

St. Per.

ISSN 2658-1736

Studia Periegetica

2(42)/2023

Uniwersytet WSB Merito
w Poznaniu

Studia Periegetica
2(42)/2023

Studia Periegetica

2(42)/2023

volume editor
Marek Nowacki



WSB Merito University in Poznań
Poznań 2023

Studia Periegetica

2(42)/2023

redaktor naukowy
Marek Nowacki



Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu
Poznań 2023

Redaktor naczelny czasopisma / Editor-in-chief

Marek Nowacki (WSB Merito University in Poznań, Poland)

Kolegium redakcyjne / Associate Editors

Agata Basińska-Zych (WSB Merito University in Poznań, Poland)

Arnold Bernaciak (WSB Merito University in Poznań, Poland)

Adrian Lubowiecki-Vikuk (SGH Warsaw School of Economics, Poland)

Cecilia Lundberg (Åbo Akademi University, Finland)

Mateusz Rogowski (Adam Mickiewicz University Poznań, Poland)

Justyna Stefańska — sekretarz redakcji / Editorial Secretary, e-mail: justyna.stefanska@poznan.merito.pl

Rada naukowa / International Editorial Advisory Board

Alexander Adamovsky (Ukrainian National Forestry University, Lviv, Ukraine), Bruno Miguel Barbosa de Sousa (Polytechnic Institute of Cávado and Ave, Barcelos, Portugal), Lóránt Dénes Dávid (John von Neumann University, Hungary), Thomas Fletcher (Leeds Beckett University, Great Britain), Grzegorz Golebski (WSB Merito University in Poznań, Poland), Brian King (Texas A&M University, USA), Zygmunt Kruczek (University of Physical Education in Kraków, Poland), Anne-Marie Lebrun (Université de Bourgogne, France), Vanda Maráková (Matej Bel University in Banská Bystrica, Slovakia), Agnieszka Niezgodna (Poznań University of Economics and Business, Poland), Małgorzata Ogonowska (Université de Paris, France), Lina Pilelienė (Vytautas Magnus University, Lithuania), Tatjana Põlajeva (Tallinn University of Technology, Estonia), Miroslava Pridalova (Palacky University, Olomouc, Czech Republic), Christian Myles Rogerson (University of Johannesburg, Republic of South Africa), Jayne Rogerson (University of Johannesburg, Republic of South Africa), Lars Ryden (Uppsala University, Sweden), Desmond Wee (Cologne Business School, Germany), Alina Zajadacz (Adam Mickiewicz University Poznań, Poland)

Czasopismo znajduje się w wykazie czasopism naukowych Ministerstwa Edukacji i Nauki — **40 punktów** (komunikat z 1 grudnia 2021).

Czasopismo indeksowane w bazach: Index Copernicus, BazEkon, PBN, BILGINDEX, Google Scholar, DOAJ, CrossRef, ERIH Plus, EBSCO, CEON.

Czasopismo recenzowane według standardów Ministerstwa Edukacji i Nauki oraz Committee on Publication Ethics (COPE).

Lista recenzentów na stronie www.studia-periegetica.com oraz w ostatnim numerze czasopisma z danego roku.

The journal included in the list of ranked scientific journals published by the Ministry of Education and Science — **40 points** (December, 1st 2021).

The journal indexed in: Index Copernicus, BazEkon, PBN, BILGINDEX, Google Scholar, DOAJ, CrossRef, ERIH Plus, EBSCO, CEON.

The journal reviewed in compliance with the standards set forth by the Ministry of Education and Science and Committee on Publication Ethics (COPE).

A list of referees is available at studia-periegetica.com and published in the last issue of the journal each year.

