległ radykalnej zmianie w porównaniu z tym, co one prezentowały cztery lata wcześniej (Vancouver 2010) i co było analizowane w niniejszym opracowaniu.

WNIOSKI

W świetle zamieszczonych analiz nie można uważać, iż istnieje polska „szkoła” biegów narciarskich kobiet. Co do przyszłości można jedynie postawić znak zapytania.

Przypadek medalistki olimpijskiej (K.J.) należy określać jako przykład daleko posuniętej i wysoce efektywnej indywidualizacji procesu treningowego.

Analizy obciążeń treningowych stosowanych przez biegaczki narciarskie o wyraźnie odmiennych poziomach sportowych dowodzą, iż głównymi przyczynami zróżnicowanych wyników polskich zawodniczek podczas ZIO 2010 były proporcje ich pracy szkoleniowej.

Analizy te wyraźnie wskazują na zasadność stosowania przez biegaczki przygotowujące się do udziału w zawodach międzynarodowych obciążeń zbliżonych do tych, jakie realizowała zawodniczka K.J. i jakie charakteryzują się znacznym udziałem ćwiczeń ukierunkowanych, specjalnych i siłowych oraz treningów wykonywanych z intensywnością kształtującą wydolność tlenową oraz tę, która jest typowa dla wysiłków startowych.

Zastrzega się jednocześnie, iż nie należy dokładnie kopiować podanych wielkości obciążeń, a jedynie traktować je jako przykład tendencji i kierunków postępowania szkoleniowego.

BIBLIOGRAFIA

- Baj-Korpak J. (2008) Uwarunkowania treningowe wyników w chodzie sportowym kobiet. [W:] A. Kuder, K. Perkowski, D. Śledziwski (red.), Kierunki doskonalenia treningu i walki sportowej – diagnostyka. T. 5. PTNKF, Warszawa, 21–27.
- Bergh U. (1977) Narciarstwo biegowe. Polska Federacja Sportu. Sport Wyczynowy, Warszawa.
- Bilodeau B., Roy B., Boulay M. (1991) A comparison of three skating techniques and diagonal stride on heart rate and speed in cross-country skiing. *International Journal of Sports Medicine*, 12, 71–76.

- Błach W., Migasiewicz J., Błach E. (2008) Dobór obciążeń treningowych w wieloletnim procesie szkolenia zawodników judo. [W:] A. Kuder, K. Perkowski, D. Śledziwski (red.), *Kierunki doskonalenia treningu i walki sportowej – diagnostyka*. T. 5. PTNKF, Warszawa, 13–15.
- Bompa T.O., Haff G.G. (2010) *Periodyzacja, teoria i metodyka treningu*. COS, Warszawa.
- Cempla J., Młeczko E. (1989) Badania zależności między objętością, strukturą i dynamiką obciążeń treningowych biegaczy a rozwojem sportowym i reakcjami fizjologicznymi na wysiłek fizyczny o różnej mocy. Wydawnictwo Monograficzne, AWF, Kraków, 33.
- Costill D. L. (1999) Training adaptations for optimal performance. [W:] *Proceedings of the VIII International Symposium on Biomechanics and Medicine in Swimming*, University of Jyväskylä, June 28 – July 2, 1998, 381–390.
- Czerwiński J. (red.) (2003) *Trening i jego wpływ na efektywność walki sportowej w grach zespołowych*. AWFis, Gdańsk.
- Gabrys T. (2000) *Wydolność beztlenowa sportowców: trening – kontrola – wspomaganie*. AWF, Katowice.
- Hoffman J. (red.) (2002) *Physiological aspects of sport training and performance*. Human Kinetics, Champaign.
- Ilawski J. (2005) *Běh na lyžích – metodický dopis*. Praha.
- Iskra J. (2000) Zmienność obciążeń treningowych płotkarzy na 400 m w wieloletnim procesie szkolenia. [W:] H. Sozański, K. Perkowski, D. Śledziwski (red.), *Trening sportowy na przełomie wieków*. AWF, Warszawa.
- Klimek A. T. (2010) Fizjologiczne podstawy wysiłku fizycznego w dyscyplinach wytrzymałościowych ze szczególnym uwzględnieniem narciarstwa biegowego. [W:] S. Krasicki (red.), *Narciarstwo biegowe*, AWF, Kraków, 33–62.
- Klusiewicz A. (2000) Fizjologiczna charakterystyka wysiłku startowego biathlonistów. *Sport Wyczynowy*, 11–12, 11–21.
- Klusiewicz A. (2009) *Fizjologiczna ocena adaptacji do wysiłków o charakterze tlenowym u kobiet i mężczyzn o wysokim stopniu wytrenowania*. AWF, Warszawa – Biała Podlaska.
- Kowalczyk J. (2014) *Struktura i wielkość obciążeń treningowych biegaczek narciarskich na tle ewolucji techniki biegu oraz zróżnicowanych poziomów sportowych*. Dysertacja doktorska. AWF, Kraków.
- Kraemer W.J., Patton J.F., Gordon S.E., Harman E.A., Deschenes M.R., Reynolds K., Newton R.U., Triplett N.T., Dziados J.E. (1995) Compatibility of high – intensity strength and endurance training on hormonal and skeleton muscle adaptations. *J Appl Physiol*, 78, 976–989.
- Krasicki S. (1992) *Charakterystyka i zasady stosowania techniki łyżwowej w biegach narciarskich*. AWF, Kraków.
- Krasicki S. (red.) (1994) *Narciarstwo biegowe*. AWF, Kraków.
- Krasicki S. (1996) *Próba optymalizacji treningu sportowego biegaczy i biegaczek narciarskich*. AWF, Kraków.
- Krasicki S., Budny E. (1989) *Rejestracja obciążeń narciarza – biegacza*. *Trening*, 4.
- Krasicki S., Nazarko R., Ruchlewicz T. (1986) Analysis of skating steps in skiing. [W:] J. Karvonen (red.), *Evaluation of performance capacity and training in alpine skiing*. Kuopio University, Kuopio.
- Łarionow A. (2002) *Metodyka przygotowania zawodników w narciarstwie biegowym na różnych etapach szkolenia*. AWF, Katowice.
- Matwiejew L. P. (1999) *Osnovy obszczey teorii sporta i systemy podgotowki sportsmiennow*. Olimpijskaja Literatura. Kijów.

- McCarty J.P., Pozniak M.A., Arge J.C. (2002) Neuromuscular adaptations to concurrent strenght and endurance training. *Medicine and Sciences in Sports and Exercise*, 34 (3), 511–519.
- Mirek W., Mleczo E. (2008) Obciążenia treningowe a kinetyka parametrów kinematycznych i fizjologicznych na poziomie progu mleczanowego w mezocyklach okresu przygotowawczego chodźiarza klasy mistrzowskiej i na zawodach w chodzie sportowym na 50 km. [W:] A. Kuder, K. Perkowski, D. Śledziwski (red.), *Kierunki doskonalenia treningu i walki sportowej – diagnostyka*. T. 5. PTNKF, Warszawa.
- Mleczo E., Żarek J. (1992) Klasyfikacja i analiza obciążeń treningowych. *Sport Wyczynowy*, 5–6, 11–14.
- Nesser T.W., Chen S., Serfass R.C., Gaskill S.E. (2004) Development of upper body power in junior cross-country skiers. *Journal of Strength and Conditioning Research*, 18 (1).
- Nilsson J., Jakobsen V., Tviet P., Eikrehagen O. (2003) Pole lenght and ground reaction forces during maximal double poling in skiing. *Sports Biomechanics*, 2 (2), 227–236.
- Nowakowska M., Sadowski G. (2002a) Norweski model treningu narciarzy – biegaczy (II). *Sport Wyczynowy*, 3–4, 80–85.
- Nowakowska M., Sadowski G. (2002b) Norweski model treningu narciarzy – biegaczy (III). *Sport Wyczynowy*, 9–10, 43–52.
- Ozimek M. (2007) Determinanty wieloletniego przygotowania zawodników wysokiej klasy w wybranych dyscyplinach sportu. AWF, Kraków.
- Płatonow W.N. (2004) Systema podgotowki sportsmienow w olimpijskom sportie. Obščzaja teoria i jej praktičeskie priłożenia. Olimpijskaja Literatura. Kijów.
- Ruchlewicz T. (2010) Podstawy biomechaniki biegów narciarskich. [W:] S. Krasicki (red.), *Narciarstwo biegowe*. AWF, Kraków, 87–102.
- Rusko H. (red.) (2002) Cross Country Skiing. Handbook of Sports Medicine and Science. Blackwell Publishing, Oxford.
- Sharkey B.J., Gaskill S. (2013) Fizjologia sportu dla trenerów. COS, Warszawa.
- Sozański H., Kosmol A., Śledziwski D. (1999) Obciążenia treningowe (wysiłkowe). [W:] Sozański H., Gajewski A., Kielak D. i wsp. (red.) *Podstawy teorii treningu sportowego*, 220–248.
- Sozański H., Śledziwski D. (red.) (1988) Technologia dokumentowania i opracowywania danych o obciążeniach treningowych. RCMKFis, Warszawa.
- Terzis G., Stattin B., Holmberg H.C. (2006) Upper body training and the triceps brachii muscle of elite cross country skiers. *Scandinavian Journal of Medicine and Science in Sports*, 16, 121–126.
- Ulatowski T. (red.) (1992) Teoria sportu. Tom 1. *Trening*, 1 (13), 9–16.
- Ważny Z. (1994) Leksykon treningu sportowego. AWF, Warszawa.
- Ważny Z. (2000) Teoria treningu sportowego u progu XXI wieku. [W:] H. Sozański, K. Perkowski, D. Śledziwski (red.), *Trening sportowy na przełomie wieków. Roczniki Naukowe AWF w Warszawie*, 39, 35–52.
- Żarek J. (1996) Wytrzymałość w sporcie. AWF, Kraków.

Źródła internetowe

www.fis-ski.com/cross-country-results [data dostępu: 25.05.2012].

DANUTA UMIASTOWSKA

Uniwersytet Szczeciński

OBRAZ GÓR W LITERATURZE, MALARSTWIE, FOTOGRAFII I MUZYCE JAKO MOTYW PODEJMOWANIA TURYSTYKI GÓRSKIEJ

Abstract

Picture of mountains in literature, painting and music as a motive
to take up mountain hiking

Mountain hiking is a variant of hiking. It requires adequate physical fitness preparation due to continuous changes in altitude. Doing this particular physical activity involves continuous movement, breaking one's daily routine of life, fulfilling one's need for sport and physical activity, personal (individual) interaction with other social, cultural, and natural environments, as well as informative–cognitive needs. Mountain hiking allows exploring various landscapes, panoramas, and floras. In order to form an overall picture of mountain hiking, we analyzed the tourist profile – the frequency of recreational pursuits (hiking, winter sports). At the same time, the beauty of mountain landscapes and the emotions evoked by mountain hiking and climbing have repeatedly been the subject of literary, pictorial, or musical works. It is then likely that being surrounded by such works can stimulate mountain hiking participation.

Key words: mountain hiking, motivation, literature, painting, music

„Góry upajają. Człowiek uzależniony od nich
jest nie do wyleczenia. Można pokonać
alkoholizm, narkomanię, słabość do leków.
Fascynacji górami nie można”.

Edmund Hillary (1999, s. 79)

WPROWADZENIE

Przećławski (1996, s. 40) uważa, że „motyw to mechanizm lub zespół mechanizmów wewnętrznych, powodujących i organizujących działania ludzkie ze względu na zaspokojenie potrzeb”. Istnieje następująca klasyfikacja motywów wyjazdów:

- związane z pragnieniem udania się do określonego kraju lub miejscowości w celu poznania kultury, przyrody, życia społecznego;
- związane z chęcią opuszczenia na jakiś czas swojego stałego pobytu, aby uwolnić się od zdegradowanego środowiska naturalnego, miejsca pracy lub nauki bądź środowiska społecznego w szerokim znaczeniu;
- związane z chęcią przebywania z kimś poza miejscem stałego zamieszkania, np. wyjazd z rodziną, grupą przyjaciół, z osobą bliską, kochaną;
- związane z pragnieniem zawarcia nowych znajomości, poznania nowych ludzi;

- związane z pragnieniem pozostawania w zgodzie ze stereotypami i normami obowiązującymi w danym środowisku;
- związane z zaspokojeniem potrzeb estetycznych, emocjonalnych, twórczych lub biologicznych;
- związane z koniecznością podratowania zdrowia (wyjazd leczniczy);
- związane z zamiarem wypoczynku (Przećławski 1996).

Jednym z istotniejszych czynników wyboru miejsca są walory turystyczne jako zespół elementów środowiska naturalnego oraz elementów pozaprzyrodniczych, które wspólnie lub każde z osobna są przedmiotem zainteresowania turysty (decydują one o tzw. atrakcyjności turystycznej). Do walorów turystycznych gór zalicza się m.in. duże zalesienie, piękno krajobrazów, dziką przyrodę, doliny, formy krasowe, jaskinie i źródła.

Fenczyn (2000), analizując wyniki prowadzonych badań, wskazuje, że największy odsetek respondentów wybiera się w góry z grupą przyjaciół bądź samotnie (11,2%). Turyści wędrujący po górach samotnie to zazwyczaj ludzie zmęczeni kontaktami społecznymi, szukający odpoczynku od gwaru grup społecznych w nieskrępowanym obcowaniu z górami i ich przyrodą. Deklarują, że podczas przemierzania górskich szlaków dokonują różnych przemyśleń, a towarzyszy temu odczuwanie niezależności i zupełnej swobody (Fenczyn 2000).

Potęga gór sięga odległych czasów. W starożytności Olimp był siedzibą bogów niedostępną dla zwykłego śmiertelnika. Według Starego Testamentu Góra Synaj powiązana z Bogiem Jahve, Mojżeszem i kamiennymi tablicami z dziesięcioma przykazaniami. Japończycy czczą świętą górę Fudzi. Góry są symbolem niewzruszalności, fascynują człowieka, a także dla wielu bywają wyzwaniem do ich zdobywania. Są także miejscem, które w specyficzny sposób wiąże ludzi z przyrodą, pozwalając na ucieczkę od cywilizacji. Ich wielkość i niedostępność uczy człowieka pokory.

CEL PRACY

Definiując motywację jako stan gotowości do zaspokojenia potrzeb, można spotykać się z pojęciem motywacji zewnętrznej (Reykowski 1985). Działanie bodźców przyczynia się do wzrostu pobudzenia emocjonalnego. Siła motywacji staje się silniejsza i ułatwia wykonanie zadania. Zgodnie z teorią potrzeb Masłowa (2006) potrzeby wyższego stopnia mogą się pojawić tylko wtedy, gdy są zaspokojone potrzeby niższego stopnia. Potrzeby warunkują życie człowieka, kształtują jego system wartości i wpływają na relacje międzyludzkie (Maslow 2006). W prezentowanej pracy podjęto próbę znalezienia odpowiedzi na pytania: Czy obraz gór w literaturze, malarstwie, fotografii i muzyce może być motywem do podejmowania turystyki górskiej? Czy odczucia estetyczne wynikające z kontaktów ze sztuką mogą wpłynąć na podejmowanie turystyki górskiej?

GÓRY W LITERATURZE

Góry stanowią symbol swobody i są miejscem spędzania beztrudnych chwil, a ich mieszkańcy przedstawiani są jako ludzie wolni. Potwierdzeniem tego może



Rycina 1. Walenty Wańkowicz,
Portret Adama Mickiewicza
na Judahu skale, 1828 r.,
olej na płótnie, 125 × 148 cm,
kolekcja prywatna
źródło: zdjęcie własne

być fragment utworu Wincentego Pola: „W góry! w góry! miły bracie! Tam swoboda czeka na cię”. (Pol 1924, s. 32). Wśród literatów zapanowała moda na wycieczki w poszukiwaniu natchnienia lub po prostu odpoczynku od codziennej szarości życia. Fascynacja dziką i nieprzystępną przyrodą, która pobudzała ich wyobraźnię, sprzyjała tworzeniu wspaniałych utworów znanych po dziś dzień. Wraz z rozwojem turystyki tatrzańskiej na przełomie XIX i XX w. pojawiło się w literaturze polskiej wiele utworów związanych z górami. Piękno Tatr opisują wierszem Adam Asnyk, Jan Kasprówicz, Kazimierz Przerwa-Tetmajer, Mariusz Zaruski, Jarosław Iwaszkiewicz, Tadeusz Bocheński, Władysław Broniewski, Julian Przyboś czy Maria Pawlikowska-Jasnorzewska. Przykładem poety, który pisał pod wpływem przyrody, jest Adam Mickiewicz. Karą za tajną działalność na Uniwersytecie Wileńskim było zesłanie na pięcioletni pobyt w Rosji, podczas którego odbył podróż na Krym. Wyprawa ta zaowocowała powstaniem „Sonetów krymskich”. Jest to cykl 18 sonetów ułożonych według trasy podróży poety. Powstanie tych utworów było też powiązane z inspiracją malarską Walentego Wańkowicza, który namalował obraz „Portret Adama Mickiewicza na Judahu skale” (ryc. 1).

Zdobycie szczytu dawało poczucie oderwania się od ziemskiej rzeczywistości, dostarczało metafizycznych przeżyć. Najważniejszym zmysłem był wzrok, pokonujący naturalne dla niego ograniczenia.

Osobnym obszarem literatury górskiej są książki napisane przez ludzi, którzy chodzili po górach, dla których często stały się one ich wiecznym domem. Mowa tu o takich autorach, jak Wanda Rutkiewicz, Jerzy Kukuczka czy Reinhold Messner. „Na jednej linie” Wandy Rutkiewicz jest fascynującą opowieścią o wędrowaniu od Karkonoszy po najwyższe szczyty świata, o wyprawach, które nie mogłyby się odbyć bez siły charakteru, uporu i wytrwałości (Rutkiewicz 2010).

„Mój pionowy świat” jest zapisem osobistych wspomnień zdobywcy Himalajów Jerzego Kukuczki. W rocznicowym wydaniu (20 lat po śmierci autora) umieszczono po raz pierwszy pamiętnik prowadzony aż do ostatnich chwil jego życia (Kukuczka 2008). „Moje życie na krawędzi” to jedna z pięćdziesięciu książek Reinholda Messnera opowiadająca o chodzeniu dalej i wyżej niż inni, o podejmowaniu ekstremalnych wyzwań, o pokorze wobec potęgi gór, a jednocześnie pokazująca go jako postać kontrowersyjną, różnie ocenianą przez himalaistów (Moje życie... www.wyborcza.pl). Opis zmagania z żywiołem, przeżywane sukcesy i porażki, z jednej strony piękno gór, a z drugiej ich okrucieństwo, przewyciężanie własnych słabości, relacje z drugim człowiekiem to dla wielu lektura, po której przeczytaniu góry zaczynają przyciągać jak magnes.

GÓRY W MALARSTWIE

Pierwszym znanym obrazem ilustrującym turystykę górską może być dzieło Caspara Davida Friedricha z 1818 r. przedstawiające postać samotnego wędrowca stojącego spokojnie na skalistym szczycie nad przepaścią. Poniżej wędrowca zalega „morze mgieł” zasłaniające ziemski świat. Obraz ten opisany jest dwójako – jako „Wędrowiec nad morzem mgły” lub „Podróżnik po morzu chmur”. Mgła, która dominuje na tym dziele malarskim, zasłania ziemski świat, a zarazem oddziela go od boskości. Autor ukazuje umiłowanie wolności oraz miłość do natury, co było charakterystycznymi cechami dla epoki romantyzmu. Obraz olejny na płótnie o wymiarach 74,8 × 94,8 cm można obejrzeć w Muzeum Kunsthalle w Hamburgu, a reprodukcja jest zamieszczona w pracy „Wielcy malarze, ich życie, inspiracje i dzieło. Caspar Dawid Fridrich” (1999, s. 14).

Jan Nepomucen Głowacki to pierwszy z polskich malarzy, który w swojej twórczości pochylił się nad Tatrami. Nazywany był ojcem polskiego krajobrazu, a jego prace powstawały pod wpływem wiedeńskiego nurtu malarstwa realistycznego. Do najbardziej znanych obrazów należą m.in.: „Widok Tatr z Poronina” (1836), „Morskie Oko” (1837), „Łomnica” (1836–1840) i „W Dolinie Kościeliskiej” (około 1840) czy „Widok na Giewont” (1945) (ryc. 2).

Do zafascynowanych krajobrazem tatrzańskim należał niewątpliwie Aleksander Kotsis. Artysta wiernie oddaje detale krajobrazów górskich, skupia się również na autentycznej aurze atmosferycznej: przejrzystości powietrza, padającym świetle, kombinacji obłoków i chmur, a do tego stosuje paletę subtelnych kolorów. Do prac, które warto obejrzeć, należą niewątpliwie: „Wycieczka w Tatry” (1873) (ryc. 4), „Giewont I” (około 1870), „Giewont II” (około 1870), „Kłusownik w Tatrach” (1870), „Pogrzeb górala” (1860) czy „Powrót juhasów z hali” (sprzed 1860).

Walery Eljasz-Radzikowski jest uważany za prekursora turystyki tatrzańskiej, a w wędrownkach po górach towarzyszyli mu Jan Nepomucen Głowacki i Aleksander Kotsis. Nie tylko był autorem wielu szkiców i obrazów o tematyce tatrzańskiej, ale wydał także w roku 1870 jeden z pierwszych przewodników pt. „Ilustrowany przewodnik do Tatr, Pienin i Szczawnic”. Na jednej ze stron napisał: „I cóż te Tatry mają tak cudownie przyciągającego do siebie, że się za niemi tęskni, jakby za ukochaną osobą?” (Eljasz-Radzikowski 2005, s. 17).



Rycina 2. Jan Nepomucen Głowacki, Widok na Giewont (Dolina Strążycka w Tatrach), prawdopodobnie 1845 r., olej na desce, 8,5 × 11,8 cm, Muzeum Podlaskie w Białymstoku
zbiory Muzeum Podlaskiego w Białymstoku, za zgodą muzeum



Rycina 3. Wojciech Gerson, W Tatrach. Wycieczka artystów nad Smreczyński Staw. Album Marcina Olszyńskiego nr V, 1860 r., akwarela, gwasz; papier (na karcie albumu), wym. 17,4 × 19,6, nr inw. Rys.Pol.569/64 Muzeum Narodowe w Warszawie
katalog prac Muzeum Narodowego w Warszawie, za zgodą muzeum

W polskim malarstwie dzieła prezentujące motywy tatrzańskie – stanowiące dzisiaj prawdziwy skarb w dorobku sztuki inspirowanej górami – są przypisane do twórców z okresu Młodej Polski. Znaleźć tu można prace Władysława Ślewińskiego, Leona Wyczółkowskiego, Stanisława Ignacego Witkiewicza, Stefana Filipkiewicza, Stanisława Kamockiego czy Henryka Szczyglińskiego. Na szczególną uwagę zasługują prace Witkiewicza inspirowane twórczością Władysława Ślewińskiego i Paula Gauguina. Do znanych dzieł Witkiewicza należą m.in.: „Czarny Staw – kurniawa” (1892), „Kozice w górach” (przed 1896), „Wiatr Halny” (1895) i „Widok tatrzański – gniazdo zimy” (1906–1907). Jego prace można dziś podziwiać w muzeach w Krakowie, Gdańsku, Słupsku, Warszawie i Zakopanem (Jakimowicz 1985).

Prace Leona Wyczółkowskiego przedstawiające pejzaże tatrzańskie uważane są za najlepsze w kraju i Europie. Inspiracje malarza sztuką japońską sprawiły,



Rycina 4. Aleksander Kotsis, Wycieczka w Tatry, 1873 r., ol. deska, 45 × 74,
Sygn. i dat. l.d.: Kotsis 1873 / w Monachium, nr inw. MNK II-a-434
w zbiorach Muzeum Narodowego w Krakowie, za zgodą muzeum
(Pracownia Fotograficzna Muzeum narodowego w Krakowie)



Rycina 5. Eljasz-Radzikowski Walery,
Przewodnik i turyści w Tatrach, 1878 r.,
technika olejna, wys. 191 cm, szer. 137 cm,
nr inw. MNK II-a-531
w zbiorach Muzeum Narodowego w Krakowie,
za zgodą muzeum
(Pracownia Fotograficzna Muzeum Narodowego
w Krakowie)

że w swoich pejzażach przedstawiał przeważnie fragmenty, a nie całość krajobrazu (np. „Mnich nad Morskim Okiem, 1904). Do jego najbardziej znanych dzieł z motywem tatrzańskim należą: „Giewont o zachodzie słońca” (1898), „Morskie Oko z Czarnego Stawu (1905), „U wrót Chałubińskiego” (1905) (Wyczółkowski 1973).

Nie tylko Tatry były inspiracją dla malarzy. Pasma i szczyty Karkonoszy pojawiają się na obrazach Maxa Wislicenus, Fridricha Iwana czy Jerzego Plesnera. Max Wislicenus tworzył pejzaże karkonoskie i monumentalne obrazy Karkonoszy (Łukasiewicz 2000). Fridrich Iwan był zapalonym narciarzem, zimą wędrował z plecakiem, w którym miał zawsze ekwipunek malarski. Znany był szczególnie z zimowych pejzaży na licznych grafikach, obrazach olejnych i akwarelach, które były wielokrotnie powielane na różnych pocztówkach (Kułakowska i Ratajczyk 2002). Jerzy Plesner, stosując akwarele jako technikę malarską, rejestrował emocjonalne doznania wywołane zetknięciem z pięknem Błędných Skał, masywu Szczelińca, Rzeczek, Czartaka i Strugi (Plesner 2001).

GÓRY W FOTOGRAFII

Historia polskiej fotografii o tematyce górskiej sięga drugiej połowy XIX w. Pierwsze fotografie w Tatrach wykonywał w latach 1859–1861 Walery Rzewuski (Mossakowska 1981), a fotografie Pienin Awita Szuberta pochodzą z pobytu w Szczawnicy i są datowane na lata 1865–1866. Tatry fotografował po raz pierwszy na początku lat siedemdziesiątych XIX w., ale brak jednoznacznych dowodów potwierdzających konkretny rok (Siarzewski 2012). Fotograficzne ilustracje Tatr pojawiły się też w przewodniku autorstwa Walerego Eljasza-Radzikowskiego (2005). Kolejne lata rozwoju fotografii przyniosły ze sobą liczne albumy zawierające zapisy na kliszy, a potem w technice cyfrowej obrazy gór. Biennale Fotografii Górskiej w Jeleniej Górze, Festiwal Górski Wondół Challenge, Międzynarodowy Festiwal Folkloru Ziem Górskich Zakopane, Krynicki Festiwal Górski czy Krakowski Festiwal Górski to tylko nieliczne propozycje popularyzowania fotografii o tematyce górskiej.

Fotografie zatrzymują kolory otaczającego nas świata. Malują jesienne palety barw, które kształtują wyobraźnię. Pokazują wielkość gór, ucząc tym samym szacunku i pokory. Zapisane kadry bywają świadectwem pokonania własnej słabości lub dowodem na sprawdzenie swoich możliwości.

GÓRY W MUZYCE

Analizując motywy górskie pojawiające się w twórczości kompozytorów, można przywołać nazwiska Mieczysława Karłowicza, Stanisława Moniuszki i Karola Szymanowskiego, których utwory zainspirowane były odwiedzaniem gór.

Mieczysław Karłowicz skomponował poemat „Odwieczne pieśni”, którego pomysł narodził się podczas samotnych wędrówek kompozytora po tatrzańskich szczytach. Tryptyk symfoniczny składa się z trzech pieśni, każda pieśń ma swój tytuł, któremu odpowiada określony wyraz nastroju i uczuciowości, zaś całość związana jest wspólnym tematem odwieczności („Pieśń o wiekuistej tęsknocie”, „Pieśń o miłości i śmierci” i „Pieśń o wszechbycie”). Wiele swych dzieł Karłowicz stworzył w całości lub częściowo w Zakopanem, a dziesięć pieśni ułożył do słów poezji Kazimierza Przerwy-Tetmajera. Miłość do gór stała się przyczyną jego śmierci, bowiem zginął pod zwałami śnieżnej lawiny (Polony 1997).



Rycina 6. Jesień w Tatrach



Rycina 7. Norweskie lodowce



Rycina 8. Zima w Górach Izerskich

źródło: zdjęcia własne

W twórczości Stanisława Moniuszki popularyzację gór można odnaleźć w operze „Halka” i w pieśniach skomponowanych do „Sonetów krymskich” Adama Mickiewicza. Aria Jontka ze słowami: „Szumią jodły na gór szczycie, Szumią sobie w dal!” (autorem libretta był Włodzimierz Wolski) zyskała olbrzymią popularność (Dziębowska i Duszyk 2000).

Karol Szymanowski wprowadził też do swej muzyki motywy folkloru podhalańskiego, na co miały wpływ jego częste pobyty w Zakopanem. Inspiracja muzyką górską jest najbardziej widoczna w balecie „Harnasie”, w którym zawarte są elementy zapożyczone z folkloru. Wypracowanie bardzo lirycznego stylu muzycznego opartego na bogatej, często innowacyjnej orkiestracji, czyni jego utwory bardzo atrakcyjnymi dla słuchacza (Chylińska 2008).

Michał Lorenc, komponując muzykę filmową do opowieści o górach, korzysta z etnicznych instrumentów drewnianych, mających pogłębić obcowanie z potęgą gór i podkreślić ich mistycyzm. Są to flety z regionu Tatr polskich i słowackich. Wśród jego kompozycji można odnaleźć takie tytuły, jak: „Tatry”, „Dolina Chochołowska”, „Kazalnica” czy „Góry w słońcu” (www.michallorenc.com).

Nie brakuje również we współczesnej muzyce utworów o tematyce górskiej, które zostały spopularyzowane przez znane zespoły wokalne. Do nich należą Golec uOrkiestra i Wolna Grupa Bukowina. Ten pierwszy powstał w 1998 r., działając początkowo pod nazwą Golec Folk Band, jako naturalna konsekwencja wspólnego muzykowania przyjaciół braci Pawła i Łukasza Golców. Orkiestra była pionierem polskiej sceny w wykorzystywaniu nowoczesnych brzmień inspirowanych muzyką źródeł, zwłaszcza motywami górskimi Beskidu Żywieckiego (na przykład utwory: „Ej Janicku ka ześ jes”, „Bo lato rozpala”, „Na hali”, „Holny”) (www.golec.pl). Wolna Grupa Bukowina założona przez Wojciecha Bellona zadebiutowała natomiast w 1971 r. na Giełdzie Piosenki Turystycznej w Szklarskiej Porębie. Popularność takim utworom, jak „Beskid I”, „Beskid II”, „Bukowina I”, „Bukowina II”, „Niedokończona jesienna fuga” czy „Ponidzie” przyniosły muzyka i liryczne teksty. Repertuar Grupy zyskuje sobie nieprzerwanie nowych słuchaczy (www.wolnagrupabukowina.pl).

Szczególną rolę w muzyce o górach odgrywa piosenka turystyczna popularyzowana przez wędrujących z plecakiem i gitarą turystów. Śpiewane przy ogniskach, w schroniskach i na polanach utwory łączą liczne pokolenia odwiedzających góry. Listę tych piosenek otwiera „Jak dobrze nam zdobywać góry” (autorzy tekstu i muzyki nieznani, pochodzi sprzed 1939 r.), która znana jest każdemu turyście. Piosenki turystyczne można podzielić na następujące grupy:

- związane z konkretnymi pasmami górskimi: o Bieszczadach (np. „Bieszczady”, „Ciepły sen o Bieszczadach”, „Bieszczadzki rajd”, „Bieszczadzki trakt”, „Bieszczadzkie reggae”, „Czerwony pas”, „Hawiarska Koliba Moje Bieszczady”), o Tatrach (np. „Ku Orlej Perci”, „Od Turbacza”), o Beskidach (np. „Pejzaże harasymiczowskie”, „Piosenka z Beskidu”);
- związane z górami: „Dom w górach”, „Hej góry”, „Lato z ptakami odchodzi”, „Podnóża moich gór”, „Pożegnanie gór”, „W górach”.

REFLEKSJE KOŃCOWE

„Tracąc góry, tracimy coś z siebie. Góry stały się częścią naszego człowieczeństwa”.

ks. Józef Tischner (Ziemak 1999, s. 3)

Dlaczego obrazy gór uwieńczone na zdjęciach, płótnach czy opisane słowem mają znaczenie w motywowaniu do podejmowania turystyki górskiej? Można tu przytoczyć kilka odpowiedzi:

1. W górach, jak w żadnym innym miejscu, człowiek styka się z przyrodą, która skłania do refleksji.
2. Obraz zatrzymany w kadrze zdjęcia czy na malarskim płótnie pozwala wrócić pamięcią do przeżyć emocjonalnych.
3. Artyzm dzieł o tematyce górskiej stanowi zachętę do obejrzenia tego wszystkiego „na żywo”, w naturze.
4. Muzyka towarzysząca człowiekowi na każdym kroku pozwala na wyciszenie i odstresowanie się, a ta związana z atmosferą górskich wędrówek przywołuje czas spędzony w gronie przyjaciół czy najbliższych.
5. Kontakt z naturą to jeden z warunków dobrego odpoczynku, a turystyka górską umożliwia jego realizację.

BIBLIOGRAFIA

- Chylińska T. (2008) Karol Szymanowski i jego epoka. Tom 1. *Musica Iagellonica*, Kraków.
- Dziębowska E., Duszyk K. (2000) Moniuszko Stanisław. [W:] E. Dziębowska (red.) *Encyklopedia muzyczna*. T. 6, PWM, Kraków, 303–335.
- Eljasz-Radzikowski W. (2005) *Ilustrowany przewodnik do Tatr, Pienin i Szczawnic*. Biuro Promocji Zakopanego, Zakopane.
- Fenczyn J. (2000) Motywy uprawiania turystyki górskiej przez studentów wyższych uczelni Krakowa. *Edukacyjne Dyskursy*. <http://ip.univ.szczecin.pl/edipp> [opublikowano: 15.05.2000].
- Jakimowicz I. (1985) *Witkacy Malarz*. WAiF, Warszawa.
- Hillary E. (1999) *Widok ze szczytu*, Amber, Warszawa.
- Kukuczka J. (2008) *Mój pionowy świat*. Mac System Maciej Kukuczka, Katowice.
- Kuśkowska K., Ratajczak E. (2002) *Twórczość Friedricha Iwana (1889–1967)*. Katalog wystawy w Muzeum Karkonowskim w Jeleniej Górze. Jelenia Góra.
- Łukaszewicz P. (2000) Śnieżka jako źródło inspiracji niemieckich artystów XIX i XX wieku. [W:] *Wokół wielkiej góry*. Katalog z wystawy. BWA, Jelenia Góra, 49–57.
- Masłow A. (2006) *Motywacja i osobowość*. WN PWN, Warszawa.
- Micke-Broniarek E. (2007) *Realizm, naturalizm*. Arkady, Warszawa.
- Moje życie na krawędzi. Messner, Reinhold; Huetlin, Thomas, 1,75475,6283572. www.wyborcza.pl [data dostępu 3.09.2014].
- Mossakowska W. (1981) *Walery Rzewuski (1837–1888) fotograf*. Studium warsztatu i twórczości. Ossolineum, Wrocław.
- Ostrowski J.K. (2011) *Wielka encyklopedia malarstwa polskiego*. Kluszczyński, Kraków.
- Plesner J. (2001) *Zamek Książ: inwentaryzacja wnętrza i mebli*. *Zeszyt Naukowy Architektury Wnętrz Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie*, 3, 1–33.

- Pol W. (1924) Pieśń o ziemi naszej. IW „Biblioteka Polska”, Bydgoszcz.
- Polony L. (1997) Mieczysław Karłowicz. [W:] E. Dziębowska (red.), Encyklopedia Muzyczna. Tom „klł”, PWM, Kraków.
- Przeclawski K. (1996) Człowiek a turystyka. Albis, Kraków.
- Reykowski J. (1985) Emocje i motywacja. [W:] T. Tomaszewski (red), Psychologia. WN PWN, Warszawa.
- Rutkiewicz W. (2010) Na jednej linii. Iskry, Warszawa.
- Siarzewski W. (2012) Awit Szubert: historia fotografii tatrzańskiej. *Dagerotyp*, 21, 139–144.
- Wielcy malarze, ich życie, inspiracje i dzieło. Caspar Dawid Fridrich (1999) Eaglemoss Polska, Warszawa, nr 22.
- Wyczółkowski L. (1973) Auriga. WAiF, Warszawa.
- Ziemak R. (1999) Tatry. WAiF, Warszawa.

Źródła internetowe

- www.golec.pl [data dostępu: 1.09.2014].
- www.michallorenc.com [data dostępu: 2.09.2014].
- www.wolnagrupabukowina.pl [data dostępu: 2.09.2014].

ALEKSANDRA CHUDOBINA, PATRYK CZERMAK

Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu

LETNIA TURYSTYKA GÓRSKA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH RUCHOWO

Abstract

Summer mountain tourism for the physically disabled

It is rather uncommon to see people with motor disabilities participate in mountain tourism, despite the general opinion of its undoubted benefits of motor rehabilitation. This is partly due to the fact that people with disabilities unfortunately often encounter numerous organizational and information barriers. Another reason is a small number of hiking trails suitable for those people and the lack of shelters adapted for disabled visitors. In this paper we present: the problem of the low participation of people with disabilities in summer mountain tourism, the current state of adaptation of mountain hiking trails to the needs of people with motor disabilities, an overview of projects popularizing this form of activity and one of the variants of mountain tourism – integration mountain bikes.

Key words: mountain tourism, people with disabilities, integration mountain bikes

WPROWADZENIE

Mimo ogromnego rozwoju infrastruktury, postępu medyczno-technologicznego i zauważalnej zmiany sposobu myślenia osoby z niepełnosprawnością są w Polsce nadal jedną z najbardziej zmarginalizowanych grup i wciąż napotykają wiele trudności i ograniczeń w dostępie do wszystkich dziedzin życia społecznego. Uczestnictwo tych osób w turystyce jest również znikome wbrew powszechnej opinii o jej niezaprzeczalnych walorach i pozytywnym wpływie rehabilitacyjnym (Śledzińska 2008). A przecież turystyka, traktowana jako element rehabilitacji osób niepełnosprawnych, stwarza szanse na przywrócenie maksymalnej sprawności fizycznej, psychicznej, społecznej i zawodowej oraz przystosowanie do normalnego życia. Należy ją postrzegać nie tylko jako aktywny wypoczynek, ale również jako środek terapeutyczno-wychowawczy, umożliwiający wypróbowanie swoich sił w różnych, często trudnych warunkach (Śledzińska 2011). Wielokrotnie udowodniono, że turystyka ma także walory integracyjne, niweluje brak wiary we własne możliwości, łagodzi stres i podnosi samoocenę, zaś podtrzymywanie kontaktów społecznych w trakcie jej uprawiania pozwala na wyjście niepełnosprawnych z izolacji (Midura i Żbikowski 2005). Łobożewicz i Bieńczyk (2001) wskazali na sześć celów stawianych turystyce niepełnosprawnych: biologiczny, anatomiczno-fizjologiczny, leczniczy, wychowawczo-psychologiczny, hedonistyczny i społeczny.

Historycznie dopiero w latach 70. XX w. zaczęło wzrastać zainteresowanie turystyką osób niepełnosprawnych. Ówcześni specjaliści z zakresu rehabilitacji Wiktor Dega i Marian Weiss zajmowali się problematyką możliwości uprawiania

turystyki przez osoby z niepełnosprawnością. Wtedy też turystykę osób z niepełnosprawnością objął program działania PTTK. Następnie z roku na rok rosła liczba działań podejmowanych na rzecz zwiększenia turystycznej aktywności tych osób. Odbyło się wiele konferencji, sympozjów i spotkań dotyczących problematyki tego typu turystyki, a w 2008 r. na konferencji „Rola krajoznawstwa i turystyki w życiu osób niepełnosprawnych”, zorganizowanej w ramach projektu „Turystyka dla wszystkich” przez Zarząd Główny Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego i Wyższą Szkołę Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi, uchwalono Rezolucję Załączającą, która postuluje m.in.:

- dążenie do wprowadzenia w nowej ustawie o usługach turystycznych zapisu, że każdy rodzaj obiektu noclegowego powinien być dostępny dla osób niepełnosprawnych (z różnymi dysfunkcjami);
- wprowadzenie problematyki obsługi niepełnosprawnych turystów do minimum programowego szkoleń dla kandydatów na pilotów turystycznych, przewodników, kierowników wycieczek i kierowników placówek wypoczynku;
- wspieranie wszelkich działań zmierzających do udostępnienia osobom niepełnosprawnym w jak najszerszym zakresie atrakcji turystycznych i środków transportu;
- tworzenie, udostępnianie i aktualizacja informacji o dostępności infrastruktury turystycznej dla osób niepełnosprawnych;
- stałe edukowanie branży turystycznej w zakresie potrzeb i oczekiwań osób niepełnosprawnych, a także inspirowanie do tworzenia odpowiedniej oferty turystycznej;
- przygotowanie i wdrożenie systemu szkoleń dla pracowników branży turystycznej w zakresie obsługi osób niepełnosprawnych;
- szersze włączenie Polski do programów europejskich wspierających turystykę bez barier (np. „Dostępność miast europejskich”);
- przekonywanie osób niepełnosprawnych, ich rodzin, opiekunów i rehabilitantów do aktywnych form wypoczynku;
- popularyzowanie form turystyki alternatywnej nastawionej na integrację społeczną;
- współpraca z mediami w celu promowania dostępności obiektów turystycznych, kulturalnych i sportowych dla osób niepełnosprawnych i z dysfunkcjami (Śledzińska 2008).

W Polsce turystyka staje się coraz bardziej dostępna dla osób z różnymi niepełnosprawnościami. Choć nadal „[...] tylko niewielki odsetek takich osób, charakteryzujący się wysokim poziomem entuzjazmu i uporu w docieraniu do miejsc niedostępnych, łamaniu barier architektonicznych, psychologicznych i społecznych, jest w stanie aktywnie uprawiać turystykę” (Śledzińska 2011, s. 424).

Według ostatniego pełnego badania liczby i struktury osób niepełnosprawnych, przeprowadzonego w ramach narodowego spisu powszechnego w 2002 r. (ten z 2011 r. jest niepełny w odniesieniu do osób niepełnosprawnych), co siódmy mieszkaniec Polski był osobą niepełnosprawną. Niestety, w stosunku do zdrowych rodaków niepełnosprawni podróżują ponad trzy razy rzadziej, ograniczając często tę formę aktywności do turystyki zdrowotnej, czyli wyjazdów sanatoryjnych

Tabela 1. Niepełnosprawni uczestnicy turystyki w latach 2007–2011 (liczba osób)

Lp.	Formy wypoczynku	2007	2008	2009	2010	2011
1.	Piesze górskie	1378	2530	2412	3019	2271
2.	Jeździeckie nizinne	55	98	166	4	511
3.	Jeździeckie górskie	45	175	46	14	44
4.	Kajakowe	619	447	536	938	694
5.	Kolarskie	763	833	754	1129	939
6.	Motorowe	89	104	77	64	195
7.	Narciarskie	32	35	69	61	39
8.	Piesze nizinne	6503	9927	9437	8170	5396

źródło: opracowanie własne na podstawie: Śledzińska 2008

na turnusy rehabilitacyjne, co wykazano na podstawie wykonanej na zlecenie Departamentu Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki „Analizy rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse i zagrożenia” (2007).

Bardziej szczegółowych danych z zakresu turystyki i form wypoczynku, jakie wybierały osoby niepełnosprawne, dostarcza raport TK-O za lata 2007–2011. W tabeli 1 zostały zawarte niektóre formy wypoczynku i liczba korzystających z nich osób niepełnosprawnych.

Dane te wskazują na rosnące zainteresowanie alternatywnymi sposobami pokonywania tras wycieczkowych; coraz więcej niepełnosprawnych korzysta z przejażdżek konnych, motorowych lub wykorzystuje rowery. Liczby te nie są natomiast przychylne dla turystyki pieszej górskiej i nizinnej – przez niepełnosprawnych realizowanej na wózkach inwalidzkich. Słabnące zainteresowanie tą tradycyjną formą aktywności być może wiąże się z ciągłym niedostosowaniem szlaków turystycznych do wymagań osób poruszających się na wózkach. Taka aktywność sportowo-turystyczna osób niepełnosprawnych napotyka, niestety, często wiele przeszkód. Z badań przeprowadzonych w grupie osób z różnymi dysfunkcjami wynika, że do najważniejszych barier aktywności turystycznej należą trudności natury organizacyjnej i brak informacji. Raya i Ryder (2003) na podstawie przeprowadzonych wywiadów stwierdziły, że amerykańscy niepełnosprawni turyści poszukują miejsc przystosowanych do ich obsługi przede wszystkim w Internecie lub opierają się na opiniach i doświadczeniach innych niepełnosprawnych. W Polsce sytuacja wymiany doświadczeń w środowisku niepełnosprawnych wygląda podobnie, ale wśród działających w Internecie kilkudziesięciu serwisów turystycznych żaden nie traktuje osób z niepełnosprawnością jako klientów z innymi potrzebami. Brak w nich również informacji na temat udogodnień oraz dostępności tras lub szlaków turystycznych (Skalska 2004).

CEL BADAŃ

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie problemu niskiego poziomu uczestnictwa osób niepełnosprawnych ruchowo w letniej turystyce górskiej i stanu przystosowania dla nich górskich szlaków turystycznych oraz przegląd

projektów popularyzujących tę formę aktywności, a także jedną z alternatywnych propozycji do uprawniania turystyki górskiej – górskie rowery integracyjne.

TURYSTYKA GÓRSKA A NIEPEŁNOSPRAWNI RUCHOWO

Specyficzny rodzaj turystyki, jaką stanowi turystyka górską osób niepełnosprawnych, jest nadal mało rozwiniętym sposobem aktywności. Być może dlatego, że jej rozwój wiąże się z dużymi kosztami oraz ingerencją w środowisko naturalne, na którą w dzisiejszych czasach zwraca się szczególną uwagę. W Polsce istnieje stosunkowo niedużo tras turystycznych przystosowanych dla osób niepełnosprawnych. Leżą one zazwyczaj na terenach nizinnych, natomiast te, które mogłyby dać chociaż namiastkę górskich terenów, są bardzo często zaniedbane (np. ścieżka przyrodnicza „Dolina Potoku Zwór” niedaleko Ustrzyk Górnych). Wyjątek stanowi trasa turystyczna w rezerwacie przyrody Biała Woda w Pieninach (<http://zrobmy-to-razem.pl/art/gory-bez-barier>).

Wobec dużego zapotrzebowania na trasy przyjazne osobom niepełnosprawnym uruchomiono program „Karkonosze bez barier”, którego celem jest poszerzenie dostępności turystyki górskiej w Karkonoszach dla tych osób. Otwarto trasę między górną stacją kolei linowej na Kopę a schroniskiem Dom Śląski oraz ścieżkę do Wodospadu Szklarki. Wzdłuż całego szlaku ciągnie się pas z gładką nawierzchnią, która ułatwia poruszanie się na wózku. Zamontowano specjalne odbojowe deski przy krawędziach ścieżki, które zapobiegają zsunięciu się wózka, oraz pulpity informacyjno-edukacyjne. Cała trasa zajmuje tylko 1,5 km, ale zapowiedziano już adaptacje kolejnych, m.in. dostosowanie szlaku z Orlinka do schroniska Nad Łomniczką oraz wybudowanie platformy widokowej przy wodospadzie Kamieńczyk (<http://www.turystykadlawnaszystkich.pl>).

W Tatrach również można znaleźć szlaki o skali trudności umożliwiającej poruszanie się osobom z określonym stopniem niepełnosprawności. Niektóre z nich nie stwarzają żadnego problemu, by samodzielnie poruszać się na wózku inwalidzkim, a wiele jest takich, gdzie wystarczy niewielka pomoc osoby towarzyszącej. Po polskiej stronie to Droga Oswalda Balzera wiodąca w głąb Doliny Rybiego Potoku aż do Morskiego Oka, Dolina Kościeliska czy Dolina Chochołowska. Po stronie słowackiej niepełnosprawni mogą skorzystać z dróg rowerowych, np. nad Popradzki Staw, na Hrebienok lub nad Wielicki Staw. Na wózku można poruszać się również na Kalatówkach, na Gubałównie i nad Roztoką. I mimo że oferta tras jest dość bogata, to poważnym utrudnieniem jest to, że żadne ze schronisk w tych miejscach nie jest dostosowane dla niepełnosprawnych odwiedzających. Brakuje podjazdów dla wózków, szerokość drzwi nie jest dostateczna, by można było wjechać wózkiem, personel nie jest odpowiednio przeszkolony, a skorzystanie z toalet uniemożliwiają schody.

PROJEKTY POPULARYZUJĄCE TURYSTYKĘ GÓRSKĄ DLA NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Mimo wielu przeciwności natury organizacyjnej społeczeństwo zauważa potrzebę popularyzacji turystyki górskiej. Powstają spektakularne projekty zachę-

cające osoby niepełnosprawne do wypraw w góry. Jednym z nich jest „Niepełnosprawni w górach – Razem na szczyty”, projekt realizowany przez Fundację Jaśka Meli Poza Horyzonty. Podobnie jak podczas poprzednich wypraw: Elbrus 2009, El Capitan 2010 i Beskid Niski 2011 Survival Expedition jego celem jest pokazanie, że osoby niepełnosprawne mają pełne prawo przeżyć przygodę, zdobywać szczyty, poszerzać granice swoich możliwości. W projekcie biorą udział osoby niepełnosprawne – głównie z niepełnosprawnością ruchową i sensoryczną, m.in. z dysfunkcją wzroku i słuchu. Każda z nich walczy o zdobycie przynajmniej jednego szczytu. Wśród uczestników są zarówno podopieczni Fundacji Jaśka Meli Poza Horyzonty, jak i innych instytucji zajmujących się opieką i aktywizacją osób niepełnosprawnych oraz osoby indywidualne z całej Polski, chcące przyłączyć się do projektu. W trakcie projektu uczestnicy zdobędą w ciągu trzech lat 28 szczytów – po jednym ze wszystkich pasm górskich w Polsce. Powstanie również przewodnik dla osób niepełnosprawnych po szlakach prowadzących na 28 wybranych szczytów Polski (<http://razemnaszczyty.pl>).

Godne uwagi są też realizowane inicjatywy „Niepełnosprawni pełnowartościowi”, oraz „Turystyka dla wszystkich” – będąca stroną internetową z ogólnopolską bazą danych dla niepełnosprawnych miłośników gór. Wszystkie one ukierunkowane są na upowszechnienie wśród osób niepełnosprawnych aktywnych form spędzania wolnego czasu poprzez turystykę i krajoznawstwo (http://www.turystykadla wszystkich.pl/i_projekt.php).

ALTERNATYWNA FORMA TURYSTYKI GÓRSKIEJ – GÓRSKIE ROWERY INTEGRACYJNE

Rower, jeden z najpopularniejszych środków transportu w ostatnich latach, stał się modnym narzędziem mogącym zastąpić piesze wędrówki po górach. Wśród osób niepełnosprawnych ruchowo również rośnie popularność tej formy aktywności. Tym bardziej że niepełnosprawni też mogą korzystać z tego pojazdu, ponieważ powstaje coraz więcej firm specjalizujących się w produkcji rowerów przeznaczonych dla osób z różnego rodzaju schorzeniami. Konstruowane są rowery z obniżoną ramą ułatwiającą wsiadanie lub rowery mające siodełko z oparciem, by ustabilizować osobę ze schorzeniami kręgosłupa lub problemami z równowagą. Jednym z ciekawszych rozwiązań jest rower trójkołowy, napędzany siłą rąk – tzw. handbike. Konstruktor takiego trójkołowego handbike’a górskiego, który pozwala na zdobywanie górskich szczytów, jest Polak Jarosław Rola – niepełnosprawny kolarz i narciarz z Kamiennej Góry. To on zapoczątkował rozwój handbike’ów górskich na świecie. Na takim rowerze Jarosław Rola zdobył m.in. szczyt Śnieżki i Kilimandżaro. Explorer II Off-Road Handcycle jest przeznaczony do poruszania się w ekstremalnych warunkach off-road i zapewnia niezrównane możliwości. Pozwala na poruszanie się w miejscach takich jak góry, szlaki turystyczne, plaże czy też bike parki. Rowery te są najbardziej zaawansowanymi handbike’ami w swoim rodzaju, mają m.in. pełne niezależne zawieszenie, hydrauliczne hamulce tarczowe wszystkich trzech kół, szeroki wybór dostępnych przełożeń układu napędowego w zakresie 16–28 biegów, podwójny układ kierowniczy – tradycyjną kierownicę służącą do precyzyjnego

kierowania podczas szybkich zjazdów oraz alternatywny układ kierowania klatką piersiową, wykorzystywany do utrzymania handbike'a w linii prostej i wykonywania niewielkich skrętów, w czasie gdy ręce zajęte są napędzaniem roweru (<http://www.sport-on.com/#!pl-explorer>). Rower ten oprócz przydatności turystycznej pełni też funkcję rehabilitacyjną. Pomijając psychologiczny aspekt w postaci wolności i niezależności, jaką daje niepełnosprawnemu użytkownikowi, wspomaga wzmocnienie mięśni (głównie kończyn górnych, obręczy barkowej i tułowia) oraz ogólnie poprawia kondycję fizyczną. Nie bez znaczenia jest możliwość uzyskania na taki rower dofinansowania z powiatowego centrum pomocy rodzinie lub Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych. Wykonywane na zamówienie są również rowery dostosowane do konkretnego użytkownika i jego rodzaju niepełnosprawności. Korzysta się z takich rozwiązań, jak: silnik dla osób z osłabionymi kończynami dolnymi, rowery dla osób z protezami kończyn dolnych i górnych, rowery dla osób z MPD i innych. I choć konstruktorzy takich pojazdów prześcigają się w tworzeniu coraz to nowszych rozwiązań, to wciąż bardzo ważną barierą jest brak produkowanego seryjnie sprzętu turystycznego dostosowanego do potrzeb osób niepełnosprawnych. Dotyczy to nie tylko rowerów, ale również kajaków oraz wielu innych urządzeń i akcesoriów potrzebnych do uprawniania aktywnej turystyki. Najtrudniejsza do pokonania wydaje się jednak bariera finansowa. Przejawia się ona zarówno w niskich dochodach osób niepełnosprawnych, jak i w wysokich kosztach uczestnictwa w tych formach turystyki (Czupryna-Nowak i wsp. 2011). Dlatego integracyjne rowery górskie dofinansowane z PFRON-u lub innych organizacji pozarządowych to godna uwagi inicjatywa. Handbike górskie dają niespotykane dotąd możliwości uprawniania turystyki górskiej oraz zdobywania górskich szczytów przez osoby z niepełnosprawnością, a uczestnictwo niepełnosprawnych w górskiej turystyce rowerowej wpływa na poprawę ich samopoczucia, kondycji fizycznej i jest możliwością dzielenia aktywności oraz zainteresowań w tym samym czasie z rodziną i znajomymi, co daje poczucie pełnego udziału w życiu społecznym.

WNIOSKI

Rosnące zainteresowanie wszelkimi formami aktywności osób niepełnosprawnych pociąga za sobą konieczność zmian obecnego stanu infrastruktury turystycznej, regulacji prawnych oraz zwiększenia możliwości dostępu osób niepełnosprawnych do informacji w zakresie turystyki górskiej. Powinno to stanowić wyzwanie dla PTTK i kierowników schronisk górskich, przynajmniej w zakresie dostosowania obiektów na szlakach turystycznych do potrzeb takich osób. W dobie tak zaawansowanych możliwości technologicznych dziwi brak wykorzystania całej gamy środków dotarcia do niepełnosprawnych i ich ciągle niewystarczająca wiedza w zakresie możliwości aktywnego spędzania czasu. Dotychczas jedynie garstka specjalistycznych portali internetowych porusza temat dostosowania szlaków, obiektów turystycznych i udogodnień w turystyce górskiej dla niepełnosprawnych. Wskazuje to na potrzebę szerszej promocji tej formy aktywnej turystyki wśród środowisk związanych z górami i branżą rekreacyjną.

Warto byłoby również włączyć w akcje informacyjno-promocyjne jednostki administracyjne, które mogłyby zachęcić niepełnosprawnych np. dofinansowaniami do tej formy aktywnego wypoczynku. Zapewne wtedy wzbudziłyby większe zainteresowanie alternatywne formy uprawiania turystyki górskiej, takie jak: rowery górskie dla niepełnosprawnych, przejażdżki konne po górach, spływy kajakowe itd. Perspektywy rozwoju tej gałęzi turystyki osób niepełnosprawnych są ogromne, ale wymagają nadal wielu starań, zarówno branży turystycznej, rekreacyjnej, rehabilitacyjnej, jak i naukowej oraz technologicznej.

BIBLIOGRAFIA

- Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse i zagrożenia (2007) Instytut Turystyki, Warszawa. Wykonano na zlecenie Departamentu Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki.
- Czupryna-Nowak A., Hysa A., Jakowska-Suwalska B., Mularczyk K., Szromek A. (2011) Analiza wybranych zagadnień turystyki z uwzględnieniem potrzeb osób niepełnosprawnych. *Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie Politechniki Śląskiej*, 57, 65–83.
- Łobożewicz T., Bieńczyk G. (2001) Podstawy turystyki. WSE, Warszawa.
- Midura F., Żbikowski J. (2005) Krajoznawstwo i turystyka osób niepełnosprawnych. PWSZ im. Papieża Jana Pawła II, Biała Podlaska.
- Raya N.M., Ryder M.E. (2003) „Eilities” tourism: an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management*, 24, 57–72.
- Skalska T. (2004) Turystyka osób niepełnosprawnych – ograniczenia i możliwości rozwoju. Wyższa Szkoła Hotelarstwa, Gastronomii i Turystyki, Warszawa.
- Śledzińska J. (2008) Turystyka dla wszystkich – ogólnopolski projekt realizowany przez PTTK w 2008 r. [W:] A. Stasiak (red.), Rola krajoznawstwa i turystyki w życiu osób niepełnosprawnych. PTTK „Kraj”, Warszawa, 63.
- Śledzińska J. (2011) Turystyka dla wszystkich. Dostępność infrastruktury turystycznej w Polsce dla osób z różnymi niepełnosprawnościami. [W:] J. Wyrzykowski, J. Marak (red.), *Tourism role in the regional economy*. UE, Wrocław, 423–438.

Źródła internetowe

- <http://razemnaszczyty.pl> [data dostępu: 01.07.2014].
- <http://zrobmy-to-razem.pl/art/gory-bez-barier> [data dostępu: 01.07.2014].
- <http://www.sport-on.com/#!/pl-explorer> [data dostępu: 01.07.2014].
- <http://www.turystykadlawszystkich.pl> [data dostępu: 01.07.2014].
- http://www.turystykadlawszystkich.pl/i_projekt.php [data dostępu: 01.07.2014].

HANNA PRÓSZYŃSKA-BORDAS, WOJCIECH GIEMZA
Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie

TURYSTYKA AKTYWNA W MASYWIE MONTSERRAT W KATALONII

Abstract

Active tourism in the Montserrat Massif (Catalonia)

The paper analyzes the features of the active tourism in the emblematic Catalan mountain, protected by the Montserrat Natural Park. The Benedictine Monastery of Saint Mary housing the miraculous Black Madonna image is an important factor, enhancing both cultural and eco-tourism due to the transport infrastructure and other facilities designed for the visitors. The hiking activities evolved from pilgrimage traditions. Nowadays the main factor attracting active tourists is nature, especially the varied lay of the land, ideal for mountain activities. The on-site survey on active tourist population visiting the Montserrat Natural Park was carried out. Basic data, collected using on-site active tourist population survey, focused on demographic characteristics, preferences (forms of active tourism, frequency of visits, length of stay, accompanying persons, transport, accommodation, catering and other services, etc.), attitude towards nature conservation and opinion on the attractiveness of the area of Montserrat for outdoor activities. The statistical analysis was performed on two subgroups: hikers and climbers. Some statistical differences between hikers and climbers have been detected. Among the hikers, there were far more young people who were beginners in mountain activity, they liked to ramble in groups, and were not trained in pro-environmental attitudes. The climbers, mostly young persons, come with their friends; they were mostly one day-visitors, much more conscious than the hikers about the need to behave in such a way as to preserve the mountain environment. Active tourists yield little economic income to the area – they stay for a day or use cheap accommodation and do not spend their time in restaurants. Respondents, usually satisfied with the quality of preparation of the area for active tourism, postulated to initiate measures to improve the conduct of the public visiting the Park. Among other aspects that need improvement, they mentioned the state of footpaths and out-door facilities and the marking of the trails.

Key words: climbing, hiking, outdoor recreation, active tourism

WPROWADZENIE

Na terenie górskim występują wielorakie walory specjalistyczne, nadające się do różnego rodzaju aktywności rekreacyjnej i sportowej, całorocznej lub specyficznej dla danej pory roku. Uprawiających wędrówki piesze nazwać można piechurami. Wielu zwolenników znajdują wędrówki uprawiane z użyciem różnego sprzętu transportowego, napędzanego siłą własnych mięśni, a niekiedy z pomocą zwierząt. W sezonie bezśnieżnym najpopularniejszym pojazdem do wędrówek turystycznych po łądzie poruszającym siłą mięśni stał się rower. Na potrzeby niniejszej pracy turystów pokonujących teren głównie za pomocą siły nóg na-

zwano wędrowcami, termin ten obejmuje piechurów i rowerzystów. Turystów używających także mięśni rąk do przemieszczania ciała i utrzymywania równowagi na mocno nachylonych powierzchniach nazwano natomiast wspinaczami. Poruszanie się po terenie górskim wymaga znacznego wysiłku, koordynacji ruchowej i umiejętności zachowania się w specyficznych sytuacjach, związanych z ekspozycją, zmienną pogodą itp., toteż bezpieczne i racjonalne uprawianie turystyki górskiej wiąże się ze zdobyciem niezbędnej wiedzy, wprawy w technikach poruszania się i asekuracji, a także zażyłości z terenem i przewidywania skutków własnego postępowania i zdarzeń zewnętrznych. Aktywnością inicjującą w turystyce górskiej są zazwyczaj wycieczki piesze z charakterystycznym dla form wędrowkowych połączeniem aktywności fizycznej z krajoznawstwem – poznawaniem specyficznej natury gór i ich dziedzictwa kulturowego, a także z wyrabianiem własnej kultury turystycznej (Prószyńska-Bordas 2013). Negatywny wpływ turystyki na wrażliwe ekologicznie środowisko górskie można zmniejszyć przez właściwe zarządzanie: kanalizowanie i limitowanie ruchu turystycznego, kontrolę przestrzegania norm oraz edukację odwiedzających (Attarian i Keith 2008).

Położony w Katalonii masyw Montserrat, znany przede wszystkim jako centrum kultu religijnego i kolebka ruchów promujących tożsamość narodu katalońskiego, jest miejscem atrakcyjnym również dla zwolenników krajoznawstwa i turystyki aktywnej ze względu na wyjątkową scenerię, sieć szlaków turystycznych i dróg wspinaczkowych. Wędrówki piesze na terenie masywu Montserrat mają początek w wielowiekowej tradycji pielgrzymowania do monserratyńskiego opactwa benedyktynów, gdzie kultem otaczano wizerunek romańskiej Matki Bożej z Dzieciątkiem (Parellada 2002). Powstała sieć szlaków, którymi z różnych stron docierano do klasztoru, aby złożyć hołd Bogu i zapalić lampkę wotywną. Sanktuarium było w średniowieczu ważnym punktem etapowym dla pielgrzymów zmierzających do Santiago de Compostela, którzy nie omijali góry, przyciągani kultem Maryjnym, rozślawionym w średniowieczu m.in. przez kantyczki Alfonsa X Mądrego, a także famą o gościnności mnichów (Claramunt i Bertran 2010).

W czasach nowożytnych Montserrat zaciekało też badaczy. W 1800 r. podróżował tu niemiecki humanista Wilhelm von Humboldt, brat przyrodnika Aleksandra, zachwycając się krajobrazem i przeprowadzając badania antropologiczne – wywiady z anachoretami, zamieszkującymi monserratyńskie pustelnie. W swojej pracy *Montserrat bei Barcelona* dla świata romantycznych elit odkrył poznawcze i artystyczne walory Montserrat (Alexandri 2006).

Dla społeczeństwa katalońskiego oprócz motywacji religijnych ważnym motywem podróży do Montserrat były (i są nadal) przesłanki narodowościowe. Benedyktyni rozwijali kulturę katalońską, gromadzili archiwalia, a poprzez działalność duszpasterską i wydawniczą formowali świadomość narodową społeczeństwa. Z czasem znaczenie religijne tego miejsca zaczęło być łączone z wartościami kulturowymi i klasztor montserratyński stał się symbolem obrony tożsamości katalońskiej. Motywacje poznawcze podejmowania podróży do Montserrat ujawniły się wśród coraz lepiej wykształconego laikatu. Naukowcy-amatorzy podejmowali tu rozmaite badania (geologiczne, historyczne itp.).

Po wybudowaniu linii kolejowej Barcelona-Manresa rozwinęła się tu turystyka popularna. Od 1892 r., gdy na 400-lecie odkrycia Ameryki ruszyła tu pierwsza w Hiszpanii kolejka zębata, dowożąc do klasztoru odwiedzających, tysiące ludzi bez większego wysiłku docierały do centrum masywu. Odwiedzający wykorzystywali dość gęstą sieć dróg i ścieżek, wiele z nich stromych i przepaściстых, nieprzystosowanych do publicznego użytkowania. Należało stworzyć swoisty program turystyczno-religijny, aby można było w sposób nieinwazyjny i bezpieczny nawiedzić okoliczne ważne miejsca, nasycić oczy widokami, wczuć się w ducha miejsca. Wytyczono więc wygodne ścieżki spacerowe i odpowiednio zabezpieczone punkty widokowe. Wydano pierwsze przewodniki w języku hiszpańskim i katalońskim (*Itinerari* 1909).

Obecnie obszar jest objęty ochroną w postaci Parku Naturalnego Góry Montserrat (*Gasol* 1992). Ze względu na unikatową przyrodę abiotyczną teren ten stanowi część Geoparku Katalonii Centralnej (*Restrepo Martínez* 2006). Park Naturalny Góry Montserrat, mimo znajdującego się na jego obszarze wybitnego zespołu kulturowego z przyklasztornym kompleksem obsługi turystów, mającego międzynarodowe znaczenie jako centrum turystyki religijnej i kulturowej i przyjmującego znaczny ruch pielgrzymkowo-turystyczny (ok. 2 mln osób rocznie), zachował w dużej mierze charakter nieprzeinwestowanego obszaru przyrodniczego, atrakcyjnego ze względu na unikatowość rzeźby skalnej, odpowiedniego do uprawiania „łagodnej”, nieingerującej w przyrodę aktywności rekreacyjnej.

Teren masywu został przystosowany do użytkowania rekreacyjnego, przede wszystkim na potrzeby społeczności regionalnej. Współczesna infrastruktura przeznaczona dla ruchu turystycznego, obejmująca na terenie parku sieć komunikacyjną oraz nieliczne obiekty noclegowe, jest udoskonalana zgodnie z ideą turystyki zrównoważonej – przyjaznej środowisku naturalnemu i społeczno-kulturowemu – przez podmioty zajmujące się rozwojem turystyki (Park Naturalny Góry Montserrat, opactwo benedyktynów i działające w jego imieniu przedsiębiorstwo *Agrícola Regional S.A.*, jednostki samorządu terytorialnego, stowarzyszenia turystyczne). Warto podkreślić przewodnią rolę powołanego w 1950 r. zespołu nadzorczego (*Patronat de la Muntanya de Montserrat*), skupiającego przedstawicieli różnych grup interesu, który pełni funkcję kuratora w sprawach rozwoju działalności człowieka i ochrony przyrody, integrując dążenia interesariuszy i szukając zrównoważonych rozwiązań.

Gospodarze parku przeciwdziałają niepożądanym wpływom użytkowania turystycznego poprzez akcje uświadamiające turystów oraz udostępnianie zgodne z wynikami monitoringu zmian przyrodniczych. Formami regulacji ruchu turystycznego jest jego kanalizowanie oraz kontrolowane rozpraszanie, poprzez właściwe rozmieszczenie parkingów i szlaków turystycznych, a także okresowe zamykanie dróg wspinaczkowych położonych w rejonach szczególnie cennych przyrodniczo. Osobom odwiedzającym sanktuarium montserratyńskie proponuje się spacerować po zurbanizowanym otoczeniu sanktuarium lub wjazd na szczyt kolejką zębatą. Zasięg penetracji terenu podejmowanej przez odwiedzających sanktuarium jest niewielki. Zbytne rozproszenie mas turystów przybywających do sanktuarium jest niekorzystne ze względu na przewidywane szkody ekologiczne (zadeptanie, zaśmiecenie), to jednak jest pozytywne z powodu

korzyści ekonomicznych (poświęcają więcej czasu konsumpcji, korzystając z bazy gastronomicznej i placówek handlowych).

Dzisiejsza sieć szlaków turystycznych nawiązuje do dawnych drózek pielgrzymich. Najpopularniejszą ścieżką pątniczą jest stroma Drecera dels Tres Quarts z Monistrol do klasztoru (biegnie nią szlak GR-96). Przez masyw przebiega kilka szlaków długodystansowych: GR-4, GR-5, GR-6, GR-172 (odnoga szlaku GR-7). Wobec odrodzenia się pielgrzymek do Santiago de Compostela, podobnie jak w całej Europie, odtworzono tu dawne trasy compostelańskie (Claramunt Rodríguez i Bertran Roigé 2010, El Camino de Santiago en Catalunya 2010, El Camí de Sant Jaume: el Port de la Selva 2010, El Camí de Sant Jaume: de Barcelona a Montserrat 2010). Oznakowane są one żółtymi strzałkami i emblematami z muszlą na niebieskim tle (www.camidesantjaume.cat). W opactwie można przenocować w domu pielgrzyma i zaopatrzyć się w legitymację pielgrzyma (*credencial*).

Wyznaczony w 2003 r. okrężny szlak krótkodystansowy (*Petit Recorregut*) PR C-19 z Monistrol, oznakowany żółto-białym paskiem, o długości 24 km i różnicy wzniesień około 800 m, łączy trzy klasztory: żeński Sant Benet, męski w Montserrat i dawny klasztor Santa Cecilia, a następnie pozwala spenetrować północną część masywu (muntanyamontserrat.gencat.cat). Nową inicjatywą są tematyczne szlaki spacerowe w okolicznych miejscowościach u podnóża Montserrat, co sprzyja deglomeracji turystyki na mniej cenne obszary otuliny parku naturalnego i aktywizacji oferty turystycznej małych miejscowości. Reasumując, masyw jest przystosowany do wędrówek pieszych – znakowane szlaki długodystansowe przecinające się na obszarze masywu, okrężny znakowany szlak lokalny oraz prawdziwy labirynt ścieżek pozwalają wytrawnym turystom na komponowanie coraz to nowych tras.

Tradycja zbiorowego pielgrzymowania pieszego mieszkańców poszczególnych parafii przekształciła się i przyjęła postać świeckich imprez marszowych, biegowych i rowerowych z metą w Montserrat. Wśród imprez marszowych z różnych miejsc Katalonii (tab. 1) najbardziej znany i najdłuższy jest nocny marsz Matagalls-Montserrat (85,5 km) o sumie podejść i zejść niemal 6000 m (www.matagallsmontserrat.cat). Jest to próba wytrzymałości w warunkach górskich ciesząca się w Katalonii największym udziałem, a liczbę uczestników ze względów ekologicznych ograniczono do 3000 (obowiązują zapisy). Impreza upamiętnia księdza Jaume Oliveras (1877–1957), jednego z pionierów wspinaczki w Katalonii, który sam przeszedł tę trasę w 1904 r. Przemarsze zorganizowane rozpoczęto w roku 1972, jeszcze za czasów dyktatury Franco, kiedy inne sposoby manifestowania odrębności Katalończyków nie były dozwolone.

Mieszkańcy Barcelony mogą wyruszyć do Montserrat pieszo ze swoich domów, biorąc udział w nocnym Marszu Gracia-Montserrat lub Sants-Montserrat. Marsz Szlakiem Trzech Klasztorów (52,5 km, 2000 m podejść, 1300 m zejść) jest wiosenną propozycją miłośników wędrownictwa z Terrassy (www.ce-terrassa.cat). Na marsz organizowany co dwa lata zgłasza się około 700 osób. Startują w klasztorze w Sant Cugat de Valles przed świtem, odwiedzają klasztor w Sant Llorenç de Munt i wieczorem zgłaszają się na mecie w klasztorze w Montserrat.

Rośnie popularność imprez biegowych. Bieg Jutrzenki (*Cursa de l'Alba*) – półmaraton górski o charakterze zawodów – odbywa się w całości w obrębie masywu

Tabela 1. Popularne imprezy turystyki pieszej z metą w Montserrat

Trasa	Długość [km]	Miesiąc	Edycja 2014	Organizator
Matagalls–Montserrat	85,5	IX	35	Club Excursionista de Gracia ¹
Polinyà–Montserrat	50	V	35	Associació Excursionista de Polinyà ²
La Garriga–Montserrat	68	V	32	Centre Excursionista Garrigenc ³
Gracia–Montserrat	57	V/VI	27	Unió Excursionista de Catalunya de Gràcia ⁴
Papiol–Montserrat	37	V/VI	27	Club Excursionista de Gracia ¹
Ripollet–Montserrat	47	IV	27	Centre Excursionista Ripollet ⁵
Molins de Rei–Montserrat	49	IV	17	Centre Excursionista de Molins de Rei
Szlak Trzech Klasztorów	52,5	III	13	Centre Excursionista de Terrassa ⁶ Club Muntanyenc de Sant Cugat ⁷
Parets–Montserrat	60	V	11	Centre Excursionista de Parets ⁸
Sants–Montserrat	65,8	V	5	Unió Excursionista de Catal. de Sants ⁹
La Portals (wokół Montserrat)	47	IV	2	Peus de Collbató

1 – www.cegracia.cat, 2 – www.ceredis.cat, 3 – www.cegarriguenc.org, 4 – www.uecgracia.cat, 5 – www.centreexcursionistaripollet.com, 6 – www.ce-terrassa.cat, 7 – www.cmsc.cat, 8 – www.ceparets.com, 9 – www.uecsants.org

Montserrat. Trasa jest okrężna ze startem i metą w Collbató, przebiega przez Świętą Grotę (Santa Cova), klasztor i punkt kulminacyjny masywu Sant Jeroni (1235 m n.p.m.). Ma cztery punkty posiłkowe i sześć kontrolnych. Bieg współorganizują władze miejskie Collbató i Federacja Katalońska Lekkoatletyki (Federació Catalana d'Atletisme).

Wobec dużego zainteresowania imprezami trasowymi samorządy i lokalne organizacje turystyczne w ramach projektu Portals de Montserrat dołączyły do kalendarza imprez swoje propozycje. Trasa Portals de Montserrat, łącząca cztery miejscowości municypalne – „bramy” do Montserrat, od 2013 r. gości imprezę pieszą o długości 47 km i bieg długodystansowy – ultramaraton o długości około 70 km. Pierwsi na taki pomysł wpadli miłośnicy dwóch kółek – od 2010 r. wokół masywu rozgrywana jest impreza rowerowa BTT, polegająca na objechaniu masywu trajektorią liczącą 55–60 km, o 1850 m podjazdów i zjazdów (www.laportals.cat).

Okolice Montserrat oferują duże możliwości wycieczek rowerowych, zarówno szosowych, jak i terenowych. Jednak na obszarze parku ruch rowerowy jest ograniczony regulaminem obszaru chronionego i możliwy na drogach otwartych dla ruchu publicznego, dlatego nie ma tu możliwości organizowania przejazdów przełajowych. Dobre warunki znajduje tu natomiast górskie kolarstwo szosowe. Drogami publicznymi przebiega szlak rowerowy wiodący z l'Anoia do El Bruc. Fragment znajdujący się na terenie masywu Montserrat to pętla o długości 22 km

biegnąca z El Bruc, przez Can Maçana, Coll del Bruc z powrotem do El Bruc. Popularny jest szlak okrężny wokół masywu, głównie gruntowymi drogami leśnymi: Monistrol – La Puda – Collbató – La Vinya Nova – Can Maçana – Marganell – Monistrol (50,8 km, podjazd 1220 m, zjazd 1227 m). Rower można dowieźć pociągiem linii Barcelona–Manresa. Krajoznawcze szlaki rowerowe promowane są przez lokalne organizacje turystyczne. Jednym z nich jest łatwy szlak dolinny lewą stroną doliny Llobregat na trasie Monistrol de Montserrat – La Puda de Montserrat (muntanyamontserrat.gencat.cat). Rowerzyści zamieszczają w Internecie w postaci śladu GPS wiele tras indywidualnie odbytych wycieczek (es.wikiloc.com). Turystyka rowerowa, mimo oficjalnego jej ograniczenia do dróg publicznych i tylko jednego oznakowanego szlaku rowerowego biegnącego na obrzeżach omawianego obszaru, rozwija się dzięki spontanicznym inicjatywom społeczności rowerzystów.

Wizerunek góry Montserrat, ze względu na rzeźbę skalną, kojarzy się przede wszystkim z turystyką wspinaczkową. Masyw Montserrat powszechnie uważany jest za kolebkę katalońskiej wspinaczki, a także miejsce kształtowania się nowych trendów wspinaczkowych promieniujących na całą Hiszpanię. Wyjątkowa struktura montserratyńskiego zlepieńca przyciąga na teren masywu też wspinaczy zagranicznych. Turystyka wspinaczkowa w Montserrat obejmuje wspinaczkę sportową (z górną asekuracją „na wędkę”, co nie wymaga zakładania w ścianie stanowisk asekuracyjnych podczas wspinaczki), wspinaczkę tradycyjną wielowyciągową na wyższych ścianach (z zakładaniem kolejnych stanowisk asekuracyjnych) oraz wspinanie się na „via ferrata”. Najbardziej rozpowszechnionym rodzajem wspinaczki na terenie masywu Montserrat jest wspinaczka sportowa, uprawiana głównie na stoku południowym, gdzie jest bardzo wiele uzbrojonych jednowyciągowych ścian. Znajdujące się tam strefy niskich ścianek, do 20 m, np. Jardinet (Ogródek) koło Collbató, wykorzystywane są w nauce wspinaczki. Wspinaczka wielowyciągowa uprawiana jest na ścianach powyżej 50 m, a ich pokonanie zajmuje zazwyczaj kilka godzin lub cały dzień. Na typowych tutejszych „igłach” wspinacze mają do dyspozycji drogi o różnicach poziomów 150–200 m. Masyw Montserrat słynie ze swoich dróg wielowyciągowych, pozwalających na zdobycie legendarnych ścian: Cavall Bernat, Diables, Patriarques, l'Aeri, el Serrat del Moro, Ecos, Frares Encantats, Agulles, la Panxa del Bisbe, l'Elefant, la Prenyada. Latem, gdy ściany o wystawie południowej są bardzo rozgrzane, zbocze północne zapewnia cień, zimą preferencyjnym terenem jest zbocze południowe, podczas gdy zbocze północne jest wilgotne, a skała zimą może być śliska (Hita 2006).

Zagospodarowanie dróg wspinaczkowych polega na założeniu stałych haków do asekuracji i niekiedy sztucznych ułatwień. W Montserrat uzbrojone ściany do wspinaczki sportowej liczone są w tysiącach. Pierwsze stałe stanowiska asekuracyjne utworzono tu w 1921 r. Pokonywanie eksponowanych miejsc umożliwia *via ferrata* – droga wyposażona w łańcuchy, żelazne drabinki, stopnie czy klamry oraz liny, a także służącą do autoasekuracji stalową linkę poprowadzoną wzdłuż trasy i mocowaną co kilka metrów uchwytami do skały, tak aby wspinający się mógł przypiąć do niej swoją uprząż za pomocą lonży i karabinków.

Dwie „żelazne drogi” na terenie Montserrat stanowią dużą atrakcję dla osób, które chcą się zapoznać ze sztuką bezpiecznego poruszania się w przepaścistym terenie. *Via ferrata* Teresina, utworzona w latach 1993–1997 na ścianie Santa Cecilia, była pierwszą tego typu drogą w Hiszpanii. Jej pomysłodawcą był legendarny wspinacz i miłośnik Montserrat – Antonia Garcia Picazo. Razem z przyjaciółmi uzbroił on drogę o trudności IV+ prowadzącą na wierzchołek najwyższej góry masywu – Sant Jeroni (1236 m n.p.m.). Droga ma 1000 m długości i pokonuje różnicę poziomów 350 m. Jest wyposażona w łańcuchy, liny, poręcze i żelazne klamry (Picazo 2006). Czas przejścia trasy szacowany jest na około 2,5 godz. (*Vias ferrata de Catalunya* 2001). Drugą z montserratyńskich „via ferrat” jest Ferrata del Mejjllón, zainstalowana również na ścianie Sant Jeroni, która biegnie niemal całkowicie w kominie Pou de Glaç. Uzbrojenie drogi stanowią głównie łańcuchy, przejście wymaga wysokiej sprawności fizycznej.

Drogi wspinaczkowe Montserrat, opisywane w przewodnikach (Barberá Suqué 1977), zostały zinwentaryzowane w 2007 r., obejmując 3617 pozycji, w tym 3257 wyposażonych (muntanyamontserrat.gencat.cat). Patronat de la Muntanya de Montserrat, pełniący funkcję kuratora w sprawach rozwoju turystyki, wyznacza strefy dozwolone do wspinaczki, kontroluje zakładanie nowych stanowisk asekuracyjnych (dozwolone jest używanie materiałów w kolorze szarym), limituje wspinaczkę w okresie gnieźdzenia się ptaków w skałach. Nie wolno pozostawiać materiałów wspinaczkowych ani malować znaków na skale.

W związku z negatywnym wpływem obecności wspinaczy na florę, zwłaszcza na stanowiska endemicznego dla gór Katalonii podgatunku iglicy (*Erodium foetidum rupestre*), i faunę – szczególnie na zanikające ptaki ze środowisk naskalnych (np. białorzytkę żałobną) i ptaki drapieżne gniazdujące w skałach (Ariño 2011), wspinaczka jest regulowana zarządzeniami władz: strefa A (m.in. ściany ponad klasztorem) jest całkowicie wyłączona ze wspinaczki, w strefie B nie wolno się wspinać w I i II kwartale, w strefie C w okresie 1.02.–31.05., w strefie D – 1.03.–31.07. Istnieje wykaz dróg wspinaczkowych całkowicie lub okresowo niedostępnych (muntanyamontserrat.gencat.cat).

Montserrat co kilka lat (2001, 2009 i 2012) jest miejscem spotkań wspinaczy z całej Hiszpanii (Encuentros Anuales de Escaladores), organizowanych corocznie przez hiszpańską grupę wysokogórską Grupo de Alta Montaña Español. Zjeżdżają się tu wówczas wspinacze z różnych regionów państwa. Większość zrzeszona jest w FEDME (Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada, www.fedme.es [data dostępu: 1.08.2014]), znajdując w ścianach Montserrat bogactwo możliwości zarówno do uprawiania wspinaczki sportowej, jak i pokonywania długich dróg wspinaczkowych, m.in. Cavall Bernat, Diables, Patriarques, l'Aeri, el Serrat del Moro, ściany Ecos, Frares Encantats i Agulles.

Turystyka speleologiczna polegająca na eksploracji jaskiń jest trudną dyscypliną turystyki aktywnej. Wymaga ona kondycji fizycznej i psychicznej, dobrego stanu zdrowia, gruntownego przygotowania teoretycznego i praktycznego, a także wytrzymałości na długotrwałe przebywanie w ciemnościach, niskiej temperaturze oraz wilgoci. Montserrat słynie ze studni, które od dawna fascynowały mnichów i badaczy, m.in. farmaceutę Gerarda Joana, który na początku XIX w.

przez 16 lat penetrował ten teren, próbując odkryć tajemnice wnętrza górotworu (Muntadas 1867).

Turystyka myśliwska możliwa jest w sezonie łowieckim w określone dni tygodnia. Większa część masywu jest obszarem uznanym za strefę kontrolowanego polowania. Wydział Środowiska i Mieszkalnictwa (Dept. de Medi Ambient i Habitatge) reguluje kwestię polowań, tak aby działalność myśliwska była zrównoważona i prowadzona zgodnie z ustaleniami władz gwarantujących prawidłowe zarządzanie aktywnością łowiecką. Do głównych gatunków łowieckich masywu Montserrat należą dzik i koza górską, których populacja przekracza liczebność idealną do utrzymania równowagi ekologicznej. W okolicznych gminach działają stowarzyszenia myśliwskie. Ich członkowie polują zgodnie z wynikami inwentaryzacji gatunków łowieckich, gwarantując racjonalną gospodarkę zasobami. Okres polowania trwa od października do końca lutego. Na dziką poluje się w wyznaczone dni tygodnia. Wówczas turyści powinni zachować szczególną ostrożność i nie wchodzić na obszary objęte polowaniem.

Turystyka motocyklowa ma w masywie Montserrat ponad stuletnią tradycję. To tu w okolicach El Bruc w latach 1913–1922 odbywały się pierwsze w Katalonii górskie zawody motocyklowe. W 2014 r. w celu upamiętnienia stulecia tej imprezy odbył się w El Bruc zlot motocykli. Oprócz jazdy szosowej wiele osób uprawia tu jazdę terenową, publikując w Internecie trasy przejazdu.

CEL I METODY BADAŃ

Problemem badawczym pracy jest zróżnicowanie cech ruchu turystycznego, współistniejącego na danym obszarze górskim, w zależności od uprawianej aktywności fizycznej, oraz wynikające z tego przesłanki dla decyzji odnoszących się do zarządzania funkcją turystyczną obszaru. Celem pracy jest zbadanie stanu jakościowego turystyki aktywnej na terenie katalońskiego masywu Montserrat z uwzględnieniem uwarunkowań przyrodniczych i historii rozwoju turystyki aktywnej na tym terenie. Celem szczegółowym jest zbadanie cech turystów aktywnych, ich zachowań i preferencji w zakresie uprawianej dziedziny aktywności ruchowej oraz wyrażonych przez nich opinii o jakości oferty turystycznej Naturalnego Parku Góry Montserrat. Badaniami objęto dwie wyróżniające się liczebnie na tym obszarze grupy osób aktywnie przemierzających masyw: wędrowców (pieszych, rowerowych) i wspinaczy. Do badań wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego – techniką ankiety.

Pytania badawcze:

1. Jakie formy turystyki aktywnej są popularne w Parku Naturalnym Montserrat?
2. Jak kształtuje się profil turysty aktywnego pod względem cech demograficznych, wybranych cech społecznych i preferencji turystycznych?
3. Jakie zachowania turystyczne przeważają wśród turystów aktywnych na tym obszarze (częstości przyjazdów, długość pobytu, środek transportu, korzystanie z bazy noclegowej i gastronomicznej)?
4. Co, zdaniem respondentów, stanowi o atrakcyjności tego obszaru dla turystyki aktywnej?

5. Czy obecny kształt turystyki aktywnej w masywie Montserrat odpowiada potrzebom społecznym?
6. Jakie propozycje ulepszeń istniejącego stanu zgłaszają turyści?
7. Jakie jest ich stanowisko w kwestii ochrony przyrody masywu?
8. Czy istnieją (a jeśli tak, to jakie) statystycznie istotne różnice pomiędzy strukturą, zachowaniami turystycznymi i opiniami populacji turystów wędrujących (pieszo, na rowerze) i turystów uprawiających wspinaczkę?

Badania ankietowe realizowano w kilku turach w Montserrat w miesiącach zimowych i wiosennych w 2007 r. Ankiety zbierano na parkingu w Can Maçana i w Santa Cecilia, w schroniskach Vicenç Barbé i Sant Benet, w rejonie wspinaczkowym Vermell del Xincarró i Vinya Nova, w okolicach sanktuarium oraz na ścieżkach turystyki pieszej. Dobór grupy był celowy, przeprowadzony w miejscach, w których można spotkać osoby uprawiające turystykę aktywną. Respondentów wybierano losowo spośród turystów znajdujących się w miejscu badania. Ankieta zawierała pytania w większości zamknięte i półotwarte, niektóre z wielokrotnym wyborem odpowiedzi. Ankiety sporządzone zostały w trzech językach: katalońskim, hiszpańskim i angielskim. Do analizy statystycznej użyto programu IBM SPSS Statistics 21 (Malarska 2005). Na potrzeby analizy krzyżowej dokonano podziału badanej populacji na dwie kategorie: wędrowców (pieszych, rowerowych) i wspinaczy. Uzyskane rozkłady zamieszczono w tablicach kontyngencji. Za poziom prawdopodobieństwa, określający statystycznie istotne różnice w rozkładzie danej cechy pomiędzy badanymi kategoriami wędrowców i wspinaczy, uznano $p = 0,05$.

WYNIKI

Analiza oparta jest na grupie 89 respondentów: 55 wędrowców i 34 wspinaczy. Wyniki zebrano w tabelach 2–15.

Płeć i wiek respondentów. Wśród respondentów dominowali mężczyźni (66%), zarówno w grupie wędrowców, jak i wspinaczy (tab. 2). Najstarszy z ankietowanych miał 82 lata, najmłodszy – 14 lat. Struktura wiekowa badanych wskazuje na przewagę osób w wieku średnim (26–50 lat). Grupa wędrowców odznaczała się dużym udziałem młodzieży niepełnoletniej oraz osób w wieku średnim (36–50 lat). W grupie wspinaczy nie było osób małoletnich, natomiast dominowały osoby w wieku 26–35 lat (tab. 2). W grupie wędrowców mężczyźni byli starsi od kobiet (odpowiednio $37,6 \pm 15,0$ lat i $28,9 \pm 13,7$ lat), w grupie wspinaczy mężczyźni okazali się młodszy (odpowiednio $30,6 \pm 5,5$ lat i $37,0 \pm 13,4$ lat). Ogółem średni wiek mężczyzn ($34,9 \pm 12,6$ lat) był wyższy od średniego wieku kobiet ($31,9 \pm 13,9$ lat).

Pochodzenie respondentów. Pod względem pochodzenia zdecydowanie przeważali mieszkańcy Katalonii (91%) nad mieszkańcami innych części Hiszpanii. Udział cudzoziemców był niewielki (około 6%) (tab. 2).

Przynależność do stowarzyszeń i związków turystyki aktywnej. Połowa respondentów nie należała do żadnego stowarzyszenia turystyki aktywnej (tab. 3). Co piąty należał do FEEC (Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya, Federacja

Tabela 2. Charakterystyka respondentów [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Płeć			
Mężczyzna	65,5	67,6	33,7
Kobieta	34,5	32,4	66,3
Wiek			
< 18 lat	25,5	0,0	15,7
18–25 lat	9,1	17,6	12,4
26–35 lat*	10,9	64,7	31,5
36–50 lat*	41,8	11,8	30,3
51–65 lat	10,9	2,9	7,9
> 65 lat	1,8	2,9	2,2
Pochodzenie			
Katalonia	87,3	97,1	91,0
Hiszpania	5,5	0,0	3,4
Zagranica	7,3	2,9	5,6

* statystycznie istotna różnica między grupą wędrowców i grupą wspinaczy

źródło: badanie własne

Tabela 3. Przynależność do stowarzyszeń turystycznych (wielokrotny wybór odpowiedzi) [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Niezrzeszeni	47,3	58,8	51,7
FEEC*	12,7	35,3	21,3
Skauting	25,5	0,0	15,7
FEDME	3,6	11,8	6,7
FCE	0,0	5,9	2,2
CEC	3,6	0,0	2,2
CMH	9,1	0,0	5,6
Inne	3,6	5,9	4,5

* statystycznie istotna różnica między grupą wędrowców i grupą wspinaczy

źródło: badanie własne

Klubów Wycieczkowych Katalonii), istotnie częściej byli to wspinacze ($p = 0,01$). Do skautingu katalońskiego należała duża grupa wędrowców, lecz ani jeden wspinacz. Przynależność do FEDME (Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada, Federacja Hiszpańska Sportów Górskich i Wspinaczki) (www.fed-me.es) częściej charakteryzowała badanych wspinaczy niż wędrowców, jednak zbyt mała próba badawcza nie pozwoliła na stwierdzenie, czy zależność ta jest istotna statystycznie. Spośród wspinaczy wywodzili się członkowie FCE (Federació Catalana d'Espeleologia, Kataloński Związek Speleologii). Wśród wędrowców zaznaczyła się obecność członków lokalnych stowarzyszeń turystycznych CMH (Club Muntanyenc l'Hospitalet, Klub Górski Hospitalet) i członków CEC

Tabela 4. Formy aktywności ruchowej uprawiane w Montserrat (wielokrotny wybór odpowiedzi) [%]

	Wędrownicy	Wspinacze	Ogółem
Piesza*	94,5	79,4	88,8
Rowerowa	21,8	8,8	16,9
Wspinaczka sportowa	0,0	76,5	29,2
Wspinaczka wielowyciągowa	0,0	58,8	22,5
Via ferrata	0,0	58,8	22,5

* statystycznie istotna różnica między grupą wędrówców i grupą wspinaczy
 źródło: badanie własne

Tabela 5. Częstotliwość odwiedzania Montserrat [%]

	Wędrownicy	Wspinacze	Ogółem
Pierwszy raz	9,1	2,9	6,7
Co kilka lat	16,4	5,9	12,4
1–5 razy w roku*	45,5	14,7	33,7
6–12 razy w roku*	16,4	44,1	27,0
Częściej*	12,7	32,4	20,2

* statystycznie istotna różnica między grupą wędrówców i grupą wspinaczy
 źródło: badanie własne

(Centre Excursionista de Catalunya, Centrum Wycieczkowe Katalonii). W niektórych przypadkach jedna osoba deklarowała przynależność do kilku organizacji.

Formy aktywności ruchowej. Najczęściej uprawianą formą plenerowej aktywności ruchowej na terenie Montserrat były wędrówki piesze (tab. 4). Zaznaczyła się obecność rowerzystów uprawiających tu wędrówki kolarskie. Spośród działalności wspinaczkowych najpopularniejszą okazała się wspinaczka sportowa, następnie wspinaczka wielowyciągowa oraz pokonywanie „via ferraty”. Penetracją jaskiń masywu zajmowało się nieliczne grono badanych wspinaczy, co wynika głównie z bardzo specjalistycznego charakteru turystyki speleologicznej. Badani wspinacze najczęściej uprawiali wspinaczkę sportową, nie stronili od wędrówek, które zresztą są konieczne, aby dotrzeć na miejsce wspinaczki, jednak rzadko jeździli tu na rowerze.

Częstotliwość odwiedzania masywu Montserrat. Większość badanych turystów aktywnych odwiedzała Montserrat wielokrotnie w ciągu roku (tab. 5). Częstotliwość odwiedzin wspinaczy była istotnie wyższa niż wędrówców ($p = 0,002$). Nieporównywalnie bardziej związani z Montserrat byli zatem wspinacze, spośród których rzadkie odwiedziny dotyczyły jedynie wspinaczy zagranicznych.

Osoby towarzyszące. Zgodnie z wynikami, prawie połowa respondentów przebywała w Montserrat ze znajomymi (tab. 6). Co piąty przybył tu z rodziną (21%). Podobny odsetek badanych odwiedził masyw w grupie zorganizowanej (20%) – najczęściej w grupie skautów. Ponad 11% respondentów uprawiało turystykę samotnie. Populacja wspinaczy różniła się istotnie od populacji wędrówców.

Tabela 6. Osoby towarzyszące respondentom w dniu badania [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Samotnie	9,1	14,7	11,2
Rodzina	27,3	11,8	21,3
Znajomi*	30,9	73,5	47,2
Grupa zorganizowana	32,7	0,0	20,2

* statystycznie istotna różnica między grupą wędrowców i grupą wspinaczy

źródło: badanie własne

Tabela 7. Długość pobytu na terenie masywu Montserrat [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Kilka godzin	20,0	23,5	21,3
Pół dnia	34,5	23,5	30,3
Cały dzień*	21,8	52,9	33,7
Dwa dni	23,6	0,0	14,6

* statystycznie istotna różnica między grupą wędrowców i grupą wspinaczy

źródło: badanie własne

Tabela 8. Forma dotarcia do podnóża masywu Montserrat [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Pociąg	40,0	2,9	25,8
Samochód*	36,4	91,2	57,3
Autobus	9,1	2,9	6,7
Rower	12,7	0,0	7,9
Pieszo	1,8	2,9	2,2

* istotna statystycznie różnica między grupą wędrowców i grupą wspinaczy

źródło: badanie własne

Wśród tych pierwszych przeważały małe zespoły osób zaprzyjaźnionych, gdyż podczas wspinania się elementami spajającymi są lina i obecność partnera. Wspinaczki nie uprawiano w grupach formalnie zorganizowanych.