Procedura recenzowania / Review procedure

<https://studia-periegetica.com/resources/html/cms/FORAUTHORS>

Redaktorzy naukowcy (tematyczni) numeru / The volume's managing editors

Marek Nowacki (WSB University in Poznań, Poland)

Weryfikacja tekstów w języku angielskim / English texts revised by

Grzegorz Grygiel

Redakcja i korekta tekstów w języku polskim / Copyedited by

Paulina Jeske-Choińska, Agnieszka Czapczyk, Lidia Kozłowska

Skład / Typeset by

Teodor Jeske-Choiński / gniazdo.pl

Projekt okładki / Cover design by

Martyna Dawidziak

Wersja pierwotna — publikacja elektroniczna / Source version — electronic publication

© Copyright by Uniwersytet WSB Merito, 2023

ISSN 2658-1736

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu

ul. Powstańców Wielkopolskich 5, 61-895 Poznań

tel. 61 655 33 33

e-mail: wydawnictwo@wsb.poznan.pl

<https://www.studia-periegetica.com>

Spis treści / Contents

Miłosz Jodłowski, Zygmunt Kruczek, Adam R. Szromek, Katarzyna Gmyrek Tourists' Attitudes towards Visitor Management and Restrictions in the National Parks in the Carpathian Mountains	7
Piotr Gryszel, Piotr Zawadzki Cele i formy aktywności marketingowej polskich miast w mediach społecznościowych	31
Ewa Markiewicz Społeczny wymiar zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej na przykładzie cohousingu	51
Karolina Korbiel Selected Aspects of Tourist Activity among People Suffering from Celiac Disease	75
Paweł Bajon Wirtualne doświadczenie turystyczne: droga ku <i>homo viator digitalis</i>	93
Elhaam Abrahams, Hilary Kennedy Nji Bama Heritage Interpretation as a Catalyst for Sustainable Ecotourism in Protected Areas: A Systematic Literature Review.....	119
Dagmara Chylińska Deep Ocean and Caves: the Ultimate Frontiers in Tourism	143
Kamil Pawłowski, Alicja Krzemińska, Anna Zaręba, Anna Dzikowska Zanikający krajobraz wiejskich przykościelnych cmentarzy w powiecie kłodzkim.....	163

MIŁOSZ JODŁOWSKI^a, ZYGMUNT KRUCZEK^b,
ADAM R. SZROMEK^c, KATARZYNA GMYREK^d

Tourists' Attitudes towards Visitor Management and Restrictions in the National Parks in the Carpathian Mountains

Abstract. The purpose of the survey was to determine visitors' knowledge of the regulations, their attitudes towards them as well as the declared degree of compliance. The article offers a comparative analysis of visitor management regulations in four national parks in the Carpathian Mountains (Tatra, Pieniny, Babia Góra, Bieszczady) and reports results of a survey involving 403 tourists who visited the parks in July and August 2021. Restrictions on tourist traffic in the four national parks vary significantly. Tourists' attitudes towards these restrictions were found to be generally positive, and most respondents said they followed all or most of them. However, these results are inconsistent with the reported knowledge of the restrictions: a considerable percentage of the respondents were not familiar with them.

Keywords: national parks, tourism, tourist traffic regulations, attitudes

1. Introduction

The conflict between environmental protection in national parks and enabling tourists to visit them is the direct result of the general definition of areas classified

^a Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Poland, milosz.jodlowski@awf.krakow.pl, <https://orcid.org/0000-0003-3900-8256>

^b Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Poland, zygmunt.kruczek@awf.krakow.pl, <https://orcid.org/0000-0003-3015-2139>

^c Politechnika Śląska, Poland, innowator@o2.pl, <https://orcid.org/0000-0003-4989-9785>

^d Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Poland, katarzyna.gmyrek@awf.krakow.pl, <https://orcid.org/0000-0002-6053-6208>

as national parks (IUCN¹ category II). In addition to environmental protection, the possibility of visiting national parks and using them for different forms of active tourism is one of the main reasons why they are created. At the same time, making national parks available for tourism can pose a threat to the natural environment of national parks (Eagles, McCool and Haynes, 2002; Spenceley et al., 2015).

The problem is particularly relevant in mountain national parks, where the pressure to enable tourists access to these areas is especially strong: mountain areas are exceptionally attractive for various forms of tourism, including hard tourism (e.g. skiing) and soft tourism (forms of active tourism, such as hiking, ski touring, mountain biking). Using various means of enabling access, including all kinds of restrictions, administrators of national parks try to minimise these negative impacts.

Moreover, studies conducted in Alpine countries and in the Tatra Mountains (Muhar et al., 2007; Taczanowska et al., 2019a; Taczanowska et al., 2019b; Salim et al., 2022) indicate that the model of tourism in mountain regions has been changing in recent years, with a growing number of visitors engaging in various forms of active tourism, who are mainly motivated by the pursuit of adventure, experience of nature and physical exertion, not just to learn about new places (Weaver and Lawton, 2017; Niezgoda and Nowacki 2020; Carrascosa-López et al., 2021; Lebrun, Su and Bouchet, 2021). While infrastructural requirements associated with these forms of tourism are relatively small, they can also have a negative impact on the natural environment and measures to mitigate these impacts may require different managements tools from those employed with regard to other forms of tourism (Manning, 2014; Leung et al., 2018; Jodłowski, 2016; Jodłowski, 2020; Oleśniewicz et al., 2020).

The scope of restrictions on access to national parks varies greatly between countries, or even regions within one country, depending on the approach to environmental protection, which is reflected in specific regulations. Visitor management models in the national parks in the Alps were analysed by Pichler-Koban and Jungmeier (2017). In Poland, like in other countries of Central Europe (Slovakia, Czechia), regulations governing access to national parks are much more restrictive than in other European countries (Gawrysiak-Zabłocka, 2020; Jodłowski, 2020). In addition, tourism infrastructure (especially cable transport and ski lifts) in Polish national mountain parks is much more developed than that found in national parks of the Alps, the Pyrenees or the Scandinavian Mountains (Jodłowski, 2020).

The degree to which such regulations are observed by tourists depends on how familiar they are with the rules and to what extent they accept them. The level

¹ The International Union for Conservation of Nature

of acceptance in turn depends on whether tourists understand the purpose of the rules and find them reasonable (Jodłowski, 2020). Information about tourists' knowledge of these regulations and their attitudes to them is therefore an important element of tourist traffic management in protected areas and can be used to plan educational activities and possibly modify existing regulations.

2. Aim

The study described in this article has two research goals. The first one is to compare regulations that govern tourists' access to selected national parks in the Polish Carpathian Mountains. The second goal is to determine tourists' knowledge of general regulations that should be observed in national parks, as well as specific rules regulating access to various forms of tourism in the parks, and to obtain information about tourists' attitudes towards restrictions and the level of compliance.

3. Scope

The study concerns four of the six national parks located in the Polish Carpathian Mountains: one in the Outer Western Carpathians (Babia Góra NP), two in the Inner Western Carpathians (Tatra NP and Pieniny NP), and one (Bieszczady NP) in the Outer Eastern Carpathians (Solon et al., 2018; Richling et al., 2021). The parks offer conditions for various forms of active tourism, such as hiking, skiing, ski touring, climbing and mountain biking, and also horse riding in Bieszczady NP (Jodłowski, 2020). Another characteristic of the parks is the fact that a large percentage of their total area is under strict protection (about 70% in Tatra NP and Bieszczady NP, the highest share of all national parks in Poland (Fig. 1). Consequently, restrictions on tourist traffic in these parks are relatively high.

Babia Góra NP is the only part of the Beskidy Mountains with clear altitudinal zonation; in addition to forest plant communities, other protected habitats include dwarf pine scrub and non-forest communities of the Alpine zone, as well as landslide and periglacial geomorphology (Kondracki, 1991; Jodłowski, 2007a). Bieszczady NP was created to protect natural ecosystems of the primeval Carpathian forest, with numerous populations of large herbivorous and carnivorous mammals, birds of prey, as well as zones of montane meadows with semi-natural communities of high-mountain meadows with Eastern Carpathian plant species (Winnicki and

Zemanek, 2009). Pieniny NP was created in 1932 to protect the unique landscape of limestone formations, not found anywhere else in Poland or in Europe, featuring the Dunajec River Gorge, with semi-natural meadow plant communities and open rock vegetation. It is one of Poland's most biodiverse habitats, boasting 1100 species of vascular plants (Razowski, 2000). Tatra NP includes the Polish part of the Tatras, with the best representation of high mountain landscapes in the Carpathian Mountains (Troll, 1972), characterised by altitudinal zonation, with post-glacial landforms including post-glacial lakes and karst landforms with numerous cave systems. Many species of plants and animals are endemic to the Western Carpathian Mountains, e.g. the Tatra chamois, the Tatra marmot, which are regarded as flagship species (Jodłowski, 2007a; Jodłowski, 2020). Three national parks — Babią Góra, Bieszczady i Tatra — are listed as UNESCO biosphere reserves, and beech forests located in Bieszczady NP were inscribed on UNESCO's World Heritage List in 2021 as part of the "Ancient and Primeval Beech Forests of the Carpathians and Other Regions of Europe".