Długość pobytu. W okresie zimowo-wiosennym co trzeci badany turysta (34%) przybywał do Montserrat na cały dzień. Podobny odsetek badanych (30%) spędzał tu pół dnia. Niewielu respondentów (15%) pozostawało w Montserrat dwa dni, nikt nie przyjechał na dłużej (tab. 7). Badani wspinacze istotnie częściej preferowali pobyt całonocny, jednak żaden nie pozostał tu na noc.

Forma dotarcia do Montserrat. Ponad połowa badanych przyjechała tu samochodem, jedna czwarta wybrała pociąg (tab. 8). W grupie wędrowców panowało większe zróżnicowanie w wyborze środka transportu (dalsza analiza wykazała, że zorganizowane zespoły wędrowców przybywały transportem zbiorowym), wśród nich wyróżniała się też grupa rowerzystów. Grupa wędrowców różniła się istotnie ($p = 0,000$) od grupy wspinaczy pod względem użytego środka transportu.

Wspinacze w znakomitej większości preferowali samochód, zapewne z powodu oszczędności czasu i przewozu ekwipunku. Żaden ze wspinaczy nie wybrał roweru jako środka transportu, co jest związane z zachowaniem sił na samą wspinaczkę.

Korzystanie z bazy noclegowej. W badanym okresie (niewakacyjnym) zdecydowana większość badanych (83%) nie nocowała na terenie Montserrat (tab. 9). Respondenci korzystali z noclegu w specjalistycznej bazie noclegowej: schroniskach i kempingu górskim. Pojedyncze osoby zadeklarowały jako miejsce noclegu dom pielgrzyma (tzw. cele). Ani jedna osoba nie nocowała w hotelu. Wspinacze istotnie rzadziej pozostawali na nocleg ($p = 0,001$), a jeśli zostawali, to spędzali noc na kempingu. Wędrowcy nocowali głównie w schroniskach.

Korzystanie z bazy gastronomicznej. Większość respondentów (73%) nie korzystała z bazy żywieniowej – prawie połowa badanych spożywała na terenie Montserrat przywieziony prowiant, a 25% nie spożywało tu wcale posiłku (tab. 9). Spośród zakładów gastronomicznych największą frekwencją ze strony ankietowanych cieszyły się bary. Wędrowcy nocujący w schronisku również tam się żywili. Najrzadziej odwiedzano restauracje. Dane te potwierdzają powiązanie turystyki aktywnej z samodzielnym przygotowywaniem posiłków oraz z tańszą bazą gastronomiczną. Preferencje w zakresie bazy gastronomicznej nie różniły się istotnie w obu badanych grupach.

Korzystanie z placówek handlowych. Większość respondentów (71%) nie dokonała żadnego zakupu podczas swojego pobytu na terenie masywu (tab. 9). Kupujący zaopatrywali się przede wszystkim w produkty spożywcze (24%), rzadko

Tabela 9. Korzystanie z lokalnej bazy turystycznej [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Nocleg			
Bez noclegu*	74,5	97,1	83,1
Hotel	0,0	0,0	0,0
Kemping	7,3	2,9	5,6
Schronisko	16,4	0,0	10,1
Dom pielgrzyma	1,8	0,0	1,1
Wyżywienie na terenie masywu Montserrat			
Bez posiłku	25,5	23,5	24,7
Piknik	41,8	58,8	48,3
W schronisku	10,9	0,0	6,7
W bazie gastronomicznej	21,8	17,7	20,2
Zakupy w lokalnych placówkach handlowych			
Brak zakupów	63,6	82,4	70,8
Żywność*	30,9	11,8	23,6
Dewocjonalia	1,8	2,9	2,2
Pamiątki	3,6	2,9	3,4

* statystycznie istotna różnica między grupą wędrowców i grupą wspinaczy

źródło: badanie własne

nabywali inne rzeczy: dewocjonalia związane z kultem Matki Boskiej z Montserrat (3%) oraz inne pamiątki (3%). Zakupów rzadziej dokonywali wspinacze (różnica na poziomie $p = 0,059$). Wędrowcy częściej od wspinaczy kupowali żywność ($p = 0,039$), co wiązało się z ich istotnie częstszym pozostawianiem na nocleg.

Odwiedzanie obiektów kulturowych. Większość respondentów (72%) złożyła wizytę w niektórych obiektach religijnych i kulturowych Sanktuarium (tab. 10), z tym że wspinacze czynili to istotnie rzadziej ($p = 0,031$). Najwięcej ankietowanych (61%) odwiedziło cudowną figurkę Matki Bożej z Montserrat. Popularną atrakcją było wysłuchanie chóru Escolania (33% badanych). Podobna liczba badanych (29%) była przy Krzyżu Sant Miquel. Rzadziej zwiedzano muzeum sztuki (16%) czy wybierano się do Świętej Groty (15%). Niewielki odsetek badanych odwiedził Drogę Różańcową (poniżej 6%), a pojedyncze osoby – muzeum audiowizualne (3%).

Najatrakcyjniejsze cechy masywu Montserrat według opinii badanych. Najważniejsza dla respondentów była piękna natura (49%), a także wyjątkowość i mistyczna aura miejsca (36%). Rzadko najważniejszą przesłanką przyjazdu do Montserrat była duchowość i warunki sprzyjające refleksji i modlitwie (6%) czy kultura (2%).

Rozkład wskazań z zastosowaniem możliwości wielokrotnego wyboru odpowiedzi (tab. 11) pokazał, że do atutów Montserrat należy natura masywu (84%) oraz wyjątkowość miejsca (65%), a ponadto ogólna atmosfera i możliwość uprawiania

Tabela 10. Odwiedzenie obiektów kultury w Montserrat [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Tak*	80,0	58,8	71,9
Nie	20,0	41,2	28,1

* statystycznie istotna różnica między grupą wędrowców i grupą wspinaczy
źródło: badanie własne

Tabela 11. Atuty Montserrat (wielokrotny wybór odpowiedzi) [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Wyjątkowość miejsca	61,8	70,6	65,2
Natura	89,1	76,5	84,3
Kultura	23,6	14,7	20,2
Atmosfera	38,2	44,1	40,4
Duchowość	21,8	11,8	18,0
Turystyka aktywna*	49,1	8,8	33,7
Organizacja	12,7	2,9	9,0
Inne	1,8	0,0	1,1

* statystycznie istotna różnica między grupą wędrowców i grupą wspinaczy
źródło: badanie własne

turystyki aktywnej. Na dalszych miejscach plasowała się kultura i duchowość – aspekty nieco częściej wskazywane przez wędrowców niż przez wspinaczy. Dostrzeganie możliwości uprawiania turystyki aktywnej, podawane jako ważny atut przez połowę wędrowców (49%) i rzadko wskazywane przez wspinaczy (9%), stanowiło jedyną istotną różnicę między wypowiedziami przedstawicieli obu badanych grup w omawianym rozkładzie odpowiedzi.

Ocena atrakcyjności oferty turystyki aktywnej na terenie Montserrat. Ponad połowa respondentów (76%) uważała, że Montserrat posiada bardzo bogatą lub bogatą ofertę turystyki aktywnej (tab. 12). Istotnie częściej pozytywnie o tym wypowiadali się wędrowcy ($p = 0,011$). Część badanych (15%) nie była w stanie określić atrakcyjności oferty turystyki aktywnej masywu. Rzadko (8%) oferta turystyki aktywnej w Montserrat była postrzegana jako uboga lub bardzo uboga. Opinię o ubogiej ofercie częściej wyrażali wspinacze.

Poziom satysfakcji. Zadowolenie ze swojej wizyty na terenie masywu Montserrat wśród badanych turystów było niemal powszechne (98%) (tab. 13).

Propozycje ulepszeń w zakresie turystyki aktywnej. Zgodnie z rozkładem odpowiedzi wielokrotnego wyboru niemal co trzeci respondent (29%) uważał, że wszystkie aspekty przystosowania masywu do turystyki aktywnej są dobre i żaden jej element nie wymaga ulepszania (tab. 14). Dość często wyrażano przekonanie, że powinno się poprawić na terenie Montserrat zachowanie odwiedzających (34%). Respondenci postulowali poprawę stanu ścieżek oraz infrastruktury znajdującej się na nich (27%), jak również poprawę oznakowania szlaków i istotnych miejsc na terenie masywu (18%) oraz sposobu przekazywania informacji turystycznej (12%). Bezpieczeństwo, dojazd, gastronomia i baza noclegowa wzbudziły najmniej zastrzeżeń. Wspinacze byli istotnie bardziej kry-

Tabela 12. Ocena atrakcyjności oferty turystyki aktywnej [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Bardzo bogata*	27,3	11,8	21,3
Bogata	58,2	50,0	55,1
Nie wiem	10,9	23,5	15,7
Uboga	1,8	14,7	6,7
Bardzo uboga	1,8	0,0	1,1

* statystycznie istotna różnica między grupą wędrowców i grupą wspinaczy

źródło: badanie własne

Tabela 13. Satysfakcja z wizyty [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Zadowolony	98,2	97,1	97,8
Nie wiem	0,0	2,9	1,1
Nie zadowolony	1,8	0,0	1,1

źródło: badanie własne

Tabela 14. Propozycje ulepszeń dotyczących turystyki aktywnej
(wielokrotny wybór odpowiedzi) [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Nic (brak uwag)*	36,4	17,6	29,2
Zachowanie turystów*	16,4	61,8	33,7
Stan ścieżek i urządzeń	30,9	20,6	27,0
Oznakowanie	20,0	14,7	18,0
Informacja turystyczna	14,5	8,8	12,4
Bezpieczeństwo	7,3	5,9	6,7
Dojazd	7,3	5,9	6,7
Gastronomia	5,5	5,9	5,6
Baza noclegowa	1,8	2,9	2,2
Inne	5,5	2,9	4,5

* statystycznie istotna różnica między grupą wędrowców i grupą wspinaczy

źródło: badanie własne

Tabela 15. Stosunek respondentów do przyrody Montserrat [%]

	Wędrowcy	Wspinacze	Ogółem
Wpływ turystyki aktywnej na przyrodę			
Bardzo szkodzi	21,8	23,5	22,5
Szkodzi	60,0	47,1	55,1
Nie wiem	3,6	11,8	6,7
Brak wpływu	9,1	5,9	7,9
Wpływ pozytywny	5,5	11,8	7,9
Troska respondentów o przyrodę			
Zawsze	87,3	100,0	92,1
Czasami	9,1	0,0	5,6
Nie myślę o tym	3,6	0,0	2,2

źródło: badanie własne

tyczni od wędrowców w kwestii niekulturalnego zachowania się odwiedzających ($p = 0,000$).

Wpływ turystyki aktywnej na przyrodę Montserrat. Większość turystów aktywnych (78%) uważała, że uprawiana przez nich dziedzina turystyki szkodzi przyrodzie masywu Montserrat (tab. 15).

Postawa wobec przyrody podczas uprawiania turystyki aktywnej w Montserrat. Zdecydowana większość respondentów (92%) deklarowała postawę poszanowania przyrody podczas uprawiania aktywnych form turystyki. Troskę o nienarażanie przyrody podczas pobytu w górach deklarowali wszyscy badani wspinacze, wśród wędrowców zdarzały się jednostki o nieuformowanej postawie proekologicznej (tab. 15).

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

1. Wielowątkowość oferty turystycznej i rozbudowana infrastruktura komunikacyjna, która powstała pierwotnie na potrzeby turystyki pielgrzymkowo-kulturowej, czyni z Parku Naturalnego Góry Montserrat funkcjonalny obszar uprawiania rozmaitych form aktywności ruchowej. Na terenie masywu wśród turystów aktywnych przeważają osoby odbywające wędrowki piesze, tego rodzaju aktywność ruchowa jest bowiem najprostsza, nadaje się dla ludzi w różnym wieku i kondycji fizycznej, podczas gdy kolarstwo górskie, a jeszcze bardziej wspinaczka, nie są aktywnością dla wszystkich, wymagają większej zaprawy kondycyjnej i siłowej, a w przypadku wspinaczki – szczególnych predyspozycji psychofizycznych.

W świetle przedstawionych badań można stwierdzić, że głównymi formami turystyki aktywnej uprawianymi na terenie masywu są: turystyka piesza oraz turystyka wspinaczkowa, w której wyraźnie dominuje wspinaczka sportowa. Mniej osób uprawia turystykę rowerową, natomiast turystyka speleologiczna, pomijając komercyjne zwiedzanie Grot Salnitre, jest mało popularna, mimo że na terenie masywu jest ponad sto jaskiń. Wynika to w dużym stopniu z wysoce specjalistycznego charakteru turystyki speleologicznej oraz konieczności posiadania odpowiednich umiejętności do jej uprawiania.

2. Uogólniając wyniki badania ankietowego, przeprowadzonego na próbie wędrowców i wspinaczy spotkanych *in situ* podczas aktywności ruchowej, można scharakteryzować turystę aktywnego uprawiającego turystykę na terenie masywu Montserrat jako osobę najczęściej w wieku 26–50 lat, przeważnie płci męskiej, mieszkającą na terenie Katalonii. W aktywności wspinaczkowej biorą udział osoby od osiągnięcia pełnoletniości do około 50. roku życia. Turystyka wędrowkowa w porównaniu ze wspinaczkową uprawiana jest również przez nieletnią młodzież i ludzi w późnym okresie dorosłości. Montserrat spełnia zatem niewątpliwie ważną funkcję społeczną jako miejsce inicjacji młodzieży w wędrowkowej turystyce górskiej i jako cel wędrowek mieszkańców regionu aż do osiągnięcia wieku emerytalnego (do około 65. roku życia). Montserratyńskie walory specjalistyczne zaspokajają potrzeby aktywności turystyczno-rekreacyjnej przede wszystkim społeczności regionalnej Katalonii, niekiedy również przybyszów z innych stron Hiszpanii i z zagranicy. To, że połowa turystów aktywnych należy do stowarzyszeń angażujących swoich członków w turystykę aktywną, świadczy o roli społecznej tych stowarzyszeń w propagowaniu turystyki górskiej. Szczególną rolę w inicjacji młodzieży do turystyki ma skauting. Wśród wspinaczy aktywność w skałach Montserrat wykazują członkowie Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya (Federacji Klubów Wycieczkowych Katalonii).

3. Duże przywiązanie do Montserrat przejawia się wielokrotnymi powrotami zdecydowanej większości turystów aktywnych na tutejsze szlaki i drogi wspinaczkowe. To, że turyści aktywni odwiedzali masyw kilka razy w roku, a nawet kilka razy w miesiącu, świadczy o znacznej roli tego terenu jako regionalnego obszaru turystyczno-rekreacyjnego.

4. Uogólniając otrzymane wyniki, można stwierdzić, że turystyka aktywna uprawiana jest w masywie Montserrat głównie w towarzystwie bliskich osób, dając możliwość kontaktów interpersonalnych, których niedobór odczuwany jest w życiu codziennym, pełnym stresu i obowiązków. Pobyt w górach przyczynia się do zacieśniania relacji interpersonalnych. Na terenie Montserrat do rzadkości należały osoby uprawiające turystykę w pojedynkę. Wspinacze nie przybywali z rodziną ani w grupach zorganizowanych, ale w nieformalnych zespołach partnerskich ze względu na konieczność asekuracji. Niewątpliwie, wspólnie realizowane wyzwanie i konieczność polegania na drugiej osobie konsoliduje więzi koleżeńskie. Piesze grupy zorganizowane, głównie młodociane, wędrujące szlakami Montserrat, spełniają ważną rolę społeczną w inicjacji młodego pokolenia do kwalifikowanych form turystyki. Kontakt z przyrodą, niesienie plecaka, nocleg w schronisku, współżycie z grupą, konieczność dostosowania się do regulaminu wycieczki górskiej stanowi lekcję przetrwania dla niejednego nastolatka wychowanego w miejskich, ciepłarnianych warunkach. Na obszarze Montserrat jest realizowana społeczna i wychowawcza funkcja turystyki aktywnej.

5. Transport turystów do miejsca uprawiania turystyki jest ważną kwestią dla obszarów cennych przyrodniczo. W masywie Montserrat, dzięki zainwestowaniu w rozwój transportu kolejowego, zauważa się wyraźną zmianę utrwalonego w drugiej połowie XX w. modelu turystyki zmotoryzowanej, będącego zagrożeniem dla przyrody obszarów chronionych i innych turystów. Badani turyści przybywający na wędrowki preferowali transport zbiorowy. Jest to forma transportu dla grup korzystających ze zniżek kolejowych (młodzieży uczącej się, rodzin wielodzietnych, emerytów), tańsza niż dojazd samochodem, nienarażająca uczestników wycieczki na wysokie koszty parkingu lub ryzyko pozostawiania samochodu w miejscu niestrzeżonym. Skorzystanie z transportu zbiorowego umożliwia zaplanowanie trasy innej niż pętla wokół miejsca postoju samochodu. Niestety, wokół masywu Montserrat komunikacja zbiorowa najlepiej działa jedynie od strony doliny Llobregat. W badanej populacji wśród wspinaczy dominował model turystyki zmotoryzowanej; dla tych jednodniowych, częstych bywalców, przewożących spory ekwipunek, dojazd samochodem jest szybszy i wygodniejszy niż transport zbiorowy.

6. Czas przebywania turystów aktywnych (zwłaszcza wspinaczy) na terenie Montserrat ograniczony był na ogół do jednego dnia, co pozwala wnioskować, że masyw jest obszarem turystyki aktywnej jednodniowej (odbywanej podczas weekendu). Krótkotrwałe pobyty wynikają z sąsiedowania z dużym skupiskiem ludności w połączeniu z łatwością dojazdu, a także ze statusu obszaru chronionego, na którym nie dopuszcza się do rozwoju bazy noclegowej. W przypadku turystyki wędrowkowej krótkie pobyty są konsekwencją także niewielkiej powierzchni masywu, który można obejść w jeden weekend. Dla większości wspinaczy Montserrat odgrywa rolę podmiejskiej ścianki wspinaczkowej, służącej do częstych w roku treningów. Tendencja pobytów bez noclegu wpisuje się w ogólnoeuropejską politykę zarządzania turystyką na obszarach przyrodniczo cennych, polegającą na ograniczaniu przebywania turystów tylko do pory dziennej.

7. Preferencje turystów aktywnych związane z korzystaniem z infrastruktury turystycznej na obszarze Montserrat świadczą o przewadze zachowań niskobudżetowych. Osoby nocujące korzystają ze specjalistycznej taniej bazy noclegowej (kempingu, schronisk górskich), a nie z droższej bazy typu hotelowego. Również preferencja do spożywania własnego prowiantu oraz nierobienia zakupów w sklepach na terenie sanktuarium świadczy o słabym wpływie turystyki aktywnej na miejscową ekonomię.

8. Za najatrakcyjniejszy czynnik przyciągający turystów aktywnych do masywu Montserrat turyści aktywni uznali piękno przyrody, co świadczy o ich wrażliwości i rzeczywistym obcowaniu z naturą podczas aktywności ruchowej.

9. Według turystów aktywnych masyw Montserrat odznacza się atrakcyjną ofertą turystyki aktywnej i dobrymi warunkami do uprawiania wybranych przez siebie form turystyki, a pobyt tu daje satysfakcję. Na ogół zadowoleni ze stanu przygotowania obszaru do turystyki, badani postulowali, aby skierować działania na poprawę kultury odwiedzających, natomiast wśród aspektów materialnych wymagających poprawy najczęściej wnosili o ulepszenie oznakowania i stanu ścieżek oraz urządzeń turystycznych.

10. Badani byli przekonani o ujemnym wpływie turystyki aktywnej na naturę masywu Montserrat, przy czym zdecydowana większość deklarowała, że zawsze stara się jak najmniej szkodzić przyrodzie podczas uprawiania turystyki aktywnej.

11. Istotne różnice między zachowaniami i opiniami wyróżnionych grup turystów aktywnych (wędrowców i wspinaczy) dotyczyły płci, wieku, przynależności do konkretnych stowarzyszeń turystycznych, częstotliwości odwiedzania masywu, rodzaju osób towarzyszących, długości czasu pobytu, środka transportu, pozostawiania na nocleg, zakupów żywności, odwiedzenia obiektów religijnych i kulturowych, oceny atrakcyjności oferty turystyki aktywnej, niezadowolenia z zachowania innych turystów. Różnice te mogą być wytłumaczone inną specyfiką podjętej aktywności, innym stopniem znajomości terenu, a także tym, że w grupie wędrowców znalazło się wiele osób niepełnoletnich, rozpoczynających przygodę z turystyką górską, o nieukształtowanej jeszcze kulturze turystycznej. W świetle otrzymanych wyników wspinacze wydają się grupą bardziej wyrobioną turystycznie, bardziej świadomą związków człowieka z naturą. Wędrowcy jako grupa heterogeniczna, ze znacznym udziałem młodzieży o małym doświadczeniu turystycznym, powinni stać się grupą docelową programów proekologicznych. Pewną zagadką okazała się interpretacja istotnej różnicy między wypowiedziami wędrowców a wspinaczy w kwestii przydatności masywu Montserrat do turystyki aktywnej, wskazanej jako ważny aspekt przez połowę wędrowców (49%), a rzadko dostrzeganej przez wspinaczy (9%). Wytłumaczyć tę różnicę można tezą, że wspinacze nie zaliczają swojej działalności do turystyki aktywnej, a raczej widzą ją jako aktywność wyczynową.

Reasumując, można dojść do wniosku, że turystyka aktywna w Parku Naturalnym Góry Montserrat jest fenomenem kultury fizycznej, obejmującym głównie społeczność regionalną Katalonii. Na kompleksowość przeżycia turystycznego podczas uprawiania aktywności ruchowej na tym obszarze górskim skła-

dają się: kontakt z przyrodą, wyjątkowość i mistyczna aura miejsca, wysiłek włożony w pokonywanie trudności terenu oraz relacje interpersonalne. Ludzie zaangażowani w aktywność ruchową nie są nastawieni na wygodę i konsumpcję dóbr materialnych. To, że turyści aktywni nie stronią od turystyki kulturowej i kontaktu z dziedzictwem sakralnym, wskazuje na to, że są to osoby kulturalne, o szerokich horyzontach, doceniające tradycje. Deklarowana troska o zachowanie walorów przyrodniczych tego unikatowego obszaru świadczy o tym, że turyści aktywni są sojusznikami władz parku naturalnego w staraniach o właściwy, proekologiczny rozwój turystyki.

BIBLIOGRAFIA

- Alexandri F. (2006) La visió romàntica de Montserrat en el cercle de Weimar. *Muntanya*, 864, 39–44.
- Ariño X. (2011) La gestión de la escalada en los espacios naturales protegidos. El caso del Parc Natural de la Muntanya de Montserrat. http://www.ub.edu/sbcn2011/docs/sbcn2011_resumen_informe_PNMM.pdf [data dostępu: 1.08.2014].
- Attarian A., Keith J. (2008) Climbing Management A Guide to Climbing Issues and the Development of a Climbing Management Plan. The Access Fund, USA.
- Barberà Suqué J. (1977) Montserrat pam a pam (Operació Montserrat). Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- Claramunt Rodríguez S., Bertran Roigé P. (2010) El camino de Santiago en Cataluña. *Medievalismo*, 20, 11–52.
- El Camí de Sant Jaume: de Barcelona a Montserrat (2010) Agència Catalana de Turisme. Generalitat de Catalunya, Barcelona.
- El Camí de Sant Jaume: el Port de la Selva – Sant Pere de Rodes i de la Jonquera a Montserrat (2010) Agència Catalana de Turisme. Generalitat de Catalunya, Barcelona.
- El Camino de Santiago en Catalunya: de Montserrat a Alcarràs, de Tàrraga a Alfarràs (2010) Agència Catalana de Turisme. Generalitat de Catalunya, Barcelona.
- Gasol J.M. (1992) Natural Park Muntanya de Montserrat. Departament de Comerç, Consum i Turisme, Barcelona.
- Hita D. (2006) Montserrat terreny d' aventura a l'obmbra. *Muntanya*, 864, 8–17.
- Itinerari de la montanya de Montserrat (1909) Llibreria i Tipografia Catòlica, Barcelona.
- Malarska A. (2005) Statystyczna analiza danych wspomagana programem SPSS. SPSS Polska, Kraków.
- Muntadas M. (1867) Montserrat, su pasado, su presente y su porvenir. Pablo Roca, Manresa.
- Parellada J.-E. (2002) Montserrat – El centro nacional del culto religioso de Cataluña. *Peregrinus Cracoviensis*, 13, 69–81.
- Picazo A.G. (2006) La via ferrada Teresina. *Muntanya*, 684, 18–23.
- Prószyńska-Bordas H. (2013) Zróżnicowanie cech osób wędrujących w sezonie bezśnieżnym po górach średnich i niskich w Polsce na przykładzie turystów odwiedzających wybrane parki narodowe. [W:] P. Zarzycki, J. Grobelny (red.) Aktywność ruchowa na obszarach górskich Polski i świata. *Studia i Monografie AWF we Wrocławiu*, 118, 64–82.
- Restrepo Martínez C. (2006) Estrategia de divulgación del patrimonio geológico catalán. *Trabajos de Geología*, 26, 203–209.
- Vias ferrata de Catalunya (2001) Grandes Espacios, 58, Ed. Desnivel, 37.

Źródła internetowe

es.wikiloc.com [data dostępu: 1.08.2014].

muntanyamontserrat.gencat.cat [data dostępu: 1.08.2014].

www.camidesantjaume.cat [data dostępu: 1.08.2014].

www.ce-terrassa.cat [data dostępu: 1.08.2014].

www.fedme.es [data dostępu: 1.08.2014].

www.laportals.cat [data dostępu: 1.08.2014].

www.matagallsmontserrat.cat [data dostępu: 1.08.2014].

www.uecgracia.cat/gracia-montserrat/index.htm [data dostępu: 1.08.2014].

ZYGMUNT SAWICKI

Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu

**TURYSTYKA I SPORT REKREACYJNY
W GARMISCH-PARTENKIRCHEN – NAJWAŻNIEJSZYM CENTRUM
SPORTOWO-TURYSTYCZNYM ALP BAWARSKICH**

Abstract

Tourism and recreational sports in Garmisch-Partenkirchen –
the most important centre of sports and tourism in the Bavarian Alps

Background. The aim of this paper was to present tourism in Garmisch-Partenkirchen and its development as well as the possibilities and forms of practicing sports by tourists. **Material and methods.** The survey included 234 adult tourists. The author designed a special questionnaire and administered it to the respondents. In addition, the statistical data provided by the Bavarian State Office for Statistics in Munich and the Federal Statistical Office in Wiesbaden were used. **Results and conclusion.** Tourism plays a major role in Garmisch-Partenkirchen. In 2013, there were over 381.000 tourists and 1.3 million overnight stays registered. Garmisch-Partenkirchen is a very popular tourism destination for visitors both in winter and summer. It was observed that tourism in Garmisch-Partenkirchen has developed rapidly in the last two years. Most tourists (76%) come to Garmisch-Partenkirchen to practice sports. In summer the most popular sports are hiking, golf and cycling and in winter – skiing.

Key words: tourism and recreational sports, alpine centre, Garmisch-Partenkirchen

WPROWADZENIE

Garmisch-Partenkirchen jest tzw. targową miejscowością należącą do powiatu o tej samej nazwie. Leży ona w Górnej Bawarii w odległości 90 km na południe od Monachium (ryc. 1), w centrum Krainy Werdenfelser w Alpach Bawarskich na wysokości 708 m n.p.m., u podnóża Zugspitze – najwyższego szczytu górskiego w Niemczech (2962 m n.p.m) (ryc. 2). Garmisch-Partenkirchen, którego powierzchnia wynosi 205,66 km², liczy 26 711 mieszkańców i według Ostlera (2000) od 1935 r. stanowi jedną miejscowość – wcześniej były to dwie osobne miejscowości o nazwach Garmisch i Partenkirchen z własnymi władzami administracyjnymi. Garmisch-Partenkirchen jest jednym z najważniejszych centrów turystyczno-sportowych regionu alpejskiego Bawarii (ryc. 2). W skali roku przybywa do tej miejscowości ponad 380 tys. turystów i udzielanych jest ponad 1,3 mln noclegów [materiały informacyjne Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, München (2014)].

W 1889 r. oddano do użytku dworzec kolejowy w Garmisch-Partenkirchen wraz z linią kolejową łączącą początkowo Monachium, a następnie inne miasta Niemiec i Austrii. Datę tę uznaje się w tym regionie alpejskim za początek ruchu turystycznego o charakterze wypoczynkowym.

źródło: http://www.postleitzahl.org/bayern/images/karte_garmisch-partenkirchen.png



Rycina 1. Garmisch-Partenkirchen na mapie Niemiec



Rycina 2. Garmisch-Partenkirchen i Zugspitze

źródło: <http://buergerservice.gapa.de/de/60aedeac-3568-9441-1f6f-ee0d4b7f3e90.html>



Rycina 3. Wąwóz Partnachklamm

źródło: http://www.gapa.de/Ort_Umgebung_Sehenswuerdigkeiten_Partnachklamm.html

W 1921 r. zakończona została budowa skoczni narciarskiej, na której odbywa się corocznie Turniej Czterech Skoczni – międzynarodowe zawody w skokach narciarskich. W 1926 r. oddano do użytku pierwszą kolej linową Tiroler Zugspitzbahn, która wraz z koleją zębatą Bayerische Zugspitzbahn transportuje rocznie ponad 500 tys. turystów na szczyt Zugspitze. W pobliżu Garmisch-Partenkirchen znajdują się dwa wąwozy: Höllen-talklamm i Partnachklamm (ryc. 3), które oprócz najwyższego szczytu Niemiec stanowią największą atrakcję turystyczną dla odwiedzających (Biehusen i wsp. 1991).

Garmisch-Partenkirchen otrzymało miano kurortu klimatycznego, a dzięki korzystnym warunkom naturalnym i położeniu geograficznemu miejscowość ta jest ważnym niemieckim centrum turystyki wypoczynkowo-zdrowotnej oraz miejscem uprawiania sportu wyczynowego i rekreacyjnego w ciągu całego roku. W miejscowości tej działają 62 kluby sportowe, zrzeszające mieszkańców uprawiających różne dyscypliny sportu (<http://buergerservice.gapa.de/de/e11d57d3-721e-d69b-a64b-66885f250bce.html?kategorie=7>).

W sezonie wiosenno-letnim do najczęściej uprawianych form aktywności turystyczno-sportowych należą wędrówki górskie oraz sporty rowerowe na szlakach i trasach o różnym stopniu trudności. Popularne są również: kajakarstwo

górskie, pływanie, saneczkarstwo letnie, nordic walking, golf, wspinaczka górską, jazda konna, paralotnie i inne. Garmisch-Partenkirchen to także jeden z najważniejszych ośrodków sportów zimowych w Niemczech. Na wysokości 2700 m n.p.m. działa przez cały rok jedyny w Niemczech lodowcowy teren narciarstwa zjazdowego o długości ponad 20 km (Herfurth-Schindler i Schulz 2012). Ponadto do dyspozycji narciarzy wyczynowych i rekreacyjnych oddane są trzy inne tereny narciarskie o łącznej długości 40 km. W Garmisch-Partenkirchen i jego okolicach istnieją również bardzo dobre warunki do uprawiania narciarstwa biegowego oraz zorganizowanych wędrowek narciarskich. W tym celu przygotowano wielokilometrową sieć tras biegowych i szlaków do uprawiania wędrowek narciarskich.

Oprócz narciarstwa istnieje również wiele innych możliwości uprawiania sportów zimowych, jak np.: saneczkarstwo, łyżwiarstwo, hokej na lodzie, curling, skoki narciarskie, wspinaczka na ścianach lodowych, górski sport rowerowy na trasach śniegowych, zimowe kajakarstwo górskie i inne (http://www.gapa.de/Garmisch-Partenkirchen_Sport-Erlebnis).

Należy podkreślić, że Garmisch-Partenkirchen jako kurort klimatyczny to również ważny ośrodek turystyki uzdrowiskowej, w którym skoncentrowana jest działalność medyczna w zakresie zarówno leczenia, jak i profilaktyki zdrowotnej (<http://buergerservice.gapa.de/de/fa711450-bca9-8b14-9988-7a7c19afa2cf.html>).

Garmisch-Partenkirchen uznawane jest za jeden z najważniejszych centrów sportów zimowych w skali światowej. W 1936 r. miejscowość ta była organizatorem zimowych igrzysk olimpijskich, a w latach 1978 i 2011 mistrzostw świata w narciarstwie alpejskim, jak również w 2005 r. mistrzostw Europy w curlingu. W Garmisch-Partenkirchen odbywają się corocznie na Wielkiej Skoczni Olimpijskiej (niem. *Große Olympiaschanze*) noworoczne konkursy w ramach Turnieju Czterech Skoczni, jak również mistrzostwa i zawody pucharu świata w narciarstwie alpejskim i klasycznym, curlingu, hokeju na lodzie i inne.

Garmisch-Partenkirchen charakteryzuje bardzo dobre zagospodarowanie turystyczne. Miejscowość dysponuje ponad 800 obiektami turystycznymi. Znajduje się w nich łącznie 9500 miejsc noclegowych. Dobrze rozwinięta jest baza gastronomiczna (ponad 100 placówek), z której korzystają zarówno mieszkańcy miasta, jak i jego goście. Garmisch-Partenkirchen cechuje również korzystna dostępność komunikacyjna: lotnicza, drogowa (połączenie autostradowe) i kolejowa (http://www.gapa.de/Garmisch-Partenkirchen_Presse-Daten-Fakten_SC).

CEL BADAŃ

Celem niniejszej pracy jest ukazanie ruchu turystycznego oraz możliwości uprawiania sportów rekreacyjnych w Garmisch-Partenkirchen. Ponadto zbadano udział w aktywności turystyczno-rekreacyjnej turystów odwiedzających Garmisch-Partenkirchen, jak również ich opinie na temat zagospodarowania turystycznego i możliwości uprawiania sportu w tej miejscowości. Postawiono następujące pytania badawcze:

1. Jaki jest główny cel pobytu turystów w Garmisch-Partenkirchen?
2. Z jakich obiektów noclegowych i środków transportu korzystają badani turyści?

3. Jak turyści oceniają zagospodarowanie turystyczne Garmisch-Partenkirchen?
4. Jakie formy sportowo-rekreacyjne preferują turyści przebywający w Garmisch-Partenkirchen?

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

Aby zbadać wielkość ruchu turystycznego w Garmisch-Partenkirchen oraz jego dynamikę rozwoju w ostatnich pięciu latach, wykorzystano aktualne dane Urzędu Statystycznego Bawarii w Monachium, jak również Centralnego Urzędu Statystycznego w Wiesbaden. Ponadto zastosowano metodę sondażową w formie kwestionariusza ankiety własnej konstrukcji w celu zbadania udziału turystów w aktywności sportowo-rekreacyjnej oraz oceny zagospodarowania turystycznego Garmisch-Partenkirchen.

Badaniem ankietowym objęto 234-osobową grupę dorosłych turystów przebywających w Garmisch-Partenkirchen w maju i czerwcu 2014 r., którzy zostali dobrani na drodze wyboru losowego. W grupie badanej znalazło się 119 kobiet i 115 mężczyzn. Badania zostały przeprowadzone osobiście przez autora niniejszego opracowania.

WYNIKI

Ruch turystyczny

W tabeli 1 przedstawiono dane o ruchu turystycznym w Garmisch-Partenkirchen uwzględniające wszystkie dostępne obiekty noclegowe. Według danych Centralnego Urzędu Statystycznego [Statistisches Bundesamt (2014)] Garmisch-Partenkirchen jest jedną z najważniejszych miejscowości turystycznych w Niemczech i zajmuje trzecie miejsce (1,3 mln) pod względem liczby udzielonych noclegów w skali roku (Oberstdorf – 2,5 mln, Bad Füssing – 2,45 mln). Garmisch-Partenkirchen należy również do jednej z najczęściej odwiedzanych niemieckich miejscowości turystycznych. W 2013 r. gościło tu ponad 380 tys. turystów.

Dane przedstawione w tabeli 2 ukazują rozwój ruchu turystycznego w Garmisch-Partenkirchen w latach 2009–2013 w obiektach noclegowych wyposażonych w 9 lub więcej miejsc noclegowych. Do tej kategorii zaliczyć można hotele,

Tabela 1. Charakterystyka ruchu turystycznego w Garmisch-Partenkirchen w 2013 r.

Przedmiot	Liczba
Miejsca noclegowe	9550
Turyści	381 950
Udzielone noclegi	1 316 800
Pobyt (dni)	4,5
Stopień wykorzystania bazy noclegowej [%]	40,4

źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów informacyjnych Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, München (2014)

Tabela 2. Ruch turystyczny w obiektach noclegowych z 9 i więcej miejscami noclegowymi w Garmisch-Partenkirchen w latach 2009–2013

Przedmiot	Rok				
	2009	2010	2011	2012	2013
Turyści niemieccy	200 694	214 233	207 338	230 762	243 746
Turyści zagraniczni	62 299	83 123	77 068	90 271	97 137
Turyści ogółem	262 993	297 356	284 406	321 033	340 883
Udzielone noclegi	858 078	863 718	860 596	908 475	924 303
Długość pobytu (dni)	3,3	2,9	3,0	2,8	2,7
Stopień wykorzystania bazy noclegowej [%]	37,1	38,3	37,8	39,6	40,4

źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów informacyjnych Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, München (2014)

pensjonaty, domy wypoczynkowe, schroniska itp. Dużą dynamiką rozwoju, zwłaszcza w ostatnich dwóch latach, charakteryzują się przede wszystkim: liczba turystów (krajowych i zagranicznych), udzielone noclegi oraz stopień wykorzystania bazy noclegowej, którego wartość w 2013 r. po raz pierwszy przekroczyła 40%. Należy podkreślić, że do Garmisch-Partenkirchen przybywają głównie krajowi turyści (72%), natomiast spośród turystów zagranicznych miasto najczęściej odwiedzają goście z Holandii, Szwajcarii, Austrii i Belgii.

Aktywność turystyczno-rekreacyjna turystów – badania ankietowe

Głównym celem pobytu turystów w Garmisch-Partenkirchen jest uprawianie sportów rekreacyjnych (tab. 3). Aktywny sposób wykorzystania czasu wolnego przez turystów dodatkowo potwierdza również niski odsetek kategorii odpowiedzi „wypoczynek bierny”, deklarowany jedynie przez 3% respondentów.

Tabela 3. Cel przyjazdu turystów do Garmisch-Partenkirchen

Cel przyjazdu	Udział w %
Sport/rekreacja	76
Odwiedziny rodziny/znajomych	11
Wyjazd biznesowy	10
Wypoczynek bierny	3

Tabela 4. Częstotliwość przyjazdu turystów do Garmisch-Partenkirchen

Częstotliwość przyjazdu	Udział w %
Pierwszy raz	39
Drugi raz	31
Częściej	30

Spośród badanych 39% to turyści, którzy po raz pierwszy przyjechali do Garmisch-Partenkirchen. O dużej popularności tej alpejskiej miejscowości może świadczyć to, że co trzecia osoba (31%) przybyła tutaj powtórnie lub jeszcze częściej (tab. 4).

Najczęściej wybieranymi przez badanych turystów środkami transportu okazały się samochód (48%) i kolej (39%). Wyniki badań mogą być potwierdzeniem wysokiego poziomu komunikacji drogowo-kolejowej, natomiast transport lotniczy, ze względu na stosunkowo dużą odległość Garmisch-Partenkirchen

Tabela 5. Środek transportu wybierany przez turystów w Garmisch-Partenkirchen

Środek transportu	Udział w %
Samochód	48
Kolej	39
Autobus	9
Samolot	4

Tabela 6. Obiekty noclegowe wybierane przez turystów w Garmisch-Partenkirchen

Obiekt noclegowy	Udział w %
Hotel	52
Pensjonat	19
Dom/mieszkanie wakacyjne	16
Mieszkanie prywatne	9
Camping	4

Tabela 7. Ocena zagospodarowania turystycznego Garmisch-Partenkirchen [%]

Rodzaj bazy/ocena	Wysoka	Przeciętna	Niska
Baza noclegowa	79	12	9
Baza gastronomiczna	78	14	8
Baza komunikacyjna	72	18	10

Tabela 8. Formy aktywności sportowo-rekreacyjnej turystów w Garmisch-Partenkirchen

Sezon letni	Sezon zimowy
1. Wędrówki górskie	1. Narciarstwo alpejskie/snowboard
2. Golf	2. Narciarstwo biegowe
3. Sport rowerowy	3. Wędrówki narciarskie
4. Tenis	4. Curling
5. Nordic walking	5. Saneczkarstwo
6. Pływanie	6. Jazda figurowa na lodzie
7. Wspinaczka	7. Hokej na lodzie

od najbliższego portu lotniczego (120 km), znajduje się na dalszym miejscu w tej hierarchii (tab. 5).

Z danych zawartych w tabeli 6 wynika, że najbardziej popularnym obiektem noclegowym okazał się hotel, który na pobyt w Garmisch-Partenkirchen wybrała ponad połowa badanych turystów. W mniejszym stopniu wykorzystywane są pensjonaty (19%) i mieszkania wakacyjne (16%), natomiast mieszkania prywatne i campingi odwiedzane są zazwyczaj dużo częściej przez turystów w okresie pełnego sezonu urlopowego.

Dane zamieszczone w tabeli 7 wskazują, że badani turyści ogólnie wysoko ocenili poziom zagospodarowania turystycznego Garmisch-Partenkirchen. Szczególnie baza noclegowa (79%) znajduje wysokie uznanie wśród badanych gości.

Na podstawie wyników badań ankietowych (tab. 3 i 8) można stwierdzić, że turyści przyjeżdżający do Garmisch-Partenkirchen wykazują dużą aktywność sportowo-rekreacyjną. Do najbardziej popularnych dyscyplin sportu uprawianych w okresie letnim należą wędrówki górskie, preferowane przez większość respondentów. Turyści przejawiają również zainteresowanie indywidualnymi grami sportowymi, takimi jak golf lub tenis, a dzięki dobrym warunkom naturalnym uprawiają oni także sport rowerowy i nordic walking. W okresie zimowym na czołowych miejscach listy najbardziej popularnych form aktywności sportowo-ruchowej znalazły się narciarstwo alpejskie i biegowe oraz wędrówki narciarskie.

DYSKUSJA

Garmisch-Partenkirchen jest jedną z najczęściej odwiedzanych miejscowości turystycznych w Niemczech. W skali roku przybywa do tej miejscowości prawie 400 tys. turystów i udziela się ponad 1,3 mln noclegów. Garmisch-Partenkirchen to również jeden z największych ośrodków sportowo-rekreacyjnych, skupiający zarówno sportowców wyczynowych, jak i amatorów czynnego wypoczynku, a także turystów, których celem jest profilaktyka zdrowotna. Garmisch-Partenkirchen charakteryzuje wysoki poziom zagospodarowania turystycznego odnoszącego się do bazy noclegowej, gastronomicznej i komunikacyjnej. Wskazują na to wyniki badań własnych, a także aktualne dane Bawarskiego Urzędu Statystycznego w Monachium (Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung) i Centralnego Urzędu Statystycznego w Wiesbaden (Statistisches Bundesamt). Ruch turystyczny w Garmisch-Partenkirchen od kilku ostatnich lat wykazuje stałą tendencję wzrostową. Szczególnie w kategorii liczby turystów, udzielonych noclegów oraz stopnia wykorzystania bazy noclegowej w latach 2012–2013 odnotowano największy przyrost. Turyści przebywający w Garmisch-Partenkirchen wykazują dużą aktywność sportową, co potwierdzają zarówno rezultaty badań własnych, jak i innych (Biehusem i wsp. 1991, Herfurth-Schindler i Schulz 2012) dotyczących ich motywów i form sportowo-turystycznych. Do najbardziej popularnych letnich dyscyplin sportu należą wędrówki górskie, golf i sporty rowerowe, natomiast w zimie najchętniej uprawia się narciarstwo zjazdowe i biegowe.

Garmisch-Partenkirchen to także jeden z najważniejszych ośrodków sportu wyczynowego w skali światowej, gdzie ze względu na wysokogórskie położenie

regularnie odbywają się zawody mistrzowskie przede wszystkim w zimowych dyscyplinach sportu, takich jak: narciarstwo klasyczne, alpejskie, skoki narciarskie, curling, hokej na lodzie itp.

PODSUMOWANIE

Ze względu na wyjątkowo korzystne położenie geograficzne oraz walory naturalne Garmisch-Partenkirchen można zaliczyć do najważniejszych miejscowości turystycznych oraz największych centrów sportowo-rekreacyjnych o znaczeniu międzynarodowym. Miejscowość ta, dzięki wzorowemu zagospodarowaniu turystycznemu, skupia przede wszystkim amatorów aktywnego wypoczynku, sportów rekreacyjnych i turystyki kwalifikowanej. Jako kurort klimatyczny Garmisch-Partenkirchen oferuje również usługi w zakresie turystyki zdrowotnej, znajdując szczególne uznanie wśród turystów, których celem są przedsięwzięcia profilaktyczno-medyczne. Ta turystyczna miejscowość alpejska ma wiele atrakcji turystycznych i wykazuje dużą dynamikę wzrostu ruchu turystycznego.

WNIOSKI

1. Garmisch-Partenkirchen jest najważniejszym centrum sportowo-turystycznym w Niemczech, charakteryzującym się jedną z największych frekwencji turystów.
2. Głównym celem przyjazdu turystów do Garmisch-Partenkirchen jest aktywność sportowo-rekreacyjna (76%).
3. Najbardziej preferowanym przez turystów obiektem noclegowym jest hotel, a środkiem transportu – samochód.
4. Turyści przebywający w Garmisch-Partenkirchen najwyżej ocenili bazę noclegową (79%), następnie bazę gastronomiczną (78%) i komunikacyjną (72%).
5. Do najbardziej popularnych form sportowo-rekreacyjnych uprawianych przez badanych turystów w Garmisch-Partenkirchen należą: wędrówki górskie, golf i sporty rowerowe (okres letni) oraz narciarstwo zjazdowe, snowboard i narciarstwo biegowe (okres zimowy).

BIBLIOGRAFIA

- Biehuse K.W., Heising H., Hofmann H., Lith F., Müller S. (1991) *Die schönsten Reisen- und Ferienziele in Deutschland*. Isis, Chur.
- Daten des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung (2014) München.
- Daten des Statistischen Bundesamtes (2014) Wiesbaden.
- Herfurth-Schindler A., Schulz A. (red.) (2012) *Deutschland*. Vista Point, Köln.
- Ostler J. (2000) *Garmisch-Partenkirchen 1870–1935. Der Olympiaort entsteht*. Verein für Geschichte, Kunst und Kulturgeschichte im Landkreis, Garmisch-Partenkirchen.

Źródła internetowe

- <http://buergerservice.gapa.de/de/60aedeac-3568-9441-1f6f-ee0d4b7f3e90.html> [data dostępu: 02.10.2014].
- <http://buergerservice.gapa.de/de/e11d57d3-721e-d69b-a64b-66885f250bce.html?kategorie=7> [data dostępu: 01.08.2014].

<http://buergerservice.gapa.de/de/fa711450-bca9-8b14-9988-7a7c19afa2cf.html> [data dostępu: 01.08.2014].

http://www.gapa.de/Garmisch_Partenkirchen_Presse_Daten_Fakten_SC [data dostępu: 01.08.2014].

http://www.gapa.de/Garmisch-Partenkirchen_Sport-Erlebnis [data dostępu: 01.08.2014].

http://www.gapa.de/Ort_Umgebung_Sehenswuerdigkeiten_Partnachklamm.html [data dostępu: 02.10.2014].

http://www.postleitzahl.org/bayern/images/karte_garmisch-partenkirchen.png [data dostępu: 02.10.2014].

MAŁGORZATA LUBERDA

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

TURYSTYKA NA TERENIE GORCZAŃSKIEGO PARKU NARODOWEGO – DONIESIENIE Z BADAŃ

Abstract

**Respondents' views on tourism opportunities of the Gorce National Park –
research report**

Collecting data on tourism opportunities in the Gorce National Park required conducting a survey. It was done in April 2011 in the park's territory and its buffer zone. The survey was conducted at three locations, i.e. in front of the Turbacz mountain shelter, on Stare Wierchy, and on Trusiówka glade. In total 93 tourists were surveyed. The collected data on tourism opportunities in the Gorce National Park allows formulation of the following conclusions:

- The Gorce National Park is a highly attractive tourist region,
 - It lives up to tourists' expectations,
 - The main tourist attraction for visitors is the Turbacz mountain top,
 - Many factors affect the park's charm and according to respondents the most important of these are silence and calmness, unique landscape and clear air.
- The Gorce National Park offers numerous opportunities for tourism as 61.3% of the respondents (57 persons) declared their expectations were satisfied while visiting the park. 78.5% of them (73 respondents) declared their wish to visit the Gorce National Park again.

Key words: tourism, Gorce National Park, tourist activity

WPROWADZENIE

Położone w centralnej części Beskidu Zachodniego Gorce uchodzą za jedno z najpiękniejszych miejsc tego pasma. Ich bogactwo kulturowe na przestrzeni kilku wieków nie bez powodu cieszy się wielką popularnością wśród turystów. Nie bez powodu zostało również docenione w procedurze powołania Gorczańskiego Parku Narodowego (GPN).

„Góry te są dobrze wyodrębnioną grupą położoną w centrum polskich Karpat, niemal dokładnie naprzeciw Tatr i Krakowa. Mają kształt potężnego rozrogu górskiego z najwyższą kulminacją na Turbacz (1310 m n.p.m.)” (Różański 2006, s. 13). Centralną i północno-wschodnią część masywu zajmuje Gorczański Park Narodowy. „GPN położony jest w województwie małopolskim, w powiecie limanowskim (77,8% powierzchni) i nowotarskim (22,2%). Znajduje się on w makroregionie Beskidów Środkowych, północno-wschodniej części mezoregionu Gorców (zajmuje ok. 13% powierzchni Gorców)” (Loch 1998, s. 27).

Atrakcyjność turystyczna Gorców i Gorczańskiego Parku Narodowego wynika z wielu czynników. Bardzo bogate i ważne jest dziedzictwo kulturowe. Charakterystyczna cecha specyficznej architektury omawianego terenu to jego harmonia

z otoczeniem. Malowniczo usytuowane baczówki, drewniane kapliczki i krzyże oraz pasterskie szałaszy stanowią przykłady atrakcyjnych dóbr kulturowych badanego terenu. W całych górach, jak i Parku nie brakuje miejsc cennych ze względu na wydarzenia historyczne związane z II wojną światową. Należą do nich miejsca katastrofy samolotów – upamiętnione pomnikami.

Właściwością tego pasma górskiego, która motywuje do uprawiania na jego terenie turystyki, są przepiękne widoki rozpościerające się na Tatry, Pieniny, Beskid Wyspowy, Babią Górę oraz Jezioro Czorszyńskie.

Na terenie GPN dopuszczone zostały cztery formy turystyki górskiej: piesza, rowerowa, narciarska i konna. Można je uprawiać na wyznaczonych do tego celu szlakach. Najbardziej popularną formą turystyki na obszarze badań jest turystyka piesza, możliwa do uprawiania na każdym wyznaczonym szlaku PTTK, na szlakach pieszych oraz spacerowych. Ich łączna długość wynosi 109 km.

CEL BADAŃ

Zasadniczym celem pracy jest próba opisu i analizy możliwości uprawiania turystyki na terenie Gorczańskiego Parku Narodowego.

Postawiono następujące pytania badawcze:

1. Co, zdaniem turystów, jest największą atrakcją turystyczną GPN?
2. Które walory turystyczne (przyrodnicze oraz kulturowe) wzbudzają największe zainteresowanie wśród turystów?
3. Jakie rodzaje turystyki są uprawiane na terenie GPN?
4. Czy istniejące zagospodarowanie turystyczne zaspokaja potrzeby związane z wypoczynkiem oraz umożliwia uprawianie turystyki na badanym terenie?
5. Czy aktualne możliwości uprawiania turystyki spełniają oczekiwania turystów?

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

Aby uzyskać informacje na temat możliwości uprawiania turystyki na obszarze Gorczańskiego Parku Narodowego, nieodzowne stało się przeprowadzenie badań ankietowych z udziałem turystów, którzy odwiedzili go w roku badawczym, tj. w kwietniu 2011 r. W marcu 2011 r. wykonano badania pilotażowe w celu sprawdzenia rzetelności narzędzia.

Ankieta została przeprowadzona w trzech punktach: przy schronisku pod Turbaczem, na Starych Wierchach i na polanie Trusiówka.

Zagadnienia poruszone w kwestionariuszu ankietowym dotyczyły:

- głównych źródeł informacji oraz wiedzy na temat Parku,
- motywów, które przyciągnęły respondentów na jego obszar,
- celu przyjazdu turystów na teren GPN,
- częstotliwości odwiedzin,
- długości pobytu w Parku i jego okolicy.

Kwestionariusz ankietowy umożliwił także zapoznanie się z opinią turystów na temat:

- walorów turystycznych, które wzbudziły w respondentach największe zainteresowanie,
- wyposażenia GPN w urządzenia obsługujące turystów, czyli infrastruktury turystycznej, dostępności komunikacyjnej Parku oraz poruszania się wewnątrz Parku,
- występowania oraz funkcjonowania informacji zewnętrznej i wewnętrznej o Parku,
- zagospodarowania turystycznego (odnośnie do bazy noclegowej, gastronomicznej i towarzyszącej),
- form turystyki, które powinny być popierane w Parku,
- stopnia zadowolenia z pobytu,
- zamiaru ponownego odwiedzenia GPN.

Ponadto na podstawie dokonanej analizy uzyskano informacje dotyczące ogólnej charakterystyki turystów, a więc miejsca ich stałego zamieszkania, wieku oraz wykształcenia.

Materiałami źródłowymi, które wykorzystano podczas realizacji pracy, były głównie publikacje książkowe. Praca oparta jest na analizie oraz syntezie literatury fachowej. Korzystano również z przewodników, informatorów i map turystycznych.

Bardzo przydatne okazały się wizyty i przeprowadzone przy tej okazji rozmowy oraz wywiady w głównej siedzibie Dyrekcji Gorczańskiego Parku Narodowego w Porębie Wielkiej, gminach w Nowym Targu, Mszanie Dolnej oraz Rabce-Zdroju, gdzie uzyskano informacje i materiały niedostępne w bibliotekach.

Informacje dotyczące turystyki w GPN pochodzą z materiałów znajdujących się w zasobach Dyrekcji Parku. Informacje tam zawarte zostały sprawdzone i uaktualnione przez autorkę pracy wiosną 2011 r. podczas wizji lokalnych oraz pieszych wycieczek.

Dzięki uprzejmości turystów przebywających na terenie GPN, którzy wypełnili autorską ankietę, otrzymano wiele cennych informacji. Zostały one wykorzystane w pracy i umożliwiły zrealizowanie części badawczej.

Respondenci wypełniali ankietę składającą się z 16 pytań, w tym 9 pytań zamkniętych, 3 pytań otwartych i 4 półotwartych. Metryczka zawierała 3 pytania, dzięki którym uzyskano najważniejsze informacje dotyczące charakterystyki respondentów.

W badaniu brały udział 93 osoby: 54 kobiety (58,1% respondentów) i 39 mężczyzn (41,9% respondentów). Rozpiętość wieku ankietowanych wynosiła 15–62 lat. Turystów najczęściej charakteryzowały dwa przedziały wiekowe: 15–25 i 26–40 lat. Te dwa przedziały stanowiły ponad połowę ogólnej liczby badanych turystów. Tylko 2,0% ankietowanych stanowiły osoby poniżej 15. roku życia i powyżej 60. roku życia.

Większa część turystów (48,0%) zadeklarowała wykształcenie wyższe. Wykształcenie średnie podało 33,0% badanych. Tylko 5,1% miało wykształcenie zawodowe. Spośród respondentów 13,9% zaznaczyło wykształcenie podstawowe, czego przyczyną zapewne był ich młody wiek.

Nieco ponad połowa badanych pochodziła z województwa małopolskiego – 50,5% (47 osób), a 24,7% (23 osoby) – z województwa śląskiego. Do Gorczań-

skiego Parku Narodowego przybyło 10 osób (10,7%) z województwa dolnośląskiego. Na czwartym miejscu znalazło się województwo podkarpackie (5,4%, tj. 5 osób). Województwa: świętokrzyskie i mazowieckie zaznaczyło łącznie 6 osób (6,6%) (po 3 osoby z każdego z nich). Najmniej respondentów, bo tylko 2,1% (2 osoby), pochodziło z województwa wielkopolskiego.

Możliwości uprawiania turystyki na terenie Gorczańskiego Parku Narodowego zostały opisane na podstawie ankiety i wniosków z niej wysuniętych, ale również dzięki rozmowom z miejscową ludnością i pracownikami Gorczańskiego Parku Narodowego, którzy na co dzień zajmują się tymi aspektami, oraz pracownikami gmin, których stanowiska związane są z ochroną środowiska.

WYNIKI BADAŃ

Układ niniejszego rozdziału wynika z problematyki uwzględnionej w kwestionariuszu ankiety. Na początku każdego zagadnienia omówiono rezultaty badań, a następnie przedstawiono je w postaci graficznej.

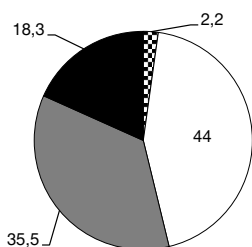
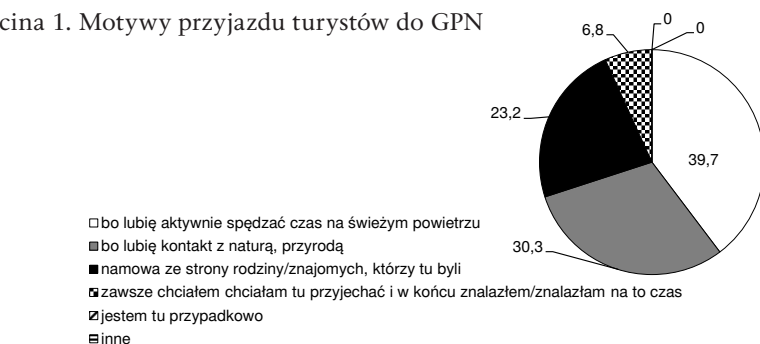
Pierwszy problem dotyczył źródeł informacji o Gorczańskim Parku Narodowym. Z tabeli 1 wynika, że dla respondentów dwoma głównymi źródłami wiedzy o tym miejscu były opinie rodziny i znajomych (36,6%, tj. 34 osoby) oraz wiadomości zawarte w przewodnikach, folderach i informatorach (24,7%, czyli 23 osoby). Spośród badanych 21,5% (20 osób) odwiedziło stronę internetową Parku i przeczytało umieszczone na niej informacje. Zaledwie 12,9% ankietowanych (12 osób) dowiedziało się o nim z prasy i ofert biur podróży. Czterech ankietowanych (4,3%) jako inne źródła informacji o nim wymieniło lekcje geografii. Żaden z respondentów nie wskazał programu TV.

Najczęstszym powodem, dla którego turyści przybyli na teren GPN, było aktywne spędzanie czasu na świeżym powietrzu (39,7%, tj. 37 osób). Stanowi to istotną wskazówkę dotyczącą zainteresowań respondentów. Na drugim miejscu znalazł się kontakt z naturą (30,3%, tj. 28 osób). Pozytywna opinia rodziny i znajomych stała się zachętą do odwiedzenia GPN dla 22 osób (23,2%). Spośród badanych 6,8 (6 osób) stwierdziło, że zawsze chciało tu przyjechać i w końcu

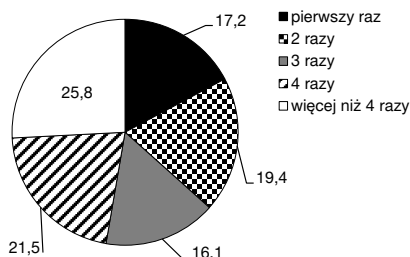
Tabela 1. Źródła, z jakich respondenci dowiedzieli się o GPN

Źródło informacji o GPN	Liczba odpowiedzi	
	N	[%]
Od rodziny/znajomych	34	36,6
Z programu TV	–	–
Z przewodnika turystycznego/folderu/informatora	23	24,7
Z prasy	7	7,5
Z Internetu	20	21,5
Z oferty biura podróży	5	5,4
Inne	4	4,3
Razem	93	100,0

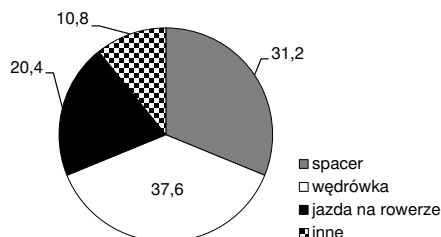
Rycina 1. Motywy przyjazdu turystów do GPN



Rycina 2. Dostępność komunikacyjna GPN



Rycina 3. Przebywanie na terenie GPN



Rycina 4. Sposób spędzania czasu na terenie GPN przez turystów

znalazło na to czas. Żaden z ankietowanych nie zaznaczył, że przyjechał tu przypadkowo. Nikt też nie podał innych powodów (ryc. 1).

Naturalną potrzebą każdego człowieka jest kontakt z naturą, relaks, wypoczynek, regeneracja sił i zdobywanie wiedzy. Kolejnymi motywami zachęcających turystów do przybycia na teren Parku były piękno krajobrazu oraz bogaty świat roślin i zwierząt.

Spośród 93 ankietowanych 41 osób (44,0%) odpowiedziało, że dostępność komunikacyjna GPN jest dostateczna, zaś 33 osoby (35,5%) określiły ją jako dobrą. Siedemnastu respondentów (18,3%) uznało, że dostępność komunikacyjna jest bardzo dobra, tylko 2,2% (2 osoby) stwierdziło, że jest zła (ryc. 2).

Jak wynika z ryciny 3, jedynie 17,2% ankietowanych (16 osób) przybyło na teren Parku pierwszy raz, pozostali – 82,8% (77 osób), czyli większość – znalazła się w GPN po raz kolejny. Spośród respondentów 25,8% (24 osoby) odwiedziło jego tereny ponad cztery razy.

Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że większość ankietowanych jest „wierna” częstemu przyjazdowi i odpoczynkowi na terenie Gorczańskiego Parku Narodowego.

Spośród badanych 37,6% (35 osób) podało, że spędza czas w GPN na wędrownie, 31,2% (29 osób) odpowiedziało, że spaceruje po GPN, natomiast 20,4% respondentów (19 osób) wskazało jazdę na rowerze. Pozostali – 10,8% badanych (10 osób) – wybrali opcję „inne”, najczęściej zaznaczając „podziwianie krajobrazu”. Odpowiedzi zostały zaprezentowane na rycinie 4.

Teren GPN zazwyczaj odwiedzają rodziny z dziećmi, dlatego też najczęstszymi sposobami spędzania czasu w Parku są: wędrowanie oraz spacerowanie, co nie wymaga dużej sprawności i kondycji fizycznej od dzieci. Dobrze rozwinięta sieć pieszych szlaków turystycznych pozwala rodzicom stopień ich trudności do umiejętności poruszania się po GPN swych pociech.

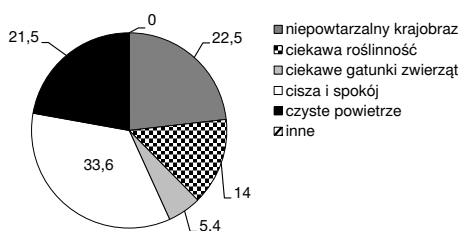
Najczęściej wskazywanym powodem pobytu w GPN była chęć zdobycia szczytu Turbacz (24,7%, tj. 23 osoby), na drugim miejscu znalazło się „dojście do schroniska” oraz „kontakt z naturą” (po 19,4%, czyli 18 osób). Kolejne miejsce zajął „wysiłek fizyczny w naturze”, który wybrało 14 osób (15,0%). Spośród respondentów 10 osób (10,7%) przybyło do GPN w celu podziwiania krajobrazu, 7,6% (7 osób) podało jako powód przyjazdu chęć przejścia jedną z 10 ścieżek edukacyjnych. W opcji dowolnej odpowiedzi zaledwie 3,2% respondentów (3 osoby) zaznaczyło oglądanie obiektów kulturowych.

Rozkład odpowiedzi związanych z omawianym zagadnieniem przedstawiono w tabeli 2.

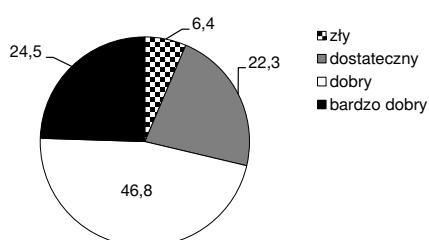
Podczas przeprowadzonych badań ankietowych turyści mieli za zadanie określić, co na terenie GPN wywarło na nich największe wrażenie. Uzyskane odpowiedzi zaprezentowano na rycinie 5. Spośród respondentów 36,6% (34 osoby) stwierdziło, że o niepowtarzalności tego miejsca decydują: cisza i spokój, 22,5% badanych (21 osób) uznało, że uroda Parku to niepowtarzalne piękno krajobrazu. Dla 21,5% (20 osób) ważne okazało się czyste powietrze. Walorem Parku, jaki wybrało 14,0% badanych (13 osób), była ciekawa roślinność. Zaledwie 5,4% ankietowanych (5 osób) jako istotne wskazało interesujące gatunki zwierząt.

Tabela 2. Powody ostatniego pobytu w GPN

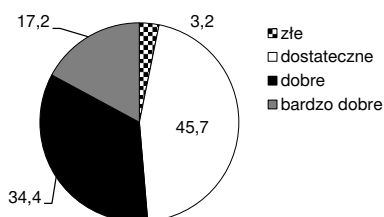
Powód	Liczba odpowiedzi	
	N	[%]
Zdobycie szczytu Turbacz	23	24,7
Dojście do schroniska	18	19,4
Przejsie jedną z 10 ścieżek edukacyjnych	7	7,6
Podziwianie krajobrazu	10	10,7
Kontakt z naturą	18	19,4
Wysiłek fizyczny w naturze (np. marszobiegi, kolarstwo, nordic walking itp.)	14	15,0
Inne	3	3,2
Razem	93	100,0



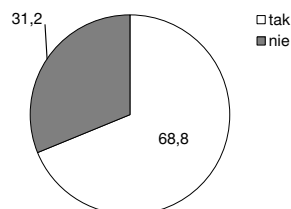
Rycina 5. Największe walory GPN według badanych



Rycina 6. Ocena stanu szlaków na terenie GPN



Rycina 7. Ocena oznakowania obiektów na terenie GPN



Rycina 8. Rozmieszczenie obiektów infrastruktury według badanych

Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że głównymi walorami turystycznymi Parku są cisza i spokój oraz piękno krajobrazu. Niewątpliwie turystów przyciąga najwyższy szczyt Górców – Turbacz, z którego można podziwiać panoramy Beskidu Wyspowego, Sądeckiego, Niskiego, Beskidu Makowskiego, Pasma Babio-górskiego oraz Tatr. Rezultaty przeprowadzonych badań wskazują, że ogromną wartość dla turystów stanowi także ciekawa roślinność. W Parku występuje 114 gatunków prawnie chronionych, z czego 105 podlega ochronie całkowitej, a 9 – ochronie częściowej.

Pośród badanych 44 turystów (46,8%) oceniło stan szlaków na terenie GPN jako dobry, 23 osoby (24,5%) – jako bardzo dobry, a 21 ankietowanych (22,3%) – jako dostateczny. Tylko 5 respondentów (6,4%) uznało, że stan szlaków jest zły (ryc. 6).

Wyniki analizy ryciny 7 wskazują, że większość respondentów (45,2%, tj. 42 osoby) stwierdziła, że oznakowanie obiektów na terenie GPN jest dostateczne, 34,4% turystów (32 osoby) odpowiedziało, że jest dobre, 17,2% (16 osób) uznało je za bardzo dobre, natomiast pozostali – 3,2% (3 osoby) – odpowiedzieli, że obiekty są źle oznakowane.

Pośród respondentów 68,8% turystów (64 osoby) zadeklarowało, że są zadowoleni z rozmieszczenia obiektów infrastruktury na badanym terenie, mniejsza część ankietowanych (31,2%, tj. 29 osób) stwierdziła, że są one źle rozmieszczone (ryc. 8).

Bazę turystyczną Górczańskiego Parku Narodowego stanowi sieć szlaków wraz ze znajdującą się przy nich infrastrukturą. Respondentom zadano więc pytanie, czy uważają, że na jego obszarze powinny znaleźć się dodatkowe elementy takiej infrastruktury (do wyboru 6), które ułatwiłyby im zwiedzanie Parku.

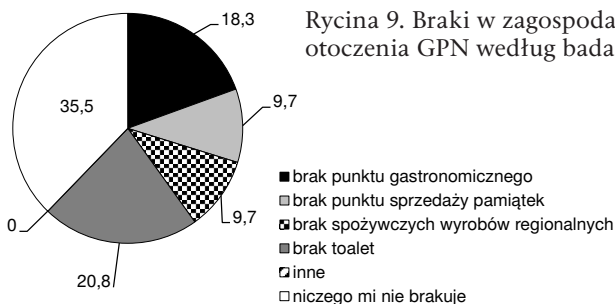
Tabela 3. Opinie turystów dotyczące umieszczenia dodatkowej infrastruktury turystycznej w GPN

Elementy infrastruktury	Liczba odpowiedzi	
	N	[%]
Ławki do siedzenia i stoliki	26	28,0
Utwardzone ścieżki	11	11,8
Schody na trudniejszych podejściach	9	9,7
Kosze na śmieci	33	35,4
Zadaszenia chroniące przed deszczem	5	5,4
Dodatkowe tablice informacyjne	9	9,7
Inne	–	–
Razem	93	100,0

Sugestie turystów dotyczące umieszczenia w GPN dodatkowych urządzeń infrastruktury turystycznej przedstawiały się następująco (tab. 3):

- najwięcej turystów, bo aż 33 osoby (35,4%), zwróciło uwagę na niewystarczającą liczbę koszy na śmieci;
- za ustawieniem dodatkowych ławek do siedzenia i stolików opowiedziało się 26 ankietowanych (28,0%);
- 11 respondentów (11,8%) zasugerowało, aby było więcej utwardzonych ścieżek;
- potrzebę utworzenia schodów na trudniejszych podejściach oraz wprowadzenia dodatkowych tablic informacyjnych wskazało po 9,7% ankietowanych turystów;
- za wybudowaniem dodatkowych zadaszeń chroniących przed deszczem opowiedziało się 5,4% respondentów.

Spośród badanych 35,5% (33 osobom) niczego nie brakowało w bezpośrednim otoczeniu GPN, 26,8% (25 osobom) brakowało toalet, a na trzecim miejscu znalazł się brak punktu gastronomicznego (18,3%, tj. 17 osób). Najsłabiej ankietowani odczuwali braki spożywczych wyrobów regionalnych oraz punktów sprzedaży pamiątek (po 9,7%, czyli 9 osób). Żaden z respondentów nie podał innych przykładów brakujących elementów. Rozkład poszczególnych odpowiedzi przedstawiono na rycinie 9.



Rycina 9. Braki w zagospodarowaniu bezpośredniego otoczenia GPN według badanych

Tabela 4. Formy turystyki na terenie GPN popierane przez turystów

Forma turystyki	Liczba odpowiedzi	
	N	[%]
Piesza	22	23,7
Edukacyjna	8	8,6
Rowerowa (stan dróg)	20	21,5
Konna (szlaki konne)	15	16,1
Pobyтова	11	11,8
Narciarstwo biegowe	10	10,7
Narciarstwo zjazdowe	7	7,6
Inne	–	–
Razem	93	100,0

Tabela 5. Korzystanie z bazy noclegowej w obrębie GPN lub w bezpośrednim jego otoczeniu

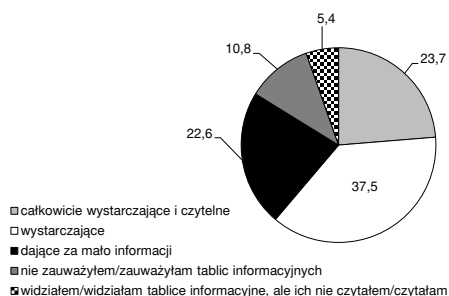
Odpowiedź	Liczba odpowiedzi			
	w obrębie GPN		w otoczeniu GPN	
	N	[%]	N	[%]
Tak	33	35,5	51	54,8
Nie	60	64,5	42	45,2
Razem	93	100,0	93	100,0

Kolejne zagadnienie poruszone w ankiecie dotyczyło form turystyki, które zdaniem respondentów powinny być popierane na terenie GPN.

Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że największa liczba badanych turystów – 22 osoby (23,7%) – wyraziła opinię, by na terenie Gorczańskiego Parku Narodowego wspierano rozwój turystyki pieszej. Spośród respondentów 20 osób (21,5%) opowiedziało się za turystyką rowerową, zaś 15 badanych turystów (16,1%) – za turystyką konną. Na czwartym miejscu (11 turystów, czyli 11,8%) znalazła się turystyka pobyтова, następnie narciarstwo biegowe (10,7%, tj. 10 osób) i turystyka edukacyjna, którą wskazało 8 osób (8,6%). Ostatnie miejsce zajęło narciarstwo zjazdowe, które wybrało 7,6% ankietowanych (7 osób). Żaden z respondentów nie podał innej formy turystyki (tab. 4).

Analizując poniższą tabelę, można wywnioskować, że najważniejsza dla odwiedzających Park okazała się turystyka piesza i należy ją rozwijać na badanym terenie. Może to wynikać z tego, że ta forma turystyki nie wymaga specjalistycznego sprzętu, tak jak turystyka rowerowa lub narciarstwo biegowe i zjazdowe.

Spośród badanych 64,5% turystów (60 osób) zadeklarowało, że nie korzysta z bazy noclegowej na obszarze GPN, a 35,5% ankietowanych (33 osoby) wskazało, że z niej korzysta.



Rycina 10. Opinie respondentów o rozmieszczonych tablicach informacyjnych



Rycina 11. Spełnienie oczekiwań turystów

Spośród respondentów 54,8% (51 osób) odpowiedziało, że wybiera miejsca noclegowe w bezpośrednim otoczeniu GPN, natomiast 45,2% turystów (42 osoby) podało, że tego nie robi, co zostało zobrazowane w tabeli 5.

Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że turyści chętniej wybierają swoje miejsca noclegowe w otoczeniu GPN. W miejscowościach u podnóża Gorców istnieje bardzo wiele placówek noclegowych o różnym standardzie – od luksusowych hoteli i pensjonatów po tanie kwatery agroturystyczne i pola namiotowe. Najbogatsza i najbardziej urozmaicona jest baza w miejscowościach: Rabka, Krościenko, Nowy Targ i Ochotnica Dolna.

Z danych umieszczonych na rycinie 10 wynika, że 37,5% respondentów (35 osób) odpowiedziało, że zawartość merytoryczna tablic informacyjnych znajdujących się na terenie GPN jest wystarczająca. Za całkowicie wystarczające i czytelne uznało je 23,7% badanych (22 osoby), a 22,6% turystów (21 osób) stwierdziło, że zawierają one za mało informacji. Spośród respondentów 10 osób (10,8%) w ogóle nie zauważyło tablic informacyjnych, a 5 ankietowanych (5,4%) widziało tablice informacyjne, ale ich nie czytało. Może to być spowodowane tym, że zwiedzający dopiero rozpoczęli swą wędrówkę. Żaden z turystów nie wskazał, że tablice informacyjne w GPN były niepotrzebne. Wszystko to świadczy o dobrej lokalizacji tablic informacyjnych i gęstości ich występowania.

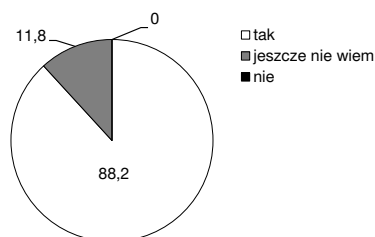
Większość badanych turystów (61,3%, czyli 57 osób) odpowiedziało, że jest bardzo zadowolona z pobytu w Gorczańskim Parku Narodowym, który spełnia jej oczekiwania pod względem możliwości uprawiania turystyki (ryc. 11). Spośród ankietowanych 37,6% (35 osób) było zadowolonych, a tylko 1,1% (1 osoba) nie wyraziło zadowolenia z możliwości uprawiania turystyki w GPN.

Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że turyści cenią badany teren i traktują go jako miejsce atrakcyjne turystycznie, które daje im możliwość uprawiania turystyki.

Spośród 93 ankietowanych aż 73 osoby (78,5%) zadeklarowały zamiar ponownego przybycia na teren Gorczańskiego Parku Narodowego, a pozostałych 20 respondentów (21,5%) odpowiedziało, że jeszcze się nad tym nie zastanawiało. Przyczyną tego może być to, że zwiedzający przebywają na terenie GPN po raz pierwszy lub dopiero rozpoczęli zwiedzanie Parku. Co ciekawe, nikt z ankietowanych nie stwierdził, że nie przyjedzie ponownie do GPN (ryc. 12).



Rycina 12. Chęć ponownego przybycia do Gorczańskiego Parku Narodowego



Rycina 13. Rekomendacja Gorczańskiego Parku Narodowego

Zebrane dane wskazują, że turyści chętnie wracają do GPN. Park jest dla nich nadal dużą atrakcją turystyczną. Stanowi bowiem znakomite miejsce do aktywnego wypoczynku wśród piękna przyrody i niepowtarzalnego krajobrazu.

Odpowiedzi na kolejne pytanie ankiety miały dostarczyć informacji o tym, czy badani turyści po powrocie do swojego miejsca zamieszkania zachęcą inne osoby do przyjazdu na teren Gorczańskiego Parku Narodowego.

Otrzymane wyniki wskazują, że zdecydowana większość, bo aż 82 osoby (88,2%) spośród 93 badanych miały zamiar podzielić się wrażeniami z pobytu w GPN i namówić znajomych do przyjazdu i aktywnego wypoczynku w tym miejscu (ryc. 13). Jest to najlepsza reklama dla Gorczańskiego Parku Narodowego, ponieważ zadowolony turysta przyciągnie znajomych. Spośród badanych 11 respondentów (11,8%) nie było w tej kwestii zdecydowanych.

Najczęściej wskazywanymi elementami, które miałyby przyciągnąć większą liczbę turystów do GPN, były schroniska oraz pola namiotowe – wybrało je 25 osób (26,9%). Spośród respondentów 18,3% (17 osób) przyznało, że byłaby to poprawa stanu dróg. Większą liczbę osób w celach turystycznych przyciągnęłaby baza usługowo-rekreacyjna, którą wskazało 12 respondentów (12,9%). Na końcu znalazły się imprezy (5,4%, tj. 5 osób). Rozkład odpowiedzi przedstawiono w tabeli 6.

Tabela 6. Elementy, które mogłyby przyciągnąć turystów do GPN

Elementy	Liczba odpowiedzi	
	N	[%]
Poprawa stanu dróg	17	18,3
Baza usługowo-rekreacyjna	12	12,9
Punkty gastronomiczne	7	7,5
Schroniska i pola namiotowe	25	26,9
Punkty informacyjne	11	11,8
Ulotki promocyjne	9	9,7
Imprezy	5	5,4
Toalety	7	7,5
Razem	93	100,0

Zdaniem respondentów na terenie Parku zdecydowanie brakuje bazy noclegowej. Jest to istotna wskazówka dla władz Parku, ponieważ dzięki większej liczbie schronisk oraz pól namiotowych przybyłaby większa liczba osób, które mogłyby się stać klientami usług oferowanych przez Park.

DYSKUSJA

Do motywów, które przyciągnęły turystów do Parku, należały głównie aktywne spędzenie czasu na świeżym powietrzu (39,7%) oraz kontakt z naturą (30,3%).

Sposobami spędzania czasu wolnego przez turystów w Parku były: wędrowanie (37,6%), spacerowanie (31,2%) i jazda na rowerze (20,4%). Podczas zwiedzania GPN dla ankietowanych największe znaczenie miała ciekawa roślinność (14,0%), niestety najmniej interesujące dla zwiedzających Park okazały się ciekawe gatunki zwierząt (5,4%).

Największe zainteresowanie i zachwyt wśród zwiedzających GPN wzbudzały jego walory przyrodnicze i kulturowe. O urodzie tego miejsca bez wątpienia decydowało niepowtarzalne piękno krajobrazu. Ogromną wartość dla turystów stanowiła również możliwość obcowania z przyrodą (30,3%), która dawała im spokój, wytchnienie, dobre samopoczucie oraz możliwość wypoczynku.

Informacje uzyskane na podstawie przeprowadzonych badań oraz analizy najczęstszych odpowiedzi turystów zamieszczonych w tabeli 7 pozwoliły na uogólnienie opinii turystów na temat Gorczańskiego Parku Narodowego.

Jak wynika z najczęściej udzielanych odpowiedzi, sylwetka przeciętnego turysty odwiedzającego GPN wygląda następująco:

- odwiedzający znajduje się w przedziale wiekowym 26–40 lat i ma wykształcenie wyższe, pochodzi z województwa małopolskiego;
- o Gorczańskim Parku Narodowym dowiedział się od rodziny i znajomych;
- preferuje spędzanie czasu na świeżym powietrzu i lubi kontakt z naturą;
- już po raz kolejny zwiedza Park w towarzystwie rodziny;
- głównym celem pobytu jest zdobycie najwyższego szczytu w Gorcach – Turbacza;
- jego zdaniem największe walory GPN to cisza i spokój oraz niepowtarzalny krajobraz;
- zauważył, że jest za mało koszy na śmieci, ławek i stolików służących do odpoczynku;
- sugeruje, że na terenie Parku brakuje toalet oraz punktów gastronomicznych;
- uważa, że należy popierać turystykę pieszą;
- twierdzi, że tablice informacyjne znajdujące się na obszarze GPN są wystarczające;
- możliwość uprawiania turystyki na terenie Parku spełnia jego oczekiwania, wyraża chęć ponownego jego odwiedzenia;
- ma zamiar polecić to miejsce innym;
- jego zdaniem większą liczbę turystów przyciągnęłoby więcej schronisk turystycznych oraz poprawa stanu dróg i ścieżek.

Tabela 7. Najczęstsze odpowiedzi turystów

Zagadnienie	Turysci		
	najczęstsze odpowiedzi	liczba odpowiedzi	
		wartość bezwzględna	[%]
Motywy przybycia do GPN	aktywny wypoczynek na świeżym powietrzu	37	39,7
Dostępność komunikacyjna	dostateczna	41	44,0
Częstotliwość odwiedzin	więcej niż 4 razy	24	25,8
Sposób spędzania czasu w GPN	wędrówka	35	37,6
Cel pobytu	zdobycie szczytu Turbacz	23	24,7
Walory GPN	cisza i spokój	34	36,6
Stan szlaków	dobry	44	46,8
Oznakowanie obiektów	dostateczne	42	45,2
Infrastruktura	kosze na śmieci	33	35,4
Zagospodarowanie	niczego nie brakuje	33	35,5
	brakuje toalet	25	26,8
Formy turystyki	piesza	22	23,7
Tablice informacyjne	wystarczające	35	37,5
Spełnienie oczekiwań	zadowolony/zadowolona	57	61,3
Chęć ponownego przybycia do GPN	tak	73	78,5
Rekomendacja GPN	tak	82	88,2
Elementy przyciągające turystów	schroniska i pola namiotowe	25	26,9

WNIOSKI

Cechą charakterystyczną tego pasma górskiego, która motywuje do uprawiania na jego terenie turystyki, są przepiękne widoki rozpościerające się na Tatry, Pieniny, Beskid Wyspowy, Babią Górę i Jezioro Czorszyńskie.

Na terenie GPN dopuszczone zostały cztery formy turystyki górskiej: piesza, rowerowa, narciarska i konna. Można je uprawiać na wyznaczonych w tym celu szlakach. Najbardziej popularną formą turystyki na obszarze badań jest turystyka piesza, dopuszczona na każdym wyznaczonym szlaku PTTK, na szlakach pieszych oraz spacerowych. Ich łączna długość wynosi 109 km.

Uzyskane przez autorkę dane dotyczące możliwości uprawiania turystyki na terenie Gorczańskiego Parku Narodowego, pochodzące z publikacji książkowych oraz własnych badań ankietowych, pozwalają na wysunięcie ostatecznych wniosków i udzielenie wiarygodnych odpowiedzi na postawione w pracy pytania badawcze.

Ogólnie należy stwierdzić, że:

- Gorczański Park Narodowy to niezwykle atrakcyjny teren turystyczny;
- spełnia oczekiwania odwiedzających go turystów;
- największą atrakcją dla zwiedzających stanowi kopuła szczytowa Turbacz;

- na urok GPN ma wpływ wiele czynników, a najważniejsze z nich, zdaniem ankietowanych, to przede wszystkim cisza i spokój – 36,6%, niepowtarzalny krajobraz – 22,5%, i czyste powietrze – 21,5%.

Gorczański Park Narodowy to obszar wyjątkowy:

- w skali kraju – ponieważ jest objęty ochroną w formie parku narodowego;
- w skali europejskiej – ponieważ jest jednym z obszarów sieci Natura 2000.

Prawie dla każdego turysty najbardziej atrakcyjnym miejscem w całym masywie Gorców jest jego najwyższy szczyt – Turbacz. Można z niego podziwiać panoramy Beskidu Wyspowego, Sądeckiego, Niskiego, Beskidu Makowskiego, Pasma Babiogórskiego oraz Tatr.

Na podstawie badań ankietowych i przeprowadzonej przez autorkę dokładnej analizy należy stwierdzić, że teren Gorczańskiego Parku Narodowego stwarza duże możliwości uprawiania różnych form turystyki, ponieważ 61,3% ankietowanych (57 osób) jest zadowolonych z możliwości uprawiania turystyki na jego terenie. Spośród respondentów 78,5% (73 osoby) zadeklarowało zamiar ponownego przybycia na teren Gorczańskiego Parku Narodowego.

Podsumowując wyniki badań, należy stwierdzić, że Gorczański Park Narodowy jest miejscem atrakcyjnym turystycznie ze względu na duże walory przyrodnicze, interesujące położenie oraz niezwykłość krajobrazu, który łączy ciekawe ukształtowanie terenu, lasy, jeziora. GPN ma duży potencjał turystyczny, który nie jest w pełni wykorzystywany.

BIBLIOGRAFIA

- Loch J. (1998) Plan Ochrony Gorczańskiego Parku Narodowego – elaborat, Poręba Wielka.
Różański W. (2006) Historia powstania Gorczańskiego Parku Narodowego i jego znaczenie dla ochrony przyrody w Polsce. [W:] J. Loch (red.), Ochrona Beskidów Zachodnich, GPN, Poręba Wielka.

ANDŻELIKA DZIEGIEL, MATEUSZ TOMANEK

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

SYLWETKA UCZESTNIKA GÓRSKICH IMPREZ BIEGOWYCH

Abstract

The profile of a participant mountain running events

Since 2013, jogging has become the most popular physical activity among Poles, which resulted in the increasing number of people taking part in running events and strong competition among the organizers of such events. The main objective of the study was to determine which of socio-demographic, psychological and economic characteristics are typical of sports tourism participants in the mountain area. The research method was an online survey; more than two hundred runners completed the questionnaire and sent it back. The data thus obtained were used to create the profile of the participant of running events in the mountain area (i.e. active sports tourist) and to conduct market segmentation. The results showed that the active sports tourist is a married male between 31 and 35 years of age, has a university degree and lives in a city with population over 200 thousand. Most of sports tourists are economically active and their gross income is within the range of 2701 to 3800 PLN.

Key words: running events, recreation and tourism activity, sports tourism, motivation, Alpine Style, Anglo-Saxon Style

WPROWADZENIE

Istnieje wiele różnorodnych bodźców wpływających na uprawianie aktywności fizycznej na obszarach recepcji turystycznej. Są to zarówno czynniki społeczne i styl życia, które odgrywają bardzo ważną rolę w zachowaniach turystycznych, jak i specyfika środowiska przyrodniczego (Niezgoda 2008). Wobec tego pasma górskie mogą stanowić swoisty obszar do uprawiania aktywności rekreacyjno-turystycznej¹.

Góry od zawsze były dla człowieka obszarem nadzwyczajnym, trudno dostępnym, budzącym pokorę, lęk, a zarazem zdumienie i fascynację. O wyjątkowości obszarów górskich decydują ich zasoby: wysokie walory krajobrazowe terenu, lecznicze właściwości lokalnych mikroklimatów, czyste środowisko naturalne oraz dzikość przyrody. Na specyfikę obszarów górskich składa się także duży udział lasów i użytków zielonych w powierzchni ogólnej, różnorodność świata zwierzęcego i roślinnego, występowanie źródeł wodnych, w tym wód leczniczych, a także bogactwo folklorystyczne (Ślusarz i Kadyjewski 2010). Dzięki tym atutom

¹ Aktywność turystyczno-rekreacyjna rozumiana jako różnorodne formy zagospodarowania czasu wolnego podejmowane dla przyjemności (m.in. odpoczynek, rozrywka, samodoskonalenie, uprawianie aktywności fizycznej) na obszarze recepcji turystycznej.

góry stwarzają atrakcyjne warunki nie tylko do rozwoju lecznictwa sanatoryjnego, ale również turystyki, sportu i rekreacji.

Tereny górskie są miejscem szczególnym, w którym można doświadczyć wielu wrażeń estetycznych, integrować się z przyrodą i uprawiać aktywność fizyczną lub spędzać czas na poznawaniu otaczającego środowiska i samego siebie (Paruzel 2010). Wyróżnić można wiele motywów, czyli doznań pobudzających jednostkę ludzką do działania, skłaniających do bytowania na obszarze górskim albo powstrzymujących ją od tego. Naukowcy wyodrębniają liczne źródła bodźców aktywności rekreacyjno-turystycznej – od niezaspokojonych potrzeb psychologicznych, chęci pobudzenia wzorców afektywnych do zaktywizowania własnych zainteresowań (Gracz i Sankowski 2001). W odniesieniu do osób aktywnie uprawiających turystykę można wskazać aż siedem typów motywacji do podejmowania dowolnej formy rekreacji fizycznej, w tym na obszarach górskich. Typy poszczególnych motywacji wraz z ich opisem zaprezentowano w tabeli 1. Wśród czynników skłaniających do przebywania w górach można wyróżnić cztery podstawowe bodźce: biologiczne, społeczne, poznawcze oraz potrzebę wrażeń zmysłowych (Moroń 2010).

Tabela 1. Typy motywacji osób uprawiających rekreację fizyczną

Typ	Nazwa motywacji	Opis
I	aktywnościowo-hedonistyczna	rekreacja fizyczna wynikająca z biologicznej potrzeby ruchu
II	relaksowo-katartyczna	rekreacja fizyczna stanowiąca formę ucieczki od codzienności i rozładowująca napięcia i stresy psychiczne
III	zdrowotno-higieniczna	rekreacja fizyczna wpływająca na poprawę lub utrzymanie zdrowia, sprawności fizycznej, sylwetki, urody, dobrego samopoczucia
IV	społeczno-towarzyska	rekreacja fizyczna umożliwiająca nawiązywanie kontaktów towarzyskich oraz grupowe spędzanie czasu wolnego
V	„poszukiwacz przygody”	rekreacja fizyczna dostarczająca silnych wrażeń i emocji związanych z ryzykiem, niepewnością, walką z siłami natury, przeciwnikiem lub samym sobą
VI	ambicjonalna	rekreacja fizyczna umożliwiająca sprawdzenie siebie i dowartościowanie np. dzięki zwycięstwu w rywalizacji sportowej
VII	poznawczo-edukacyjna	rekreacja fizyczna umożliwiająca poznanie i doświadczenie czegoś nowego, samodoskonalenie, rozwijanie własnych zainteresowań

źródło: opracowanie własne na podstawie pracy Gracza i Sankowskiego (2001)



Rycina 1. Górskie imprezy biegowe w obrębie turystyki sportowej

Od 2013 r. bieganie rekreacyjne jest najczęstszą formą sportu uprawianą przez grono zwolenników aktywności ruchowej. W związku z tym na rynku sportowym pojawia się coraz więcej imprez (ok. 2800 zawodów zarejestrowanych w internetowym kalendarzu eventów biegowych w 2013 r.), a frekwencja podczas jednego wydarzenia zaczyna przekraczać 10 tys. zawodników (Dzięgiel 2014). Ponadto coraz więcej osób bierze czynny udział w specyficznych biegach rozgrywanych na obszarach górskich². W następstwie tego zjawiska górskie imprezy biegowe zaczynają stanowić nowy produkt na rynku usług turystyki sportowej.

Wyjaśniając pojęcie turystyki sportowej, można kierować się elementami opisującymi sedno turystyki, jednak główny motyw wyjazdu musi zostać uściślony do aspektu sportowego. Pełną i rozbudowaną definicję pojęcia podaje m.in. Gaworecki (2000). Według tego autora turystyka sportowa stanowi sprecyzowaną podróż w aspekcie przestrzennym i czasowym, którą równocześnie warunkuje motyw poznawczy w stosunku do konkretnych miejsc, jak też chęć uprawiania aktywności fizycznej lub bezpośredniej obserwacji współzawodnictwa, a także uczestnictwo w imprezie sportowej w charakterze wolontariusza. Wobec tego warto zauważyć, że kluczowym elementem turystyki sportowej są wydarzenia determinujące dwie formy ruchu turystycznego: aktywne uczestnictwo – start w zawodach albo pasywne uczestnictwo – kibicowanie sportowcom. Osoby podróżujące w celu wzięcia udziału w imprezach biegowych, jak i towarzyszący im kibice to podmioty turystyki sportowej. Stąd zawody biegowe, zarówno uliczne, na orientację, jak i rozgrywane na obszarze gór, należy uznać za jeden z rodzajów wydarzeń składających się na turystykę sportową (ryc. 1).

Istnieje wiele pozycji popularnonaukowych poświęconych miłośnikom biegania, wielkim gwiazdom maratonów, problemom z kontuzjami, a także poradami dotyczącymi właściwej diety dla sportowców. Brakuje jednak publikacji naukowych obejmujących sfery organizacji eventów sportowych i aspekty uwzględniające wzrost ruchu turystycznego w miejscowościach, w których odbywają się imprezy biegowe (Waśkowski 2014). Wobec tego odpowiednie skonstruowanie ofert turystycznych dla sportowców lubiących biegi górskie wymaga znajomości potrzeb, preferencji oraz motywacji ich potencjalnych nabywców.

² Brakuje ujednoliconej, powszechnie akceptowanej definicji biegu górskiego. Można jednak uznać, że bieg górski to specyficzne zawody rozgrywane w górach, gdzie suma przewyższeń stanowi nie mniej niż 5% w stosunku do długości dystansu, a w przypadku biegu długiego (półmaratonu i dystansu dłuższego) – nie mniej niż 3%. W Polsce w 2010 i 2011 r. odbyło się ponad 50 biegów górskich, w których wzięło udział 7 tys. uczestników (www.biegigorskie.pl/biegi-gorskie-wprowadzenie-do-tematu/).

CEL BADAŃ

Głównym celem niniejszego artykułu jest sprecyzowanie sylwetki uczestnika górskich imprez biegowych, czyli określenie, jakimi cechami społeczno-demograficznymi, psychologicznymi i ekonomicznymi charakteryzuje się uczestnik turystyki sportowej uprawianej na obszarach pasm górskich. Rozpoznanie i opisanie tego typu turysty jest niezbędne, aby odpowiedzieć na pytania, z czego wynika zainteresowanie tą formą aktywności rekreacyjno-turystycznej i z jakich względów przeżywa ona tak dynamiczny rozwój w ostatnim okresie. Dzięki przeprowadzonym na potrzeby pracy badaniom stworzono profil odbiorcy usług sportowo-turystycznych oferowanych na obszarach górskich.

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

Badanie przeprowadzono w czerwcu w 2014 r. Zastosowano ankietę internetową, wykorzystując elektroniczną wersję kwestionariusza. Wybór terminu pomiaru nie był przypadkowy, ponieważ badanie rozpoczęto dzień po zakończeniu jednej z największych imprez biegowych odbywających się na obszarze gór, a mianowicie rozgrywanego w Bieszczadach Biegu Rzeźnika (ok. 1200 zawodników). Dobór próby do pomiarów był celowy. Respondentami mogli zostać wyłącznie turyści będący osobami aktywnymi fizycznie, uczestniczącymi aktywnie w co najmniej jednej imprezie biegowej organizowanej na obszarze pasm górskich. Dzięki pomocy administratorów witryn internetowych poświęconych tematyce biegów górskich³ w rozpowszechnieniu informacji o badaniu udało się uzyskać satysfakcjonującą wielkość próby (213 osób).