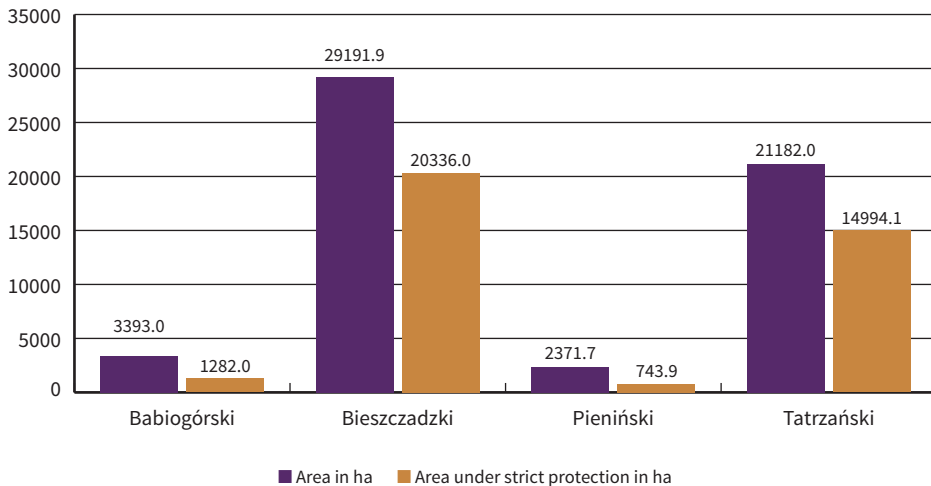


Figure 1: Total land area of the four national parks and the land area under strict protection

Source: Główny Urząd Statystyczny, Statistics Poland (2022)

The four national parks are among the most visited in Poland and can boast well-developed tourism infrastructure (a network of signed tourist trails, accommodation facilities), Although the length of tourist trails in each of the parks varies, the network density per 1 km² is quite similar and ranges from 1.29 in Tatra NP to 1.59 km in Bieszczady NP (Table 1).

Table 1: Tourism in the four national parks (data for 2021).

Park name	Number of visitors in thousands	Tourist trails in km	Tourist trails per 1 km ² of the park	Shelters	Educational trails	Educational events
Babiogórski	142 000	55.0	1.45	1	8	28
Bieszczadzki	891 000	484.0	1.59	1	47	44
Pieniński	1 078 000	35.2	1.48	–	32	8
Tatra	4 789 000	275.0	1.29	8	1303	254

Source: Główny Urząd Statystyczny, Statistics Poland (2022)



Figure 2: Density of tourist traffic in the four parks in the period 2019–2020

Source: Główny Urząd Statystyczny, Statistics Poland (2022)

Thanks to a dense and well-maintained network of tourist trails, visitors can engage in various forms of active tourism and thanks to the well-developed tourism infrastructure the parks attract large numbers of visitors every year: in 2021, they were visited by 6.9 million tourists. Tatra NP and Pieniny NP were the most frequently visited parks. The highest density of tourist traffic was recorded in trails located in Pieniny NP and Bieszczady NP, while the lowest — in Babia Góra NP. The highest number of tourists per 1 km² was recorded in Pieniny NP (over 34 thousand) and Tatra NP (16.5 thousand) (Fig. 2) (Kruczek, 2022). During the pandemic, despite temporary closures, the four parks were visited by record numbers of visitors (more than in 2019) and in 2021 the number of visitors in Tatra NP reached 4.78 million, making it one of the most popular national parks in Europe (Fig. 3) (Kruczek, 2022).

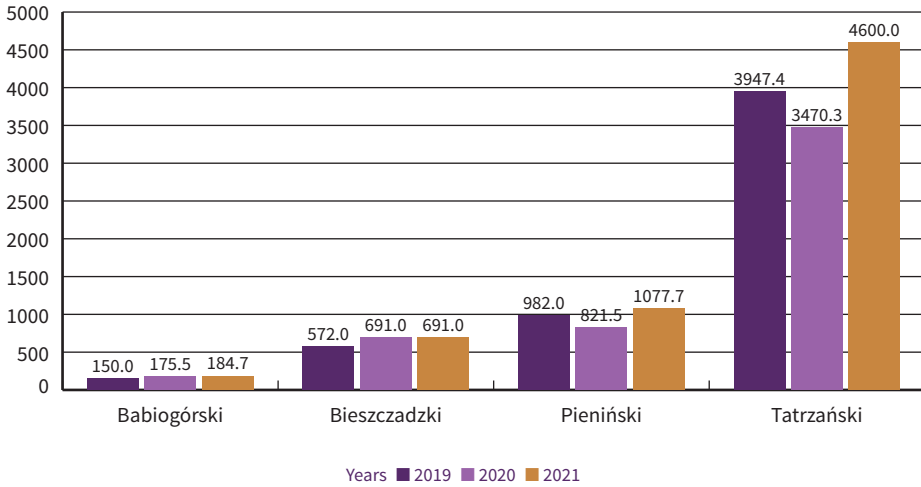


Figure 3: The number of visitors in the four national parks in 2019–2021

Source: Główny Urząd Statystyczny, Statistics Poland (2022)

4. Research method

The comparison of regulations concerning tourist traffic management in national parks is based on the analysis of external documents, including the Act on Nature Conservation, protection plans, protection tasks, ordinances and regulations related to tourism activity issued by park directors (Table 2), as well as materials published on official websites and social media accounts of national parks.

Data about visitors' knowledge of the regulations and declared level of compliance were collected during an online survey conducted via the Profitest platform. Information about the survey was posted in social media (Facebook groups related to tourism) and was sent by email to students of the Faculty of Tourism and Recreation at the University of Physical Education in Krakow. The survey was also conducted among park visitors by providing them with the link or the QR to the questionnaire that could be accessed in a mobile phone.

The sample consisted of 403 tourists who visited one of the four Polish national parks in July and August 2021. 283 respondents completed all parts of the questionnaire². Because responses of other participants who had not completed the whole questionnaire were also taken into account in the analysis, in some cases, the sample size is higher than 283.

² 283 respondents provided answers to questions about general regulations in (Table 3, Figure 4). In the case of specific prohibitions shown in Tables 6–13, the sample size was 235 or 232.

Table 2. Acts and regulations governing tourists' access to national parks

Acts and regulations	the Act of 16 April 2004 on Nature Conservation (Dz. U. 2004, nr 92, poz. 880)
	the Act of 18 August 2011 on mountain safety and rescue and managed ski routes (Dz. U. 2011, nr 208, poz. 1241)
	Regulation of the Council of Ministers of 6 May 1997 on determining safety conditions for people spending time in mountains, swimming, bathing and engaging in water sports (Dz. U. 1997, nr 57, poz. 358)
Protection plans	Regulation of the Minister of the Environment of 1 July 2014 on the establishment of an environmental protection plan for Pieniny National Park (Dz. U. z dnia 31 lipca 2014 r., poz. 1010)
	Regulation of the Minister of the Environment of 22 July 2019 on the establishment of an environmental protection plan for Babia Góra National Park (Dz. U. z dnia 5 września 2019 r., poz. 1699)
	Regulation of the Minister of the Environment of 12 August 2021 on the establishment of an environmental protection plan for Tatra National Park (Dz. U. z dnia 12 sierpnia 2021 r., poz. 1462)
Ordinances issued by directors of national parks	Ordinance 15/2013 issued by the Director of Tatra National Park on 19 April 2013 regarding the obligation to provide supervision of a certified mountain guide in Tatra National Park
	Ordinance 3/2017 issued by the Director of Tatra National Park on 23 February 2017 regarding hiking, biking and skiing in Tatra National Park
	Ordinance 8/2018 issued by Director of Tatra National Park on 15 June 2018 regarding mountaineering and extreme skiing in Tatra National Park
	Ordinance 12/2019 issued by the Director of Babia Góra National Park on 19 March 2019 r. w regarding the rules of visitor traffic in Babia Góra National Park
	Ordinance 4/2021 issued by the Director of Pieniny National Park on 15 March 2021 regarding the introduction of rules for visitors and admission fees charged in Pieniny National Park
	Ordinance 1/2022 issued by the Director of Bieszczady National Park on 3 January 2022, regarding the rules of visitor traffic in Bieszczady National Park
	Ordinance 19/2022 issued by the Director of Babia Góra National Park on 2 September 2022 regarding the rules of visitor traffic in Babia Góra National Park