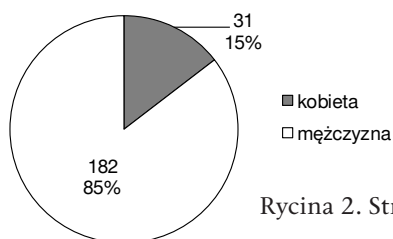
Kwestionariusz został podzielony na pięć części, które obejmowały pomiar czterech aspektów badawczych oraz profil respondenta. W pierwszej kolejności zbadano doświadczenie biegowe, następnie preferencje i motywacje udziału w górskich imprezach biegowych, zagadnienia związane z rynkiem sprzętu sportowego oraz kwestie dotyczące turystyki sportowej. W niniejszej pracy omówione zostały wyniki pomiarów wyżej wymienionych aspektów poza rynkiem sportowym.

Całościowe ujęcie tematu wymagało również kwerendy literatury. Na potrzeby opracowania skorzystano z kilku źródeł informacyjnych udostępnionych w formie papierowej lub w postaci elektronicznej. Najbardziej aktualne dane pozyskano z zasobów Internetu. Ponadto część informacji stanowiły doświadczenia i obserwacje własne.

WYNIKI

Na podstawie profilu respondenta zbadano, jakie cechy społeczno-demograficzne ma osoba, która podróżuje w celu wzięcia aktywnego udziału w górskich imprezach biegowych. W analizie uwzględniono płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania, stan cywilny i miesięczny dochód brutto.

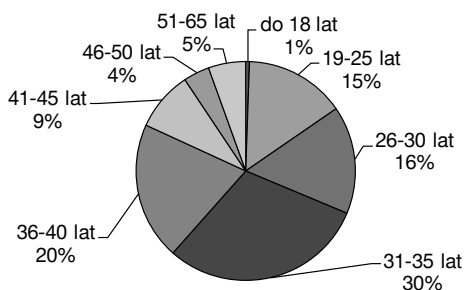
³ Szczegółne podziękowania autorzy pracy składają Panu Piotrowi Kozakowi (www.biegigorskie.pl) i Pani Aleksandrze Gryciuk (www.festiwalbiegowy.pl).



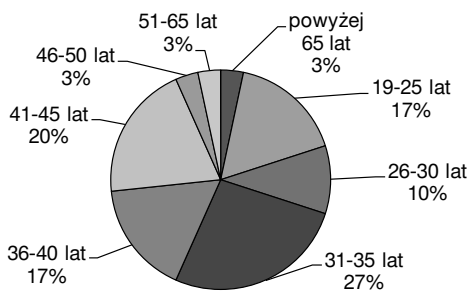
Rycina 2. Struktura płci respondentów

Z analizy struktury płci zaprezentowanej na rycinie 2 wynika, że zdecydowaną większość miłośników biegów górskich stanowili mężczyźni – 85% ogółu respondentów (tj. 182 osoby), a pozostałe 15% próby – kobiety (31 osób). Statystyki imprez biegowych wskazują, że taka proporcja płci jest zauważalna na zdecydowanej większości imprez biegowych, gdzie kobiety stanowią przeciętnie 10–20% wszystkich uczestników. Warto jednak dodać, że liczba kobiet jest uzależniona od rodzaju imprezy. Im bieg ma bardziej rekreacyjny charakter, tym startuje w nim więcej kobiet – inaczej niż w przypadku eventu mającego rangę mistrzowską lub zawodów, podczas których zawodnicy starają się osiągać wysokie rezultaty sportowe, a pokonanie dystansu wymaga odpowiednich umiejętności i bardzo dobrego przygotowania psychofizycznego.

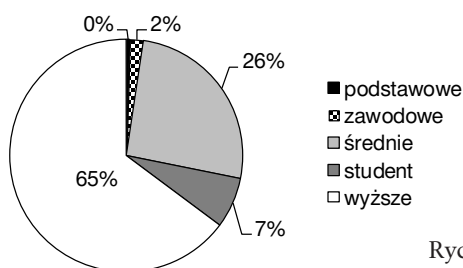
Charakteryzując strukturę wiekową respondentów, zastosowano osiem przedziałów wiekowych o średniej rozpiętości pięciu lat. Najwięcej badanych turystów biegających stanowiły osoby mające 31–35 lat (30%). Drugą w kolejności grupą byli respondenci w wieku 36–40 lat (20%), a trzecią – w wieku 26–30 lat (16%). Osoby w wieku do 25. roku życia stanowiły 15% ankietowanych turystów. Respondenci w wieku powyżej 45 lat stanowili zaledwie 9% badanych. Osoby w dojrzałym wieku, między 51–65 rokiem życia, również aktywnie uczestniczyły w górskich imprezach biegowych i stanowiły 5% ogółu ankietowanych. W pomiarach nie wzięli udziału respondenci mający powyżej 65 lat. Można wnioskować, że najliczniejszą grupą miłośników biegania w górach były osoby w wieku między 30. a 45. rokiem życia (60% ogółu respondentów biorących udział w niniejszym badaniu). Analizując strukturę wieku według płci (ryc. 3 i 4), należy zaznaczyć, że zarówno wśród kobiet (27% ogółu), jak i mężczyzn (30% ogółu) najliczniejszą grupę tworzyły osoby między 31. a 35. rokiem życia. Więcej mło-



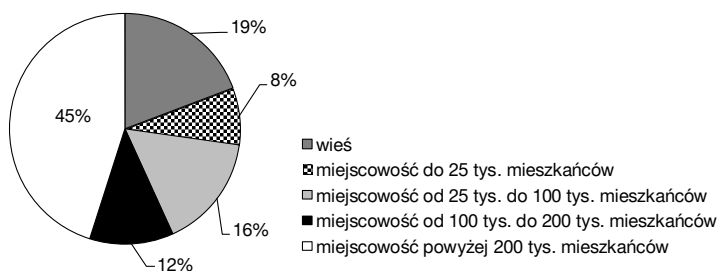
Rycina 3. Struktura wieku respondentów – mężczyźni



Rycina 4. Struktura wieku respondentów – kobiety



Rycina 5. Wykształcenie respondentów

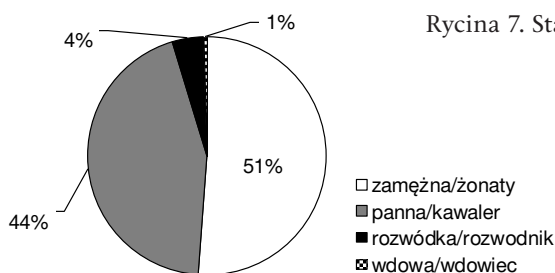


Rycina 6. Miejsce zamieszkania respondentów

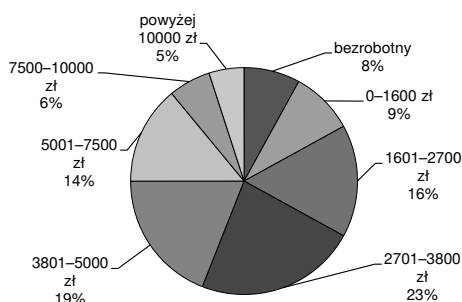
dych mężczyzn – w wieku do 30. roku życia – uczestniczyło w biegach górskich (32%) niż kobiet w tym samym wieku (27% ogółu respondentek). Co ciekawe, więcej kobiet w wieku 41–65 lat brało udział w górskich imprezach biegowych (26%) niż mężczyzn w tym samym przedziale wiekowym (18%).

Analizie poddano również poziom wykształcenia respondentów. W czasie trwania badania zdecydowana większość ankietowanych osób podała informację o ukończonych studiach wyższych (ryc. 5). Aż 135 badanych zadeklarowało, że ma co najmniej dyplom z tytułem magistra – stanowiło to 65% ogółu respondentów. Spośród ankietowanych 26% osób było studentami i kontynuowało swoją edukację. Turyci wyłącznie z wykształceniem zawodowym stanowili zaledwie 2% ogółu zbadanych. Można przypuszczać, że wraz z nabywaniem odpowiedniej wiedzy i kwalifikacji wzrasta świadomość człowieka o potrzebie ruchu w celu zachowania zdrowia, odpowiedniej kondycji psychofizycznej. Stąd w niniejszym badaniu zdecydowana większość badanych osób miała ukończone studia wyższe.

Pytanie dotyczące miejsca zamieszkania było ograniczone pięcioma odpowiedziami wskazującymi, czy jest to wieś, czy miasto o określonej, wyznaczonej przez autorów, liczbie mieszkańców (ryc. 6). Wyniki badań wykazały, że najwięcej respondentów pochodziło z miast powyżej 200 tys. mieszkańców – 45% ogółu badanych osób. Liczebność w kolejnych grupach była zbliżona, jednak na drugim miejscu pod względem wielkości próby znalazły się osoby mieszkające na terenach wiejskich (19% ogółu respondentów). Na obszarze małych miast, liczących 25–100 tys. mieszkańców, zameldowanych było 16% ogółu ankietowanych osób, a w pozostałych miastach (do 25 tys. i 100–200 tys. mieszkańców) – nie więcej niż 12% badanych turystów. Stąd należy wnioskować, że w górskich imprezach biegowych biorą udział głównie mieszkańcy dużych



Rycina 7. Stan cywilny respondentów



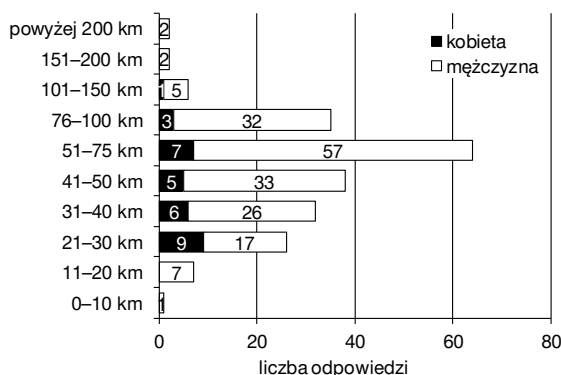
Rycina 8. Średnie miesięczne dochody brutto respondentów

miast, chcący przebywać w środowisku naturalnym, z dala od zurbanizowanego i uprzemysłowionego świata.

Kolejną z analizowanych charakterystyk stanowił stan cywilny (ryc. 7). Najbardziej propagowany w społeczeństwie model rodziny – związek małżeński – zadeklarowało 51% respondentów. Pozostałą część, 44% ankietowanych, stanowiły panny lub kawalerzy będący singlami⁴, albo osoby pozostające w nielegalizowanych związkach partnerskich. Spośród respondentów 4% stanowiły osoby, które w okresie badania były wdowcami (wdowami). W kontekście podjętych badań status cywilny związany jest z liczebnością osób przybywających na imprezę, ponieważ im większa liczba członków rodziny (w przypadku związku małżeńskiego z dziećmi), tym przypuszczalnie więcej turystów odwiedzających miejscowość, w której odbywa się bieg górski.

Ostatnie pytanie w metryczce dotyczyło średnich miesięcznych dochodów brutto (ryc. 8). W okresie badania zarobki wynoszące 2701–3800 zł otrzymywało najwięcej ankietowanych osób (23%). Nieco mniej liczną grupę tworzyli turyści biegający z dochodem miesięcznym w granicach 3801–5000 zł (19%). Spośród badanych osób 16% miało zarobki niższe – 1601–2700 zł. Na uwagę zasługuje to, że wynagrodzenie powyżej 5000 zł uzyskiwała dokładnie co czwarta ankietowana osoba. Niskie źródła dochodów, poniżej 1601 zł, zadeklarowało zaledwie 9% respondentów, natomiast pozostałe 8% stanowiły osoby niemające zatrudnienia.

⁴ Singiel rozumiany jako osoba żyjąca w pojedynkę z własnego, świadomego wyboru lub z przyczyn losowych.



Rycina 9. Liczba przebytych kilometrów w ciągu tygodnia przez respondentów

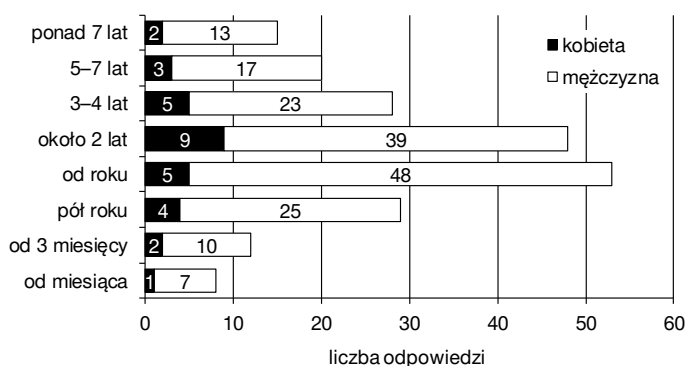
Niewykluczone jednak, że osoby bezrobotne należały w większości do grona studentów. Duży odsetek osób pracujących może świadczyć o tym, że bieganie (aktywny relaks) stanowi jeden z elementów stylu życia, a udział w imprezach górskich to sposób na odpoczynek od obowiązków i napięć dnia codziennego.

W niniejszym badaniu dodatkowo sylwetkę respondenta poszerzono o aspekty związane z doświadczeniem biegowym, czyli uprawianiem biegania (w tym formy rekreacyjnej) oraz udziałem w imprezach rozgrywanych na obszarze pasm górskich.

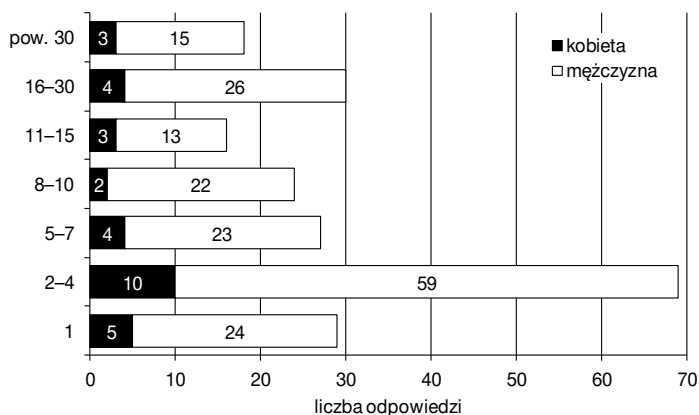
Na podstawie analizy stopnia wytrenowania, czyli liczby pokonywanych kilometrów w ciągu tygodnia, stwierdzono, że najwięcej osób – 6 (30% respondentów) – zadeklarowało, że zazwyczaj przebiegały 51–75 km w ciągu siedmiu dni (ryc. 9). Spośród ankietowanych osób 18% biegało 41–50 km w tygodniu. Prawie 20% respondentów pokonywało co najmniej 76 km, co należy uznać za trenowanie ze znaczną intensywnością, określoną jako poziom zaawansowany. W przypadku kobiet najwięcej respondentek biegało tygodniowo 21–30 km (29%), a nieco mniej – 51–75 km (23%). Można wnioskować, że w górskich imprezach biegowych w większości startują osoby, które regularnie uprawiają sport i których organizm jest odpowiednio przygotowany pod względem psychofizycznym do wystartowania w tych specyficznych zawodach.

Kolejnych pięć pytań odnosiło się do doświadczenia związanego z udziałem w imprezach biegowych rozgrywanych na obszarach pasm górskich. Najpierw zapytano respondentów, od jakiego czasu od rozpoczęcia pierwszych treningów biegowych zaczęli brać aktywny udział w biegach górskich (ryc. 10). Najwięcej osób, dokładnie co czwarty ankietowany turysta biegający, trenowało co najmniej rok, zanim wystartowało w biegu górskim (53 osoby). Nieco mniej liczna grupa, 23% respondentów, miała co najmniej dwuletnie doświadczenie biegowe (48 osób), w tym również najwięcej kobiet – 23% (9 osób).

Następnie poproszono ankietowanych o wskazanie liczby imprez górskich, w których brali dotychczas udział (ryc. 11). Najlichniesza grupa badanych osób, 32% ogółu (59 biegaczy i 10 biegaczek), uczestniczyła co najmniej w dwóch, a nie więcej niż czterech górskich eventach. Spośród respondentów 14% (30 osób) wystartowało w co najmniej 16, a nie więcej niż w 30 biegach rozgrywanych na ob-



Rycina 10. Przygotowanie do startów w biegach górskich

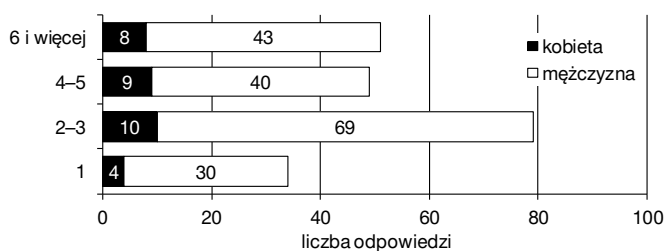


Rycina 11. Liczba biegów górskich, w których wystartowali respondenci

szarze gór. Powyżej 30 tych swoistych eventów na swoim „koncie startowym” zadeklarowało 8% respondentów. Warto zauważyć, że uzyskane wyniki wskazują na dość duże doświadczenie w uczestnictwie w biegach górskich.

Kolejne pytanie było powiązane z poprzednim i dotyczyło przeciętnej liczby pokonywanych biegów górskich w ciągu roku kalendarzowego (ryc. 12). Większość badanych turystów biegających (w tym także najwięcej procentowo kobiet) uczestniczyło średnio w 2–3 zawodach rozgrywanych na obszarach górskich (37% ogółu, 79 osób). Spośród ankietowanych 24% sportowców rokrocznie biegało co najmniej 6 razy w omawianych eventach, a nieco mniej (23%) – 4–5 razy.

Następne dwa pytania zadano, by uzyskać informację o tym, na których obszarach spośród wymienionych pasm górskich respondenci brali udział w zawodach biegowych, czyli sprecyzowanie popularności poszczególnych górskich rejonów turystycznych. Ankietowani wymienili aż 24 polskie pasma górskie. Wyniki badań wykazały, że najwięcej osób wystartowało w biegach rozgrywanych na terenie Beskidu Żywieckiego i w Bieszczadach – dokładnie po 44% ogółu respondentów, następnie w Tatrach – 43%, oraz w Beskidzie Sądeckim (37%), Karkonoszach i Beskidzie Śląskim – po 35%, w Gorcach – 29% oraz w Pieninach 22%.



Rycina 12. Przeciętna liczba pokonywanych biegów górskich w ciągu roku kalendarzowego

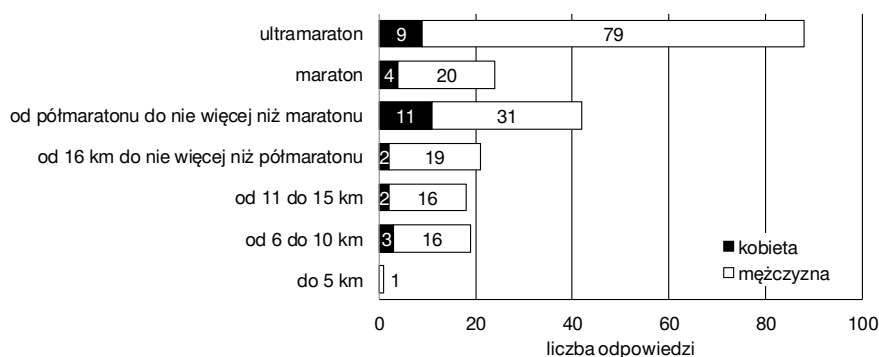
Na obszarach pozostałych wymienionych pasm nie uczestniczyło w imprezie biegowej więcej niż 19% ankietowanych osób. Kolejne zagadnienie dotyczyło opinii respondentów na temat tego, które spośród wymienionych pasm są najbardziej odpowiednie do organizacji imprez biegowych. Aż 61% wskazało na Bieszczady, a nieco mniej – 53% – na Tatry i 40% – na Karkonosze. Od 38 do 33% respondentów wyróżniło również Beskid Żywiecki, Sądecki i Śląski oraz Góry Stołowe i Gorce.

Dalsza część badania stanowiła analizę preferencji i motywacji respondentów dotyczących udziału w imprezach biegowych na obszarze gór. Pierwsze pytanie miało na celu uzyskanie odpowiedzi na pytanie, który spośród stylów biegów górskich jest najbardziej lubiany i wybierany przez respondentów. Wyróżniono dwa zasadnicze typy⁵: alpejski – rozumiany jako bieg, którego trasa w przeważającej części prowadzi pod górę, zazwyczaj na szczyt, np. Bieg na Górę Żar, gdzie na odcinku trasy liczącej 6,8 km suma łącznych przewyższeń wynosi +411 m lub Bieg na Śnieżnik – trasa: 12 km, przewyższenie: +1150 250 m, oraz typ anglosaski – rozumiany jako bieg, którego trasa prowadzi na zmianę raz w górę, a raz w dół, np. Bieg Rzeźnika, Maraton Karkonoski i Maraton Gór Stołowych. W proponowanych odpowiedziach uwzględniono także dwie dodatkowe opcje mówiące o tym, że styl nie ma znaczenia, oraz że respondent nie potrafi rozróżnić wymienionych typów. Najwięcej badanych turystów (45%) preferowało styl anglosaski, czyli naprzemienne pokonywanie wzniesień i spadków w terenie. Spośród badanych 37% stwierdziło, że styl nie ma dla nich znaczenia, a 9% wybrało bieg alpejski, czyli bieg od startu do mety pod górę. Jedynie co dziesiąta osoba nie rozróżniała powyższych rodzajów biegów.

Na podstawie odpowiedzi respondentów na kolejne pytanie zanalizowano najbardziej odpowiedni dystans biegu rozgrywanego na obszarze pasm górskich (ryc. 13). Dla największej liczby respondentów (41%) okazał się to ultramaraton⁶, a o połowę mniej osób wskazało na dystans od półmaratonu do maratonu, w tym najwięcej ogółu kobiet (35%). Co ciekawe, mniejszym zainteresowaniem cieszyły się biegi na krótszych dystansach i maraton – te opcje wskazało nie więcej niż 11% respondentów.

⁵ Informacje zaczerpnięte ze strony www.biegigorskie.pl/biegi-gorskie-wprowadzenie-do-tematu/.

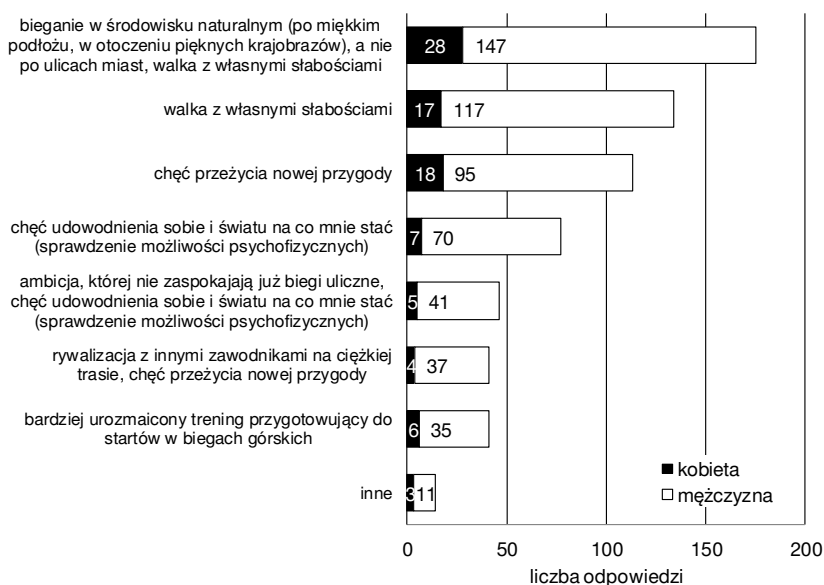
⁶ Ultramaraton rozumiany jako bieg na dystansie powyżej 42,195 km.



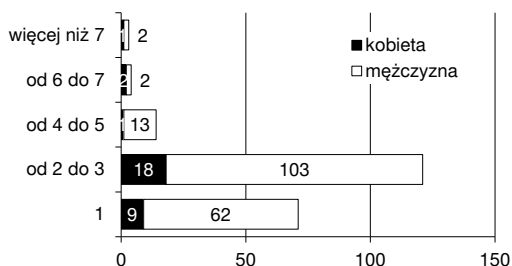
Rycina 13. Preferowany dystans w biegach górskich

Obszary górskie mają swoisty charakter i dlatego motywacje do udziału w biegach górskich są różne. Według wyników jednego z badań przeprowadzonych wśród biegaczy ($N = 314$) głównym motywem rozpoczęcia przygody z joggingiem była praca nad kondycją fizyczną, a w dalszej kolejności poprawa nastroju, chęć zachowania zdrowia i właściwej sylwetki ciała, co zgodnie z tabelą 1 należy do motywacji zdrowotno-higienicznej (Dzięgiel 2014). W przypadku specyficznych biegów górskich zasadniczy motyw udziału nie jest przede wszystkim skupiony wokół aspektów kondycyjnych i działań profilaktycznych związanych ze zdrowiem. Aż dla 82% badanych turystów biegających (175 osób), w tym dla 90% ankietowanych kobiet (28 osób), to bieganie w środowisku naturalnym, po miękkiej nawierzchni, w otoczeniu zdumiewających krajobrazów, różnorodnej fauny i flory, stanowi sedno zainteresowania imprezami górskimi (ryc. 14). W dalszej kolejności respondenci wskazywali na pokonywanie własnych słabości psychofizycznych na wymagającej trasie biegu (63% ogółem, w tym 55% kobiet). Ponad połowa ankietowanych osób (64%) jako odpowiedź podała także chęć przeżycia nowej przygody, co w przekonaniu Gracza i Sankowskiego oznacza V typ motywacji do uprawiania rekreacji fizycznej („poszukiwacz przygody”) (Gracz i Sankowski 2001). Następnie ankietowani wymieniali chęć udowodnienia sobie i światu na co ich stać (37%), ambicję niezaspokojaną już podczas biegów ulicznych (22%) oraz rywalizację z innymi zawodnikami na ciężkiej trasie i bardziej urozmaicony trening przygotowujący do startów w biegach górskich (po 19% wskazań ogółu respondentów).

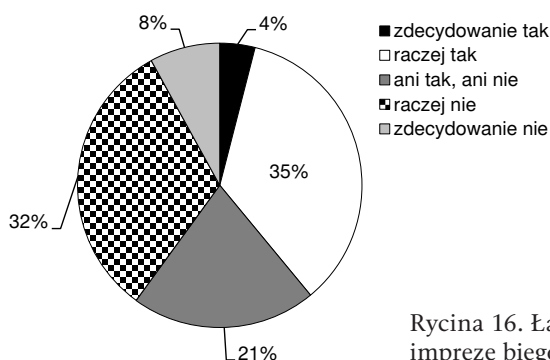
Charakteryzując obraz respondentów ze względu na wyjazdy związane z imprezami biegowymi, zbadano także zagadnienia łączące się z turystyką sportową. Zapytano o średnią liczbę dób spędzanych w miejscowości górskiej, w której odbywa się wydarzenie rekreacyjno-sportowe (ryc. 15). Okazało się, że najwięcej respondentów (57%, 121 osób) nocowało co najmniej dwukrotnie w miejscowości, w której zorganizowano event biegowy, przebywając w niej 2–3 doby. Tę odpowiedź wybrało również proporcjonalnie najwięcej kobiet – 58% ogółu respondentek. Dokładnie co trzecia ankietowana osoba na uczestnictwo w imprezie biegowej na obszarze gór poświęciła nie więcej niż jedną dobę.



Rycina 14. Motywy udziału w biegach górskich

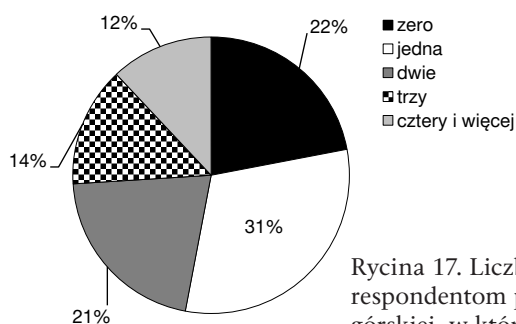


Rycina 15. Średnia liczba dni spędzanych w miejscowości górskiej, w której organizowana jest impreza biegowa



Rycina 16. Łączenie wyjazdu na górską imprezę biegową z urlopem

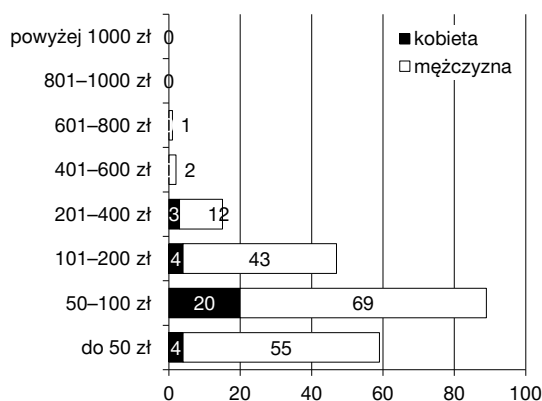
Kolejne pytanie dotyczyło tego, czy respondenci łączą wyjazd na górską imprezę biegową z urlopem w miejscowości, w której organizowana jest impreza sportowa (ryc. 16). Uzyskano proporcjonalnie podobne wyniki: 39% badanych odpowiedziało pozytywnie, w tym najwięcej respondentów (35%) „raczej tak”, oraz 40%



Rycina 17. Liczba osób towarzyszących (kibicujących) respondentom przyjeżdżającym do miejscowości górskiej, w której odbywa się impreza biegowa

– negatywnie, w tym 32% „raczej nie”. Aż co piąta osoba nie potrafiła jednoznacznie wyrazić swojego zdania. Należy jednak zauważyć, że więcej niż 1/3 ankietowanych osób, wybierając miejsce na spędzenie wakacji, kierowała się możliwością wystartowania także w imprezie biegowej odbywającej się na obszarach górskich.

W następnym pytaniu zbadano liczbę osób towarzyszących turystom biegającym w podróży na event górski, czyli tzw. kibiców nieuczestniczących aktywnie w zawodach (ryc. 17). Z analizy danych wynika, że najczęściej respondentów zazwyczaj wybierało się na wydarzenia z jedną osobą towarzyszącą (31%). Mniej liczna grupa ankietowanych turystów przyjeżdżała na zawody bez osób towarzyszących lub z innymi biegaczami (22%), a o jeden procent mniej respondentów podróżowało z dwoma towarzyszami. Spośród ankietowanych 14% przyjeżdżało na zawody z trzema kibicami, a pozostałe 12% z co najmniej czterema niebiegającymi turystami. Można przypuszczać, że im więcej osób towarzyszących przyjeżdża na masowe wydarzenia sportowe wraz z biegaczami, tym większe środki pieniężne pozostają w miejscowości górskiej, w której organizowana jest dana impreza biegowa.



Rycina 18. Średnie dzienne wydatki ponoszone przez respondentów na korzystanie z bazy noclegowej, gastronomicznej, transportowej i towarzyszącej podczas pobytu w miejscowości górskiej, w której odbywa się impreza biegowa

Ostatnie pytanie kwestionariusza dotyczyło tego, ile średnio dziennie pieniędzy wydawali respondenci na usługi noclegowe, gastronomiczne i towarzyszące w miejscowości, w której odbywa się impreza sportowa (ryc. 18). Okazało się, że 42% ankietowanych przeznaczało na te cele przeciętnie 50–100 zł, w tym aż 65% ogółu kobiet, 28% nie przekraczało kwoty 50 zł. Pozostałe 30% ankietowanych osób wydawało pieniądze w przedziale 101–600 zł. Żaden z respondentów nie wskazał na kwotę powyżej 600 zł.

WNIOSKI

Na obszarach pasm górskich można uprawiać różnorodną aktywność rekreacyjno-turystyczną – od wędrówek i biegów na orientację po wymagające specjalistycznego sprzętu i umiejętności wspinaczki. Rozpoznanie struktury i preferencji uczestnika poszczególnych dyscyplin, w tym górskich imprez biegowych, służy właściwemu rozwojowi produktów turystycznych skierowanych do osób uprawiających regularną aktywność fizyczną. Na podstawie uzyskanych wyników badań stworzono sylwetkę uczestnika górskich imprez biegowych, a zarazem turysty sportowego, do którego należy kierować oferty związane z aktywnym wypoczynkiem. Okazał się nim żonaty mężczyzna w wieku między 31. a 35. rokiem życia, wykształcony i dobrze zarabiający (2701–3800 zł brutto) mieszkaniec miasta powyżej 200 tys. mieszkańców. Osoba ta trenuje na poziomie zaawansowanym, pokonując 51–75 km tygodniowo. Typowy biegacz górski miał co najmniej roczny staż biegowy, zanim po raz pierwszy wystartował w imprezie odbywającej się na obszarze gór, a przeciętnie w okresie roku kalendarzowego w biegach górskich nie uczestniczy częściej niż 2–3 razy. Należy uznać, że zaprezentowane zachowanie to racjonalne podejście do trenowania, ponieważ zbyt duża liczba startów w biegach górskich może powodować różne kontuzje, a w skrajnych wypadkach – nawet wyniszczenie organizmu, uniemożliwiające dalsze uprawianie aktywności fizycznej.

Według biegaczy Bieszczady, Tatry, Karkonosze, Beskid Żywiecki, Sądecki i Śląski, Góry Stołowe oraz Gorce to doskonałe tereny na dalszy rozwój imprez biegowych. Wobec tego, przygotowując nową ofertę wydarzeń sportowych na obszarze pasm górskich, należy wziąć pod uwagę to, że biegacze najbardziej preferują dystans ultramaratoński (więcej niż 42,195 km) pokonywany w stylu anglosaskim (bieg na trasie „góra–dół–góra–dół”) pośród zdumiewających krajobrazów. Bieganie bowiem w środowisku naturalnym, po miękkiej nawierzchni, na świeżym powietrzu, stanowi zasadniczy motyw udziału w biegach górskich, który nie może być zaspokojony podczas biegów ulicznych.

Podróże motywowane udziałem w górskich imprezach biegowych to także wyjazdy turystyczne. Biegacze zazwyczaj na jedną imprezę poświęcają 2–3 dób i zabierają ze sobą jedną osobę towarzyszącą (kibica), a także bardzo często łączą wyjazd na bieg z urlopem w miejscowości, w której odbywa się wydarzenie sportowe. Rozpatrując kwestie ekonomiczne, należy zauważyć, że uczestnicy biegów górskich wydają średnio dziennie 50–100 zł na korzystanie z usług oferowanych w obiektach noclegowych, hotelarskich, transportowych i innych powiązanych z obsługą ruchu turystycznego.

Przykładowo podczas XI edycji Biegu Rzeźnika, rozgrywanej w 2014 r., wystartowało łącznie 597 dwuosobowych drużyn (tj. 1194 biegaczy), a w biegu towarzyszącym – Biegu Rzeźniczka – 416 osób⁷. Na podstawie uzyskanych wyników badań można przypuszczać, że każdy z tych biegaczy zabrał ze sobą co najmniej jednego kibica, co łącznie stanowiłoby 3220 aktywnych i biernych turystów sportowych, którzy prawdopodobnie spędzili co najmniej 2 doby w Bieszczadach i wydali średnio dziennie co najmniej 50 zł. W rezultacie suma wydatków poniesionych przez turystów biegających wyniosłaby nie mniej niż 322 000 zł. Pieniądze te stanowiłyby dochód dla przedsiębiorstw tworzących lokalną gospodarkę turystyczną. Należy również dodać, że osób chętnych do udziału w omawianym biegu było o wiele więcej, niż w nim wystartowało, jednak ze względów organizacyjnych i logistycznych wprowadzono limit, a o uczestnictwie w biegu decydowało jak najszybsze zgłoszenie w momencie uruchomienia systemu rejestracji. Ponadto na terenie miast leżących u podnóża Bieszczadów, tj. w Cisnej, Wetlinie i Ustrzykach Górnych, wszystkie dostępne miejsca noclegowe w weekend, w który odbywa się Bieg Rzeźnika, zarezerwowane są z rocznym wyprzedzeniem.

BIBLIOGRAFIA

- Biegi Górskie – wprowadzenie do tematu. www.biegigorskie.pl/biegi-gorskie-wprowadzenie-do-tematu/ [data dostępu: 30.06.2014].
- Dzięgiel A. (2014) Profile uczestników imprezy biegowej. [W:] Z. Waśkowski (red.), *Marketing imprez biegowych*. Bogucki, Poznań, 141–156.
- Gaworecki W.W. (2000) *Turystyka*. Wyd. 6 zm. PWE, Warszawa.
- Gracz J., Sankowski T. (2001) *Psychologia w rekreacji i turystyce*. AWF, Poznań.
- Komunikat podsumowujący „XI Bieg Rzeźnika. InterRisk dla aktywnych”. <http://www.biegrzeznika.pl/bieg-rzeznika/komunikat-podsumowujacy-xi-bieg-rzeznika-interrisk-dla-aktywnych/> [data dostępu: 30.06.2014].
- Moroń M. (2010) Analiza współzależności między wybranymi charakterystykami psychologicznymi a postawą wobec gór. [W:] R. Kulik, A. Skorupa (red.), *Człowiek wobec gór. Perspektywa psychologiczna, filozoficzna, kulturoznawcza*. Word-Press, Wrocław, 29–40.
- Niezgoda A. (2008) Wpływ czynników społecznych i stylu życia na podejmowanie aktywności turystycznej i sportowej. [W:] W.W. Gaworecki, Z. Mroczynski (red.), *Turystyka i sport dla wszystkich w promocji zdrowego stylu życia*. WSTiH, Gdańsk, Poznań, 150–160.
- Paruzel M. (2010) Konsumpcja gór. [W:] R. Kulik, A. Skorupa (red.), *Człowiek wobec gór. Perspektywa psychologiczna, filozoficzna, kulturoznawcza*. Word-Press, Wrocław, 125–133.
- Ślusarz G., Kadyjewski R. (2010) Obszary górskie w warunkach konkurencyjnej gospodarki. [W:] A. Czudec (red.), *Czynniki kształtujące konkurencyjność regionu górskiego (na przykładzie polskich Karpat)*. Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów, 90–105.
- Waśkowski Z. (2014) Rynek biegowy w Polsce. [W:] Z. Waśkowski (red.), *Marketing imprez biegowych*. Bogucki, Poznań, 9–17.

⁷ Informacje zaczerpnięte ze strony <http://www.biegrzeznika.pl/bieg-rzeznika/komunikat-podsumowujacy-xi-bieg-rzeznika-interrisk-dla-aktywnych/>.

TOMASZ SARZAŁA, EWA SZCZEPANOWSKA

Uniwersytet Szczeciński

**WPŁYW GÓRSKIEJ TURYSTYKI AKTYWNEJ I KWALIFIKOWANEJ
NA ZDROWIE I SAMOPOCZUCIE OSÓB ZRZESZONYCH
W ZESPOŁACH SPECJALISTYCZNEGO TRENINGU FIZYCZNEGO**

Abstract

The effect of active mountain tourism on health and wellbeing
of participants in special physical training groups

Mountainous area is a perfect place to perform different forms of physical activity. Such a varied terrain offers many opportunities to sport-loving people to take up various sport activities. The present study was carried out on a sample of people who took a part in sporting events in the area of the Western Sudetes. The main aim was to assess the effect of physical activity in a mountainous area on the participants' health and wellbeing. Another problem that was discussed was a level of tourism development in this area. A diagnostic survey in the form of a questionnaire was used. The results showed that physical activity in the area of the Western Sudetes had a beneficial effect on their health and wellbeing. Furthermore, physical activity in the mountainous area improved physical fitness of people participating in sporting events. Unfortunately, some of them were not satisfied of the level of tourism development and facilities in the area of the Western Sudetes.

Key words: active tourism, physical activity, health promotion

WPROWADZENIE

Dobry stan zdrowia jest warunkiem prawidłowego funkcjonowania człowieka, jak również satysfakcjonującego go życia. Aby cieszyć się dogodnym stanem zdrowia, należy zadbać o wszystkie jego wymiary. Spośród czterech wymiarów zdrowia bardzo istotne jest zdrowie fizyczne (somatyczne). Prawidłowe fizyczne funkcjonowanie organizmu, czyli poszczególnych układów i narządów, stanowi podstawę kształtowania pozostałych wymiarów zdrowia: psychicznego, społecznego i duchowego (Borzucka-Sitkiewicz 2006).

Człowiek może troszczyć się o własne zdrowie na wiele sposobów i w różnych miejscach. Aktywność fizyczna podejmowana regularnie jest idealnym środkiem do osiągnięcia zdrowia fizycznego (Jastrzębska i Napierała 2013). Promowanie zdrowia nie musi odbywać się wyłącznie w miejscu stałego zamieszkania. Sprzyja temu turystyka zdrowotna, nastawiona na potęgowanie zdrowia i dobrego samopoczucia. Jest ona doskonałym połączeniem podróżowania i odkrywania nowych miejsc z promocją zdrowia (Boruszczak 2010). Turystyka aktywna i turystyka kwalifikowana łączą w sobie wysiłek fizyczny oraz przemieszczanie się z miejsca na miejsce. Stanowią wypoczynek aktywny, a regularne podejmowanie wysiłku fizycznego w terenie potęguje zdrowie człowieka i wpływa na rozwój osobo-



Rycina 1. Cykliści podczas górskiego maratonu rowerowego (fot. T. Sarzała)

wości (Świąch 2010). Turystyka kwalifikowana wymaga przygotowania psychofizycznego i umiejętności postępowania w środowisku naturalnym, co doskonale kształtuje charakter (Sieńko-Awierianów i Wesołowska 2010).

Środowisko naturalne jest idealnym miejscem do odnowy sił psychofizycznych. Człowiek ma okazję oderwać się od codzienności i obcować z przyrodą. Doskonale wpływa to na jego psychikę. Ponadto dzięki wysiłkowi fizycznemu poprawie podlega kondycja fizyczna (Basińska 2010).

Środowisko górskie to idealne miejsce do uprawiania przeróżnych form turystyki aktywnej i kwalifikowanej. Zróżnicowanie terenu stwarza rozmaite możliwości do podejmowania wysiłku fizycznego. Rejony górskie mają szczególny potencjał, który pozwala na uprawianie różnych form rekreacji (Ściborska-Kowalczyk 2013). Wyraźne nachylenie terenu odróżnia środowisko górskie od terenów niżej położonych. Aktywność fizyczna podejmowana na terenach górskich, ze względu na ukształtowanie terenu, wymaga większego nakładu sił fizycznych.

CEL BADAŃ

Celem badań było określenie i zweryfikowanie:

- a) uwarunkowań podejmowania aktywności fizycznej na terenie Sudetów Zachodnich,
- b) wpływu górskiej aktywności fizycznej na zdrowie i samopoczucie uczestników imprez sportowych,
- c) poziomu zagospodarowania Sudetów Zachodnich na potrzeby turystyki aktywnej z uwzględnieniem zasad ochrony przyrody,
- d) połączenie aspektów zdrowotnych kwalifikowanej aktywności fizycznej z dostrzeżeniem walorów przyrodniczych użytkowanego terenu.

Aby osiągnąć powyższe cele, postawiono następujące pytania badawcze:

1. Czy aktywność fizyczna podejmowana na terenie Sudetów Zachodnich wpływa pozytywnie na zdrowie i samopoczucie zarówno kobiet, jak i mężczyzn?
2. Czy kobiety i mężczyźni zauważają u siebie taką samą poprawę elementów zdrowotnych dzięki regularnemu uprawianiu aktywności fizycznej?
3. Czy turyści są zadowoleni z zagospodarowania Sudetów Zachodnich na potrzeby turystyki aktywnej?

Na podstawie powyższych pytań sformułowano trzy hipotezy badawcze:

1. Kobiety i mężczyźni zauważają wyraźną poprawę zdrowia i samopoczucia dzięki regularnemu uprawianiu aktywności fizycznej.
2. Aktywność fizyczna podejmowana na terenie Sudetów Zachodnich oddziałuje w różny sposób na przedstawicieli obu płci.
3. Turyści są zadowoleni z zagospodarowania Sudetów Zachodnich na potrzeby turystyki aktywnej.

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

Badaniom poddano uczestników imprezy rowerowej, która odbyła się na terenie Sudetów Zachodnich, w Szklarskiej Porębie. Cykliści wzięli udział w VIII Memoriale im. Jurka Zawadzkiego 3 maja 2014 r. Długość trasy wynosiła 32 km. Badaniami objęto 39 osób: 8 kobiet i 31 mężczyzn (8 K, 31 M). Wiek badanych wahał się w granicach 17–67 lat.

Podczas przeprowadzonych badań posłużono się metodą sondażu diagnostycznego. Zastosowano technikę ankiety, wykorzystując kwestionariusz ankietowy. Kwestionariusze zostały przekazane podczas imprezy sportowej. Pytania dotyczyły uwarunkowań uprawiania turystyki aktywnej na terenie Sudetów Zachodnich, wpływu wysiłku fizycznego na zdrowie i samopoczucie, jak również poziomu zagospodarowania Sudetów Zachodnich na potrzeby turystyki aktywnej. W kwestionariuszu ankiety użyto zarówno kafeterii dysjunktywnej, jak i koniunktywnej, w której ankietowani wybierali więcej niż jedną odpowiedź. Ankieta zawierała pytania zamknięte i półotwarte, w przypadku których respondent mógł wpisać własną odpowiedź, nieujęłą w proponowanym spisie.

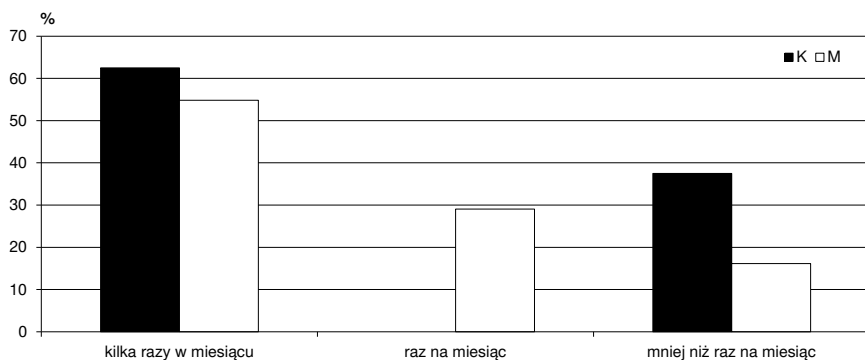
Badania miały charakter pilotażowy. Ich celem było dopracowanie kwestionariusza ankiety na podstawie opinii ankietowanych oraz ocena możliwości realizacji badań tego typu.

WYNIKI BADAŃ

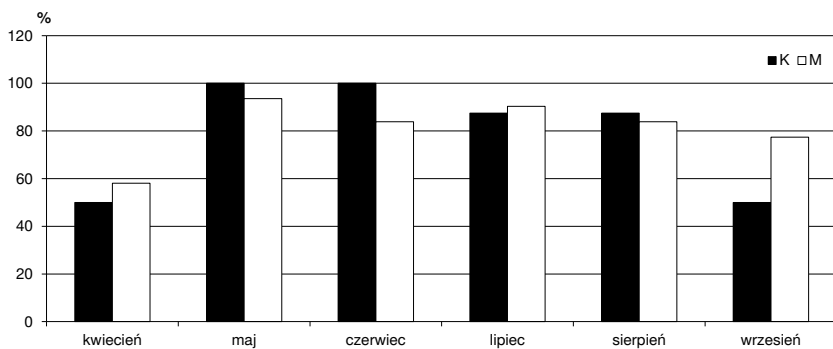
Częstość uprawiania turystyki aktywnej na terenie Sudetów Zachodnich została przedstawiona na rycinie 2. Spośród ankietowanych ponad połowa stwierdziła, że odwiedza Sudety Zachodnie w celach sportowych częściej niż raz w miesiącu (K – 62,5%, M – 54,8%). Była to zdecydowana większość odpowiedzi udzielonych przez respondentów.

Z badań wynika, że preferowane przez sportowców były miesiące od maja do sierpnia (ryc. 3). W maju w Sudety Zachodnie sportowcy przyjeżdżali najczęściej (K – 100%, M – 93,6%). Turyści najrzadziej odwiedzali Sudety Zachodnie w celach rekreacyjnych w kwietniu (K – 50,0%, M – 58,6%). Maj i czerwiec były najczęściej wybierane przez kobiety (maj – 100,0%, czerwiec – 100,0%), podobnie jak przez mężczyzn – maj (M – 100,0%).

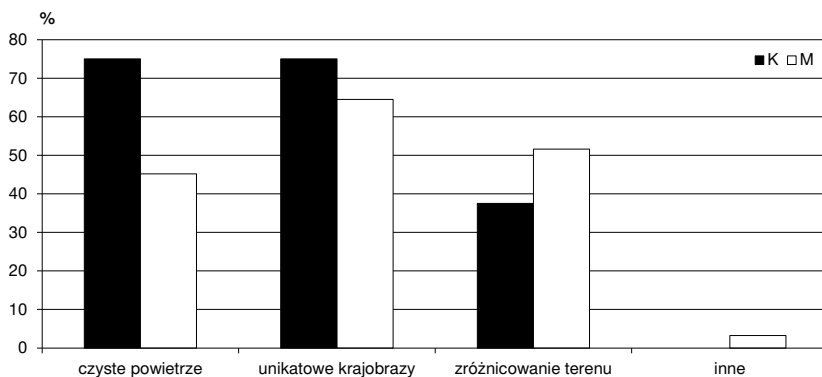
Opinie na temat najbardziej cenionych walorów górskiego otoczenia przedstawiono na rycinie 4. Zastosowano kafeterię koniunktywną. Zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn najbardziej cenionym walorem był krajobraz (K – 75,0%,



Rycina 2. Częstość uprawiania turystyki aktywnej na terenie Sudetów Zachodnich



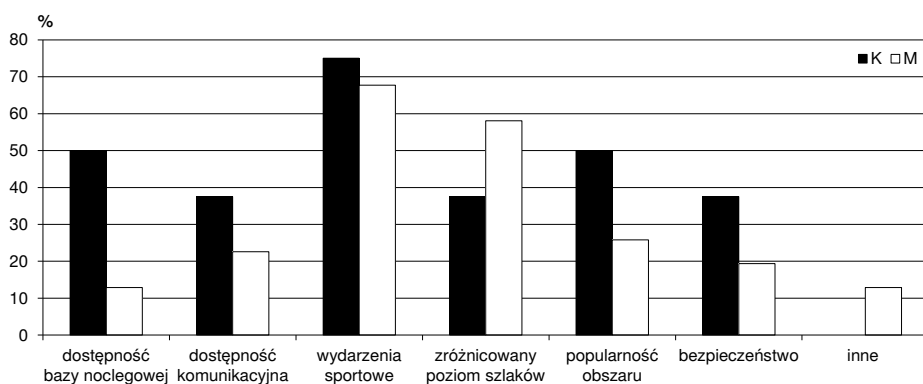
Rycina 3. Aktywność fizyczna podejmowana w poszczególnych miesiącach



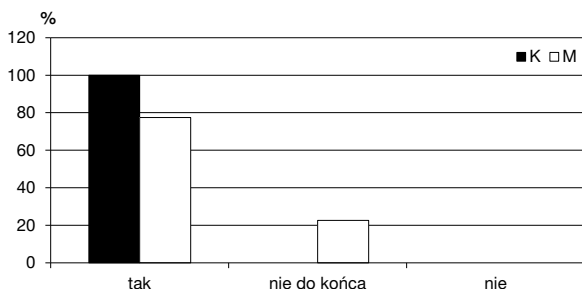
Rycina 4. Najbardziej cenione walory górskiego otoczenia

M – 64,5%). Kobiety podkreślały również znaczenie czystego powietrza (K – 75,0%). Znaczna część mężczyzn zwracała uwagę na różnicowanie terenu (M – 51,6%).

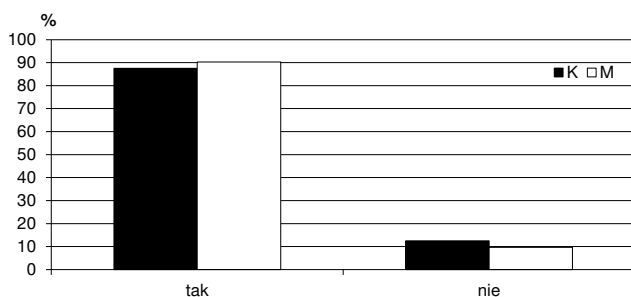
Determinanty wyboru miejsca aktywnego wypoczynku przedstawiono na rycinie 5. Wybór odpowiedzi był wielokrotny. Ponieważ respondenci byli sportowcami, głównym determinantem okazały się wydarzenia sportowe (K – 75,0%, M – 67,7%). Ponadto ankieterzy zwracali szczególną uwagę na urozmaiconą



Rycina 5. Determinanty wyboru miejsca aktywnego wypoczynku według respondentów



Rycina 6. Zadowolenie respondentów z zagospodarowania Sudetów Zachodnich na potrzeby turystyki aktywnej



Rycina 7. Opinia respondentów na temat stanu ochrony przyrody na terenie Sudetów Zachodnich

sieć szlaków (K – 37,5%, M – 58,1%). Mężczyźni w bardzo małym stopniu przywiązywali wagę do dostępności bazy noclegowej (M – 12,9%). Innego zdania były kobiety, dla których dostępność bazy noclegowej miała większe znaczenie (K – 50,0%). Kobiety w znacznej mierze przyciągała także popularność obszaru (K – 50,0%).

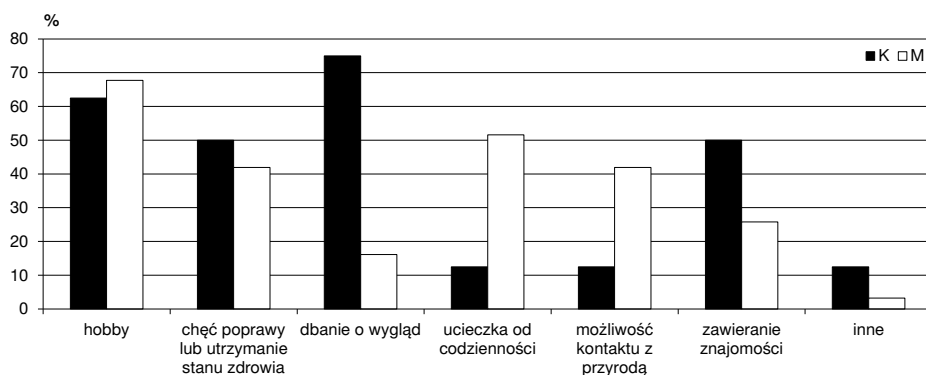
Kolejnym rozpatrywanym problemem była analiza zadowolenia turystów z zagospodarowania Sudetów Zachodnich na potrzeby turystyki aktywnej (ryc. 6). Zdecydowana większość ankietowanych wyrażała zadowolenie z zagospodarowania Sudetów Zachodnich na potrzeby turystyki aktywnej (K – 100,0%, M – 77,4%), ale niemal 1/4 mężczyzn nie była do końca tym usatysfakcjonowana (M – 22,6%).

Na temat ochrony przyrody na terenie Sudetów Zachodnich respondenci mieli w większości dobre zdanie (ryc. 7). Większość ankietowanych opowiedziała się za zadowalającym poziomem ochrony przyrody na wykorzystywanym przez nich terenie (K – 87,5%, M – 90,3%). Tylko nieliczni widzieli mankamenty (K – 12,5%, M – 9,7%).

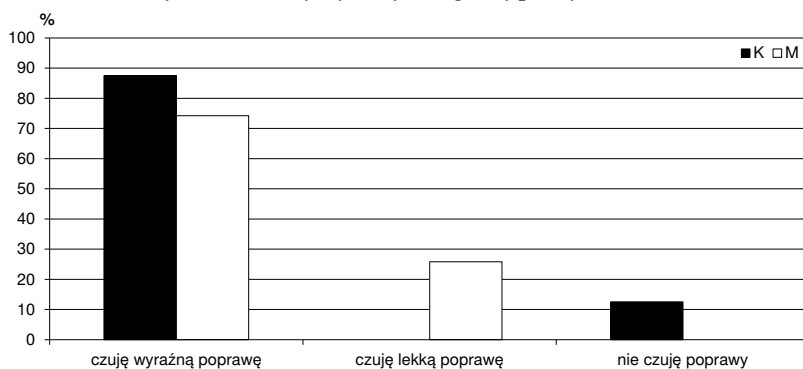
Następnie respondenci ukazywali motywy podejmowania aktywności fizycznej (ryc. 8). W pytaniu zastosowano również kafenię koniunktywną. Dla kobiet priorytetem było dbanie o wygląd (K – 75,0%). Niemal każda respondentka udzieliła takiej odpowiedzi. Znaczna część ankietowanych stwierdziła, że traktuje aktywność fizyczną na terenie górskim jako hobby (K – 62,5%, M – 67,7%), a ucieczka od codzienności była często podejmowanym motywem przez mężczyzn, jednak kobiety nie zwracały na to szczególnej uwagi (K – 12,5%, M – 51,6%).

Większość respondentów odczuwała pozytywny wpływ regularnego podejmowania aktywności fizycznej na terenie Sudetów Zachodnich na samopoczucie (K – 87,5%, M – 74,2%). Spośród badanych jedynie 1/4 mężczyzn nie czuła zadowalającej poprawy samopoczucia (M – 25,8%) (ryc. 9).

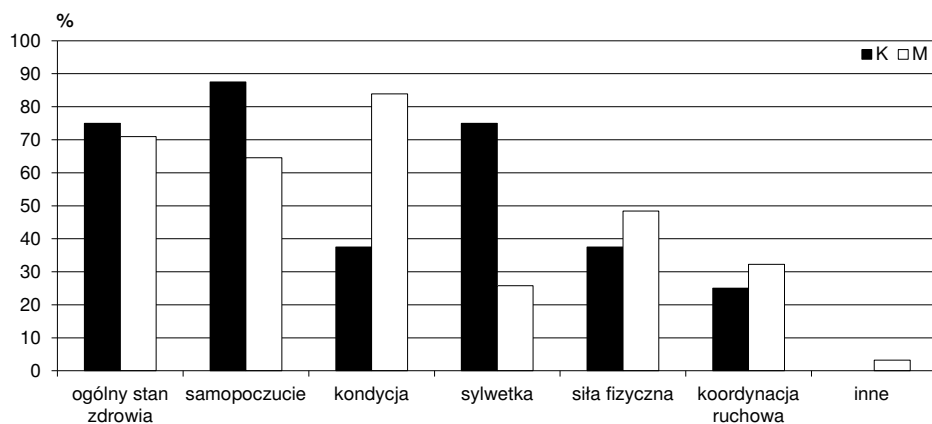
Pytanie ostatnie dotyczyło wpływu wysiłku fizycznego podejmowanego w Sudetach Zachodnich na zdrowie uczestników imprez sportowych i poszczególne jego aspekty (ryc. 10). Wybór odpowiedzi był wielokrotny. Znaczna część respon-



Rycina 8. Motywy aktywnego wypoczynku



Rycina 9. Wpływ wysiłku fizycznego na samopoczucie



Rycina 10. Wpływ wysiłku fizycznego na poszczególne aspekty zdrowotne

dentów czuła wyraźną poprawę ogólnego stanu zdrowia (K – 75,0%, M – 71,0%). Wśród mężczyzn wyraźnej poprawie podlegała kondycja fizyczna (M – 83,9%). Kobiety natomiast zauważały znaczną poprawę sylwetki (K – 75,0%). Mały odsetek uczestników imprez sportowych obserwował poprawę koordynacji ruchowej (K – 25,0%, M – 32,3%).

DYSKUSJA

Aktywny wypoczynek rozumiany był w różny sposób przez respondentów. W niniejszej pracy ankietowani najczęściej określali aktywny wypoczynek jako hobby. Znaczna część ankietowanych opowiadała się za rolą aktywnego wypoczynku w poprawie i utrzymaniu stanu zdrowia. W pracy Święcha (2010) znaczna część badanych określiła aktywny wypoczynek jako zdrowy wypoczynek i dbanie o sprawność fizyczną. Ponadto częstą odpowiedzią udzielaną przez respondentów była regeneracja sił.

Aktywność fizyczna na obszarach górskich podejmowana jest przez cały rok. Istnieją jednak okresy szczególnego nasilenia turystów. Ma to przede wszystkim związek z warunkami atmosferycznymi, odpowiadającymi konkretnej formie turystyki aktywnej. W niniejszej pracy respondentami byli cykliści, którzy zazwyczaj wykorzystują miesiące wiosenne i letnie, a zwłaszcza maj i czerwiec. Studenci Instytutu Kultury Fizycznej w Szczecinie, uprawiający przeróżne formy górskiej turystyki aktywnej, udają się natomiast na tereny górskie przez okrągły rok (Sieńko-Awierianów i Wesołowska 2010). Mimo to znaczna część ankietowanych stwierdziła, że wybiera miesiące letnie. Być może ma to związek z możliwością pokonania dużej odległości i większym komfortem podróżowania w okresie letnim.

Istnieją różne determinanty wyboru miejsca aktywnego wypoczynku. W niniejszej pracy ankietowani zwracali szczególną uwagę na wydarzenia sportowe organizowane na danym terenie. Ponadto znaczną rolę odgrywał zróżnicowany poziom szlaków. Podobne badania przeprowadziła Ściborska-Kowalczyk (2013),

na podstawie których potwierdziła wyniki odnośnie do organizowanych wydarzeń sportowych. Potwierdziły się również wyniki dotyczące tras rowerowych. Można wywnioskować zatem, że im urozmaicenie szlaków i tras rowerowych jest większe, tym większa okazuje się atrakcyjność regionu.

Aktywność fizyczna podejmowana na obszarach górskich doskonale wpływa na zdrowie i samopoczucie człowieka. Ze względu na trudny teren turystyka na terenach górskich kształtuje charakter i osobowość. Pory roku i warunki atmosferyczne mają duże znaczenie w przypadku uprawiania konkretnych form aktywności fizycznej, a dobór miejsca aktywnego wypoczynku zależy przede wszystkim od zagospodarowania obszaru na potrzeby turystyki aktywnej.

WNIOSKI

Na podstawie osiągniętych wyników badań można było zweryfikować postawione hipotezy badawcze.

Hipoteza pierwsza zakładała, że zarówno kobiety, jak i mężczyźni zauważają wyraźną poprawę zdrowia i samopoczucia dzięki regularnemu uprawianiu aktywności fizycznej. Wyniki badań potwierdziły trafność tej hipotezy, bowiem zdecydowana większość respondentów zauważyła poprawę samopoczucia (K – 87,5%, M – 74,2%). Tylko nieliczni nie zaobserwowali szczególnej poprawy (K – 0%, M – 25,8%).

Badania dowiodły, że aktywność fizyczna podejmowana na terenie Sudetów Zachodnich oddziałuje w różny sposób na przedstawicieli obu płci. Wśród mężczyzn wyraźnej poprawie podlegała kondycja fizyczna (M – 83,9%). Kobiety natomiast zauważyły znaczną poprawę sylwetki (K – 75,0%).

Wyniki badań ukazały, że nie każdy ankietowany był usatysfakcjonowany zagospodarowaniem Sudetów Zachodnich na potrzeby turystyki aktywnej. Spora część mężczyzn odczuwała niedosyt (M – 22,6%). Trafność ostatniej hipotezy jest więc niepełna.

Na podstawie wyników badań i zweryfikowanych hipotez badawczych wysunięto następujące wnioski:

1. Aktywność fizyczna podejmowana na terenie Sudetów Zachodnich wpływa pozytywnie na zdrowie i samopoczucie uczestników imprez sportowych.
2. Wśród mężczyzn wyraźnej poprawie podlega kondycja fizyczna.
3. Kobiety zauważają znaczną poprawę samopoczucia i sylwetki.
4. Nie wszyscy są zadowoleni z zagospodarowania Sudetów Zachodnich na potrzeby turystyki aktywnej, jak również ze stosowanych metod ochrony przyrody.

BIBLIOGRAFIA

- Basińska A. (2010) Turystyka zgodna z paradygmatem rozwoju zrównoważonego a zdrowy styl życia. *Zeszyty Naukowe Wielkopolskiej Wyższej Szkoły Turystyki i Zarządzania w Poznaniu. Studia Periegetica. Dziedzictwo kulturowe. Historyczne podróżowanie i współczesne aspekty turystyki*, 4, 185–193.

- Boruszczak M. (2010) Turystyka zdrowotna. WSTiH, Gdańsk.
- Borzucka-Sitkiewicz K. (2006) Promocja zdrowia i edukacja zdrowotna. Impuls, Kraków.
- Jastrzębska J., Napierała M. (2013) Aktywność fizyczna w zdrowym stylu życia nauczycieli szkół ponadgimnazjalnych miasta Koronowo. [W:] M. Napierała, R. Muszkieta. M. Cieślicka, W. Żukow (red.), Zdrowie i rekreacja ludzi w różnym wieku, *Monografie Polskiego Towarzystwa Naukowego Kultury Fizycznej*, 17, 43–67.
- Sieńko-Awierianów E., Wesołowska J. (2010) Czynniki warunkujące uprawianie górskiej turystyki kwalifikowanej przez studentów Instytutu Kultury Fizycznej w Szczecinie. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Prace Instytutu Kultury Fizycznej*, 27, 131–140.
- Ściborska-Kowalczyk I. (2013) Możliwości uprawiania turystyki kulturowej na rowerze na przykładzie Szklarskiej Poręby. *Turystyka Kulturowa*, 1, 59–82.
- Świąch W. (2010) Turystyka aktywna jako środek poprawiający stan zdrowia młodzieży. *Sportivna Nauka Ukraini*, 2, 53–71.

URSZULA SZCZEPANIK, PIOTR KUNYSZ
Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu

PROFIL OSOBOWOŚCI KOBIEŹ UPRAWIAJĄCYCH SNOWBOARD I NARCIARSTWO FREESTYLE – DONIESIENIE Z BADAŃ

Abstract

Personality profile of women practicing freestyle snowboarding and skiing

Background. Freestyle infrastructure, especially snow parks, is developing rapidly worldwide. Freestyle skiing and snowboarding is becoming increasingly popular and attractive especially in the eyes of the youngest athletes. **Material and methods.** Aim of this study was to investigate the profile of personality type of women practicing freestyle snowboarding and skiing. The study was conducted in 2011 among the women attending freestyle ski and snowboard camp in Livigno, Italy. The method used was a diagnostic survey using the Hartman personality questionnaire. The main idea behind the Hartman Personality Profile is that all people possess one of four driving “core motives”. The driving core motives are classified into four colors: Red, motivated by power; Blue, motivated by intimacy; White, motivated by peace; and Yellow, motivated by fun. **Results and conclusions.** The study shows that women practicing freestyle skiing and snowboarding are mainly Yellow type, they need entertainment and work to feel well and enjoy company of other people. The practice of snowboarding and freestyle skiing allows them to meet these needs.

Key words: snowboarding, skiing, freestyle, personality type

WPROWADZENIE

Sporty zimowe, których uprawianie pozytywnie oddziałuje na zdrowie i sprawność fizyczną, należą do bardzo atrakcyjnych form spędzania czasu wolnego. Z uroków narciarstwa i snowboardu mogą korzystać osoby w różnym wieku, a sporty zimowe często określa się mianem sportów realizowanych przez całe życie (Kraśnicki 2009). Narciarstwo cieszy się ogromnym zainteresowaniem w wielu miejscach świata, zarówno wśród dzieci, młodzieży, jak i osób dorosłych. Snowboard, choć jest dość młodą dyscypliną, na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat zdobył wśród sportów zimowych ogromną popularność. Z roku na rok rośnie liczba snowboardzistów, powstają szkoły snowboardu i niezbędna infrastruktura, a zatem rozwija się wysoko kwalifikowany sport. Młodych ludzi przyciągają zwłaszcza sporty nowe, modne, w pewnym stopniu ekstremalne. Można do nich zaliczyć taką formę narciarstwa i snowboardu jak freestyle. Na całym świecie dynamicznie tworzy się infrastrukturę potrzebną do uprawiania tej formy sportów zimowych – wytyczane są nowe trasy, budowane coraz to nowocześniejsze wyciągi i wyspecjalizowane snowparki. Snowparki to tereny specjalnie przygotowane do uprawiania freestyle. Są to najczęściej miejsca ogrodzone i odpowiednio zaaranżowane. Znajdują się tam różnego rodzaju przeszkody: skocznie, poręcze, boxy, ławki, skocznie,

muldy itp., przeznaczone dla narciarzy i snowboardzistów, które umożliwiają wykonywanie ewolucji. Freestyle jest coraz bardziej popularny i ogólnodostępny, co powoduje, że wzrasta atrakcyjność sportów zimowych, szczególnie w oczach najmłodszych adeptów.

W niniejszej pracy podjęto temat specyfiki osobowości kobiet uprawiających snowboard i narciarstwo w wersji freestyle'owej. „Freestyle” w dosłownym tłumaczeniu oznacza „wolny styl”. Pod pojęciem „freestyle” rozumie się przede wszystkim jazdę w snowparkach. Snowboardowy freestyle wywodzi się głównie ze skateboardu, natomiast narciarski freestyle – freeskiing – swoje źródło ma zwłaszcza w narciarstwie akrobatycznym (aerials), jeździe po muldach (moguls), ale również w snowboardzie. Na kulturę freestyle'ową duży wpływ miała kultura typowo miejska. Sporo snowboardzistów i narciarzy freestyle'owych zaczynało swoją przygodę od jazdy na rolkach lub deskorolce. Freestyleowcy jeżdżą niemal po wszystkim, jednak największe możliwości dają snowparki.

Freestyle jednak to nie tylko jazda, to również styl życia, sposób na wyrażenie siebie, a więc muzyka (najczęściej rap i hip-hop), specyficzny, luźniejszy, styl ubioru oraz język. Określenia używane we freestyle'u to słowa najczęściej zapożyczone z języka angielskiego, z kultury surferów i osób jeżdżących na skateboardzie. Przykładami takich zapożyczeń są następujące słowa: triki – ewolucje, raile – poręcze, boxy – przeszkody przekrojem przypominające podłużne pudła, hopki – skocznie, ollie – czysty lot rozpoczęty wybiciem, zakończony lądowaniem, grab – chwyt deski w czasie skoku (Kunysz i wsp. 2012).

Ponieważ freestyle'owe formy narciarstwa i snowboardu cieszą się rosnącą popularnością zarówno na świecie, jak i w Polsce, pojawiają się pytania: Kto uprawia tę odmianę sportów zimowych? Jakie cechy osobowości predysponują do wyboru właśnie tej, uważanej za nieco ekstremalną, formy ruchu? Jakie kobiety podejmują to wyzwanie?

Pogląd, że każdy z nas jest zupełnie inną, odrębną osobą, mającą własną osobowość, prawdopodobnie wszyscy uznają za słuszny. Dziedziną zajmującą się tym tematem jest psychologia osobowości, która stanowi dział psychologii ogólnej. Do podstawowych zadań psychologii osobowości należy przede wszystkim rozpoznawanie niezmienności i indywidualności każdego człowieka, ale także poszukiwanie odpowiedzi na pytanie o przyczyny tej indywidualności i odmienności. Dyscyplina ta próbuje rozpoznać mechanizmy kształtujące indywidualność, a także dąży do zrozumienia i przewidywania zachowań jednostki (Gasiul 2006).

Osobowość jest pojęciem definiowanym dosyć niejednolicie. Uważa się jednak, że żadna z definicji nie może być używana jako uniwersalna. Definiowanie osobowości jest uzależnione od przyjętych założeń teoretycznych, a to oznacza, że każda definicja wywodzi się z przyjętej lub stworzonej teorii. Nuttin (1968) w swojej pracy zwraca uwagę na rozróżnienie terminów „osoba” i „osobowość”, ponieważ często są one traktowane zamiennie. Twierdzi on, że termin „osoba” „[...] oznacza konkretną jednostkę ludzką” (Nuttin 1968, s. 40). Osobowość natomiast to, według niego, „[...] konstrukcja naukowa stworzona przez psychologię po to, by w płaszczyźnie teorii naukowej wytworzyć sobie pogląd na sposób

bycia i funkcjonowania tego organizmu psychofizjologicznego, który nazywa się osobą ludzką”. Jak widać, osobowość jest czymś, co zdobywamy w ciągu życia, natomiast bycie osobą dotyczy faktu istnienia człowieka. „Osobowość – jak podaje Gasiul (2006, s. 41) – jest potencjalnością i jej spełnianiem się (wydobywaniem) poprzez różne okoliczności życiowe, doświadczenia jednostkowe, sytuacje itd.”. Autor ten twierdzi, że poznanie osobowości umożliwiłoby przewidywanie zachowań człowieka w określonych sytuacjach. Nieco szersze pojęcie osobowości przedstawia Zimbardo i wsp. (2010, s. 18): „Osobowość to właściwości i procesy psychologiczne stanowiące o ciągłości i stałości jednostki w różnych sytuacjach i w różnym czasie”. Uważają oni również, że pod względem podobieństw łączących ludzi osobowość jest czymś całkiem prostym, ponieważ w pewnym stopniu wszyscy jesteśmy do siebie podobni. Ale też, pomijając pewne oczywiste podobieństwa, każdy z nas jest inną niepowtarzalną jednostką. Dlatego określają osobowość mianem psychologii różnic indywidualnych. Jeszcze inaczej pojęcie to tłumaczą Pervin i John (2002). Przyjmują oni roboczą definicję osobowości: „Osobowość to te charakterystyki osoby, które wyjaśniają spójny wzorzec uczuć, myślenia i zachowania” (Pervin i John 2002, s. 4). Można zatem stwierdzić, że definicja osobowości jest nadal problemem otwartym i nie ma jednoznacznego wyjaśnienia tego pojęcia. Badania związane z tym obszarem prowadzi się od wielu lat. Najogólniej „osobowość” można ująć jako sumę tego, co powoduje, że jesteśmy ludźmi i że różnimy się od innych. A wszystko to jest wpisane w kontekst naszej kultury, poziomu rozwoju i relacji społecznych. Innymi słowy, wszystkie aspekty naszego życia łączą się, tworząc naszą indywidualność (Zimbardo i wsp. 2010).

CEL BADAŃ

Celem pracy było poznanie typu osobowości oraz cech wyróżniających kobiet, które uprawiają narciarstwo i snowboard w odmianie freestyle.

Aby zrealizować cel, postawiono następujące pytania badawcze:

1. Jaki typ osobowości charakteryzuje kobiety uprawiające narciarstwo i snowboard w odmianie freestyle?
2. Jakie cechy wyróżniają kobiety uprawiające narciarstwo i snowboard w odmianie freestyle?

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

Badania zostały przeprowadzone podczas narciarsko-snowboardowego obozu freestyle w Livigno 6–19 kwietnia 2011 r. Rozprowadzono 60 ankiet, a do analizy zakwalifikowano 59.

Metodą zastosowaną podczas badań był sondaż diagnostyczny. Wykorzystano technikę ankietową, a narzędzie badawcze stanowił kwestionariusz osobowościowy Hartmana (aneks). Kwestionariusz ankiety zawierał 45 pytań i składał się z dwóch części. Pierwsza część, dotycząca wad i zalet osobowości, zawierała 30 pytań. Druga część składała się z 15 pytań, na podstawie których sprawdzano reakcje badanych na określone sytuacje.

Wszystkie osoby wyraziły zgodę na udział w badaniach i zostały poinformowane o ich charakterze. Ankietowani mogli w każdej chwili zrezygnować z kontynuowania badań bez podawania przyczyny. W kwestionariuszu należało również umieścić informacje dotyczące cech społeczno-demograficznych, takich jak: płeć, wiek, miejsce zamieszkania, a także związane z podejmowaniem aktywności fizycznej w zakresie sportów zimowych oraz związane ze stażem praktykowania snowboardu lub narciarstwa w wersji freestyle.

Badania były anonimowe. Przed ich rozpoczęciem respondenci zostali zapoznani z zasadami wypełnienia ankiety (dokonanie wyboru tylko jednej odpowiedzi).

Zastosowany w czasie badań kwestionariusz osobowościowy Hartmana (wykorzystujący kod kolorów) jest przydatny we właściwym rozpoznaniu samego siebie, w budowaniu udanych związków międzyludzkich, pomaga także stać się pełnym i ukształtowanym człowiekiem (Hartman 1999).

Kod kolorów to narzędzie, które pozwala na poznanie motywów kierujących zachowaniem człowieka oraz budowaniem pozytywnych relacji z ludźmi. Kwestionariusz daje możliwość określenia koloru osobowości: czerwony, niebieski, biały i żółty. Tylko nieliczni reprezentują jeden, „czysty”, kolor, większość ludzi to typ mieszany. Zawsze jednak przeważa jeden z kolorów. Po określeniu własnego typu osobowości każdy uczestnik ma możliwość poznania zalet i wad typowych dla danego koloru. Kolor osobowości wyznaczają motywy. Każdy kolor ma swoje charakterystyczne potrzeby, pragnienia i wzory zachowań, których źródłem jest motywacja.

Czerwoni (władza) lubią mieć władzę, trudno im pogodzić się z jakimkolwiek zwierzchnictwem, mają potrzebę działania, dbają o to, by robić dobre wrażenie, łązy ich nie wzruszają, rzadko używają zwrotu „Moim zdaniem...”. Zawsze robią wszystko po swojemu, cenią swoją niezależność. Przyjemność sprawia im dobrze wykonana praca. Pragną, by podziwiano ich za inteligencję i wnikliwość oraz logiczne i praktyczne umysły. To urodzeni przywódcy – mimo surowości rygoru służby wojskowej wielu z nich wybiera tę ścieżkę kariery.

Niebiescy (intymność) lubią być słuchani, doceniani, potrzebują szczerej wdzięczności, kierują się silnym poczuciem moralności i uczciwości. Chętnie niosą pomoc, ważne jest dla nich szczęście innych ludzi. Potrzebują bliskości, pragną kochać i być kochani. Zaletą niebieskich jest opiekuńczość. Otwarcie mówią o swoich słabych stronach, są jednak wrażliwi i podatni na zranienie. Niebieskich motywuje ich dobre wychowanie. Są najodpowiedniejszymi kandydatami na wysokie stanowiska, rzadko jednak po nie sięgają.

Biali (spokój) unikają konfrontacji, dbają o dobre samopoczucie. Są otwarci wobec osób życzliwych, nie lubią władzy. Robią wszystko po swojemu i w terminie, który im odpowiada. Są otwarci na propozycje innych. Biali reagują na okazaną im uprzejmość i troskę, zamykają się w sobie, gdy ktoś zachowuje się wobec nich niegrzecznie. Kiedy wyczuwają wrogość – wycofują się. Cenią swoją niezależność, lubią być pytani o opinię, sami jednak niechętnie wyrażają swoje zdanie. Nie wymagają od siebie zbyt wiele i nie lubią, kiedy stawia się im wysokie wymagania. Są otwarci na propozycje rozwiązania ich problemów, doceniają sugestie pracowników.

Żółci (zabawa) lubią dobrą zabawę, mają potrzebę działania, oczekują pochwał. Lubią być podziwiani i doceniani. Sprawiają wrażenie beztroskich, choć bardzo potrzebują uwagi innych. Zdarza im się odczuwać strach i frustrację, z czego zwierzają się tylko zaufanym osobom. Przyjaźń w ich życiu odgrywa ważną rolę, pragną silnej więzi emocjonalnej. Kontakt fizyczny jest dla nich oznaką szczerzej i serdeczniej więzi międzyludzkiej. Żółci lubią być w centrum zainteresowania. Akceptacja społeczna jest dla nich bardzo ważna. Podstawą porozumienia się z nimi jest komunikacja werbalna, cenią sztukę konwersacji. Szybko się nudzą, wciąż szukają nowych przygód (Hartman 1999).

WYNIKI

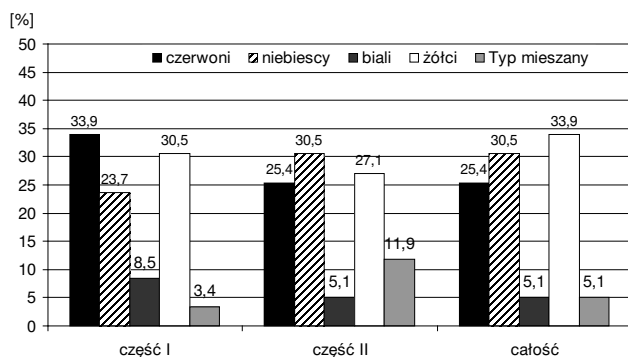
Wyniki badań zebrano, poddano analizie i zaprezentowano w postaci tabel i rycin (kwestionariusz zamieszczono w aneksie). Interpretując wyniki, przedstawiono je jako wartości procentowe.

Z odpowiedzi badanych udzielonych na pytania umieszczone w pierwszej części kwestionariusza, która dotyczyła wad i zalet osobowości, wynika, że najwięcej kobiet uprawiających narciarstwo i snowboard w odmianie freestyle należało do typu osobowości określanego kolorem czerwonym (33,9%). Na podstawie odpowiedzi ankietowanych zawartych w drugiej części zaobserwowano, że najczęściej występującym typem osobowości był niebieski (30,5%). Po zsumowaniu wyników obu części przeważającym typem osobowości okazał się kolor żółty (33,9%). Typ mieszany to osoby, które w poszczególnych częściach miały taką samą liczbę odpowiedzi określających dwa różne kolory (ryc. 1).

Z pierwszej części kwestionariusza wybrano 11 pytań, których odpowiedzi pomogły dokładniej określić typ osobowości kobiet uprawiających narciarstwo i snowboard w odmianie freestyle (tab. 1).

Analizując wypowiedzi badanych, stwierdzono, że 35,6% z nich lubi mieć władzę, 32,2% uważa się za perfekcjonistki, 23,7% należy do osób niezdeterminowanych, a tylko 8,5% – do egocentrycznych (ryc. 2).

Przeważająca część badanych odpowiedziała, że uważa siebie za osobę wesołą (44,1%). Znacznie mniej kobiet stwierdziło, że są osobami szybko podejmującymi decyzje (18,6%), lojalnymi (16,9%) oraz zadowolonymi (20,4%) (ryc. 3).



Rycina 1. Typy osobowości w badanej grupie

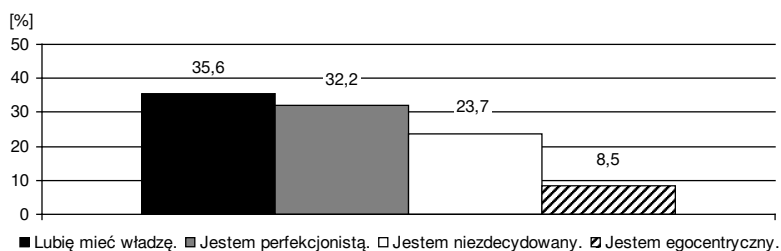
Tabela 1. Najczęściej wybierane odpowiedzi (zaznaczone pogrubioną czcionką) na pytania z kwestionariusza osobowości Hartmana

Numer pytania	Liczba odpowiedzi			
2.	21 Lubię mieć władzę.	19 Jestem perfekcjonistą.	14	5 Jestem egocentryczny.
5.	11	10	12	26 Jestem wesoły.
9.	28 Lubię działać.	13	9	9
11.	9	4 Jestem pedantyczny.	22 Uważnie słucham.	24 Lubię przyjęcia.
13.	21 Jestem odpowiedzialny.	8	3 Jestem delikatny.	27 Jestem szczęśliwy.
14.	17 Jestem niecierpliwy.	14	7 Jestem bierny.	21 Jestem impulsywny.
17.	17	29 Można mi zaufać.	4 Jestem zrównoważony.	9
19.	5 Jestem władczy	10	4 Jestem taktowny.	40 Jestem optymistą.
23.	5 Jestem pragmatykiem.	9	27 Jestem otwarty.	18 Jestem spontaniczny.
25.	12	16	8 Jestem dyplomatą	23 Jestem energiczny.
29.	18	8 Jestem zdyscyplinowany	24 Jestem sympatyczny.	9

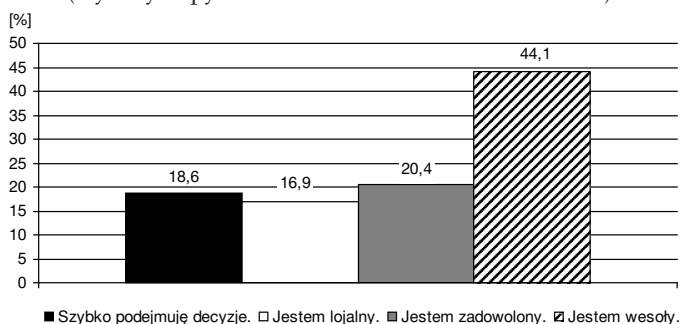
Przeważająca większość badanych podała, że lubi działać (47,5%). O ponad połowę mniej wskazało, że ma naturę analityka (22,0%), a prawie trzykrotnie mniej uznało się za osobę wyrozumiałą (15,3%) i tyle samo – za beztroską (15,3%).

Najliczniejszą grupę tworzyły osoby lubiące przyjęcia (40,7%), a niewiele mniejszą – kobiety uważnie słuchające (37,3%). Najmniejszą część stanowiły osoby pedantyczne (6,8%). Spośród ankietowanych 15,3% kobiet wskazało stanowczość.

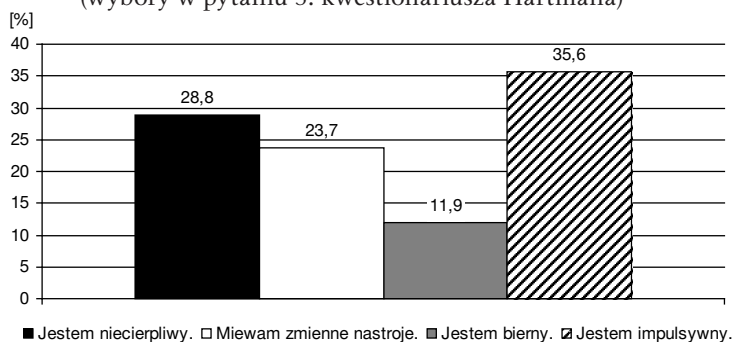
Z wypowiedzi respondentów wynika, że znaczna ich część zadeklarowała się jako osoby szczęśliwe (45,8%). Tylko kilka kobiet mniej powiedziało o sobie, że



Rycina 2. Wady i zalety osobowości według badanych kobiet (wybory w pytaniu 2. kwestionariusza Hartmana)



Rycina 3. Wady i zalety osobowości według badanych kobiet (wybory w pytaniu 5. kwestionariusza Hartmana)

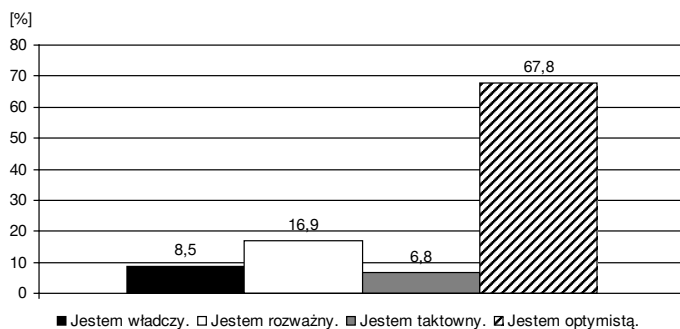


Rycina 4. Wady i zalety osobowości według badanych kobiet (wybory w pytaniu 14. kwestionariusza Hartmana)

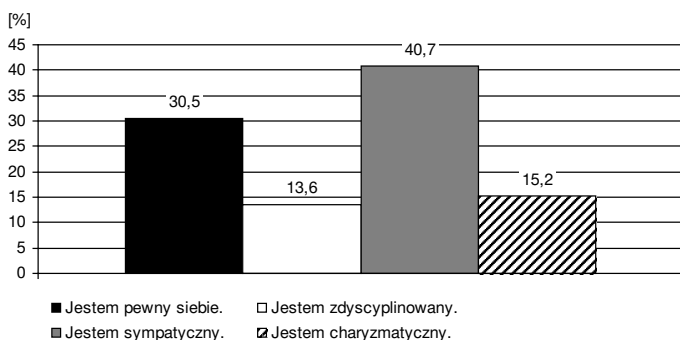
są odpowiedzialne (35,6%). Spośród badanych 13,6% okazało się idealistkami, a najmniej kobiet stwierdziło, że są osobami delikatnymi (5,1%).

Z analizy wypowiedzi dotyczących wad i zalet osobowości wynika, że 35,6% osób wskazało, że są impulsywne, a tylko 11,9% określiło się jako osoby bierne. Na zbliżonym poziomie (23,7% i 28,8% ankietowanych) kształtowały się odpowiedzi: „Miewam zmienne nastroje.” i „Jestem niecierpliwy.” (ryc. 4).

W dalszej części kwestionariusza badane stwierdziły, że są osobami, którym można zaufać (49,2%). Spora część odpowiedziała, że jest niezależna (28,8%). Znacznie mniej ankietowanych podało, że należy do osób ufnych (15,3%), a tylko 6,8% – do zrównoważonych.



Rycina 5. Wady i zalety osobowości według badanych kobiet (wybory w pytaniu 19. kwestionariusza Hartmana)



Rycina 6. Wady i zalety osobowości w samoocenie badanych kobiet (wybory w pytaniu 29. kwestionariusza Hartmana)

Największa część respondentów uznała siebie za optymistów (67,8%). Jest to cecha, którą wskazało najwięcej kobiet spośród wszystkich możliwych wyborów w całym kwestionariuszu Hartmana (ryc. 5).

Przeważająca część osób badanych odpowiedziała, że jest otwarta (45,8%). Spośród ankietowanych 39,0% kobiet scharakteryzowało się jako osoby energiczne. Nieco mniej uznało, że cechuje je spontaniczność (30,5%). Jedynie 15,3% osób zadeklarowało, że są kulturalne, a 8,5% – że są pragmatykami.

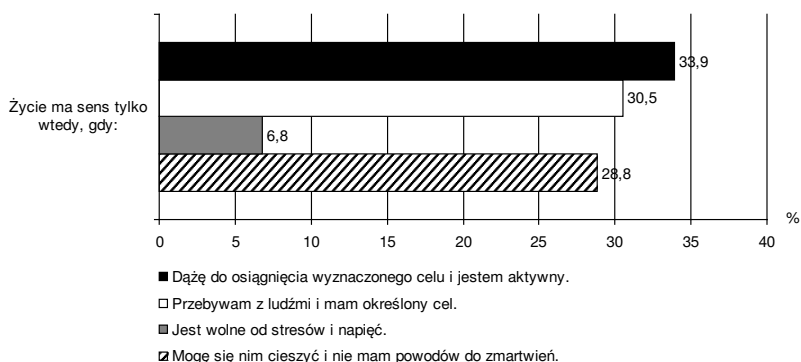
Najwięcej badanych uznało się za osoby sympatyczne (40,7%), a 30,5% kobiet stwierdziło, że są pewne siebie. Najmniej respondentek oceniło się jako osoby charyzmatyczne (15,2%) i zdyscyplinowane (13,6%) (ryc. 6).

Na podstawie drugiej części kwestionariusza analizowano reakcje osób badanych na określone sytuacje. Wyróżnionych zostało 6 pytań (tab. 2).

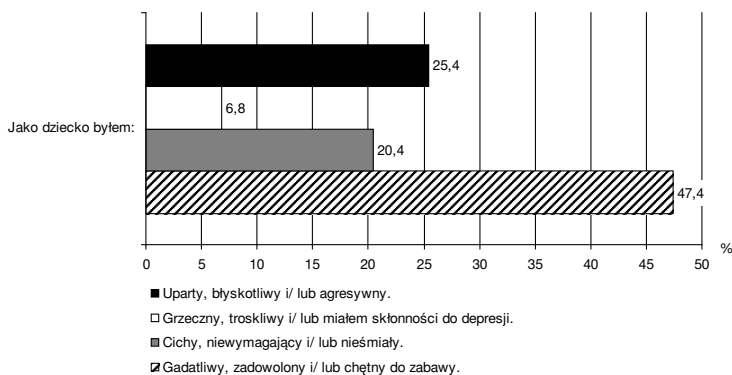
W pierwszej z wybranych sytuacji najwięcej osób odpowiedziało, że życie ma dla nich sens tylko wtedy, gdy dążą do osiągnięcia wyznaczonego celu i są aktywne (33,9%), a niewiele mniej – kiedy przebywają z ludźmi i mają określony cel (30,5%) oraz gdy mogą się cieszyć życiem i nie mają powodów do zmartwień (28,8%) (ryc. 7).

Tabela 2. Charakterystyczne, najczęściej wskazywane, odpowiedzi (zaznaczone pogrubioną czcionką) na wybrane pytania z kwestionariusza osobowości Hartmana

Numer pytania		Liczba odpowiedzi			
33.	20 Życie ma sens tylko wtedy, gdy dążę do osiągnięcia wyznaczonego celu i jestem aktywny.	18	4 Życie ma sens tylko wtedy, gdy jest wolne od stresów i napięć.	17	
34.	15	4 Jako dziecko byłem grzeczny, troskliwy i (lub) miałem skłonność do depresji.	12	28 Jako dziecko byłem gadatliwy, zadowolony i (lub) chętny do zabawy.	
35.	6 Jako osoba dorosła jestem wymagający, porywczy i (lub) bezkompromisowy.	15	14	24 Jako osoba dorosła jestem charyzmatyczny, pozytywnie nastawiony do życia i (lub) bywam niecznośny.	
38.	11	18 Gdy przyjaciele mają kłopoty, jestem szczerze zainteresowany, współczuję im i jestem lojalny.	16	14	
40.	19 W obliczu niepowodzeń w duchu jestem samokrytyczny, ale głośno bronię swoich racji i nie przyznaję się do winy.	12	12	16	
45.	11	8	4 By czuć się dobrze, potrzebuję akceptacji i bezpieczeństwa.	36 By czuć się dobrze, potrzebuję rozrywki, pracy sprawiającej przyjemność i towarzystwa innych ludzi.	



Rycina 7. Sytuacje decydujące o sensie życia zadeklarowane przez badane kobiety (wybory w pytaniu 33. kwestionariusza Hartmana)

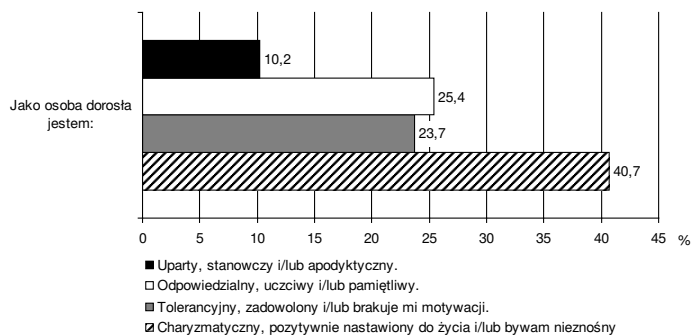


Rycina 8. Cechy charakteru w okresie dzieciństwa zadeklarowane przez badane kobiety (wybory w pytaniu 34. kwestionariusza Hartmana)

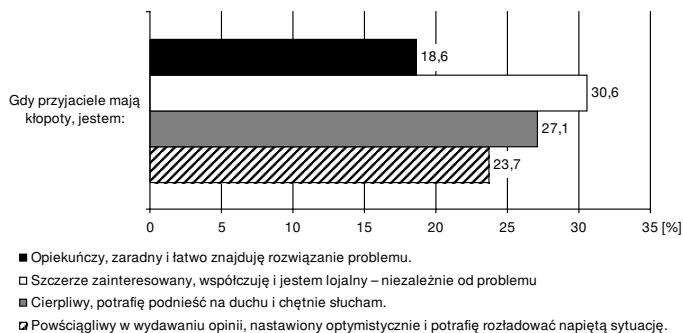
Najwięcej badanych stwierdziło, że były dzieckiem gadatliwym, zadowolonym i (lub) chętnym do zabawy (47,4%). Prawie połowa mniej odpowiedziała, że była dzieckiem upartym, błyskotliwym i (lub) agresywnym (25,4%) (ryc. 8).

Większość ankietowanych uznała, że należy do osób charyzmatycznych, pozytywnie nastawionych do życia i (lub) bywa nieznośna (40,7%). Pośrodku znalazły się dwie kategorie ze zbliżoną liczbą wyborów: osoba odpowiedzialna, uczciwa i (lub) pamiętliwa (25,4%) oraz osoba tolerancyjna, zadowolona i (lub) z brakiem motywacji (23,7%). Najmniej wyborów dotyczyło następujących cech: uparty, stanowczy i (lub) apodyktyczny (10,2%) (ryc. 9).