The survey questionnaire was divided into four parts. The first one was intended to determine visitors' knowledge about regulations in a given park, including specific restrictions regarding tourists' access. The purpose of the second part was to elicit information about tourists' attitudes towards regulations governing tourist activity in national parks. The third part, which is not analysed in this article, included questions about the significance of national parks as natural resources for the society during crisis situations like the COVID-19 pandemic. The last section was designed to collect socio-demographic information about respondents (sex, age, level of education, place of residence), who were also asked to indicate which national parks they had visited in the last three years.

Responses to questions in the first part of the questionnaire were given on a 5-point Likert scale (1 — it definitely is, 2 — it probably is, 3 — I don't know, 4 — it probably isn't, 5 — it definitely isn't). In the analysis of data from the second part, relative frequencies of responses associated with each value or class of values were calculated.

5. Characteristics of respondents

Survey respondents were predominantly female (65.6%) and lived in large cities (49.3%). Most of them were in the age category between 18 and 29 years (48.4%) and with higher education (56.7%).

Table 3: Sample structure by sex, age, level of education and place of residence

Sex	%	Place of residence	%
female	65.6%	rural	27.5%
male	34.4%	urban with a population of up to 50 thousand	23.2%
		urban with a population of over 50 thousand	49.3%
Level of education	%	Age	%
elementary	3.3%	under 18	2.9%
vocational	1.5%	from 18 to 29	48.4%
secondary	38.5%	from 30 to 55	32.0%
higher	56.7%	over 55	16.7%

The most popular national park was Tatra NP visited by 60% of respondents. Pieniny NP and Babia Góra NP were visited by almost half of respondents.

Table 4: Popularity of national parks among the respondents

National park	Number (percentage) of respondents who have visited a given park (n = 403)	Overall popularity of a given park
Babiogórski	150 (37,1)	17,6%
Tatra	245 (60,8)	28,9%
Pieniński	191 (47,5)	22,6%
Bieszczadzki	194 (48,2)	22,9%
Other	66 (16,5)	7,9%
Total	847 responses	100,0%

6. Regulations governing tourists' access to national parks

Article 15 of the Act of 16 April 2004 on Nature Conservation lists prohibitions that exist in national parks. Prohibited activities include catching, killing, frightening animals, collecting eggs and antlers (Art. 15, item 3), collecting or destroying plants and fungi (Art. 15, items 5 and 13), collecting rocks and fossils (Art. 15, items 8), noisy behaviour (Art. 15, item 20). The list also includes all forms of tourist activity (Art. 15, items 15, 17, 21, see Table 5). Access to national parks is granted by virtue of exceptions and derogations from existing prohibitions or, less commonly, by specific provisions made in environmental protection plans. Such plans have been created for Pieniny NP (2014), Babia Góra NP (2019) and Tatra NP (2021). Regulations governing tourists' access to national parks are issued by park directors and apply to all aspects associated with visitor traffic (Pieniny, Babia Góra, Bieszczady) or to specific forms of tourism and activities associated with tourism management (guided tours, training) in Tatra NP. Abridged versions of regulations issued by park directors can be found on official websites of national parks or on information boards located in the parks (Gawrysiak-Zabłocka, 2020; Jodłowski, 2020). Information about rules for park visitors is also published in parks' social media accounts but it is not frequently updated, with the exception of Tatra NP (Jodłowski, 2020).

Regulations regarding various forms of tourism that are in place in different national parks vary when it comes to general policies and specific rules concerning visitor behaviour.