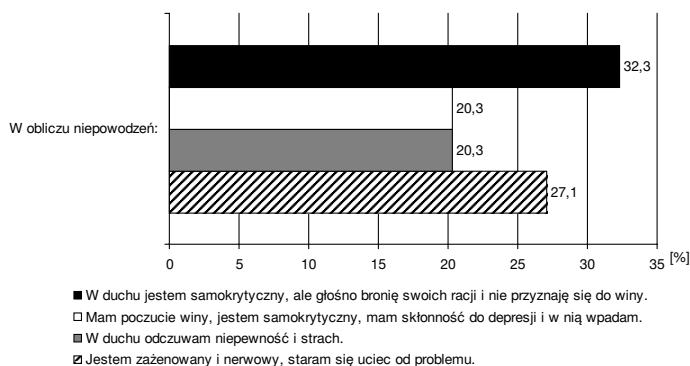
W powyższej sytuacji rozkład wyborów okazał się zbliżony (ryc. 10). W przypadku kłopotów przyjaciela najwięcej respondentek przyznało, że jest szczerze zainteresowanych, współczujących i lojalnych – niezależnie od problemu (30,6%). Nieco mniej osób zadeklarowało cierpliwość i umiejętność podnoszenia na duchu oraz słuchania (27,1%). Spośród ankietowanych 23,7% kobiet odpowiedziało, że jest raczej powściągliwa w wydawaniu opinii, nastawiona optymistycznie i potrafi rozładować napiętą sytuację. Najmniej było osób opiekuńczych, zaradnych i łatwo znajdujących rozwiązanie problemu (18,6%).



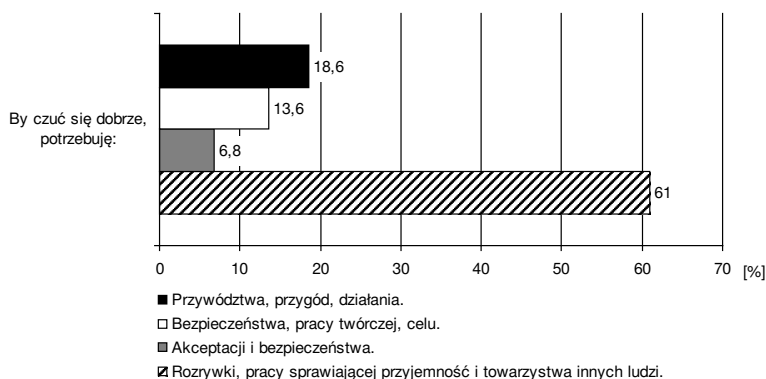
Rycina 9. Cechy charakteru jako osoby dorosłej zadeklarowane przez badane kobiety (wybory w pytaniu 35. kwestionariusza Hartmana)



Rycina 10. Zachowania badanych kobiet w przypadku kłopotów przyjaciół (wybory w pytaniu 38. kwestionariusza Hartmana)



Rycina 11. Zachowania badanych kobiet w obliczu niepowodzeń (wybory w pytaniu 40. kwestionariusza Hartmana)



Rycina 12. Potrzeby zapewniające dobre samopoczucie według badanych kobiet (wybory w pytaniu 45. kwestionariusza Hartmana)

Największa liczba osób odpowiedziała, że w obliczu niepowodzenia w duchu jest samokrytyczna, lecz głośno bronić swoich racji, nie przyznaje się do winy (32,3%). Nieco mniej osób (27,1%) stwierdziło, że jest zażenowanych i nerwowych i stara się uciec od problemu (ryc. 11).

Zdecydowana większość badanych zadeklarowała, że by czuć się dobrze, potrzebuje rozrywki, pracy sprawiającej przyjemność oraz towarzystwa innych ludzi (61,0%). Znacznie mniej osób – 18,6% ankietowanych – stwierdziło, że potrzebuje przywództwa, przygód i działania (ryc. 12).

DYSKUSJA

Na podstawie analizy wyników przeprowadzonych badań określono profil osobowości kobiet uprawiających narciarstwo i snowboard w odmianie freestyle. Przeważa wśród nich typ osobowości oznaczony za pomocą kodu kolorów Hartmana jako żółty mieszany z niebieskim. Osoby te są często emocjonalne i wylewne, optymistycznie nastawione do świata, a jednocześnie należą do ludzi „czynu” – bardzo dynamicznych. Praktycznie brak jest jakichkolwiek prac, które poruszałyby temat osobowości kobiet uprawiających tę formę narciarstwa i snowboardu, brak więc punktu odniesienia. Dlatego wydaje się, że tym większą wartość mają przeprowadzone badania. Mimo że liczba badanych kobiet ogółem była dość duża, to trzeba przyznać, że jeszcze wciąż stosunkowo niewiele kobiet uprawia freestyle.

Z badań wynikają cechy, które charakteryzują kobiety uprawiające narciarstwo i snowboard freestyle'owy. Zdecydowana większość zadeklarowała, że lubi mieć władzę, ma potrzebę panowania nad wszystkim. Przeważająca część badanych uznała się za osoby wesołe. Właśnie ta cecha – a także radość i pogoda ducha – wyróżniają kobiety podejmujące tę formę aktywności fizycznej. Również zdecydowana większość ankietowanych określiła siebie jako osobę lubiącą działać, a tylko nieznaczna część – jako osobę beztroską. Prawdopodobnie stało się tak dlatego, że ta dyscyplina wymaga podejmowania szybkich i zarazem

trafnych decyzji. Często nie ma czasu na dłuższe zastanowienie się, a wybrany trik należy wykonać sprawnie i zdecydowanie.

Odpowiedzi badanych wskazują, że były one osobami otwartymi i lubiącymi spotkania towarzyskie. Wynikało to najprawdopodobniej z tego, że snowboard i narciarstwo freestyle to nie tylko dyscyplina sportu, ale również styl życia – często określany jako „na luzie” i rozrywkowy. Co szczególnie ciekawe, znaczna część ankietowanych kobiet stwierdziła, że jest szczęśliwa i optymistyczna. Być może uprawiany przez nie sport wspomaga wydzielanie endorfin, które powodują uczucie radości i dobre samopoczucie. Jest to również dyscyplina wymagająca pod względem fizycznym i psychicznym, dlatego prawdopodobnie tak niewielka grupa kobiet określiła siebie jako osobę delikatną. Spora grupa badanych wskazała na siebie jako osobę impulsywną i energiczną. A właśnie snowboard i narciarstwo freestyle wymagają zdecydowania, pewnej porywczowości i dużej ilości energii, aby stanowczo i szybko podejmować trafne decyzje na stoku.

Znaczna część badanych kobiet uznała, że sens nadaje życiu dążenie do wyznaczonego celu i bycie aktywnym. Narciarki i snowboardzistki freestyle’owe spełniają się, ciągle doskonaląc swoje umiejętności i osiągając nowe cele. Przeważająca większość ankietowanych jako dzieci była gadatliwa i chętna do zabawy. Jako dorosłe osoby stwierdziły, że są charyzmatyczne i pozytywnie nastawione do życia. Właśnie te cechy osobowości mogły spowodować wybór freestyle’owej odmiany narciarstwa i snowboardu. Potwierdza to również deklaracja zdecydowanej większości badanych, że aby czuć się dobrze, potrzebują rozrywki, pracy sprawiającej przyjemność i towarzystwa innych ludzi. Uprawianie snowboardu i narciarstwa freestyle pozwala na zaspokojenie tych potrzeb.

Rezultaty przeprowadzonych badań pozwoliły na określenie profilu osobowości kobiet uprawiających snowboard i narciarstwo freestyle, ich cech dominujących, potrzeb i celów. Umożliwia to efektywne przygotowanie oferty skierowanej do tych osób, obejmującej organizację wyjazdów i infrastrukturę na stoku, a także organizację szkoleń freestyle’owych.

WNIOSKI

Wnioski płynące z badań można sformułować następująco:

1. Wśród kobiet uprawiających narciarstwo i snowboard w odmianie freestyle przeważał typ osobowości określany za pomocą kodu kolorów Hartmana jako żółty mieszany z niebieskim.
2. Przeważająca część badanych kobiet uprawiających narciarstwo i snowboard w odmianie freestyle okazała się osobami wesołymi. Właśnie ta cecha – a także radość i pogoda ducha – wyróżniają kobiety podejmujące tę formę aktywności fizycznej. Również zdecydowana większość ankietowanych określiła siebie jako osobę lubiącą działać. Ponadto były one osobami otwartymi i lubiły spotkania towarzyskie. Co szczególnie ciekawe, znaczna część ankietowanych kobiet stwierdziła, że należy do osób szczęśliwych i optymistycznych.

ANEKS

Kwestionariusz osobowościowy Hartmana

Wpisz znak „X” obok odpowiedzi, która najlepiej do Ciebie pasuje. Wybierz tylko jedną odpowiedź z każdej grupy. Po skończeniu policz, ile razy wybrałeś każdą z liter.

Wady i zalety osobowości

- | | |
|---|---|
| 1. a) Nie zmieniam poglądów.
b) Jestem opiekuńczy.
c) Jestem pomysłowy.
d) Lubię rozrywki. | 11. a) Jestem stanowczy.
b) Jestem pedantyczny.
c) Uważnie słucham.
d) Lubię przyjęcia. |
| 2. a) Lubię mieć władzę.
b) Jestem perfekcjonistą.
c) Jestem niezdecydowany.
d) Jestem egocentryczny. | 12. a) Jestem wymagający.
b) Nie wybaczam.
c) Brak mi motywacji.
d) Jestem próżny. |
| 3. a) Jestem dominujący.
b) Jestem życzliwy.
c) Jestem tolerancyjny.
d) Jestem entuzjastyczny. | 13. a) Jestem odpowiedzialny.
b) Jestem idealistą.
c) Jestem delikatny.
d) Jestem szczęśliwy. |
| 4. a) Jestem samodzielny.
b) Jestem podejrzliwy.
c) Jestem niepokorny wobec siebie.
d) Jestem naiwny. | 14. a) Jestem niecierpliwy.
b) Miewam zmienne nastroje.
c) Jestem bierny.
d) Jestem impulsywny. |
| 5. a) Szybko podejmuję decyzje.
b) Jestem lojalny.
c) Jestem zadowolony.
d) Jestem wesoły. | 15. a) Mam silną wolę.
b) Szanuję innych.
c) Jestem cierpliwy.
d) Lubię żartować. |
| 6. a) Jestem arogancki.
b) Często się martwię.
c) Jestem uparty.
d) Jestem niestały w uczuciach. | 16. a) Lubię dyskutować
b) Jestem marzycielem.
c) Brak mi celu w życiu.
d) Przerywam innym. |
| 7. a) Jestem asertywny.
b) Można na mnie polegać.
c) Jestem miły.
d) Jestem towarzyski. | 17. a) Jestem niezależny.
b) Można mi zaufać.
c) Jestem zrównoważony.
d) Jestem ufny. |
| 8. a) Jestem apodyktyczny.
b) Jestem samokrytyczny.
c) Jestem niechętny do działania.
d) Lubię prowokować. | 18. a) Jestem agresywny.
b) Często wpadam w depresję.
c) Bywam wieloznaczny.
d) Jestem zapominalski. |
| 9. a) Lubię działać.
b) Mam naturę analityka.
c) Jestem wyrozumiały.
d) Jestem bez troski. | 19. a) Jestem władczy.
b) Jestem rozważny.
c) Jestem taktowny.
d) Jestem optymistą. |
| 10. a) Jestem krytyczny.
b) Jestem nadwrażliwy.
c) Jestem nieśmiały.
d) Bywam trudny do zniesienia. | 20. a) Jestem mało wrażliwy.
b) Często osądzam ludzi.
c) Jestem nudny.
d) Jestem niezdyscyplinowany. |

- | | |
|--|--|
| 21. a) Myślę logicznie.
b) Ulegam emocjom.
c) Jestem uступliwy.
d) Jestem lubiany. | 26. a) Jestem nietaktowny.
b) Jestem wybredny.
c) Jestem leniwy.
d) Jestem hałaśliwy. |
| 22. a) Mam zawsze rację.
b) Często mam poczucie winy.
c) Jestem mało entuzjastyczny.
d) Jestem mało zaangażowany. | 27. a) Jestem bezpośredni.
b) Jestem twórczy.
c) Łatwo się przystosowuję.
d) Żyję na pokaz. |
| 23. a) Jestem pragmatykiem.
b) Jestem kulturalny.
c) Jestem otwarty.
d) Jestem spontaniczny. | 28. a) Jestem wyrachowany.
b) Jestem obłudny.
c) Jestem zakompleksiony.
d) Jestem nieorganizowany. |
| 24. a) Jestem bezlitosny.
b) Jestem troskliwy.
c) Nie emocjonuję się tym, co robię.
d) Lubię się popisować. | 29. a) Jestem pewny siebie.
b) Jestem zdyscyplinowany.
c) Jestem sympatyczny.
d) Jestem charyzmatyczny. |
| 25. a) Skupiam się na osiągnięciu celu.
b) Jestem szczery.
c) Jestem dyplomata.
d) Jestem energiczny. | 30. a) Onieśmiałam innych.
b) Jestem ostrożny.
c) Jestem nieproduktywny.
d) Unikam konfrontacji. |

Wyniki części I wpisz w odpowiednie miejsca:

a) b) c) d)

W drugiej części testu zastanów się, jak zareagowałbyś w poniższych sytuacjach. Wybierz tylko jedną, najlepiej do Ciebie pasującą odpowiedź. Po podsumowaniu wpisz wyniki we właściwe miejsca na końcu testu.

Sytuacje

31. Gdybym starał się o pracę, prawdopodobnie zatrudniono by mnie, bo jestem:
- a) Bezpośredni i mocno angażuję się w to, co robię.
 - b) Rozważny, dokładny i można na mnie polegać.
 - c) Cierpliwy, taktowny i łatwo adaptuję się w nowych sytuacjach.
 - d) Towarzyski, nonszalancki i pełen zapału.
32. Gdy w związku intymnym czuję się zagrożony przez partnera, wtedy:
- a) Odczuwam gniew i reaguję agresywnie.
 - b) Płaczę, czuję się urażony, planuję zemstę.
 - c) Jestem spokojny, wycofuję się, często powstrzymuję złość, a potem wybucham z powodu byle drobiazgu.
 - d) Dystansuję się i unikam dalszych konfliktów.
33. Życie ma sens tylko wtedy, gdy:
- a) Dążę do osiągnięcia wyznaczonego celu i jestem aktywny.
 - b) Przebywam z ludźmi i mam określony cel.
 - c) Jest wolne od stresów i napięć.
 - d) Mogę się nim cieszyć i nie mam powodów do zmartwień.
34. Jako dziecko byłem:
- a) Uparty, błyskotliwy i (lub) agresywny.
 - b) Grzeczny, troskliwy i (lub) miałem skłonność do depresji.
 - c) Cichy, niewymagający i (lub) nieśmiały.
 - d) Gadatliwy, zadowolony i (lub) chętny do zabawy.

35. Jako osoba dorosła jestem:
- a) Uparty, stanowczy i (lub) apodyktyczny.
 - b) Odpowiedzialny, uczciwy i (lub) pamiętliwy.
 - c) Tolerancyjny, zadowolony i (lub) brakuje mi motywacji.
 - d) Charyzmatyczny, pozytywnie nastawiony do życia i (lub) bywam niezdolny.
36. Jako rodzic jestem:
- a) Wymagający, porywczy i (lub) bezkompromisowy.
 - b) Troskliwy, wrażliwy i (lub) krytyczny.
 - c) Skłonny do ustępstw, na wszystko pozwalam i (lub) czuję się przytłoczony.
 - d) Chętny do zabaw, niesystematyczny i (lub) nieodpowiedzialny.
37. Podczas sprzeczek z przyjaciółmi najczęściej:
- a) Upieram się przy swoim zdaniu.
 - b) Myślę o zasadach, jakie wyznają, i zastanawiam się nad tym, co czują.
 - c) Jestem zacięty, czuję się nieswojo i (lub) jestem zmieszany.
 - d) Zachowuję się głośno, czuję się nieswojo i (lub) idę na kompromis.
38. Gdy przyjaciele mają kłopoty, jestem:
- a) Opiekuńczy, zaradny i łatwo znajduję rozwiązanie problemu.
 - b) Szczerze zainteresowany, współczuję i jestem lojalny – niezależnie od problemu.
 - c) Cierpliwy, potrafię podnieść na duchu i chętnie słucham.
 - d) Powściągliwy w wydawaniu opinii, nastawiony optymistycznie i potrafię rozładować napiętą sytuację.
39. Podejmując decyzję, jestem:
- a) Asertywny, precyzyjny i logiczny.
 - b) Rozważny, dokładny i ostrożny.
 - c) Niezdecydowany, nieśmiały i zniechęcony.
 - d) Impulsywny, niekonsekwentny i mało zaangażowany.
40. W obliczu niepowodzeń:
- a) W duchu jestem samokrytyczny, ale głośno bronię swoich racji i nie przyznaję się do winy.
 - b) Mam poczucie winy, jestem samokrytyczny, mam skłonność do depresji i w nią wpadam.
 - c) W duchu odczuwam niepewność i strach.
 - d) Jestem zażenowany i nerwowy, staram się uciec od problemu.
41. Gdy ktoś mnie urazi:
- a) Jestem zdenerwowany i w duchu planuję szybki rewanż.
 - b) Czuję się głęboko dotknięty i w zasadzie nigdy całkowicie nie wybaczam. Zemsta to za mało.
 - c) W głębi duszy czuję się zraniony i szukam odwetu i (lub) staram się unikać tej osoby.
 - d) Unikam konfrontacji, uznaję sytuację za niewartą zachodu i (lub) szukam pomocy u przyjaciół.
42. Praca to:
- a) Najlepszy sposób na życie.
 - b) Czynność, którą należy wykonywać najlepiej jak się potrafi lub nie wykonywać wcale. Moje motto to: najpierw obowiązki, potem przyjemność.
 - c) Działalność pozytywna, jeśli sprawia mi przyjemność i nie mam obowiązku doprowadzenia jej do końca.
 - d) Zło konieczne, zdecydowanie mniej przyjemne od rozrywki.
43. W sytuacjach towarzyskich ludzie najczęściej:
- a) Boją się mnie.
 - b) Podziwiają mnie.
 - c) Zajmują się mną.
 - d) Zazdroszczą mi.

44. W związkach intymnych najbardziej zależy mi, by być:
- a) Aprobowanym i postępować słusznie.
 - b) Rozumianym, docenianym i bliskim drugiej osobie.
 - c) Szanowanym, tolerancyjnym i zgodnym.
 - d) Docenianym, wolnym i dobrze się bawić.
45. By czuć się dobrze, potrzebuję:
- a) Przywództwa, przygód, działania.
 - b) Bezpieczeństwa, pracy twórczej, celu.
 - c) Akceptacji i bezpieczeństwa.
 - d) Rozrywki, pracy sprawiającej przyjemność i towarzystwa innych ludzi.

Wyniki części II wpisz w odpowiednie miejsca:

a) b) c) d)

Dodaj punkty zdobyte w obydwu częściach testu. Każdej literze jest przyporządkowany jeden kolor określający typ osobowości. Litera a oznacza typ czerwony, b niebieski, c biały, a d żółty.

Wyniki końcowe:

czerwony (a) niebieski (b) biały (c) żółty (d)

BIBLIOGRAFIA

- Gasiul H. (2006) Psychologia osobowości. Nurty, teorie, koncepcje. Difin, Warszawa.
- Hartman T. (1999) Kod kolorów – typy osobowości zaszyfrowane w kolorach. Amber, Warszawa.
- Krasicki S. (2009) Sporty zimowe dla wszystkich. *Wychowanie Fizyczne i Zdrowotne*, 56 (3), 43–44
- Kunysz P., Marciniak M., Sabat U., Wyszowska E. (2012) Program nauczania snowboardu SITS. Alma-Press, Wrocław.
- Nuttin J. (1968) Struktura osobowości. PWN, Warszawa.
- Pervin L.A., John O.P. (2002) Osobowość. Teoria i badania. UJ, Kraków.
- Zimbardo Ph., Johnson R., McCann V. (2010) Psychologia. Kluczowe koncepcje. T. 4: Psychologia osobowości. WN PWN, Warszawa.

PATRYK CZERMAK, ALEKSANDRA CHUDOBINA

Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu

IDENTYFIKACJA CZYNNIKÓW WYWOŁUJĄCYCH LĘK U OSÓB UPRAWIAJĄCYCH WSPINACZKĘ SKALNĄ

Abstract

Identification of anxiety factors in people practicing rock climbing

The aim of the study was to identify the factors that cause anxiety in rock climbers. The sample consisted of 18 (8 women and 10 men) participants in recreational climbing sessions in Wrocław. The respondents were interviewed in order to identify the factors that cause anxiety during rock climbing. The results indicate that the factor most frequently mentioned by respondents is the height. Next an experiment was conducted, whose aim was to determine if the mostly mentioned factor causing anxiety leads to a noticeable reaction of the body, that is increased heart rate. Before the task, during and after, STAI – a test diagnosing anxiety – was conducted. The test results STAI X-1 during the task are $M = 48.36$ and indicate a heightened level of anxiety during the task. Analysis of responses shows that the most frequently mentioned anxiety factors during rock climbing is height and fall off. Analysis of the “height test” results suggests that the tasks involving anxiety factors, such as climbing, may increase the level of anxiety. The analysis of the heart rate measurements during the experiment indicates that the increased level of anxiety causes an increase in heart rate during high altitude tasks.

Key words: anxiety, rock climbing, anxiety factors

WPROWADZENIE

W działalności sportowej, a także rekreacyjnej stale występują sytuacje trudne, które bardzo znacząco wpływają na osiągnięcie satysfakcjonującego rezultatu przez zawodnika. Liczne badania naukowe dotyczące sfery sportu ukazują zarówno możliwości, jak i bariery działalności sportowej. Duży wysiłek fizyczny, emocje, współzawodnictwo to tylko niektóre czynniki oddziałujące na zawodnika podczas działalności sportowej. Mogą one być z jednej strony korzystne i mobilizujące, jednak w większości przypadków wpływają negatywnie na występ sportowy, a tym samym na wynik. Należy zaznaczyć, że sytuacje trudne związane z wysiłkiem fizycznym nie dotyczą wyłącznie działalności sportowej i mogą w dużym stopniu ograniczać osiąganie typowych celów rekreacyjnych (Czajkowski 2010).

W ostatniej dekadzie bardzo popularne stały się dyscypliny wysokiego ryzyka – tzw. sporty ekstremalne, których spektakularność przyczyniła się do bardzo szybkiego rozwoju takich form jak np. wspinaczka skalna (Dąbrowski 2003).

Wspinaczka jako dyscyplina rekreacyjna w bardzo szybkim tempie zaczęła rozwijać się w Polsce na przełomie lat 80. i 90. XX w. (Kusztelak 2000). Kolejne

lata jej rozwoju związane są w dużym stopniu z powstawaniem centrów wspinaczkowych w dużych miastach Polski, w związku z czym praktycznie przestała być dyscypliną sezonową. Staje się ona także bardziej dostępna ze względu na ograniczanie ryzyka dzięki udoskonalaniu atestowanego sprzętu asekuracyjnego (Zarzycki i wsp. 2013). Mimo to wspinaczka w dalszym ciągu jest dyscypliną, która nawet w sferze rekreacyjnej budzi silne emocje (Kujawski 2004).

Jedną z najważniejszych emocji determinujących działalność sportową i rekreacyjną jest lęk. To właśnie lęk odgrywa bardzo dużą rolę w ograniczaniu tej działalności (Ekkekakis 2003). Na podstawie licznych badań, które prowadzono m.in. z udziałem zawodników uprawiających takie dyscypliny, jak: taekwondo, żeglarsstwo, ratownictwo sportowe i wspinaczka, wykazano, że lęk wpływa negatywnie na osiągnięte wyniki w tych dyscyplinach (Kulas 2001, Pijpers i wsp. 2003, Kwiatkowski 2007, Kosiński 2013).

Lęk jest jedną z podstawowych doświadczanych przez człowieka emocji. Odczuwa się go w momentach zagrożenia życia i zdrowia. Wszelkie wywołujące lęk „zjawiska”, nazywane czynnikami lękowymi, mogą być bardzo złożone i w zależności od źródła pochodzenia mogą w różnym stopniu wpływać na osobę, której dotyczą. Stany lękowe, jak wynika z literatury przedmiotu, mogą być spowodowane czynnikami środowiskowymi, czynnikami medycznymi, użytkowaniem substancji takich jak alkohol, leki i narkotyki, czynnikami genetycznymi oraz czynnikami zaburzającymi pracę układu nerwowego (Crosta 2009).

Wyniki wielu badań obejmujących różne dyscypliny sportowe wskazują jednoznacznie, że lęk, niezależnie od jego źródła (lęk przedstartowy, lęk przed porażką, lęk wywołany określonym czynnikiem), wpływa negatywnie na działanie w sporcie i rekreacji. Znaczna większość publikacji polskich i zagranicznych dotyczy tzw. lęku przedstartowego, który według źródeł powoduje spadek skuteczności sportowca, prowadząc jednocześnie do osiągania słabszych wyników niż podczas treningów (Karolczak-Biernacka 1996, Draper i wsp. 2008, Czajkowski 2010, Kosiński 2013).

W literaturze poświęconej wspinaczce skalnej autorzy wymieniają szereg czynników, które mogą powodować lęk. Zalicza się do nich m.in. lęk przed odpadnięciem, lęk przed bólem, lęk przed porażką i lęk przed ośmieszeniem (Hörst 2011). Czynniki te są jednak wymieniane chaotycznie i bez konkretnych kryteriów, dlatego niezbędne jest ich usystematyzowanie.

Mimo wskazywania przez trenerów i autorów podręczników wspinaczkowych licznych czynników wywołujących lęk u osób wspinających się nie podjęto do tej pory badań, których celem byłaby identyfikacja tych czynników w dyscyplinie, jaką jest wspinaczka skalna. Autorzy niniejszej pracy podjęli więc próbę określenia czynników środowiskowych wywołujących lęk podczas uprawiania wspinaczki.

CEL BADAŃ

Celem badań była identyfikacja czynników wywołujących lęk w czasie uprawiania wspinaczki skalnej oraz znalezienie związku między stanem lękowym wywołanym przez czynnik a reakcją organizmu na ten czynnik.

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

Grupę badaną stanowili uczestnicy rekreacyjnych sekcji wspinaczkowych we Wrocławiu. W badaniu wzięło udział 18 osób – 8 kobiet oraz 10 mężczyzn w przedziale wiekowym 25–35 lat. Wśród osób badanych przeprowadzono wywiad w celu identyfikacji czynników wywołujących lęk w trakcie uprawiania wspinaczki skalnej. Udzielając odpowiedzi, respondenci poddawali analizie własne doświadczenia, które związane były z przeżywaniem silnych emocji i odczuwaniem lęku podczas uprawiania wspinaczki. Drugi etap badań polegał na przeprowadzeniu „próby lękowej”, podczas której wykorzystano najczęściej wymieniany przez respondentów czynnik lękowy. Celem próby było znalezienie związku między stanem lękowym wywołanym przez czynnik a reakcją organizmu na ten czynnik. Reakcję tę określano na podstawie poziomu tętna badanych osób.

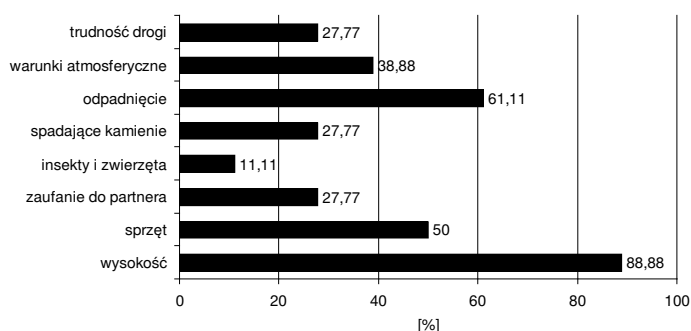
Autorzy pracy postawili następujące pytania problemowe:

1. Jakie czynniki lękowe najczęściej wpływają na osoby uprawiające wspinaczkę?
2. Jakie czynniki lękowe zazwyczaj oddziałują na osoby uprawiające wspinaczkę w odniesieniu do ich płci?
3. Jaki jest związek zadań nacechowanych czynnikami lękowymi u osób uprawiających wspinaczkę z poziomem odczuwanych stanów lękowych?
4. Jaki jest związek poziomu stanów lękowych z poziomem tętna osób wspinających się?

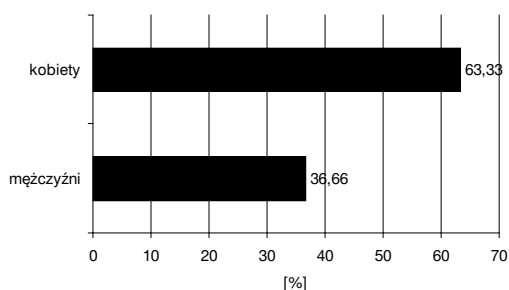
Do badania przygotowano stanowisko zjazdowe zbudowane z atestowanej liny alpinistycznej oraz wyposażone w uprząż wspinaczkową, kask oraz przyrząd zjazdowy (stop rolkę). Badany miał za zadanie wykonać zjazd z wysokości 15 m, stosując techniki alpinistyczne. Przez cały czas trwania eksperymentu monitorowano poziom tętna uczestników przy użyciu pulsometrów Polar S625X. Przed rozpoczęciem badań oraz w ich trakcie do pomiaru poziomu stanu lękowego i cechy lęku wykorzystano Polski Inwentarz Stanu i Cechy Lęku (STAI), który jest adaptacją amerykańskiego testu *State-Trait Anxiety Inventory*, opracowanego przez Spielbergera, Gorsucha i Lushene'a. Autorami polskiej adaptacji testu są: Strelau, Tysarczyk i Wrześniewski (Wrześniewski i wsp. 2011). Kwestionariusz STAI składa się z dwóch niezależnych części, z których każda zawiera 20 pytań. Na podstawie pierwszej części STAI X-1 badany jest poziom lęku traktowanego jako aktualny stan emocjonalny. Część druga STAI X-2 dotyczy lęku rozumianego jako cecha osobowości. Osoba badana ustosunkowuje się do każdego stwierdzenia, wybierając jedną z czterech możliwości. Poziom lęku wyraża liczba punktów uzyskanych po zsumowaniu ocen otrzymanych za poszczególne odpowiedzi. Wartości punktowe w przypadku każdej części kwestionariusza mogą wahać się w granicach 20–80 punktów. Wysokie wartości punktowe oznaczają wyższy poziom lęku.

WYNIKI

Wyniki wywiadu przeprowadzonego w grupie osób uprawiających wspinaczkę wskazują, że najczęściej wymienianym czynnikiem lękowym jest wysokość (88,88%)



Rycina 1. Czynniki lękowe wymieniane przez respondentów [%]



Rycina 2. Liczba wymienianych czynników lękowych ze względu na płeć [%]

oraz odpadnięcie (61,11%), które też jest ściśle związane z wysokością. Pozostałe wskazywane czynniki to: brak zaufania do sprzętu asekuracyjnego (50%), brak zaufania do partnera (27,77%), insekty i zwierzęta (11,11%), warunki atmosferyczne (38,88%), spadające kamienie (27,77%) oraz trudność drogi (27,77%) (ryc. 1).

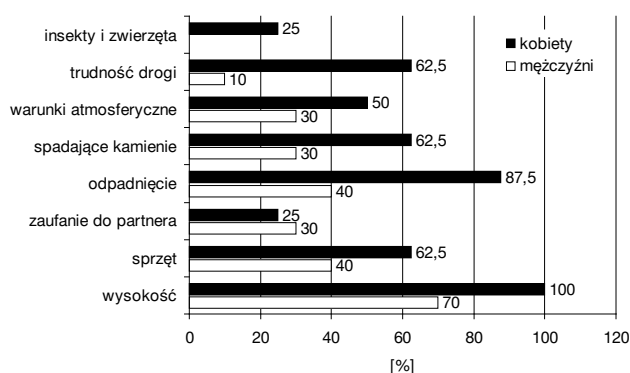
Wyniki te w dużej mierze opierają się na doświadczeniach respondentów. Ponieważ w badaniu wzięły udział osoby średnio zaawansowane z kilkuletnim stażem wspinaczkowych (min. 2 lata, maks. 7 lat), można przypuszczać, że wypowiedzi były obiektywne i bezpośrednio związane z tematem.

Na podstawie analizy danych w odniesieniu do płci respondentów zaobserwowano przewagę wymienianych czynników lękowych przez kobiety ($n = 38$), co stanowiło 63,33% wszystkich wymienianych czynników. W przypadku mężczyzn liczba wskazywanych czynników wyniosła $n = 22$, co stanowi 36,66% wszystkich wymienianych czynników (ryc. 2).

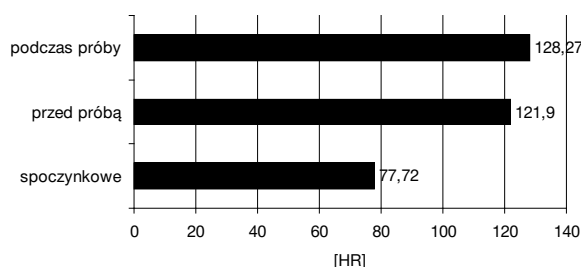
Zazwyczaj wymieniane czynniki ze względu na płeć w przypadku mężczyzn to: wysokość (70%), odpadnięcie (40%) oraz brak zaufania do sprzętu asekuracyjnego (40%). Do pozostałych należały: brak zaufania do partnera (30%), warunki atmosferyczne (30%) oraz trudność drogi (10%) (ryc. 3).

Najczęściej wskazywanymi czynnikami ze względu na płeć w przypadku kobiet były wysokość (100%) oraz odpadnięcie (87,5%). Pozostałe to: brak zaufania do sprzętu asekuracyjnego (62,5%), brak zaufania do partnera (25%), insekty i zwierzęta (25%), warunki atmosferyczne (50%), spadające kamienie (62,5%) oraz trudność drogi (62,5%) (ryc. 3).

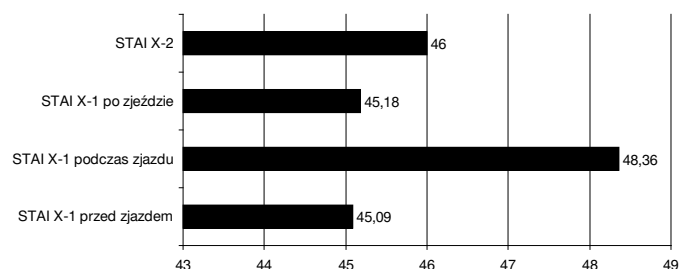
Z analizy danych uzyskanych podczas przeprowadzania „próby lękowej” wynika, że średnie wartości tętna spoczynkowego wynosiły $M = 77,72$. Średnie



Rycina 3. Wymieniane czynniki lękowe ze względu na płeć [%]



Rycina 4. Wartości tętna uzyskane na podstawie „próby lękowej” [HR]



Rycina 5. Wyniki testu STAI uzyskane na podstawie „próby lękowej”

wartości tętna bezpośrednio przed zjazdem równe były $M = 121,90$, a podczas zjazdu – $M = 128,27$ (ryc. 4).

Przed zjazdem, podczas jego trwania oraz po zakończeniu zjazdu przeprowadzono psychologiczny test STAI, mierzący poziom lęku w dwóch aspektach: jako stanu oraz jako cechy. Wyniki testu STAI X-1 (wyznaczającego poziom lękowego) przed zjazdem wyniosły $M = 45,09$, natomiast po zjeździe – $M = 45,18$, co może wskazywać, że po zakończeniu zjazdu poziom lęku był przybliżony do poziomu wyjściowego, przed zjazdem. Wyniki testu STAI X-1 podczas zjazdu wyniosły $M = 48,36$. Wskazują one na podwyższony stan lęku w trakcie zjazdu. Wyniki testu X-2 (wyznaczającego poziom cechy lęku) równe były $M = 46$ (ryc. 5).

DYSKUSJA

Na podstawie analizy odpowiedzi respondentów stwierdzono, że do najczęściej wymienianych czynników lękowych podczas uprawiania wspinaczki należy

wysokość oraz odpadnięcie. Jest to bezpośrednio związane ze specyfiką dyscypliny oraz może świadczyć o jej wyjątkowości wśród innych dyscyplin „wysokiego ryzyka”. Kolejnym zazwyczaj wskazywanym czynnikiem był brak zaufania do sprzętu asekuracyjnego. Odpowiedzi te są ciekawe w odniesieniu do współczesnego sprzętu wspinaczkowego, który aby mógł być dopuszczony do sprzedaży i użytkowania, musi zostać poddany wielu próbom wytrzymałościowym i uzyskać certyfikaty jakości CE oraz UIAA. Wytrzymałość takiego sprzętu sięga około 22 kN. Mimo tak dużej wytrzymałości niektóre osoby wciąż odczuwają lęk przed jego ewentualną awarią.

Pięć osób wymieniło jako czynnik lękowy brak zaufania do partnera. Sztompka (2007) twierdzi, że na podwyższony poziom stanu lękowego podczas wspinaczki wpływa wiele czynników. Może to być związane z wcześniejszymi negatywnymi doświadczeniami osób uprawiających daną dyscyplinę. Podwyższony poziom stanu lękowego w trakcie wspinaczki może być spowodowany również brakiem zaufania do osoby asekurującej (partnera wspinaczkowego). Ponieważ wspinaczka to dyscyplina partnerska, nie należy mówić o jej uprawianiu na poziomie rekreacyjnym bez udziału innych osób (Sztompka 2007). Partner wspinaczkowy odpowiedzialny jest za asekurację podczas wspinaczki, zatem obawy co do jego umiejętności wydają się w niektórych przypadkach oczywiste.

Kolejne wskazywane czynniki dotyczyły warunków atmosferycznych oraz spadających kamieni. Wspinaczka jest dyscypliną uprawianą w terenach skalnych i w środowisku przyrodniczym, istnieje więc ryzyko wystąpienia takich zagrożeń, które jednocześnie mogą stać się czynnikami budzącymi lęk. Prawdopodobnie czynniki te są silnie związane z negatywnymi doświadczeniami respondentów.

Trudność drogi okazała się następnym zazwyczaj wymienianym czynnikiem, który jest ściśle związany ze specyfiką wspinaczki. Drogi wspinaczkowe, zarówno skalne, jak i sztuczne, charakteryzuje określona trudność. Pokonywanie coraz większych barier wynika z rozwoju osób wspinających się i w pewnych okolicznościach może powodować sytuacje lękowe, np. w momencie próby przejścia bardzo trudnej drogi. Ta odpowiedź może zostać bezpośrednio odniesiona do klasyfikacji Hörsta, który nazywa takie zjawisko lękiem przed porażką (Hörst 2011).

Ostatnią i najrzadszą odpowiedzią respondentów był lęk przed insektami i zwierzętami, co prawdopodobnie silnie łączy się z ich doświadczeniami, ale także wskazuje na pewne cechy osobowości.

Ponieważ badane osoby uprawiały wspinaczkę w stopniu średnio zaawansowanym, można przypuszczać, że ich odpowiedzi były obiektywne i określały specyficzne dla dyscypliny czynniki lękowe. Problematiczne natomiast wydaje się wyznaczenie jednoznacznych kryteriów czynników lękowych wymienianych przez respondentów. W tym celu należy odnieść się do najbardziej uniwersalnego w turystyce i rekreacji podziału zagrożeń, w którym mieszczą się zagrożenia zależne oraz niezależne od człowieka (Kunysz 2008). Takie kryteria można z powodzeniem zastosować do powyższych wyników, jednocześnie stwierdzając, że zagrożenia są także bezpośrednimi czynnikami lękowymi.

Analizując wyniki w odniesieniu do płci respondentów, zaobserwowano, że kobiety wymieniły większą liczbę czynników lękowych niż mężczyźni. W grupie

kobiet wskazywane były także czynniki, które nie pojawiły się w odpowiedziach mężczyzn (spadające kamienie oraz insekty i zwierzęta).

Po dokonaniu analizy wyników „próby lękowej” stwierdzono, że zadania nacechowane czynnikami lękowymi, takie jak wspinaczka lub zjazdy na linach z dużej wysokości, mogą powodować zwiększenie stanów lękowych u osób nieprzejawiających cech lękowych. Dowodzą tego wyniki testów STAI X-1 oraz STAI X-2 przeprowadzonych podczas eksperymentu.

W wyniku analizy wartości uzyskanych z pomiarów tętna podczas trwania eksperymentu wykazano, że zwiększony poziom lęku powoduje wzrost poziomu tętna u osób wykonujących zadania na dużej wysokości. Jest to prawdopodobnie związane z reakcją mobilizacyjną organizmu, która stanowi odpowiedź na realne zagrożenie życia lub zdrowia. Wniosek ten potwierdza informacje zawarte w literaturze przedmiotu i może być przesłanką do dalszych badań w kierunku poszukiwania związków między czynnikami lękowymi a reakcjami organizmu ludzkiego.

WNIOSKI

Na podstawie przeprowadzonych badań autorzy udzielili odpowiedzi na postawione pytania problemowe:

1. Najczęściej wymienianym czynnikiem lękowym podczas uprawiania wspinaczki była wysokość oraz odpadnięcie. Takie odpowiedzi respondentów mogą być bezpośrednio związane ze specyfiką dyscypliny oraz mogą świadczyć o jej wyjątkowości wśród innych dyscyplin „wysokiego ryzyka”.
2. Po dokonaniu analizy wyników w odniesieniu do płci respondentów stwierdzono, że kobiety wymieniły większą liczbę czynników lękowych niż mężczyźni. W grupie kobiet wskazywane były także czynniki, które nie pojawiły się w odpowiedziach mężczyzn (spadające kamienie oraz insekty i zwierzęta).
3. Analizując wyniki „próby lękowej”, zaobserwowano, że zadania nacechowane czynnikami lękowymi, takie jak wspinaczka czy zjazdy na linach z dużej wysokości, mogą powodować zwiększenie stanów lękowych u osób nieprzejawiających cech lękowych. Dowodzą tego wyniki testów STAI X-1 oraz X-2 przeprowadzonych podczas eksperymentu.
4. W wyniku analizy wartości uzyskanych z pomiarów tętna podczas trwania eksperymentu zauważono, że zwiększony poziom lęku powoduje wzrost poziomu tętna u osób wykonujących zadania na dużej wysokości. Jest to prawdopodobnie związane z reakcją mobilizacyjną organizmu, która stanowi odpowiedź na realne zagrożenie życia lub zdrowia.

BIBLIOGRAFIA

- Crosta P. (2009) The symptoms of anxiety. Medical News Today. <http://www.medicalnewstoday.com/info/anxiety/what-causes-anxiety.php> [data dostępu: 1.09.2014].
- Czajkowski Z. (2010) Lękliwość, lęk, obawa, strach i panika oraz odporność psychiczna zawodników. *IDO – Ruch dla Kultury*, 10 (1), 41–52.

- Dąbrowski A. (2003) Rekreacyjne sporty ekstremalne – w świetle badań. [W:] W. Siwiński, R.D. Tauber, E. Mucha-Szajek (red.), *Czas wolny. Rekreacja. Turystyka. Hotelarstwo. Żywnienie* (Wyniki badań naukowych). WSHiG, Poznań, 191–195.
- Draper N., Jones G.A., Fryer S., Hodgson C., Blackwell G. (2008) Effect of an on-sight lead on the physiological and psychological response to rock climbing. *Journal of Sports Science and Medicine*, 7 (4), 492–498.
- Ekkekakis P. (2003) Pleasure and displeasure from the body: Perspectives from exercise. *Cognition and Emotion*, 17, 501–519.
- Hörst E.J. (2011) Trening wspinaczkowy. RM, Warszawa.
- Karolczak-Biernacka B. (1996) Stres i lęk w sporcie wyczynowym. *Kultura Fizyczna*, 5–6, 5–9.
- Kosiński M. (2013) Odczuwanie lęku przedstartowego oraz stresu wśród sportowców uprawiających ratownictwo sportowe. [W:] M. Napierała, A. Skaliy, W. Żukow (red.), *Stan, perspektywy i rozwój ratownictwa, kultury fizycznej i sportu w XXI wieku*, UE, Bydgoszcz, 89–98.
- Kujawski A. (2004) Zastosowanie technik psychologicznych w sporcie na przykładzie wspinaczki skalnej. *Nowiny Psychologiczne*, 1, 57–70.
- Kulas H. (2001) Lękliwość i jej związek z osiągnięciami sportowymi, wiekiem i stażem zawodniczym. *Wychowanie Fizyczne i Sport*, 2, 169–179.
- Kunysz P. (2008) Snowboard. Śladami instruktora. Alma-Press, Warszawa.
- Kusztelak M. (2000) Wspinaczka sportowa. *Kultura Fizyczna*, 7–8, 31–32.
- Kwiatkowski M. (2007) Wybrane zmienne psychologiczne i psychomotoryczne a poziom sportowy zawodników. *Medycyna Sportowa*, 5 (6), 23, 271–278.
- Pijpers J.R., Oudejans R.D., Holsheimer F., Bakker F.C. (2003) Anxiety–performance relationships in climbing: a process-oriented approach. *Psychology of Sport and Exercise*, 4, 283–304.
- Sztompka P. (2007) Zaufanie. Fundament społeczeństwa. Znak, Kraków.
- Wrześniewski K., Sosnowski T., Jaworowska A., Ferenc D. (2011) Inwentarz Stanu i Cechy Lęku. Pracownia Testów Psychologicznych Polskiego Towarzystwa Psychologicznego, Warszawa.
- Zarzycki P., Czermak P., Gruca A. (2013) Turystyczno-rekreacyjne aktywności w zakresie wspinaczki górskiej w Rudawach Janowickich. [W:] W. Siwiński, R.D. Tauber, E. Mucha-Szajek (red.), *Aktualne badania naukowe w dziedzinie turystyki, hotelarstwa i żywienia*. WSHiG, Poznań, 295–304.

ZOFIA NIEKURZAK, URSZULA SZCZEPANIK

Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu

ZAINTERESOWANIA TRENERÓW OSIEDLOWYCH TURYSTYKĄ GÓRSKĄ

Abstract

Local trainers' interests in mountain tourism

Background. Mountain tourism understood as tourism developed in mountainous regions combines physical recreation with aesthetic sensations arising from the contemplation of a varied landscape. **Material and methods.** The research was carried out on community coaches who popularize sport and recreation in Wrocław (47 people). A survey was used as a method of analyzing this issue. The research tool was a questionnaire. The aim of the study was to learn about of community coaches' interests in mountain tourism. **Results.** The study showed that respondents usually go to the mountains 1–2 times a year, at weekends and days off, usually for a period of 1 to 3 days in groups of 3 to 6 people. The main travel season is summer and spring. The aim of the trips to the mountains is the opportunity to admire the beauty of nature. The most popular form of tourism are mountain hiking on trails as well as skiing and snowboarding. The choice of tourism as a form of leisure time greatly depends on friends and acquaintances. The most common motives in the selection of mountain tourism is the desire to escape the daily work routine.

Key words: interest, mountain tourism, community coaches

WPROWADZENIE

Rozwój cywilizacji z jej napiętym tempem życia, czynnikami toksycznymi, niewłaściwym rytmem życia i nieprawidłowym odżywianiem, a jednocześnie ograniczeniem wysiłku fizycznego sprzyja rozwojowi chorób cywilizacyjnych. Rozprzestrzeniły się one do tego stopnia, że stanowią poważne zagrożenie zdrowia publicznego współczesnych społeczeństw. Niektóre z nich, takie jak choroby serca i układu krążenia, stały się najczęstszą przyczyną zgonów. Turystyka, będąca we wszystkich swoich formach nośnikiem wartości poznawczych i wychowawczych, okazała się uznanym i zalecanym antidotum na czynniki zagrażające zdrowiu i życiu człowieka w warunkach współczesnej cywilizacji (Mareski i Warecka 2009).

Turystyka jest dosyć specyficznym rodzajem aktywności rekreacyjnej. W literaturze przedmiotu definiuje się ją zwykle jako czasową i dobrowolną zmianę miejsca stałego pobytu, niewynikającą z obowiązków zawodowych, rodzinnych lub społecznych (Zdebski i Winiarski 1990).

Turystyka jako zajęcie wypełniające czas wolny oraz fragment szerszego zjawiska, jakim jest wypoczynek, może być realizowana w formie pasywnej lub aktywnej. Jest ona przede wszystkim potrzebą środowisk silnie zurbanizowanych.

Istnieje zależność między stopniem koncentracji zabudowy i gęstości zaludnienia a potrzebami wypoczynku: im większa koncentracja ludzi i zabudowy, tym większa potrzeba „ucieczki” z miasta w celach wypoczynkowych. Ludzie często z miasta wybierają się w góry.

Góry są jednym z niewielu środowisk, gdzie można zapomnieć o nękających kłopotach, oderwać się od szarej rzeczywistości, a także doświadczyć czegoś nowego, zobaczyć miejsca fascynujące, przyjrzeć się z bliska dzikim zwierzętom i spotkać interesujących ludzi. Niektórym góry pomagają odnaleźć się wśród codziennego życia, ułatwiają relaks i odpoczynek psychiczny. Inni jeżdżą tam, nie starając się odpowiedzieć na pytanie, dlaczego to robią. Dla nich góry są nieodłączną częścią życia (Tertelis 1999).

Turystyka górską jest czynnym wypoczynkiem, który realizowany w czasie wycieczek lub wypraw daje człowiekowi możliwość odnalezienia samego siebie, odnowienia kontaktu z przyrodą, odkrywania wspólnoty między ludźmi (Tertelis 1999).

Turystyka górską szeroko rozumiana jako turystyka uprawiana w regionach górskich obejmuje rozmaite rodzaje i formy (Kurek 2004), a także łączy w sobie rekreacyjny wysiłek fizyczny z doznaniem estetycznymi, wynikającymi z kontemplacji urozmaiconego krajobrazu. W węższym ujęciu polega na aktywności związanej z pokonywaniem różnic wysokości, tj. zdobywaniem wzniesień, natomiast w najwęższym rozumieniu oznacza aktywność fizyczną (Beedie i Hudson 2003).

Najbardziej rozpowszechnioną dziedziną górskiej aktywności jest turystyka piesza, realizowana zwłaszcza na górskich szlakach o różnym stopniu trudności, oraz turystyka narciarska. Piesza turystyka górską uznana została za jedną z najbardziej atrakcyjnych form turystyki aktywnej oraz najskuteczniejszą formę aktywności fizycznej (Zarzycki 2007) – jej uprawianie odpręża psychicznie, regeneruje siły fizyczne i przeciwdziała procesom starzenia.

CEL BADAŃ

Celem badań było poznanie zainteresowań trenerów osiedlowych turystyką górską. Sformułowano następujące pytania badawcze:

1. Jak często i w jakim okresie roku trenerzy osiedlowi wyjeżdżają w góry?
2. Jaki jest cel wyjazdów w góry?
3. Jakie formy turystyki górskiej są najczęściej uprawiane przez trenerów osiedlowych?
4. Jakimi motywami trenerzy osiedlowi kierują się podczas podejmowania decyzji o wyjeździe w góry?

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

Badania zostały przeprowadzone w maju 2013 r. Grupę badaną stanowili wrocławscy trenerzy osiedlowi (47 osób). Do badań zakwalifikowano 41 kwestionariuszy ankietowych, w tym 17 wypełnionych przez kobiety i 24 przez mężczyzn.

Trener osiedlowy (wcześniej nazywany trenerem ulicznym) to osoba realizująca Program Promocji Zdrowia i Profilaktyki Uzależnień „Trener Osiedlowy”. Aktualnie we Wrocławiu pracuje w takiej roli 47 osób. Zadaniem trenera osiedlowego jest organizacja nieodpłatnych zajęć sportowo-rekreacyjnych dla dzieci i młodzieży korzystających z wyznaczonego osiedlowego, przyszkolonego boiska, podwórka lub terenu zielonego. Osoba realizująca program ma do przepracowania 15 godzin tygodniowo w godzinach popołudniowych w dni powszednie (po godzinie 15.00) oraz w soboty i w szczególnych przypadkach w niedziele. Zajęcia trwają także w okresie ferii zimowych oraz w czasie wakacji letnich. Dodatkowo osoba ta musi przeznaczyć nieodpłatnie 4 godziny tygodniowo na prace organizacyjne związane z realizacją programu, w tym na udział w szkoleniach wzbogacających wiedzę trenerów osiedlowych i udział w wyznaczonych spotkaniach we Wrocławskim Szkolnym Związku Sportowym.

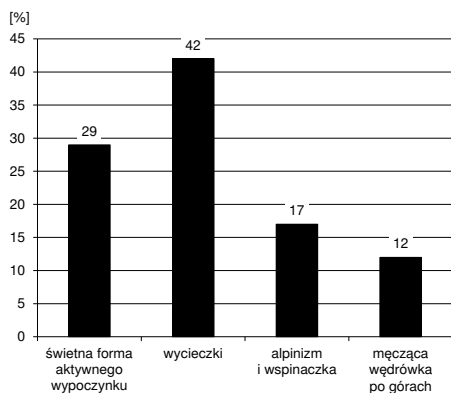
Wiek badanych zawierał się w czterech przedziałach: 19–24, 25–34, 35–50 i 51–65 lat. Najliczniej reprezentowana była grupa osób w wieku 19–24 lat (42%) oraz 25–34 lat (41%). Najmniej ankietowanych znalazło się w przedziale wiekowym 51–65 lat (5%).

Podczas badań wykorzystano powszechnie uznany w literaturze metodologicznej sondaż diagnostyczny (Apanowicz 2002, Siwiński i Tauber 2006). Zastosowano technikę ankietową oraz narzędzie badawcze, jakim był kwestionariusz ankietowy stworzony na potrzeby badania (aneks). Kwestionariusz został wypełniony anonimowo, aby uzyskać bardziej wiarygodne odpowiedzi.

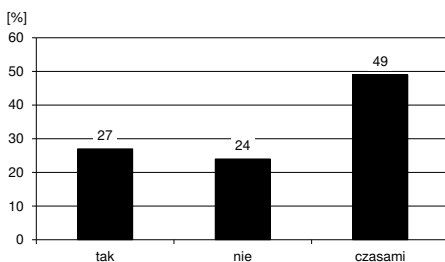
WYNIKI BADAŃ

Większości badanym trenerom osiedlowym turystyka górska kojarzyła się z wycieczkami (42%) oraz ze świetną formą aktywnego wypoczynku (29%). Dla 12% respondentów turystyka górska stanowiła jedynie męczącą wędrówkę (ryc. 1).

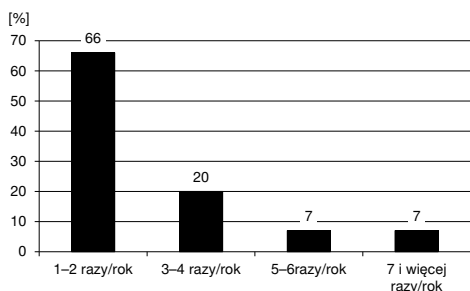
Większość badanych (49%) przyznała, że uprawia turystykę górską, ale tylko czasami (ryc. 2).



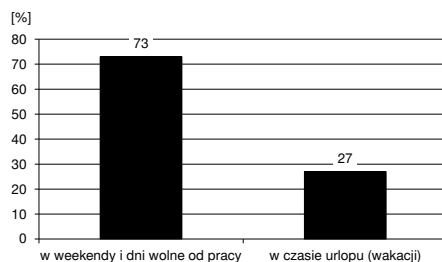
Rycina 1. Skojarzenia ankietowanych związane z turystyką górską [n = 41]



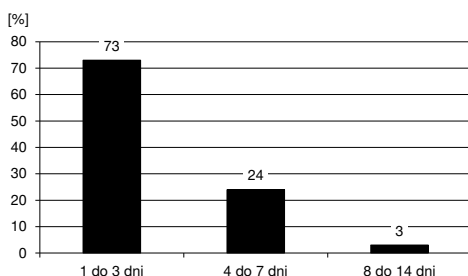
Rycina 2. Deklaracja ankietowanych odnośnie do uprawiania turystyki górskiej [n = 41]



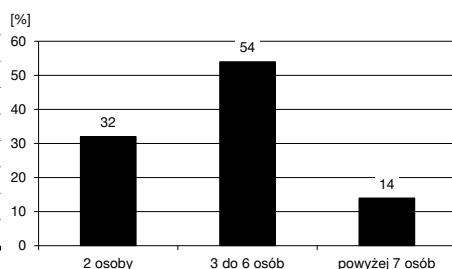
Rycina 3. Częstotliwość, z jaką ankietowani wyjeżdżali w góry [n = 41]



Rycina 4. Czas wolny, w którym ankietowani najczęściej uprawiali turystykę górską [n = 41]



Rycina 5. Liczba dni, jaką ankietowani najczęściej przeznaczali na wyjazd w góry [n = 41]



Rycina 6. Liczba osób, z którymi ankietowani wędrowali po górach [n = 41]

Analizując częstotliwość, z jaką respondenci wyjeżdżają w góry w celach wędrówki, stwierdzono, że najwięcej osób (66%) robi to 1–2 razy w roku (ryc. 3).

Wyniki badań pozwoliły określić, kiedy (w jakim czasie wolnym) ankietowani najczęściej wędrują po górach. Większość badanych (73%) udzieliła odpowiedzi, że górskie wyprawy odbywają w weekendy i dni wolne od pracy (ryc. 4).

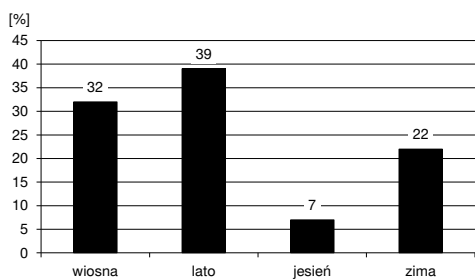
Z uzyskanych danych wynika, że na wyjazd w góry 73% badanych przeznaczało 1–3 dni. Spośród wszystkich badanych 24% osób wyjeżdżało w góry na 4–7 dni. Na dłuższe, dwutygodniowe, wyjazdy decydowało się zaledwie 3% ankietowanych (ryc. 5).

Na podstawie analizy wyborów respondentów dotyczących liczebności grupy, z którą zazwyczaj odbywali wycieczki górskie, stwierdzono, że wynosi ona 3–6 osób (54%) (ryc. 6).

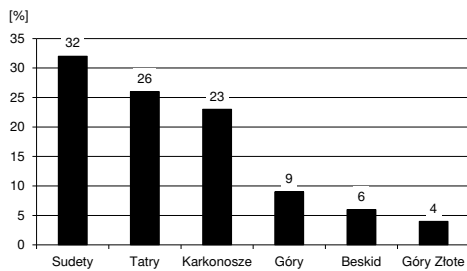
Według respondentów najpopularniejszą porą roku do podejmowania górskich wędrówek było lato (39%) oraz wiosna (32%) (ryc. 7).

Celem letnich wyjazdów turystycznych respondentów okazały się Sudety (32%), Tatry (26%) i Karkonosze (23%) (ryc. 8).

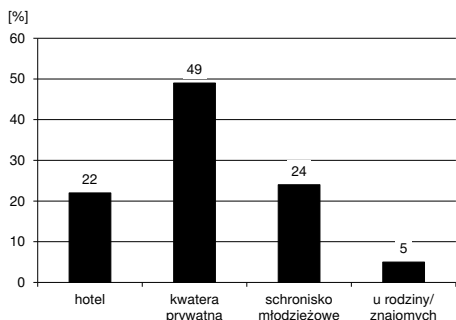
Podczas wycieczek górskich badani zazwyczaj jako bazę noclegową wybierali kwatery prywatne (49%), schroniska młodzieżowe (24%) i hotele (22%). Stosunkowo mały odsetek (5%) respondentów korzystał z noclegu u rodziny lub znajomych (ryc. 9).



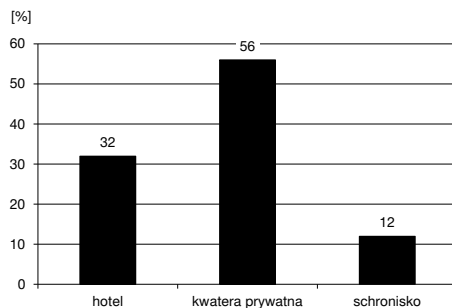
Rycina 7. Okres wyjazdów ankietowanych w góry [n = 41]



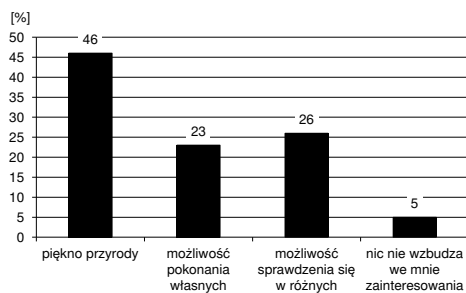
Rycina 8. Najczęściej odwiedzane góry przez ankietowanych latem [n = 41]



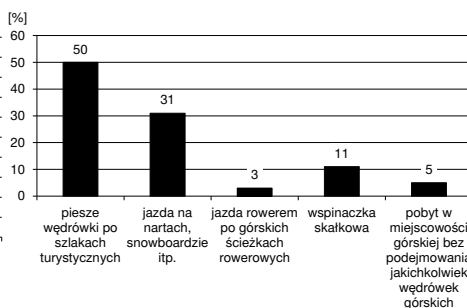
Rycina 9. Baza noclegowa, którą ankietowani wybierali latem [n = 41]



Rycina 10. Baza noclegowa, którą ankietowani wybierali zimą [n = 41]



Rycina 11. Czynniki decydujące o podejmowaniu turystyki górskiej przez ankietowanych [n = 41]



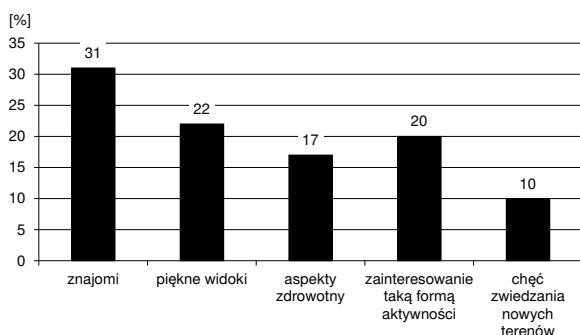
Rycina 12. Najczęściej podejmowane formy turystyki górskiej przez ankietowanych [n = 41]

W okresie zimowym badani także preferowali kwatery prywatne (ryc. 10).

Największe zainteresowanie w turystyce górskiej wzbudzało wśród badanych piękno przyrody (46%), możliwość sprawdzenia się w różnych warunkach (26%) oraz pokonywanie własnych słabości (23%) (ryc. 11).

Następnie autorzy poszukiwali odpowiedzi na pytanie, czy ankietowani w ogóle wyjeżdżają w góry w celu wypoczynkowym, a jeśli tak, to jaką formę turystyki górskiej najczęściej podejmują.

Najpopularniejszą górską formą turystyki aktywnej w grupie respondentów deklarujących podejmowanie wypoczynku w górach były piesze wędrówki po szlakach turystycznych (50%) oraz jazda na nartach i snowboardzie (31%) (ryc. 12).



Rycina 13. Czynniki mające największy wpływ na uprawianie turystyki górskiej przez ankietowanych [n = 41]

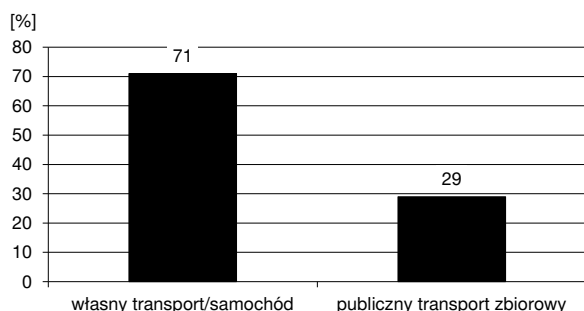
Analizując wybory trenerów dotyczące czynników najsilniej wpływających na uprawianie turystyki górskiej jako formy spędzania wolnego czasu, zauważono, że najwięcej badanych osób wskazało znajomych (31%). W dalszej kolejności respondenci wymienili piękne widoki (22%) oraz zainteresowanie tą formą spędzania czasu wolnego (20%) (ryc. 13).

Podając temat aktywności turystycznej w górach, nie sposób pominąć problematyki motywacji. Zdecydowana większość (61%) uznała, że głównym powodem wyjazdów w góry jest chęć oderwania się od codzienności związanej z pracą (tab. 1).

Dla 59% badanych chęć spędzenia aktywnie wypoczynku miała duże znaczenie. Dla 54% spośród ankietowanych istotna była chęć oderwania się od codzienności związanej z warunkami mieszkaniowymi. Mniej istotne okazały się

Tabela 1. Motywy uprawiania turystyki górskiej [n = 41]

Motywy wyboru turystyki górskiej	N	[%]
Chęć oderwania się od codzienności związanej z pracą	25	61
Chęć spędzenia aktywnie wypoczynku	24	59
Chęć oderwania się od codzienności związanej z warunkami mieszkaniowymi	22	54
Chęć poznania przyrody	21	51
Chęć wyjazdu z grupą przyjaciół	19	46
Chęć regeneracji sił psychofizycznych	17	41
Chęć wyjazdu z człowiekiem ukochanym	12	29
Chęć poznania kultury (historycznej lub współczesnej)	9	22
Chęć wyjazdu ze względu na wysiłek fizyczny	9	22
Chęć wyjazdu z rodziną	6	15
Chęć przeżycia przygody lub ryzyka	5	12
Chęć poznania życia społecznego	4	10
Chęć pobytu w samotności bez rodziny	4	10
Chęć utrzymania lub podwyższenia prestiżu społecznego	4	10
Chęć leczenia i potęgowania zdrowia	4	10
Chęć wędrowania dla przyjemności	3	7



Rycina 14. Sposób dojazdu ankietowanych w góry
[n = 41]

powody takie jak wyjazdy ze względu na wysiłek fizyczny albo chęć poznania kultury (historycznej lub współczesnej) (tab. 1).

Zdecydowana większość badanych, aby dojechać do miejsca docelowego, jakim są góry, wybierała własny transport – samochód lub rzadziej publiczny transport zbiorowy (ryc. 14).

DYSKUSJA

Analizując częstotliwość wyjazdów w góry, stwierdzono, że respondenci wyjeżdżają w góry 1–2 razy do roku (66%), głównie w weekendy i dni wolne od pracy (73%). Są to przede wszystkim wyjazdy 1–3-dniowe (73%) w grupie 3–6 osób (54%). Częstotliwość wyjazdów badanych w góry jest kwestią indywidualną i zależną od upodobań, możliwości finansowych, ilości wolnego czasu lub zorganizowania grupy. Warto podkreślić, że wędrowki w grupach zorganizowanych są szczególnym rodzajem organizacji turystyki plenerowej, ponieważ dzięki nim możliwe jest rozpoczęcie uprawiania turystyki górskiej i popularyzowania tematyki górskiej (Prószyńska-Bordas 2013).

Jak twierdzą Fenczyn i Mrozowicz (2002), wybór kolegi lub koleżanki na towarzysza wędrowki oznacza najczęściej znaczny kredyt zaufania społecznego i moralnego do tego człowieka, a zarazem chęć psychicznej z nim bliskości, współodczuwania tych samych stanów w identycznych warunkach.

Podczas wycieczek górskich, szczególnie odbywanych w grupie bliskich sobie osób, istnieją specyficznie korzystne warunki do powstania syntonii, współbrzmienia emocjonalnego z innym człowiekiem, uchylenia przed towarzyszami Jungowskiej „maski”, którą każdy z nas nosi w życiu codziennym. Ponadto inne warunki bytowania, przyroda, trud marszu i pokonywanie własnej słabości, wieczory w schronisku lub na biwaku sprzyjają emocjonalnemu „otwarcie się” na drugiego człowieka, ujawnieniu swych myśli i uczuć. (Fenczyn i Mrozowicz 2002).

Znaczna większość ankietowanych wyjeżdża w góry, aby aktywnie spędzać czas, a jako okres wyjazdów zwykle wybiera porę letnią lub wiosenną. Ciepłe i długie dni oraz słoneczna pogoda umożliwiają respondentom wielogodzinne wyprawy i podziwianie charakterystycznego krajobrazu oraz pięknych widoków (22%). Badani podejmują aktywność świadomie, znają bowiem jej dobroczynne skutki dla zdrowia psychicznego, jak i fizycznego. Dbłość o aspekt zdrowotny jest głównym dla wielu z nich motywatorem organizowania wypoczynku w śro-

dowisku górskim. Zdaniem Umiastowskiej (2000) ruch przynosi wymierne efekty w działaniu organizmu w postaci zmian wydolności oraz obniżenia zachorowalności, spadku poziomu lęku i depresji, a także poprawy samopoczucia. Należy stwierdzić, że obcowanie z górami, które inspiruje do podejmowania aktywności fizycznej, w dużym stopniu wpływa na polepszenie jakości życia i jego wydłużenie.

Podczas wycieczek górskich badani jako bazę noclegową najczęściej wybierają kwatery prywatne, zarówno latem, jak i zimą.

Na podstawie analizy zebranych wyników można stwierdzić, że najczęściej uprawianą formą turystyki są piesze wędrówki po szlakach turystycznych, które podejmuje 50% wszystkich ankietowanych. Wybór ten podyktowany jest przede wszystkim niskonakładowością tej aktywności fizycznej (nie trzeba inwestować w specjalistyczny sprzęt i techniczną odzież). Ta forma nie wymaga też specjalistycznych umiejętności. Jak twierdzi Zarzycki (2007), piesza turystyka górską uważana jest za najbardziej atrakcyjną formę rekreacji. Wiąże się bowiem z krajoznawstwem, a trudności podczas pokonywania wysokości rekompensują doznania wynikające z podziwiania górskiego krajobrazu.

Zgodnie z opinią respondentów na temat motywów spędzania czasu wolnego w górach bardzo istotna jest możliwość oderwania się od codzienności związanej z pracą (61%). Drugim powodem okazała się możliwość spędzenia aktywnego wypoczynku (59%). Hendon (1991) zauważył, że osoby uprawiające turystykę na obszarach górskich są lepiej wykształcone, zamożniejsze i bardziej skłonne do zachowań rekreacyjnych niż część populacji pozostająca w sferze „ucywili-zowanej”, domowej.

Badani, którzy wybierają się na wycieczki w góry, cenią sobie wygodę, udając się w tym celu własnym środkiem transportu.

WNIOSKI

Podsumowując przeprowadzone badania w środowisku wrocławskich trenerów osiedlowych, można sformułować następujące wnioski:

1. Trenerzy osiedlowi zazwyczaj wyjeżdżają w góry 1–2 razy do roku, zwłaszcza w weekendy i dni wolne od pracy, zazwyczaj na 1–3 dni w grupach liczących 3–6 osób. Główną porę roku wyjazdów stanowi lato oraz wiosna.
2. Podstawowym celem wyjazdów trenerów osiedlowych w góry jest możliwość podziwiania piękna przyrody, następnie sprawdzenia się w różnych warunkach, a także możliwość pokonywania własnych słabości.
3. Najpopularniejszą górską formą turystyki w grupie respondentów deklarujących podejmowanie wypoczynku w górach są piesze wędrówki po szlakach turystycznych oraz jazda na nartach i snowboardzie. O wyborze turystyki jako formy spędzania czasu wolnego w dużej mierze decydują przyjaciele i znajomi.
4. Do najczęstszych motywów wyboru turystyki górskiej należy chęć oderwania się od codzienności związanej z pracą, chęć spędzenia aktywnie wypoczynku i chęć oderwania się od codzienności związanej z warunkami mieszkaniowymi.

ANEKS

Kwestionariusz ankiety

Badania, których jesteście Państwo uczestnikami, dotyczą współczesnej turystyki górskiej. Dane z ankiety wykorzystane zostaną do opracowania naukowego. Zwracam się z prośbą o uważne przeczytanie pytań ankiety oraz udzielenie na nie właściwych sobie odpowiedzi. Wartość naukową mają tylko te ankiety, które są dokładnie wypełnione.

Celem pracy jest poznanie zainteresowań turystyką górską.

1. Z czym najbardziej kojarzy się Pani/Panu turystyka górską?

(Proszę wybrać 1 odpowiedź.)

Ze świetną formą aktywnego wypoczynku	01	
Z wycieczkami	02	
Z alpinistami i wspinaczką	03	
Z męczącą wędrówką po górach	04	
Inne (jakie?)	05	

2. Czy uprawia Pani/Pan turystykę górską? (Proszę wybrać 1 odpowiedź.)

Tak	01	
Nie	02	
Czasami	03	

3. Jak często wyjeżdża Pani/Pan w góry? (Proszę wybrać 1 odpowiedź.)

1–2 razy w roku	01	
3–4 razy w roku	02	
5–6 razy w roku	03	
7 i więcej razy w roku	04	
Inne (jakie?)	05	

4. Kto lub co ma największy wpływ na to, że uprawia Pani/Pan turystykę górską?

(Proszę wpisać poniżej.)

5. O jakiej porze roku najczęściej wyjeżdża Pani/Pan w góry?

(Proszę wybrać 1 odpowiedź.)

Wiosna	01	
Lato	02	
Jesień	03	
Zima	04	

6. W jakie góry Polski lub świata wyjeżdża Pani/Pan najczęściej latem?

(Proszę wpisać poniżej.)

7. W jakie góry Polski lub świata wyjeżdża Pani/Pan najczęściej zimą?

(Proszę wpisać poniżej.)

8. Co w Pani/Panu wzbudza największe zainteresowanie w turystyce górskiej?
(Można zaznaczyć maksymalnie 3 odpowiedzi.)

Piękno przyrody	01	
Możliwość pokonania własnych słabości	02	
Możliwość sprawdzenia się w różnych warunkach	03	
Nic we mnie nie wzbudza zainteresowania	04	
Inne (jakie?)	05	

9. Na jak długo zazwyczaj wyjeżdża Pani/Pan w góry?
(Proszę wybrać 1 odpowiedź.)

1–3 dni	01	
4–7 dni	02	
8–14 dni	03	
Powyżej 14 dni	04	

10. Jaką formę turystyki górskiej najczęściej Pani/Pan podejmuje?
(Proszę zaznaczyć maksymalnie 3 odpowiedzi.)

Piesze wędrówki po szlakach turystycznych	01	
Jazdę na nartach, snowboardzie itp.	02	
Jazdę rowerem po górskich ścieżkach rowerowych	03	
Jazdę koniem po wyznaczonych trasach	04	
Wspinaczkę skałkową	05	
Pobyt w miejscowości górskiej bez podejmowania jakichkolwiek wędrówek górskich	06	
Inne (jakie?)	07	

11. Kiedy najczęściej uprawia Pani/Pan turystykę górską?
(Proszę wybrać 1 odpowiedź.)

W ciągu tygodnia	01	
W weekendy i dni wolne od pracy	02	
W czasie urlopu (wakacji)	03	
Inne (jakie?)	04	

12. Gdzie najczęściej nocuje Pani/Pan w górach? (Proszę wybrać 1 odpowiedź.)

		LATEM
Hotel	01	
Kwatera prywatna	02	
Schroniska górskie	03	
Namiot	04	
U rodziny/znajomych	05	
Inne (jakie?)	06	

13. Gdzie najczęściej nocuje Pani/Pan w górach? (Proszę wybrać 1 odpowiedź.)

		ZIMĄ
Hotel	01	
Kwaterna prywatna	02	
Schroniska górskie	03	
Namiot	04	
U rodziny/znajomych	05	
Inne (jakie?)	06	

14. W ilu osobowych grupach najczęściej Pani/Pan wędruje po górach?
(Proszę wybrać 1 odpowiedź.)

2 osoby	01	
3–6 osób	02	
Powyżej 7 osób	03	
Jeżdżę sama/sam	04	

15. Jakimi motywami kieruje się Pani/Pan przy wyborze pieszej turystyki górskiej?
(Proszę przeczytać wszystkie motywy, a następnie proszę wybrać maksymalnie 5, zdaniem Pani/Pana, najważniejszych.)

Chęć poznania przyrody (poznanie określonej okolicy, miejscowości itp.)	01	
Chęć poznania kultury (historycznej lub współczesnej)	02	
Chęć poznania życia społecznego	03	
Chęć oderwania się od codzienności związanej z warunkami mieszkaniowymi (ucieczka od hałasu, zadymienia itp.)	04	
Chęć oderwania się od codzienności związanej z pracą (zawodową, szkolną, domową itp.)	05	
Chęć pobytu w samotności bez rodziny	06	
Chęć wyjazdu z rodziną	07	
Chęć wyjazdu z człowiekiem ukochanym (narzeczoną/narzeczoną)	08	
Chęć wyjazdu z grupą przyjaciół	09	
Chęć wyjazdu związana z zawarciem nowych znajomości (ze współpodróżującymi lub z ludźmi poznanymi na miejscu)	10	
Chęć utrzymania lub podwyższenia prestiżu społecznego (np. chęć pochwalenia się pamiątkami z podróży)	11	
Chęć pochwalenia się, że zwiedzaliśmy znane miejsca, okolice itp.	12	
Chęć nawiązania lub odnowienia kontaktów z ludźmi	13	
Chęć przeżycia przygody lub ryzyka	14	
Chęć spędzenia aktywnie wypoczynku	15	
Chęć wyjazdu ze względu na wysiłek fizyczny	16	
Chęć pracy twórczej (np. artystycznej lub naukowej) poza miejscem zamieszkania	17	
Chęć regeneracji sił psychofizycznych	18	
Chęć leczenia i potęgowania zdrowia	19	
Chęć wędrowania dla przyjemności	20	
Przypadek	21	
Inne (jakie?)	22	

16. Jaki środek transportu wykorzystuje Pani/Pan najczęściej, by dojechać w polskie góry? (Proszę wybrać 1 odpowiedź.)

Własny transport/samochód	01	
Publiczny transport zbiorowy (np. bus/PKS/pociąg)	02	
Transport lotniczy	03	
Inne (jakie?)	04	

17. Czy znalazła się Pani/Pan w górach w sytuacji, która zagrażała Pani/Pana zdrowiu lub życiu? (Proszę wybrać 1 odpowiedź.)

Tak	01	
Nie	02	
Nie pamiętam	03	

DANE DEMOGRAFICZNE

Płeć

Kobieta	01	
Mężczyzna	02	

Miejsce zamieszkania

Miasto	01	
Wieś	02	
Województwo: jakie?		

Wiek

do 15 lat	01	
16–18 lat	02	
19–24 lat	03	
25–34 lat	04	
35–50 lat	05	
51–65 lat	06	
Powyżej 65 lat	07	

Stan cywilny

Wolny/wolna	01	
Żonaty/zamężna	02	

Wykształcenie

Wyższe	01	
Średnie i pomaturalne	02	
Zasadnicze zawodowe	03	
Podstawowe	04	

Dziękuję Pani/Panu za poświęcony czas i wypełnienie ankiety.

BIBLIOGRAFIA

- Apanowicz J. (2002) Metodologia ogólna. Diecezja Pelplińska Bernardinum, Gdynia.
- Beedie P., Hudson S. (2003) Emergence of mountains-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, 3, 625–643.
- Fenczyn J., Mrozowicz K. (2002) Motywy uprawiania turystyki górskiej przez studentów wyższych uczelni Krakowa. *Kultura Fizyczna*, 5–6, 8–13.
- Hendon W.C. (1991) The wilderness as a source of recreation and renewal: Who uses it? What are their characteristics? Their other interest? Their preferences? *The American Journal of Economics and Sociology*, 1, 105–112.

- Kurek W. (2004) Turystka na obszarach górskich Europy. IGiGP UJ, Kraków.
- Mareski J., Warecka J. (2009) Turystyka kwalifikowana. Turystyka aktywna. AlmaMer, WSE, Warszawa.
- Prószczyńska-Bordas H. (2013) Zróżnicowanie cech osób wędrujących w sezonie bezśnieżnym po górach średnich i niskich w Polsce na przykładzie turystów odwiedzających wybrane parki narodowe. [W:] P. Zarzycki, J. Grobelny (red.), Aktywność ruchowa na obszarach górskich Polski i świata. *Studia i Monografie AWF we Wrocławiu*, 118, 64–82.
- Siwiński W., Tauber R.D. (2006) Metodologia badań naukowych. WSHiG, Poznań.
- Tertelis M. (1999) Podręcznik turystyki górskiej. Lato. Pelta, Warszawa.
- Umiastowska D. (2000) Aktywność ruchowa – sposób na życie czy środek do życia. [W:] D. Umiastowska (red.), Aktywność ruchowa ludzi w różnym wieku. T. 5. Albatros, Szczecin, 16–18.
- Zarzycki P. (2007) Rozważania na temat współczesnych form pieszej turystyki górskiej. [W:] D. Umiastowska (red.), Aktywność ruchowa ludzi w różnym wieku. T. 11. Cz. 2. Albatros, Szczecin, 183–189.
- Zdebski J., Winiarski R. (1990) Psychologia turystyki w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju. *Folia Turistica*, 1, 107–116.
- Aneks
- Kwestionariusz ankiety na temat zainteresowań trenerów osiedlowych turystyką górską

ANITA KAIK-WOŹNIAK, BEATA BLACHURA

Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu

AKTYWNOŚĆ RUCHOWA RODZIN MŁODZIEŻY STUDIUJĄCEJ NA OBSZARACH GÓRSKICH

Abstract

Students' families and physical activity in the mountains

Background. The paper discusses how far students' families are involved in physical activities in the mountain environment. The role of family background is vital as it is the basic social context for each child, the source of first experience and behavioural patterns. The children who adopt a pattern of leisure activities will in most cases follow the same path throughout their adult life. **Material and methods.** A diagnostic survey method with an opinion poll and a survey questionnaire was used as a research measure. The study was carried out in 2013. A group of 65 respondents included first year students of the post-graduate Master's programme, the faculty of physical education at the University School of Physical Education in Wrocław. **Results and conclusions.** The results obtained show that there are some respondents' families who do not spend their leisure time in mountain environment. However, the students will identify their families as the most influential factor in terms of developing habits of leisure activity in the mountain environment.

Key words: family, mountains, leisure time, physical activity

WPROWADZENIE

Bardzo ważną rolę w życiu każdego człowieka, której wartości często nie dostrzega się w dzisiejszych czasach, odgrywa turystyka i rekreacja w rodzinie. Rodzina jest pierwotną grupą społeczną dziecka, w której zdobywa ono pierwsze doświadczenia i przyjmuje pierwsze wzorce zachowań. Rodzina jako grupa społeczna, w której dziecko ma zapewnione najlepsze warunki do harmonijnego rozwoju, powinna stwarzać mu szerokie spektrum możliwości poznania tego, co cenne w życiu. Jest oczywiście wiele innych środowisk stymulujących rozwój młodego człowieka, jednak postawy wykształcone w rodzinie są najtrwalsze.

Jak pisze Dąbrowski (2006), to właśnie w rodzinie dziecko powinno nauczyć się wartości, jakie niesie ze sobą aktywność fizyczna, zatem proces wychowania do czasu wolnego i aktywnych zachowań w czasie wolnym powinien towarzyszyć rodzinom od początku podejmowania wszelkich działań wychowawczych.

Pojęcie wychowania do czasu wolnego, które zgodnie z Międzynarodową kartą wychowania do czasu wolnego (International Charter for Leisure Education), jest „procesem trwającym całe życie, zakłada rozwój postaw, wartości, wiedzy i umiejętności potrzebnych dla właściwego wykorzystania potencjału czasu wolnego” (Lenartowicz 1998, s. 172). Jak podaje Lenartowicz (1998, s. 173),

wychowanie do czasu wolnego, czyli *leisure education*, to „świadomy i systematyczny proces wychowawczy do lub poprzez «leisure», którego celem jest spowodowanie określonych zmian w sposobie wykorzystywania czasu wolnego. Chodzi tutaj o zmianę przekonań, uczuć, postaw, poszerzenie wiedzy i umiejętności, i wreszcie o zmianę zachowań. Zmiany te mogą zachodzić zarówno w instytucjach, jak i w pozainstytucjonalnych formach wychowania dzieci, młodzieży i dorosłych”.

Pojęcie wychowania do życia aktywnego oznacza „dokonywanie takich zmian w osobowości, których owocem będzie zarówno większa świadomość stosunków obu stylów życia, biernego i aktywnego, jak również odpowiednie zmiany w systemie motywacyjnym” (Sas-Nowosielski 2003, s. 36). Siwiński (1992, s. 41) uważa, iż jest to „przygotowanie jednostki do aktywnego, samodzielnego i racjonalnego wypełniania czasu wolnego, do różnorodnej działalności rekreacyjnej aprobowanej społecznie, dającej wypoczynek kulturalno-sportowy, rozrywkowy i rozwijający osobowość”.

Wychowanie do aktywnych zachowań w czasie wolnym jest o tyle ważne, że na pierwszych etapach życia dziecko uczy się głównie przez doświadczenie, dlatego rodzina powinna jak najwcześniej podejmować wspólną aktywność ruchową, w tym aktywność ruchową na obszarach górskich, dostarczając tym samym doświadczeń i pozytywnych emocji. Wspólny wypoczynek na obszarach górskich może uwrażliwić dziecko na piękno otaczającej przyrody, potrzeby związane z przebywaniem w środowisku naturalnym lub chęć zdobywania wiedzy i określonych umiejętności. Może uwrażliwić również dziecko na aspekty zdrowotne, które realizowane w rodzinnym gronie mają ogromne znaczenie w integracji rodziny i postrzeganiu rodzica przez dziecko lub dziecko przez rodzica, co w konsekwencji może wpłynąć na stosowane strategie wychowawcze. Wychowanie do aktywnych zachowań w czasie wolnym powinno zatem stać się codziennością w życiu każdej rodziny.

CEL BADAŃ

Celem badań prezentowanych w niniejszej pracy jest ukazanie stopnia zainteresowania aktywnością ruchową rodzin młodzieży studiującej na obszarach górskich oraz wskazanie środowisk wychowawczych, które według opinii badanych wywarły największy wpływ na ich obecne postawy wobec wypoczynku na obszarach górskich. Aby zobrazować zagadnienia poruszane w niniejszej opracowaniu, sformułowano następujące pytania badawcze:

Czy badani wypoczywali ze swoimi rodzinami w górach?

1. Jakie formy aktywnego wypoczynku wybierały rodziny podczas wypoczynku w górach?
2. Jak długi był pobyt w górach i w jakim okresie miał on miejsce?
3. Jakie były powody wyboru miejsc wypoczynku?

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

W badaniach wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego, stosując technikę ankiety i kwestionariusz ankiety jako narzędzie badawcze. Wybór metody uwarunkowany był tym, że metoda sondażu diagnostycznego jest jedną z najpopularniejszych metod badań społecznych. Za pomocą tej metody bada się wszelkie zjawiska społeczne, które mają istotne znaczenie dla wychowania (Pilch i Bauman 2001).

W narzędziu badawczym zastosowano kafeiterię zamkniętą (ograniczenie się respondenta do podanych przez badacza odpowiedzi), półotwartą (oprócz propozycji badacza respondent mógł wpisać również swoją odpowiedź w punkcie: inne) i otwartą (respondent mógł udzielić odpowiedzi według własnego uznania). Poza tym pytania kwestionariuszowe ułożone były w formie kafeiterii koniunktywnej (badany miał możliwość wyboru kilku odpowiedzi spośród wymienionych) i dysjunktywnej (respondent mógł wybrać tylko jedną możliwość spośród wymienionych kafeiterii) (Pilch i Bauman 2001).

Badania przeprowadzono na początku czwartego kwartału 2013 r. Wzięli w nich udział studenci I roku uzupełniających studiów magisterskich kierunku wychowanie fizyczne, studiujący w Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu. Stanowili oni grupę 165 osób.

W badaniach uczestniczyło nieco więcej kobiet (52,1%), niż mężczyzn (tab. 1).

Badani w przeważającej mierze byli studentami dziennymi, co było uwarunkowane większą liczbą studentów podejmujących edukację na studiach stacjonarnych (tab. 2).

Badani pochodzili z rodzin posiadających najczęściej dwoje (48,5%) lub troje dzieci (26,1%), choć wiele też było rodzin posiadających czworo i więcej dzieci (aż 13,3%) (tab. 3). Zachowania wolnoczasowe w rodzinach wielodzietnych zde-

Tabela 1. Płeć badanych [N = 165]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	kobieta	86	52,1
2.	mężczyzna	75	45,5
3.	brak odpowiedzi	4	2,4
Suma		165	100,0

źródło: badania własne

Tabela 2. Charakter studiów [N = 165]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	stacjonarne	123	74,6
2.	niestacjonarne zaoczne	37	22,4
3.	brak odpowiedzi	5	3,0
Suma		165	100,0

źródło: badania własne

cydowanie różnią się od zachowań w rodzinach, które wychowują jedno lub dwoje dzieci i wynika to z wielu uwarunkowań, chociażby ekonomicznych, niemniej jednak w tej pracy nie brano tego pod uwagę.

Wykształcenie rodziców badanej młodzieży nieco się różniło. Wśród matek dominowało wykształcenie wyższe (39,4%) i średnie (35,2%), wśród ojców największy odsetek legitymował się wykształceniem zawodowym (39,4%) i średnim (29,1%) (tab. 4).

Respondenci w zdecydowanej większości nie mieszkali na terenach o krajobrazie górskim (76,4%), stąd można sądzić, że wyprawy turystyczne w góry były dla nich atrakcyjne, a tym samym niecodzienne (tab. 5).

Uczestnicy badań, będąc już na drugim stopniu kształcenia w szkole wyższej, w zdecydowanej większości (60%) deklarowali, że są aktywni zawodowo, czyli wpisywali się w obecny trend młodzieży, która samodzielnie dba już o swoje

Tabela 3. Liczba dzieci w rodzinach badanych [N = 165]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	Jedno	14	8,5
2.	dwoje	80	48,5
3.	troje	43	26,1
4.	czworo i więcej	22	13,3
5.	brak odpowiedzi	6	3,6
Suma		165	100,0

źródło: badania własne

Tabela 4. Wykształcenie rodziców [N = 165]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	Matka		Ojciec	
		N	[%]	N	[%]
1.	podstawowe	0	0,0	2	1,2
2.	zawodowe	35	21,2	65	39,4
3.	średnie	58	35,2	48	29,1
4.	wyższe	65	39,4	45	27,3
5.	brak odpowiedzi	7	4,2	5	3,0
Suma		165	100,0	165	100,0

źródło: badania własne

Tabela 5. Obszar zamieszkania [N = 165]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	mieszkam na obszarze górskim	35	21,2
2.	nie mieszkam na obszarze górskim	126	76,4
3.	brak odpowiedzi	4	2,4
Suma		165	100,0

źródło: badania własne

Tabela 6. Aktywność zawodowa badanych [N = 165]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	pracujący	99	60,0
2.	niepracujący	62	37,6
3.	brak odpowiedzi	4	2,4
Suma		165	100,0

źródło: badania własne

Tabela 7. Charakter zatrudnienia [N = 99]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	umowa o pracę	35	35,4
2.	umowa zlecenie	46	46,5
3.	nie posiadam formalnego zlecenia	15	15,1
4.	pracuję w ramach praktyk	1	1,0
5.	inne	2	2,0
Suma		99	100,0

źródło: badania własne

utrzymanie i jest niezależna od rodziców. Może to przyczynić się do patrzenia z perspektywy czasu na działania podejmowane z rodziną, w tym na turystyczną aktywność ruchową na obszarach górskich (tab. 6).

Warto też zwrócić uwagę na to, że 35,4% badanych podejmowało już zatrudnienie na umowę o pracę, co z całą pewnością ogranicza czas wolny młodzieży, tym bardziej że równolegle badani podlegali procesowi edukacji. Taka sytuacja może wynikać z tego, że część badanych studiowała niestacjonarnie, choć podejmowanie zatrudnienia wśród studentów stacjonarnych stało się ostatnio również dość powszechne (tab. 7).

WYNIKI

Aktywność turystyczna powinna zajmować znaczące miejsce w życiu każdej rodziny, gdyż wpływa ona niewątpliwie na rozwój psychomotoryczny młodego człowieka, wyczula na piękno przyrody i wyrabia poczucie estetyki, a także jest źródłem wiedzy o otaczającym świecie. Można stwierdzić również, że jest ona formą dialogu rodzinnego, podczas którego członkowie rodziny poznają swoje zachowanie, reakcje na różne zjawiska, stany emocjonalne towarzyszące czynnościom turystycznym. Dzięki turystyce i rekreacji rodzinnej dzieci czerpią wzory zachowań w sferze aktywności fizycznej. Tylko wczesne wpajanie wzorców aktywności i troska o swoje zdrowie może przynieść oczekiwane efekty. Wspólne spędzanie czasu wolnego, a zwłaszcza turystyka i rekreacja, wzmaga poczucie przynależności do rodziny, kształtuje stosunki partnerskie i wzajemny szacunek. Wspólne wyjazdy pozwalają na lepsze poznanie się, powstają podstawy do wzajemnego zaufania, szacunku i bezpieczeństwa. Sprzyja to rozwijaniu pozytywnych

emocji: radości, zadowolenia, otwartości, uczy rozwiązywania problemów i korygowania niewłaściwych zachowań (Łobożewicz i Wolańska 1994). Turystyka i rekreacja w rodzinie, oprócz funkcji wychowawczych, prowokujących do aktywności ruchowej, krajoznawczych i kształcących, pełni funkcję zdrowotną w aspekcie zarówno zdrowia fizycznego, jak i psychicznego.

W niniejszych pracy zainteresowano się turystycznym rodzinnym wypoczynkiem na obszarach górskich. Jak wynika z przeprowadzonych badań, większość respondentów podejmowała ze swoimi rodzicami aktywność turystyczną na obszarach górskich, ale znacząca grupa (44,52%) takich doświadczeń nie miała (tab. 8). Wydawałoby się, że turystyka na obszarach górskich jest dość powszechna i każdy co najmniej raz był ze swoimi rodzicami w górach, a jednak jest to twierdzenie mylne w odniesieniu do badanej grupy. Może to zadziwiać, ponieważ grupa młodzieży studiującej w akademii wychowania fizycznego zwykle ma duże doświadczenia w zakresie aktywności ruchowej czy to rekreacyjnej, czy turystycznej.

Wśród młodzieży, która rodzinnie podejmowała działania turystyczne, najbardziej popularną formą były wędrowki piesze (84,8%). Dużą popularnością cieszyły się też formy zimowego wypoczynku w górach, takie jak narciarstwo (50%) i snowboard (20,7%). Część respondentów wskazywała też na wypoczynek na obszarach górskich w formie odwiedzin u najbliższych (tab. 9).

Wszelkie wyjazdy turystyczne wiążą się z określonymi czynnościami, które trzeba zaplanować i wykonać. Dotyczy to nie tylko zaplanowania terminu, w którym chce się wypocząć (weekend, urlop, ferie, wakacje itp.), ale także różnych czynności organizacyjnych, np. przygotowania lub zorganizowania sprzętu, ubioru, odłożenia potrzebnych środków finansowych, a czasem odpowiedniego

Tabela 8. Rodzinny wypoczynek w górach [N = 165]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	tak	92	55,8
2.	nie	73	44,2
Suma		165	100,0

źródło: badania własne

Tabela 9. Formy wypoczynku podejmowane z rodziną podczas wypoczynku w górach [N = 92]*

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	narciarstwo	46	50,0
2.	wędrowki piesze	78	84,8
3.	wędrowki rowerowe	10	10,9
4.	jazda na snowboardzie	19	20,7
5.	wypoczynek u rodziny	16	17,4

* respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź

źródło: badania własne

Tabela 10. Długość wypoczynku rodzinnego w górach [N = 92]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	1 dzień	8	8,7
2.	1–2 dni	21	22,8
3.	3 i więcej dni	63	68,5
Suma		92	100,0

źródło: badania własne

Tabela 11. Skład rodziny podczas wspólnego wypoczynku w górach [N = 92]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	A/R + M		A/R + O		A + R		A/R + M + O		Inny skład	
		N	[%]	N	[%]	N	[%]	N	[%]	N	[%]
1.	1 dzień	3	3,3	4	4,3	6	6,5	29	31,5	1	1,1
2.	1–2 dni	6	6,5	6	6,5	4	4,3	29	31,5	1	1,1
3.	i więcej dni	1	1,1	0	0,0	3	3,3	53	57,6	4	4,3

A – ankietowany, R – rodzeństwo ankietowanego, M – matka, O – ojciec

źródło: badania własne

Tabela 12. Najczęściej wybierana pora roku na wyprawy górskie [N = 92]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	wiosna	22	23,9
2.	lato	31	33,7
3.	jesień	2	2,2
4.	zima	37	40,2
Suma		92	100,0

źródło: badania własne

przygotowania kondycyjnego. Czynności tych jest więcej w rodzinach wielodzietnych i zwykle jest to znaczące działanie organizacyjne. Być może dlatego badani, jeśli podejmowali już aktywność turystyczną na obszarach górskich, to planowali ją najczęściej jako dłuższy wypoczynek, powyżej 3 dni (68,5%) – tak wskazała większość respondentów. Najmniej odpowiedzi uzyskano odnośnie do jednodniowych wypadów w góry (8,7%) (tab. 10).

Zdecydowanie najczęściej rodziny na turystyczną wyprawę w góry wybierały się w pełnym składzie, zwłaszcza podczas wyjazdów dłuższych niż 3 dni (57,6%) (tab. 11).

Mimo że najczęściej wybieraną formą aktywności ruchowej były wędrowki piesze, to najchętniej badani ze swoimi rodzinami w góry wyjeżdżali zimą (40,2%). Dość często obszary górskie respondenci odwiedzali latem (33,7%) i wiosną (23,9%), a zdecydowanie najmniej lubiana pod tym względem była jesień (tab. 12). Wędrowkom po górach sprzyja w zasadzie każda pora roku, choć z całą pewnością więcej przyjemności przynoszą okresy ciepłe i te, które dodatkowo

wzmacniają zmysły turysty, czyli wiosna i jesień, w których dominują walory krajobrazowe. Badani jednak nie wybierali pory jesiennej, być może wpływały na to: początek roku szkolnego i nowe obowiązki dzieci lub korzystanie przez nie z imprez turystycznych organizowanych przez szkołę, jest to bowiem popularny okres aktywności turystycznej szkoły.

Analizując uzyskane wyniki informujące o najczęściej wybieranym okresie wypoczynku, można odczytać pewną niekonsekwencję w odpowiedziach badanych. Respondenci wskazywali, że najczęściej w góry wyjeżdżali w dni weekendowe (57,6%), ale wcześniej przyznali, że najczęściej ich wypoczynek trwał 3 lub więcej dni. Można domniemać, że rodzice dokładali do dni weekendowych dodatkowy dzień wypoczynku, biorąc w tym czasie urlop i zwalniając dzieci ze szkoły – taką tendencję zauważa się w odniesieniu do wypoczynku w kurortach narciarskich w okresie zimowym. Ponadto znacząca część badanych wskazywała, że na wypoczynek w góry rodziny wybierały się podczas ferii zimowych (43,5%) i w wakacje letnie (32,6%) (tab. 13).

Tabela 13. Najczęściej wybierany okres wypoczynku w górach [N = 92]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	dni robocze/szkolne	5	5,4
2.	weekendy	53	57,6
3.	wakacje letnie	30	32,6
4.	ferie zimowe	40	43,5
5.	urlop rodziców	23	25,0

* respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź

źródło: badania własne

Tabela 14. Częstotliwość rodzinnego wypoczynku w górach [N = 92]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	raz do roku	43	46,7
2.	2–3 razy do roku	33	35,9
3.	3 i więcej razy do roku	16	17,4
Suma		92	100,0

źródło: badania własne

Tabela 15. Najczęściej odwiedzane pasma górskie [N = 92]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	Góry Świętokrzyskie	4	4,3
2.	Karpaty	39	42,2
3.	Sudety	45	48,9
4.	brak odpowiedzi	4	4,3
Suma		92	100,0

źródło: badania własne

Zwykle wyjazdy turystyczne (zwłaszcza te wielodniowe) wiążą się ze znacznymi wydatkami, dlatego wiele rodzin badanych studentów ograniczało się do jednego takiego wyjazdu w roku (46,7%) (tab. 14). W tym przypadku można dopatrywać się też sezonowości rodzinnego wypoczynku, który idzie w parze z czasem wolnym od obowiązków szkolnych. W zaprezentowanych badaniach tego nie badano, ale jak donosi literatura – wiele rodzin organizuje wypoczynek wielodniowy raz w czasie ferii zimowych i raz w czasie wakacji letnich, starając się zapewnić dzieciom różnorodne formy wypoczynku.

Najchętniej odwiedzany przez badanych pasmem górskim były Sudety (48,9%) i Karpaty (42,2%) (tab. 15).

O wyborze wypoczynku na konkretnych obszarach górskich decydowała w przewadze odległość od miejsca zamieszkania badanych (40,2%). Jest to istotny czynnik ekonomiczny, decydujący nie tylko o kosztach związanych z dojazdem do miejsca wypoczynku, ale również o czasie, jaki na to trzeba poświęcić. Ponadto mając świadomość niedalekiej odległości od miejsca wypoczynku, łatwiej jest go podjąć na krótki czas (np. 1–2 dni). Innym znaczącym aspektem wypoczynku na obszarach górskich według opinii badanych była wielość atrakcji turystycznych znajdujących się na wybranym do wypoczynku terenie (31,5%). Docenienie tego aspektu przez badaną młodzież może świadczyć o rozbudowanym przez rodziców zainteresowaniu walorami odwiedzanych obszarów górskich. Uwrażliwienie na walory krajobrazowe może potwierdzić to, że zdaniem badanych kolejnym czynnikiem decydującym o wyborze górskich miejsc wypoczynkowych były piękne krajobrazy towarzyszące wypoczynkowi (18,5%).

Innym czynnikiem, który zadecydował o wyborze górskich terenów wypoczynkowych na rodzinne spędzenie czasu wolnego, była chęć odwiedzenia rodziny (10,9%) i wypoczynek we własnej kwaterze znajdującej się właśnie na obszarze górskim (12,0%). Ta ostatnia kwestia stwarza wiele możliwości, zwłaszcza w kontekście przyzwyczajenia do określonego rodzaju wypoczynku, biernego bądź czynnego, w zależności od preferencji wypoczynkowych badanych rodzin (tab. 16).

Tabela 16. Powody wyboru wypoczynku w górach [N = 92]*

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	na wybranych przez nas terenach są najpiękniejsze krajobrazy	17	18,5
2.	do wybieranych terenów górskich mieliśmy najbliżej	37	40,2
3.	na wybieranych terenach górskich mieliśmy rodzinę	10	10,9
4.	na wybieranych terenach górskich jest wiele atrakcji turystycznych	29	31,5
5.	na wybieranych terenach górskich mamy swoją kwaterę	11	12,0
6.	inne	2	2,2

* respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź

źródło: badania własne

Tabela 17. Potwierdzenie stwierdzenia „Rodzice zarazili mnie górami” [N = 92]

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	tak	50	54,3
2.	nie	42	45,7
Suma		165	100,0

źródło: badania własne

Tabela 18. Środowiska wychowawcze wpływające na podejmowanie wypoczynku w górach [N = 165]*

Lp.	Kategoria odpowiedzi	N	[%]
1.	rodzina	75	45,5
2.	szkoła	15	9,1
3.	grupa rówieśnicza	29	17,6
4.	instytucje czasu wolnego	2	1,2
5.	organizacje młodzieżowe	6	3,6
6.	media	3	1,8
7.	kościół	1	0,6
8.	społeczność lokalna	4	2,4
9.	ja sam	44	26,7
10.	inni	1	0,6
11.	nie wiem	3	1,8

* respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź

źródło: badania własne

Mimo że w rodzinach badanych występowały zachowania, które mogłyby sprzyjać kształtowaniu się całonocnej pasji do wypoczynku w górach, to jednak nie wszyscy respondenci deklarowali zaciekawienie tą właśnie formą wypoczynku. Aż 45,7% ankietowanych uważało, że rodzice nie „zarazili ich górami”. Od razu nasuwa się wiele pytań, które obligują do głębszych i bardziej szczegółowych badań, pokazujących, jak tego rodzaju wypoczynek przebiegał, gdyż powszechnie wiadomo, że nie wszyscy są pasjonatami aktywnego wypoczynku w górach, a nabyte wzory przenoszą się z pokolenia na pokolenie (tab. 17).

Potwierdza to również informacja o środowiskach wychowawczych, które, zdaniem badanych, w największym stopniu wpłynęły na ich obecne postawy wobec wypoczynku w górach. Zdecydowana większość respondentów uważała, że to właśnie rodzina (45,5%) przyczyniła się do ich stanowiska wobec wypoczynku na obszarach górskich.

Zaskoczeniem jest, że badani studenci stosunkowo małą rolę w tym względzie przypisywali szkole (9,1%), która jest istotnym środowiskiem wychowawczym w życiu dzieci i młodzieży. Znaczącą rolę natomiast ankietowani przypisywali sobie (26,7%), wskazując na swoją dorosłość, i grupie rówieśniczej (17,6%), która w tym okresie odgrywa dużą rolę w kształtowaniu się nawyków wolno-czasowych (tab. 18).

DYSKUSJA

Czas wolny spędzany w rodzinie na wspólnej zabawie, aktywności ruchowej, podróżach i wycieczkach, wymianie umiejętności i wiadomości oraz doświadczeń wynikających z różnorodnych zainteresowań ma ogromny wpływ na kształtowanie się postaw dzieci i młodzieży wobec sposobu jego spędzania (Bergier 2003).

Niestety, nie wszyscy rodzice są równie zaangażowani w upowszechnianie aktywności ruchowej w swoich rodzinach, jak też wychowywanie młodego pokolenia do czasu wolnego. Jak podaje Piotrowska (1998), około 30% rodziców pozostaje obojętna wobec aktywności ruchowej swoich dzieci, co potwierdzają również badania innych autorów, m.in. Lenartowicza (2003).

Prezentowane w niniejszej pracy wyniki dowodzą, że nie we wszystkich rodzinach badanych studentów wspólny wypoczynek na obszarach górskich był preferowany – upowszechniało go tylko około 55% respondentów. Nie można tu wykluczyć, że w rodzinach pozostałych ankietowanych promowano inne formy turystycznego wypoczynku, ale w tych badaniach tego zagadnienia nie poddawano analizie.

Koncentrując się na rodzinach, które były zaangażowane w wychowanie do aktywnych zachowań na obszarach górskich, należy podkreślać ich wartość i znaczenie w przygotowaniu młodego człowieka do całonocnej aktywności w czasie wolnym. O zaangażowaniu w rodzinną aktywność ruchową i wartości z niej płynące pisze m.in. Kulesza (1996) w swoich badaniach przeprowadzonych wśród młodzieży w wieku 13–16 lat w Będzinie. Jego zdaniem u 48,5% dziewcząt i 55,7% chłopców to rodzice rozbudzili zainteresowania turystyczne, które dotyczyły najczęściej turystyki pieszej, rowerowej i górskiej. O spędzaniu w sposób aktywny czasu wolnego z rodziną pisze również Brudnik (1996), w której badaniach 55,2% badanych deklaroowało wspólne spędzanie czasu wolnego podczas wyjazdów za miasto lub udziału w aktywnych formach wypoczynku.

Z badań Kaik-Woźniak i Fąka (2012) wynika, że rodziny wrocławskie w dni robocze i szkolne mają niewiele czasu na wspólny wypoczynek. Potrzeby w tym zakresie starają się nadrobić w okresie weekendowym i świątecznym (31,2%) oraz wakacyjnym i urlopowym (26,0%), organizując różnego rodzaju wyjazdy turystyczne. Większa popularność form turystycznych w czasie weekendowo-świątecznym może wynikać z tego, że wyjazdy weekendowe są krótsze, a tym samym tańsze i więcej rodzin może sobie na nie pozwolić. Poza tym cele wyjazdów w tym okresie mogą być związane z odwiedzinami najbliższej rodziny i znajomych. Wiąże się to również z bazą turystyczną wykorzystywaną podczas wypoczynku. W omawianych badaniach wykazano, że rodziny najczęściej w dni weekendowo-świąteczne (28,7%) i wakacyjno-urlopowe (36,4%) wskazywały turystyczne szlaki piesze jako najczęściej wykorzystywany element zagospodarowania turystycznego. Ponadto respondenci w okresie wakacyjno-urlopowym często korzystali ze ścieżek, szlaków rowerowych i ośrodków wczasowych.

Warto zwrócić też uwagę na czas, jaki rodziny poświęcają na wypoczynek na obszarze górskim. Z przedstawionych w niniejszej pracy badań wynika, że

najczęściej rodziny wybierały pobyty trwające 3 lub więcej dni (68,5%), ale za to najczęściej raz w roku (46,7%).

Piech (2004) podkreśla, że jednym z zasadniczych warunków decydujących o udziale rodziny w aktywności ruchowej jest sytuacja materialna. Bosiacki (2000, s. 161) pisze, że „niewątpliwie istotny wpływ na stopień aktywności turystycznej Polaków wywiera ich sytuacja materialna, a ściślej mówiąc, wielkość tzw. funduszu swobodnej decyzji, czyli tej części dochodów, którą możemy przeznaczyć na zaspokojenie tzw. potrzeb podstawowych i niższego rzędu na zakup dóbr i usług wyższego rzędu [...] im lepsza sytuacja materialna rodziny, tym częstsze wyjazdy turystyczne oraz wyższe wydatki pieniężne na ten cel”. Również Królicki (1996) uważa, że wysokość dochodów w rodzinach wpływa na poziom wydatków na kulturę, oświatę i turystykę, rodziny bardziej zamożne przeznaczają większe sumy na ten cel. Oczywiście uwarunkowań jest wiele, jednak wydaje się, że najważniejszym czynnikiem decydującym o upowszechnianiu danej formy wypoczynku, w tym wypoczynku w górach, jest świadomość rodziców i determinacja do właściwego wychowania młodego człowieka do całościowej aktywności ruchowej.

WNIOSKI

Turystyczna aktywność ruchowa na obszarach górskich niesie ze sobą wiele istotnych wartości, które powinny być przekazywane przez wszystkie środowiska wychowawcze. Jednak szczególną rolę ma do spełnienia rodzina, która najwcześniej i najdłużej może oddziaływać na dzieci i młodzież.

Rodzic świadomy ważności upowszechniania pozytywnych nawyków turystycznych przyczynia się do zwiększenia wiedzy dziecka na temat kraju, jego walorów przyrodniczych, wypoczynkowych i specjalistycznych. Przyczynia się do upowszechniania zasad ochrony środowiska naturalnego, wdrażania zasad bezpiecznego zachowania się w różnych sytuacjach, uwrażliwia na piękno otaczającej przyrody i co najważniejsze z punktu widzenia niniejszej pracy – poprawia stan zdrowia, zwiększa sprawność fizyczną i upowszechnia formy aktywnego wypoczynku.

Analiza prezentowanego materiału badawczego pozwala na odpowiedź na postawione pytania badawcze:

1. Około 56% respondentów podejmowało rodzinne formy aktywności ruchowej w górach.
2. Najczęściej podejmowaną formą aktywności na terenach górskich, wybieraną przez rodziny badanych, były wędrówki piesze.
3. Badani najczęściej w góry wybierali się zimą. Podczas wypoczynku rodzinnego był to z reguły okres ferii zimowych. Ankietowani wybierali się najczęściej na wypoczynek w góry na dłuższe pobyty – powyżej 3 dni.
4. Na decyzję o wyborze miejsca wypoczynku w górach wpływała przede wszystkim odległość od miejsca zamieszkania, ale również występujące w odwiedzanych miejscach atrakcje turystyczne.

5. Rodzinna aktywność turystyczna (wycieczki, wędrowki, wspólne pobyty) realizowana w atmosferze niecodzienności, wspólnych przeżyć i nieprzewidzianych przygód zdecydowanie umacnia więzi rodzinne, które w szałości dnia codziennego czasami słabną. Aktywność turystyczna, zdaniem Łobożewicza i Wolańskiej (1994, s. 59), „ma wielkie wartości osobotwórcze”, kształtujące wszystkich członków rodziny.

BIBLIOGRAFIA

- Bergier B. (2003) Współpraca szkoły z rodziną w procesie wychowania do rekreacji. [W:] U. Parnicka (red.), *Rekreacja ruchowa w rodzinie*. TKKF, Warszawa, 38–43.
- Bosiacki S. (2000) Wpływ aktywności turystycznej na poziom i strukturę wydatków polskich rodzin na turystykę. [W:] I. Kielbasiewicz-Drozdowska, M. Marcinkowski, W. Siwiński (red.), *Aktywność rekreacyjna, sportowa i turystyczna w różnych środowiskach społeczno-zawodowych. Diagnoza i propozycje rozwiązań*. PSNARiT, Poznań, 157–167.
- Brudnik M. (1996) Kultura fizyczna w rodzinie a odczucia emocjonalne dzieci wobec lekcji wychowania fizycznego. [W:] S. Arasymowicz (red.), *Kultura fizyczna a rodzina*. POW Rapid Press, Biała Podlaska, 271–278.
- Dąbrowski A. (2006) Wybrane zagadnienia teoretyczne rekreacji ruchowej na tle jej rozwoju historycznego w Polsce. [W:] A. Dąbrowski (red.), *Zarys teorii rekreacji ruchowej*. WSE, AWF, Warszawa, 7–46.
- Kaik-Woźniak A., Fąk T. (2012) Czas wolny rodziny, formy rekreacji ruchowej podejmowane wspólnie: na przykładzie rodzin wrocławskich z dziećmi w III klasie szkoły podstawowej. *Turystyka i Rekreacja*, 8, 135–143.
- Królicki J. (1996) Sport szansa na integrację współczesnej rodziny. [W:] S. Arasymowicz (red.), *Kultura fizyczna a rodzina*. POW Rapid Press, Biała Podlaska, 165–174.
- Kulesza W. (1996) Rola rodziny w kształtowaniu zainteresowań turystycznymi formami rekreacji (na przykładzie szkół podstawowych w Będzinie). [W:] S. Arasymowicz (red.), *Kultura fizyczna a rodzina*. POW Rapid Press, Biała Podlaska, 201–206.
- Lenartowicz M. (1998) Podstawowe założenia wychowania do czasu wolnego (leisure education). [W:] I. Kielbasiewicz-Drozdowska, M. Marcinkowski, W. Siwiński (red.), *Rola administracji rządowej i samorządu terytorialnego w procesie rekreacji ruchowej*. WSO, Poznań, 172–173.
- Lenartowicz M. (2003) Sport w rodzinie w Polsce i Holandii w opiniach studentów polskich i holenderskich. *Roczniki Naukowe AWF w Warszawie*, 42, 49–62.
- Łobożewicz T., Wolańska T., red. (1994) *Rekreacja i turystyka w rodzinie*. Biblioteka PTNKF, Warszawa.
- Piech K. (2004) *Promocja rodzinnej aktywności ruchowej*. Zamiejscowy Wydział Wychowania Fizycznego, Biała Podlaska.
- Pilch T., Bauman T. (2001) *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe*. Żak, Warszawa.
- Piotrowska H. (1998) Sport w rodzinie. *Sport dla wszystkich*, 1, 20–24.
- Sas-Nowosielski K. (2003) *Wychowanie do aktywności fizycznej*. AWF, Katowice.
- Siwiński W. (1992) *Pedagogika kultury fizycznej w zarysie*. PWN, Warszawa–Poznań.

TADEUSZ FAŁK, PAULINA JARECKA

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu

CZYNNIKI WARUNKUJĄCE UPRAWIANIE GÓRSKIEJ TURYSTYKI KWALIFIKOWANEJ W SUBREGIONIE KARKONOSZY I GÓR IZERSKICH NA PODSTAWIE OPINII BADANYCH TURYSTÓW

ABSTRACT

Factors determining practicing the qualified mountain tourism
in subregions of Karkonosze and Izerskie Mountains – opinion of tourists

The issue of this article is related with the problems of the qualified tourism in the subregions of Karkonosze and Izerskie mountains. At the time of mechanization of the life style, the active rest is not only the necessity but also a fashion. The qualified tourism is a contemporary form of rest, by which we can renovate our psychophysical strength. The research was performed in turn of years 2013 and 2014 in the group of 240 randomly selected tourists on the tracks of Karkonosze and Izerskie mountains. The methods used for realization of the research goals were the diagnostic sounding and analysis of the literature. The results of these studies and observations allowed to determine the frequency of practicing tourism and the perspectives of development of the qualified mountain tourism in the investigated region.

Key words: qualified tourism, mountain tourism, physical activity

WPROWADZENIE

Wraz z postępem procesów urbanizacji oraz wzrostem jakości życia obserwuje się postępujący trend popularności turystyki kwalifikowanej. Rozwój turystyki kwalifikowanej wynika z zainteresowania i mody na aktywny i zdrowy styl życia oraz z korzyści, jakich doświadcza turysta w czasie uprawiania tego rodzaju turystyki. Niewątpliwie jest to uwarunkowane aspektami poznawczymi, zaspokajaniem potrzeb emocjonalnych oraz biologicznego minimum aktywności ruchowej (Merski i Warecka 2009). Swoisty charakter tego rodzaju turystyki obliguje jej organizatorów do przygotowania przestrzeni turystycznej, która umożliwi indywidualne rozpoznanie obszaru recepcji turystycznej.

Pojęcie „turystyka kwalifikowana” pojawiło się w polskiej terminologii naukowej w latach 50. XX w., a zostało wprowadzone przez Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze (Kurek 2007). Gaworecki (1982, s. 63) definiuje turystykę kwalifikowaną jako „[...] czasową, dobrowolną, wymagającą przygotowania kondycyjnego i zawodowo-turystycznego, częstą zmianę codziennego trybu życia, zaspokajanie potrzeb ruchu i wysiłku fizycznego, osobistego kontaktu z innym środowiskiem społecznym, przyrodniczym i kulturowym oraz potrzeb informacyjno-poznawczych [...]”. Zdaniem Łobożewicza (1983, s. 13) „[...] turystyka kwalifikowana jest najwyższą formą specjalizacji turystycznej, wymaga specjalnego przygotowania psychofizycznego, zahartowania na trudy,

umiejętności zachowania się w środowisku naturalnym i w obiektach turystycznych, a w niektórych przypadkach potwierdzonej przez właściwe organizacje umiejętności posługiwania się sprzętem turystycznym [...] (s.13). Celem działalności turysty kwalifikowanego jest wypoczynek, rekreacja, doskonalenie zdrowia, wydolności i sprawności fizycznej oraz wszechstronne poznanie kraju. W turystyce kwalifikowanej wysiłek fizyczny połączony jest z pokonywaniem określonej przestrzeni (Gaworecki 1982). W praktyce turystykę kwalifikowaną najczęściej dzieli się na pieszą, narciarską, speleologiczną, rowerową, jeździecką, kajakową, żeglarską i nurkową (Kurek 2007).

Cechy wspólne definicji turystyki kwalifikowanej pojawiających się w literaturze przedmiotu są następujące:

- jest najwyższą formą specjalizacji w wybranej dyscyplinie turystycznej;
- turysta kwalifikowany powinien zdobyć i utrzymywać najwyższą dla wieku i stanu zdrowia sprawność fizyczną, co stanowi jeden z celów jej uprawiania;
- turystyka kwalifikowana łączy się z koniecznością opanowania umiejętności posługiwania się sprzętem turystycznym lub zdobycia specjalnych uprawnień (karty rowerowej, patentu żeglarskiego, uprawnień lub stopni nurkowych);
- turystę kwalifikowanego powinna wyróżniać wszechstronna wiedza o środowisku i umiejętność zdobywania wiedzy krajoznawczej (Merski i Warecka 2009).

Zdaniem autorów niniejszego artykułu turystyka kwalifikowana jako zjawisko społeczne nieustannie się rozwija i przeobraża. Zmienia się bowiem model turysty oraz zmieniają się rodzaje turystyki, z których pasjonat chce korzystać.

Turystyka kwalifikowana rozwija się na obszarach zagospodarowanych turystycznie. Zagospodarowanie turystyczne określane jest jako wynik działalności mającej na celu przygotowanie obszaru recepcji turystycznej (Warszyńska i Jackowski 1978).

Należy zaznaczyć, że turystyka kwalifikowana rozwija się w otoczeniu obszarów wyposażonych w dobra podstawowe i dobra uzupełniające (komplementarne). „Usługi podstawowe umożliwiają turyście dojazd, pobyt i powrót z miejsca czasowego pobytu. Są one świadczone przez komplementarne dobra i urządzenia turystyczne. Usługi komplementarne natomiast świadczone są w związku z podstawowymi dobrami turystycznymi oraz czasem wolnym. Ułatwiają one korzystanie z walorów turystycznych danego miejsca oraz zaspokajają potrzeby kulturalno-rozrywkowe. Kryterium decydującym o charakterze danej usługi jest cel jej świadczenia na rzecz turysty” (Flejterski i wsp. 2005, s. 26).

Problematyka badawcza niniejszego artykułu dotyczy zagadnień górskiej turystyki kwalifikowanej w subregionie Karkonoszy i Gór Izerskich, który ze względu na położenie, specyficzne uwarunkowania klimatyczne oraz ukształtowanie terenu jest jednym z najatrakcyjniejszych miejsc do uprawiania tego rodzaju turystyki w południowo-zachodniej części Polski.

CEL BADAŃ

Celem przeprowadzonych badań było poznanie czynników warunkujących uprawianie górskiej turystyki kwalifikowanej w subregionie Karkonoszy i Gór Izerskich na podstawie opinii badanych turystów. Dzięki otrzymanym informacjom na temat cech demograficznych i społeczno-ekonomicznych ustalono również, jakie grupy turystów korzystają z poszczególnych form górskiej turystyki kwalifikowanej, a także określono stopień satysfakcji respondentów z uprawiania tych form oraz wskazano oczekiwania odwiedzających dotyczące infrastruktury w badanym subregionie.

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

Materiał do badań stanowiły dane z badań ankietowych przeprowadzonych w roku 2012 i 2013 w schroniskach oraz na szlakach turystycznych Karkonoszy i Gór Izerskich. Grupę badaną stanowiły osoby uprawiające górska turystykę kwalifikowaną w opisywanym regionie. Pełna próba wynosiła 268 jednostek badawczych. Po odrzuceniu niewłaściwie wypełnionych ankiet do analizy zakwalifikowano 240 kwestionariuszy ankiety. Podstawową metodą wykorzystaną do realizacji przyjętych celów badawczych był sondaż diagnostyczny. Kwestionariusz ankiety został skonstruowany według zaleceń Sołomy (2005) i składał się z dwóch części. Pierwsza koncentrowała się na opisie pobytu respondentów w trakcie realizacji badania. Pytania zawarte w tej części odnosiły się do motywów uprawiania górskiej turystyki kwalifikowanej, częstotliwości oraz preferowanych form badanej turystyki. Ponadto respondenci zostali poproszeni o określenie oczekiwań dotyczących infrastruktury badanego subregionu. Druga część zawierała pytania metryczkowe, a udzielone na nie odpowiedzi umożliwiły scharakteryzowanie turystów pod względem demograficzno-ekonomicznym. Pytania badawcze miały formę zarówno otwartą, która pozwoliła respondentowi na swobodę wypowiedzi, jak i zamkniętą, opatrzoną tzw. kafeterią, czyli zestawem możliwych odpowiedzi. W kwestionariuszu ankiety znalazły się również pytania alternatywne, spełniające sporadycznie funkcję pytań filtrujących. Pytania zostały ułożone zgodnie z określoną problematyką badań. W opracowaniu posłużono się także analizą literatury.

WYNIKI

Analizując dane społeczno-demograficzne, można szczegółowo scharakteryzować grupy turystów biorących udział w badaniu. Zdecydowaną większość respondentów stanowili mężczyźni (64%). Potwierdza to tendencję do uprawiania górskiej turystyki kwalifikowanej przez większą liczbę mężczyzn. Najliczniejszą grupę tworzyli badani w wieku 26–35 (32%) oraz 18–25 lat (26%). Do kolejnej grupy należały osoby w wieku 36–45 lat (24%), następnie osoby od 46 do 55 lat (14%). Najmniejszy odsetek wśród badanych dotyczył osób w wieku 56 lat i powyżej (4%). Aby dokładnie określić potrzeby i oczekiwania badanych turystów,

istotna jest informacja o miejscu zamieszkania. Inne są bowiem potrzeby i oczekiwania mieszkańców dużych miast i inne turystów z mniejszych miejscowości. Dominującą grupę (45%) stanowili ankietowani pochodzący z miejscowości liczących powyżej 100 tys. mieszkańców. Mniej (27%) było respondentów pochodzących z miast liczących 20–100 tys. mieszkańców, a następnie (19%) – z miast liczących poniżej 20 tys. mieszkańców. Najmniejszy odsetek (9%) stanowiły osoby zamieszkujące tereny wiejskie. Informacja ta jest istotna, ponieważ pozwala skonkretyzować ofertę górskich form turystyki kwalifikowanej dla określonych odbiorców. Dokonując analizy wyników badań pod względem wykształcenia, wykazano, że ponad połowa (53%) ankietowanych ma wykształcenie wyższe, (27%) średnie, (15%) zawodowe, a najmniej (5%) podstawowe. Uważa się, że skłonność do korzystania z form górskiej turystyki kwalifikowanej powiązana jest z wysokością zarobków, a te niewątpliwie uzależnione są od wykształcenia. Nadreprezentacja w próbie osób z wyższym i średnim wykształceniem nie jest zatem zaskoczeniem. Osoby o takim statusie są bardziej skłonne do korzystania z form badanej turystyki. Wśród respondentów największy odsetek stanowiły osoby stanu wolnego (48%). Kolejną grupę tworzyli respondenci pozostający w związku małżeńskim (33%), a następną osoby rozwiedzione (15%). Najmniejszy odsetek badanych dotyczył osób będących wdową/wdowcem (4%).

Istotne w przeprowadzonych badaniach było poznanie motywów uprawiania przez respondentów górskiej turystyki kwalifikowanej. W literaturze przedmiotu nie ma zgodności co do motywów podejmowania aktywności turystycznej. Na użytek niniejszego opracowania zdefiniowano zatem pojęcie motywu. Wiążąc motywy z potrzebami człowieka, można przyjąć, że „[...] motyw to mechanizm lub zespół mechanizmów wewnętrznych, powodujących i organizujących działania ludzkie ze względu na zaspokojenie potrzeb [...]” (Przeclawski 1996, s. 40).

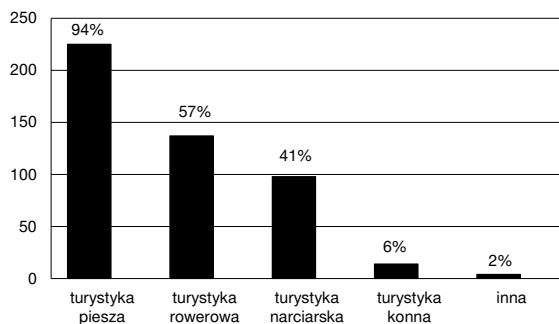
Analizując motywy uprawiania górskiej turystyki kwalifikowanej (ryc. 1), należy zauważyć, że badani za najistotniejszy motyw uprawiania tego rodzaju turystyki uznali poszukiwanie urozmaicenia i przygód (89%) oraz powszechną modę (88%). Ich zdaniem ważny był także aspekt zdrowotny (74%) oraz zdobywanie doświadczenia i wiedzy turystycznej (70%), a nieco mniej istotny okazał się wypoczynek (51%). Mniej niż połowa ankietowanych (47%) wskazała na własną satysfakcję, a (9%) na przynależność do organizacji turystycznych.

Preferencje turystów dotyczące uprawianych form górskiej turystyki kwalifikowanej w subregionie Karkonoszy i Gór Izerskich okazały się jednoznaczne (ryc. 2). Na pierwszym miejscu (jako najistotniejszą) wskazano turystykę pieszą (94%). Następnie turystykę rowerową (57%) oraz turystykę narciarską (41%). Najmniejszy odsetek (6%) stanowiła turystyka konna oraz (2%) inne formy górskiej turystyki kwalifikowanej.

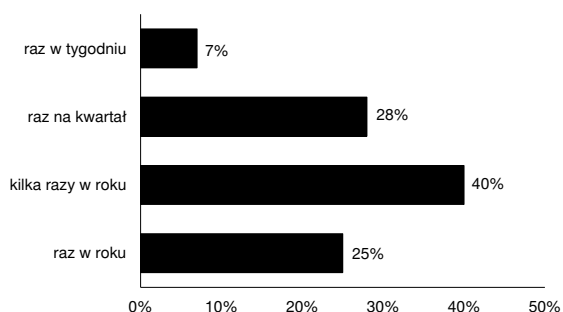
Ze względu na specyfikę badanego subregionu i jego walory naturalne należy wynik turystyki narciarskiej uznać za niezadowalający. Konieczna staje się poprawa warunków do uprawiania tej formy turystyki, zwłaszcza jeśli wziąć pod uwagę profesjonalną infrastrukturę na terenie sąsiadujących Czech. Można również odnotować wynik poniżej oczekiwań odnośnie do turystyki konnej.



Rycina 1. Motywy uprawiania górskiej turystyki kwalifikowanej według wskazań respondentów [n = 240]. Suma danych nie wynosi 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.



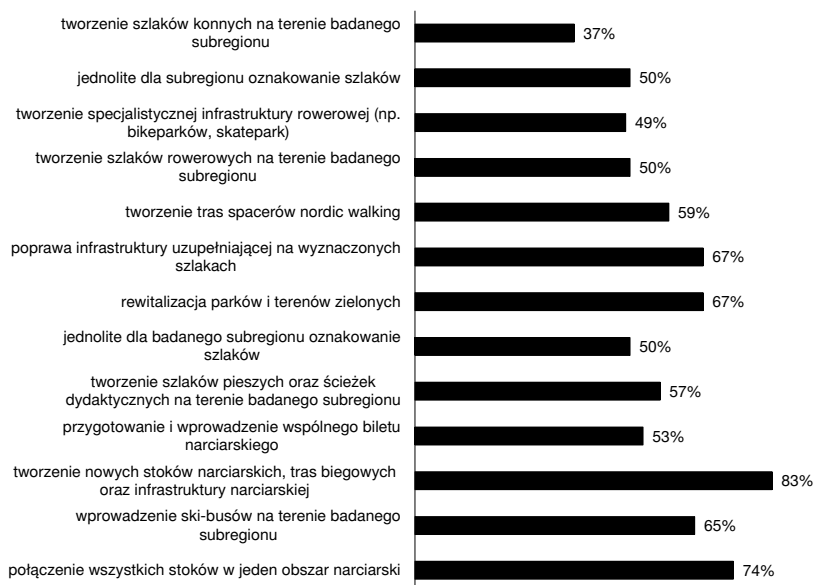
Rycina 2. Preferowane formy górskiej turystyki kwalifikowanej w subregionie według wskazań respondentów [n = 240]. Suma danych nie wynosi 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.



Rycina 3. Częstotliwość uprawiania górskiej turystyki kwalifikowanej według wskazań respondentów [n = 240]. Suma danych wynosi 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać wyłącznie jedną odpowiedź.

Spośród respondentów (40%) osób zadeklarowało, że uprawia formy górskiej turystyki kwalifikowanej kilka razy w roku, (28%) – raz na kwartał, (25%) – raz w roku, a (7%) – raz w tygodniu.

Istotne w procesie badawczym było także poznanie oczekiwań turystów dotyczących infrastruktury badanego subregionu. Największe oczekiwania respondenci deklarowali w odniesieniu do turystyki narciarskiej.



Rycina 4. Oczekiwania turystów dotyczące infrastruktury w subregionie według wskazań respondentów [n = 240]. Suma danych nie wynosi 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Respondenci zadeklarowali głównie (83%), że ich największym oczekiwaniem w odniesieniu do infrastruktury regionu są infrastruktura narciarska, a także (82%) poprawa infrastruktury uzupełniającej na wyznaczonych szlakach. Ponadto jako istotne ankietowani wskazali (74%) połączenie stoków w jeden obszar narciarski. Następnie dla respondentów (po 67%) bardzo ważna okazała się rewitalizacja parków i terenów zielonych, a ponadto tworzenie tras do uprawiania nordic walking oraz wypożyczalni ze sprzętem nordic walking (59%). Niewiele ponad połowa badanych (53%) wskazała na przygotowanie i wprowadzenie wspólnego biletu narciarskiego, (50%) na tworzenie szlaków rowerowych na terenie badanego subregionu, (50%) na jednolite w regionie oznakowanie szlaku, (49%) na tworzenie specjalistycznej infrastruktury rowerowej oraz (37%) na tworzenie szlaków konnych.

WNIOSKI

Celem przeprowadzonych badań była próba poznania czynników warunkujących uprawianie górskiej turystyki kwalifikowanej w subregionie Karkonoszy i Gór Izerskich na podstawie opinii badanych turystów.

Uprawianie górskiej turystyki kwalifikowanej w czasie wolnym jest zróżnicowane. Według Gracza i Sankowskiego (2001) aktywność rekreacyjna ma charakter polimotywacyjny. Rekreację zwykle determinują zespoły motywów. Można jednak przyjąć założenie, że w strukturze motywacji dotyczących aktywnych

zachowań rekreacyjnych można wyróżnić motyw dominujący, który najsilniej warunkuje formę aktywności ludzkiej.

Analizując wyniki badań własnych, stwierdzono, że głównym motywem podejmowania tego rodzaju turystyki jest poszukiwanie urozmaicenia i przygód (89%). Chęć przeżycia przygody skłania turystów do wybierania ofert związanych z tym rodzajem turystyki. Należy zauważyć, że turyści pochodzący z miejscowości liczących powyżej 100 tys. mieszkańców oraz miast liczących 20–100 tys. mieszkańców, z wykształceniem wyższym (53%) i średnim (27%), stanu wolnego (48%), a także pozostający w związku małżeńskim (33%) coraz częściej decydują się na miejsca niedostępne, położone z dala od utartych szlaków. Jest to odpowiedź na konieczność odpoczynku od zgiełku dużych miast, poszukiwania urozmaicenia oraz przygód i samorealizacji. Ten rodzaj turystyki najbardziej zbliża człowieka do przyrody oraz najskuteczniej regeneruje jego siły psychofizyczne, stając się nie tylko wręcz przymusem w dobie zmechanizowanego życia społeczeństwa, ale i pewnego rodzaju modą (88%) zwłaszcza, jak wynika z przeprowadzonych badań, wśród ludzi młodych preferujących aktywny styl życia. Na trzecim miejscu respondenci wskazali aspekt zdrowotny (74%). Otóż wpływ turystyki na zdrowie jest oczywisty. Działalność turysty odbywa się w większości w terenie. Uprawianie górskiej turystyki kwalifikowanej pozwala na kontakt z naturą w zmieniającym się krajobrazie, co wpływa bardzo korzystnie na zdrowie. Autorzy niniejszego artykułu uważają, że górska turystyka kwalifikowana jest istotnym lekarstwem na choroby cywilizacyjne. Kolejnym wśród wymienionych motywów było zdobywanie doświadczenia i wiedzy turystycznej (70%), a także wypoczynek (51%). Mniej niż połowa badanych (47%) wskazała na własną satysfakcję, a (9%) na przynależność do organizacji turystycznych.

Jak wynika z przeprowadzonych badań, respondenci okazali się aktywni fizycznie, głównie uprawiali pieszą turystykę kwalifikowaną (94%) oraz turystykę rowerową (57%). Subregion Karkonoszy i Gór Izerskich ma korzystne warunki do uprawiania turystyki pieszej, która niewątpliwie stanowi jeden z kluczowych wyróżników oferty turystycznej. W zakresie rozwoju należy zadbać o zintegrowaną sieć oznakowania spacerowych szlaków turystycznych oraz wyposażać we właściwą infrastrukturę miejsca odpoczynku turystów na szlakach. Zaplecze walorów naturalnych jest podstawą do uprawiania przez turystów sportów zimowych.

Okazało się jednak, że w tej dziedzinie badani turyści mieli najwięcej oczekiwań. Respondenci zadeklarowali głównie (83%), że ich największym oczekiwaniem w odniesieniu do infrastruktury regionu są nowe stoki narciarskie, trasy biegowe oraz infrastruktura narciarska, a także (82%) poprawa i uzupełnienie infrastruktury uzupełniającej na wyznaczonych szlakach. Ponadto jako istotne (74%) połączenie stoków w jeden obszar narciarski. W zakresie rozwoju turystyki ważne jest przygotowanie kompleksowej oferty dla turystów, eksponującej bogate walory turystyki narciarskiej na badanym terenie. Intensywnie rozwijający się wypoczynek rowerowy stwarza możliwość wykreowania istotnego markowego produktu turystycznego badanego subregionu. Rozwój turystyki rowerowej wymaga odpowiedniej infrastruktury podstawowej i uzupełniającej.

Badani turyści podali, że podejmują deklarowane formy górskiej turystyki kwalifikowanej kilka razy w roku (40%). Zapewne jest to uwarunkowane tym, że zdecydowana większość respondentów to osoby młode w wieku 26–35 lat (64%) oraz 18–25 lat (32%), a więc aktywne zawodowo i studiujące. Oznacza to, że mają one ograniczoną ilość czasu wolnego oraz, jeśli wziąć pod uwagę młody wiek studentów, nie zawsze wystarczające środki finansowe, co uniemożliwia częstsze uprawianie górskiej turystyki kwalifikowanej wymagającej większego nakładu finansowego.

W podsumowaniu należy zaznaczyć, że bogactwo walorów turystycznych subregionu Karkonoszy i Gór Izerskich może stanowić rozpoznawalny na arenie krajowej i międzynarodowej region do uprawiania górskiej turystyki kwalifikowanej.

BIBLIOGRAFIA

- Flejterski S., Panasiuk A., Perenc J., Rosa G. (2005) (red.) Współczesna ekonomika usług. PWN, Warszawa.
- Gaworecki W.W. (1982) *Ekonomika i organizacja turystyki*. PWN, Warszawa.
- Gracz J., Sankowski T. (2001) *Psychologia w rekreacji i turystyce*. AWF, Poznań.
- Kurek W. (2007) *Turystyka*. PWN, Warszawa.
- Łobożewicz T. (1983) *Turystyka kwalifikowana*. PTTK Kraj, Warszawa.
- Merski J., Warecka J. (2009) *Turystyka kwalifikowana. Turystyka aktywna*. AlmaMer, Warszawa.
- Przeclawski K. (1996) *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*. Albis, Kraków.
- Sołoma L. (2005) *Metody i techniki badań socjologicznych*. WSP, Olsztyn.
- Warszyńska J., Jackowski A. (1978) *Podstawy geografii turystyki*. PWN, Warszawa.

WALDEMAR MICHALCZAK¹, LUCYNA WOJCIESKA²

¹ Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu

² Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

TURYSTYKA W KARPACZU W OSTATNIM DZIESIĘCIOLECIU W BADANIACH WŁASNYCH I WEDŁUG OPINII TURYSTÓW

Abstract

**Tourism in Karpacz in the last decade according to own research
and the tourists' opinion**

The purpose of this article is to characterize tourism in Karpacz and identify directions of its development in infrastructure and image. The following methods were used in the study: critical analysis of documents, observation and diagnostic survey. The main findings showed that tourism in Karpacz develops in 4 directions: development of business tourism, counteracting seasonality, quantitative and qualitative development of infrastructure, building the image based on the creation of sometimes inflatable and invented attractions. The research also identified 3 main segments of tourists: individual but arriving in droves, sentimental and recreation-oriented.

Key words: tourism, Karpacz, tourists' opinion

WPROWADZENIE

W Polsce przykładem dobrze rozwiniętego rynku turystycznego są m.in. takie regiony, jak Wybrzeże, Sudety czy Karpaty, a zwłaszcza znajdujące się tam miejscowości, których mieszkańcy utrzymują się prawie wyłącznie z turystyki. Jedną z takich miejscowości jest Karpacz. Urząd Miejski Karpacza na podstawie zgromadzonych informacji szacuje, że rocznie miasto to odwiedza około miliona turystów. Niezaprzeczalny jest zatem turystyczny charakter tej zaledwie pięcioletniej miejscowości. Czy takiego „fenomenu” rzeczywiście oczekują turyści? W niniejszej pracy założono, że szczególnie pomocne okaże się tu poznanie opinii samego turysty na temat obecnej turystyki w Karpaczu oraz jej funkcji i dysfunkcji, co pozwoli określić, czy potrzeby turystów zostały rozpoznane w sposób właściwy. W rezultacie możliwa stanie się odpowiedź na pytanie, jaki poziom zadowolenia uzyskuje dzisiejszy turysta odwiedzający miasto pod Śnieżką.

CEL PRACY

Celem niniejszej pracy jest znalezienie odpowiedzi na pytania: Jakie tendencje i trendy dominują we współczesnej turystyce na terenie Karpacza i w jakich kierunkach się ona rozwija, a z jakimi problemami boryka? Jakie wspomnienia, odczucia, wrażenia i jaki poziom zadowolenia uzyskuje dzisiejszy turysta odwiedzający miasto pod Śnieżką? Zamiarem autorów jest również ukazanie wyraźnej

segmentacji rynku turystycznego dotyczącej zarówno samych turystów, jak i oferty turystycznej do nich skierowanej, a w efekcie określenie, dla kogo Karpacz stanowi wymarzone miejsce podejmowania działań turystycznych, a dla kogo wręcz przeciwnie. Autorzy starali się także określić, czy współczesny rozwój turystyki w Karpaczu przebiega w takich kierunkach, w jakich oczekują tego turyści.

METODY I MATERIAŁ BADAŃ

Do realizacji celu posłużono się metodą krytycznej analizy dokumentów – aktów, obserwacji oraz sondażu diagnostycznego. Technika badania dokumentów dotyczyła przede wszystkim gruntownej analizy planów strategicznych, dokumentów zawierających strategię rozwoju gminy Karpacz, czyli materiałów przygotowanych przez pracowników Urzędu Miejskiego w Karpaczu i Karkonoskiej Agencji Rozwoju Regionalnego (Karkonoskie Centrum... 2005, Koncepcja... 2008). Przystudiowane i wykorzystane zostały również dane statystyczne Instytutu Turystyki i Głównego Urzędu Statystycznego oraz prognozy oddziaływania na środowisko autorstwa Zakładu Ochrony Środowiska w Jeleniej Górze. Pozostałe informacje, które okazały się pomocne podczas badania współczesnej turystyki Karpacza, zaczerpnięte zostały z literatury przedmiotu, a także artykułów prasowych. Obserwacja, poza obserwacją turystów, dotyczyła zachodzących obecnie zjawisk, a także nastrojów, jakie towarzyszyły miejscowej ludności podczas dokonujących się inwestycji.

Wykorzystanie dwóch pierwszych metod pozwoliło na scharakteryzowanie współczesnej turystyki w Karpaczu pod względem infrastrukturalnym i wizerunkowym, ocenę wskaźników rozwoju turystyki, a także na określenie aktualnych tendencji i kierunków jej rozwoju.

Badaniami metodą sondażu diagnostycznego objęto 88 respondentów – turystów odwiedzających Karpacz w okresie maj–wrzesień 2009 r. Przeprowadzone badanie pozwoliło na poznanie opinii turystów, dzięki czemu możliwe stało się określenie, czy obecne kierunki rozwoju są odpowiednio dostosowane do istniejących potrzeb.

UWARUNKOWANIA ROZWOJU TURYSTYKI W KARPACZU

Turystyka w Karpaczu zmieniała swoje oblicze wraz z rozwojem cywilizacji i postępowaniem gospodarczym, dlatego też jej obecny kształt różni się w ogromnym stopniu od pierwotnego, jaki kształtował się na początku XX w. Tę niewielką miejscowość turystyczną co roku odwiedza około miliona turystów. Dobrze rozwinięta infrastruktura turystyczna (poza licznymi walorami) świadczy o atrakcyjności turystycznej miasta. Karpacz pod względem bazy noclegowej jest obecnie najdynamiczniej rozwijającą się miejscowością w regionie. Stan faktyczny bazy noclegowej przedstawiono w tabeli 1.

Podczas opracowywania danych dotyczących bazy noclegowej pod uwagę brane były zarówno zasoby bazy zakwaterowania zbiorowego, jak i baza prywatna, obejmująca jedynie kwatery prywatne i pokoje gościnne z wyłączeniem

Tabela 1. Struktura bazy noclegowej Karpacza – obiekty zakwaterowania zbiorowego (klasyfikacja wg GUS) i prywatna baza noclegowa (stan na marzec 2010 r.)

Rodzaj obiektów	Liczba obiektów ogółem	Liczba obiektów całorocznych	Liczba miejsc noclegowych ogółem	Liczba miejsc noclegowych całorocznych
Ogółem	362	338	10757	10291
Obiekty zakwaterowania zbiorowego ogółem	279	272	9875	9567
Hotele ****	1	1	83	83
Hotele ***	12	12	957	957
Hotele **	4	4	201	201
Pensjonaty ***	5	5	206	206
Pensjonaty **	9	9	307	307
Pensjonaty *	5	5	109	109
Obiekty w trakcie kategoryzacji	3	3	617	617
Inne hotelowe	74	72	2152	2039
Schroniska	3	3	264	264
Szkolne schroniska młodzieżowe	1	1	50	50
Domy wypoczynkowe	16	16	1201	1180
Ośrodki wczasowe	6	6	360	355
Ośrodki wypoczynkowe	12	12	503	503
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	10	10	396	396
Ośrodki kolonijne	3	3	308	213
Zakłady uzdrowiskowe	1	1	54	54
Pola biwakowe	1	0	30	0
Pozostałe niesklasyfikowane	113	109	2077	2033
Prywatna baza noclegowa	83	66	882	724
Kwatery prywatne	83	66	882	724

źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ewidencji Obiektów Noclegowych Burmistrza Karpacza (Uczestnictwo Polaków... 2007)

kwatery agroturystycznych, gdyż nie odnotowano ich na terenie Karpacza. Wszystkie obiekty, które zostały uwzględnione, są zewidencjonowane. Z danych w tabeli 1 wynika, że na koniec marca 2010 r. na terenie Karpacza funkcjonowały 362 obiekty świadczące usługi noclegowe, z czego 77%, tj. 279, stanowiły obiekty zakwaterowania zbiorowego, a 23% (83) – obiekty prywatne. Liczba miejsc noclegowych całej bazy noclegowej wynosiła aż 10 757, co stanowiło dwukrotność stałej liczby mieszkańców. W celu ukazania wielkości tego zjawiska można przytoczyć dane GUS z 2008 r., według których całe województwo dolnośląskie liczyło 736 obiektów zbiorowego zakwaterowania z łączną liczbą miejsc nocle-

gowych w tych obiektach wynoszącą 48 526 (Turystyka... 2009, s. 73–75). Na terenie tylko Karpacza w roku 2010 funkcjonowało natomiast aż 279 wymienionych obiektów z 9875 miejscami noclegowymi. Dynamiczny rozwój bazy noclegowej jest tu zatem niezaprzeczalny. Najwięcej obiektów sezonowych pochodzi z prywatnej bazy noclegowej – 17 na 24 obiekty, co jest dowodem na to, że mieszkańcy, nie zajmując się na co dzień wynajmem pokoi, w sezonie w ten sposób sobie „dorabiają”.

Baza gastronomiczna na terenie Karpacza w roku 2010 również była bardzo dobrze rozwinięta, większość obiektów gastronomicznych to obiekty typu środowiskowego związane z bazą noclegową. Bazę ogólnodostępną (tab. 2) tworzyły 94 obiekty gastronomiczne, z czego aż 72% stanowiły zakłady typu żywieniowego wydające gorące posiłki o różnych porach dnia. Zakłady gastronomiczne typu uzupełniającego stanowiły 20% całej bazy. Punkty gastronomiczne, których cechą jest sezonowość, zajmowały tylko 8%, z tego wniossek, że prawie cała baza gastronomiczna Karpacza funkcjonowała przez cały rok.

Trzeci element zagospodarowania turystycznego to baza towarzysząca w postaci urządzeń turystycznych i paraturystycznych. Dane na temat urządzeń turystycznych zlokalizowanych na terenie Karpacza zamieszczono w tabeli 3.

Karpacz w 2010 r. miał bogatą ofertę urządzeń turystycznych, zwłaszcza związanych z uprawianiem sportów zimowych, co czyni miejscowość prawdziwym górskim ośrodkiem turystycznym. W samym mieście zlokalizowanych było aż 21 stoków narciarskich o różnym stopniu trudności, niejednokrotnie bardzo dobrze wyposażonych w sprzęt pozwalający na odpowiednie przygotowanie, m.in. sztuczne naśnieżanie. Bardziej zaawansowani narciarze mogą korzystać z Kompleksu Narciarskiego Śnieżka. Obecność tras biegowych, lodowisk, w tym jednego całorocznego, rynny snowboardowej, toru bobslejowego i skoczni narciarskiej świadczy o tym, że każdy może tu znaleźć coś dla siebie. W Karpaczu znajdują się także takie urządzenia, jak kryte baseny, sale sportowe, rynna saneczkowa i całoroczny tor bobslejowy. Od czerwca 2009 r. działa też Aquapark

Tabela 2. Struktura bazy gastronomicznej – ogólnodostępnej Karpacza
(stan na marzec 2010 r.)

Rodzaj obiektów	Liczba
Ogółem	94
Zakłady gastronomiczne typu żywieniowego	67
Restauracje	35
Bary	27
Pizzerie	5
Zakłady gastronomiczne typu uzupełniającego	19
Kawiarnie, cukiernie	5
Puby	14
Punkty gastronomiczne	8

źródło: opracowanie własne na podstawie danych udostępnionych przez Referat Promocji Miasta Karpacz [maszynopis]

Tabela 3. Baza towarzysząca – urządzenia turystyczne Karpacza
(stan na marzec 2010 r.)

Rodzaj urządzeń turystycznych	Liczba	Wymiary	Uwagi
Baseny kryte	10	–	2 ogólnodostępne, pozostałe tylko dla gości hotelowych
Aquaparki	1	–	–
Parki linowe, parki rozrywki	4	–	–
Wyciągi narciarskie	28	10,7 km	2 krzesełkowe, 25 orczykowych (9 dwuosobowych, 16 jednoosobowych), jeden taśmowy
Trasy biegowe	2	15,5 km	Karpacz Górny, Równia pod Śnieżką
Lodowiska	3	–	jedno całoroczne
Rynna snowboardowa	1	100 × 18 m	–
Skocznia narciarska	1	–	K-85
Ścieżka saneczkowo-bobslejowa	1	–	tylko do treningów sportowych
Tor bobslejowy	1	800 m	zjeżdżalnia całoroczna
Tor śniegowy	1	–	snowtubing
Wypożyczalnia sprzętu narciarskiego	24	–	–
Szkoły narciarskie	16	–	–
Wypożyczalnia rowerów	4	–	–
Boiska sportowe	2	–	jedno widowiskowo-sportowe
Korty tenisowe	5	–	–
Kręgielnie	1	–	–
Sale sportowe, siłownie, kluby fitness	17	–	4 ogólnodostępne
Gabinety odnowy biologicznej	13	–	–
Obsługa ruchu turystycznego (biura podróży)	8	–	–
Przewozy turystyczne	4	–	w tym 2 „ciuchcie” – kolejki drogowe
Ścieżki dydaktyczne	4	42,1 km	–
Szlaki turystyczne	–	100 km	–

źródło: opracowanie własne na podstawie danych udostępnionych przez Referat Promocji Miasta Karpacz [maszynopis]

i kręgielnia zlokalizowane w Ośrodku Sandra SPA, które są ogólnodostępne w przypadku niepełnego obłożenia miejsc noclegowych w obiekcie. Niestety, najmniej urządzeń turystycznych przeznaczonych jest dla najmłodszych. Poza rynną saneczkową, torem śniegowym i Aquaparkiem (nie zawsze dostępnym) mało jest atrakcji dla dzieci, np. nie ma ogólnodostępnego placu zabaw. Jest to jednak jeden z nielicznych mankamentów wyposażenia w urządzenia turystyczne.

W Karpaczu istnieje zatem możliwość uprawiania turystyki pieszej, rowerowej, wspinaczki górskiej, snowboardingu, narciarstwa biegowego, zjazdowego i skiturowego, łyżwiarstwa, saneczkarstwa, nordic walking, gry w tenisa, piłkę nożną, siatkową, a także pływania. Miasto ma bogato rozwiniętą sieć szlaków turystycznych, krajoznawczych, pieszych i rowerowych. Wśród najbardziej atrakcyjnych i znanych należy wymienić: międzynarodowy szlak rowerowy Euro Velo 9, zwany Szlakiem Bursztynowym, Główny Szlak Sudecki im. Mieczysława Orłowicza, Szlak im. Bolesława Czecha czy szlak turystyczny Doliny Pałaców i Ogrodów.

Infrastruktura Karpacza w zakresie urządzeń paraturystycznych (tab. 4) przedstawiała się, niestety, gorzej niż w przypadku urządzeń typowo turystycznych.

Do mankamentów z pewnością można było zaliczyć w 2010 r. brak całodobowej apteki i całodobowej stacji benzynowej. Lepiej przedstawiała się sytuacja z dostępem do Internetu, mimo że tylko trzy miejsca były ogólnodostępne, to niemal każdy obiekt noclegowy już nim dysponował. Następną słabą stroną infrastruktury Karpacza okazał się brak dyskoteki. Jak wiadomo, jednym z motywów, jakimi kieruje się turysta, jest motyw rozrywkowy, a więc chęć zabawy. Oczywiście funkcję rozrywkową turystyki spełniało wiele obiektów, jednak było to sporadyczne, głównie w czasie sezonów.

Ostatnim ocenianym elementem infrastruktury turystycznej była baza komunikacyjna (tab. 5). To ona stanowiła w 2010 r. najsłabsze ogniwo całego zagospodarowania turystycznego Karpacza.

Sieć dróg i ulic publicznych, zarówno gminnych, jak i powiatowych, mierzyła według stanu na 2010 r. niecałe 56 km (Plan Odnowy... 2008). Od tamtego czasu sytuacja nie uległa znacznej poprawie. Główny ciąg komunikacyjny nadal przebiega przez centrum miasta, tj. ulice Wielkopolską, Konstytucji 3 Maja i Karkonoską, które jest całkowicie zagospodarowane. Dlatego też w okresach wzmożonej ruchliwości na drogach, np. w sezonie, występują znaczne zakorkowania tychże ulic powodujące utrudnienia komunikacyjne, zarówno dla mieszkańców miejscowości (m.in. dostawców), jak i dla samych turystów. Kolejna fala utrudnień komunikacyjnych związana była z realizacją rozpoczętej w 2007 r. budowy Hotelu Gołębiwski. Sama jakość nawierzchni dróg również pozostawia wiele do życzenia, co jest szczególnie widoczne po zakończeniu sezonów, zwłaszcza zimowych. Innym problemem dotyczącym bazy komunikacyjnej jest znaczne zredukowanie połączeń autobusowych, głównie przez tzw. obwodnicę do Jeleniej Góry: pokonanie odległości 18 km zajmuje średnio 30 minut.

Ostatnią składową generującą atrakcyjność turystyczną danego miejsca jest dostępność komunikacyjna. Karpacz pod tym względem przedstawia się pozytywnie, ponieważ miejscowość znajduje się tylko 18 km od Jeleniej Góry,

Tabela 4. Baza towarzysząca – urządzenia paraturystyczne Karpacza
(stan na marzec 2010 r.)

Rodzaj urządzenia paraturystycznego	Liczba	Uwagi
Sklepy sportowe, turystyczne	4	–
Sklepy pamiątkarskie	ok. 12	stałe, sezonowe do 60
Sklepy spożywcze	ok. 25	–
Usługi fotograficzne	3	–
Salony fryzjerskie	8	–
Punkty pocztowe	1	–
Punkty z dostępem do Internetu	3	ogólnodostępne
Bankomaty	3	–
Kantory wymiany walut	5	–
Przychodnie i poradnie	11	2 przychodnie i 9 poradni
Apteki	3	nie ma całodobowej
Biblioteki	1	–
Galerie	3	–
Muzea	2	Muzeum Zabawek, Sportu i Turystyki
Obiekty sakralne	3	–
Obiekty rozrywkowe	11	4 tzw. dancingi, 5 obiektów z muzyką na żywo (sezonowo), 2 okazjonalnie
Górskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe	1	–
Stowarzyszenia i organizacje	7	w tym: Karkonoska Organizacja Turystyczna Śnieżka, Towarzystwo Miłośników Karpacza, Korkontoi
Kluby sportowe	3	–
Postoje taxi	3	–
Parkingi strzeżone	5	–
Stacje benzynowe	1	czynne do 22.00

źródło: opracowanie własne na podstawie danych udostępnionych przez Referat Promocji Miasta Karpacz [maszynopis]

Tabela 5. Sieć dróg miejscowości Karpacz (stan na 2010 r.)

Rodzaj drogi	Długość ogółem w km	W tym utwardzone w km
Drogi krajowe	–	–
Drogi wojewódzkie	–	–
Drogi powiatowe	7,56	7,56
Drogi gminne	48,41	37,80

źródło: Referat Inwestycji i Gospodarki Komunalnej w Karpaczu, za: Plan Odnowy Miejscowości Karpacz na lata 2008–2015, Karpacz 2008, Bank Danych Lokalnych, na: http://stat.gov.pl/bdl/app/dane_podgrup.dims?p_id=832375&cp_token=0.45337166601464407 [data dostępu: 1.10.2014]

dużego węzła komunikacyjnego, gdzie przebiega droga krajowa nr 3 (DK3) o długości 499 km, łącząca województwa zachodniopomorskie, lubuskie i dolnośląskie.

KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI W KARPACZU

Do stwierdzenia, że turystyka w Karpaczu ciągle dynamicznie się rozwija nie trzeba chyba nikogo przekonywać. Potwierdzeniem tego są bardzo wysokie wartości wskaźników rozwoju turystyki w miejscowości, obrazujące funkcję turystyczną Karpacza, intensywność i gęstość ruchu turystycznego, a także gęstość i rozwój bazy noclegowej. Na podstawie danych Instytutu Turystyki z 2006 r. (Uczestnitwo Polaków... 2007) obliczono wskaźniki rozwoju turystyki (tab. 6). Pod uwagę wzięto dane z 2006 r., ponieważ są one kompletne (informacje przedstawione wcześniej nie uwzględniają liczby osób korzystających z noclegów i liczby udzielonych noclegów, potrzebnych do obliczenia wskaźników), jak również dlatego, że pochodzą z marca 2010 r.

Według danych Urzędu Statystycznego we Wrocławiu (Turystyka w województwie... 2008) średnia wartość wskaźnika funkcji turystycznej obszaru według Baretje'a dla województwa dolnośląskiego wynosiła w 2006 r. 1,6, natomiast dla Karpacza – 134,23, a więc była 130 razy wyższa. Kolejny wskaźnik – intensywności ruchu według Charvata – dla województwa wynosił 183,1, dla Karpacza – 11524,8. Wskaźnik intensywności według Schneidera dla Karpacza był o około 50 razy wyższy (3336,8) niż dla całego województwa (średnia wynosiła 70,3). Podobną sytuację odnotowano, rozpatrując dane wskaźników gęstości ruchu i gęstości bazy noclegowej, które dla województwa i Karpacza przyjęły wartości odpowiednio 101,4 i 2,4. Wartość tylko jednego wskaźnika – rozwoju bazy noclegowej – w przypadku Karpacza była niższa (24,85) od średniej dla województwa (43,0). Należy jednak pamiętać, że dane potrzebne do obliczenia wskaźników dotyczą roku 2006, a wtedy nie było jeszcze Kompleksu Sandra i kilku innych obiektów noclegowych, dlatego też obecna sytuacja z pewnością się różni.

Potwierdzeniem progresywności turystyki w Karpaczu jest również mnogość inwestycji realizowanych bądź w ostatnim czasie już zrealizowanych, na terenie miejscowości. Współczesne kierunki rozwoju turystyki są związane ze

Tabela 6. Wskaźniki rozwoju turystyki w Karpaczu (stan na 2006 r.)

Wskaźnik	Wartość wskaźnik rozwoju turystyki w Karpaczu
Funkcji turystycznej obszaru wg Baretje'a	134,23
Intensywności ruchu turystycznego wg Charvata	11524,8
Intensywności ruchu turystycznego wg Schneidera	3336,8
Gęstości ruchu turystycznego	4395,2
Gęstości bazy noclegowej	176,8
Rozwoju bazy noclegowej	24,85

źródło: opracowanie własne na podstawie: Baza danych Gmina 2006 rok, Instytut Turystyki, <http://www.intur.com.pl/bazy/gmina/gmina.php?g=karpacz&cz=3> [data dostępu: 7.032010]

społeczeństwem nowoczesnym, gdyż to właśnie społeczeństwo poprzez popyt turystyczny poniekąd kształtuje podaż turystyczną oferowaną w danej miejscowości. Czy zawsze owa ewolucja odbywa się we właściwych kierunkach?

Obecnie można wskazać cztery zasadnicze kierunki turystyki w Karpaczu. Pierwszy dotyczy rozwoju turystyki biznesowej i kongresowej i to właśnie on w następstwie generuje kolejne dwa kierunki, które zmierzają w stronę utracenia charakteru sezonowego turystyki na terenie Karpacza, jak również zmiany infrastruktury transportowej dotyczącej głównie rozwoju zaplecza technicznego dla transportu samochodowego, tj. budowy miejsc parkingowych, a niestety nie samych dróg. Czwarty kierunek odnosi się do budowania wizerunku miejscowości jako atrakcyjnej turystycznie za pomocą kreowania nowych atrakcji turystycznych, jednak często sztucznych i nieprawdziwych, co w konsekwencji oznacza utratę tożsamości kulturowej miejsca i postrzeganie miejscowości w sposób fałszywy.

Dążenia w kierunku rozwoju turystyki biznesowej i kongresowej widoczne są w zmianach zagospodarowania przestrzennego Karpacza, które dotyczą inwestycji zrealizowanych na terenie miejscowości. Główną inwestycją zakończoną w 2010 r., była budowa Centrum Kongresowego Gołębiowski. Obiekt zlokalizowany jest w Karpaczu Górnym w rejonie ulic: Karkonoskiej, Kąpielowej i Szkolnej na powierzchni 11 ha. Obiekt ma pięć kondygnacji nadziemnych i trzy poziomy podziemne, podpiwniczenie zagospodarowane na dyskotekę, zaplecze gastronomiczne i magazynowe, kręgielnię, bilard, lodowisko, salę gimnastyczną i maszynownię, na niższych poziomach parking dla 630 samochodów, na wyższych kondygnacjach kilkanaście sal konferencyjnych i sala kongresowa na 2000 miejsc, 886 pokoje hotelowe, co daje w sumie 2000 miejsc noclegowych (Karkonoskie Centrum... 2005).

Jak powszechnie wiadomo, jedną z cech turystyki biznesowej jest jej niesezonowy charakter. Już teraz na podstawie analizy zagospodarowania turystycznego Karpacza, z której jasno wynika, że większość obiektów i urządzeń funkcjonuje w ciągu całego roku, można stwierdzić, iż turystyka w miejscowości dalece odbiega od sezonowości.

W *Koncepcji Subregionalnego Produktu Turystycznego Karkonosze i Góry Izerskie* opracowanej przez Karkonoską Agencję Rozwoju Regionalnego (KARR) można znaleźć także informacje o innych inwestycjach planowanych na terenie Karpacza (Koncepcja... 2008). Na 38 inwestycji (nie licząc Hotelu Gołębiowski i Kompleksu Sandra SPA już zakończonej) dotyczących modernizacji, przebudowy lub budowy nowych obiektów, aż w 22 przewidziano powstanie lub rozbudowę istniejących już parkingów (Koncepcja... 2008). Reasumując, gdyby wszystkie te inwestycje zostały zrealizowane, to według koncepcji KARR ma powstać około 4000 miejsc parkingowych dla samochodów osobowych i 77 miejsc dla autokarów.

Jedną z udanych, zakończonych już inwestycji, jest budowa hali widowiskowo-sportowej (otwartej na początku marca 2010 r.). Hala może pomieścić 200 widzów i jest wyposażona w boiska wielofunkcyjne o łącznej powierzchni 1200 m² przeznaczone do gry w piłkę ręczną, koszykówkę i siatkówkę. To pierwszy tak nowo-

czesny obiekt w mieście, z pewnością bardzo potrzebny, chociażby ze względu na obecność Szkoły Mistrzostwa Sportowego.

Kolejną dużą inwestycją jest Ośrodek Sandra SPA otwarty w czerwcu 2009 r. Jego wyposażenie to 260 pokoi oferujących 550 miejsc noclegowych, Aquapark z 6 basenami i zjeżdżalnią, kręgielnia, odnowa biologiczna w szerokim rozumieniu tego słowa, urządzenia rekreacyjne i turystyczne oraz trzy sale konferencyjne mogące pomieścić łącznie 200 osób. Jest to kolejne potwierdzenie rozwoju turystyki kongresowej w Karpaczu.

Wyraźną tendencją we współczesnej turystyce Karpacza jest tworzenie nowych atrakcji, co jest oczywiście pozytywne, ale też kreowanie atrakcji sztucznych. Nowe atrakcje, jakie powstały na przestrzeni dwóch lat, dotyczą rozwoju urządzeń rekreacyjnych i atrakcji, takich jak: 3 lodowiska, w tym jedno całoroczne, Aquapark, hala sportowo-widowiskowa, tor śniegowy przy ulicy Myśliwskiej, gdzie można pojeździć zimą na sankach i dętkach (co stanowi jedną z nielicznych atrakcji dla dzieci), centrum skitourów i możliwość organizowania wędrowek na rakietach śnieżnych, kilka parków linowych i rozrywki, w których zwolennicy sportów ekstremalnych z pewnością znajdą coś dla siebie (bungee, quady, tory wysokościowe itp.) oraz miejsca do uprawiania nordic walkingu. Jest też jednak wiele negatywnych zjawisk tworzenia tzw. atrakcji sztucznych, zniekształcających obraz i tożsamość kulturową Karpacza. W potocznym rozumieniu zjawiska te można nazwać „kompleksem Zakopanego”. Niektórzy przedsiębiorcy próbują promować, a dosadniej „sprzedawać” Karpacz jako podróbkę Zakopanego. Przechadzając się główną ulicą Konstytucji 3 Maja, a więc ścisłym centrum, trudno nie znaleźć miejsca bez straganu z ciupagami, oscypkami, pluszowymi owieczkami itd. W czasie ostatnich dwóch lat w samym centrum powstały dwie Zagrody Góralskie, w których można skosztować np. góralskiej kwaśnicy.

Pewne działania przedsiębiorców Karpacza można uznać za szkodliwe dla wizerunku całej miejscowości, dlatego Dolnośląska Organizacja Turystyczna zakwestionowała kreowanie takiego nieprawdziwego wizerunku regionu i postanowiła skorzystać z unijnych pieniędzy (projekt o wartości 600 tys. zł) i wyszkolić wytwórców i sprzedawców pamiątek, których zadaniem będzie tworzenie pamiątek lokalnych, odwołujących się do tradycji regionu. W „Gazecie Wrocławskiej” można przeczytać wypowiedź wicedyrektora DOT-u: „Mamy nadzieję, że powstaną oryginalne rzeczy, które zastąpią kiczowate zakopiańskie ciupagi, jakie można kupić w karkonoskich kurortach – Ireneusz Cierpisz” (Wilk 2009). „Gazeta Wyborcza” zamieściła bardzo interesującą wypowiedź Klausa Bachmanna, profesora Uniwersytetu Wrocławskiego i Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej): „Tam, gdzie przeważali niemieccy turyści, królował niemiecki kicz, tam, gdzie przeważali polscy turyści, dominowała zakopiańszczyzna. W Karpaczu odniosła ona totalne zwycięstwo: tam nawet niemieccy turyści ciągną do drewnianych chat, aby się delektować oscypkiem po hawajsku, kiełbasą po góralsku albo «deską górala». Tej góralskiej nawale miejscami nieśmiało przeciwstawiają się jeszcze ośrodki o włoskich, francuskich, a nawet niemieckich nazwach, ale ich dni są policzone. Za parę lat i one będą się nazywać Chata Góralska, Giewont albo może nawet Duch Kasprowego i oferować gościom «Cha-

teaubriand po góralsku» i «Talerz Krupówki». Może niektóre hotele nawet będą oferować wellness i «masaż góralski», w ramach którego turyści będą się tarzać w roztopionym oscypku. Wtedy Karpacz trzeba będzie eksterytorialnie przyłączyć do województwa małopolskiego, a turyści z Zakopanego, którzy boją się stratowania na Krupówkach, będą mogli się przenieść do Karpacza. Jeszcze kilka lat i Karpacz będzie bardziej góralski niż Zakopane» (Bachmann 2010).

Z powyższych wypowiedzi jasno wynika, że pojawienie się tzw. kompleksu Zakopanego na terenie Karpacza nie jest już tylko problemem lokalnym, ale również regionalnym, wpływa bowiem na sposób postrzegania całego regionu Dolnego Śląska, jak również, wychodząc poza granice Polski za pośrednictwem turystów obcokrajowców – na postrzeganie kraju. Są oczywiście sposoby na przeciwdziałanie szzerzenia się takiego wizerunku, co widać na przykładzie działań DOT-u. W odpowiedzi został niedawno zaprojektowany strój regionalny, którego twórcą jest artysta z Karpacza Janusz Motylski. Odbiorcą projektu mają być pracownicy branży turystycznej Karkonoszy (Kosiorowski 2010). Oczywiście znaleźli się zarówno zwolennicy projektu, jak i jego przeciwnicy, co nie zmienia tego, że jest to pomysł oryginalny. Takie inicjatywy powinny być wspierane i akceptowane, ponieważ po pierwsze, aktywizują lokalną społeczność, a po drugie, pomagają w budowaniu nowego, odrębnego wizerunku. Jednak można odnieść wrażenie, że lokalne władze nie dostrzegają jeszcze pewnych problemów i niedostatecznie wspierają tutejszych przedsiębiorców. Przykładem może być tu projekt „Drezyny Ręczne” autorstwa Rafała Gerstena, który własnym nakładem pieniężnym starał się wyremontować obiekt starego i niszczonego Dworca PKP, w zamian za stworzenie nowej atrakcji Karpacza „Przejażdżki drezynami ręcznymi”. Projekt został zrealizowany na wstępnym etapie, tj. posprzątano i odmalowano dworzec (drezyny były atrakcją przez kilka miesięcy), jednak ostatecznie został odrzucony i dworzec stoi pusty. Jak czytamy w *Koncepcji Subregionalnego Produktu Turystycznego Karkonosze i Góry Izerskie* w planie inwestycyjnym, dworzec PKP ma być zaadaptowany na Karpaczańskie Centrum Kultury, do którego zostanie przeniesione m.in. Muzeum Zabawek (Koncepcja... 2008).

Jak widać, turystyka Karpacza rozwija się głównie w kierunku inwestycji. W planach znajdują się także: budowa deptaka w centrum miasta, a więc wyłączenie głównej ulicy Konstytucji 3 Maja z ciągu transportowego i wybudowanie nowej obwodnicy, budowa kolejnych dużych hoteli, np. na Osiedlu Skalne ma powstać apartamentowiec na obszarze 5 ha, modernizacja kompleksu narciarskiego czy rewitalizacja terenów zielonych w parkach (głównie postawienie ławek i budowa parkingów) itd. (Koncepcja... 2008). Konsekwencje takich działań mogą być jednak bardzo poważne.

TURYSTYKA W KARPACZU WEDŁUG OPINII TURYSTÓW

W badaniu, w którym posłużono się techniką ankietową, wzięło udział 88 osób, z czego 55%, tj. 48 osób stanowiły kobiety. Zdecydowana większość respondentów (aż 71%) mieściła się w przedziale wiekowym od 26 do 45 lat. Najwięcej

respondentów (32 osoby) znalazło się w grupie wiekowej od 26 do 35 lat, niewiele mniej (31 osób) liczyło 36–45 lat. Tylko 2 osoby były w wieku powyżej 56 lat.

Podczas analizy miejsce zamieszkania respondentów według województw okazało się, że 40% respondentów (35 osób) pochodziło z województwa dolnośląskiego, czyli z tej samej jednostki terytorialnej, w której znajduje się Karpacz. Drugie miejsce pod tym względem zajmowało sąsiednie województwo wielkopolskie (19 osób, czyli 22%). Wśród badanych nie było osób z województwa opolskiego, świętokrzyskiego, podkarpackiego i małopolskiego. Większość badanych to mieszkańcy dużych aglomeracji.

Następnym kryterium brany pod uwagę podczas próby scharakteryzowania badanej grupy respondentów było ich wykształcenie. Wśród ankietowanych 41 osób (47%) legitymowało się wykształceniem wyższym, a 37 osób (42%) – wykształceniem średnim.

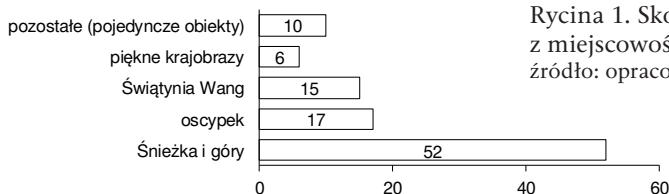
W przeprowadzonym badaniu większość respondentów zadeklarowała swój dochód miesięczny oscylujący w granicach powyżej 1000 zł do 2000 zł i stanowili oni 35% wszystkich badanych. Następną grupą byli respondenci zarabiający miesięcznie powyżej 3000 zł (27% osób) oraz zarabiający powyżej 2000 zł do 3000 zł (26%). Tylko 12% (10 osób) określiło swój dochód na kwotę do 1000 zł.

W przypadku liczby członków w rodzinie dominował model rodziny 2+1. Taki stan zadeklarowało aż 59% ankietowanych (52 osoby). 30 osób (34%) wskazało, że liczba członków ich rodziny nie przekraczała dwóch osób (rodziny bezdzietne). Tylko 2 osoby zadeklarowały, że liczba członków w rodzinie wynosiła 7 osób lub więcej.

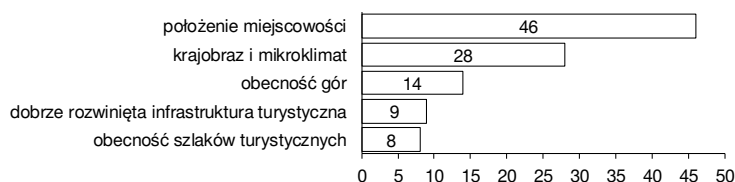
Odpowiedzi na pytania w drugiej części ankiety miały posłużyć do poznania opinii turystów na temat współczesnej turystyki w Karpaczu. W tej części znalazło się 8 pytań, w których poproszono respondentów o wyrażenie swojego zdania.

Pierwsze pytanie miało na celu sprawdzenie, z czym kojarzy się respondentom Karpacz (ryc. 1). 52% skojarzyło miejscowość z górami i Śnieżką (nazwa Karkonosze nie padła). Na drugim miejscu wśród najczęstszych odpowiedzi znalazł się oscypek (17%) będący markowym produktem turystycznym Podhala i Tatr, a nie Karkonoszy i Karpacza. Dlaczego respondenci mieli takie skojarzenie? Nietrudno się domyśleć, widząc kilka, a w sezonie kilkadziesiąt stoisk z oscypkami, zlokalizowanych w centrum Karpacza. Na kolejnym miejscu (15% wskazań) znalazła się Świątynia Wang.

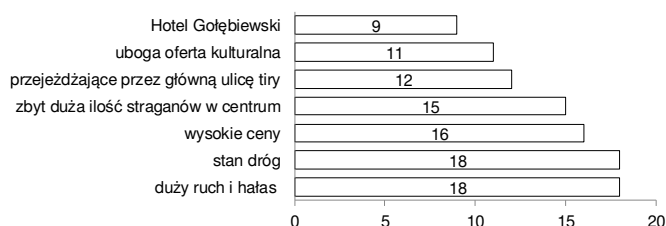
Kolejne pytanie dotyczyło czynników, które zdaniem respondentów wpływają na postrzeganie Karpacza jako miejsca atrakcyjnego turystycznie (ryc. 2). Najczęściej podawano takie czynniki, jak położenie miejscowości (46%), wspaniałe krajobrazy i korzystny mikroklimat (28%) oraz obecność gór (14%). Wśród



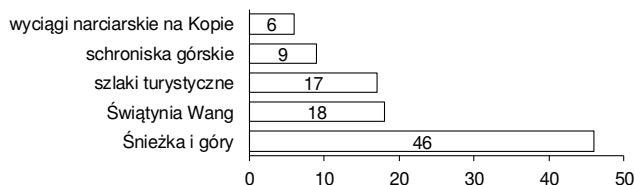
Rycina 1. Skojarzenia respondentów z miejscowością Karpacz [%]
źródło: opracowanie własne



Rycina 2. Czynniki, które według respondentów wpływają na atrakcyjność turystyczną Karpacza [%]
źródło: opracowanie własne



Rycina 3. Czynniki, które zdaniem respondentów wpływają na obniżenie atrakcyjności turystycznej Karpacza [%]
źródło: opracowanie własne



Rycina 4. Miejsca, obiekty w Karpaczu, które zdaniem respondentów są godne polecenia [%]
źródło: opracowanie własne

pozostałych czynników znalazły się także dobrze rozwinięta infrastruktura turystyczna (9%) i obecność szlaków turystycznych (8%).

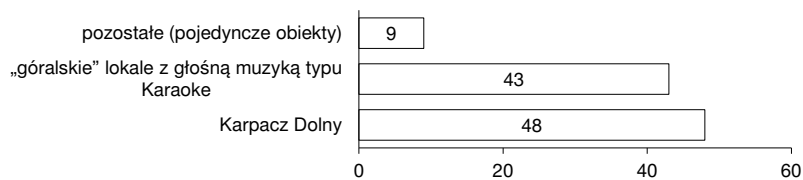
Na pytanie o czynniki, które obniżają atrakcyjność Karpacza, najczęściej odpowiedzi dotyczyło dużego ruchu komunikacyjnego i pojawiającego się w związku z tym hałasu (ryc. 3). Tak odpowiedziało 17 (18%) osób. Tyle samo ankietowanych wskazywało na zły stan dróg. Kolejnymi czynnikami, które według respondentów obniżają atrakcyjność miejscowości, były wysokie ceny (16%) i nieład architektoniczny, wywołany zbyt dużą liczbą straganów, ulokowanych przy głównej ulicy w centrum miasta (15%). Następne dwa czynniki pojawiające się w odpowiedziach dotyczą budowy Hotelu Gołębiowski w Karpaczu Górnym: atrakcyjność miasta obniżają, zdaniem ankietowanych, przejeżdżające przez miasto tiry (12% respondentów) i sama budowa hotelu (9%).

Jakie miejsca i obiekty w Karpaczu poleciliby ankietowani? Odpowiedzi na to pytanie (rys. 4) nie nawiązywały do pytania związanego z czynnikami wpływającymi na atrakcyjność miejscowości. Otóż 46% respondentów proponowało Śnieżkę i góry, 18% Świątynię Wang, a 17% szlaki turystyczne.

Antagonistycznie następne pytanie dotyczyło miejsc i obiektów w Karpaczu, które zdaniem respondentów nie są godne ich polecenia (ryc. 5). Tutaj sytuacja przedstawiała się bardzo interesująco, zarówno pod względem zgodności, jak i treści. Ankietowani nie polecali Karpacza Dolnego (48%), przypuszczalnie z powodu mniejszej koncentracji w tym miejscu atrakcji, chociaż obecnie zaczyna się to diametralnie zmieniać, oraz „góralskich” lokali gastronomicznych w centrum Karpacza (43%). Pozostałe odpowiedzi, tj. 9%, dotyczyły pojedynczych obiektów, głównie noclegowych.

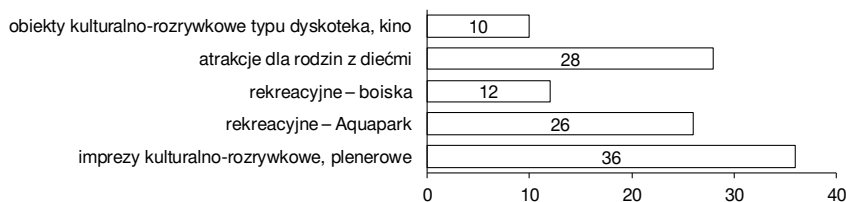
W tej części ankiety respondentów zapytano również o usługi turystyczne, jakich ich zdaniem brakuje w Karpaczu (ryc. 6). Najczęściej badani podawali, że imprez kulturalno-rozrywkowych (36%) oraz usług stanowiących atrakcje dla rodzin z dziećmi (28%). Kolejne odpowiedzi dotyczyły usług rekreacyjnych, a konkretnie urządzeń turystycznych: 26% respondentów wskazało na Aquapark, a 12% na boiska sportowe.

W następnym pytaniu badanych poproszono o dokonanie oceny infrastruktury turystycznej (tab. 7), tj. bazy noclegowej, bazy gastronomicznej, bazy towa-



Rycina 5. Miejsca, obiekty w Karpaczu, które zdaniem respondentów nie są godne polecenia [%]

źródło: opracowanie własne



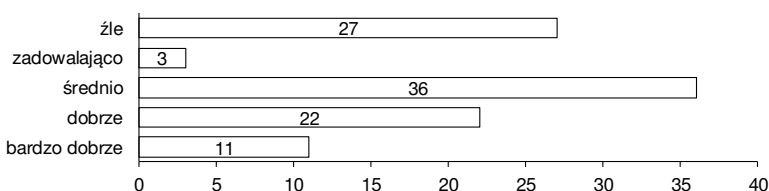
Rycina 6. Usługi turystyczne, których zdaniem respondentów brakuje w Karpaczu [%]

źródło: opracowanie własne

Tabela 7. Infrastruktura turystyczna Karpacza w ocenie respondentów

Baza turystyczna lub usługi	Ocena respondentów [%]				
	bardzo dobrze	dobrze	średnio	zadowolająco	źle
Baza noclegowa	64	35	1	–	–
Baza gastronomiczna	60	36	4	–	–
Dostępność komunikacyjna	17	47	20	5	11
Baza towarzysząca	21	46	19	14	–

źródło: opracowanie własne



Rycina 7. Poziom oferty kulturalnej Karpacza w ocenie respondentów [%]
źródło: opracowanie własne

rzyszającej i dostępności komunikacyjnej. Oceny te wypadły bardzo pozytywnie: 64% ankietowanych bardzo dobrze oceniało bazę noclegową, 60% bardzo dobrze oceniało bazę gastronomiczną, 46% dobrze – bazę towarzyszącą i 47% dobrze – dostępność komunikacyjną. Jedyne negatywne oceny dotyczyły dostępności komunikacyjnej – 11% respondentów oceniło źle.

Bardzo negatywnie respondenci ocenili poziom oferty kulturalnej Karpacza, tj. imprezy kulturalno-rozrywkowe, sportowe, rekreacyjne itp. (ryc. 7): 36% ankietowanych oceniło ową ofertę na poziomie średnim, a 27% bardzo źle. To potwierdza wcześniej uzyskane wyniki badania.

Reasumując powyższe wyniki, można stwierdzić, że współczesna turystyka Karpacza oczami respondentów widziana jest pozytywnie – jako nowoczesna i dobrze rozwinięta. Jednakże coraz częściej pojawiają się słowa krytyki, stanowiące pierwsze sygnały o negatywnych skutkach rozwoju turystyki, które wpływają na obniżenie jakości pobytu w miejscowości.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Współczesną turystykę w Karpaczu cechuje stały i bardzo dynamiczny rozwój. Progresywnie podąża ona w stronę nowoczesności, aby zaspokoić potrzeby turystów, zarówno już istniejące, jak i nowe, także te wygenerowane w sposób sztuczny.

Rozwój turystyki na terenie miejscowości zmierza w kilku kierunkach. Pierwszy dotyczy ilościowego rozwoju bazy noclegowej, a więc zwiększenia liczby miejsc noclegowych, czego potwierdzeniem jest powstawanie coraz to nowych i większych obiektów noclegowych. Progres ten ma spowodować, że Karpacz będzie mógł przyjąć więcej turystów. Przyglądając się aktualnym wskaźnikom rozwoju turystyki, można jednak zauważyć, że Karpacz zbliża się obecnie do przekroczenia swojej chłonności i pojemności turystycznej, co jest tym samym potwierdzeniem umasowienia turystyki Karpacza. Zwiększenie liczby miejsc noclegowych nie spowoduje przecież zwiększenia powierzchni i objętości terenu, na którym zlokalizowana jest miejscowość.

Dotychczas ogromne rzesze ludzi odwiedzały Karpacz przede wszystkim w sezonach turystycznych, jednak dziś sytuacja ta zaczyna się zmieniać. W takim też kierunku – utraty sezonowości – zmierza współczesna turystyka Karpacza. Potwierdzeniem tego jest zwiększająca się liczba obiektów wyposażonych w coraz bardziej nowoczesne i pojemniejsze sale konferencyjne. W Karpaczu Górnym

powstało Centrum Kongresowe Gołębiowski, w którym największa sala mieści 2000 osób. Zatem na terenie miejscowości powstają nowe formy turystyki – turystyka kongresowa charakteryzująca się dużymi zgrupowaniami ludzi (masowość). Rozwój tej nowoczesnej formy aktywności turystycznej jest jednak nieunikniony, ponieważ jest on konsekwencją rozwoju społeczeństwa.

Niekwestionowany kierunek, w którym zmierza współczesna turystyka Karpacza, to rozwój jakościowy bazy towarzyszącej. Przejawia się on w inwestycjach, które zostały niedawno zakończone. Jedną z takich inwestycji jest otwarty w czerwcu 2009 r. Aquapark, który z pewnością wzbogacił ówczesną ofertę turystyczną. Kolejnym potwierdzeniem jakościowego rozwoju bazy towarzyszącej jest oddana w marcu 2010 r. hala widowiskowo-sportowa wraz z boiskiem zewnętrznym, którego możliwość użytkowania nie jest uwarunkowana uprzednią zapłatą. Te dwa wspomniane projekty z pewnością należą do udanych, potrzebnych i niezwykle wzbogacają współczesną ofertę turystyczną Karpacza. Jak wskazują wyniki badań, właśnie te urządzenia zostały wymienione przez respondentów jako usługi turystyczne, których zdecydowanie brakuje w Karpaczu. Zatem w tych dwóch przypadkach potrzeby turystów zostały zidentyfikowane perfekcyjnie przez gestorów bazy turystycznej i władze miasta. Dlatego też słuszny staje się wniosek, że współczesny rozwój turystyki w Karpaczu, w tym konkretnym przypadku, obrał taki kierunek, jakiego oczekiwali turyści.

Kolejny kierunek rozwoju turystyki Karpacza, co sugerują wyniki badań, zmierza w stronę kreowania miejscowości za pomocą sztucznych atrakcji, czyli kreowania miasta za pomocą tzw. góralszczyzny. Proponuje się karkonoską kwaśnicę, oscypki, powstają zagrody, lokale budowane na wzór zakopiańskiego stylu itp. Promowanie tradycji Tatr zniekształca wśród turystów prawdziwy obraz i tożsamość kulturową Karpacza. Dochodzi również do zatracenia lokalnych tradycji i obyczajów, które przecież nie należą do najuboższych. Przedstawiony we wprowadzeniu rys historyczny miał na celu ukazanie prawdziwych korzeni Karpacza z jego tradycjami i obyczajami, których reaktywowanie niewątpliwie stałoby się marketingowym sukcesem. Miasto oferuje dziś atrakcje nieprawdziwe, które turyści wprawdzie „kupują”, a raczej konsumują, ale tylko raz. Jak pokazują wyniki, takie atrakcje doskonale się sprzedają, jest to jednak proces krótkotrwały, gdyż w efekcie zamiast dostarczać wrażeń pozytywnych, dostarczają negatywnych.

Przykład turystyki Karpacza ukazuje wyraźną segmentację rynku turystycznego, a ściślej oferty skierowanej do turystów. Z jednej strony widoczne jest dążenie w stronę aktywnego wypoczynku, w tym celu powstają przecież urządzenia turystyczne, z drugiej zaś zaobserwować można coraz większą liczbę straganów i stoisk oferujących wątpliwej jakości towar, m.in. prawdziwe góralskie oscypki, nastawionych tylko na zysk.

Segmentacja rynku turystycznego Karpacza dotyczy również samych turystów. Jednym z typów współczesnego turysty jest turysta indywidualny masowy, przyjeżdżający w miejsce znane sobie lub znajomym, głównie w sezonie, gdy na terenie miejscowości przebywa najwięcej ludzi. Jest to turysta, który przyjeżdża w celu turystyczno-wypoczynkowym i rozrywkowym. Poza wycieczkami

w góry nie podejmuje on innej aktywności ruchowej. Spędza czas na odwiedzaniu lokali, rozrywkach i zakupach, umacniając swą postawę typowo konsumpcyjną. Jest słabo przygotowany merytorycznie i przyjmuje taką rzeczywistość, jaką mu się oferuje, np. Karpacz kojarzy właśnie z oscypkiem. Dla tego typu turysty Karpacz jest idealnym miejscem do wypoczynku w sezonie.

Innym typem współczesnego turysty jest typ sentymentalny, który powraca do Karpacza regularnie, nocuje w tym samym obiekcie noclegowym i pożywia się w tym samym lokalu gastronomicznym. Jest to turysta, którego opinia jest najbardziej obiektywna, ponieważ on zauważa zachodzące zmiany. Podczas swojego pobytu spędza czas na górskich wędrówkach i obcowaniu z przyrodą, a nie z ludźmi. Taki turysta prawdziwie odpoczywa poza sezonem.

Istnieje też typ rekreacyjny turysty, dla którego już sam wyjazd z miejsca zamieszkania stanowi odpoczynek fizyczny i psychiczny, a który w Karpaczu niezależnie od czasu znajdzie swój sposób na odpoczynek.

Podsumowując, współczesny Karpacz jest wymarzonym miejscem dla turysty masowego w sezonie i sentymentalnego poza sezonem. Jednakże dla wszystkich odwiedzających współczesna turystyka Karpacza to przede wszystkim Śnieżka i góry, wspaniałe krajobrazy, dogodne położenie, doskonale rozwinięta sieć szlaków turystycznych i infrastruktura turystyczna oferująca wysoki poziom usług. Dla niektórych turystów to również, błędnie pojmowane, oscypki – markowy produkt Karkonoszy i samego Karpacza. Mimo że 43% respondentów zdecydowanie nie poleca „góralskich” lokali, to z pewnością je odwiedza, a przynajmniej musiało odwiedzić te miejsca chociaż raz, inaczej niemożliwe by było samo opiniowanie na ten temat. Przyczyn oczywiście jest wiele, a jedną z nich jest uboga oferta kulturalna Karpacza.

Ankietowani turyści postrzegali współczesną turystykę Karpacza w świetle dobrze rozwiniętej infrastruktury turystycznej, w której jednak istnieją pewne braki i mankamenty. Zdaniem respondentów zbyt mało organizowanych jest imprez kulturalno-rozrywkowych, zwłaszcza plenerowych i rodzinnych, a poziom tych przeprowadzanych pozostawia wiele do życzenia. Bardziej krytyczny pogląd dotyczył atrakcji dla rodzin z dziećmi, a raczej ich braku.

Współczesna turystyka Karpacza jawiła się ankietowanym turystom jako dynamiczna i nowoczesna, nawet zbyt nowoczesna, co objawiało się niechęcią do inwestycji typu Hotel Gołębiowski, widzianej jako projekt szpecący piękny krajobraz, a w fazie budowy bardzo istotnie zakłócający wypoczynek. Można jednak sądzić, że owe opinie z pewnością częściowo się zmieniają, gdyż zgodnie z założeniem ma być to obiekt o charakterze prorodzinnym. Na podstawie wyników badań nasuwa się wniosek, iż obecne nastroje wywołane zostały np. zbyt dużym ruchem komunikacyjnym, w tym ciężarowym, powodując hałas i zwyczajnie zakłócając turystom pobyt. Z drugiej jednak strony, zbyt duży ruch komunikacyjny dotyczyć mógł również ruchu samochodowego, który jak wiadomo, zwiększa się w czasie trwania sezonu turystycznego, dlatego też chcąc prawdziwie odpocząć w ciszy i spokoju, nie powinno się wybierać takich okresów, kiedy owe warunki nie mogą być spełnione.

Ocena turystyki w Karpaczu wystawiona przez przebywających tam turystów była w 2010 r. pozytywna, a poziom zadowolenia z pobytu w tej miejscowości – wysoki. Niemniej jednak, jak pokazują wyniki badań, pod względem organizacyjnym, dotyczącym m.in. stanu dróg, rozwiązań logistycznych, oferty kulturalnej czy ładu architektonicznego, turystyka Karpacza nie jest wystarczająco przygotowana na skutki tak dynamicznego rozwoju i niestety, nic nie wskazuje na to, aby sytuacja ta miała wkrótce szybko się zmienić.

BIBLIOGRAFIA

- Bachmann K. (2010) Niech żyje kicz góralski i niemiecki w Karkonoszach! *Gazeta Wyborcza Wrocław*, http://wroclaw.gazeta.pl/wroclaw/1,87072,7463538,Niech_zyje_kicz_goralski_i_niemiecki_w_Karkonoszach_.html [data dostępu: 17.01.2010].
http://stat.gov.pl/bdl/app/dane_podgrup.dims?p_id=832375&p_token=0.45337166601464407 [data dostępu: 1.10.2014].
<http://www.intur.com.pl/bazy/gmina/gmina.php?g=karpacz&cz=3> [data dostępu: 7.03.2010].
- Karkonoskie Centrum Ochrony Środowiska (2005) Prognoza oddziaływania na środowisko dla zmiany mpzp – Karpacz Górny ul. Karkonoska – Szkolna – Kąpielowa. Opracowanie ekofizjograficzne. Zakład Ochrony Środowiska Decybel, Jelenia Góra.
- Koncepcja Subregionalnego Produktu Turystycznego Karkonosze i Góry Izerskie (2008) Karkonoska Agencja Rozwoju Regionalnego, Jelenia Góra.
- Kosiorowski L. (2010) Artysta z Karpacza przygotował projekt stroju regionalnego, *Nowiny Jeleniogórskie*. http://www.nj24.pl/index.php?option=com_content&task=view-&id=6325&Itemid=113 [data dostępu: 21.02.2010].
- Plan Odnowy Miejscowości Karpacz na lata 2008–2015 (2008) Załącznik do Uchwały Nr XXI/216/08 Rady Miejskiej w Karpaczu z dnia 23 września 2008 r., Karpacz.
- Turystyka w 2008 r. (2009) GUS, Warszawa.
- Uczestnictwo Polaków w turystyce, Baza danych Gmina 2006. (2007) Instytut Turystyki <http://www.intur.com.pl/bazy/gmina/gmina.php?g=karpacz&cz=3> [data dostępu: 14.10.2009].
- Turystyka w województwie dolnośląskim w latach 2004–2007 (2008) Urząd Statystyczny we Wrocławiu.
- Wilk K. (2009) Turystyczne pamiątki z Dolnego Śląska to kicz na straganach. *Polska Gazeta Wrocławska*. http://www.karkonosze.ws/turystyczne_pamiatki_z_dolnego_slaska_to_kicz_na_straganach_informacje_1473.html [data dostępu: 18.07.2009].

**ŚRODOWISKOWE I ORGANIZACYJNE ASPEKTY
GÓRSKIEJ AKTYWNOŚCI RUCHOWEJ**

MARTA UMIASTOWSKA

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Gorzowie Wielkopolskim

WALORY PRZYRODNICZE RÓŻNYCH TERENÓW GÓRSKICH

Abstract

Natural values of different mountain areas

The paper presents the natural values of different mountain areas in Poland (mountain forests in Silesian Beskids), Czech Republic (slopes of the Sudetes), Norway (high peatbogs), Switzerland (alpine meadows) and Sicily (volcanic slopes of Etna). The greatest natural value of mountain areas are their higher parts, i.e. subalpine or alpine regions, due to the unprecedented diversity – next to alpine species there are arctic, northern and marine species. In all the surveyed areas, there is a variety of forms of active tourism, including hiking, cycling and skiing. In addition, in the Scandinavian Mountains and the Swiss Alps rock climbing is possible. Numerous hiking trails vary a lot having different length and degree of difficulty. Well-developed tourism infrastructure offers facilities suitable for each of these sports.

Key words: mountaineering, mountain slopes, high peatbogs, alpine meadows, volcano, forest

WPROWADZENIE

Góry to miejsce wywołujące w turystach skrajne emocje. Dla wielu z nich stanie na wysokich szczytach i patrzenie na krajobraz na dole budzą ogromny respekt dla Matki Natury. Kiedy po kilkugodzinnej wycieczce dojedziemy na sam szczyt i popatrzymy w dół, czujemy się bardzo mali wobec ogromu przyrody. Dla każdej osoby jest to doskonała lekcja pokory.

Amatorzy wspinaczki wysokogórskiej, zdobywając kolejne czterotysięczniki, podnoszą sobie poziom adrenaliny w organizmie. Wisząc na ścianie skalnej, często igrają ze śmiercią, swoje zdrowie i życie powierzają doświadczeniu, hakom i rakom.

Dla części osób spacer po mało uczęszczanych stokach jest po prostu odezwaniem się od cywilizacji i codziennego zgiełku. Żyjąc w dużym mieście, zazwyczaj jesteśmy w ciągłym biegu i nie mamy czasu pomyśleć o sobie. Spacerując góorskimi szlakami w absolutnej ciszy, przerywanej tylko od czasu do czasu śpiewem ptaków lub szumem wiatru, jesteśmy w stanie wsłuchać się w siebie i przenieść się w świat marzeń, pozbawiony zmartwień i trosk.

CEL BADAŃ

Celem prezentowanej pracy jest przedstawienie walorów przyrodniczych różnych terenów górskich w Polsce (górkich lasów w Beskidzie Śląskim), Czechach (zbczcy Sudetów), Norwegii (torfowisk wysokich), Szwajcarii (alpejskich łąk)

oraz na Sycylii (wulkanicznych zboczy Etny). Obszary te charakteryzują się bogatą różnorodnością biologiczną, ekologiczną i fizjograficzną. Jeziora i małe ciek wodne drążące różne formy ukształtowania terenu sprawiły, że wytworzyły się tam obszary bagniste, moczary i torfowiska, które bardzo często są jedyną ostoją rzadkich, zagrożonych i chronionych gatunków roślin i zwierząt (Zyber 1978). Zbocza górskie cechuje typowy piętrowy układ roślinności, w którym dominują gatunki leśne, na podłożu wulkanicznym natomiast rozwija się roślinność pionierska.

Największą wartość przyrodniczą na obszarach górskich stanowią partie wysokogórskie, czyli piętro subalpejskie i alpejskie, ze względu na niespotykaną różnorodność – oprócz gatunków alpejskich występują tu obok siebie gatunki arktyczne, północne oraz oceaniczne. Wiele z tych rzadkich i często zagrożonych wyginieciem organizmów roślin upodobało sobie tereny charakteryzujące się wyrazistą rzeźbą geologiczną. Są to m.in. kotły polodowcowe i występujące w piętrze regla górnego i subalpejskiego torfowiska wysokie (często spotykane na obszarze Norwegii).

POLSKI BESKID ŚLĄSKI

Charakterystyka przyrodnicza

Beskid Śląski to najmłodsze góry w Polsce i najbardziej wysunięta na zachód część polskich Karpat. Składa się z dwóch rozciągniętych południkowo pasm górskich – Czantorii (ryc. 1) na zachodzie i Baraniej Góry (ryc. 2) na wschodzie. Pasma Czantorii, zwane też Pasmem Czantorii i Stożka, tworzą strome, kopulaste stożki (z najwyższą Wielką Czantorią – 997 m n.p.m.), których wysokość nie przekracza 1000 m n.p.m. (Barański 1996). Stoki Pasma Baraniej Góry od strony doliny Wisły są dość łagodne, a wschodnie – strome. Ich wysokość bardzo często przekracza 1000 m n.p.m., a nad wszystkimi szczytami dominuje Skrzyczne (1257 m n.p.m.) (Barański 1999).

Geologicznie zbudowany jest z tzw. fliszu karpackiego, czyli naprzemiennie ułożonych warstw różnych skał osadowych, głównie piaskowców, zlepieńców,



Rycina 1. Widok z Czantorii
źródło: zdjęcie własne



Rycina 2. Barania Góra
źródło: zdjęcie własne

iłów i łupków. W najwyższych partiach w dochodzącym do 2000 m grubości piaskowcu wytworzyło się wiele rozbudowanych wychodni skalnych i głębokich jaskiń rozpadlinowych, będących największą ich koncentracją w polskim Beskidzie. Do największych z nich należy Jaskinia Wisłańska, mająca 2073 m korytarzy, oraz Jaskinia Miecharska, w której długość korytarzy wynosi 1808 m. Według danych z 31 sierpnia 2006 r. na obszarze Beskidu Śląskiego znajduje się 220 jaskiń, a łączna długość ich korytarzy to 6483,5 km. Młodsze osady fliszu na południu tworzą kolorowe formy w postaci baszt, progów i ambon skalnych (Wierba i wsp. 2007).

W 1998 r. na obszarze Beskidu Śląskiego utworzono Park Krajobrazowy Beskidu Śląskiego w celu ochrony bardzo urozmaiconej budowy geologicznej. Na jego terenie występuje 21 pojedynczych skałek lub grup skałek. Do najciekawszych z nich należą będące pomnikami przyrody nieożywionej skały grzybowe w Dolinie Białej Wisłoki i na górze Kiczora, skały na Kobylej w Dolinie Dziechcinki oraz grupa skałek na Malinowskiej Skale. Dużym walorem przyrodniczym Parku są pomnikowe jaskinie, a wśród nich trzecia pod względem wielkości w Karpatach Fliszowych Jaskinia w Trzech Kopcach, mająca 1216 m korytarzy (www.zpk.com.pl/index.php/component/content/article/58).

Szata roślinna

Beskid Śląski jako obszar górski charakteryzuje się piętrowym układem roślinności. Dawniej dominującym typem roślinności w piętrze pogórza w Beskidzie Śląskim był pierwotny las, urozmaicony gatunkowo. Obecnie ten obszar zajęty jest głównie przez pola uprawne i tereny zurbanizowane. Z pierwotnej roślinności zostały tylko gdzieś tam niewielkie fragmenty łąk i grądów. W piętrze regla dolnego potencjalną roślinność występującą w postaci świeżej buczyny z domieszką świerka i jodły zastąpiły lasy świerkowe wtórnego pochodzenia. Regiel górny porastają typowe dla tej wysokości wysokogórskie bory świerkowe (ryc. 3) ze świerkiem istebniańskim – gatunkiem o najlepszych w Europie parametrach wzrostowych i odpornościowych. Urozmaiceniem lasów jest cis pospolity, rosnący tu pojedynczo lub w grupach. Warto zaznaczyć, że według Polskiej Czerwonej Księgi Roślin jest on gatunkiem narażonym na wyginięcie w warunkach naturalnych.



Rycina 3. Wysokogórski bór świerkowy
źródło: zdjęcie własne

Turystyka

Beskid Śląski uważa się za jeden z najlepiej zagospodarowanych turystycznie terenów górskich w Polsce, co ma oczywiście swoje dobre i złe strony. Amatorzy wycieczek pieszych uznają to za wielką zaletę, bo mają do dyspozycji bardzo dobrze rozwiniętą bazę turystyczną – przy gęsto wytyczonych szlakach znajdują się liczne schroniska górskie, a dla amatorów narciarstwa przygotowano wyciągi i nartostrady. Na niektóre szczyty (m.in. na Czantorię) można wjechać kolejką linową lub wyciągiem krzesełkowym. Część przyrodników i tzw. ekologów uważa natomiast, że zwiększająca się z roku na rok liczba wędrujących turystów wywiera negatywny wpływ na środowisko przyrodnicze (Wierba i wsp. 2007).

Dla amatorów wspinaczki na szczycie Równicy znajduje się największy w Polsce park linowy, czynny do zmierzchu. Na długości 400 m i wysokości 4–12 m znajduje się tor przeszkód złożony z: „[...] mostów, kładek, latających belek, wiszących skakanek i olbrzymiej sieci pajęczej [...]” (Wierba i wsp. 2007, s. 53). Oprócz tego można zjechać na linach między drzewami kolejką tyrolską trasą liczącą ponad 120 m (Wierba i wsp. 2007).

Zimą entuzjaści sportów zimowych powinni się wybrać na Skrzyczne, najwyższy szczyt polskiego Beskidu Śląskiego. Po Kasprowym Wierchu w Tatrach jest to najbardziej oblegany przez narciarzy szczyt o tej porze roku. Pośród stromych stoków znajduje się tu najlepsza trasa zjazdowa w Polsce według międzynarodowych organizacji narciarstwa alpejskiego (trasa FIS). Na szczyt można wjechać ze Szczyrku przez stację pośrednią na Jaworzynie wyciągiem krzesełkowym, który jest czynny również latem (Wierba i wsp. 2007).

Jedną z większych przyrodniczych atrakcji Beskidu Śląskiego jest Barania Góra, u podnóżu której wypływa Wisła. Jej dzikie stoki od 1953 r. objęte są ochroną. Wtedy na tym terenie utworzono rezerwat przyrody leśnego boru dolno- i górno-regłowego Barania Góra. Znaczne jego części zachowały cechy drzewostanów pierwotnych z 200-letnimi jodłami, świerkami i bukami oraz 300-letnimi jesionami. Podjęte próby introdukcji kosodrzewiny i limby nie dały oczekiwanego rezultatu, ponieważ zbyt duża konkurencja ze świerkiem pozwoliła przetrwać tylko dwóm okazom limby na północ od szczytu. Dzięki podjętej formie ochrony na wierzchołku Baraniej Góry i w jej okolicach nie ma polan widokowych, dzięki czemu rzeczywiście występuje tu dzika przyroda (Wierba i wsp. 2007).

CZESKIE SUDETY

Charakterystyka przyrodnicza

Czechy zróżnicowanie krajobrazowe terenów górskich zawdzięczają dwóm odmiennym geologicznie masywom – Masywowi Czeskiemu i Karpatom. Powstały w erze archaiku Masyw Czeski, zbudowany z gnejsów, granitów i łupków, na skutek późniejszych ruchów tektonicznych rozpadł się na pojedyncze fragmenty, co ukształtowało krajobraz Czech Zachodnich i Środkowych. Młode trzecieorządowe Karpaty na wschodzie Czech tworzą pofałdowane łańcuchy górskie z poroziąganymi pomiędzy nimi rozległymi równinami (Gaßmann 2006).



Rycina 4. Kipiące błota – mofety
źródło: zdjęcie własne

Północną część Masywu Czeskiego tworzą Piaskowcowe Góry Połabskie, które są licznym skupiskiem różnorodnych form skalnych, w tym m.in. pionowych ścian, wąwozów i głębokich dolin, skalnych miast i wąskich tarasów oraz bazaltowych stożków. W 2000 r. w północno-zachodniej części Gór Połabskich utworzono park narodowy – Národní Park České Švýcarsko, zajmujący powierzchnię około 79 km². Ochroną objęto unikatowe piaskowcowe formy skalne i rozległe obszary, na których występują miasta skalne, stanowiące część Łabskich Piaskowców (Gaßmann 2006).

Najwyższą częścią Masywu Czeskiego i równocześnie najwyższymi górami Czech są Sudety. Swoją budowę mozaikową zawdzięczają różnorodnym skałom (magmowym, metamorficznym i osadowym), budującym niewielkie jednostki tektoniczne, pooddzielane od siebie uskokami. Dzięki temu występują tu różne typy krajobrazów i form terenu, przyjmujące postać wydłużonych rozległych masywów górskich, kopulastych szczytów, stromych ścian skalnych i rozległych kotlin śródgórskich (Gaßmann 2006).

Aktywne procesy wulkaniczne można obserwować nie tylko na dalekim południu Europy, gdzie znajdują się czynne do dziś wulkany. Te zjawiska są również bardzo powszechne na obszarze Czech w utworzonym w 1964 r. Rezerwacie Przyrody Soos, leżącym 6 km na północ od Franciszkowych Łaźni. Znajdują się tam mofety, czyli kipiące błota (ryc. 4). Podczas suchego lata proces parowania wód jest bardzo szybki i na powierzchni ziemi osadza się warstwa drobnych białych kryształków soli glauberskiej, przypominająca do złudzenia warstwę śniegu (Gaßmann 2006).

Szata roślinna

W Sudetach charakterystyczne dla gór piętra roślinności są mniej więcej o 300 m niższe niż w Karpatach, co w dość istotny sposób wpływa na zwiększoną różnorodność gatunków. Brak barwnych łąk na halach oraz piętra turniowego i śnieżnego wyróżnia ten masyw górski na tle innych gór. W niższych partiach występują lasy mieszane z dość rzadko spotykanym dobrze zachowanym typowy borem sudeckim (z piękną buczyną sudecką), a w górnych – lasy świerkowe. Oprócz pospolitych gatunków drzewiastych można zobaczyć tu również



Rycina 5. Tiské Stěny
źródło: zdjęcie własne



Rycina 6. Pravčická brána
źródło: zdjęcie własne

takie, które nigdzie indziej nie rosną, jak np. bardzo rzadka brzoza karłowata. Dla prawdziwego znawcy przyrody rajem dla oczu są całe zbocza porośnięte podrzeniem żebrowcem – górskim gatunkiem paproci, który na nizinach praktycznie nie występuje.

Turystyka

Sudety to idealne miejsce dla wszystkich lubiących aktywny wypoczynek. Bogata baza turystyczna i sportowa pozwala na uprawianie bardzo wielu dyscyplin. Po czeskiej stronie Sudetów wyznaczono ok. 700 km szlaków turystycznych. Na dużej części szlaków grzbietowych turystyka rowerowa jest zabroniona. W Sudetach znajduje się także duża liczba chętnie odwiedzanych twierdz, zamków i pałaców, np. Fortyfikacje Ziemi Rokytnickiej.

Rajem dla amatorów wspinaczki w tzw. Czeskiej Szwajcarii są Tiské Stěny. To powstała w wyniku erozji ściana piaskowca mająca 613 m. Między licznymi szczelinami, kanonami i przejściami natura wytworzyła różnorodne formy, które ze względu na swój kształt zostały nazwane m.in. Kamiennym Grzybem, Żółwiem i Głową Janusa, mającą dwie twarze (Gaßmann 2006) (ryc. 5).

Niedaleko Tiskich Stěn warto wybrać się na czterokilometrową wycieczkę pieszą z miasteczka Hřenska do Pravčickéj brány. Jest to największy most skalny w Europie, który ma 21 m wysokości i 26 m szerokości. Jedyne w Ameryce Północnej występują większe takie formacje skalne. Do połowy lat 80. ubiegłego wieku można było wspiąć się na ten most skalny. Obecnie, idąc czerwonym szlakiem przez przeciwległe piaskowcowe skałki, można podziwiać najpiękniejsze widoki w tej części gór (ryc. 6) (Gaßmann 2006).

NORWESKIE GÓRY SKANDYNAWSKIE I FIORDY

Charakterystyka przyrodnicza

Norwegia swój bardzo zróżnicowany krajobraz zawdzięcza przede wszystkim ruchom górotwórczym, zlodowaceniom i erozji. Największy łańcuch górski –

Góry Skandynawskie – ciągnie się wzdłuż wybrzeży Oceanu Atlantyckiego, przez terytorium Norwegii, Szwecji i częściowo Finlandii. W masywie Jotunheimen (zwanego „siedzibą olbrzymów”) leży najwyższy norweski szczyt – Galdhøpiggen, mający 2469 m n.p.m. Jego zbocza od wysokości 1700 m n.p.m. pokryte są lodowcem (Konieczny 2011). „O ilości i wysokości gór w Norwegii może świadczyć fakt, że samych dwutysięczników jest tu ponad 190, a szczyt sklasyfikowany na 1000. miejscu ma 1650 metrów wysokości!” (www.norwegofil.pl/norwegia/natura/dzika-przyroda-norwegii.html). Strome fiordy wychodzące ze szklistych wód wcinają się w nadbrzeżne pasma górskie, czasami na głębokość powyżej 1 km. Najokazalszym z nich jest Sognefjorden, liczący 204 km długości i wchodzący w głąb lądu na głębokość ponad 1300 m (Konieczny 2011).

W związku z bardzo dużą liczbą średnich opadów rocznych w Norwegii, wynoszącą aż 3000 mm, nadbrzeżne pasma górskie stanowią doskonałe miejsce dla torfowisk wysokich, których głównym źródłem zaopatrywania w wodę są właśnie opady atmosferyczne. Powstają one w niewielkich bezodpływowych zagłębieniach terenu. Pod względem ekologicznym należą one do torfowisk skrajnie oligotroficznych (ubogich w składniki odżywcze) i kwaśnych, a co za tym idzie – również ubogich florystycznie (Matuszkiewicz 2001, Ilnicki 2002).

Szata roślinna torfowisk wysokich

Norweskie torfowiska wysokie występują w strefie roślinności subarktyczno-borealnej i wyróżniają się występowaniem północnych gatunków o kontynentalnym typie rozmieszczenia. Należą one do torfowisk wysokich typu atlantyckiego (Matuszkiewicz 2001). Główną masą roślinną torfowiska wysokiego są torfowce, tworzące wyraźne kępki i dolinki o różnym zabarwieniu (ryc. 7). Spowodowane jest to różnorodnością gatunkową tych mchów – mniej nawodnione kępki przyjmują barwę brunatno-fioletową (od torfowca brunatnego, czerwonego i magellańskiego), a dolinki – zieloną (od torfowca odgiętego i spiczastego) (Kłosowscy 2006, Kozik 2007). Pośród kępek torfowca występują charakterystyczne dla tego typu roślinności krzewinki modrzewnicy zwyczajnej i dywany rosiczki okrągłolistnej (ryc. 8). Gdziekolwiek widoczne są zbiorowiska o bezkępkowej strukturze z dominującą wełnianką pochwowatą.



Rycina 7. Torfowisko wysokie
źródło: zdjęcie własne



Rycina 8. Rosiczka okrągłolistna
źródło: zdjęcie własne



Rycina 9. Przylądek Nordkapp

źródło: zdjęcie własne

Turystyka

Zimą Norwegia uznawana jest za kolebkę narciarstwa – jest ono najpopularniejszym sposobem aktywnego spędzania wolnego czasu o tej porze roku. Mówi się nawet, że Norwegowie rodzą się z nartami przyrośniętymi do stóp. Ośrodki sportów zimowych zwykle czynne są od listopada do maja, ale ze względu na bardziej sprzyjające temperatury powietrza najbardziej optymalny okres to marzec i kwiecień (Konieczny 2011).

Jedną z największych atrakcji Norwegii jest Przylądek Północny (Nordkapp), czyli najbardziej na północ wysunięty fragment Europy. Rocznie odwiedza go 200 tys. turystów. Niewiele osób wie, że jest to wyspa połączona ze stałym lądem tunelem. A tak naprawdę najbardziej na północ wysuniętym punktem stałego lądu jest oddalony o 1457 m przylądek Knivskjellodden, na który można dotrzeć z parkingu po około 5-godzinnej górskiej wędrówce (ryc. 9).

Przylądek Nordkapp jest również najlepszym miejscem do podziwiania latem dnia polarnego (przez dwa miesiące nie zachodzi tu słońce), a późną jesienią lub wczesną wiosną – rozświetlających pogodne niebo warkoczy zorzy polarnej.

Amatorzy śniegu i lodu mogą przenieść się w czasie aż do epoki lodowcowej podczas wycieczki z przewodnikiem na największy lodowiec kontynentalnej Europy, czyli Jostedalsbreen, zajmujący powierzchnię 486 m³ (100 km długości i 15 km szerokości). Przemierzając Briksdalsbreen i Nigardsbreen – najbardziej znane jego jezory – turyści mają okazję podziwiać niespotykany niebieski kolor lodu (Evensberget 2011).

SZWAJCARSKIE ALPY

Charakterystyka przyrodnicza

Szwajcaria, jak przystało na jeden z trzech krajów alpejskich (oprócz Austrii i Liechtensteinu), w około 60% powierzchni zajęta jest przez Alpy i tereny przed-alpejskie. W południowo-zachodniej części kraju w Masywie Monte Rosa znajduje się szczyt Dufour (4634 m n.p.m.) – trzeci co do wysokości szczyt Europy (po Mont Blanc 4810,45 m n.p.m. i Mont Blanc de Courmayeur 4748 m n.p.m.), będący

równocześnie najwyższym szczytem w Szwajcarii, oraz najbardziej znany Matterhorn (4478 m n.p.m.) – pokryty w dużej części wiecznym śniegiem i lodem. Pośród ok. 2000 km² terenów, na których leżą lodowce, zdecydowanie wyróżnia się największy i najdłuższy w Europie Aletsch, mający 169 km² powierzchni (Simonis i wsp. 2003).

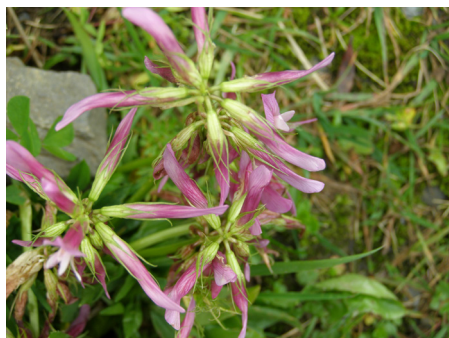
Dużą ciekawostką przyrodniczą jest to, że w linii prostej ok. 20 km oddziela leżące w północnej części Alp lodowce z wiecznym śniegiem od położonego na południu kantonu Ticino, będącego pod wpływem klimatu śródziemnomorskiego, na obszarze którego rosną wysokie palmy (Omilanowska i wsp. 2007).

W niewielkiej obszarowo Szwajcarii można znaleźć większość form krajobrazu – łąki występują na przemian z lasami, u stóp wysokich Alp rozpościerają się rozległe doliny, górskie szczyty pokrywają śniegi, a doliny przecinają wartkie rzeki, które wpływają do licznych jezior.

Szata roślinna łąk alpejskich

Szwajcarskie Alpy ogromną różnorodność gatunków roślinnych zawdzięczają przede wszystkim temu, że jeszcze 20 tys. lat temu były one prawie całkowicie pokryte lodem. Wypierane rośliny z wnętrza Alp zadomowiały się u ich podnóży i dopiero stąd rozprzestrzeniały się na nowo. Na tym obszarze występuje typowa roślinność będąca pozostałością sprzed epoki lodowcowej, a także gatunki, które przywędrowały z rejonu Morza Śródziemnego oraz Europy Środkowej (Aichele i Schwegler 1997). Duży wpływ na bogactwo flory mają również zmieniające się formy krajobrazu oraz zróżnicowane warunki klimatyczne. Największą różnorodność roślin obserwuje się powyżej granicy lasu w piętrze alpejskim oraz wśród ziołorośli wysokogórskich i w zaroślach kosej olchy w piętrze subalpejskim (Lippert 1995).

Typowe łąki alpejskie występują na przemian z pastwiskami w piętrze pogórza. Wiosną zamieniają się w kwietne dywany z dominującą różową koniczyną alpejską (ryc. 10), fioletową goryczką i różnobarwnymi krokusami oraz z wieloma gatunkami storczyków, w tym ze storczyką kulistą (ryc. 11) i nieznanym u nas ciemnogłowem wąskolistnym. Łąki to nie tylko roślinność zielna,



Rycina 10. Koniczyna alpejska
źródło: zdjęcie własne



Rycina 11. Storczyca kulista
źródło: zdjęcie własne

ale również ogromne bogactwo krzewów i krzewinek, z których najczęściej można spotkać alpejskie rododendrony, zwane alpejskimi różami, oraz wrzośce czerwone. W wyższych partiach (piętro subalpejskie i alpejskie) rozpościerają się rozległe nasłonecznione murawy górskie. Ich najbardziej wartościową przyrodniczo rośliną jest zaliczana do gatunków ginących biała szarotka alpejska, będąca symbolem Szwajcarii, występująca na wysokości dochodzącej nawet do 3500 m.

Turystyka

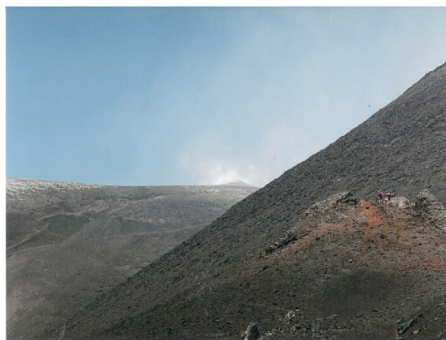
Alpy, podobnie jak norweskie Góry Skandynawskie, są wymarzoną miejscem dla amatorów sportów zimowych, a w szczególności dla osób uprawiających narciarstwo. Z ponad 200 ośrodków sportów zimowych prowadzą szlaki na tereny narciarskie, z których większość położona jest powyżej 2000 m n.p.m. Na trasy prowadzą liczne wyciągi. Mimo że sezon zimowy trwa od połowy grudnia do Wielkanocy, na najwyższych szczytach są one czynne już od listopada. Na niektórych lodowcach, zwłaszcza na tych położonych w kantonie Valais, na nartach można jeździć przez cały rok. Coraz powszechniejszą formą zimowej aktywności jest tzw. ice-climbing, czyli wspinaczka po zamrożniętych wodospadach (Omilanowska i wsp. 2007).

Szwajcaria to nie tylko raj dla narciarzy. Bardzo powszechne, głównie latem, są górskie wędrówki po trasach liczących łącznie 65 tys. km. Są one bardzo dobrze oznakowane i z reguły położone z dala od wielkich ciągów komunikacyjnych. Część z nich jest otwarta przez cały rok.

Niewątpliwie jedną z największych atrakcji Alp Berneńskich, jak i całej Szwajcarii, jest pokryta przez cały rok śniegiem i lodem Przełęcz Jungfraujoch (ryc. 12), biegnąca między czterema szczytami: Eiger (3970 m), Mönch (4107 m), Jungfrau (4158 m) i Schreckhorn (4078 m). Co prawda, wejście na szczyty wymaga przewodnika, dobrej kondycji oraz specjalistycznego sprzętu, ale dla mniej wytrawnych turystów wyprawa też jest atrakcyjna. Z parkingu na wysokość 3454 m wjeżdża się kolejką zębatą, która przemierza szlak częściowo w wydrążonych w skałach tunelach, a częściowo na świeżym powietrzu. Na górze można wybrać dwie trasy. Jedna prowadzi windą na taras widokowy na szczyt Sphinx (3571 m), skąd rozpościera się niesamowity, zapierający dech w piersiach widok.



Rycina 12. Przełęcz Jungfraujoch
źródło: zdjęcie własne



Rycina 13. Zbocze Etny

źródło: zdjęcia własne

Drugą trasą spacerową, wyznaczoną przez ratraki, po „skwierczącym” pod nogami śniegu dochodzi się na wysokość 3650 m do schroniska Mönchsjoehütte. Na tych wysokościach przejście „zaledwie” 200 m różnicy poziomów jest ogromnym wyzwaniem i po „wdrapaniu się” na taką wysokość można być z siebie dumnym.

SYCYLIJSKA ETNA

Charakterystyka przyrodnicza

Włoska Etna jest czynnym, a także najwyższym i największym wulkanem w Europie, znajdującym się na wschodnim wybrzeżu włoskiej Sycylii. Osiąga 145 km obwodu u podnóża, a jej wysokość, wynosząca 3340 m n.p.m., ulega ciągłym zmianom, w zależności od erupcji i ilości zastygłej lawy (ryc. 13). Ostatni najsilniejszy wybuch miał miejsce w 2001 r., kiedy to została zniszczona i zasypana częściowo infrastruktura wokół krateru szczytowego, a całościowo – wokół stoku południowego i wschodniego, łącznie z dolną stacją kolejki znajdującej się na wysokości 1881 m n.p.m. oraz terenami położonymi niżej (Bausenhardt 2002). Prowadzone badania i obserwacje dowodzą, że od początku XX w. Etna „urośła” około 60 m. Na jej zboczach znajduje się 270 kraterów bocznych i podczas każdej erupcji tworzą się nowe. Zdecydowanie częściej erupcjom podlegają boczne kratery niż główny i właśnie na nich tworzą się mniejsze stożki.

Etna, mimo że cały czas jest aktywna, nie należy do groźnych wulkanów, a mieszkańcy są przyzwyczajeni do częstych erupcji. Wyrzucane przez nią popioły mocno użyźniają glebę, stąd zbocza są bardzo gęsto zaludnione i mniej więcej do wysokości 900 m n.p.m. znajdują się na nich winnice i pola uprawne.

W 1987 r. na obszarze Etny i pobliskich terenach został utworzony park narodowy – Parco Nazionale dell’Etna. W czerwcu 2013 r. podczas uroczystości z okazji 37. sesji Komitetu Światowego Dziedzictwa UNESCO, mającej miejsce w Phnom Penh w Kambodży, Etna została wpisana na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. To ważne wyróżnienie zostało przyznane przede wszystkim ze względu na nieprzerwaną aktywność wulkanu od 2700 lat, a także za unikatowe znaczenie przyrodnicze, naukowe, edukacyjne i kulturowe (wloskicafe.blogspot.com/2013/05/etna-zostanie-wpisana-na-liste.html).

Powulkaniczna szata roślinna

Zdecydowanie większa część zboczy Etny pokryta jest szerokimi i świeżymi rozlewiskami lawy oraz czarnym pyłem wulkanicznym. Dopiero po 20 latach wietrzenia na żyznej wulkanicznej glebie w porze letniej wyraźnie odcina się od ciemnego tła na żółto kwitnący janowiec. W porastających stoki bajkowych lasach dominuje dąb korkowy, buk zwyczajny, kasztan jadalny i kosodrzewina. Powyżej 1800 m n.p.m. zaczyna się strefa wulkanicznej pustyni, a do panujących na niej warunków były w stanie przystosować się jedynie wysokogórskie murawy i rośliny endemiczne, tworzące tzw. poduchy zielska z tragankiem sycylijskim, szczodrakiem beżłodygowym i fiołkiem etneńskim. Powyżej 3000 m n.p.m. znajduje się już tylko zastygła lawa (Bausenhardt 2002).

Turystyka

Droga na szczyt Etny prowadzi albo z południa z Nicolosi (bardziej popularna trasa), albo z północy przez Piano Provenzana. Do wysokości 1910 m n.p.m. wiedzie kręta i malownicza droga zakończona parkingiem. Stąd wjeżdża się linową kolejką górską na stację górną (2500 m n.p.m.). Dalej pod krater (2920 m n.p.m.) można wjechać specjalnymi busami terenowymi i na to decyduje się prawie 100% turystów. Tylko nieliczni z nich wybierają wycieczkę pieszą. Pokonanie „zaledwie” 400 m różnicy poziomów w górę zajmuje przeciętnemu turyście ok. 4 godzin. Wydaje się, że nie jest to zbyt duże osiągnięcie, ale trzeba zwrócić uwagę na bardzo istotny fakt – różnica 400 m, zaczynając od poziomu morza, i 400 m, zaczynając od 2500 m n.p.m., to nie jest to samo. Na szczycie tych najbardziej wytrzymałych turystów czeka nagroda w postaci księżycowego krajobrazu (ryc. 14) z licznymi małymi gejzerami, z których wydobywa się para, a po odślonięciu warstwy czarnego popiołu – wyczuwalna ciepła powierzchnia wulkanu.

W związku z tym, że przez siedem miesięcy w roku na zboczach leży śnieg, bardzo mocno jest tu rozpowszechnione narciarstwo zjazdowe. Amatorzy tej dyscypliny sportowej mogą dostać się na szczyt jednym z pięciu wyciągów, których stacje początkowe znajdują się na zboczu w kurorcie narciarskim Piano Provenzana.



Rycina 14. Księżycowy krajobraz Etny
źródło: zdjęcie własne

WNIOSKI

1. Analizując walory przyrodnicze różnych terenów górskich, spotykamy się z bogactwem krajobrazów, co pozwala na podejmowanie bardzo zróżnicowanych form turystyki.
2. Na wszystkich obszarach można uprawiać turystykę pieszą, rowerową i narciarską.
3. W Górach Skandynawskich i Alpach Szwajcarskich ponadto możliwa jest wspinaczka alpejska.
4. Góry Skandynawskie są doskonałym miejscem dla ice-climbing'u.
5. Liczne trasy turystyczne zróżnicowane są pod względem długości i stopnia trudności.
6. Rozwinięta baza turystyczna zaopatrzona jest w sprzęt odpowiedni dla każdej z tych form, a także umożliwia organizację noclegu przy formach wielodniowych.

BIBLIOGRAFIA

- Aichele D., Schwegler H.W. (1997) Rośliny alpejskie – kwitnące rośliny górskie. Multico, Warszawa.
- Barański M. (1996) Beskid Śląski. Pasma Stożka i Czantorii. Przewodnik turystyczny. PTTK „Kraj”, Warszawa.
- Barański M. (1999) Beskid Śląski. Pasma Baraniej Góry. Przewodnik turystyczny. PTTK „Kraj”, Warszawa.
- Bausenhardt H. (2002) Marco Polo – Sycylia. Pascal, Bielsko-Biała.
- Evensberget S. (2011) Norwegia. Przewodniki Wiedzy i Życia. Wiedza i Życie, Warszawa.
- Gaßmann G. (red.) (2006) Baedeker. Czechy. Pascal, Bielsko-Biała.
- Illicki P. (2002) Torfowiska i torf. AR im. Augusta Cieszkowskiego, Poznań.
- Kłosowscy S. i G. (2006) Flora Polski. Rośliny wodne i bagienne. Multico, Warszawa.
- Konieczny K. (2011) Norwegia – praktyczny przewodnik. Pascal, Bielsko-Biała.
- Kozik R. (2007) Torfowiska – unikalne obszary przyrodnicze. Kwartalnik przyrodniczy „W górach”, 1 (11) – Zima. www.wgorach.com/?id=48212&location=f&msg=1&lang_id=PL. [data dostępu: 01.08.2014].
- Lippert W. (1995) Encyklopedia kieszonkowa. Rośliny alpejskie. Muza, Warszawa.
- Matuszkiewicz W. (2001) Przewodnik do oznaczania zbiorowisk roślinnych Polski. PWN, Warszawa.
- Omilanowska M., Schwendimann U., Czupryn A. (2007) Szwajcaria. Przewodniki Wiedzy i Życia. Wiedza i Życie, Warszawa.
- Simonis D., Johnstone S., Jackson L. (2003) Szwajcaria i Liechtenstein. Przewodnik Pascala. Pascal, Bielsko-Biała.
- Wierba W., Zygmąńska B., Figiel S., Motak M., Niedźwiedz A., Nowicki W. i wsp. (2007) Beskid Śląski. Przewodnik górski. Pascal, Bielsko-Biała.
- Zyber G.M. (1978) Ochrona środowiska przyrodniczego w warunkach rozwoju turystyki na Pojezierzu Drawskim. *Rocznik Koszaliński*, 14, 161–174.

Źródła internetowe

- wloskicafe.blogspot.com/2013/05/etna-zostanie-wpisana-na-liste.html [data dostępu: 30.07.2014].
- www.norwegofil.pl/norwegia/natura/dzika-przyroda-norwegii.html [data dostępu: 01.08.2014].
- www.zpk.com.pl/index.php/component/content/article/58 [data dostępu: 03.08.2014].

KRZYSZTOF KWILECKI¹, PAWEŁ STASZAK², MARIOLA PIETRZAK³

¹ Zamięscowy Wydział Kultury Fizycznej w Gorzowie Wlkp.

² Absolwent Uniwersytetu Szczecińskiego

³ Absolwentka WSHiG w Poznaniu

POTENCJAŁ TURYSTYCZNY GÓRSKIEGO UZDROWISKA ŚWIERADÓW-ZDRÓJ

Abstract

Tourism potential of Świeradów-Zdrój mountain resort

The article aims to define the tourism potential of Świeradów-Zdrój, the town which lies in the south-western Poland near the border with the Czech Republic and Germany. Świeradów has remained relatively untouched by commercialization in comparison to the surrounding resorts in the Sudeten Mountains. Discussion and final conclusions are based on the results of surveys carried out by the authors of the paper in April 2014. Research focuses on analyzing the views of the residents of Świeradów-Zdrój and evaluates the current tourism potential of this town. Analyses of the results were based on physical and geographical characteristics of Świeradów-Zdrój, the genesis of tourism development and fundamental theoretical outline on the essence of tourism.

Key words: recreation, leisure time, tourist attraction

WPROWADZENIE

Turystykę zalicza się do zjawisk, które pełnią określone funkcje w różnych sferach: m.in. gospodarczej, przestrzennej, społecznej, kulturowej i przyrodniczej. Jej rozwój wywołuje bezpośrednie i pośrednie skutki dla danego terenu, które są obszarem recepcji turystycznej. Skutki te mogą przyjmować wymiar zarówno pozytywny, jak i negatywny (Kornak i Rapacz 2001).

Koncentracje ruchu turystycznego obserwuje się w miejscowościach, które charakteryzują się zadowalającą dostępnością komunikacyjną i występowaniem znaczących walorów turystycznych, najlepiej oddziałujących na zmysły turystów. Jest to determinant dynamicznego rozwoju właściwej infrastruktury turystycznej i paraturystycznej (Gaworecki 2006). W zależności od potencjału turystycznego rozwój sektora może przyjmować wymiar stymulujący, polaryzujący lub neutralny. Dynamizacja rozwoju funkcji turystycznych przynosi wielorakie korzyści, w tym najbardziej pożądane o charakterze ekonomicznym, stymulującym lokalną gospodarkę. Na obszarach recepcji cieszących się dużą popularnością wśród turystów powstają często silne w wymiarze ekonomicznym podmioty gospodarcze, oferujące klientom zróżnicowany, atrakcyjny produkt turystyczny. Bardzo często dzięki dynamicznemu rozwojowi funkcji turystycznych tworzą się warunki do wyspecjalizowania się danego ośrodka lub gminy w działalności turystycznej (Meyer 2004).

CEL BADAŃ

Celem pracy była analiza potencjału turystycznego dolnośląskiego uzdrowiska Świeradów-Zdrój. Materiał poddany analizie pozyskano w kwietniu 2014 r. na podstawie badań przeprowadzonych wśród 50 losowo wybranych mieszkańców miasta Świeradów-Zdrój w wieku 19–68 lat (27 kobiet i 23 mężczyzn). Co trzeci ankietowany miał wykształcenie wyższe (36%), 42% – średnie, 20% – zasadnicze zawodowe, a 2% – podstawowe.

Wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego. Narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety składającej się z 12 pytań. Podczas przeprowadzania badania ankietę pozostawał w ciągłym kontakcie z respondentami; zastosowano ankietę audytoryjną.

POTENCJAŁ TURYSTYCZNY – ASPEKTY TEORETYCZNE

Potencjałem turystycznym najczęściej nazywa się wszelkie zasoby funkcjonalne i strukturalne warunkujące rozwój turystyki na danym obszarze (Kaczmarek i wsp. 2005). Wśród zasobów strukturalnych wyróżnia się zarówno składowe środowiska przyrodniczego, jak i pozaprzyrodniczego, które występując osobno i w kombinacjach, determinują atrakcyjność turystyczną, a zatem stopień zainteresowania ze strony potencjalnego turysty. Wyróżnia się walory wybitnie naturalne, naturalne z nieznaczną ingerencją człowieka oraz antropogeniczne, kulturowe, związane z wytwórczością ludzką oraz jego spuścizną historyczną i kulturową. Zasoby strukturalne to również zagospodarowanie turystyczne, stanowiące wyznacznik prawidłowego funkcjonowania pod względem spełniania funkcji turystycznych obszarów recepcji. Tworzą je bazy: noclegowa, gastronomiczna, komunikacyjna oraz towarzysząca. Kluczowym determinantem w tym zakresie jest dostępność komunikacyjna, która wiąże się z możliwością dotarcia do ośrodka koncentracji ruchu turystycznego i peregrynacji turystycznej w okolicy. W literaturze przedmiotu wspomina się ponadto o walorach recepcji, do których należą podmioty organizujące, pośredniczące w usługach turystycznych, jak również infrastruktura komunalna. Kolejnym elementem są zasoby określane jako funkcjonalne, w których wyodrębnia się następujące podgrupy:

- ekonomiczne: są to uwarunkowania rozpatrywane pod kątem opłacalności i rentowności inwestowania oraz świadczenia usług turystycznych w jednostkach recepcji;
- technologiczne: warunkujące jakość korzystania z miejscowych walorów turystycznych, sukcesywność funkcjonowania systemu obsługującego ruch turystyczny;
- ekologiczne: związane z poziomem świadomości ekologicznej zarówno mieszkańców, władz lokalnych, pracujących w sektorze turystycznym, jak i turystów; należy pamiętać, że planowanie i realizacja funkcji turystycznej opierającej się na kompromisie wymagań środowiska przyrodniczego i wymagań rynku zapewnia jakość i kondycję zasobów przyrodniczych dla przyszłych pokoleń;

- polityczne: związane z charakterem polityki turystycznej realizowanej przez władze niezależnie od szczebla; powinna ona polegać na optymalizacji zarządzania pojemnością turystyczną, ruchem turystycznym, a także na maksymalizowaniu korzyści związanych z funkcjonowaniem branży turystycznej dla konkretnego obszaru z uwzględnieniem jego uwarunkowań;
- społeczne i demograficzne: dotyczą otwartości lokalnej społeczności na turystów, cech charakterystycznych ich struktury itp.;
- kulturowe: wiążą się z tradycją, zachowaną unikatowością regionalną obszarów recepcyjnych;
- psychologiczne: dotyczą wizerunku określonego obszaru turystycznego w oczach stałych mieszkańców i potencjalnych turystów (Kaczmarek i wsp. 2005).

ŚWIERADÓW-ZDRÓJ NA MAPIE TURYSTYCZNEJ POLSKI

Uzdrowisko Świeradów-Zdrój jest obecnie niedużym ośrodkiem miejskim, zlokalizowanym w wymiarze fizycznogeograficznym na zboczach Wysokiego i Kamienieckiego Grzbietu jednostki określanej jako Góry Izerskie, będącymi najdalej wysuniętym na zachód fragmentem Sudetów. Miasto liczy 4,5 tys. stałych mieszkańców, leży w dolinie rzeki Kwisy. Najważniejsze walory turystyczne miasta dotyczą dużych różnic wysokości względnej, umożliwiającej rozwój turystyki narciarskiej, w tym tras biegowych. Atutem ośrodka są walory estetyczne miejscowego krajobrazu oraz należycie zagospodarowana przestrzeń turystyczna, przystosowana do wędrówek pieszych i rowerowych, a także rekreacji konnej. Dość dużo występuje tu walorów krajoznawczych, w tym zabytki materialne, do których należy zaliczyć Dom Zdrojowy, pozostałą zabudowę uzdrowską, miejscowe pensjonaty, a w okolicy schroniska górskie na Stoku Izerskim czy Chatkę Górzystów. Najważniejszym bogactwem naturalnym uzdrowiska jest miejscowy antropoklimat, określany jako wysokobodźcowy o charakterze zbliżonym do wysokogórskiego. W jego skład wchodzi czyste powietrze zawierające wysoki współczynnik leczniczego radonu, zasoby wód mineralnych i borowiny naskalne. Świeradów-Zdrój jest jednym z dwóch w Polsce oraz jednym z dwudziestu na kontynencie europejskim uzdrowisk radonowych. Miejscowe wody mineralne to szczawy alkaliczno-ziemno-żelaziste, których radoczynność umożliwia wykorzystywanie ich do spożywania, inhalacji oraz kąpeli. Efektem zażywania jest rozszerzenie naczyń skórnych, obniżenie ciśnienia tętniczego i napięcia mięśniowego oraz regulacja akcji serca. Świeradowskie wody mineralne przyczyniają się do pobudzania układu hormonalnego. Liczne atuty miejscowych zasobów mineralnych przyczyniły się do nadania miastu miana „Doliny Młodości” (Papaj 2011).

O ponadprzeciętnych leczniczych właściwościach zasobów mineralnych wiedzano już w XVII w., jednak dynamiczny rozwój uzdrowiska rozpoczął się dopiero u schyłku XVIII w. Rozwój uzdrowiska obserwowano również w XIX w., kiedy to sukcesywnie powstawały nowe obiekty zdrojowe i uzupełniające zagospodarowanie turystyczne. Liczbę 10 tys. kuracjuszy w skali roku przekroczono

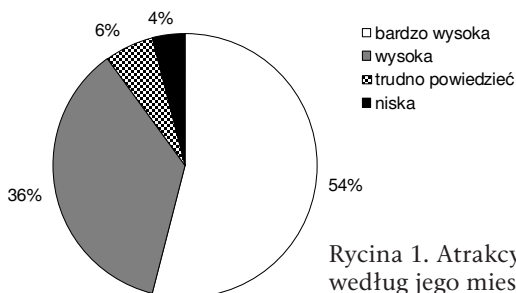
dopiero w pierwszej dekadzie XX w. Miasto w tym okresie rozwijało się jako ośrodek sportów zimowych, konkurując ze spopularyzowanymi ośrodkami w Karkonoszach (wówczas Górach Olbrzymich, niem. *Riesengebirge*). Wybudowano skocznię narciarską i tor saneczkowy, wyznaczono liczne szlaki biegowe i systematycznie powiększano bazę noclegową. W przededniu II wojny światowej istniały tu 23 restauracje, kawiarnie, gospody oraz wypożyczalnia samochodów (Papaj 2011).

W okresie powojennym uzdrowisko rozwijało się nadal, propagowano wtedy masową turystykę pod sztandarem Funduszu Wczasów Pracowniczych. Masowa eksploatacja turystyczna, ciągła amortyzacja miejscowej bazy turystycznej przyczyniły się do znacznej degradacji. Pierwsze lata po dokonaniu zmian transformacyjnych należy uznać dla uzdrowiska za trudne. Mimo ciągłego napływu kuracjuszy Przedsiębiorstwo Uzdrowiskowe Świeradów – Czerniawa wykazywało straty finansowe w działalności. Peryferyzacja ośrodka w wyniku likwidacji połączeń kolejowych przyczyniła się do zmniejszenia liczby turystów. W wymiarze destruktywnym zaznaczały się również postępująca likwidacja obiektów noclegowych zarządzanych przez FWP oraz konieczność inwestowania w infrastrukturę narciarską. Ożywienie funkcji turystycznych zaczęło dostrzegać dopiero u schyłku XX stulecia, gdy miasto zostało odkryte przez turystów, kuracjuszy zagranicznych, przede wszystkim z Niemiec. Postępująca restrukturyzacja, liczne inwestycje i nowe kontakty biznesowe stały się podstawą coraz szerszej współpracy z touroperatorami. Znacznie zmieniła się struktura miejscowej bazy noclegowej. W pejzażu miasta dominują hotele, pensjonaty, ośrodki wypoczynkowe oraz obiekty uzdrowiskowe, zmienił się charakter ruchu turystycznego. Żadna dolnośląska miejscowość uzdrowiskowa nie może poszczycić się tak znacznym napływem turystów zagranicznych.

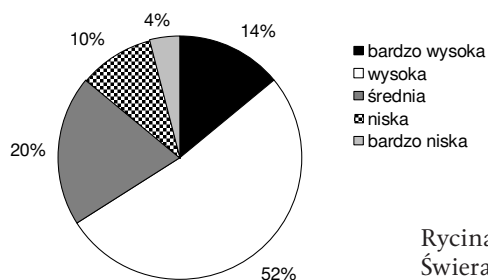
OCENA POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO ŚWIERADOWA-ZDROJU WEDŁUG JEGO MIESZKAŃCÓW

Mieszkańcy Świeradowa-Zdroju atrakcyjność turystyczną ocenili zdecydowanie pozytywnie (ryc. 1).

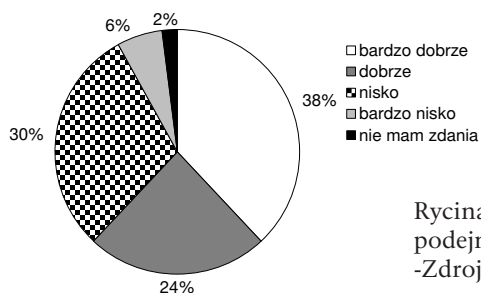
Na podstawie analizy wyników stwierdzono, że mieszkańcy atrakcyjność miasta ocenili bardzo wysoko (54%) i wysoko (36%), a jedynie 4% nisko. Spośród respondentów 6% nie wyraziło w tej kwestii opinii.



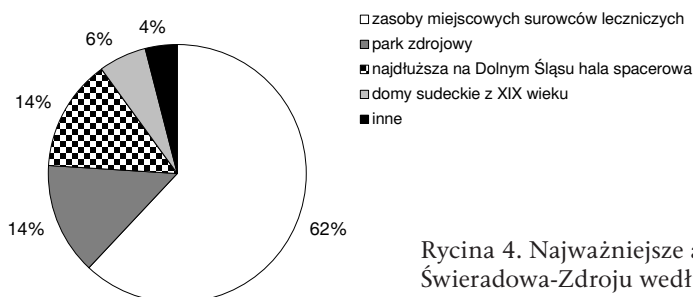
Rycina 1. Atrakcyjność turystyczna Świeradowa-Zdroju według jego mieszkańców



Rycina 2. Stan i jakość bazy noclegowej Świeradowa-Zdroju według respondentów



Rycina 3. Skuteczność działań marketingowych podejmowanych przez samorząd Świeradowa-Zdroju według jego mieszkańców



Rycina 4. Najważniejsze atrakcje turystyczne Świeradowa-Zdroju według respondentów

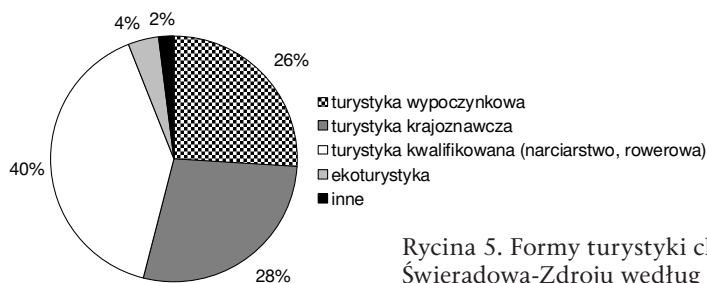
Odpowiadając na drugie pytanie, ankietowani wypowiedzieli się na temat stanu miejscowej bazy noclegowej (ryc. 2).

Jakość miejscowej bazy noclegowej według mieszkańców kształtuje się na poziomie wysokim (52% wskazań) lub średnim (20%). Bardzo wysoką jakość wskazało 14% ankietowanych, natomiast bardzo niską – 4%.

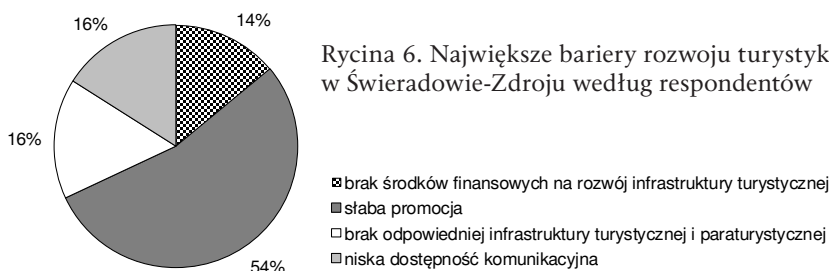
Odpowiadając na pytanie trzecie, respondenci poddali weryfikacji skuteczność działań promocyjnych potencjału turystycznego Świeradowa-Zdroju realizowanych przez lokalny samorząd (ryc. 3).

Efektywność promocyjną samorządu Świeradowa-Zdroju ankietowani określili jako bardzo dobrą (38% wskazań) i dobrą (24% wskazań). Co trzeci respondent uważał, że jest ona niska (30%), 6% badanych uznało ją za bardzo niską, a 2% nie wyraziło zdania.

Odpowiadając na pytanie czwarte, ankietowani wskazali najważniejsze atrakcje Świeradowa-Zdroju (ryc. 4).



Rycina 5. Formy turystyki charakterystyczne dla Świeradowa-Zdroju według jego mieszkańców



Rycina 6. Największe bariery rozwoju turystyki w Świeradowie-Zdroju według respondentów

Największą atrakcją turystyczną miasta według ankietowanych są zasoby miejscowych surowców leczniczych, dzięki którym miasto zyskało status uzdrowiska (62% wskazań). Walory Parku Zdrojowego oraz najdłuższą na Dolnym Śląsku halę spacerową doceniło po 14% badanych. Pozostali wskazali domy sudeckie z XIX w. oraz kolej gondolową – odpowiednio 6% i 4%.

Na rycinie 5 przedstawiono najbardziej popularne formy turystyki na terenie Świeradowa-Zdroju i jego okolic według respondentów.

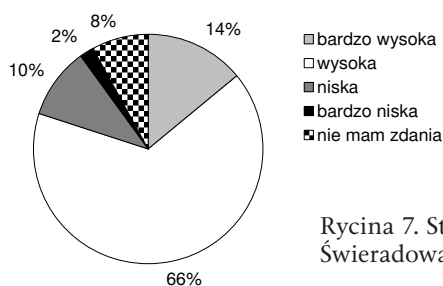
Zdaniem respondentów lokalne warunki miasta i okolicy najbardziej sprzyjają turystyce kwalifikowanej, przede wszystkim narciarstwu i turystyce rowerowej (40% wskazań), turystyce wypoczynkowej (26%) oraz krajoznawczej (28%). Nieliczni ankietowani wskazali ekoturystykę (4%) i wspinaczkę skałkową (2%).

Wśród barier rozwoju turystyki badani wymienili:

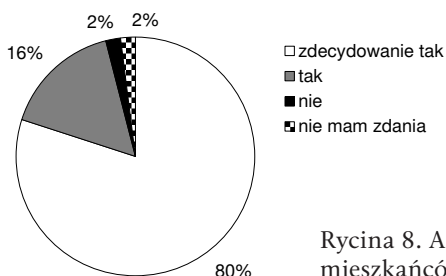
- słabą promocję (54% wskazań),
- brak odpowiedniej infrastruktury turystycznej i paraturystycznej (16% wskazań),
- niską dostępność komunikacyjną oraz brak środków finansowych na rozwój infrastruktury turystycznej (odpowiednio 16% i 14% wskazań) (ryc. 6).

Odpowiadając na pytanie siódme, ankietowani ocenili stan i jakość zagospodarowania turystycznego Świeradowa-Zdroju w ujęciu globalnym (ryc. 7).

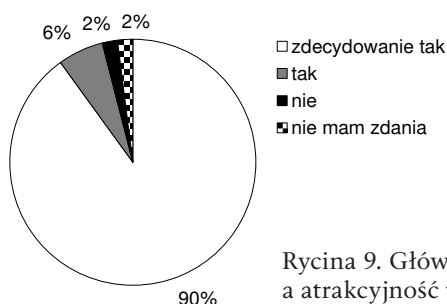
Otrzymane wyniki pozwalają wnioskować, że według mieszkańców stan i jakość zagospodarowania turystycznego miasta kształtowały się na poziomie wysokim (66% wskazań). W pozostałym zakresie procent wskazań okazał się nieznaczny ze względu na to, że ocena 14% badanych była bardzo wysoka, 10% – niska, 2% – bardzo niska, a 8% ankietowanych nie wyraziło zdania.



Rycina 7. Stan i jakość zagospodarowania turystycznego Świeradowa-Zdroju według jego mieszkańców



Rycina 8. Adekwatność sloganu miasta według jego mieszkańców



Rycina 9. Główny Szlak Sudecki im. Mieczysława Orłowicza a atrakcyjność turystyczna Świeradowa-Zdroju

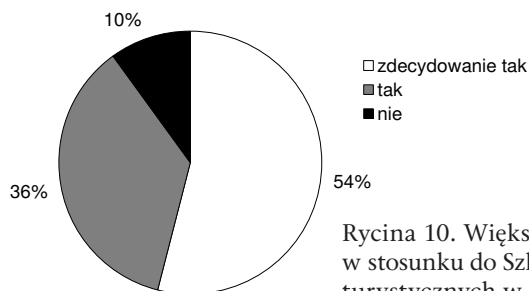
Odpowiadając na pytanie ósme, respondenci wyrazili opinię na temat tego, czy miano „perła uzdrowisk dolnośląskich” przypisywana miastu oddaje w pełni jego charakter i buduje prestiż (ryc. 8).

Otrzymane odpowiedzi nie pozostawiają wątpliwości, że powyższe miano odpowiada charakterowi miasta i pomaga w budowaniu wizerunku Świeradowa-Zdroju (80% wskazań: „zdecydowanie tak”, 16% wskazań: „tak”).

Kolejne pytanie dotyczyło tego, czy Główny Szlak Sudecki im. Mieczysława Orłowicza zwiększa atrakcyjność turystyczną miasta (ryc. 9).

Według mieszkańców Główny Szlak Sudecki im. Mieczysława Orłowicza przyczynia się do wzrostu atrakcyjności Świeradowa-Zdroju (90% wskazań: zdecydowanie tak, 6%: tak).

Udzielając odpowiedzi na pytanie dziesiąte, ankietowani wyrazili swoje zdanie na temat tego, czy Świeradów-Zdrój jest ważniejszym ośrodkiem rozpoczynania peregrynacji turystycznych w Górach Izerskich niż konkurencyjna Szklarska Poręba (ryc. 10).



Rycina 10. Większa atrakcyjność Świeradowa-Zdroju w stosunku do Szklarskiej Poręby w zakresie peregrynacji turystycznych w Góry Izerskie

Według mieszkańców Świeradowa-Zdroju pozycja miasta w stosunku do Szklarskiej Poręby w tym zakresie była korzystniejsza: spośród wskazań 54%: zdecydowanie tak, 36%: tak. Przeciwnego zdania było jedynie 10% ankietowanych.

WNIOSKI

Obserwowany rozwój różnorodnych form turystyki determinuje występowanie całej gamy konsekwencji związanych ze sferą ekonomiczną. Turystykę zalicza się do sektora, który corocznie nabiera istotniejszego znaczenia w zakresie generowania coraz większych wpływów do budżetu. Polskie górskie samorządy terytorialne w turystyce upatrują kluczowego kierunku rozwoju często w wymiarze strategicznym. Miasto, samorząd Świeradowa-Zdroju ma warunki w postaci potencjału produktu turystycznego, a dzięki nowoczesnemu zarządzaniu rozwojem oraz zintensyfikowanym działaniom promocyjnym może stać się miastem o jednej z najsilniejszych marek uzdrowiskowych kraju. Konieczne wydaje się prowadzenie racjonalnej polityki turystycznej karkonoskich ośrodków recepcji charakteryzujących się znaczną komercjalizacją usług turystycznych. Świeradów-Zdrój stanowi główny ośrodek Gór Izerskich, zachowując jednocześnie klimat uzdrowiska. Umiejętna promocja atrakcji turystycznych miasta oraz usuwanie barier rozwoju turystyki umożliwią łatwiejsze rozpoczynanie i finalizowanie aktywności turystycznej i rekreacyjnej w tym regionie Sudetów. Koncepcja rozwoju miasta powinna opierać się na współpracy między miastami i gminami, które mają długą i bogatą tradycję jako miejscowości turystyczno-uzdrowiskowe. Powinny zjednoczyć siły w obronie wspólnych interesów w stosunku do miejscowości po drugiej stronie granicy.

Wyniki analizy potencjału turystycznego Świeradowa-Zdroju pozwalają określić optymalne kierunki rozwoju związane z aktywnym i biernym wypoczynkiem oraz zdrowiem turystów. Dzięki uzdrowiskowemu, sanatoryjnemu charakterowi miasta, możliwości korzystania z bazy odnowy biologicznej, rozwojowi bazy rekreacyjno-turystycznej, przy wsparciu i pozytywnym nastawieniu mieszkańców do działań samorządu, można optymistycznie prognozować przyszłość miasta i wzrost liczby entuzjastów oraz oczekiwać wielu korzystnych zmian dla turystów.

ANEKS

Potencjał turystyczny uzdrowiska Świeradów-Zdrój według jego mieszkańców

Ankieta opracowana w celu zebrania niezbędnych informacji dotyczących potencjału turystycznego Świeradowa-Zdroju. Proszę o wypełnienie anonimowego kwestionariusza i wybranie wariantu odpowiedzi przez wstawienie znaku X w wyznaczonym polu.

1. Jak ocenia Pan/Pani atrakcyjność turystyczną uzdrowiska Świeradów-Zdrój?
 - ☐ bardzo wysoko
 - ☐ wysoko
 - ☐ trudno powiedzieć
 - ☐ nisko
 - ☐ bardzo nisko
2. Jak ocenia Pan/Pani stan lokalnej bazy noclegowej?
 - ☐ bardzo wysoko
 - ☐ wysoko
 - ☐ średnio
 - ☐ nisko
 - ☐ bardzo nisko
3. Jak ocenia Pan/Pani działania promocyjne miasta Świeradów-Zdrój w zakresie turystyki?
 - ☐ bardzo dobrze
 - ☐ dobrze
 - ☐ nisko
 - ☐ bardzo nisko
 - ☐ nie mam zdania
4. Proszę określić najważniejsze, Pana/Pani zdaniem, atrakcje turystyczne uzdrowiska Świeradów-Zdrój (*proszę wybrać z ogółu odpowiedzi 2 warianty*):
 - ☐ położenie miasta w Górach Izerskich
 - ☐ zasoby miejscowych surowców leczniczych
 - ☐ park zdrojowy
 - ☐ najdłuższa na Dolnym Śląsku hala spacerowa
 - ☐ domy sudeckie z XIX w.
 - ☐ inne, jakie
5. Jakie, według Pana/Pani, formy turystyki są najbardziej odpowiednie dla walorów Świeradowa-Zdroju i okolic? (*możliwe 3 rodzaje wskazań*):
 - ☐ turystyka wypoczynkowa
 - ☐ turystyka krajoznawcza
 - ☐ turystyka kwalifikowana (narcciarstwo, rowerowa)
 - ☐ ekoturystyka
 - ☐ inne, jakie
6. Jakie, według Pana/Pani, są największe bariery rozwoju turystyki miasta?
 - ☐ złe zarządzanie miastem i gminą
 - ☐ brak środków finansowych na rozwój infrastruktury turystycznej
 - ☐ słaba promocja
 - ☐ brak odpowiedniej infrastruktury turystycznej i paraturystycznej
 - ☐ niska dostępność komunikacyjna

7. Jak ocenia Pan/Pani stan i jakość miejscowego zagospodarowania turystycznego?
- ☐ bardzo wysoko
 - ☐ wysoko
 - ☐ nisko
 - ☐ bardzo nisko
 - ☐ nie mam zdania
8. Czy miano „perła uzdrowisk dolnośląskich” jest adekwatne, oddaje charakter miasta?
- ☐ zdecydowanie tak
 - ☐ tak
 - ☐ nie
 - ☐ zdecydowanie nie
 - ☐ nie mam zdania
9. Czy uważa Pan/Pani, że Główny Szlak Sudecki im. Mieczysława Orłowicza zwiększa atrakcyjność turystyczną miasta?
- ☐ zdecydowanie tak
 - ☐ tak
 - ☐ nie
 - ☐ zdecydowanie nie
 - ☐ nie mam zdania
10. Czy, według Pana/Pani, Świeradów-Zdrój jest atrakcyjniejszą niż Szklarska Poręba miejscowością wypadową w Góry Izerskie?
- ☐ zdecydowanie tak
 - ☐ tak
 - ☐ nie
 - ☐ zdecydowanie nie
 - ☐ nie mam zdania
11. Płeć:
- ☐ kobieta
 - ☐ mężczyzna
12. Wykształcenie:
- ☐ wyższe
 - ☐ średnie
 - ☐ zasadnicze zawodowe
 - ☐ podstawowe

BIBLIOGRAFIA

- Gaworecki W.W. (2006) Turystyka jako czynnik kształtowania gospodarki regionalnej (możliwości i uwarunkowania). [W:] A. Dąbrowski, R. Rowiński R. (red.), Strategia Rozwoju Turystyki na lata 2007–2013. Założenia teoretyczne jako inspiracja dla praktyki. AWF, Warszawa, 50.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. (2005) Produkt turystyczny. PWE, Warszawa.
- Kornak A., Rapacz A. (2001) Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie. AE, Wrocław.
- Meyer B. (2004) Turystyka jako ekonomiczny czynnik kształtowania przestrzeni. WNUS, Szczecin.
- Papaj M. (2011) Przewodnik Czarniawa-Zdrój, Świeradów-Zdrój. Plan, Jelenia Góra.

HENRYK LEGIENIS

Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie

FUNKCJONOWANIE SCHRONISK ORAZ OBSŁUGI PRZEWODNICKIEJ W WYSOKICH ALPACH

Abstract

The functioning of mountain huts and guide service in the high Alps

In the introduction, the paper outlines the highest parts of the Western Alps, and particularly the Monte Rosa massif situated on the junction of three countries. Then, author presents his own trekking division of mountainous regions in the world based on the degree of difficulty of climbing without using very advanced climbing equipment. The paper presents also the specificity of mountain huts and refuges in term of three main aspects, that is accessibility by means of transport, location altitude, technical standard (the last project) and conclusions regarding their functionality. In the last part, the focus is on the activity of mountain guiding services in this region, its organizational characteristics, prices and their relations to the clients, which author knows largely firsthand being an organizer of numerous mountain expeditions in the highest alpine areas.

Key words: Alps, Monte Rosa, huts, guide service

WPROWADZENIE

Na początku niniejszej pracy autor chciałby podkreślić wagę turystyki i rekreacji dla współczesnego człowieka. O ich ogromnym znaczeniu najlepiej świadczy to, że w krajach wysoko rozwiniętych działalność w tych dziedzinach jest już zaliczana do podstawowych potrzeb człowieka, czyli takich samych jak jedzenie i spanie. W dobie bardzo szybkiego rozwoju cywilizacyjno-gospodarczego i związanego z tym stresu oraz braku wystarczającej ilości ruchu działania związane z rekreacją fizyczną nabierają coraz większego znaczenia. W tym miejscu warto zacytować kilka istotnych uwag naukowców zajmujących się powyższą problematyką. „Kultura fizyczna we współczesnej społeczności [...] stanowi zespół biologicznych, społecznych i organizacyjnych oddziaływań i poczynąń ukierunkowanych na wykorzystanie różnych form i rodzajów ruchowej aktywności człowieka dla uzyskania określonych efektów w działalności zawodowej (w optymalizacji różnych czynności produkcyjnych), w uzyskiwaniu wyników sportowych, dla usprawnienia ruchowego, a także dla uzyskiwania sił i twórczych zdolności człowieka. Jawi się zatem kultura fizyczna w postaci złożonego zjawiska społecznego o różnorodnych uwarunkowaniach, o szerokim zakresie działania” (Drozdowski 2000, s. 11). Należy również pamiętać o ciągle potęgującym się problemie ludzi starych, którym bardzo ciężko jest się zaadaptować do tak szybko zmieniającego się świata, nastawionego głównie na młodych i przedsiębiorczych ludzi, często nieposiadających żadnych zahamowań natury moralnej. I w tym przypadku warto przytoczyć adekwatny cytat: „Człowiek stary, pozbawiony pracy zawodowej i uwolniony

od obowiązków rodzinnych, coraz częściej ujawnia chęć rozbicia monotonii i beczynności towarzyszących temu etapowi jego życia. Uważa się, że rekreacyjna aktywność ruchowa jest w tym przypadku uniwersalnym środkiem pozwalającym spowolnić redukcję osobistych możliwości człowieka starszego, zarówno w zakresie jego możliwości fizycznych, jak i poczucia własnej wartości i stosunków międzyludzkich” (Toczek-Werner 2000, s. 145). Góry będące jednym z najwspanialszych środowisk przyrodniczych są jak najbardziej polecane do uprawiania różnych form sportu i rekreacji ruchowej dla ludzi ze wszystkich kategorii wiekowych.

CEL PRACY

Celem opracowania jest przybliżenie problematyki trekkingu wysokogórskiego oparte na charakterystyce modelowej możliwości tego trekkingu w różnych systemach górskich, a także na charakterystyce i specyfice oraz sposobie funkcjonowania wysoko położonych schronisk alpejskich, na przykładzie kilku wybranych obiektów. Ponadto zamierzeniem autora było scharakteryzowanie obsługi przewodnickiej na wyżej wymienionym terenie, głównie w aspektach:

- kultury obsługi,
- profesjonalności przewodników,
- ceny,
- zasad użytkowania podstawowego sprzętu.

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

W pracy zastosowano metodę opisową w formie analizy elementarnej. Przy pisaniu niniejszej pracy wykorzystano takie materiały, jak: przewodniki górskie, podręczniki akademickie oraz strony internetowe poszczególnych schronisk i biur obsługi przewodnickiej, a także własne obserwacje i spostrzeżenia autora.

PRÓBA DELIMITACJI TREKKINGOWEJ OBSZARÓW GÓRSKICH W ZALEŻNOŚCI OD ICH WYSOKOŚCI NAD POZIOMEM MORZA

Pisząc niniejszą pracę, autor chciałby skorzystać ze sposobności przedstawienia w niej swojego rozumienia turystyki górskiej, ponieważ dochodzi tu, niestety, do wielu nieporozumień i często niewłaściwego pojmowania specyfiki i różnic zachodzących między różnymi jej formami. Niektórzy traktują pojęcie turystyki górskiej jako monolit, czyli że według nich wszystko jedno, w jakich górach się znajdujemy, tzn. niskich, średnich, wysokich czy bardzo wysokich, aby stwierdzić, że w każdym z tych przypadków można taki pobyt i działalność określić mianem turystyki górskiej. Według autora jest to nieporozumienie i należy wprowadzić bardziej szczegółowe pojęcia, które będą lepiej charakteryzowały określoną działalność górską oraz specyfikę zachowań i zagrożeń z tym związanych. Autor przyjął więc kilka według niego najważniejszych kryteriów, aby za ich pomocą dokonać określonego podziału taksonomicznego, a mianowicie:

- Turystyka górską niskich wysokości do 1500 m n.p.m. (turystyka górską spacerowa)

Ten typ turystyki górskiej charakteryzowałby się brakiem jakichkolwiek trudności w zdobywaniu określonych szczytów (oczywiście w grę wchodzi poruszanie się tylko po znakowanych szlakach turystycznych bez jakichkolwiek elementów wspinaczki skałkowej lub innych form alpinizmu). Tego typu turystyka górską byłaby dostępna dla wszystkich grup wiekowych, łącznie z bardzo małymi dziećmi w nosidełkach, a także seniorami w zaawansowanym wieku emerytalnym oraz osobami niepełnosprawnymi.

Uwaga: powyższe nie dotyczy złodowaconych obszarów górskich, znajdujących się na dalekiej północy i trudno dostępnych, oraz formacji skalnych z powodu swojej budowy i struktury bardziej odpowiednich do wspinaczki skałkowej, a nie turystyki górskiej spacerowej.

- Turystyka w górach dość wysokich od 1501 do 2500 m n.p.m. (turystyka górską spacerowo-wspinaczkowa)

Tego typu turystyka górską charakteryzowałaby się pewnymi trudnościami w pokonywaniu większych stromizn, trawersów nad znacznymi ekspozycjami oraz wykorzystywaniem różnego rodzaju ułatwień technicznych na szlaku, takich jak drabinki, klamry i łańcuchy. W niektórych przypadkach mogłaby nawet mieć miejsce asekuracja liną z użyciem karabinków. Tego typu turystyka w zależności od stopnia trudności i wysokości nad poziomem morza byłaby dostępna dla młodzieży w wieku szkolnym, poruszających się pod opieką przewodnika górskiego, oraz osób w wieku dojrzałym i emerytalnym mniej zaawansowanym, czyli raczej do 70+ (oczywiście mogłyby się zdarzać wyjątki). Również tego przypadku dotyczy uwaga, którą zamieszczono w poprzedniej grupie górskiej.

- Turystyka górską w górach wysokich od 2501 do 3500 m n.p.m. (turystyka górską wspinaczkowa)

Ta forma turystyki górskiej charakteryzuje się, według autora, zróżnicowanymi trudnościami wspinaczkowymi – od wejść łatwych po średnio trudne i trudne, co często nie przekłada się na ich wysokość nad poziomem morza. I tak, do góry łatwej można by zaliczyć najwyższą górę w paśmie Sierra Nevada w Hiszpanii, czyli Mulhacen (3480 m n.p.m.), a do trudnej dużo niższy Triglav w Alpach Julijskich w Słowenii. Jako górę średnio trudną można by natomiast uznać Gerlach w Słowackich Tatrach. Ponadto do kategorii łatwych, średnio trudnych i trudnych można byłoby zaliczyć znaczną liczbę wierzchołków na terenie całego łańcucha Alp, znajdujących się w tym przedziale wysokości. Góry tego typu są, według autora, dostępne dla starszej młodzieży, dorosłych i seniorów w wieku emerytalnym.

Uwaga: autor, omawiając tę formę turystyki górskiej, nie bierze pod uwagę ścian wspinaczkowych i różnych innych trudnych do pokonania przejść. Charakterystyka tej formy turystyki górskiej dotyczy jedynie wejść typowo turystycznych, bez używania bardziej zaawansowanego sprzętu wspinaczkowego.

- Turystyka w górach wysokich i złodowaconych od 3501 do 5501 m n.p.m. (trudna turystyka górską wspinaczkowa)

W przypadku turystyki w tego typu górach należy stwierdzić, że charakteryzuje się ona jeszcze większymi trudnościami wchodzenia i wspinaczki, ponieważ – po pierwsze – tak znaczna wysokość zmniejsza wydolność organizmu, a po drugie – występuje tutaj konieczność używania prostego sprzętu wspinaczkowego, czyli lin, uprząży i raków. Ogólnie w tych warunkach i w tego typu terenie dochodzi jeszcze problematyka aklimatyzacji, czyli niemożność bezpośredniego atakowania szczytu z tzw. marszu. W zależności od atakowanej wysokości winna ona wynieść od 2 do 3 dni przebywania na wysokości najlepiej ponad 2 lub 3 tysiące metrów nad poziomem morza. Ponadto na terenie lodowcowym pogarszają się warunki bezpieczeństwa i istnieje, niestety, pewne niebezpieczeństwo związane ze szczelinami lodowcowymi, serakami i lawinami śnieżno-lodowymi. Przykładami tego typu gór mogą być Mont Blanc w Alpach Zachodnich (4810 m n.p.m.) lub Margarita w Górach Księżycowych w Ugandzie (5107 m n.p.m.) (Cichy 2010). Uwaga: podobnie jak w poprzedniej grupie górskiej warunki uprawiania turystyki górskiej mogą być bardzo zróżnicowane w zależności od położenia na określonej szerokości geograficznej oraz stopnia złodowacenia lub jego braku. Góry tego typu mogą być dostępne dla starszej młodzieży, dorosłych oraz seniorów w wieku emerytalnym, ale przed udaniem się w tak wymagający teren zalecane jest przeprowadzenie właściwych badań lekarskich (np. echo serca i próba wysiłkowa EKG).

- Turystyka w górach bardzo wysokich od 5501 do 7000 m n.p.m. (bardzo trudna wspinaczkowa turystyka górską)

Ta forma turystyki górskiej charakteryzuje się ogólnie bardzo dużymi trudnościami wspinaczkowymi, ale bywają tu pewne odstępstwa od powyższego, np. szczyt Kilimandżaro (5895 m n.p.m.) położony jest w gorącej części Afryki i z tego względu łatwiej dostępny – brak dużych złodowaceń. Ponadto ze względu na ogromną popularność tego szczytu istnieje tu dobra infrastruktura turystyczna w postaci obiektów noclegowych na określonych etapach wchodzenia. Większość szczytów tej wysokości jest już, niestety, albo bardzo trudno dostępna, tzn. można na nie wejść tylko przy użyciu zaawansowanego sprzętu wspinaczkowego, albo położona w trudno dostępnych lub niebezpiecznych rejonach. Jako przykłady takich gór można wymienić niższe szczyty w Hindukuszu, Transhimalajach bądź w Górach Świętego Eliasza na pograniczu Kanady i USA. Największe możliwości wejść na tego typu szczyty mamy w Andach, gdzie jest pewna liczba „stosunkowo łatwych” jak na tę wysokość szczytów. Według jednego z przewodników książkowych w Andach znajduje się 320 „łatwych” i trudnych szczytów dochodzących do 7000 m n.p.m. (Biggar 2012). Przykładami „stosunkowo łatwych” jak na tę wysokość szczytów są Huayna Potosi (6088 m n.p.m.), gdzie taksówką można dojechać na wysokość 4700 m n.p.m. i w trzy godziny dojść do schroniska położonego na wysokości 5130 m n.p.m. Oczywiście przy takich wysokościach, a w szczególności z noclegiem na

wysokości ponad 5000 m n.p.m., niezbędna jest dłuższa aklimatyzacja – już nawet w schroniskach alpejskich na wysokościach powyżej 3500 m n.p.m. można odczuwać podczas noclegu symptomy choroby górskiej, objawiające się silnym bólem głowy (Cichy 2010). Podobna skala trudności dotyczy również szczytu Chahania (6075 m n.p.m.) w Peru, którą w tym przypadku można porównać z podobnym stopniem trudności jak wejście na Kilimandżaro. Najbardziej ekstremalnym przykładem szczytów z tej grupy wysokościowej jest najwyższy wulkan świata, czyli Ojos del Salado, znajdujący się na pograniczu Chile i Argentyny z bazą przystankową Arenal. Góra ta ma wysokość zbliżoną do 7000 m n.p.m. (6893 m n.p.m.) i można ją uznać za jeden z nielicznych krańcowych wyczynów wspinaczki trekkingowej na świecie (www.jedziemy-dookola.pl 2013). Podobnie jak w górach wysokich i zlodowaconych, do wysokości 5500 m n.p.m., obowiązują tu podobne warunki przygotowań technicznych, aklimatyzacyjnych oraz selekcji osób biorących udział w wspinaczce i wynikających z tego zagrożeń, które są tutaj proporcjonalnie wyższe. Biorąc to wszystko pod uwagę, można powiedzieć, że mogą być one dostępne dla starszej młodzieży, dorosłych oraz emerytów o bardzo dobrej kondycji fizycznej i psychicznej. W tym przypadku należy wykonać obowiązkowe badania wydolności organizmu przed wyprawą.

- Góry bardzo wysokie i bardzo zlodowaczone od 7001 do 8848 m n.p.m. (ekstremalna wspinaczkowa turystyka wysokogórska)

Tego typu góry ogólnie nie nadają się już do wspinaczki typu trekkingowego, czyli bez używania bardziej zaawansowanego sprzętu wspinaczkowego, takiego jak haki, śruby lodowe, drabinki lodowe, butle tlenowe, czekany itp. Na tych wysokościach i w panujących tu warunkach klimatycznych mamy do czynienia wyłącznie ze środowiskiem przyrodniczym ekstremalnym, które charakteryzuje się takimi czynnikami, jak:

- bardzo mała ilość tlenu w powietrzu,
- częste i bardzo groźne załamania pogody,
- bardzo duże zagrożenia ze strony szczelin lodowcowych,
- lawiny śnieżne, kamienne oraz obrywy seraków,
- ekstremalnie niskie temperatury,
- bardzo silne wiatry huraganowe,
- pewne przy dłuższych pobytach na tej wysokości różne symptomy choroby wysokogórskiej, objawiające się silnym bólem głowy, nudnościami, a nawet w niektórych przypadkach zgonem uczestników tych wypraw z powodu obrzęku płuc lub obrzęku mózgu.

Uczestnikami takich wypraw nie mogą już być przygodni turyści i miłośnicy gór, ale profesjonaliści posiadający odpowiednie możliwości fizyczne i psychiczne do tego typu wspinaczki. Zdarzają się jednak – nawet przy takich wysokościach – pewne możliwości dla nieprofesjonalistów lub osób w podeszłym wieku, ale od razu trzeba zaznaczyć, że muszą się oni tak czy inaczej poruszać w gronie profesjonalistów i być objęci ich jak najlepszą opieką. Jedną z nielicznych możliwości zdobycia przez nieprofesjonalistów szczytu

góry przekraczającego 7000 m n.p.m. jest Musztagh Ata położony w Chinach Zachodnich w Kaszgarze w masywie Kunlun, od północy ograniczonym przez masyw Pamiru, a od południa przez pustynię Takla Makan. Szczyt ten jest powszechnie uważany za najłatwiejszy do wejścia spośród pięćdziesięciu innych przekraczających 7000 m n.p.m. i uznawany za najłatwiejszy technicznie siedmiotysięcznik. Oczywiście osoby, które odważą się wziąć udział w takiej profesjonalnej wyprawie, bez odpowiedniego stażu wysoko-górskiego i umiejętności radzenia sobie w ekstremalnych warunkach, muszą obowiązkowo przejść określone badania lekarskie i ewentualnie psychologiczne oraz zdawać sobie sprawę z niebezpieczeństw związanych z przebywaniem w tak ekstremalnych warunkach (www.annapurna.pl).

ALPY – PODZIAŁ GEOGRAFICZNY I OCHRONA ŚRODOWISKA

Alpy są najpotężniejszym pasmem górskim w Europie niemającym wręcz żadnego porównania z wszystkimi innymi pasmami góorskimi na tym kontynencie, szczególnie pod względem wysokości nad poziomem morza. Góry te ciągną się łukiem od wybrzeży Morza Śródziemnego po Dolinę Dunaju w okolicach Wiednia i są położone na terenie kilku państw, a mianowicie Francji, Szwajcarii, Włoch, Liechtensteinu, Austrii, Niemiec oraz Słowenii. Najwyższym szczytem Alp jest Mont Blanc (Monte Bianco) na pograniczu Francji i Włoch, którego wysokość wynosi 4810 m n.p.m. Podział geograficzny Alp jest następujący:

Alpy Wschodnie

- Centralne Alpy Wschodnie
- Alpy Retyckie,
- Alpy Bergamskie,
- Alpy Sztubajskie,
- Wysokie Taury,
- Niskie Taury,
- Alpy Tuxertalskie,
- Alpy Zillertalskie,
- Alpy Noryckie,
- Alpy Kitzbuhelskie.

Północne Alpy Wapienne

- Alpy Bawarskie,
- Alpy Styryjsko-Dolnoaustriackie,
- Alpy Górnoaustriackie,
- Alpy Lechtalskie,
- Alpy Salzburskie.

Południowe Alpy Wapienne

- Dolomity,
- Alpy Karnickie,
- Karawanki,
- Alpy Julijskie,
- Alpy Damnickie,

- Pohorje,
- Alpy Gaitalskie,
- Alpy Fleinstalskie,
- Alpy Wizentyńskie,
- Prealpi Gardesane.

Alpy Zachodnie

- Północne Alpy Zachodnie
- Alpy Grackie,
- Alpy Pennińskie,
- Alpy Leopontyńskie,
- Alpy Berneńskie,
- Alpy Glarneńskie,
- Prealpy Sabaudzkie,
- Prealpy Lubańskie,
- Prealpy Szwajcarskie.

Południowe Alpy Zachodnie

- Alpy Liguryjskie,
- Alpy Nadmorskie,
- Alpy Prowansalskie,
- Alpy Kotyjskie,
- Alpy Delfinacie,
- Prealpy Delfinacie.

Alpy Pennińskie to inaczej Alpy Walijskie, czyli pasmo górskie w Alpach Zachodnich, w którego obrębie znajduje się najpotężniejszy masyw alpejski, czyli Monte Rosa. W granicach tego masywu występuje piętnaście czterotysięczników z najwyższym Dufourspitze – drugą co do wysokości górą Alp (4634 m n.p.m.). W rejonie masywu znajduje się ponad 20 różnego rodzaju schronisk i biwaków, co świadczy o bardzo dobrze rozwiniętej infrastrukturze turystycznej (www.Wikipedia.org 2014). Omawiając turystykę wysokogórską w Alpach, warto przypomnieć, że najstarszym na świecie klubem alpinistycznym jest brytyjski Alpinie Club. Założony w 1857 r. z inicjatywy Williama Mathewsa w porozumieniu z Edwardem Shirleyem Kennedym i ukonstytuowany w grudniu tegoż roku w Londynie (liczył wtedy 11 członków) (<http://www.alpine-club.org.uk/>). Warto również dodać kilka słów o Alpejskiej konwencji, czyli Porozumieniu w sprawie ochrony Alp, podpisanej w listopadzie 1991 r. przez ministrów ochrony środowiska naturalnego siedmiu krajów alpejskich i Komisarza ds. Ochrony Środowiska UE. Celem konwencji jest utrzymanie pierwotnego charakteru i ochrona naturalnego środowiska obszaru alpejskiego oraz zapewnienie równego poziomu życia wszystkich mieszkańców Alp z zachowaniem i kultywowaniem regionalnych różnorodności. W porozumieniu tym opracowano szczegółowe protokoły, dotyczące m.in. turystyki alpejskiej, komunikacji, lasów górskich oraz ochrony przyrody (Stauffer 1994).

RODZAJE WSPINACZKI, DZIAŁALNOŚĆ STATUTOWA W ZAKRESIE WSPINACZKI PZA ORAZ POJĘCIE TREKKINGU

Na terenie całego łańcucha alpejskiego można uprawiać różne formy turystyki górskiej i wysokogórskiej. Termin wspinaczka określa przemieszczanie się po stromym terenie wzgórz, skały czy sztucznej ściany, które wymaga zaangażowania rąk do utrzymania równowagi. Wyróżnia się wspinaczkę górską w warunkach łatwych oraz wspinaczkę wysokogórską w trudnych warunkach, w śniegu i lodzie. Specyficzną formą wspinaczki jest himalaizm klasyczny (letni) oraz himalaizm zimowy (ekstremalny), który poza normalnymi cechami, czyli wspinaniem się w śniegu i lodzie, dodatkowo charakteryzuje się brakiem stałej bazy turystycznej w postaci schronisk oraz kolejek linowych i zębatych terenowych. Cechują go również długie drogi dojściowe, potrzeba zakładania kilku stacji pośrednich, trudności transportowe, trudności związane z wyżywieniem, bardzo dużymi wysokościami i problemami z aklimatyzacją, a także bardzo duże zagrożenia ze strony tutejszego środowiska przyrodniczego, czyli lawin, seraków i szczelin lodowcowych. Inną formą wspinaczki to wspinaczka skałkowa, czyli wspinanie się po skalistych zboczach z ryzykiem skalnych lawin lub odpadnięcia od ściany. Buldering to natomiast wspinaczka na różnego rodzaju sztucznych ściankach pochodzenia antropogenicznego, takich jak bunkry, wieżowce, obiekty przemysłowe itp. Jeszcze inną odmianą wspinaczki jest wspinaczka jaskiniowa (alpinizm jaskiniowy), czyli, jak sama nazwa wskazuje, penetrowanie trudnych obiektów jaskiniowych, niedostępnych dla zwykłych osób, lecz jedynie dla grona wysoko przeszkolonych osób będących profesjonalistami w tej dziedzinie, tzw. speleologów. Kolejna forma wspinaczki obejmuje warunki mieszane, a więc chodzenie po trasach skalistych i ośnieżonych oraz oblodzonych. Różnorodność warunków wymaga olbrzymich umiejętności i posiadania rozmaitego wspinaczkowego ekwipunku. Z tego względu ta forma alpinizmu wydaje się najtrudniejsza i wymaga od wspinaczy dużego doświadczenia oraz bardzo dobrej formy psychofizycznej. Ogólnie, wspinaczka wysokogórska, czyli alpinizm, jest to wspinaczka w górach średnich i wysokich i jest to najstarsza dyscyplina spośród pozostałych form turystyki górskiej. Synonimem alpinizmu w Polsce jest taternictwo (www.Wikipedia.org 2013). W Polskim Związku Alpinizmu (PZA) działania związane ze wspinaczką wysokogórską (alpinizmem) koordynuje Komisja Wspinaczki Wysokogórskiej PZA. Komisja ta wspiera przede wszystkim wyprawy i wyjazdy sportowe w góry wysokie i średnie. Od roku 2007 wspinaczka sportowa jest prezentowana przez IFSC (International Federation of Sport Climbing), powstałą przez wydzielenie się z UIAA. IFSC zostało powołane przez 48 związków narodowych, w tym z Polski. Nie zmienia to faktu, że cała współpraca międzynarodowa realizowana jest na podstawie Międzynarodowej Federacji Związków Alpinistycznych UIAA (www.pza.org.pl 2014).

Omawiając różne formy turystyki górskiej i wysokogórskiej, trudno nie wspomnieć o jednej z najciekawszych i najbardziej popularnych, a mianowicie o trekkingu, któremu autor poświęcił pierwszą część opracowania, przedstawiając

autorską próbę delimitacji trekkingowej obszarów górskich świata w zależności od wysokości nad poziomem morza i innych związanych z tym trudności. Przez pojęcie trekkingu rozumie się formę turystyki uprawianej w trudnych warunkach terenowych i klimatycznych. Wyróżnia się kilkanaście form trekkingu z najbardziej popularnym, tzw. klasycznym (górskim), będącym formą pośrednią między wspinaczką a turystyką pieszą. Termin trekking pochodzi od słowa *trek* używanego na południu Afryki, oznaczającego wędrówkę Burów w czasie zdobywania kolejnych ziem. W turystyce trekkingowej zaczął najpierw odnosić się do wędrówek pieszych w Himalajach nepalskich i indyjskich. Późniejsze formy trekkingu to:

- pustynny,
- tropikalny,
- lodowcowy,
- polarny,
- rzeczny,
- na bagnach,
- na wulkanach (Samwik 1987).

Dziesięć najpiękniejszych tras trekkingowych na świecie to:

- trekking wokół Annapurny;
- szlak Inków (Peru);
- GR 20 Francja, 168 km, na Korsyce (trudny), droga skalista i miejscami stroma;
- trekking do bazy pod Everestem na 5545 m n.p.m.;
- Torres del Paine w Patagonii (Chile) – jeden z najbardziej widokowych na świecie;
- szlak Routeburn – Nowa Zelandia, 32 km w trzy dni;
- Góry Siemen (Etiopia), z ewentualnym wejściem na Ras Dashen – 4620 m n.p.m., najwyższy szczyt Etiopii;
- Ladach i Zaskar (Indie), dwa tygodnie dawnym szlakiem karawan; trasa powyżej 4000 m n.p.m.;
- Narrows (USA) w Parku Narodowym Zion w Utah, 2,5 km w kanionie rzeki Virgin;
- Haute Route Chamonix – Zermatt (Francja – Szwajcaria) około dwa tygodnie na szlaku (www.podroze.gazeta.pl).

SPECYFIKA SCHRONISK WYSOKOGÓRSKICH W ALPACH

Specyfika schronisk alpejskich położonych w wyższych partiach tych gór różni się zdecydowanie od specyfiki schronisk górskich w innych łańcuchach górskich Europy. Zasadnicza różnica polega na tym, że wysoko położone schroniska górskie w Alpach są zlokalizowane na terenach lodowcowych i z tego względu są trudniej dostępne. W tym miejscu warto zacytować krótkie definicje najbardziej popularnych obiektów noclegowych zlokalizowanych na terenach górskich i wysokogórskich. Są to:

- schrony (szałasy) położone najwyżej, służące schronieniu się przed deszczem, śniegiem itp., zbudowane z drewna i kamieni, bez obsługi;

- schrony – schroniska posiadające kilka niezależnych pomieszczeń: do przygotowania posiłków, przechowywaniu plecaków itp. (pojemność obiektu: 5–15 miejsc noclegowych);
- schroniska wysokogórskie (mogą być otwarte sezonowo) posiadające stałą obsługę, budowane z materiałów tradycyjnych (pojemność obiektu: 15–30 miejsc noclegowych);
- schroniska – hotele górskie, otwarte przez cały rok, mają większą liczbę pomieszczeń funkcjonalnych i stały punkt gastronomiczny (pojemność obiektu: 15–100 miejsc noclegowych);
- hotele górskie (domy turysty) stanowiące ogniwo łączące schroniska – hotele górskie z hotelami; posiadają indywidualne węzły sanitarne w pokojach, dojazd kołowy, parking, zespół gastronomiczny na wyższym poziomie (pojemność obiektu: około 200 miejsc noclegowych).

Obiekty o lokalizacji grupowej, typu hotelowego:

- domy wczasowe o pojemności 100–150 miejsc noclegowych;
- hotele miejskie;
- hotele wczasowe (zasadnicza baza hotelowa), zróżnicowanej wielkości i o różnym standardzie: na 200–450 miejsc noclegowych (niższy standard usług), 500 miejsc i więcej (wyższy standard usług);
- pensjonaty prywatne, indywidualne domki rekreacyjne („drugie domy”) lub wielomieszkaniowe apartamenty.

Klasycznym przykładem modelowego rozwiązania programu usług oferowanych w górskich miejscowościach będących ośrodkami wypoczynku, np. w Alpach Szwajcarskich, jest:

- świadczenie usług noclegowych w hotelach, pensjonatach i pokojach gościnnych;
- świadczenie usług gastronomicznych – sklepy ogólnospożywcze, lokale gastronomiczne;
- świadczenie usług rekreacyjnych – zimowych, letnich i całorocznych wymagających urządzeń pozwalających uprawiać narciarstwo zjazdowe i inne liczne formy rekreacji (Płocka 2002).

FUNKCJA DOSTĘPNOŚCI KOMUNIKACYJNEJ, POŁOŻENIA NAD POZIOMEM MORZA ORAZ CENY POBYTÓW

Jak już wcześniej wspomniano, jedynym silnie zlodowaconym i bardzo wysokim jak na Europę pasmem górskim są Alpy, gdzie znajduje się największy górski lodowiec Europy. Położenie schronisk na obszarach zlodowaconych bardzo komplikuje kwestię ich dostępności komunikacyjnej. Ogólnie, największego znaczenia w tej sytuacji nabierają kolejki linowe, które są podstawowym elementem infrastruktury transportowej na tych terenach. Kolejki linowe pozwalają na dotarcie na znaczne wysokości, np. w miejscowości Alagna we Włoszech można dotrzeć na wysokość 3250 m n.p.m (Indren), a z miejscowości Zermatt w Szwajcarii najwyżej w Europie, bo aż na 3820 m n.p.m. (Klein Matterhorn). Niestety, podstawową wadą kolejek linowych w Alpach jest ich krótki okres pracy

w ciągu dnia – czyli czas pierwszego odjazdu w góry oraz czas ostatniego zjazdu z gór. Przykładowo, kolejka linowa na Klein Matterhorn ma pierwszy wyjazd w góry o godzinie 8.00, a kończy pracę o godzinie 16.00 – ostatni zjazd z gór. Jeszcze gorzej sytuacja wygląda w Alpach Sztubajskich w Austrii, gdzie kolejka zaczyna pracę o 8.45, a ostatni zjazd z gór następuje o godzinie 16.15. Nieco lepiej sprawa wygląda w Alpach Włoskich (Monte Rosa), w których pierwsza kolejka na Pianalunga oraz Salati i Indren rusza o godzinie 7.30, a jej ostatni zjazd następuje o 16.45 (www.katiraf.com 2013). Taki układ czasowy jest bardzo niekorzystny dla osób uprawiających alpinizm bądź trekking. W okresie letnim dzień jest bardzo długi i gdy nie przebywa się w schronisku, a jedynie w danej miejscowości alpejskiej, będącej centrum turystyki górskiej na danym terenie, każdemu zależy na jak najwcześniejszym wyjściu, ponieważ wiadomo, ile czasu zabiera podejście do każdej góry w terenie lodowcowym, a jeszcze bardziej gdy w planie wyprawy jest ich kilka w ciągu jednego dnia. Podobnie rzecz ma się z powrotem z gór, kiedy trzeba się bardzo śpieszyć, aby zdążyć na ostatni zjazd, co wymaga zmiany tempa marszu, a to przeczy zasadom poruszania się w górach. Drugim, niezbyt przyjemnym, elementem są ceny przejazdów, przykładowo na Klein Matterhorn wynosi ona 99 CHF, a na Indren we włoskiej Monte Rosie – 35 euro. W celu porównania wjazd kolejką szynową na Gornergrat w Szwajcarii kosztuje 82 CHF, a najwyżej w Europie wjeżdżająca kolejka szynowa na Jungfrau jest jeszcze droższa (www.alpinecenter-Zermatt.ch 2013). Osoby korzystające ze schronisk wysokogórskich nie muszą płacić codziennie za kolejki wysokogórskie, ale pobyt w tych schroniskach też nie jest tani. I tak, w Rifugio Mantova otwartym w 1984 r., a będącym własnością Alpine Guides of Gressoney i leżącym na wysokości 3498 m n.p.m. za sam nocleg płacimy 40 euro, a za half board alpine club members – 57 euro, śniadanie kosztuje 8 euro, zupa jarzynowa – 7 euro, woda mineralna półlitrowa – 2,50 euro, litr wina – 12 euro, małe piwo – 3 euro, duże – 3,50 euro. Inne przykłady cenowe: przewodnicy UIAGM płacą za half board 30 euro, a zwykli turyści w granicach 15% – za half board lub nocleg. W najbardziej popularnym tutejszym schronisku, Rifugio Gnifetti, za half board członkowie CIA płacą 60 euro, a pozostali – 71 euro. Przewodnicy, podobnie jak w Rifugio Mantova, płacą 30 euro. Half board zawiera w tej cenie: śniadanie, obiadokolację z deserem, nocleg oraz gorącą herbatę do termosu. W okolicy Alagny, najbardziej znanego centrum turystyki wysokogórskiej w rejonie Monte Rosy, funkcjonuje około 20 schronisk górskich, z czego najpopularniejsze to: Gnifetti i Mantova oraz leżące wysoko w górach – najwyżej w Alpach – Rifugio Margherita. Bliżej Alagny i w jej okolicy znajdują się schroniska:

- Rifugio Crespi Calderini,
- Rifugio Ferioli,
- Rifugio Pastore,
- Rifugio Barba Ferrero,
- Rifugio Grande Halte,
- Rifugio Zar Senni,
- Alpe Campo i Tributo al Rifugio Guglielmina.

Podobnie jak we wcześniej wymienionych schroniskach relacje cenowe przedstawiają się w najwyżej położonym schronisku górskim w Alpach, czyli w Ca-

pana Margherita, gdzie członkowie klubów alpejskich płacą 70 euro za half board, a inni nocujący w schronisku – 85 euro. Przewodnicy płacą w tym schronisku za te same świadczenia 40 euro. W niedawno oddanym do użytku najnowszym schronisku w Alpach Pennińskich (Masyw Monte Rosa) ceny są bardziej przystępne. Jest to najnowocześniejsze schronisko górskie w Alpach, otwarte w 2009 r., wybudowane według futurystycznego projektu Politechniki Federalnej w Zurychu, położone na wysokości 2883 m n.p.m., bardzo przyjazne dla środowiska. Wodę pozyskuje się tu z topniejącego lodowca, a energię w 90% z paneli słonecznych. Ponadto we wnętrzu budynku wykorzystuje się rekuperację, czyli ciepło wytworzone przez ludzi. Sale restauracyjne oraz sypialne zrobione są tu wyłącznie z drewna (drewniany strop, stoły, ławy oraz piętrowe łóżka). W schronisku członkowie CAS za nocleg płacą 28 CHF, członkowie J+S – zaledwie 18 CHF, a zwykli turyści górscy – 45 CHF. Zniżki przysługują grupom młodzieży powyżej 10 osób, które płacą 17 CHF od osoby, oraz dzieciom poniżej 6 lat – 9 CHF, młodzieży w wieku 7–17 lat, która płaci 28 CHF.

Ciepła woda (wrzątek) to koszt 3 euro za 1 litr. Zasada jest taka, że im wyżej położone jest schronisko, tym ceny są wyższe. Wiąże się to oczywiście z trudnościami transportowymi, ponieważ niżej leżące schroniska nie muszą znajdować się na lodowcu i może do nich prowadzić droga kołowa. Natomiast transport żywności do schronisk położonych na lodowcu jest możliwy tylko za pomocą śmigłowców, co bardzo podraża cenę dostarczanych tam produktów żywnościowych i innych (www.rifugiomonterosa.it 2013).

OCENA PORÓWNAWCZA SCHRONISK POD KĄTEM ICH FREKWENCJI TURYSTYCZNEJ NA PRZYKŁADZIE RIFUGIO GNIFETTI I RIFUGIO MANTOVA ORAZ INNE UWAGI

Bardzo ciekawa jest zależność między wysokością nad poziomem morza a frekwencją w schronisku: najlepszym przykładem są dwa położone blisko siebie i bardzo wysoko, wcześniej wymienione, obiekty w Masywie Monte Rosa. Rifugio Mantova jest bardzo przyjemnym schroniskiem o wysokim standardzie pobytu, z salami noclegowymi 3-, 4- i 7-osobowymi i jedną dużą na 30 łóżek. Znajduje się tam ładna, przestronna restauracja z punktem bufetowym oraz właściwie zlokalizowane i dobrze utrzymane toalety. W schronisku nie odczuwa się ciągłej nerwowości, pośpiechu i zgiełku, tak charakterystycznych dla Rifugio Gnifetti, i można w nim dobrze wypocząć przed wspinaczką. Zupełnie inaczej jest w schronisku Gnifetti, w którym panuje nieopisany tłok i zgiełk. Ponadto jest tu tylko zimna woda w kranach i niezbyt dużo małych i bardzo zimnych toalet. Ponadto w części pomieszczeń w zależności od siły i kierunku wiatru jest bardzo zimno. Autor artykułu nocował w sali wieloosobowej, w której panował mróz, i nie pomagało nawet spanie w ubraniu. W schronisku Gnifetti nie ma również możliwości używania grzałek elektrycznych i kuchenek gazowych, a poza tym wszędzie są ogromne kolejki. Mimo tych wszystkich trudności schronisko Gnifetti jest bardzo oblegane przez cały rok przez turystów górskich, czego nie można powiedzieć o schronisku Mantova. Wpływa na to wysokość położenia obu schronisk nad poziomem morza

i to, co na niżej położonych terenach wydawałoby się bardzo mało istotne, tu – na bardzo dużych wysokościach i w dodatku przy położeniu na lodowcu – nabiera zupełnie innego znaczenia. Różnica w wysokości nad poziomem morza obu schronisk wynosi tylko 160 m i taka różnica w każdym innym paśmie górskim, które nie jest zlodowaczone, nie wpływałaby na frekwencję. Ale na lodowcu jest zupełnie inaczej, bowiem tutaj podejście 160 m w pionie to już spory wysiłek, co bezpośrednio przekłada się na frekwencję w schroniskach.

Ogólnie można powiedzieć, że o frekwencji turystycznej w schroniskach na lodowcach decydują przede wszystkim dwa czynniki, takie jak:

- wysokość schroniska nad poziomem morza,
- możliwość atakowania jak największej liczby szczytów, czyli dobre drogi wyjściowe.

Dużo mniej istotne wydają się takie elementy oceny obiektu, jak:

- ceny,
- dojście do schroniska,
- komfort przebywania,
- jakość posiłków,
- jakość urządzeń sanitarnych.

Na zakończenie kilka uwag o bardzo popularnym wśród wspinaczy Campingu Alagna, który potencjalnie również może stanowić bazę wypadową na okoliczne czterotysięczniki. Zaletą pobytu na tym campingu, w przeciwieństwie do schronisk, jest dużo terenów zielonych, urządzenia sportowo-rekreacyjne, urządzenia do grilla oraz znaczny wybór lokali gastronomicznych w miejscowości Alagna. Ponadto nie bez znaczenia jest możliwość dobrego noclegu na niskiej wysokości, bo tylko nieco ponad 1000 m n.p.m.

Ceny w tym obiekcie są następujące:

- miejsce pod caravan i jeden samochód z punktem elektrycznym – 7,50 euro,
- miejsce pod namiot i samochód – 5,50 euro,
- opłata za pobyt (prysznic wliczony w cenę) – 5 euro od osoby,
- opłata za pobyt dzieci w wieku 2–10 lat – 3 euro.

W budynku stałym natomiast bed and brekfest to koszt 40 euro od osoby, w przypadku dwóch osób można wybrać albo dwa oddzielne pokoje albo double room i wtedy koszt wynosi 60 euro za dobę.

Wooden cottage (drewniany domek z przyczepą campingową) to koszt z jedną osobą 35 euro, a z dwoma – 40 euro. Dodatkowo za każdy dzień pobytu płaci się 5 euro od osoby.

W wyżej wymienionych domkach są na stanie garnki, miski, sztućce, talerze, kubki itd., a ponadto dwie kuchenki gazowe, lodówka, mikrofalówka, telewizor z dużą liczbą kanałów oraz bieżąca woda ze specjalnego pojemnika, prysznic oraz WC. Na wyposażeniu są również poduszki, ale nie ma pościeli i koców, które można wypożyczyć za jednorazową opłatą 5 euro. Camping oferuje specjalne ulgi przy dłuższym pobycie, a w zimie pobierana jest niewielka opłata za ogrzewanie (www.campeggioalagna.it 2013).

OBSŁUGA PRZEWODNICKA I ZWIĄZANA Z NIĄ PROBLEMATYKA ORGANIZACYJNA I EKONOMICZNA

Organizacja przewodnictwa

W Alpach funkcjonuje bardzo dużo firm przewodnickich, które mogą obsłużyć zarówno grupy turystyczne, jak i indywidualnych turystów. Przykładowo, we włoskiej miejscowości Alagna (Monte Rosa) działają trzy przedsiębiorstwa przewodnickie, są to:

- Scuola di Alpinismo Corpo Guide Alagna P.zza Grober Alagna (www.guide-alagna.com),
- Lyskam Viaggi, Centro Servizi Turistici. Fraz.Centro n.44 – Alagna (www.lyskammviaggi.com),
- Scuola d'Alta Montagna Lyskamm 4000 c/o Residence MIRELLA – Alagna (www.lyskamm4000.com).

Ponadto na stronie internetowej www.guidealagna.it można znaleźć zdjęcia oraz krótką charakterystykę poszczególnych przewodników z informacją o ich dotychczasowym doświadczeniu górskim, czyli w jakich rejonach górskich działali i jakich dokonali tam wejść. We Włoszech w przeciwieństwie do innych krajów przewodnicy poza ich normalną pracą, a więc asekuracją powierzonych im turystów i poprowadzeniem ich na szczyt bezpieczną i najlepszą drogą, posiadają również (dostarczają) podstawowy sprzęt wspinaczkowy: linę, raki, uprząż, karabinki, a nawet w miarę potrzeby czekany. Na ich wyposażeniu jest także sygnalizator lawinowy. Guide Corps of Alagna założone w 1872 r. dysponuje czterdziestoma doświadczonymi przewodnikami posługującymi się językiem angielskim (www.lyskammviaggi.com 2013). Przewodnicy włoscy są z reguły weseli i uprzejmi, ale mają również pewne wady:

- Pośpiech przy obsłudze turystów, czyli trzymanie się swoich ustaleń czasowych, nie zaś dopasowywanie czasu przejścia trasy do kondycji turystów górskich.
- Niewywiązywanie się do końca ze swoich obowiązków: niedoprowadzanie turystów lub turysty na szczyt objęty obsługą, a mimo to inkasowanie prawie całej sumy przeznaczonej na ten cel, z upustem zaledwie 5% całej sumy.
- Zbyt lekkie albo zbyt przesadne podejście do asekuracji, przykładowo, niezabezpieczanie liną na pewnych fragmentach lodowca i na pionowych skalnych ścianach wysokości około 20 m – wyposażonych, co prawda, w klamry i linę poręczową, ale w przypadku nagłego zaśląbnienia lub poślizgnięcia się i utracenia równowagi może się to skończyć tragicznie. Z drugiej strony, stosowanie ciągłej asekuracji w łatwym terenie skalnym pozbawionym lodowca oraz dużych ekspozycji.
- Zdarzająca się chęć oszukania klienta nawet na małe sumy, np. 10 euro, przez osoby posiadające poza pracą w przewodnictwie swoje duże pensjonaty i ciągnące z nich prawdopodobnie wysokie zyski. Na szczęście kierownictwo przedsiębiorstw przewodnickich stara się nie dopuszczać do takich sytuacji.

Na jednego przewodnika dopuszcza się obsługę do pięciu turystów górskich, powyżej tej liczby musi być dwóch przewodników. Podobne zasady panują w innych krajach alpejskich i nie tylko alpejskich.

Przewodnicy włoscy i hiszpańscy starają się pomagać obsługiwanym turystom, co w przypadku drogi lodowcowej może przejawiać się jako pomoc przy założeniu raków oraz uprzęży. Zdarza się również, że na stromych i trudnych odcinkach niosą za turystę plecak. Przewodnicy hiszpańscy są nawet na tyle spontaniczni, że po udanej wyprawie górskiej potrafią zaprosić na swój koszt do restauracji i postawić dobry obiad z winem.

Niestety, gorzej przedstawia się sytuacja w Szwajcarii, ponieważ tamtejsi przewodnicy wydają się bardzo zarożumiali i np. prośbę o pomoc przy założeniu raków kwitują stwierdzeniem, że oni są od przewodnictwa, a nie od takiej pomocy. Ponadto przewodnicy nie zapewniają żadnego sprzętu wspinaczkowego i trzeba go samemu wypożyczyć w sklepach sportowych, np. w Zermatt można to zrobić w sklepie sportowym Matterhorn Sport, gdzie za wypożyczenie uprzęży na 24 godziny płaci się 12 CHF. Ważne jest, że jeżeli przekroczy się ten czas nawet o kilka godzin, jest to tolerowane i nie ponosi się dodatkowych kosztów. Sklepy sportowe otwarte są w godzinach od 8.00 do 19.00. Alpin Center Zermatt w swojej umowie przewodnickiej ma zastrzeżenie, że ich przewodnicy nie gwarantują całkowitego bezpieczeństwa obsługiwanym osobom, ponieważ mogą wydarzyć się nieprzewidziane, naturalne niebezpieczne zdarzenia, na które przewodnicy nie będą mieli wpływu i nie będą mogli pomóc. Zarówno we Włoszech, jak i w Szwajcarii bilety na kolejki linowe nie są wliczane w cenę obsługi przewodnickiej i każdy z uczestników musi je sam wykupić (www.alpinecenter.zermatt.ch 2013).

Koszty obsługi przewodnickiej

Na wstępie należałoby od razu powiedzieć, że ceny usług przewodnickich bez względu na kraj alpejski są bardzo wysokie w przeciwieństwie do krajów niealpejskich, gdzie są znacznie niższe, np. w Hiszpanii. W Hiszpanii obsługa wejścia na jej najwyższy szczyt, czyli Mulhacen w Sierra Nevada (3480 m n.p.m.), kosztuje tylko 40 euro od osoby, w co wliczony jest dodatkowo dojazd luksusowym mikrobusem na znaczną odległość i wysokość od schroniska. Jest jednak faktem, że w przypadku gór pozaalpejskich często nie wymaga się żadnej asekuracji liną, nie mówiąc już o rakach i innym sprzęcie. Niższe koszty obsługi gwarantuje również to, że przeważnie nie trzeba korzystać z kolejek linowych, poważnie zwiększających koszty wspinaczki. W Alpach Włoskich w Masywie Monte Rosa ceny obsługi przewodnickiej kształtują się następująco:

- Dufour Spice (4634 m n.p.m.) – wejście z Alagny w terminie od czerwca do września – koszt dwudniowego działania dla dwóch osób to 490 euro od osoby a dla jednej osoby – 710 euro;
- Punta Gnifetti (Signalkuppe) (4556 m n.p.m) – wejście jednodniowe ze schroniska Gnifetti przy pięciu obsługiwanym osobach to koszt 190 euro od jednego uczestnika;

- Punta Giordani (4046 m n.p.m.) – koszt obsługi przewodnickiej na wejście jednodniowe z Campingu Alagna z wykorzystaniem kolejki linowej na Indren (nie jest wliczona w koszty) dla pięciu obsługiwanych uczestników wynosi 75 euro od osoby (www.guidaalagna.it 2013).

Obsługa przewodnicka we Włoszech ma jedną bardzo ważną zaletę, a mianowicie za obsługę imprezy płaci się dopiero po jej zakończeniu. Natomiast w Szwajcarii daną obsługę imprezy trzeba opłacić najpóźniej na dzień przed jej odbyciem, co później utrudnia drogę ewentualnego zwrotu pieniędzy, jeżeli impreza nie dojdzie do skutku lub była wadliwie przeprowadzona. W Szwajcarii anulowanie jedno- lub dwudniowych imprez nie może nastąpić później niż na dwa dni przed ich planowaną realizacją. W każdym innym przypadku wszystkie dotychczas poniesione koszty musi ponieść zamawiający imprezę. Anulowanie dłuższych, kilkudniowych imprez w terminie od 30 do 11 dni przed ich rozpoczęciem pociąga za sobą opłatę w wysokości 50% kosztów, a jeżeli odwołanie nastąpi w terminie od 10 dni do dnia odbycia planowanej imprezy, zamawiający płaci 100% ustalonej ceny. W przypadku nieodbycia się imprezy z powodu braku kondycji biorących w niej udział bądź z powodu ich uwarunkowań psychicznych nie przewiduje się zwrotu. Jeżeli chodzi o skargi i zażalenia, to muszą być one złożone na miejscu w biurze przewodnickim, bezpośrednio po imprezie i biuro zobowiązuje się dołożyć starań, aby wszystko było właściwie rozwiązane. Wszelkie skargi i zażalenia złożone później nie są rozpatrywane. Ponadto obowiązkowo taka skarga musi być złożona na piśmie. W Szwajcarii w cenę usług przewodnickich nie wchodzi bilet na kolejkę linową, za którą trzeba oddzielnie zapłacić, ale przy zakupie niektórych biletów komunikacyjnych otrzymuje się na nią dodatkowo zniżkę 50%. Zarejestrować imprezę trzeba najpóźniej na 3–4 dni przed jej rozpoczęciem, ale dopuszcza się zarejestrowanie imprezy w krótszym terminie.

Na najłatwiejszy czterotysięcznik, czyli Breithorn, na jednego przewodnika przewiduje się od 3 do 6 osób i cena od jednej osoby oficjalnie wynosi 185 CHF. Autor jednak przy grupie 4-osobowej zapłacił mniejszą kwotę, gdyż po 165 CHF od osoby. Obsługa wspinaczki na Pollux (4092 m n.p.m.) kosztuje 348 CHF od osoby i grupa może liczyć tylko 2 albo 3 osoby. Castor (4223 m n.p.m.) jest jeszcze bardziej ambitnym szczytem i tutaj wymagana jest dobra kondycja psychofizyczna. Cena od osoby wynosi w tym przypadku 365 CHF i we wspinaczce poza przewodnikiem mogą wziąć udział tylko 2 osoby.

Jeszcze jedna impreza obsługiwana przez Alpin Center w Zermatt to half-trawers of the Breithorn, którego koszt wynosi 342 CHF od osoby. Jest to skalna droga wspinaczkowa o trudności czwórkowej i w związku z tym niezbędne jest pewne doświadczenie wspinaczkowe. We wspinaczce poza przewodnikiem mogą wziąć udział tylko 2 osoby. Wszystkie trzy wymienione wcześniej szczyty są oferowane jako jednodniowe wycieczki dla grup trekkingowych albo wspinaczkowych i jest to oferta najbardziej popularna i najłatwiejsza do zrealizowania, ponieważ jest dostępna z najwyżej w Europie wjeżdżającej kolejki górskiej – Klein Matterhorn (3820 m n.p.m.) (www.alpincenter.zermatt.ch 2013).

WNIOSKI

Reasumując, autor stwierdza, że głównymi celami wynikającymi z niniejszego opracowania są:

- Próba delimitacji trekkingowej obszarów górskich w skali świata, wskazująca na zasadnicze różnice przy uprawianiu turystyki górskiej relaksacyjnej w niskich górach lub niższych partiach gór wysokich, turystyki w wysokich górach zlodowaconych oraz w bardzo wysokich górach zlodowaconych, ale dostępnych trekkingowo bez potrzeby używania zaawansowanego sprzętu wspinaczkowego.
- Ocena funkcjonowania wysokogórskich schronisk alpejskich pod kątem ich dostępności, sposobu funkcjonowania oraz kosztów użytkowania dla turystów górskich.
- Ocena obsługi przewodnickiej na obszarze alpejskim, na przykładzie Włoch oraz Szwajcarii, ze zwróceniem uwagi na etykę ich pracy, profesjonalizm oraz ceny związane z korzystaniem z takich usług w Alpach.

Autor ma nadzieję, że w jakiejś mierze przybliżył wyżej wymienioną problematykę osobom uprawiającym trekkingową turystykę górską i środowisku naukowemu zajmującemu się problematyką górską, gdzie – co jest oczywiste – ścierają się często różne koncepcje i definicje dotyczące tej strefy zagadnień.

BIBLIOGRAFIA

- Biggar J. (2012) Andy. 320 łatwych i trudnych andyjskich szczytów. Podróżnik, Warszawa, 341–347.
- Cichy L. (2010) Nie wciążam prezesów na ośmiotysięczniki. *Gazeta Wyborcza*, 1.03.
- Drozdowski Z. (2000) Polska kultura fizyczna w progu trzeciego tysiąclecia. [W:] D. Umiaszewska (red.), Aktywność ruchowa ludzi w różnym wieku. PTNKF, Uniwersytet Szczeciński, Albatros, Szczecin, 11–15.
- Mityk J. (1982) Geografia fizyczna części świata (Zarys fizjograficzny). Wyd V. PWN, Warszawa, 119.
- Płocka J. (2002) Wybrane zagadnienia z zagospodarowania turystycznego Cz. II. Centrum Kształcenia Ustawicznego, Toruń, 25.
- Samwik J. (1987) Wokół Annapurny. WSiP, Warszawa, 21.
- Stauffer B. (1994/M) Ungelibets Kind Alpenkonvention. *Die Alpen*, 522–553.
- Toczek-Werner S. (2000) Człowiek czynnik zdrowia jako determinanta modelu rekreacyjnego zachowania się ludzi w starszym wieku. [W:] D. Umiaszewska (red.), Aktywność ruchowa. Albatros, Szczecin, 145–151.

Źródła internetowe

- <http://www.alpine-club.org.uk/>
- www.annapurna.pl/pl/wyprawy/?Id=37 [data dostępu: 14.10.2013].
- www.alpinecenter-zermatt.ch [data dostępu: 19.10.2013].
- www.campegioalagna.it [data dostępu: 19.10.2013].
- www.guidaalagna.it [data dostępu: 21.10.2013].
- www.jedziemy-dookola.pl [data dostępu: 30.09.2013].
- www.katiraf.com/nasze-podroze/Szwajcaria/48-dzien-11-Zermatt [data dostępu: 16.10.2013].

www.lyskammviaggi.com [data dostępu: 19.10.2013].
www.monterosa.it [data dostępu: 23.10.2013].
www.national-geographic.pl [data dostępu: 12.10.2013].
www.newmonterosa.ch [data dostępu: 23.10.2013].
www.podroze.gazeta.pl/podroze/56,114158,13401074/polecamy_11.html [data dostępu: 16.10.2013].
www.pza.org.pl [data dostępu: 14.10.2013].
www.rifugiomonterosa.it [data dostępu: 19.10.2013].
www.wikipedia.org/wiki/wspinaczka#Rodzaje_wspinaczka [data dostępu: 12.10.2013].

ANDŻELIKA DZIĘGIEL, MATEUSZ TOMANEK

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

WYKORZYSTANIE MARKETINGU PRZEZ SPORT W GÓRSKICH IMPREZACH BIEGOWYCH

Abstract

Use of marketing through sport in mountain running races

In the years 2011–2012, the number of participants in the fifty most popular running races in mountain areas in Poland was about seven thousand. The main objective of this article was to determine how companies can use marketing through sport in mountain running races. An online survey was employed to collect data. More than two hundred runners completed the survey and sent it back. Analysis of the data found the characteristics and elements which are associated with running races in the mountain area and also identified preferences in this sport. The results showed that mountain running races are associated with difficulties to overcome, rich variety of landscape and numerous elevations. For instance, such aspects may be used by the insurance industry. It is important to create marketing strategies based on the opinions of participants in sporting events, which allows companies to meet the mountain runners' expectations.

Key words: running race, marketing through sport, product, advertising, research

WPROWADZENIE

Przedsiębiorcy zakładający swoje firmy mają jasno sprecyzowany cel, którym jest osiągnięcie sukcesu na rynku. Dla jednych jest to przetrwanie w ciągu określonego czasu, a dla innych osiągnięcie wyznaczonej wysokości obrotów w danym roku kalendarzowym. Chcąc osiągnąć sukces, nie można zapomnieć o rozpoznaniu rynku. Obszarów poszukiwań najlepszej drogi jest kilka – od przeprowadzania badań marketingowych, po zaangażowanie się w niszę rynkową, a więc w segment rynku wcześniej niewykorzystywany (Griffin 2004). Zdaniem Łuczaka (2003) istotę przedsiębiorczości można zdefiniować jako posiadanie ducha inicjatywy, w skład której wchodzi obrotowość, rzutkość, zaradność. Kassay (2010) jasno zaprezentował pogląd, że w XXI w. przedsiębiorstwa muszą uwzględniać zarządzanie zmianą, a wykorzystywanie umiejętności i wprowadzanie innowacji traktować należy jako proces ciągły.

Najważniejsze w tym momencie jest słowo innowacja – to od niej coraz bardziej zależy dalsze funkcjonowanie przedsiębiorstw. Jednym z możliwych rozwiązań jest wygenerowanie marki klubu jako sponsora danego przedsięwzięcia, rozgrywek czy indywidualności sportowej. Nieocenionym elementem jest to, że przedsiębiorstwa nie muszą tworzyć od podstaw wydarzeń sportowych, aby móc wyeksponować swoją markę. „Organizacje sportowe tworząc produkty, jakimi jest budowanie zespołu, czy przeprowadzanie imprez propagujących aktywność fizyczną, same generują rozpowszechnianie ich marki (produktu)

poprzez m.in. *clienting*” (Panfil 2008, s. 148). W rezultacie przedsiębiorstwa mają łatwiejszą drogę w dotarciu do klientów, korzystając z narzędzi marketingu przez sport, które w tym przypadku mogą oznaczać promowanie swoich produktów podczas imprez sportowych tworzonych przez organizacje sportowe (nagrody, bannery, logo na plakatach).

Praktyka wskazuje, że wiele federacji sportowych współpracuje z określonymi przedsiębiorstwami w celu dokładnego dopasowania produktów do potrzeb danej dyscypliny. Butterfly kojarzy się z badmintonem, Mikasa z piłką siatkową, a Speedo czy Arena z pływaniem. Przykładów aliansów, gdzie dwa podmioty tworzą produkt dopasowany do konkretnego klienta, jest wiele. Tworzenie świadomości i skojarzenia marki z daną dyscypliną jest jednak długim i permanentnym procesem. Jak podaje A. Sznajder, „reklama z wykorzystaniem marketingu poprzez sport, aby przyniosła pożądane efekty, musi uwzględnić przynajmniej takie czynniki, jak: (1) właściwość powiązania reklamowego produktu ze sportem, (2) odpowiedniość powiązania produktu z konkretną dyscypliną sportu, (3) wybór dyscypliny sportu” (Sznajder 2012, s. 30). Przedsiębiorstwa, wykorzystując wiedzę dotyczącą konkretnej grupy, czyli specyfiki osób uprawiających bądź kibicujących danej dyscyplinie, mogą precyzyjnie dotrzeć do określonej grupy odbiorców. Przykładowo, w golfa grają osoby w innym wieku niż osoby jeżdżące na snowboardzie. Wobec tego, aktywność fizyczną można podzielić na kilka głównych obszarów. Jedną z klasyfikacji podawanych przez Ministerstwo Sportu i Turystyki jest wyróżnienie następujących kategorii: (1) sport młodzieżowy, (2) sport dla wszystkich (powszechny) i (3) sport zawodowy. Rozważając powyższy podział, należy zauważyć, że firmy dokonują segmentacji rynku, a w dalszej kolejności wspierania konkretnych przedsięwzięć. Coca-Cola Cup, którego ambasadorem jest Robert Lewandowski, to event, w którym mogą brać udział wszystkie gimnazja w całej Polsce, wystawiając swoje drużyny piłkarskie (męskie lub żeńskie). Drugim przykładem inwestowania (sponsorowania) w sport dzieci i młodzieży jest firma Ferrero, która od 2011 r. prowadzi wraz z Polskim Związkiem Piłki Siatkowej największe rozgrywki w piłce siatkowej dla najmłodszych pod nazwą Kinder plus sport, a projekt ten realizowany jest również w Niemczech, Hiszpanii i we Włoszech. Drugi obszar aktywności fizycznej jest największy, ponieważ dotyczy on wszystkich, a co najważniejsze, aby zacząć go uprawiać, nie potrzeba wielkich nakładów. Najpopularniejszymi imprezami sportu powszechnego (dla wszystkich) są przedsięwzięcia, w których zapisy są „otwarte”. W tym momencie coraz popularniejsze są maratony fitness, zumby, kolarstwa górskiego, triathlonu, nie wspominając już o biegach, które cieszą się coraz większym zainteresowaniem nie tylko wśród zawodników, ale i sponsorów (jak choćby Orlen Warsaw Marathon). Ostatni obszar aktywności fizycznej to sport zawodowy, a także trudniejszy do sklasyfikowania sport dyscyplin ekstremalnych. Redbull wykorzystuje sporty ekstremalne w budowie swojego wizerunku, jak Red Bull X-Alps, z kolei Bank PKO BP – imprezy biegowe (np. 13. Poznań Maraton im. Macieja Frankiewicza), a Volvo i Oracle – żeglarstwo. Marketing wykorzystywany jest przez sport w rozszerzonym zakresie – od sponsorowania zarówno danych imprez sportowych (od lokalnych turniejów po Igrzyska Olim-

pijskie), zawodników, jak i organizacji sportowych. Jest też inny – dosyć ważny aspekt – o ile nie dziwi wykorzystywanie sportu przez firmy produkujące sprzęt sportowy, o tyle trudniej jest prawidłowo zastosować marketing przez sport wśród producentów związanych z innymi branżami (np. produkcja zegarków, czy sprzętu AGD). Na przykład, „UMBRO znane jest z produkcji obuwia, akcesoriów oraz konfekcji piłkarskiej i przez to, że działa on w środowisku sportowym, nie powinno dziwić to, że firma współpracuje z zawodnikami czy klubami piłkarskimi” (Cis 2009, s. 152).

Analizując rynek biegów (w tym górskich), można zaobserwować wzrastającą świadomość przedsiębiorstw w promowaniu swojej marki na tego typu imprezach. PZU Półmaraton Warszawski, ICEBUG Winter/Summer Trail (Gorce) czy RMD Winter Trail (Szczyrk) to przykłady biegów, w których sponsor jest w nazwie imprezy. Wyżej wymienione przedsięwzięcia mają jedną wspólną cechę – określony profil odbiorców. Owszem, biegacze różnią się poziomem dochodów, stopniem doświadczenia w biegach, wykształceniem czy też wiekiem, ale za to pewne cechy charakteru są zbieżne. Na tych podobieństwach można kreować wizerunek marki, co stosuje coraz więcej przedsiębiorstw.

Tymczasem spośród determinantów przebywania w górach można wyróżnić cztery podstawowe bodźce. Zdaniem Zdebskiego (Moroń 2010, s. 30–31) „w pierwszej kolejności na uwagę zasługują motywy społeczne, tj. ucieczka od dnia codziennego, monotonii, zurbanizowanego świata, potrzeba bliskości i integracji z przyrodą oraz doznań estetycznych”. Jako drugi bodziec naukowcy wymieniają aspekty poznawcze w obszarze eksplorowanym, czyli zdobywanie nowych doświadczeń i wzbogacanie zasobów dotychczasowej wiedzy. Potrzeby natury biologicznej, w tym fizycznego i psychicznego odpoczynku, zachowań prozdrowotnych, to kolejne silne bodźce warunkujące udział m.in. w turystyce górskiej. Jako czwartą kategorię należy wymienić realizację potrzeb, takich jak pragnienie nadzwyczajnych wrażeń zmysłowych, przezwyciężania wewnętrznych słabości, rywalizacji, pokazania się, czy samospelnienia. Warto również wspomnieć o „potrzebach sfery duchowej i związanych z nimi pielgrzymkami, czy wewnętrznych refleksji” (Moroń 2010, s. 30–31).

O ile biegi uliczne zakorzeniły się już w świadomości społeczeństwa, o tyle biegi górskie są jeszcze mało odkryte, ale dzięki temu bardziej specjalistyczne przedsiębiorstwa mają większą szansę trafić ze swoimi produktami już do ściśle określonej grupy odbiorców¹. Mniejsza grupa uczestników biegów górskich spowodowana jest również względem przyrodniczym, co nakłada na organizatorów narzucenie maksymalnej liczby zgłoszeń. W latach 2011–2012 liczba osobostartów w biegach górskich organizowanych w Polsce wynosiła około 7 tysięcy, a sami uczestnicy mieli okazję sprawdzić się w ponad 50 imprezach².

W tabeli 1 przedstawiono zbiór wybranych przez autorów biegów górskich. Zestawienie obejmuje specyfikę biegów, w tym ich rozwój w kolejnych latach.

¹ Zob. A. Dzięgiel, M. Tomanek (2014).

² Informacje zaczerpnięte ze strony www.biegigorskie.pl/biegi-gorskie-wprowadzenie-do-tematu/ [data dostępu: 30.06.2014].

Tabela 1. Poglądowe zestawienie biegów górskich w latach 2013–2014

Lp.	Nazwa	Miejsce	Data	Liczba uczestników	K	M	% udział K do M	Przewyższenie	Dystans [km]
III RMD Winter Run – Rozpoczęcie Ligi Biegów Górskich 2013									
1.	II Bieg na Kozią Górę	Szczyrk	2013.03.02	133	23	110	17,29%	620 m	7
2.	XIV Bieg Na Grojec	Bielsko-Biała	2014.04.05	124	41	83	33,06%	320 m	2,5
3.	Maraton Górski w Szczawnicy	Żywiec	2014.04.26	184	36	94	19,57%	310 m	4,9
4.	Maraton Górski w Szczawnicy	Szczawnica	2013.05.03	114	14	100	12,28%	1900 m	42,2
5.	Maraton Górski w Szczawnicy	Szczawnica	2014.04.26	305	40	265	13,11%	1900 m	42,2
6.	X Bieg Rzeźnika	Komańcza Ustrzyki Górne	2013.05.31	808	78	730	9,65%	(+3235/-3055 m)	77,7
7.	XI Bieg Rzeźnika	Komańcza Ustrzyki Górne	2014.06.20	1194	121	1073	10,13%	(+3235/-3055 m)	77,7
8.	VIII Visegrad Maraton	Rytro	2013.06.23	145	16	129	11,03%	400 m ±	42,2
9.	IV Bieg im. hr. Władysława Zamoyskiego	Zakopane	2013.06.01	212	41	171	19,34%	430 m	10
10.	IV Bieg im. hr. Władysława Zamoyskiego	Zakopane	2014.06.08	239	54	185	22,59%	430 m	10
11.	Goral Marathon	Istebna–Jaworzynka–Trójstyk	2013.09.15	107	12	95	11,21%	833 m	26,6
12.	XIII Bieg Na Szczyt Piłska	Korbielów	2013.07.14	354	52	352	14,69%	900 m	8
13.	Półmaraton Wielka Pętla Izerska	Szklarska Poręba	2013.07.20	430	85	345	19,77%		21
14.	Chudy Wawrzyniec	Rajcza	2013.08.10	302	46	256	15,23%		50
15.	Chudy Wawrzyniec	Rajcza	2013.08.10	155	13	142	8,39%		80
16.	Letni Bieg Piastów	Jakuszyce	2013.08.31	278	54	224	19,42%		21,1

źródło: opracowanie własne na podstawie portalu internetowego BiegiGorskie.pl (www.biegigorskie.pl, data dostępu: 30.06.2014)

Sztandarowym biegiem, który z roku na rok kończy coraz więcej par, jest Bieg Rzeźnika organizowany w Bieszczadach. W roku 2014 na linii startu pojawiło się niemal 1200 osób, co stanowi prawie 25% przyrost w stosunku do roku poprzedniego; również liczba kobiet w tej edycji znacznie wzrosła, bo aż o około 50% (z 78 do 121). Co ciekawe, portal internetowy BiegiGórskie.pl organizuje głosowanie na najlepsze biegi – za 2013 rok Bieg Rzeźnika dostał „Złotą Kozicę” za najlepszy bieg górski na ultradystansie. Z kolei „Srebrną Kozicę” za imprezę w kategorii biegu w stylu anglosaskim otrzymał Bieg Górski Limanowa Forrest, w którym uczestniczyło 390 osób, w tym 100 kobiet. Są również biegi, w których można wybrać, na jakim dystansie zamierza się wystartować – np. wcześniej wspomniany Bieg Rzeźnika (trasy od 26 do 100 km) czy też Bieg Chudego Wawrzyńca w Rajczy (trasy od 50 do 80 km), który w roku 2013 otrzymał „Srebrną Kozicę” w kategorii ultradystans. Bardzo dobrą koncepcją, również na przyciągnięcie większej liczby sponsorów, jest organizacja biegu w kilku państwach. Na uwagę zasługuje tu Goral Marathon. Trasa tego eventu rozpoczyna się w Istebnej i wiedzie w sumie przez trzy państwa – Polskę, Czechy i Słowację, a do wyboru jest kilka dystansów: minimaraton, półmaraton, maraton i ultramaraton. W roku 2014 do minimaratonu zgłosiło się 68 osób, do półmaratonu 244 osoby, do maratonu 205 osób, a do biegu na ultradystansie 70+90 km aż 134 osoby. Tymczasem VI Alpin Sport Tatrzński Bieg Pod Górę (finał MONTRAIL Ligi Biegów Górskich), a w październiku 2014 r. PZU Alpin Sport Tatrzński Bieg pod Górę jest jednym z nielicznych przykładów, w których to nazwa sponsora jest umieszczana w nazwie eventu sportowego. Warto odnieść się także do Biegu po Złoto, organizowanego w Złotym Stoku – jest to bardzo ciekawy przykład marketingu terytorialnego, przez podkreślenie nazwy miejscowości. Sama trasa jest niecodzienna, gdyż wiedzie przez 5 kilometrów w podziemiach dawnej Kopalni Złota. W roku 2013 w tej imprezie wystartowało 223 biegaczy.

Obszar biegów górskich jest w małej części wykorzystany przez przedsiębiorstwa. Główne przejawy ich działalności ograniczają się do uzupełnienia pakietu startowego bądź też postawienia bramy pneumatycznej na trasie zawodów. W marketingu najważniejsze jest wygenerowanie potrzeby posiadania i taki sam cel ma marketing przez sport, dlatego przedsiębiorstwa powinny oprócz kreowania swojej marki w powiązaniu ze sportem również się z nim identyfikować. Sposobem na skuteczne połączenie danej dyscypliny sportowej z biznesem jest zbadanie, jakie skojarzenia mają potencjalni klienci, zawodnicy/kibice z wybraną aktywnością fizyczną i sprawdzenie, czy przedstawione wartości są zgodne z celem firm.

CEL I METODY BADAŃ ORAZ MATERIAŁ ŹRÓDŁOWY

Głównym celem niniejszego artykułu było określenie, w jaki sposób przedsiębiorstwa mogą stosować marketing przez sport, wykorzystując potencjał górskich imprez biegowych. Określenie tego typu działań pomoże na pełniejsze zastosowanie górskich przedsięwzięć biegowych do promowania firm. Analizując rynek, widać, że firmy nieefektywnie wykorzystują narzędzia marketingowe w promowaniu swojej marki podczas imprez sportowych. Główną przyczyną jest

brak informacji o wydarzeniu oraz niedostateczna znajomość odbiorców danego eventu. Niniejszy artykuł będzie próbował odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób przedsiębiorstwa powinny wykorzystywać marketing przez sport, aby działania zewnętrzne były skuteczne. Dzięki badaniom przeprowadzonym na rzecz pracy rozpoznano, z jakimi cechami i elementami kojarzą się respondentom górskie imprezy biegowe, a także pozyskano informacje dotyczące ich preferencji zakupowych w opisywanej dyscyplinie sportu. Wyniki badań powinny bardziej ukonkretyzować sponsorom, do jakich osób mogą trafić z ofertą.

Badanie przeprowadzono w czerwcu w 2014 r. za pomocą ankiety internetowej, wykorzystując elektroniczną wersję kwestionariusza. Wybór terminu rozpoczęcia badania przypadł na dzień po zakończeniu jednej z największych imprez biegowych odbywających się na obszarze gór, a dokładniej rozgrywanego w Bieszczadach Biegu Rzeźnika (ok. 1200 zawodników). Dobór próby do pomiarów był celowy. Respondentami mogli być wyłącznie turyści stanowiący osoby aktywne fizycznie, uczestniczące w sposób aktywny w co najmniej jednej imprezie biegowej organizowanej na obszarze pasm górskich. Dzięki pomocy administratorów witryn internetowych poświęconych tematyce biegów górskich³ w rozpowszechnieniu informacji o badaniu udało się uzyskać wielkość próby, którą stanowi 213 osób.

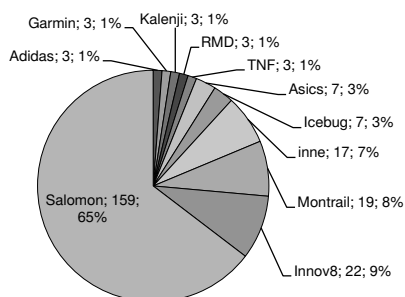
Kwestionariusz, który posłużył do zebrania danych, został podzielony na pięć części, z czego w niniejszym artykule został zaprezentowany tylko jeden aspekt, odnoszący się do rynku sportowego oraz częściowo do profilu respondenta. Aby mieć pełny pogląd na profil respondenta, warto zapoznać się z artykułem pt. *Sylwetka uczestnika górskich imprez biegowych* (Dzięgiel i Tomanek 2014). Całościowe ujęcie tematu wymagało również kwerendy literatury. Na rzecz opracowania skorzystano z kilku źródeł informacyjnych udostępnionych w formie papierowej bądź w postaci elektronicznej. ajbardziej aktualne dane pozyskano natomiast z zasobów Internetu. Dodatkowo, część informacji stanowiły doświadczenia i obserwacje własne.

WYNIKI I DYSKUSJA

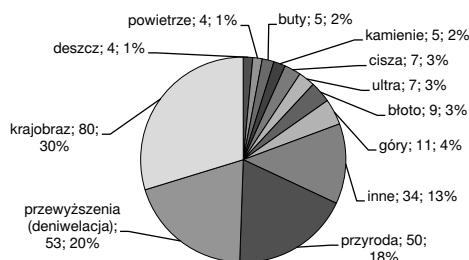
Wyniki badań oparte są na 213 odpowiedziach osób, w tym 31 (15%) respondentów stanowiły kobiety. Na podstawie przybliżonych danych z 2011 r. zawartych na portalu internetowym BiegiGórskie.pl liczba uczestników imprez górskich wynosi 7 tys. można przyjąć, że przebadano około 3% populacji biegaczy górskich. Analizując procentowy udział kobiet w biegach górskich (m.in. tab. 1) do udziału mężczyzn, proporcje stanowiące podstawę badania zostały zachowane.

W celu nienarzucania odpowiedzi respondentom w zagadnieniach dotyczących strefy rynku sportowego zastosowano pytania otwarte. W pierwszej kolejności zbadano znajomość firm wytwarzających produkty na potrzeby biegów górskich (ryc. 1). Niektóre z badanych osób wskazywały dwie odpowiedzi, jednakże większość

³ Szczegółne podziękowania kierowane są do Pana Piotra Kozaka (www.biegigorskie.pl) i Pani Aleksandry Gryciuk (www.festiwalbiegowy.pl).



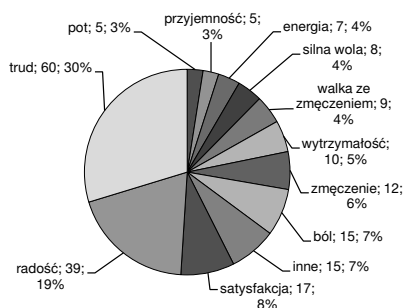
Rycina 1. Marka sprzętu sportowego kojarzona z biegami górskimi
źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych



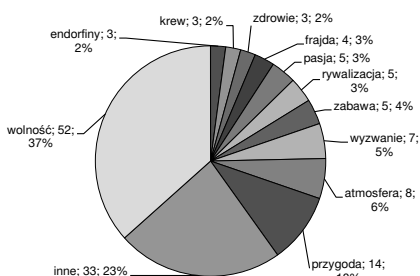
Rycina 2. Skojarzenia z biegami górskimi – otoczenie
źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

podawała jedną propozycję. Liderem stała się firma Salomon (159 z 213 respondentów), którą wskazało 75% badanych. Kolejną marką kojarzącą się z biegami górskimi była brytyjska firma Innov8, którą wskazało 10% badanych (22 respondentów). Warto dodać, że firma ta sponsoruje kilku utalentowanych biegaczy górskich – m.in. zwycięską drużynę kobietą i zajmującą trzecie miejsce drużynę męską podczas XI edycji Biegu Rzeźnika. Jako trzecią markę wyróżniono amerykańską Montrail, która w Polsce jest sponsorem Montrail Ligi Biegów Górskich, polegającej na tworzeniu rankingu polskich biegaczy górskich i wyłonieniu najlepszych na podstawie zorganizowanych imprez. Warto zauważyć, że respondenci podawali przedsiębiorstwa, które są wyspecjalizowane w tworzeniu produktów dla biegów górskich, stąd też w tym zestawieniu mało osób wskazało powszechnie znane przedsiębiorstwa sportowe, jak Adidas, Reebok, Brooks czy Asics. Należy tu przypomnieć, że grupą badaną były osoby, które przynajmniej raz wystartowały w biegach górskich.

Przedsiębiorstwa, stosując marketing przez sport, analizują, z czym dana dyscyplina kojarzy się respondentom. Przykładowo, regaty żeglarskie utożsamiane są z wytrzymałością, wioślarstwo czy wyścigi formuły z pracą zespołową, natomiast strzelectwo z precyzją. Dzięki tym informacjom, promując dany produkt w określonych dyscyplinach sportowych, można spróbować przejąć te same cechy skojarzeniowe. Aby móc przekonać się, z jakimi wartościami kojarzą się biegi górskie, poproszono respondentów, żeby wskazali maksymalnie trzy skojarzenia z omawianą dyscypliną. Uzyskano w ten sposób w sumie 623 wskazania (prawie 3 wskazania na osobę), uzyskując 105 różnych odpowiedzi. Pierwszą trójkę najczęściej wymienianych skojarzeń (ryc. 2) zaczynał krajobraz (w tym zaliczono również widoki), który wymieniło 38% respondentów (80 osób). Na drugim miejscu znalazł się



Rycina 3. Odczucia kojarzone z biegami górskimi
źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych



Rycina 4. Aspekty przyciągające zawodników do udziału w biegach górskich
źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

trud – 28% respondentów (60 osób), a na trzeciej pozycji deniwelacje (w tym podbiegi i zbiegi), które wymieniło 25% respondentów (53 osoby).

Drugim, wyróżnionym obszarem skojarzeń z biegami górskimi, były odczucia wewnętrzne (ryc. 3). Najczęściej pojawiającą się odpowiedzią był trud, który podkreśliło 28% badanych (60 osób). Oczywiście, trud powiązany jest zarówno ze zmęczeniem (6% respondentów), jak też z konsekwencją wysiłku, a więc i potem (2% respondentów). Wymienione skojarzenia są następstwami uczestniczenia w biegu górskim – jeśli odczuwamy trud trasy, to w jej końcowej fazie – przekroczenie linii mety (czasem również sam udział) powoduje specyficzną radość (18% badanych), która jest spowodowana satysfakcją z tego, że ukończyło się bieg (8%), a nie że zdobyło się określone miejsce.

Ciekawym zjawiskiem jest to, że uczestnicy biegów masowych, zarówno ulicznych, jak i górskich, mimo iż są do pewnego poziomu świadomi rezultatu, który mogą osiągnąć (z czego większość wie, że nie wygra), to jednak bardzo chętnie startują w zawodach. Ten przykład spowodowany jest tym, że rywalizacja, jeśli dotyczy, to tylko nielicznych. W biegach górskich człowiek walczy sam ze sobą – nie tylko ze zmęczeniem fizycznym (4% respondentów), ale także psychicznym.

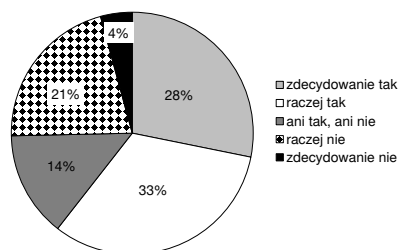
Ostatni obszar, w którym respondenci mieli wymienić trzy skojarzenia z biegami górskimi, stanowił aspekt określony przez autorów jako elementy przyciągające do startów w tego typu imprezach (ryc. 4). Najwięcej respondentów odpowiedziało, że przez otaczające widoki czują smak wolności, którego brakuje im na co dzień (24% respondentów). Chęć przeżycia przygody, jaką daje udział w biegach górskich, była ważna dla 7% respondentów. Dużo osób jeździło na zawody nie dla startu jako głównego celu, ale dla samej atmosfery czy też magii panującej wokół wydarzenia (4%). Tymczasem 3% respondentów wskazało, że

biegi górskie kojarzyły się im się z wyzwaniem, a w szczególności z momentem jego realizacji, czyli podczas startu. To konfrontacja człowieka z górami powoduje zachwyt, który badani także wskazywali.

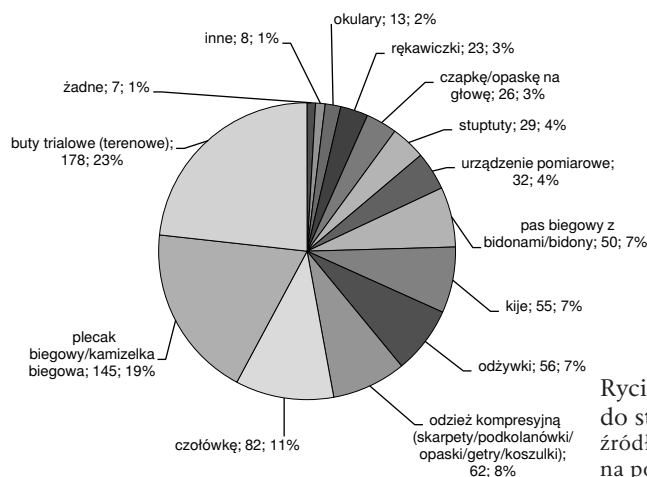
Wszystkie wyżej wymienione podziały zaszerogowane w sposób subiektywny mają pokazać kierunek, w jakim sponsorzy mogą realizować strategię marketingową, ukazując swoją markę w świetle biegów górskich.

Jeżeli nie zostanie opracowana odpowiednia strategia marketingowa – zarówno promocji danej dyscypliny (przez organizacje sportowe), jak i produktu (przedsiębiorstwa) wśród potencjalnych nabywców (kibiców/zawodników/klientów), mogą tworzyć się pewne przekonania – stereotypy o jakości produktu, cechach użytkownikowych, którzy go posiadają, czy też cenach.

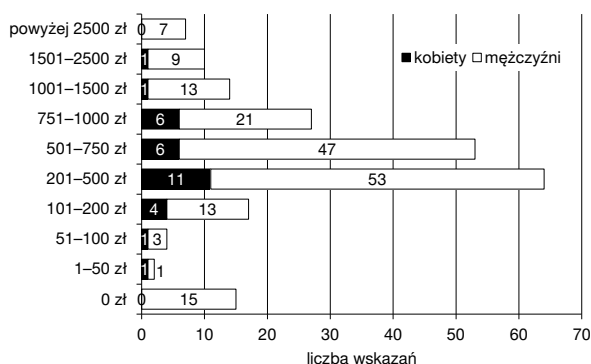
Chcąc sprawdzić, jak postrzegane są biegi górskie w odniesieniu do biegów ulicznych, zadano pytanie dotyczące tego, czy – według opinii respondentów – sprzęt służący do biegów górskich jest droższy niż sprzęt wykorzystywany podczas biegów ulicznych (ryc. 5). Aż 61% osób było przekonanych, że sprzęt sportowy wykorzystywany w górach jest droższy niż stosowany w biegach miejskich – 28% (60 osób) zdecydowanie tak twierdziło, a „raczej tak” odpowiedziało 33% (69 osób). Zaprzeczyło powyższemu stwierdzeniu 25% badanych, z czego 4% (9 osób) było przekonane, że cena sprzętu w biegach górskich nie jest wyższa od sprzętu służącego do biegów ulicznych, natomiast 21% ankietowanych osób (45 osób) odpowiedziało, że raczej cena sprzętu górskiego nie jest wyższa.



Rycina 5. Postrzeganie ceny sprzętu sportowego niezbędnego w biegach górskich jako droższego od sprzętu startowego w biegach ulicznych
źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych



Rycina 6. Dodatkowe wyposażenie do startu w biegu górskim
źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych



Rycina 7. Kwota przeznaczona na zakup sprzętu sportowego niezbędnego do udziału w biegu górskim w ciągu jednego roku
źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

W kolejnym zagadnieniu zadano pytanie otwarte o dodatkowe wyposażenie potrzebne w biegach górskich (ryc. 6). Najpopularniejszymi akcesoriami kupowanymi przez biegaczy startujących w górskich eventach były buty trialowe, które wskazało 178 badanych (84%). Na drugim miejscu pod względem liczby wskazań uplasował się plecak biegowy/kamizelka biegowa, który wybrało 145 respondentów (68% ogółu badanych), a na kolejnej pozycji wyróżniona została czołówka, na konieczność której wskazało aż 82 respondentów (39%).

W odniesieniu do powyższych odpowiedzi ankietowane osoby w kolejnym zagadnieniu miały odpowiedzieć na pytanie dotyczące kwoty, jaką w ostatnim roku przeznaczyły na sprzęt pozwalający na start w biegach górskich (ryc. 7). Najwięcej respondentów (64 osoby, 30% ogółu zbadanych) wskazało na przedział cenowy między 201 zł a 500 zł, w tym także najwięcej kobiet (36% wszystkich respondentek). Drugą, najliczniej wybieraną opcją, był przedział zawierający wydatki roczne rzędu 501–750 zł, co stanowiło 25% wszystkich zbadanych osób. Natomiast 7% respondentów (i to tylko mężczyzn) nie przeznaczyło ani złotówki więcej na to, aby wystartować w biegu górskim.

WNIOSKI

Wyniki badań pozwoliły na usystematyzowanie wiedzy dotyczącej postrzegania biegów górskich przez samych uczestników. Dzięki temu można wyrażniej interpretować, jakie działania i jacy biorcy (przedsiębiorstwa) mogą stosować marketing przez sport, korzystając z elementów, które umożliwiają górskie imprezy biegowe. Odpowiadając na pytanie badawcze dotyczące sposobu, w jaki przedsiębiorstwa powinny wykorzystywać marketing przez sport, tak aby działania były skuteczne, trzeba łącznej interpretacji wyników, które dały odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu. Dzięki przeprowadzonym na rzecz pracy badaniom rozpoznano również, z jakimi cechami i elementami kojarzą się respondentom górskie imprezy biegowe (sponsory imprez sportowych mogą to wykorzystać w budowaniu wizerunku firmy i samej reklamy), a także pozyskano

informacje dotyczące ich preferencji zakupowych w opisywanej dyscyplinie sportu. Na podstawie odpowiedzi respondentów można wysnuć wnioski, że biegi górskie kojarzą się z pokonywaniem trudności – taki aspekt może wykorzystywać w działaniach marketingowych np. branża ubezpieczeniowa. Najczęstszym skojarzeniem z biegami góorskimi jest krajobraz, który także daje poczucie wolności. Ten obraz, w połączeniu z kolejnym wskazywanym aspektem – przewyższeniami, zdecydowanie można wykorzystać w branży telekomunikacyjnej jako aspekt docierania w każdym miejscu – od dolin po góry. Bardzo ciekawe jest to, że rywalizacja nie jest głównym celem badanej grupy, którą stanowiła 213 osób. Potwierdzają ten wynik słowa Łobożewicza i Bieńczyka, którzy uważają, że w „turystyce usportowionej (jakimi są biegi długodystansowe podczas wydarzeń sportowych) zawodnicy nie konkurują między sobą, lecz pokonują własne słabości”, co w wynikach badań zostało przedstawione (Łobożewicz i Bieńczyk 2001, s. 160).

Powracając do odpowiedzi udzielonych przez respondentów, potwierdzają się słowa wskazane przez Cycha, że „poszukiwanie przez człowieka kontaktu z przyrodą, zwłaszcza z jej naturalnym bogactwem (czystym powietrzem, wodą, krajobrazem) jest wynikiem jego potrzeb, wynikających głównie z postępu cywilizacyjnego” (Cych 2013, s. 326). W przedstawionych wynikach badań, które są rozszerzeniem do artykułu Dzięgieł i Tomanka *Sylwetka uczestnika górskich imprez biegowych*, zamieszczonego w niniejszej publikacji, można zauważyć, że w większości osoby, które biegają, mają ustabilizowaną sytuację rodzinną i zawodową. Wobec tego udział w górskich imprezach biegowych stanowi odskocznik od dnia codziennego, a także daje możliwość sprawdzenia własnej osoby podczas pokonywania ciężkiej trasy.

Dzięki temu, że sprzęt kupowany na potrzeby startów w biegach górskich postrzegany jest jako droższy niż ten służący w biegach ulicznych, można promować produkty lepszej jakości (a przez to zazwyczaj relatywnie droższe). Sami respondenci najczęściej na potrzeby startów w górach kupują sprzęt średniej wartości mieszczącej się w przedziale od 200 do 501 zł, z czego najczęstszym zakupem są buty do biegania w terenie oraz plecak/kamizelka biegowa.

Ważnym aspektem jest także kojarzenie marek z wybraną dyscypliną. W przypadku biegów górskich dominują firmy, które wyspecjalizowały się w tym obszarze, tj. Salomon, Inov8, marginalizując w ten sposób znane marki, jak np. Adidas.

Tworzenie strategii marketingowych opartych na przeglądzie opinii samych biegaczy pozwala na dokładniejsze określenie ich potrzeb. Ważne jest to, aby ta komunikacja była dwukierunkowa – przedsiębiorcy, narzucając dany produkt klientowi, jakim jest biegacz, nie odniosą sukcesu rynkowego, jeśli nie będą słuchali jego potrzeb i oczekiwań. Oczywiście, analizując nawet powyższe ryciny, można dostrzec rozproszenie opinii i stwierdzeń biegaczy. W tym właśnie największą sztuką działów marketingu jest to, aby wygenerować potrzebę posiadania danego produktu, który będzie spełniał oczekiwania klientów.

BIBLIOGRAFIA

- Cis M. (2009) Sponsoring w marketingu firm. [W:] M. Bednarczyk, J. Batorski (red.), *Przedsiębiorczość w zarządzaniu sportem. Studium praktyków*. UJ, Kraków, 152.
- Cych P. (2013) Obszary górskie jako miejsce organizacji narciarskich biegów na orientację. [W:] P. Zarzycki, J. Grobelny (red.), *Aktywność ruchowa na obszarach górskich Polski i świata. Studia i Monografie AWF we Wrocławiu*, 118, 326–337.
- Dzięgiel A., Tomanek M. (2014) Sylwetka uczestnika górskich imprez biegowych. [W:] P. Zarzycki (red.), *Wybrane aspekty górskiej aktywności ruchowej w Polsce i na świecie. Studia i Monografie AWF we Wrocławiu*, 120, 88–102.
- Griffin R.W. (2010) *Podstawy zarządzania organizacjami*. PWN, Warszawa.
- Kassay Š. (2010) *Przedsiębiorstwo i przedsiębiorczość. Środowisko biznesowe. Zmiany struktur własnościowych w okresie transformacji ekonomicznej. Tom 1*. Księgarnia Akademicka, Kraków.
- Łobożewicz T., Bieńczyk G. (2001) *Podstawy turystyki*. WSE, Druk Tur, Warszawa.
- Łuczak M. (2003) *Przedsiębiorczość w zarządzaniu firmą*. WSE, Warszawa.
- Moroń M. (2010) Analiza współzależności między wybranymi charakterystykami psychologicznymi a postawą wobec gór. [W:] R. Kulik, A. Skorupa (red.), *Człowiek wobec gór, perspektywa psychologiczna, filozoficzna, kulturoznawcza*. WORD-PRESS, Wrocław.
- Panfil R. (2008) *Podstawy zarządzania turystyką i rekreacją*. PWSZ, Leszno.
- Sznajder A. (2012) *Marketing sportu*. PWE, Warszawa.
- Źródła internetowe
- Biegi Górskie – wprowadzenie do tematu, www.biegihorskie.pl/biegi-gorskie-wprowadzenie-do-tematu/ [data dostępu: 30.06.2014].

BLANKA GOSIK

Uniwersytet Łódzki, Filia w Tomaszowie Mazowieckim

EVENTY NARCIARSKIE JAKO ALTERNATYWNA OFERTA DLA TURYSTYKI BIZNESOWEJ

Abstract

Ski events as an alternative form of business tourism

Business tourism includes any trip whose purpose is associated with one's profession or business. Relatively novel types of business tourism are various team-building trips. Many companies use this tool more and more frequently to manage resources, capital and people, and to improve effectiveness and motivation of their workforce. Proper motivation and positively awarding influence employees' productivity. Ski trips are an excellent form of team-building programs. They are very interesting and increasingly popular. Skiing, as any other sport, greatly develops team spirit as well as it gives the opportunity to improve personal skills. It is, therefore, not surprising that corporate ski trips are gaining popularity among employers as well as tourist trip organizers.

Key words: business tourism, event, skiing, motivation

WPROWADZENIE

Turystyka biznesowa to pojęcie obejmujące wszelkie podróże, których motyw wywołany jest przez wykonywaną pracę zawodową lub z interesami podróżującego. Do form turystyki biznesowej należą m.in. podróże motywacyjne i integracyjne, które stanowią stosunkowo nowe typy turystyki w dziedzinie biznesowej. W wielu firmach jest to coraz częściej stosowane narzędzie do zarządzania zasobami, kapitałem i ludźmi, umożliwiające podniesienie efektywności i tym samym zwiększenie motywacji pracowników. Właściwa motywacja i nagradzanie to elementy, które wpływają na możliwość osiągnięcia wysokich wyników przez pracownika. W wyjazdy o charakterze motywacyjnym i integracyjnym bardzo dobrze wpisują się eventy narciarskie. Są one ciekawą i coraz bardziej popularną alternatywą dla wyjazdów tego typu. Narciarstwo jak każdy sport doskonale buduje tożsamość grupy, ponadto daje szansę na rozwój indywidualnych umiejętności. Ze względu na to wyjazdy na imprezy narciarskie stają się coraz bardziej popularne zarówno wśród pracodawców, jak i organizatorów imprez turystycznych. Celem badań było uzyskanie opinii na temat tego, czy eventy narciarskie mogą być ciekawą alternatywą dla turystyki biznesowej. Jednocześnie podjęto próbę określenia wpływu wyjazdów i imprez narciarskich na motywację pracowników.

POJĘCIE I SPECYFIKA TURYSTYKI BIZNESOWEJ

Turystyka biznesowa to wszystkie podróże odbywane w ramach pracy zawodowej. Zalicza się do nich podróże konieczne do wykonania pracy, mające pomóc

zatrudnionemu realizować zadania bardziej efektywnie lub będące nagrodą od pracodawcy za dobrze wykonane zadania (Cope i Davidson 2003). Według innej definicji turystyka biznesowa (podróże służbowe) to podróże odbywane przez pracowników i inne osoby w związku z pracą, obejmujące uczestnictwo w spotkaniach, konferencjach i wystawach (Medlik 1995).

Turystyka biznesowa jest bardzo specyficznym rodzajem turystyki, a jej charakterystyczne cechy to:

- małe wahania koniunktury oraz wyprzedzenia czasowe;
- niska elastyczność cenowa popytu, która implikuje możliwość stosowania wysokiej marży;
- ponoszenie kosztów podróży zazwyczaj przez pracodawcę, co sprawia, że budżet podróży służbowych jest wyższy od wydatków na podróże wynikające z innych przyczyn;
- dokonywanie wyboru miejsca docelowego podróży przez pracodawcę lub działającego w jego imieniu organizatora;
- odbywanie się podróży służbowych najczęściej w dni powszednie oraz przez cały rok oprócz sezonu wypoczynkowego;
- zazwyczaj duże miasta jako cele podróży służbowych, z wyjątkiem podróży motywacyjnych;
- realizowanie podróży służbowych indywidualnie lub w towarzystwie innych pracowników przedsiębiorstwa (Hałaczekiewicz 2007).

Turystyka biznesowa może również przyczynić się do rozwoju gospodarczego zarówno konkretnych miejscowości, jak i całych regionów. Warunkiem koniecznym jest jednak odpowiednia infrastruktura do organizacji konferencji, szkoleń lub kongresów (Gosik 2013).

Do głównych form, a zarazem produktów turystyki biznesowej zalicza się:

- konferencje (spotkania biznesowe z udziałem do 200 osób),
- kongresy (spotkania biznesowe z udziałem powyżej 200 osób),
- targi i inne imprezy wystawiennicze,
- imprezy konsumenckie („events”),
- imprezy motywacyjne („incentive travels”, „meetings”, „events”),
- wyjazdy integracyjne (wewnątrzfirmowe, z partnerami firmy, z prestiżowymi partnerami),
- wyjazdy gratyfikacyjne (wyjazd jako forma nagrody, zazwyczaj z najbliższą rodziną),
- spotkania firmowe (wyjazdowe posiedzenia zarządu, narady szefów oddziałów regionalnych, inne),
- szkolenia (różnego rodzaju),
- wszelkiego typu podróże biznesowe (delegacje służbowe pojedynczych lub kilku pracowników) (Świątecki 2005).

Na rynku polskim turystyka biznesowa jest stosunkowo nowym rodzajem turystyki. Niemniej jednak w ostatnich latach staje się coraz ważniejszym segmentem rynku turystycznego. Dla rozwoju turystyki biznesowej w Polsce najbardziej istotny był rok 1989 i 2004. Z pierwszą datą, czyli początkiem zmian ustrojowych w kraju, wiąże się wzrost zainteresowania potencjałem gospodar-

czym Polski, a w 2004 r. Polska weszła w struktury UE i tym samym stała się znaczącym rynkiem zbytu (Godlewski 2008).

Obecnie turystyka biznesowa jest sektorem turystyki o największej dynamice rozwoju. Według szacunków ok. 30–40% ogółu przyjazdów to przyjazdy biznesowe. Najbardziej istotne z ekonomicznego punktu widzenia są środki finansowe, jakimi dysponują turyści biznesowi. Wyniki badań wykazują, że wydają oni w krajach kongresowych o 400–500% więcej niż przeciętni turyści. Tym samym okazują się o wiele bardziej opłacalnymi klientami. Wielu hotelarzy, restauratorów i przewoźników swój rozwój zawdzięcza właśnie turystyce biznesowej (Jankowska 2011).

W ostatnich latach podróże motywacyjne stały się w Polsce modnym zjawiskiem. Nazwa „incentive travel” to wciąż stosunkowo nowy termin na polskim rynku usług. Pojęcie „incentive” jest ściśle powiązane z konferencjami, kongresami i szkoleniami. Mogą one jednak być samodzielną formą turystyki biznesowej. Podróże stanowią doskonałe, szeroko wykorzystywane narzędzie zarządzania, głównie w działalności wielkich korporacji. Na podróże, które mają wpływać motywująco na pracowników, przeznaczają się olbrzymie pieniądze, bowiem incentive travel to sposób oddziaływania i dobra forma wynagrodzenia.

TURYSTYKA MOTYWACYJNA JAKO NARZĘDZIE ZARZĄDZANIA ZASOBAMI LUDZKIMI W FIRMIE

Wśród form turystyki biznesowej wyróżnia się m.in. podróże motywacyjne i integracyjne, które są jej stosunkowo nowymi gałęziami. Wielu pracodawców wykorzystuje tego typu wyjazdy jako bardzo skuteczne narzędzie zarządzania zarówno kapitałem, jak i ludźmi. Wpływa to na poprawę efektywności i jednocześnie motywacji pracowników, a odpowiednia motywacja i nagradzanie to bez wątpienia elementy, które przyczyniają się do osiągnięcia wysokich wyników przez pracownika.

Motywacja to siła mobilizująca do wykonywania poszczególnych zadań, która jest podstawową potrzebą każdego człowieka. Mówiąc o motywacji wewnętrznej, należy mieć na myśli motywację pochodzącą z psychiki. Czuje się wtedy potrzebę, chęć zrobienia czegoś lub zmierza do osiągnięcia konkretnego celu. Głównymi czynnikami wzmacniającymi motywację wewnętrzną są współpraca i zadowolenie, a także prawo do podejmowania decyzji. Pierwszy czynnik dowodzi, że wzajemna pomoc prowadzi do sukcesu, wyzwala chęć do cięższej pracy. Oczywiście jeśli istnieją sprzyjające warunki i kiedy brak zbędnych przeszkód, które w jakikolwiek sposób mogłyby zakłócić pracę zespołu. Kolejne czynniki gwarantują zaangażowanie poszczególnych osób z zespołu, ponieważ widoczny jest ich osobisty wkład w projekt albo dane przedsięwzięcie. Ponadto sprostanie jakiegokolwiek zadaniu przynosi satysfakcję zespołowi i poszczególnym jego członkom. To wszystko rozwija potrzeby pracowników i zachęca do kreatywnego działania, a upoważnienie do podejmowania decyzji zwiększa motywację do lepszej pracy (Bruce i Pepitone 2001).

Podstawą dobrego motywowania jest świadomość pracowników dotycząca nagrody, o jaką mogą walczyć. Jeśli osiągną zamierzony cel, należy jak najszybciej

ich za to wynagrodzić. Jest to bardzo skuteczna metoda, dlatego że pozwala skomplikować włożony wysiłek z nagrodą, a odpowiednio doceniony sukces pracownika może przynieść efekty w postaci jego kolejnych osiągnięć.

W organizacji wyjazdów motywacyjnych bardzo ważną rolę odgrywają dostawcy i pośrednicy. Dostawcami na rynku biznesowym są osoby lub instytucje, które odpowiadają za zapewnienie wszelkich czynności usługowych koniecznych do odbycia podróży. Stanowią nieodzowny element podaży turystycznej, czyli tego, co można zaoferować klientom w postaci dóbr i usług. Wykonawcy mają za zadanie zaspokojenie potrzeb związanych z dominującym motywem podróży i ruchu turystycznego. Wśród dostawców można wyróżnić:

- sektor usług transportowych i przewoźniczych, np. transport kolejowy, samochodowy, lotniczy, promowy;
- sektor bazy noclegowej i konferencyjnej, np. hotele, centra wystawowe, sale konferencyjne, ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe, pałace, zamki, inne miejsca nadające się do organizacji imprez turystycznych;
- sektor usług gastronomicznych, np. firmy cateringowe, sale bankietowe, restauracje;
- sektor atrakcji turystycznych, np. animatorzy czasu wolnego, parki rozrywki, muzea, galerie, spa & wellness;
- sektor usług audiowizualnych, np. firmy telekomunikacyjne oraz firmy, które oferują sprzęt audiowizualny;
- sektor usług translatorskich (tłumacz) (Sidorkiewicz 2011).

Usługi oferowane przez dostawców w przypadku sektora biznesowego muszą odznaczać się wyjątkową jakością i standardem. Ważna jest dbałość o najdrobniejsze szczegóły i wszystkie elementy.

Przykładowymi pośrednikami turystyki biznesowej są:

- biura podróży;
- firmy organizatorskie w miejscach docelowych;
- organizatorzy podróży motywacyjnych;
- agencje eventowe;
- hotele.

Nabywcami na rynku wyjazdów motywacyjnych są firmy i przedsiębiorstwa zarówno z sektora prywatnego, jak i państwowego.

TURYSTYKA EVENTOWA

Aby zdefiniować turystykę eventową, należy zastanowić się, co oznacza termin „event”. Mimo że jest to słowo, które na stałe zdomowało się w języku polskim i powszechnie stosowane jest w branży marketingowej, nie doczekało się jednoznacznej definicji. Pierwsze próby zdefiniowania tego pojęcia podjęli w latach 90. ubiegłego wieku Getz i Goldblatt. Według nich „event” to coś unikatowego, specjalnego, wyjątkowego. Coś, co wykracza poza codzienne doświadczenia, to czas odróżniający się od rutynowych czynności.

Getz określił „event” jako doświadczenie społeczne, rekreacyjne lub kulturalne, które wykracza poza zwyczajowy zakres wyboru lub codzienność. Goldblatt

twierdził, że jest to wyjątkowy moment w czasie, określony poprzez ceremonię i rytuał, zaspokajający czyjeś potrzeby. Obaj autorzy zwracali uwagę na to, że na „event” składają się zarówno czynniki fizyczne (ceremonia, rytuał), jak i psychologiczne (potrzeba, doświadczenie) (www.konferencje.pl).

„Event” (ang. wydarzenie, zdarzenie) jest określeniem używanym często w odniesieniu do wydarzenia związanego z muzyką lub spektakularnej imprezy firmowej o charakterze marketingowym. Ponadto jest to również nowoczesna i popularna w ostatnich latach forma promocji marki i produktu, ułatwiająca dotarcie do nowych klientów i kreująca pozytywny wizerunek danego miejsca (Borzyszkowski 2011).

Turystyka eventowa zatem to wszystkie podróże, których celem jest udział uczestników w specjalnie inscenizowanych imprezach o charakterze kulturalnym, mających ograniczony czas trwania i przyciągających turystów (Von Rohrscheidt 2008).

Na początku lat 70. główne znaczenie dla turystyki eventowej miały wydarzenia teatralne, np. premiery znanych dzieł. W latach 90. sytuacja uległa zmianie – bardziej popularne stały się wówczas musicale. Obecnie trend się ponownie zmienia. Widzowie najbardziej zainteresowani są open air events, czyli wydarzeniami na świeżym powietrzu. Turystyka eventowa największe znaczenie odgrywa w krajach wysoko rozwiniętych, a jej rozwój cały czas jest dynamiczny.

Wzrost popytu na turystykę eventową wynika najprawdopodobniej z wyższego wykształceniem turystów. Osoby te pragną doznawać nowych wrażeń lub doświadczać nowych rzeczy. Coraz więcej ludzi korzysta z proponowanych wydarzeń eventowych, ponieważ są one świetną okazją do przeżycia czegoś nowego i odmiennego od dnia codziennego. Zdarza się, że eventy stają się wizytówką miejscowości, w której są organizowane. Przyczynia się to do wzrostu liczby turystów przybywających na konkretne wydarzenie. Coraz częściej w ofercie organizatorów turystyki eventowej znajdują się wydarzenia o charakterze cyklicznym, tj. festyny, turnieje rycerskie, dni miasta lub regionalne wydarzenia z tradycjami ludowymi. Są one dla widza dobrym sposobem na spędzenie wolnego czasu lub poznanie kultury, dawnych obyczajów (Von Rohrscheidt 2008). Przygotowanie dobrego eventu jest procesem złożonym z cyklu specyficznych czynności, które określane są jako event management. Należą do nich: projektowanie, planowanie, organizacja, produkcja i ewaluacja.

Istnieje wiele klasyfikacji eventów. Jak podaje Getz (2008), można je podzielić na kilka rodzajów:

- uroczystości kulturalne: festiwale, karnawały, rocznice, wydarzenia religijne;
- wydarzenia polityczne i państwowe: szczyty, wydarzenia polityczne, wizyty VIP-ów, wydarzenia królewskie;
- wydarzenia biznesowe i handlowe: spotkania, konwencje, wystawy, targi;
- wydarzenia edukacyjne i naukowe: konferencje, seminaria;
- rozgrywki sportowe: amatorskie lub profesjonalne;
- wydarzenia prywatne: wesela, zabawy, spotkania towarzyskie.

Według typologii Bączka (2011) eventy dzieli się na:

- eventy dla dzieci – osoby do 1. roku życia, patrzenie na świat oczami dziecka;

- eventy dla młodzieży – osoby w wieku 15–22 lat, patrzenie na świat oczami nastolatków i młodzieży;
- eventy dla dorosłych – osoby od 18. roku życia, patrzenie na świat oczami dorosłych;
- eventy masowe – uczestniczą w nich osoby w każdym wieku, tematyka eventu jest uniwersalna;
- eventy dedykowane – odbiorcami są konkretne grupy osób, tematyka jest wcześniej ustalona i dedykowana owym grupom społecznym.

Ze względu na rodzaj wydarzenia wyróżnia się eventy:

- kulturalne;
- rozrywkowe;
- sportowe;
- przygodowe;
- wyjazdowe;
- ugoszczeniowe (www.eventy.topclub.com.pl).

EVENTY NARCIARSKIE JAKO ALTERNATYWNA OFERTA W TURYSTYCE BIZNESOWEJ

Jednym z kluczowych aspektów rynku turystyki biznesowej są konsumenci, czyli turyści uczestniczący w tego rodzaju ruchu turystycznym. Trzeba podkreślić, że definicje turystyki nie zaliczają osób wyjeżdżających w celach zarobkowych do turystów. Powołując się jednak na Światową Organizację Turystyki, podróżnych tego typu z punktu widzenia ekonomicznych skutków w obszarze obsługi ruchu turystycznego można uznać za turystów (Sidorkiewicz 2011).

Turysta biznesowy jest zatem turystą specyficznym, który podróż odbywa w ramach wykonywanej przez siebie pracy. Budżet takiego wyjazdu różni się od budżetu turystów grupowych i indywidualnych, ponieważ w dużej mierze koszty pokrywa pracodawca (Gosik i Piech 2012). Uczestnikom można zapewnić nocleg zarówno w hotelach pięciogwiazdkowych, jak i gospodarstwach agroturystycznych lub innych obiektach. Zależy to w dużym stopniu od przygotowanego programu. Atrakcje i programy motywacyjne są nieograniczone (Świątecki 2005). Najważniejszy jest oryginalny pomysł, aby połączyć ze sobą odpoczynek, relaks i udział w rozmaitych formach rozrywki, dostępnych dla wybranej grupy zamkniętej (Sidorkiewicz 2011). Dlatego organizatorzy programów motywacyjnych muszą wykazać się niezwykle wyszukaną pomysłowością i umiejętnościami w znajdowaniu miejsca odbycia podróży i wszystkich towarzyszących jej atrakcji. Każdy wyjazd ma stanowić spełnienie osobistych oczekiwań i niecodziennego marzenia (Świątecki 2005).

Raport międzynarodowego Stowarzyszenia Organizatorów Incentive Travel „Annual Survey 2011” ponadto mówi o tym, że dla uczestników wyjazdów motywacyjnych znaczącą rolę odgrywa tzw. efekt „wow!”, wywołany zestawem atrakcji dodatkowych, jakich nie doświadczy się podczas zwykłego wyjazdu turystycznego (www.siteglobal.com/p/cm/ld/fid=193#Annual2011). Należy podkreślić, że uczestnicy coraz bardziej potrzebują indywidualnego podejścia i indywi-

dualnych zajęć, podczas których będą mogli się wykazać samodzielnością oraz będą mogli korzystać z atrakcji w taki sposób, w jaki sami zechcą.

Eventy narciarskie należą do kategorii eventów sportowych, wyróżniających się nietuzinkowością, trudno dostrzeżaną na innych imprezach. Atmosfera, jaka towarzyszy uczestnikom podczas zdrowej rywalizacji, wyzwala pozytywne emocje, daje poczucie integracji i współpracy. Wspólne przeżycia, doświadczenia i później wspomnienia sprawiają, że stają się sobie bliżsi, bardziej znani, co w efekcie przekłada się na relacje w miejscu pracy. Ponadto bardzo ważnym czynnikiem przemawiającym na korzyść eventów sportowych, w tym narciarskich, jest promocja zdrowego stylu życia i sportu jako formy spędzania czasu wolnego.

Dostawcy usług turystycznych, czyli firmy lub pojedyncze jednostki, które mają konkretną ofertę związaną z branżą turystyczną, coraz częściej proponują organizację imprez sportowych. Na rynku usług turystycznych od kilku lat działają wyspecjalizowane agencje zajmujące się profesjonalnym przygotowaniem imprez zgodnych z oczekiwaniami klienta. Potrafią zorganizować event, którego program jest atrakcyjny i dopasowany do wieku, doświadczenia i umiejętności uczestników. Na rynku pojawiły się również agencje sportowe, które są w stanie zorganizować nawet najbardziej spektakularne imprezy sportowe i rekreacyjne. Do najbardziej popularnych należą:

- konkurencje rekreacyjne i wytrzymałościowe,
- pokazy sportowe, militarne i artystyczne,
- gry i zabawy dla dzieci,
- spotkania z gwiazdami sportu,
- oprawa plastyczna i muzyczna zawodów (www.organizatorzyimprez.pl).

Wyniki badań przeprowadzonych przez Incentive Marketing Association (IMA) i Incentive Travel Council w 2011 r. (www.incentivemarketing.org/?page=Research) wykazały, że uczestnicy uważają takie wyjazdy za bardzo motywujące narzędzie – zostali oni docenieni zarówno przez firmę, jak i kolegów z pracy. Takie uznanie wyzwala dalszą zdrową rywalizację i chęć udziału w tego typu wyjazdach.

Na potrzeby pracy przeprowadzono badania, których celem było poznanie opinii respondentów na temat wpływu wyjazdów motywacyjnych i integracyjnych na motywację pracowników. Podczas badań zwrócono szczególną uwagę na eventy narciarskie organizowane przez pracodawcę. Jako podstawową metodę badawczą wykorzystano ankietę. Narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety opracowany przez autorkę pracy. Badania przeprowadzono w grupie 252 osób pracujących zawodowo. Respondenci reprezentowali różne grupy zawodowe, a wśród najczęściej wymienianych znaleźli się handlowcy, analitycy, sprzedawcy, nauczyciele, lekarze, agenci, dyrektorzy, doradcy i budowlancy. Strukturę społeczno-demograficzną ankietowanych przedstawiono w tabeli 1. Kobiety stanowiły 54% badanych, a mężczyźni – 46%. Najliczniejszymi grupami w przypadku struktury wiekowej okazali się respondenci z przedziału wieku 36–45 lat (43%) i 26–35 lat (29%). Wśród badanych najwięcej osób zadeklarowało wykształcenie średnie (41%) i wyższe (28%).

Pierwsze pytania ankietowe dotyczące wyjazdów firmowych były ogólne. Zapytano, czy firmy, w których pracują ankietowani, organizują tego typu wyjazdy

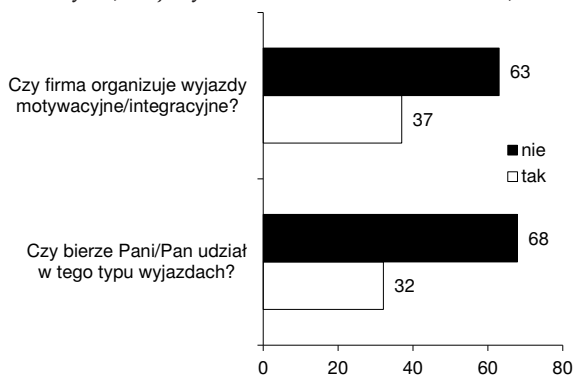
Tabela 1. Struktura społeczno-demograficzna respondentów

Płeć [%]	
Kobieta	54
Mężczyzna	46
Wiek [%]	
18–25 lat	11
26–35 lat	29
36–45 lat	43
46–65 lat	17
Powyżej 65 lat	0
Wykształcenie [%]	
Podstawowe	0
Zawodowe	14
Średnie	41
Policealne	17
Wyższe	28

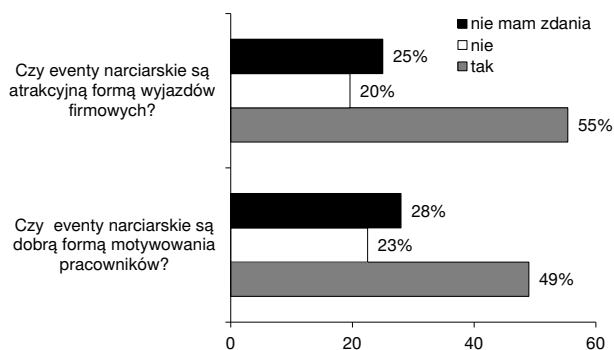
i czy badani w takich wyjazdach uczestniczą. Zdecydowana większość respondentów nie brała udziału w tego rodzaju wyjazdach (68%). Nie miała takiej możliwości ze względu na to, że firma, w której była zatrudniona, takich wyjazdów nie organizowała (63%). Pozostali ankietowani (32%) odpowiedzieli, że biorą udział w wyjazdach firmowych (ryc. 1).

Kolejne pytania wiązały się z eventami narciarskimi. Na pytanie, czy tego typu eventy są atrakcyjną formą wyjazdów firmowych, 55% badanych odpowiedziało, że tak. Prawie połowa ankietowanych (49%) stwierdziła również, że uczestnictwo w eventach narciarskich to dobre narzędzie motywowania pracowników (ryc. 2).

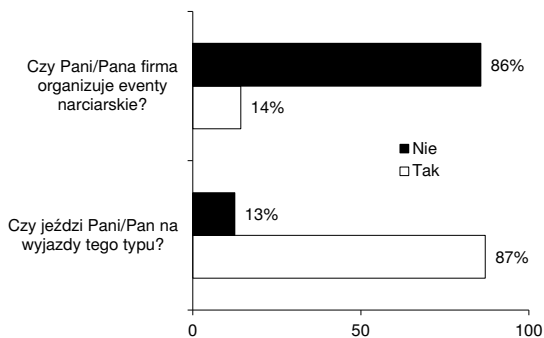
Chociaż ankietowani przyznali, że wyjazdy narciarskie są interesującą formą wyjazdów firmowych, to jedynie około 14% stwierdziło, że ich pracodawcy takie



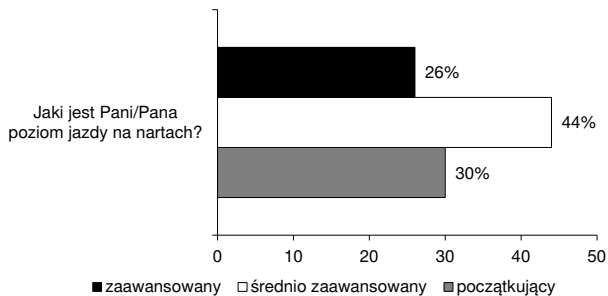
Rycina. 1. Wyjazdy integracyjne/motywacyjne organizowane przez firmy zatrudniające ankietowanych



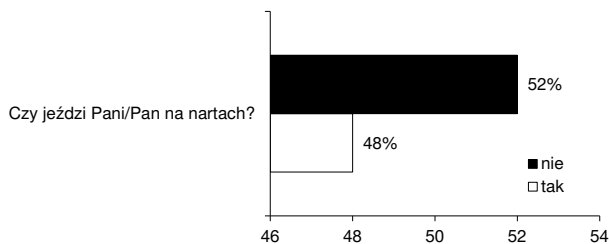
Rycina. 2. Eventy narciarskie jako wyjazdy firmowe i forma motywowania pracowników



Rycina 3. Eventy narciarskie organizowane przez firmy zatrudniające badanych



Rycina 4. Umiejętność jazdy na nartach



Rycina. 5. Poziom jazdy na nartach

wyjazdy organizują. Zdecydowana większość ankietowanych spośród tych, których firmy takie eventy organizują, jeździ na nie. Odpowiedziało tak aż 87% respondentów. Pozostali ankietowani (13%) odpowiedzieli przecząco (ryc. 3).

Podczas badań zapytano respondentów również o umiejętność jazdy na nartach. Ponad połowa badanych odpowiedziała, że nie jeździ na nartach. Taką odpowiedź zaznaczyło 52% ankietowanych. Pozostali respondenci (48%) odpowiedzieli, że jeżdżą na nartach (ryc. 4). Ankietowani poproszeni zostali o określenie swojego poziomu zaawansowania w jeździe na nartach. Okazało się, że poziom początkujący wskazało 30% respondentów, poziom średnio zaawansowany – 44%, a poziomie zaawansowany – 26% badanych (ryc. 5).

WNIOSKI

W wielu firmach wyjazdy motywacyjne i integracyjne to coraz częściej stosowane narzędzie zarządzania zasobami, kapitałem i ludźmi, zapewniające większą efektywność i motywację pracowników. Odpowiednia motywacja i nagradzanie istotnie wpływają na możliwość osiągania wysokich wyników w pracy. Omawiane eventy narciarskie należą do kategorii eventów sportowych. Wyjazdy tego typu są z pewnością ciekawą alternatywą dla turystyki biznesowej. Potwierdzają to rezultaty przeprowadzonych przez autorkę badań. Ponad połowa respondentów (55%) stwierdziła, że eventy narciarskie stanowią atrakcyjną formę wyjazdów firmowych, a 48% badanych uznało wyjazdy tego typu za dobrą formę motywowania pracowników. Atmosfera, jaka towarzyszy uczestnikom podczas wyjazdów sportowych, wyzwala pozytywne emocje, daje poczucie integracji i współpracy. Jednocześnie poczucie zdrowej rywalizacji podczas wszelkich konkurencji i zawodów motywuje do większej aktywności. Wszystko to przekłada się na późniejsze relacje w miejscu pracy. Ponadto atutem wyjazdów narciarskich jest promocja zdrowego stylu życia i sportu jako sposobu spędzania czasu wolnego. Oczywiście trzeba mieć również świadomość, że eventy narciarskie nie mogą być wyjazdem obowiązkowym. Nie każdy pracownik może i chce uprawiać narciarstwo. Istnieje w tym przypadku bariera zdrowotna, a także finansowa, związana z zakupem odpowiedniego ubrania i sprzętu. Wyjazd motywacyjny lub integracyjny powinien być nagrodą, a jednocześnie przyjemnością, przygodą i motywacją do dalszej efektywnej pracy.

Coraz więcej osób decyduje się na aktywność ruchową, co również potwierdzają rezultaty przeprowadzonych badań. Większość ankietowanych (87%) zadeklarowała umiejętność (w różnym stopniu) jazdy na nartach. Jest to bardzo pozytywny wynik, zwłaszcza że zmiany stylu życia podyktowane są nie tylko modą na aktywność, ale przede wszystkim dbałością o własne zdrowie i kondycję fizyczną.

BIBLIOGRAFIA

- Bączek J.B. (2011) Psychologia eventów. Stageman Polska, Warszawa.
Borzyszkowski J. (2011) Wpływ eventu na rynek turystyczny – przykład ślubu księcia Williama i Kate Middleton. *Turystyka Kulturowa*, 6, 4–16.

- Bruce A., Pepitone J.S. (2001) Jak motywować pracowników. RM, Warszawa.
- Cope B., Davidson R. (2003) Turystyka biznesowa. POT, Warszawa.
- Getz D. (2008) Event Tourism: Definition, Evolution and Research. *Tourism Management*, 29, 403–428.
- Godlewski T. (2008) Badanie pilotażowe rynku turystyki biznesowej (MICE) (województwo wielkopolskie). Instytut Rynku Hotelarskiego, Warszawa.
- Gosik B. (2013) Produkty gentryfikacji wiejskiej jako alternatywna oferta dla turystyki biznesowej. [W:] J. Jakóbczyk-Gryszkiewicz (red.), *Procesy gentryfikacji*. Uniwersytet Łódzki, Łódź, 191–201.
- Gosik B., Piech M. (2012) Produkty turystyki biznesowej w ofercie łódzkich biur podróży. Ekonomiczne problemy usług, 86, Podaż turystyczna jako determinanta kształtowania popytu turystycznego, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 701, 67–82.
- Hańczakiewicz J. (2007) Turystyka a turystyka biznesowa. [W:] *Turystyka biznesowa*. WSTiH, Gdańsk, 109–118.
- Jankowska A. (2011) Convention Bureau Szczecin jako nowe biuro turystyki biznesowej na polskim rynku. Ekonomiczne problemy turystyki, 15. Instrumenty, strategie i wyzwania w przyciąganiu kongresów do miast niebędących stolicami. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 626, 53–63.
- Medlik S. (1995) *Leksykon podróży, turystyki i hotelarstwa*. PWN, Warszawa.
- Sidorkiewicz M. (2011) *Turystyka biznesowa*. Difin, Warszawa.
- Świątecki A. (red.) (2005) *Nowy Incentive w Polsce*. ELECT Business Service&Travel, Warszawa.
- Von Rohrscheidt A.M. (2008) *Turystyka kulturowa*. GWSHM Milenium, Gniezno.

Źródła internetowe

- Annual Survey 2011. www.siteglobal.com/p/cm/ld/fid=193#Annual2011 [data dostępu: 19.10.2014].
- Czym jest event? www.eventy.topclub.com.pl [data dostępu: 24.05.2014].
- Event – czym jest, a czym nie jest? www.konferencje.pl [data dostępu: 20.06.2014].
- Event na sportowo – najlepsza metoda aktywizacji wszystkich uczestników. www.organizatorzyimprez.pl [data dostępu: 20.06.2014].
- www.incentivemarketing.org/?page=Research [data dostępu: 19.10.2014].

BEATA MANOWSKA, EWELINA SMOL, BARBARA GŁUCHOWSKA

Akademia Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki w Katowicach

DZIAŁALNOŚĆ BESKIDZKIEJ GRUPY GOPR

Abstract

The activities of the Mountain Volunteer Search and Rescue Beskid Group

The Mountain Volunteer Search and Rescue is an organization providing emergency medical and rescue services to mountain accident victims. This is the basic yet not the only activity of the Search and Rescue. In the area supervised and managed by the Mountain Volunteer Search and Rescue Beskid Group there are numerous ski pistes and about 180 ski lifts, therefore the team provides rescue mainly to winter sports accident victims – they make up about 70% of all the rescue interventions. The remaining 30% are victims of other mountain sports accidents like mountain biking and paragliding. The Mountain Volunteer Search and Rescue team also helps victims of natural disasters, such as floods and earthquakes.

Key words: GOPR, mountain accidents in Beskids

WPROWADZENIE

Beskidzka Grupa GOPR jest jedną z siedmiu regionalnych grup Górskiego Ochotniczego Pogotowia Ratunkowego. Została powołana w listopadzie 1952 r. jako Sekcja Terenowa GOPR – Beskidzkie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe z Siedzibą w Bielsku-Białej. W 1956 r. Zarząd Główny PTTK zatwierdził nowy regulamin i przekształcił dotychczasową sekcję w dzisiejszą Grupę Beskidzką. W lutym 1961 r. odbyła się pierwsza w Polsce akcja z użyciem śmigłowca sanitarnego. Został on wysłany po chorą turystkę, która uległa zaccadeniu w schronisku na Hali Rysianka.

Beskidzka Grupa GOPR obejmuje swym działaniem teren Beskidu Śląskiego, Beskidu Żywieckiego, Beskidu Małego oraz zachodniej części Beskidu Makowskiego. Jest to obszar ok. 2500 km². Grupa Beskidzka GOPR dzieli się na 6 sekcji operacyjnych: SO Cieszyn, SO Bielsko-Biała, SO Szczyrk, SO Wadowice, SO Żywiec, SO Babia Góra. Służbę ratowniczą pełni zespół 400 ratowników ochotników i 12 ratowników zawodowych. Ratownicy niosą pomoc ludziom w górach bez względu na porę dnia i stan pogody w sezonie letnim na 5 stacjach oraz w sezonie zimowym na 45 stacjach ratunkowych, które mieszczą się w ośrodkach narciarskich i schroniskach górskich. Warto podkreślić, że na obszarze zabezpieczonym przez Beskidzką Grupę GOPR znajduje się ok. 180 wyciągów narciarskich. Pomoc ratownicza udzielana jest zatem głównie poszkodowanym narciarzom – stanowi ona około 70% rocznych interwencji. Na pozostałe 30% rocznej statystyki wypadków w Beskidach składa się pomoc udzielana osobom uprawiającym nowe, coraz popularniejsze dyscypliny sportu i formy rekreacji, takie jak: kolarstwo górskie, spadochroniarstwo, paralotniarstwo, jazda konna i jazda pojazdami terenowymi (quadami) (Gaworecki 2000, Merski 2002). Para-

lotniarze szczególnie upodobili sobie przemierzanie szlaków powietrznych nad górą Żar w Beskidzie Małym i nad Skrzyszczem w Beskidzie Śląskim. Ze względu na zwiększającą się liczbę pilotów paralotni opracowano przepisy dotyczące latania i szkolenia. Nadzór nad uprawianiem paralotniarstwa w Polsce sprawuje Urząd Lotnictwa Cywilnego (dawniej Główny Inspektorat Lotnictwa Cywilnego) poprzez Aeroklub Polski. Na początku 2006 r. zarejestrowanych było 1261 osób mających Świadectwo kwalifikacji pilota paralotni, w tym 70 z uprawnieniami instruktorskimi (Bołdak 2007).

Obecnie przeszkolonych jest około 5000 pilotów. Amatorzy sportów motorowych stanowią natomiast nie tyle zagrożenie dla samych siebie, co głównie dla flory i fauny Beskidów.

Różnorodność uprawianych form turystyki i rekreacji w Beskidach zmusza ratowników do ciągłego rozszerzania zakresu i zmiany profilu szkoleń. Wszelki program szkoleń technicznych umożliwia projekt „Na każde wezwanie”, realizowany przez Beskidzką Grupę GOPR wspólnie z Górnośląską Agencją Rozwoju Regionalnego SA w Katowicach. Zakończenie drugiej edycji tego unijnego projektu przewidziane jest na czerwiec 2015 r. Ratownicy górscy szkolą się w zakresie pomocy medycznej, psychologii i etyki ratowniczej, w zakresie ratownictwa na rzekach szybko płynących i powodziowych, w zakresie ratownictwa kolejowego, czyli ewakuacji pasażerów górskich kolejek linowych, oraz w technikach ewakuacji poszkodowanych spadolotniarzy, wiszących na drzewach. Podstawą działań szkoleniowych są wytyczne przedstawione na Kongresie Służb Ratownictwa Górskiego IKAR-CISA, który odbył się w Szwecji w październiku 2011 r. Tematem wiodącym tego kongresu było skuteczne zapobieganie wypadkom w górach. Warto podkreślić, że polskie ratownictwo górskie objęło roczną prezydencję w IKAR, przyjmując flagę z rąk prezydenta Geralda Binera. Kolejny kongres IKAR-CISA odbył się w dniach 2–7 października 2012 r. w Krynicy-Zdroju. Kongres zgromadził 300 ratowników z 27 krajów. Dyskutowano i omawiano problemy techniczne związane z najnowszymi zagadnieniami ratownictwa górskiego na świecie. Była to również świetna okazja do świętowania obchodów 60-lecia GOPR w Polsce. Jedną z form uhonorowania tego jubileuszu jest podjęcie przez Klub Alpinistyczny Beskidzkiej Grupy GOPR projektu „Niebo i Piekło”, polegającego na zdobyciu najwyższego szczytu świata oraz najgłębszej jaskini, czyli zrobieniu największej deniwelacji świata. Pierwsza część projektu została zrealizowana, ponieważ w sierpniu 2012 r. instruktorzy GOPR Grzegorz Michałek (Grupa Beskidzka), Tomasz Piprek (Grupa Krynicka) i Maciej Kwiatkowski stanęli na dnie najgłębszej jaskini świata – Krubera-Voronina (2080 m) w Abchazji. Wykonanie drugiej części projektu, czyli zdobycie Mount Everestu, możliwe będzie po znalezieniu poważnego sponsora (www.gopr.pl) i przewidziane jest na wiosnę 2015 r.

CEL PRACY

Celem niniejszej pracy jest omówienie różnych aspektów działalności Beskidzkiej Grupy GOPR w ostatnich latach, począwszy od zadań statutowych przez sposoby podnoszenia kwalifikacji ratowników górskich po pozyskiwanie środków finansowych na poprawę sytuacji materialnej tego ogólnokrajowego stowarzyszenia.

ZADANIA REALIZOWANE PRZEZ GOPR

Oprócz podejmowania swej głównej działalności ratownicy GOPR pomagają ofiarom klęsk żywiołowych, takich jak powódzie i trzęsienia ziemi. Dysponując nowoczesną bazą stacji ratunkowych i sprzętem (pojazdami terenowymi, sprzętem specjalistycznym i medycznym), współpracują z policją, strażą pożarną i strażą graniczną. GOPR ma zatem obowiązek współdziałania z organami terenowej administracji rządowej, organami samorządu terytorialnego oraz osobami prawnymi i fizycznymi prowadzącymi działalność w zakresie kultury fizycznej i turystyki. GOPR jest stowarzyszeniem kultury fizycznej o zasięgu ogólnokrajowym zarejestrowanym w Sądzie Rejonowym w Krakowie w XII Wydziale Gospodarczym Krajowego Rejestru Sądowego pod nr rejestru KRS 0000156881. Działa na podstawie ustawy o kulturze fizycznej z 18 stycznia 1996 r. oraz rozporządzenia Rady Ministrów z 6 maja 1997 r. Fundusze i majątek GOPR pochodzą z:

- dotacji budżetowych i pozabudżetowych,
- subwencji, darowizn, spadków, zapisów,
- składek członkowskich,
- wpływów z działalności statutowej i zadań zleconych,
- wpływów z działalności gospodarczej.

Sytuacja finansowa omawianego stowarzyszenia nie jest jednak zadowalająca. Stąd stale dąży się do poprawy tego stanu, m.in. wprowadzając obowiązkowe ubezpieczenie turystyczne, które funkcjonuje już w krajach sąsiednich (Monkiewicz 2001, Ziółkowski 2004), oraz szukając sponsoringu. To zadanie jest jednak w dobie kryzysu ekonomicznego coraz trudniejsze (firmy: Polkomtel sp. z o.o. Plus, Mercedes-Benz Polska sp. z o.o., Grupa Żywiec SA Browar Warka, PZU SA i TAURON Polska Energia SA sponsorują GOPR). Pozyskane środki finansowe przeznaczone są głównie na:

- organizowanie i prowadzenie służby ratowniczej;
- zrzeszanie i szkolenie ratowników górskich;
- wykonywanie działalności ratowniczej;
- tworzenie i utrzymywanie stacji ratunkowych;
- pomoc przy likwidacji skutków klęsk żywiołowych i katastrof;
- doskonalenie i rozwijanie ratownictwa górskiego;
- zapewnienie odpowiednich warunków do pełnienia górskiej służby ratowniczej;
- prowadzenia działalności zapobiegawczej, w tym m.in.: kontrolowania i przestrzegania warunków bezpieczeństwa, ogłaszania alarmów lawinowych i innych zagrożeń (Sawicki 1997).

PRZYCZYNY WYPADKÓW W BESKIDACH

Wypadki górskie różnią się od siebie, ale składające się na nie przyczyny są często bardzo podobne. Niedostateczne doświadczenie i brak umiejętności najczęściej prowadzą do błędów w ocenie sytuacji, złego wyboru techniki i niewłaściwego posługiwania się sprzętem (Bielczyk 1968). Wśród przyczyn wypadków

odnotowuje się również nadużywanie alkoholu (Collon 1985). Wypadki bez uszczerbku na zdrowiu lub poważniejszych konsekwencji powinny dawać cenną możliwość wyciągania wniosków i naukę z nich płynącą. Można się również uczyć na błędach popełnionych przez innych. Pouczające raporty i analizy wypadków można znaleźć w czasopiśmie *Taternik* i *Wierchy*.

W klimacie górskim istnieje większe niebezpieczeństwo zmiennej pogody niż w jakimkolwiek innym. Góry wręcz mogą tworzyć własną pogodę, zatem konieczne jest zapoznanie się z prognozą pogody przed wyjściem na trasę. Burze śnieżne, wyładowania atmosferyczne, skrajne temperatury, ciemność, wiatr, deszcz, mgła – to czyniące w górach niebezpieczeństwa zaliczane do kategorii zagrożeń obiektywnych (Graydon i Hanson 1997).

Uprawianie turystyki górskiej niesie ze sobą wiele pozytywnych efektów, takich jak: odprężenie psychiczne, doznania estetyczne wynikające z bezpośredniego kontaktu z przyrodą, poprawa sprawności fizycznej i hartowanie ciała (Hollowey 1996). Oprócz tych pozytywnych skutków pojawiają się również dolegliwości i wypadki. Należą do nich bóle głowy, bóle ogólne, trudności w oddychaniu, przyspieszona praca serca (tachykardia), utrata przytomności, skręcenia stawu skokowego i kolanowego, ostre uszkodzenia ciała, a nawet śmierć (Becher i Kupper 2003).

Współczesne nowinki technologiczne poprawiają bezpieczeństwo turystów i ludzi uprawiających aktywność sportową i rekreacyjną w górach. Ratownicy GOPR od 2001 r. wykorzystują w swojej trudnej pracy system satelitarnej nawigacji GPS (Chrustek 2009). Nawigacyjny system poszukiwawczy zrewolucjonizował skuteczność i szybkość działań ratowników górskich. Służy nie tylko do koordynacji i pozycjonowania ratowników, ale również turystów, np. dzięki nowoczesnym systemom telefonii komórkowej. Trzeba jednak pamiętać, że nowoczesny sprzęt i metody nawigacyjne są jedynie dopełnieniem wysokich kwalifikacji ratowników GOPR. Nadal kładzie się nacisk na umiejętność bezpiecznego poruszania się w trudnym terenie, prawidłowe analizowanie warunków i dobrą orientację w terenie z użyciem tradycyjnej nawigacji – map, kompasu, wysokościomierza itp. Paradoksalnie w przypadku osób niedoświadczonych i nieprzygotowanych ślepe zawierzenie sprzętowi elektronicznemu jest wręcz niebezpieczne. Dysponowanie odbiornikiem GPS w górach jest bardzo wskazane, ale należy mieć do niego ograniczone zaufanie.

DANE STATYSTYCZNE DOTYCZĄCE UDZIELANEJ POMOCY PRZEZ BESKIDZKĄ GRUPĘ GOPR W LATACH 2009–2012

W roku 2009 ratownicy Beskidzkiej Grupy GOPR udzielili pomocy 1421 osobom, w tym 738 mężczyznom i 683 kobietom. Uczestniczyli w 657 interwencjach, które stanowiły 31,7% wszystkich interwencji, jakie miały miejsce na terenie polskich gór w roku 2009. Brali udział w tym okresie w 736 akcjach i w 9 wyprawach ratunkowych, które stanowiły odpowiednio 22,8 i 8,6% akcji oraz wypraw ratowników górskich wszystkich grup GOPR w Polsce. Na obszarze objętym działaniem Beskidzkiej Grupy GOPR w roku 2009 odnotowano 1224

wypadki na nartostradach. Stanowi to aż 31,8% wszystkich wypadków narciarskich zarejestrowanych przez GOPR na polskich trasach narciarskich. Wypadków turystycznych było 93, wypadków rowerowych – 14, wypadków paralotni – 7, a pozostałych – 57. Dane statystyczne Beskidzkiej Grupy GOPR wskazują na użycie śmigłowca w 4 akcjach i w 6 wyprawach, czyli w sumie dziesięciokrotnie. W okresie 01.01–31.12.2009 r. beskidzcy ratownicy interweniowali w 4 wypadkach śmiertelnych, a ogółem w polskich górach śmierć poniosło 25 osób.

W roku 2010 ratownicy z Beskidzkiej Grupy GOPR uczestniczyli w 975 interwencjach, których łącznie w tym roku było 2796 i stanowiły one prawie 35% wszystkich odbytych interwencji w Polsce. Brali udział w tym czasie w 983 akcjach ratunkowych i 8 wyprawach ratunkowych, co odpowiadało 27 i 10% wszystkich akcji i wypraw, w których uczestniczyło siedem polskich grup GOPR. Liczba osób ratowanych w Beskidach stanowiła aż 1975 (prawie 30% ogółu ratowanych w kraju), natomiast na terenie całych polskich gór ratowano w tym okresie 6670 osób. Rannych zostało 1514 osób, w tym na stokach narciarskich 1191 osób, natomiast nagłych zachorowań było 217. Jedną akcję poszukiwawczą prowadzono z udziałem dwóch psów. Statystyki wskazują na 1417 wypadków narciarskich, jakie miały miejsce w Beskidach, spośród 4486 odnotowanych na polskich nartostradach (jest to 31,5% wszystkich wypadków narciarskich w roku 2010). Dane statystyczne mówią o użyciu śmigłowca w 4 akcjach ratunkowych i o 3 osobach, które poniosły śmierć w Beskidach w okresie 01.01–31.12.2010 r.

W 2011 r. ratownicy Beskidzkiej Grupy GOPR odnotowali 712 interwencji, 807 akcji ratunkowych (w tym z użyciem śmigłowca 10) i 70 wypraw ratunkowych (w tym z użyciem śmigłowca 4). Wyprawy ratunkowe odbyły się głównie w otwartym terenie górskim, ale również na stokach narciarskich oraz jedna w jaskini. Akcje ratunkowe i interwencje natomiast odbywały się przede wszystkim na nartostradach. Liczba osób ratowanych w Beskidach w 2011 r. wynosiła 1594, w tym głównie na stokach narciarskich – aż 1044. Rannych zostało 1197 osób, a śmierć poniosły 3 osoby (wyjątkowo żadna z tych osób nie zginęła na stoku narciarskim), nagłych zachorowań było 212. Czterokrotnie w 2011 r. beskidzkim ratownikom pomagały szkolone psy.

W pierwszej połowie 2012 r. ratownicy Beskidzkiej Grupy GOPR wzięli udział ogółem w 260 interwencjach, akcjach i wyprawach ratunkowych. Liczba osób ratowanych wyniosła 343. Wśród nich było 160 osób rannych, a 2 osoby poniosły śmierć.

WNIOSKI

Warto zaznaczyć, że z początkiem 2012 r. weszła w życie ustawa o bezpieczeństwie i ratownictwie w górach i na zorganizowanych terenach narciarskich, która doprowadziła do rozdziału ratownictwa górskiego od ratownictwa narciarskiego (Dz.U. z 2011 r. nr 2008, poz. 1241). W myśl tej ustawy to zarządzający zagospodarowanym terenem narciarskim organizuje i finansuje ratownictwo narciarskie w jego obrębie. Może to zadanie zlecić ratownikom górskim, ale tylko na podstawie umowy. Również statystyki wypadków zaistniałych na zorgani-

zowanym terenie narciarskim gromadzi zarządzający tym terenem, a nie – jak dotychczas – GOPR.

Po analizie prezentowanego zagadnienia sformułowano następujące wnioski:

1. GOPR, realizując swoje statutowe zadania we współpracy z policją, strażą pożarną i strażą graniczną, sprawia, że podejmowane działania są bardziej skuteczne i przydatne społecznie.
2. Obligatoryjne subwencje przydzielane na działalność GOPR okazują się niewystarczające, jeśli wziąć pod uwagę rozmiar wykonywanych przez to stowarzyszenie zadań, i dlatego czynione są starania w celu pozyskiwania dodatkowych funduszy na rozwinięcie szerszej działalności.
3. Uprawianie różnych form turystyki i rekreacji górskiej we współczesnym społeczeństwie nasila się, w związku z czym wzrasta liczba wypadków i interwencji również Beskidzkiego GOPR, które by sprostać stawianym zadaniom, musi podnosić swoje kwalifikacje, stosując w tym celu nowoczesne (GPS) i tradycyjne (psy ratownicze) sposoby działania.
4. Spośród interwencji górskich około 70% udzielanych jest ofiarom wypadków sportów uprawianych na śniegu, co powoduje, że praca Beskidzkiej Grupy GOPR jest trudna, a czasami wykonywana w ekstremalnie trudnych warunkach.
5. Beskidzka Grupa GOPR rozmiarami działań istotnie zaznacza swoją obecność na interwencyjnej mapie Polski, a jej udział w tym zakresie przekracza 30% wszystkich interwencji górskich.

BIBLIOGRAFIA

- Becher S., Kupper T. (2003) Risks in mountaineering and trekking. *Versicherungsmedizin*, 55 (3), 136–140.
- Bielczyk Z. (1968) Niebezpieczeństwo towarzyszące uprawianiu turystyki. *Wychowanie Fizyczne i Higiena Szkolna*, 4, 12–17.
- Bołdak A. (2007) Możliwości uprawiania paralotniarstwa jako formy turystyki. *Turystyka i Rekreacja*, 3, 45–52.
- Chrutek R. (2009) GPS w górach. *Góry*, 4, 81–82.
- Collon I. (1985) The role of tourism in alcohol- related highway fatalities. *Int J Addict*, 20 (4), 577–582.
- Gaworecki W. (2000) Turystyka. PWE, Warszawa.
- Graydon D., Hanson K. (1997) Góry – wolność i przygoda. Od trekkingu do alpinizmu. Polski Związek Alpinizmu, Galaktyka, Łódź.
- Holloway J.Ch. (1996) Podstawy turystyki. Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa.
- Merski J. (2002) Turystyka kwalifikowana. WSE, Warszawa.
- Monkiewicz J. (2001) Podstawy ubezpieczeń. Tom 2. Produkty. Poltex, Warszawa.
- Sawicki W. (1997) Szkolne stowarzyszenia kultury fizycznej. Zarząd Główny Szkolnego Związku Sportowego, Warszawa.
- Ustawa z dnia 31 grudnia 2011 r. o bezpieczeństwie i ratownictwie w górach i na zorganizowanych terenach narciarskich. Dz.U. z 2011 r. nr 2008, poz. 1241.
- www.gopr.pl [data dostępu: 25.06.2014].
- Ziółkowski J. (2004) Ubezpieczenia w turystyce i hotelarstwie. WSTiH, Gdańsk.

RENATA FILIPOWSKA

Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki

SKOCZNIA KROKIEWKA W LUBLINIE JAKO PRZYKŁAD POPULARNOŚCI SKOKÓW NARCIARSKICH

Abstract

Krokiewka, ski jumping hill in Lublin, as an example
of ski jumping popularity

At the beginning of the 20th century, Adam Małysz started to achieve considerable success in ski jumping. Thus jumping became increasingly popular, and Poles wanted to know more and more about ski jumping. “Małyszomania” instilled the love of flying in young people. This enthusiasm resulted in building Krokiewka (K-13), an amateur ski jumping hill in Lublin. It was designed and constructed by young aspiring ski jumpers. Over time, the idea of its extension and modernization arose. The Championships of East Poland in Amateur Ski Jumping have been held twice. Unfortunately, in its heydays, for reasons which did not depend on its creators, the ski jumping hill had to be demolished. Then appeared the project of Krokiewka 2. It will be a ski jumping hill with construction point K-25, designed according to a novel concept of the inrun profile. If the project finds sponsors, children living far from hilly areas will be able to professionally practice this sport.

Key words: ski jumping, Krokiewka, ski jumping hill, inrun profile

WPROWADZENIE

Historia skoków narciarskich na ziemiach polskich wcale nie rozpoczyna się w Zakopanem, które obecnie jest niekwestionowaną stolicą tej dyscypliny sportowej w Polsce. Pierwsza polska skocznia powstała w 1908 r. w Sławsku, niedaleko Lwowa, w miejscowości, która dziś znajduje się w granicach Ukrainy. Polskie skoki początku XX w. były zatem domeną Lwowa i okolic. Dopiero otwarcie w roku 1921 w Zakopanem skoczni narciarskiej w Dolinie Jaworzynki przyczyniło się do rozpowszechnienia skoków w tym regionie. Skocznia w Jaworzynce stanowiła przez kilka lat najważniejszy obiekt w Polsce, jednak odległości 30–40 m, jakie można było na niej uzyskiwać, z biegiem czasu przestawały spełniać oczekiwania zarówno sportowców, jak i publiczności. Pojawiło się zapotrzebowanie na większy obiekt sportowy i w 1925 r. powstała skocznia Wielka Krokiew, którą początkowo nazywano po prostu Krokwią. Jest ona uważana za jeden z najpiękniejszych naturalnych obiektów tego typu na świecie. W latach 30. Krokiew była jedną z najnowocześniejszych skoczni w Europie: długość oddawanych na niej skoków mogła wynosić do 80 m. Niestety, w roku 2000 straciła homologację Międzynarodowej Federacji Narciarskiej (International Ski Federation – FIS). Aby ją odzyskać, skocznnię trzeba było gruntownie zmodernizować. Obecnie obok skoczni im. Adama Małysza w Wiśle – Malince (K-120) Wielka Krokiew im. Sta-

niśława Marusarza (K-120) jest największą w Polsce skocznią z homologacją FIS. Od 2004 r., dzięki pokryciu stoku specjalnymi matami igielitowymi, możliwe jest też rozgrywanie na Wielkiej Krokwi zawodów letnich. Regularnie organizowane są tu konkursy o randze międzynarodowej: Letnie Grand Prix, Puchar Świata, Puchar Kontynentalny, Puchar FIS, a także Puchar Świata w kombinacji norweskiej (http://pl.wikipedia.org/wiki/Wielka_Krokiew, <http://www.skokinarciarskie.pl/skocznie-narciarskie/polska,28,Zakopane>). Aktualny rekord Wielkiej Krokwi należy do Simona Ammanna, który w 2010 r. skoczył na odległość 140,5 m.

W Zakopanem znajduje się również kompleks skoczni narciarskich Średniej Krokwi, składający się ze Średniej Krokwi (K-85), Małej Krokwi (K-65), Małej Krokwi (K-35) i skoczni Adaś (K-15) (http://pl.wikipedia.org/wiki/Wielka_Krokiew). Mogą na nich trenować najmłodsi zawodnicy.

Przełom lat 80. i 90. XX w., kiedy to Polacy sporadycznie zdobywali punkty w Pucharze Świata, a na igrzyskach olimpijskich czy mistrzostwach świata zajmowali niskie miejsca, spowodował, że skoki nie były w Polsce zbyt popularną dyscypliną sportową. Zmienił to Adam Małysz (Ernst 2001, Andrzejczak i Wesołowski 2002), który sprawił, że wielu rodaków pokochało jego i skoki narciarskie. Od 2001 r. zaczął osiągać znaczące sukcesy, kraj ogarnęła „małyszomania”, Polacy stali się kibicami Adama, fanami skoków narciarskich i z dnia na dzień wiedzieli o nich coraz więcej.

Skoki narciarskie kochają nie tylko mieszkańcy terenów górzystych, gdzie umiejscowienie skoczni narciarskiej jest poniekąd intuicyjne, wynikające z ukształtowania terenu i dlatego skoki, ale też i inne sporty zimowe, są tam popularne, a zamiłowanie do nich przekazywane jest z pokolenia na pokolenie. Co mają zrobić młodzi ludzie, którzy nie mieszkają w górach lub ich pobliżu, a zimą chcieliby zdrowo spędzać czas na świeżym powietrzu, doskonalcąc swoje umiejętności w skokach narciarskich?

Przed takim dylematem stanęli chłopcy mieszkający w Lublinie. W roku 2001 oglądali 49. Turniej Czterech Skoczni, kiedy to Adam Małysz stanął na najwyższym podium, i zapragnęli pójść w jego ślady i oderwać się od ziemi. W ten sposób czołowy polski skoczek zaszczeplił w nich miłość do latania, z której zrodził się pomysł budowy amatorskiej skoczni narciarskiej, nazwanej na cześć największej wówczas skoczni w Polsce – Wielkiej Krokwi – Krokiewką. Teraz w planach jest budowa skoczni Krokiewka 2, o innowacyjnym profilu najazdu, ułatwiającym sportowcom precyzyjne wyjście z progu.

CEL PRACY

Celem pracy jest ukazanie wpływu sukcesów Adama Małysza – czołowego polskiego skoczka – nie tylko na wzrost zainteresowania tą dyscypliną sportową, czego m.in. dowiedli Rząd i Napierała (2014), ale również na wzbudzenie i realizację pasji młodych ludzi. Dzięki ogromnemu zaangażowaniu zbudowali oni Krokiewkę – skocznię narciarską w Lublinie, na której odbywały się Mistrzostwa Polski Wschodniej w Amatorskich Skokach Narciarskich. Nie tylko spełnili swoje marzenia, ale również przyczynili się do propagowania aktywności fizycznej, zdrowego trybu życia i sportowej rywalizacji.

HISTORIA SKOKÓW NARCIARSKICH

Pierwsze skocznie narciarskie w niczym nie przypominały dzisiejszych precyzyjnie zaprojektowanych obiektów. Dawni skoczkowie, którymi byli młodzi ludzie, chcący popisać się swoją odwagą i umiejętnościami, najczęściej wykorzystywali do oddania skoków naturalne ukształtowanie terenu, a miejscem wybicia był mocno przysypany śniegiem, wykonany z drewna lub słomy próg. Skocznię stanowiły też dachy okolicznych stodół. Pierwszy szczegółowy opis techniki skoków narciarskich powstał w 1906 r., a pierwszy regulamin skoków narciarskich wydany został przez FIS w roku 1936. Zamieszczono w nim przepisy dotyczące skoków i założenia konstrukcyjne obiektów.

Ciągłej ewolucji podlegała technika skoku. Na początku skakano „na stojąco”, wymachując rękami. W latach 30. skakano z ramionami w górę, wychylonymi do tyłu w celu wydłużenia skoku. W latach 50. zmieniono zasady i zawodnicy podczas lotu bardziej „kładli” się na narty, a ręce trzymali z przodu. Dopiero pod koniec lat 60. skakano z ramionami ułożonymi wzdłuż tułowia, korygując lot lekkim ruchem dłoni. W latach 80. obowiązywał styl klasyczny, czyli równoległe ułożenie nart w czasie skoku. Prawdziwą rewolucję w skokach narciarskich zapoczątkował w latach 90. Szwed Jan Boklöv. On jako pierwszy zaczął skakać stylem „V”. Sposób ten polega na tym, że narty podczas lotu nie są ustawione do siebie równolegle, tylko tworzą kształt litery V. Styl „V” sprawia, że skoki są dłuższe, a jednocześnie wolniejsze i bezpieczniejsze dla skoczków, prędkość przy lądowaniu jest mniejsza niż w przypadku skoku oddawanego stylem równoległym (Ernst 1992). Niektórzy uważają jednak, że to nie Boklöv pierwszy skakał stylem „V”, a Polak Mirosław Graf ze Szklarskiej Poręby. Dziś wszyscy skoczkowie stosują styl „V”, nazywany niekiedy stylem Grafa–Boklöva (Maryniak 2004, Filipowska 2009). Cały czas obowiązuje lądowanie telemarkiem, zaprezentowane po raz pierwszy w 1883 r. przez Torju Torjussena.

W roku 1936 na mamuciej skoczni w Planicy została pokonana magiczna granica 100 m. W 1991 r. na tej samej skoczni pierwszy człowiek skoczył powyżej 200 m. Obecny rekord świata, ustanowiony w roku 2011 przez Johana Remena Evensena z Norwegii, wynosi 246,5 m. Z pewnością nie jest to kres ludzkich możliwości.

Ze względu na problemy z pogodą od jakiegoś czasu rozważa się ewentualność budowy zadaszonej skoczni (Wagner 2005, Ulińska 2007). Zniknęłyby wtedy kłopoty z mgłą, wiatrem oraz zbyt silnymi opadami śniegu i każdy skoczek miałby takie same warunki pogodowe, a co za tym idzie – szanse wszystkich zawodników byłyby wyrównane. Warto wspomnieć o jeszcze jednej dość nowatorskiej koncepcji, a mianowicie o projekcie „Góry lodowej Bahrajn” (Niewiadomska 2004). W rejonie Zatoki Perskiej miałyby powstać wielka, klimatyzowana hala narciarska, a jednym z jej obiektów byłaby właśnie skocznia narciarska.

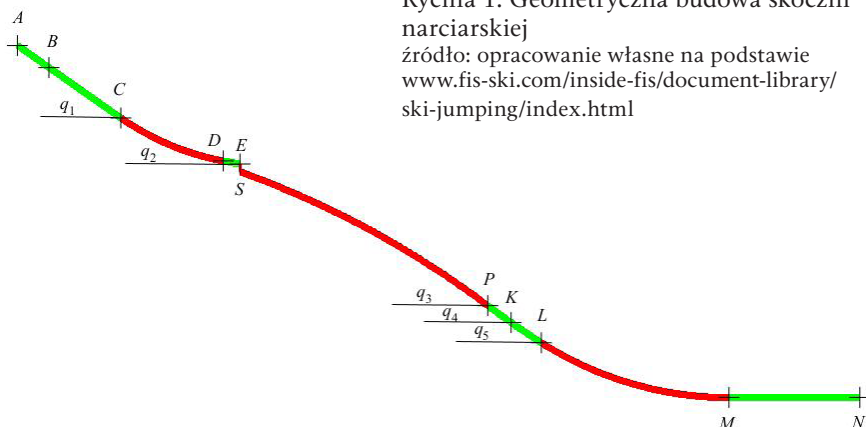
Skoki narciarskie to przykład dyscypliny, w której w ciągu ostatniego wieku zmieniło się prawie wszystko (Virmavirta i wsp. 2001, Sahaj 2005). Skocznie są coraz większe, ale i bezpieczniejsze. Gdy technika pierwszych skoków była jeszcze nierozwinięta, uważano, że jedynym sposobem wydłużenia skoków jest jak naj-

wyższe wybiecie się z progu. Dlatego do charakterystycznych cech dawnych skoczni należał wysoki próg i stromy zeskok. Z biegiem lat nachylenie progu zmieniało się. Do lat 80. skocznie miały progi poziome, a na obecnych skoczniach próg jest nachylony w dół. Dzięki takiej modernizacji skoki stały się bezpieczniejsze. Najnowsze kierunki modernizacji skoczni narciarskich dotyczą m.in. wydłużenia i złagodzenia kąta nachylenia rozbiegu oraz zeskoku, co powoduje zmniejszenie prędkości skoczka. Według tych wymogów w 2001 r. przebudowano Wielką Krokiew w Zakopanem.

Coraz więcej osób opowiada się za budową skoczni w hali – niewykluczone, że już niedługo będzie to najnowszy trend w modernizacji skoczni narciarskich. Profil geometryczny dzisiejszych skoczni nie jest optymalny ze względu na siły dynamiczne działające na skoczka podczas zjazdu (Filipowska 2008). Zarówno media, jak i skoczkowie oraz ich trenerzy coraz częściej wspominają o potrzebie budowy skoczni nowej generacji, na której możliwe byłoby oddawanie bardzo dalekich i równocześnie bezpiecznych skoków.

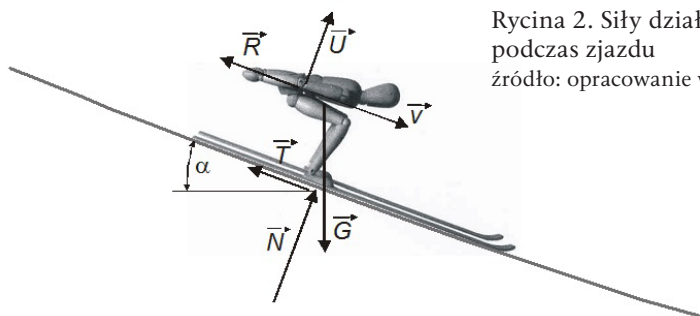
BUDOWA SKOCZNII NARCIARSKIEJ

Budowa obecnych skoczni narciarskich opiera się na zasadach geometrycznych (ryc. 1). Skocznia składa się z najazdu i zeskoku. Najazd zbudowany jest z odcinka prostoliniowego AC nachylonego pod kątem q_1 (w jego skład wchodzi odcinek AB , na którym znajduje się belka startowa), krzywej przejściowej CD o zmiennym promieniu krzywizny oraz z progu DE nachylonego pod kątem q_2 . Zeskok zbudowany jest z „buli” SP oraz z krzywej przejściowej LM , które łączy strefa bezpiecznego lądowania PKL . Na niej usytuowany jest punkt konstrukcyjny K , określający normatywną długość skoku. Za łukiem LM znajduje się prostoliniowy wybieg MN .



Rycina 1. Geometryczna budowa skoczni narciarskiej

źródło: opracowanie własne na podstawie
www.fis-ski.com/inside-fis/document-library/ski-jumping/index.html



Rycina 2. Siły działające na skoczka podczas zjazdu

źródło: opracowanie własne

NOWATORSKI PROFIL SKOCZNI NARCIARSKIEJ

Skocznie, na których odbywają się zawody, muszą zdobyć homologację FIS i spełnić wszystkie kryteria narzucone przez tę organizację. Ma to na celu zapewnienie bezpieczeństwa zarówno skoczkom, jak i ich fanom kibicującym podczas zawodów. Czy w konstrukcji skoczni można jeszcze coś zmienić, unowocześnić? Czy umożliwienie skoczkom dłuższych, ale równie bezpiecznych skoków jest realne?

Podczas zjazdu na skoczka (Filipowska 2009), który przyjmuje minimalizującą opór powietrza sylwetkę, działają następujące siły (ryc. 2):

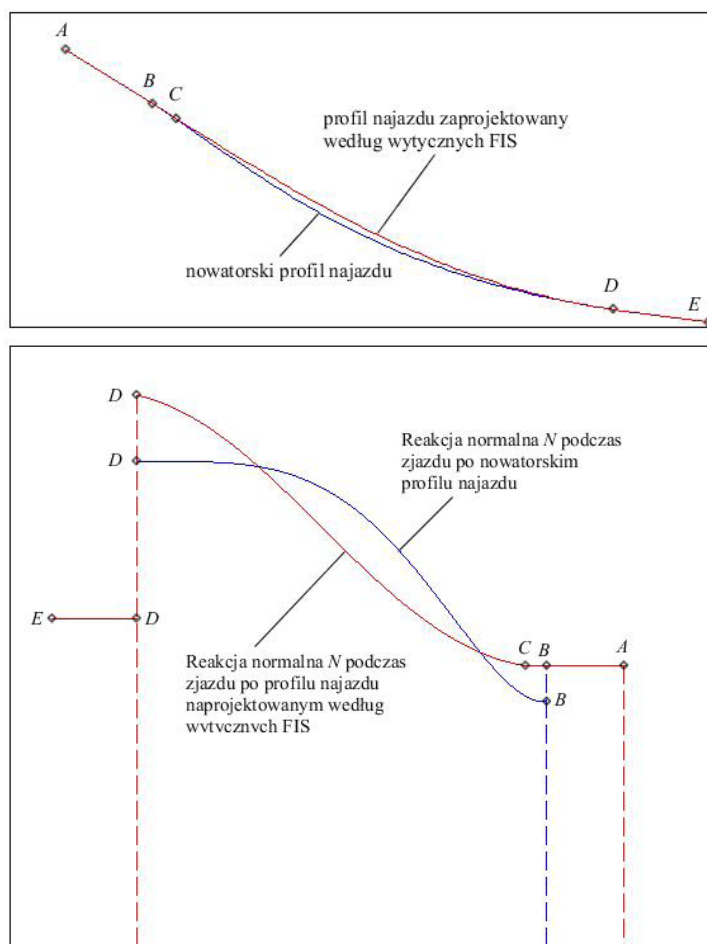
- siła oporu powietrza R ,
- siła tarcia T ,
- siła ciężkości G ,
- aerodynamiczna siła nośna U ,
- reakcja normalna toru N .

Reakcja normalna N składa się z części statycznej (zależnej od ciężaru skoczka mg i kąta nachylenia toru α) oraz z części dynamicznej (siły bezwładności będącej miarą obciążenia nóg skoczka, zależnej od prędkości skoczka v i promienia krzywizny ρ):

$$N = mg \cos (\alpha) + m \frac{v^2}{\rho}$$

Profil istniejących i projektowanych skoczni narciarskich nie jest optymalny ze względu na siłę bezwładności działającą na zawodnika podczas zjazdu. Mniejsze dociążenie nóg skoczka w końcowej fazie zjazdu mogłoby ułatwić precyzyjne wyjście z progu.

Dlatego podjęto próbę opracowania łagodnego pod względem dynamicznym profilu najazdu skoczni narciarskiej (Pajek i Filipowska 2009). Można to osiągnąć dzięki wprowadzeniu w miejsce krzywej przejściowej CD (ryc. 1) i odcinka BC jednej krzywej BD , której promień krzywizny w punkcie D , czyli tuż przed wejściem w próg, będzie możliwie największy. Większy promień krzywizny oznacza mniejszą siłę bezwładności działającą na skoczka. Wykresy porównawcze zarówno profili najazdu, jak i reakcji normalnych N podczas zjazdu po nich zaprezentowano na rycinie 3.



Rycina 3. Porównanie profili najazdu oraz reakcji normalnych podczas zjazdu po profilu najazdu zaprojektowanym według wytycznych FIS i podczas zjazdu po nowatorskim profilu najazdu skoczni narciarskiej (źródło: opracowanie własne)

GENEZA KROKIEWKI

Pomysł młodych mieszkańców Lublina, jeszcze nie budowy skoczni, ale na razie skakania, zrodził się dzięki Adamowi Małyszowi. Jego sukcesy w 2001 r. sprawiły, że kilku chłopców chciało spróbować, jak to jest skakać, latać. Na okolicznych wzgórzach zaczęli tworzyć ze śniegu kopki, które miały spełniać funkcję progu i wybijać ich w dal. Z biegiem lat kolejne pojawiające się blisko siebie skocznie robiły się coraz większe i były lepiej wyprofilowane.

Przełomowy moment stanowiło wybudowanie w zimie 2005/2006 r., oczywiście ze śniegu, skoczni o punkcie konstrukcyjnym (w przybliżeniu) K-8. Dzięki zdobytemu na niej doświadczeniu mogli pomyśleć o bardziej imponują-



a) b)
Rycina 4. Wzgórze przed (a) i po (b) powstaniu Krokiewki
źródło: www.krokiewka.cba.pl/galeria.html (fot. M. Furtak)

cym projekcie (www.krokiewka.cba.pl/historia.html). Gdy w swojej okolicy natknęli się na ciekawie ukształtowany fragment wzgórza, postanowili go oczyścić z rosnących krzaków. Z ziemi samodzielnie usypali, a następnie wyprofilowali zeskok i próg. W ten sposób powstała prawdziwa skocznia narciarska, która nie zniknęła wiosną, gdy topniały śniegi, i ziściły się pierwsze marzenia o lataniu. Ze względu na sentyment do zakopiańskiej Wielkiej Krokwi skocznia została nazwana Krokiewką. Kolejne lata, aż do roku 2010, to czas przebudowy i modernizacji Krokiewki do wymiaru K-13. Został wydłużony i poszerzony rozbieg, przebudowano próg i „bulę”, lepiej wyprofilowano zeskok, stworzono konstrukcję na szczycie rozbiegu umożliwiającą uzyskanie większej prędkości na progu (www.krokiewka.cba.pl/news.html). Była to perfekcyjnie przygotowana i efektownie wyglądająca konstrukcja, którą zakochani w skokach chłopcy zrobili własnymi rękami. Z czasem pozyskali sponsorów, zrobiło się o nich dość głośno w mediach, które popierały tę wspianą inicjatywę. Chętnych do skakania zaczęło przybywać.

W 2010 i 2011 r. odbyły się Mistrzostwa Polski Wschodniej w Amatorskich Skokach Narciarskich, gdzie padł rekord Krokiewki wynoszący 15 m, ustanowiony przez Aleksandra Furtaka. Były to imprezy rekreacyjne, skierowane głównie do młodzieży, mające na celu promowanie zdrowego trybu życia, sportowej rywalizacji oraz idei olimpijskiej.

Chłopcy, którzy byli twórcami Krokiewki, mieli też okazję sprawdzić swoje umiejętności w Zakopanem na profesjonalnej skoczni Adaś o punkcie konstrukcyjnym K-15. Godne uwagi jest to, że w kilkunastu oddanych tam skokach udało im się osiągnąć odległość 18 m, podczas gdy ówczesny rekord skoczni wynosił 18,5 m.

PROJEKT KROKIEWKA 2

Niestety, z przyczyn niezależnych od młodych skoczków w 2011 r., gdy Krokiewka była w fazie rozkwitu, okazało się, że trzeba ją rozebrać (www.mmlu-blin.pl/409579/krokiewka-stanie-obok-globusa-mosir-przekazal-teren). Wówczas

pojawił się projekt „Krokiewka 2”, którego główny cel stanowiła odbudowa skoczni. Lubelski MOSiR wydzierzał teren pod budowę. Firma Inter Steel z Krakowa we współpracy z Politechniką Krakowską, na podstawie wyników obliczeń zawartych w pracy doktorskiej autorki niniejszego artykułu (Filipowska 2009), przygotowała projekt i zagwarantowała nadzór nad wszystkim. Obok miejsca budowy nowej skoczni znajduje się stok narciarski i sztuczne lodowisko. Jak przewiduje projekt, byłaby to skocznia o punkcie konstrukcyjnym K-25, pokryta igielitem, aby dzieci i młodzież mogli z niej korzystać przez cały rok. Jest to niestandardowy projekt, ponieważ profil najazdu stworzony jest według nowej koncepcji, o której była mowa w poprzednim rozdziale.

Z powodu problemów finansowych prace nad budową Krokiewki 2 nie posuwają się do przodu. Należy jednak liczyć na to, że uda się pozyskać sponsorów, którzy dostrzegą w młodych ludziach zapał oraz potencjał i pomogą im w realizacji marzeń o lataniu. Młodzi skoczkowie, chcąc pokazać, jak wiele dali z siebie, by w Lublinie uprawiać skoki narciarskie, nakręcili film pt. „Krokiewka. Marzenie o lataniu” (<http://www.youtube.com/watch?v=1Z72YxAtwoQ>). Maksymilian Furtak, inicjator powstania Krokiewki i główny twórca filmu, po jego premierze, która odbyła się 4 listopada 2011 r., w rozmowie z *Kurierem Lubelskim* (www.skijumping.pl/wiadomosci/13960/Krokiewka-Marzenie-o-lataniu) powiedział: „Słyszac słowa Adama Małysza, który wielokrotnie wypowiadał się bardzo pochlebnie na nasz temat, czuje się jakieś wewnętrzne podbudowanie. Na pewno pomysł na amatorskie skoki początkowo wziął się właśnie od naszego mistrza i jego sukcesów. [...] Całe nasze zaangażowanie w Krokiewkę było owocem naszego uwielbienia do samych skoków narciarskich, których nigdzie w pobliżu miejsca zamieszkania nikt z nas nie mógł profesjonalnie uprawiać. Jeśli chodzi o kontynuację, to kto wie, może Pan Adam znajdzie w przyszłości więcej czasu na pomoc takim ludziom jak my w spełnianiu swojej pasji i umożliwianiu uprawiania tej dyscypliny także poza jedynymi górskimi ośrodkami szkoleniowymi”.

WNIOSKI

Sukcesy Adama Małysza, a teraz Kamila Stocha stanowią inspirację dla młodych ludzi w całym kraju. Ponieważ skoki narciarskie to znana i popularna w Polsce dyscyplina, coraz więcej dzieci je kocha, a co za tym idzie – wyłaniają się młode talenty. Nie wszyscy jednak mają szansę trenować i doskonalić swoje umiejętności od młodych lat. Dlatego w różnych rejonach Polski pojawiają się amatorskie skocznie narciarskie, które są efektem wielkiej pasji i miłości do latania. Nie otrzymały one homologacji FIS, nie można urządzać na nich profesjonalnych zawodów sportowych, ale to one sprawiają, że młodzi ludzie mogą spełniać swoje marzenia. Dla młodzieży mieszkającej blisko gór stoki i skocznie są codziennością, natomiast dla młodych ludzi mieszkających z dala od nich to coś wyjątkowego. Dlatego powstała Krokiewka, zbudowana dzięki zaangażowaniu miłośników skoków. Chłopcy sami ją zaprojektowali i zbudowali, następnie dzięki bezinteresownej pomocy życzliwych im osób dokonali jej modernizacji. Sami uczyli się na niej skakać. Skocznia umożliwiła im miłe i zdrowe spędzanie czasu na świe-

zym powietrzu. Na Wielkiej Krokwi w Zakopanem corocznie odbywają się zawody Pucharu Świata w skokach narciarskich. Panuje na nich niepowtarzalna atmosfera, przyjeżdżają na nie kibice z całego świata, którzy kochają ten sport i skoczków. W Lublinie też odbywały się zawody, może nie na skalę światową, ale atmosfera na nich była równie niepowtarzalna. Głos Adama Małysza, który przez telefon życzył zawodnikom udanej zabawy, utwierdził ich w przekonaniu, że cały trud i wysiłek, jaki włożyli w budowę tej skoczni, się opłacał. Gdy w roku 2011 zapadła decyzja o rozbiórce Krokiewki, po chwilach zwątpienia zaproponowano śmiały projekt budowy amatorskiej skoczni narciarskiej „Krokiewka 2”. Byłaby to skocznia umiejscowiona w centrum Lublina, w pobliżu innych obiektów sportowych, z której korzystałoby więcej osób. Skupiałaby ona wokół siebie nie tylko entuzjastów, ale również trenerów, którzy uczyliby młodych ludzi sztuki skakania. I co ważne, byłaby to skocznia nowatorska, dzięki której nogi skoczka podczas zjazdu byłyby mniej dociążone siłą bezwładności, co mogłoby ułatwić precyzyjne wyjście z progu i w konsekwencji oddanie dłuższego skoku. Należy jedynie mieć nadzieję, że realizacja projektu dojdzie do skutku i latanie nie pozostanie tylko w sferze marzeń wielu młodych ludzi, ale stanie się ich sposobem na życie.

BIBLIOGRAFIA

- Andrzejczak J., Wesołowski M. (2002) Adam Małysz. Batman z Wisły. Iskry, Warszawa.
- Ernst K. (1992) Fizyka sportu. WN PWN, Warszawa.
- Ernst K. (2001) Gdzie Ikar nie może tam Małysz pośle. *Wiedza i Życie*, 2, 32–33.
- Filipowska R. (2008) Optimization of ski jumping inrun profile. *Czasopismo Techniczne*, 2-M, 57–64.
- Filipowska R. (2009) Dynamiczne aspekty modelowania profilu skoczni narciarskich. Praca doktorska, Politechnika Krakowska, Wydział Mechaniczny.
- Maryniak J. (2004) Skoki narciarskie – wyjście z progu, stateczność w locie, aerodynamika skoczka w konfiguracji „V” – w stylu Grafa–Bokloeva, *Nauka Innowacje Technika*, 1 (3), 31–40.
- Palej R., Filipowska R. (2009) Mathematical modelling of the inrun profile of a ski jumping hill with the controlled track reaction force. *Journal of Theoretical and Applied Mechanics*, 1(47), 229–242.
- Rząd Ł., Napierała M. (2014) Wpływ sukcesów Adama Małysza na popularność skoków narciarskich. *Journal of Health Sciences*, 4 (10), 221–248.
- Sahaj T. (2005) Wpływ techniki na rozwój sportu. *Sport Wyczynowy*, 5–6, 16–23.
- Virmavirta M., Kivekas J., Komi P.V. (2001) Take-off aerodynamics in ski jumping. *Journal of Biomechanics*, 34 (4), 465–470.

Źródła internetowe

- <http://www.mmlublin.pl/409579/krokiewka-stanie-obok-globusa-mosir-przekazal-teren> [data dostępu: 23.10.2014].
- Niewiadomska B. (2004) Skoki na pustyni, czyli lodowy świat szejka Bahrajnu. www.skijumping.pl/news.php?pokaz_news=2743 [data dostępu: 11.10.2014].
- pl.wikipedia.org/wiki/Wielka_Krokiew [data dostępu: 11.10.2014].
- Ulińska E. (2007) Zadaszony mamut w Finlandii? www.skokinarcarskie.pl/aktualnosci/5555,Zadaszony_mamut_w_Finlandii [data dostępu: 11.10.2014].

Wagner P. (2005) Skocznia Holmenkollen zadaszona? www.skokinarciarskie.pl/aktualnosci/3388,Skocznia_Holmenkollen_zadaszona [data dostępu: 11.10.2014].
www.fis-ski.com/inside-fis/document-library/ski-jumping/index.html [data dostępu: 23.10.2014].
www.krokiewka.cba.pl/galeria.html [data dostępu: 11.10.2014].
www.krokiewka.cba.pl/historia.html [data dostępu: 11.10.2014].
www.krokiewka.cba.pl/news.html [data dostępu: 11.10.2014].
www.skijumping.pl/wiadomosci/13960/Krokiewka-Marzenie-o-lataniu/ [data dostępu: 11.10.2014].
www.skokinarciarskie.pl/skocznie-narciarskie/polska,28,Zakopane [data dostępu: 23.10.2014].
www.youtube.com/watch?v=1Z72YxAtwoQ [data dostępu: 11.10.2014].

WOJCIECH BIEŃ, URSZULA SZCZEPANIK

Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu

POZIOM WYOBRAŻEŃ MOTORYCZNYCH A EFEKTY UCZENIA SIĘ I NAUCZANIA TECHNIKI NARCIARSKIEJ

Abstract

Effects of motor imagery on the outcomes of learning and teaching
in alpine skiing technique

This paper presents the results of a wider piece of research on the effects of skiing technique (alpine skiing) training. It shows the relationships between the level of internal motor representation (motor imagery) and the level of skiing skills (outcomes of learning and teaching process). The survey covers a 2-year period: two winter seasons (2011–2013). The participants of the study, aged 16–18, were skiers who completed the SITN PZN (Polish Ski Federation) ski instructor course – level O. The study confirmed the relations between motor imagery level and performance level of half-plow-turn in alpine skiing. Conclusion: higher level of motor imagery implies higher level of motor activity performance.

Key words: motor imagery, alpine skiing, training effects

WPROWADZENIE

Proces uczenia się i nauczania czynności ruchowych jest szeroko opisywany w literaturze (Adams 1971, Czabański 1980, 1998, 2000, Pöhlmann 1985, Singer 1986, Wiesner 1988, 1991, 2005, Schmidt 1991, Guła-Kubiszewska 1993, 1995, 2007, Zatoń 1995, Schmidt i Lee 2011 i inni). Uczenie się czynności ruchowych dotyczy zmian, które dokonują się w sferze motoryki człowieka, i polega na zmysłowym odbieraniu od otoczenia informacji dotyczącej nieznanego dotąd ruchu, umysłowym przetworzeniu tej informacji, wykonywaniu ruchu i sprawdzaniu skuteczności wykonania (Czabański 1980). Zjawisko uczenia się i nauczania ruchu jest wieloaspektowe, wielopoziomowe i zawiera wiele podsystemów regulacji zachowania się człowieka (Czabański 2000, Wiesner 2005).

Skuteczność uczenia się i nauczania czynności motorycznych zależy od wielu czynników, które należy uwzględnić w metodyce nauczania. Dokładne poznanie warunków skuteczności uczenia się człowieka ułatwia opracowanie odpowiedniej metody nauczania.

Do zidentyfikowanych w literaturze uwarunkowań skuteczności procesu uczenia się i nauczania czynności ruchowych można zaliczyć m.in.:

- a) fizyczne (cechy motoryczne ucznia: koordynacja, kondycja, gibkość, siła itd.);
- b) psychiczne (inteligencja, osobowość, wiedza – poziom wyobrażeń motorycznych, motywacja, stany emocjonalne, nastawienie);
- c) materialne, m.in. sprzęt, środowisko-otoczenie (Wiesner 1988, Lesiewski 1991, Koszczyk i Kowalska 1997, Czabański 2000).

Istotną rolę w nauczaniu i uczeniu się czynności ruchowych odgrywa informacja (Czabański 2000, Zatoń 2008). Odpowiednio przekazana, aktywnie i świadomie odebrana informacja powoduje większe zaangażowanie procesów myślowych u ucznia (Czabański 2000, Gracz i Sankowski 2000). W trakcie opisu ruchu następuje myślowe i wyobrażeniowe tworzenie jego obrazu, który jest „kluczem” do sprawnego nauczania (Pöhlmann 1985). Licznie prowadzone badania i ich rezultaty świadczą o ważnej roli wyobrażeń motorycznych w nauczaniu takich dyscyplin, jak pływanie (Wiesner 1991, Guła-Kubiszewska 1993, Czabański 1998, Dybińska 2004) lub narciarstwo zjazdowe (Lesiewski 1995, Parnicki 1998, Sabat 2010). Ideomotoryka to umysłowa antycypacja czynności ruchowej, np. wyobrażanie sobie czynności skrzętu na nartach przed jej wykonaniem (Puni 1975). W wyniku badań wykazano, że wyobrażenie ruchu wystarczy, aby go nieznacznie wywołać. Wyróżnia się trzy funkcje wyobrażeń motorycznych: programującą, trenującą i regulującą. W uczeniu się motorycznym szczególnie istotna jest funkcja programująca (uczeń wyobraża sobie cel i sposób wykonania czynności na podstawie informacji wizualnej, werbalnej i kinestetycznej) oraz funkcja regulująca (daje możliwość kontroli i korekty w praktyce dzięki wyobrażeniu sobie sposobu wykonania czynności).

Wyobrażenia motoryczne tworzą plan umysłowy – pamięć ruchową. Plan umysłowy to „[...] obraz czynności oraz algorytm ruchów czy też zbiór zasad, które pozwolą tę czynność zrealizować” (Czabański 1998, s. 101). Plan umysłowy tworzy się na podstawie informacji werbalnej, wizualnej i kinestetycznej. Na ułożenie poprawnego planu umysłowego czynności motorycznej ogromny wpływ ma zasób wiedzy, którą zdobywamy dzięki informacji w formie instrukcji słownej, opisu struktury czynności, pokazu oraz zasad skutecznego wykonania czynności (zasad działania).

W niniejszym opracowaniu obszarem zainteresowania jest technika narciarska, która wiąże się z opanowaniem czynności motorycznych na śniegu (na stoku), w specyficznym środowisku naturalnym, odbiegającym od tego, z którym człowiek ma do czynienia na co dzień. Narciarstwo zjazdowe zaliczane jest do sportów masowych, popularnych, dla ludzi w każdym wieku. Technika narciarska należy jednak do trudnych do opanowania (Sankowski 2001) ze względu na znaczną złożoność techniczną (Zatoń 1996, Gracz i Sankowski 2007), specyficzny układ sylwetki oraz nienaturalne formy koordynacji ruchowej dla przeciętnego człowieka (Ziemilski 1977, Zatoń 1996).

CEL BADAŃ

Celem badań było poznanie relacji między poziomem wyobrażeń motorycznych a efektami uczenia się i nauczania czynności motorycznych na przykładzie techniki narciarskiej. Problem badawczy można ująć w formie pytania: Jaki związek istnieje między poziomem wyobrażeń motorycznych a efektami uczenia się i nauczania czynności motorycznych na przykładzie techniki narciarskiej?

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

W pracy przedstawiono wyłącznie fragment wyników szerszych badań nad efektami uczenia się techniki narciarskiej opartych na metodzie naturalnego eksperymentu pedagogicznego.

W badaniach wzięli udział uczestnicy Kursu Kwalifikacyjnego SITN PZN – młodzież w wieku 16–18 lat potrafiąca jeździć na nartach. Kurs Kwalifikacyjny jest pierwszym etapem kształcenia kadr instruktorskich i traktowany jest jako „poziom zero” (według „Wytycznych Szkolenia 2011/2012” SITN PZN) w ścieżce szkoleniowej Stowarzyszenia Instruktorów i Trenerów Narciarstwa Polskiego Związku Narciarskiego. Cel kursu to nauczanie i doskonalenie techniki jazdy, jazdy sportowej (treningi slalomu giganta), zapoznanie z podstawowymi elementami teorii narciarstwa oraz przygotowanie uczestników do dalszego etapu szkolenia (Pomocnik Instruktora SITN PZN). Realizacja Kursu Kwalifikacyjnego stanowi początkowy etap w strukturze szkoleniowej, a ostatecznym celem szkolenia jest uzyskanie uprawnień Instruktora PZN.

Badania zostały przeprowadzone w Ziełcu, ośrodku narciarskim położonym w Górach Orlickich (w Sudetach), w sezonie zimowym 2011/2012 oraz 2012/2013, w cyklu 6-dniowego szkolenia na śniegu. W badaniach uczestniczyły 43 osoby, w tym 24 mężczyzn i 19 kobiet. Średni wiek badanych wyniósł 15,9 roku.

Na potrzeby niniejszej pracy z szerszego opracowania badań wyodrębniono fragment, który dotyczył uczenia się i nauczania techniki skrętu z półpługu – złożonej czynności ruchowej. Skręt z półpługu jest ewolucją narciarską zawartą w „Programie nauczania narciarstwa zjazdowego. 2009” (2009), która ma cechy czynności motorycznej: strukturę, rytm, płynność i dokładność (Szopa i wsp. 1996). Aby określić poziom wyobrażeń motorycznych, wykorzystano wskaźnik wyobrażeń motorycznych (WWM) (Czabański 1991). Algorytm skrętu z półpługu został podzielony na 5 części – tzw. sekwencji węzłowych – w postaci zdjęć (z wzorcowego przejazdu Instruktora Wykładowcy SITN PZN, członka Demo Team PZN). Zadanie, które umożliwiło określenie WWM, polegało na ułożeniu przez badanych zdjęć w odpowiedniej kolejności (w zestawie znajdowało się 6 zdjęć: 5 poprawnych i 1 błędne). Wskaźnik mógł osiągnąć maksymalną wartość 5 (bezbłędne ułożenie sekwencji zdjęć). Badani wykonali zadanie dwukrotnie: przed rozpoczęciem kursu i po jego zakończeniu.

Oceny efektów uczenia się i nauczania – oceny wykonania skrętu z półpługu – dokonano dwukrotnie: przed rozpoczęciem szkolenia i po jego zakończeniu, wykorzystując metodę ekspertów (w skali 0–10).

WYNIKI

Na podstawie początkowej oceny poziomu wyobrażeń motorycznych, jak i techniki skrętu z półpługu wykazano, że ta czynność motoryczna nie była wcześniej znana badanym. Pierwszy pomiar wskazał na niski poziom wyobrażeń motorycznych o technice skrętu z półpługu. Podobna sytuacja dotyczyła poziomu

Tabela 1. Średni poziom wyobrażeń motorycznych (WWM) i średni poziom wykonania skrętu z półpługu (ocena ekspertów) podczas badania początkowego i końcowego

Oceniana cecha	I pomiar	II pomiar
WWM	1,28	3,60
Ocena ekspertów	2,49	4,93

Tabela 2. Ocena istotności zmian poziomu wyobrażeń motorycznych (WWM) i poziomu wykonania skrętu z półpługu (ocena ekspertów) między badaniem początkowym i końcowym

	Średnia zmiana	Test Wilcoxona	
		Z	p
WWM	2,32	5,71	< 0,001
Ocena ekspertów	2,44	5,65	< 0,001

Tabela 3. Korelacja rang uporządkowania ρ -Spearmana między poziomem wyobrażeń motorycznych i poziomem techniki jazdy podczas badania końcowego

Korelacja	ρ -Spearmana	p
WWM vs. ocena ekspertów	0,40	0,007

wykonania skrętu według ekspertów. Podczas drugiego pomiaru zostały zanotowane wzrosty wartości wymienionych cech. Po zakończonym cyklu szkoleniowym zaobserwowano wyższy poziom wyobrażeń motorycznych, jak i wyższy poziom wykonania skrętu z półpługu (tab. 1).

Różnice w pomiarach poziomu wyobrażeń motorycznych, jak i poziomu wykonania skrętu z półpługu okazały się statystycznie istotne (tab. 2).

Na podstawie badania potwierdzono istnienie związku między poziomem wyobrażeń motorycznych a wykonaniem skrętu z półpługu. Statystycznie istotną korelację tych cech stwierdzono podczas pomiaru końcowego (tab. 3).

Biorąc pod uwagę powyższe wyniki, można stwierdzić, że im wyższy okazywał się poziom wyobrażenia złożonej czynności motorycznej, jaką był skręt z półpługu, tym następowało jego lepsze wykonanie.

DYSKUSJA I WNIOSKI

Sprawne wykonanie określonej czynności motorycznej zależy od tego, jak dokładnie sobie ją wcześniej wyobrazimy (Czabański 1998). Wyobrażenia motoryczne powstają w trakcie doświadczeń poznawczych i emocjonalnych poprzez słowo, obraz i działania praktyczne. Nauczyciel, chcąc wywołać u ucznia poprawne wyobrażenie ruchowe, powinien wykorzystywać wszystkie możliwe kanały przekazu informacji: werbalny (instrukcja, objaśnienie, słowo mówione),

wizualny (pokaz rzeczywisty i zwolniony, rysunek, zdjęcie, schemat), kinestetyczny (ćwiczenia w całości, częściowe, z modyfikacjami). Takie uczenie się i nauczanie nazywane jest polisensorycznym lub wielowrażliwym (Czabański 1998). Dzięki niemu w umyśle powstaje program motoryczny, który opiera się na zrozumieniu treści i formy czynności ruchowej (Schmidt 1991, Magill 2007). Brak wyobrażenia ruchu, a tym samym brak jego zrozumienia utrudnia i znacznie opóźnia proces skutecznego opanowania złożonej czynności motorycznej. Dlatego istotną rolę odgrywa nauczyciel, który stosując odpowiednie metody, może kształtować u ucznia poprawne wyobrażenia ruchowe. Uczenie się i nauczanie czynności ruchowych jest zatem procesem intelektualnym.

Niniejsza praca potwierdza wyniki badań innych autorów (Włodarski 1989, Czabański 1991, Wiesner 1991) o istnieniu związków między wyobrażeniem umysłowym czynności a praktycznym jej wykonaniem.

W podsumowaniu na podstawie niniejszych badań można stwierdzić, że:

- w efekcie uczenia się i nauczania techniki narciarskiej zwiększa się poziom wyobrażeń motorycznych o danych ewolucjach (technikach skrętów) narciarskich;
- w efekcie wzrostu poziomu wyobrażeń motorycznych skrętu z półpługu zwiększa się również poziom wykonania skrętu z półpługu;
- nauczyciel powinien zwrócić szczególną uwagę na funkcję wyobrażeń motorycznych w procesie uczenia się i nauczania czynności ruchowych; stosując odpowiednie zabiegi (metody), może skutecznie wpływać na tworzenie się prawidłowych wyobrażeń – programów motorycznych wśród uczniów.

BIBLIOGRAFIA

- Adams J.A. (1971) A closed-loop theory of motor learning. *Journal of Motor Behavior*, 3, 111–150.
- Czabański B. (1980) Model uczenia się i nauczania sportowych czynności motorycznych. *Studia i Monografie AWF we Wrocławiu*, 1.
- Czabański B. (1991) Wyobrażenia motoryczne a umiejętności ruchowe. Uczenie się techniki sportowej. AWF, Warszawa, 16–38.
- Czabański B. (1998) Wybrane zagadnienia uczenia się i nauczania techniki sportowej. AWF, Wrocław.
- Czabański B. (2000) Kształcenie psychomotoryczne. AWF, Wrocław.
- Dybińska E. (2004) Wpływ wyobrażeń motorycznych na sprawność nauczania i uczenia się czynności pływackich 10-letnich dzieci. *Antropomotoryka*, 14 (27), 25–36.
- Gracz J., Sankowski T. (2000) Psychologia sportu. AWF, Poznań.
- Gracz J., Sankowski T. (2007) Psychologia aktywności sportowej. AWF, Poznań.
- Guła-Kubiszewska H. (1993) Wyobrażenia motoryczne a sprawność uczenia się pływania stylem klasycznym dzieci dziewięcioletnich. *Kultura Fizyczna*, 7–8, 22–26.
- Guła-Kubiszewska H. (1995) Wyobrażenia motoryczne jako podstawa programowania wewnętrznego w realizacji zadań ruchowych. Rozprawa doktorska. AWF, Wrocław.
- Guła-Kubiszewska H. (2007) Efekty dydaktyczne samoregulowanego uczenia się motorycznego. AWF, Wrocław.

- Koszczyk T., Kowalska B. (1997) Skuteczność działania w sytuacji trudnej osób o różnych umiejętnościach narciarskich. [W:] T. Koszczyk (red.), *Dydaktyka wychowania fizycznego*. AWF, Wrocław, 153–171.
- Lesiewski J. (1991) Postępy w nauczaniu narciarstwa a sposoby wzmocnień słownych. *Rozprawa doktorska*. AWF, Wrocław.
- Lesiewski J. (1995) Wyobrażenia motoryczne a sprawność uczenia się nowej techniki narciarskiej. [W:] B. Czabański, T. Koszczyk (red.), *Dydaktyka Wychowania Fizycznego*. AWF, Wrocław, 83–87.
- Magill R.A. (2007) *Motor Learning and Control. Concepts and Applications*. Wyd. 8. McGraw-Hill, New York.
- Parnicki F. (1998) Wyobrażenia motoryczne w nauczaniu technik narciarskich studentek AWF. *Rocznik Naukowy IWFis w Białej Podlaskiej*, 4, 95–101.
- Pöhlmann R. (1985) *Motorisches Lernen*. Sportverlag, Berlin.
- Program nauczania narciarstwa zjazdowego. 2009 (2009). Stowarzyszenie Instruktorów i Trenerów Narciarstwa PZN, Kraków.
- Puni A.C. (1975) Rola wyobrażeń ruchowych. *Kultura Fizyczna*, 6, 276–280.
- Sabat U. (2010) Poziom wyobrażeń motorycznych a skuteczność i efektywność uczenia się złożonych czynności ruchowych – na przykładzie narciarstwa zjazdowego. *Rozprawy Naukowe AWF we Wrocławiu*, 31, 265–270.
- Sankowski T. (2001) Wybrane psychologiczne aspekty aktywności sportowej. AWF, Poznań.
- Schmidt R.A. (1991) *Motor Learning and Human Performance. From Principles to Practice*. Human Kinetics, Champaign.
- Schmidt R.A., Lee T.D. (2011) *Motor Control and Learning. A Behavioral Emphasis*. Wyd. 5. Human Kinetics, Champaign.
- Singer R.N. (1986) Sports performance: A five-steps mental approach. *Journal of Physical Education and Recreation*, 57, 82–89.
- Szopa J., Mleczko E., Żak S. (1996) *Podstawy antropomotoryki*. PWN, Warszawa.
- Wiesner W. (1988) Wpływ filmu dydaktycznego na skuteczność nauczania dzieci techniki pływania. *Rozprawy Naukowe AWF we Wrocławiu*, 21, 21–112.
- Wiesner W. (1991) Film dydaktyczny w procesie nauczania czynności ruchowych. *Uczenie się techniki sportowej*. AWF, Warszawa.
- Wiesner W. (2005) Komunikacja dydaktyczna na lekcjach wychowania fizycznego a poziom autorytaryzmu nauczycieli. *Studia i Monografie AWF we Wrocławiu*, 76.
- Włodarski Z. (1989) *Psychologia uczenia się*. PWN, Warszawa.
- Wytyczne szkolenia 2011/2012. Stowarzyszenie Instruktorów i Trenerów Narciarstwa PZN, Kraków.
- Zatoń K. (1995) Przekaz słowny na lekcjach wychowania fizycznego. *Studia i Monografie AWF we Wrocławiu*, 48.
- Zatoń K. (2008) Znaczenie informacji werbalnej w nauczaniu i doskonaleniu pływania. *Sporty Wodne i Ratownictwo*, 1, 42–47.
- Zatoń M. (1996) *Podstawy narciarstwa zjazdowego*. Signum, Wrocław.
- Ziemilski A. (1977) Eliminowanie lęku a skuteczność uczenia się narciarstwa. *Kultura Fizyczna*, 1, 31–55.

SEBASTIAN CHABOWSKI

Akademia Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czecha w Krakowie

AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA A ZAGROŻENIE ŚRODOWISKA NA TERENACH GÓRSKICH PARKÓW NARODOWYCH W POLSCE

Abstract

**Tourist activity and the environmental threat
in the mountainous national parks in Poland**

Nowadays, tourism in national parks has become an important element of the recreation of millions of Poles. Excessive flow of tourism, both in winter and in summer, produces unfavourable effects on the environment. Because of its unique natural values, mountainous national parks are exposed to mass tourists. Despite such adverse effects, legal conditions that require self-financing of national parks make each tourist a measurable value. Which activity dominates in the Polish mountainous national parks? Must the mass tourism involve negative consequences? Article refers to the important issues related to the selected forms of activity undertaken by tourists in mountain areas. This paper reveals the problem of tourist activity in national parks in Poland. Management of tourist movement along trails encounters many difficulties. Despite numerous legal instruments to protect national parks, that is not enough to protect them from harmful human impacts. It is important to monitor and study the phenomenon, so we could better protect national parks from mass tourism.

Key words: Polish mountainous national parks, environmental threats, tourist activity

„Z czystym tylko idź sercem w Tatry,
jakbyś przekraczał próg świątyni”.
Mariusz Zaruski * (1958, s. 47)

WPROWADZENIE

Parki narodowe pełnią specyficzne funkcje, które zostały określone w Ustawie o ochronie przyrody z 16 kwietnia 2004 r. (Ustawa... www.isap.sejm.gov.pl). Główną funkcją parków narodowych jest ochrona przyrody. Ze względu na szczególne wartości przyrodnicze parki narodowe są także udostępniane do celów turystyczno-rekreacyjnych (Olaczek 1985).

Ogólna powierzchnia parków narodowych w Polsce wynosi zaledwie 1% wszystkich terenów chronionych. Na tak stosunkowo niewielkim terenie utworzono 23 parki. Spośród wszystkich parków narodowych dziewięć można zaliczyć do parków położonych na obszarach górskich. Są to takie parki, jak: Kar-

* Mariusz Zaruski, twórca i pierwszy Naczelnik Tatrzańskiego Ochotniczego Pogotowia Ratunkowego.

konoski Park Narodowy, Babiogórski Park Narodowy, Tatrzański Park Narodowy, Gorczański Park Narodowy, Park Narodowy Gór Stołowych, Magurski Park Narodowy, Pieniński Park Narodowy, Bieszczadzki Park Narodowy, Park Narodowy Gór Świętokrzyskich. Parki te są chętnie odwiedzane przez turystów, jednak natężenie ruchu turystycznego nie jest równomierne. Największą frekwencję turystów odnotowuje się w ciągu roku na obszarze Tatrzańskiego Parku Narodowego i Karkonoskiego Parku Narodowego (odpowiednio około 2,5 i 2 milionów) (www.parkinardowe.edu.pl). Gdyby wziąć pod uwagę stosunek powierzchni parku do liczby turystów, to najbardziej obciążony jest natomiast Pieniński Park Narodowy. Niestety, zbyt duży nacisk turystów na obszarach parków narodowych ma bezpośredni wpływ na degradację przyrody na ich terenie.

Celem artykułu jest przedstawienie najczęściej podejmowanych przez turystów form aktywności ruchowej na terenach górskich parków narodowych. Istotnym celem tego artykułu jest również zwrócenie uwagi na negatywne oddziaływanie turystów oraz samej infrastruktury, powstałej na rzecz turystyki, na opisywanych terenach parków narodowych.

TURYSTYKA W GÓRSKICH PARKACH NARODOWYCH

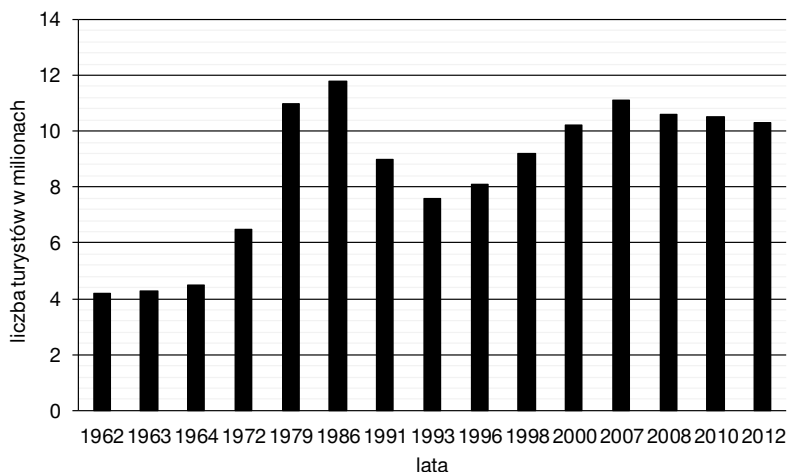
Prawdziwy rozwój turystyki na terenach górskich rozpoczął się w okresie działalności Towarzystwa Tatrzańskiego. Wielkim propagatorem masowych wyjść turystycznych w Tatrach był Tytus Chałubiński. Jako doktor namawiał wszystkich do odpoczynku w Tatrach. O tym, jak mocno rozwinęło się Zakopane, świadczą statystyki przybywających w Tatry. W 1870 r. zawitało do Zakopanego ponad 4 tysiące gości, a już w 1902 r. ponad 10 tysięcy turystów (Durden 2000). Już wówczas zauważono, że masowy charakter wypoczynku ma negatywny wpływ na przyrodę. Najbardziej miarodajnymi statystykami odnoszącymi się do liczby turystów w parkach narodowych są te prowadzone od lat 60. XX w. (Kulczycki 1977). Na podstawie statystyk zestawionych na lata 1962–2012 można stwierdzić, że turystyka na terenach górskich przybrała charakter masowy. Szacuje się, że już w latach 60. XX w. polskie parki narodowe odwiedziło 4–5 milionów turystów (Partyka 2010a). W następnych latach ruch turystyczny wzrósł do poziomu 12 milionów turystów rocznie (ryc. 1). Obecnie liczba turystów w parkach narodowych osiąga około 10 milionów turystów rocznie i od kilku lat utrzymuje się na podobnym poziomie (Gałązka 2009). Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że występują duże dysproporcje natężenia ruchu turystycznego w stosunku do powierzchni parku. Największe zagęszczenie turysty na kilometr szlaku odnotowuje się w takich parkach narodowych, jak: Pieniński, Karkonoski, Tatrzański, a najmniejsze w Bieszczadzkim Parku Narodowym (tab. 1).

Jak już wspomniano, wśród górskich parków narodowych największą frekwencję turystów odnotowuje się w Tatrzańskim, Karkonoskim i Babiogórskim, dlatego są one poddawane wszelkim analizom związanym z zarządzaniem ruchem turystycznym oraz uprawianiem różnych form turystyki. Ze względu na dużą liczbę odwiedzających władze parków wdrażają odpowiednie działania mające

Tabela 1. Ruch turystyczny na terenach górskich parków narodowych

Nazwa parku	Powierzchnia parku w km ²	Długość szlaków w km	Liczba turystów na rok
Babiogórski	39,9	59,1	52 000
Bieszczadzki	291,9	245,0	273 000
Magurski	193,4	85,0	50 000
Świętokrzyski	76,2	41	210,5
Gorczański	70,3	105,1	60 000
Karkonoski	55,8	117,6	2 000 000
Pieniński	23,4	35,2	756 000
Tatrzański	211,8	275,0	2 078 700
Gór Stołowych	63,4	175,1	354 000

źródło: opracowanie własne



źródło: Ochrona środowiska... (2009, s. 281)

Rycina 1. Liczba turystów na terenie parków narodowych w latach 1962–2012

na celu optymalne zarządzanie ruchem turystycznym poprzez stałe monitorowanie obecności turystów, poprawę jakości szlaków, zadania ochraniające, zadania przeciwdziałające negatywnemu oddziaływaniu turystyki na przyrodę.

FORMY AKTYWNOŚCI TURYSTYCZNEJ

Uprawianie różnych form turystyki na terenach „parków górskich” jest zderminowane sezonowością (lato, zima) oraz „długimi weekendami” (Partyka 2010a). Niektórzy autorzy stwierdzają jednak, że w odniesieniu do górskich parków narodowych nie można mówić o sezonowości (Ptaszycka-Jackowska 2007). Sezon tam trwa przez cały rok, ale z różnym natężeniem. Jednak najczęściej do okresów letnich zalicza się miesiące od maja do września, po czym następuje okres poza sezonem lub sezonu niskiego. Miesiące zimowe przypadają od grudnia do lutego.

AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA NA TERENACH PARKÓW GÓRSKICH

Na obszarach górskich parków narodowych występują różne formy turystyki, tj. piesza, rowerowa, narciarska, alpinizm powierzchniowy, alpinizm jaskiniowy, turystyka pielgrzymkowa konna, zawody sportowe-biegi i inne, czyli trudne do zakwalifikowania. W sezonie letnim dominują: turystyka piesza, rowerowa i inne. W sezonie zimowym wyróżnia się narciarstwo zjazdowe, skiturowe, biegowe oraz turystykę pieszą. W sezonie letnim i zimowym uprawia się także alpinizm powierzchniowy oraz jaskiniowy.

Najczęściej uprawianą formą turystyki jest turystyka piesza. Wynika to głównie z jej specyfiki (nie jest potrzebny specjalistyczny sprzęt ani warunki pogodowe), dlatego może być uprawiana w każdym sezonie. Turystyka piesza należy do najmniej skomplikowanych, jeżeli chodzi o jej zorganizowanie. Turyści poruszają się po wyznaczonych szlakach, które wyposażone są w tablice informujące o czasie lub długości przejścia fragmentów szlaku. Na eksponowanych odcinkach szlaku (np. Orla Perć, wejście na Giewont, podejście pod Rysy, Smocza Jama, Akademicka Perć) montowane są urządzenia asekuracyjne.

Na terenach parków narodowych uprawia się także turystykę rowerową. Ze względu na warunki terenowe jest ona znacznie trudniejsza do uprawiania niż turystyka piesza, dlatego w tych parkach nie ma tras rowerowych dłuższych niż 30 km. Największą popularnością cieszy się ona w Magurskim, Gorczańskim i Bieszczadzkim Parku Narodowym.

W specjalnie wytyczonych miejscach zezwala się na uprawianie alpinizmu jakiniowego i powierzchniowego. Te formy aktywności stanowią zaledwie 0,5% z całego ruchu turystycznego (www.akg.krakow.pl).

Narciarstwo zjazdowe odbywa się na ściśle wytyczonych trasach zjazdowych, w związku z tym na terenach parków utworzono nartostrady, których najwięcej jest w Karkonoskim (20 km), Babiogórskim (około 6 km), Tatrzańskim (3 km), Gorczańskim (około 1 km) oraz Bieszczadzkim Parku Narodowym (ok. 400 m) (Partyka 2010b). Narciarstwo zjazdowe uzależnione jest od warunków pogodowych, a także terenowych, w tym od odpowiedniej infrastruktury (wyciągi narciarskie, kolejki górskie, trasy zjazdowe). Tatrzański Park Narodowy jest wyposażony w 7 kolejek górskich i 3 wyciągi. W Karkonoskim Parku Narodowym są 3 wyciągi i 10 kolejek górskich. Po jednym wyciągu przypada na Gorczański i Bieszczadzki Park Narodowy (Partyka 2010b).

Alternatywą dla narciarstwa zjazdowego jest skituring, który staje się coraz popularniejszy wśród narciarzy (Bielański 2013). Skituring umożliwia podchodzenie, dzięki specjalnym skórom zwanym potocznie „fokami”, w dowolne miejsce w górach.

Dość powszechną formą aktywności w warunkach zimowych jest narciarstwo biegowe. Najwięcej tras biegowych powstało w Karkonoskim Parku Narodowym, na Polanie Jakuszyckiej. Turyści mają do dyspozycji 5 różnych tras o różnym stopniu trudności. Wszystkie mają homologację FIS, która pozwala na organizowanie zawodów na poziomie światowym. Właśnie na wspomnianej polanie odbywa się największa polska impreza masowa „Bieg Piasta”. Poza tym trasy

biegowe można odnaleźć w każdym górskim parku narodowym. Stan ich przygotowania oraz ich dystans pozostawiają wiele do życzenia.

Stosunkowo nową formą aktywności uprawianej w górskich parkach narodowych jest nordic walking. Ta aktywność ruchowa łączy ze sobą odpowiednią technikę chodu z elementami narciarstwa biegowego. Nordic walking ma coraz większą grupę zwolenników, ponieważ podobnie jak turystyka piesza, nie wymaga dużych nakładów finansowych związanych z zakupem sprzętu oraz może być uprawiana na dowolnym terenie. Z myślą o tej formie aktywności na terenach górskich parków narodowych wyznacza się optymalne trasy. Dobrym tego przykładem są parki narodowe: Karkonoski (www.jakuszyce.info.pl), Tatrzański (www.biegowkipodtatrami.pl), Bieszczadzki (www.diablagora.com.pl).

Coraz częściej można zauważyć, że pewną atrakcją dla uprawiających biegi terenowe są biegi organizowane na terenach górskich. Można powiedzieć, że już na stałe w kalendarz imprez biegowych na terenie Tatrzańskiego Parku Narodowego wpisał się bieg o randze mistrzowskiej – Mistrzostwa Polski w Biegach Wysokogórskich Skyrunning im. dh. Franciszka Marduły.

ZAGROŻENIA JAKIE NIESIE ZE SOBĄ TURYSTYKA W PARKACH NARODOWYCH POŁOŻONYCH NA TERENACH GÓRSKICH

Różne formy aktywności podejmowanej przez turystów przyczyniają się do „rozdeptywania” szlaków, niszczenia flory, wypłaszania zwierząt, tworzenia sieci nielegalnych ścieżek fachowo zwanych dyspersyjnymi.

Turystyka piesza, która ma charakter masowy, stwarza duże zagrożenie dla środowiska. Rozchodzenie się turystów w różnych kierunkach poza wyznaczony szlak powoduje trwałą ingerencję w środowisko – najczęściej niszczenie roślinności w bezpośrednim otoczeniu szlaków (Fidelus 2007). Stwierdzono, że do rozdeptywania podłoża dochodzi przeważnie na grzbietach, szczytach i przełęczach (Myga-Piątek i Jankowski 2009), czyli w miejscach, gdzie turyści odpoczywają najczęściej. Widoczne jest to szczególnie w Tatrzańskim, Babiogórskim, Bieszczadzkim i Karkonoskim Parku Narodowym. W literaturze zjawisko to określa się mianem dyspersji turystycznej (Witkowski i wsp. 2010a).

W Babiogórskim Parku Narodowym negatywnym przejawem turystyki pieszej są: wydeptywanie roślin, a przez to odślanianie materiału skalnego, mechaniczne niszczenie kosodrzewiny, zaśmiecanie szlaków i płoszenie zwierząt (Mróz i Węgrzyn 2006, Baraniec 2002).

W Karkonoskim Parku Narodowym głównymi problemami są: hałas na szlakach, który płoszy zwierzęta, oraz przekraczanie dopuszczalnej liczby turystów na szlakach, co powoduje niszczenie szlaków i roślinności przy szlakach (Wieniawska 2002).

Nielegalna dyspersja turystyczna została opisana na przykładzie takich parków narodowych, jak Babiogórski (Pawlusiński i wsp. 2008), Bieszczadzki (Prędko i Winnicki 2006), Tatrzański (Witkowski i wsp. 2010a) oraz Pieniński (Witkowski i wsp. 2010b). Wynikiem dyspersji turystycznej jest penetracja terenów pozaszlakowych latem i zimą. Ma to wpływ na życie zwierząt, które są płoszo-

ne i stresowane niepotrzebną obecnością człowieka. Ponadto turyści pozostawiają po sobie śmieci, które przyczyniają się do synantropizacji zwierząt (Chovancova 2001, Witkowski i wsp. 2010b). Część śmieci stanowią odpady fizjologiczne i przemysłowe (np. puszki, butelki, baterie) zanieczyszczające przyrodę. Innym negatywnym elementem dyspersji są nielegalne ścieżki, których powstawanie przyczynia się do „rozcinania” chronionych powierzchni, a przez to zwiększania rozmiarów ich wydeptania. Dodatkowo nielegalne ścieżki wpływają na szybszy spływ wody opadowej i erozję szlaków. Nielegalne ścieżki zachęcają kolejnych turystów do korzystania z nich, co ostatecznie przyczynia się do dalszego zdzierania darni i niszczenia roślinności (Skawiński 1993).

Najbardziej zdegradowane pod wpływem nielegalnej dyspersji tereny to m.in. Czerwone Wierchy, Kopuła Kasprowego Wierchu, Dolinka pod Mnichem (Chabowski 2012), Wąwóz Homole (Witkowski i wsp. 2010b), Połonina Caryńska, Tarnica (Prędko 1998).

Skituring jako forma narciarstwa może budzić w Polsce wiele obaw wśród zarządzających parkami. Wynika to z niebezpieczeństwa związanego z wyzwalaniem lawin oraz płoszenia zwierząt. Jest to niebezpieczne szczególnie dla kozic, które osłabione warunkami zimowymi padają ofiarą lawin (Skawiński 1993).

Wspomniane już wcześniej taternictwo jaskiniowe stanowi małe zagrożenie dla środowiska przyrodniczego, ale tylko w przypadku Tatrzańskiego Parku Narodowego. Udostępnianie jaskiń do penetracji na terenie TPN zostało dobrze usankcjonowane prawnie poprzez wewnętrzne zarządzenie dyrektora parku (Zarządzenie... 2012). W myśl tych przepisów po jaskiniach nieudostępnionych dla ruchu turystycznego mogą poruszać się osoby posiadające kartę taternika jaskiniowego, będące na kursie jaskiniowym lub posiadające licencję TPN na wejścia do jaskiń. Istotne dla ochrony jaskiń jest limitowanie wejść do nich. W ciągu doby jaskinię nie może „odwiedzić” więcej niż 15 osób (Taternictwo jaskiniowe... www.tpn.pl). Obecne umocowania prawne pozwalają na ochronę przyrody jaskiń tatrzańskich oraz ścieżek dojściowych do jaskiń. Nadal jednak odnotowuje się akty wandalizmu wewnątrz jaskiń, tj. niszczenie form naciekowych, zaśmiecanie, zmianę cyrkulacji powietrza, tworzenie nowych przekopów i otworów (Zaparucha 2012). Niewątpliwie istotnym problemem są nielegalne wejścia do jaskiń tworzone przez taterników, lecz skala tego zjawiska nie jest jeszcze zbadana.

Podobne przepisy limitowania, jak w przypadku taternictwa jaskiniowego, obowiązują taterników powierzchniowych. Na terenie Tatr udostępniono kilka rejonów wspinaczkowych. Wszelka ingerencja taterników powierzchniowych wykraczająca poza zarządzenie dyrektora TPN jest traktowana jako łamanie prawa (www.pza.org.pl). W celu ochrony przyrody podejmowane są liczne wysiłki ze strony samego środowiska wspinaczkowego, aby powstrzymać wspinaczy od niepożądanych praktyk (Jodłowski 2011). Aby ograniczyć niepotrzebną działalność, polegającą na wyznaczaniu nowych dróg wspinaczkowych, organizuje się różne akcje. Jedną z takich inicjatyw jest przeprowadzana od 2006 r. akcja pod hasłem „Tatry bez młotka”.

PODSUMOWANIE

Parki narodowe położone na terenach górskich są niezwykle cenne ze względu na wiele walorów: przyrodniczych, estetycznych, zdrowotnych i innych, dlatego są one licznie odwiedzane przez turystów. Turyści odwiedzający górskie parki narodowe podejmują różne formy aktywności, do których zalicza się turystykę pieszą, narciarską, rowerową, konną, biegi górskie, nordic walking, wspinaczkę powierzchniową i jaskiniową.

Pomimo zdrowotnych aspektów podejmowania przez turystów aktywności ruchowej w górach należy stwierdzić, że niektóre jej formy, zwłaszcza masowe, przynoszą wiele szkód środowiskowych. Do najczęstszych należy zaliczyć: wydeptywanie szaty roślinnej, zrywanie muraw do samej skały, tworzenie sieci nielegalnych ścieżek, nadmierny hałas, pozostawianie śmieci i fekalii.

Ze względu na wymieniane przesłanki w niektórych parkach, tj. Tatrzańskim i Karkonoskim, należałoby wprowadzić limitowanie wejść, co mogłoby zapobiec niepożądanym efektom uprawiania różnych form turystyki. Zarządzający parkami powinni umiejętnie udostępniać ich obszar, tak aby turyści nie szkodzili przyrodzie.

BIBLIOGRAFIA

- Baraniec A. (2002) Turystyka w Babiogórskim Parku Narodowym. [W:] Partyka J. (red.), *Użytkowanie turystyczne parków narodowych. Ojcowski Park Narodowy, Ojców*, 155–165.
- Bieleński M. (2013) *Narciarstwo wysokogórskie w Tatrzańskim Parku Narodowym. Stan i konsekwencje środowiskowe*. Manuskrypt. AWF Kraków,
- Chabowski S. (2012) Wpływ ruchu turystycznego na wydeptywanie ścieżek na terenie Tatrzańskiego Parku Narodowego, maszynopis w druku.
- Chovancova B. (2001) Raport o stanie populacji, zagrożeniach i ochronie kozicy, świstaka, niedźwiedzia, orła, wilka i rysia w Tatrzańskim Parku Narodowym. Manuskrypt. Tatrzański Park Narodowy, Czytelnia Muzeum Tatrzańskiego.
- Durden J. (2000) Tatrzy – Zakopane – Towarzystwo Tatrzańskie 100 lat wcześniej. [W:] Liberak A., Morawska-Nowak B., Ronikier M., Janoch S., (red.), *Pamiętniki Towarzystwa Tatrzańskiego*. 9. Polskie Towarzystwo Tatrzańskie, Kraków, 89–114.
- Fidelus J. (2007) Turystyka piesza i jej wpływ na przemiany rzeźby terenu w otoczeniu hal Gąsienicowej i Kondratowej w Tatrach. [W:] Pociask-Karteczka J., Matuszyk A., Skawiński P. (red.), *Stan i perspektywy rozwoju turystyki w Tatrzańskim Parku Narodowym. Studia i Monografie AWF w Krakowie*, 46, 261–272.
- Gałązka M. (2009) Turystyka Zrównoważona w Parkach Narodowych w opinii turystów. *Studia i Materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej*, 11, 4 (23), 123–130.
- Jodłowski M. (2011) Zasady dobrej praktyki w zarządzaniu ruchem wspinaczkowym na obszarach chronionych. IGiGP UJ, Kraków.
- Kulczycki Z. (1977) *Zarys historii turystyki w Polsce*. SiT, Warszawa.
- Mróz W., Węgrzyn M. (2006) *Monitoring gatunków i siedlisk przyrodniczych ze szczególnym uwzględnieniem specjalnych obszarów ochrony siedlisk Natura 2000. Poradnik metodyczny*. GIOŚ, Warszawa.
- Myga-Piątek U., Jankowski G. (2009) Wpływ turystyki na środowisko przyrodnicze i krajobraz kulturowy – analiza wybranych przykładów obszarów górskich. UŚ, Katowice.

- Ochrona środowiska. Informacje i opracowania statystyczne (2009) GUS, Warszawa.
- Olaczek R. (1985) Światowa strategia ochrony przyrody. Ochrona żywych zasobów dla trwałego rozwoju. LOP, Warszawa.
- Partyka J. (2010a) Ruch turystyczny w Polskich Parkach Narodowych. *Folia Turistica*, 22, 9–23.
- Partyka J. (2010b) Udostępnianie turystyczne parków narodowych w Polsce a krajobraz. [W:] Krajobraz a Turystyka. Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego, 14, Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, Sosnowiec, 252–263.
- Pawlusiński R., Mika M., Faracik R. (2008) Plan Rozwoju i zarządzania turystyką w rejonie Babiej Góry. IGiP UJ, Kraków.
- Prędko R. (1998) Ocena stopnia zniszczenia środowiska przyrodniczego wzdłuż szlaków turystycznych Bieszczadzkiego Parku Narodowego. *Przegląd Przyrodniczy*, 9 (1–2), 195–200.
- Prędko R., Winnicki T. (2006) Charakterystyka i zakres zagrożeń w piętrze wysokogórskim Bieszczadzkiego Parku Narodowego. *Roczniki Bieszczadzkie*, 14, 267–283.
- Ptaszycka-Jackowska D. (2007) Turystyka na przyrodniczych obszarach chronionych. [W:] Kurek W. (red.), Turystyka. PWN, Warszawa, 333–339.
- Skawiński P. (1993) Oddziaływanie człowieka na przyrodę kopuły Kasprowego Wierchu oraz Doliny Goryczkowej w Tatrach. [W:] Ochocki W. (red.), Ochrona Tatr w obliczu zagrożeń, Muzeum Tatrzańskie, Zakopane, 197–226.
- Wieniawska B. (2002) Turystyka a ochrona przyrody w Karkonoskim Parku Narodowym. [W:] Partyka J. (red.), Użytkowanie turystyczne parków narodowych. Ojcowski Park Narodowy, Ojców, 259–270.
- Witkowski Z., Adamski P., Mroczka P., Ciapała S. (2010a) Granice ingerencji turystyki i rekreacji na obszarach lądowych parków narodowych i rezerwatów przyrody. [W:] Partyka J. (red.), Granice ingerencji człowieka na obszarach chronionych. Zasady i modele gospodarowania, Materiały konferencji naukowej. Ojcowski Park Narodowy, Ojców, 427–440.
- Witkowski Z., Mroczka A., Adamski P., Bielański M., Kolańska A. (2010b) Nielegalna dyspersja turystów – problem parków narodowych i rezerwatów przyrody w Polsce. *Folia Turistica*, 22, 36–65.
- Zaparucha A. (2012) Tatry nasze rozdeptane. *Geografia w szkole*, 1, 25–34.
- Zaruski M. (1958) Na bezdrożach tatrzańskich. Wycieczki, wrażenia i opisy. SiT, Warszawa.

Źródła internetowe

- Analiza ruchu taternictwa jaskiniowego w Tatrach Zachodnich w latach 1978–1998. http://www.akg.krakow.pl/materiały/ruch_taternicki.html [data dostępu: 13.09.2014].
- Biathlonowy Nordic Walking w Kościelisku. <http://biegowkipodtatrami.pl/biathlonowy-nordic-walking-w-koscielisku>. [data dostępu: 14.09.2014].
- Nordic Walking Park „Diabła Góra”. http://www.diablagora.com.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=60&Itemid=91&lang=pl [data dostępu: 12.09.2014].
- Nordic Walking. <http://www.jakuszyce.info.pl/nordic-walking.php> [data dostępu: 13.09.2014].
- Taternictwo jaskiniowe. Które jaskinie można eksplorować? <http://tpn.pl/pl/pdf/1566> [data dostępu: 12.09.2014].
- Turystyka w parkach narodowych 2008. http://www.parkinardowe.edu.pl/parki_narodowe_w_liczbach/turystyka_w_parkach_narodowych_w_2008_r_.htm. [data dostępu: 14.09.2014].
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody. <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20040920880> [data dostępu: 12.09.2014].
- Zarządzenie Nr 2/2012 Dyrektora Tatrzańskiego Parku Narodowego z dnia 2 stycznia 2012 r. w sprawie uprawiania taternictwa na terenie Tatrzańskiego Parku Narodowego. <http://pza.org.pl/news.acs?id=1154101> [data dostępu: 12.09.2014].