6.1. Hiking

In accordance with the Act on Nature Conservation, walking off designated trails is prohibited in all national parks in Poland (Art. 15, item 15). It should be pointed out that this kind of behaviour is treated much more restrictively in Poland than is the case in national parks in other European countries (except Slovakia and parts of Czechia), where visitors are only encouraged to follow designated trails. As noted earlier, the trail network in the four national parks is relatively dense (Table 1) and enables tourists to reach the majority of summits as well as other attractive destinations. The only exception is Tatra NP (TNP), where relatively many attractive trails are not available for hikers: some of them can be accessed by mountaineers, others can only be used in the presence of a certified mountain guide of 1st or 2nd class.

The majority of national parks have a rule against walking after nightfall, which is not regulated by the Act on Nature Conservation but has been introduced by park directors. Babia Góra NP is the only park that has not introduced this kind of

Table 5: Regulations concerning specific kinds of tourist activity in national parks

	Nature Conservation Act	Babiogórski NP	Tatra NP	Pieniński NP	Bieszczadzki NP
Hiking	walking off designated trails is prohibited	only along designated trails	only along designated trails	only along designated trails	only along designated trails
Walking after nightfall	not regulated	not prohibited	prohibited from dusk to dawn from 1 April to 30 September	prohibited from one hour after nightfall to one hour before dawn	walking only allowed from sunrise to sunset
Camping	camping prohibited except for designated areas	one designated camping site	completely prohibited	completely prohibited	three designated areas
Walking with dogs	walking with dogs is prohibited in areas under strict and active protection (is allowed in landscape protection areas)	completely prohibited, in the regulations according to the Act	prohibited (with the exception of the Chochołowska Valley and "Droga pod Regłami" trail)	completely prohibited	prohibited except for public roads
Obligatory presence of a guide	not regulated	for organised groups	for groups of children and teenagers	for organised groups	for groups of children and teenagers
Skating	skiing off designated trails is prohibited	only along designated trails (in the forest zone + a ridge trail across Diablak), season end – 31 March	only along designated trails (summer trails + ski trails), with so-called winter versions; sufficient snow cover, the end of season is established specifically for a given year	only along designated trails (all are summer trails)	only along designated trails (summer trails + ski trails), with so-called winter versions; sufficient snow cover,
Biking	biking off signed trails is prohibited	only along designated trails (4 trails in the forest zone)	only along designated trails (incl. Dolina Chochołowska, Kalatówki, Dol. Suchejej Wody Gąsienicowej, Droga pod Regłami)	prohibited (except for 3 short sections of public roads)	only along designated trails (mainly along public roads)
Climbing	climbing outside designated places is prohibited	completely prohibited	only in designated places (most rock faces in High Tatras and 3 w Regłowa Tatra Mountains)	completely prohibited	completely prohibited

prohibition in order to enable tourists to climb Babia Góra to watch the sunrise, an activity that has become popular in recent years (Mocior et al., 2013). In the other parks, rules against walking after nightfall are formulated in different ways. In Bieszczady NP walking is only allowed from sunrise to sunset. In Pieniny NP and TNP less precise phrasing is used, involving astronomical terms: dusk (also nightfall) and dusk. In Pieniny NP the prohibition starts one hour after nightfall and lasts until one hour before dawn. In TNP — from dusk to dusk but only in the period from 1 April to 30 September.

Rules about walking with dogs are equally imprecise. According to the Act on Nature Conservation, tourists are not allowed to walk with dogs in areas under strict protection and active protection. The prohibition does not apply to landscape protection areas. There is an exception for shepherd dogs and assistance dogs, including guide dogs for people with disabilities (Art. 15, item 16). Specific rules adopted by the four national parks do not refer to this article, with the exception of Babia Góra NP. In the other three parks walking with dogs is generally also prohibited, with the exception of designated areas in TPN (which do not entirely correspond to the landscape protection area), and public roads in Bieszczady NP.

In accordance with Art. 15, item 23 of the Act, camping is prohibited everywhere in the parks except for places designated by park directors. Camping sites have only been designated in Babia Góra NP and Bieszczady NP. In addition, during the summer, mountain climbers are allowed to camp at Polana Szałasiska in TNP, but the use of this camping site is regulated by the TNP environmental protection plan adopted in 2021, and not by the director's ordinance. It is also worth noting that camping is not defined in regulations and is customarily understood as referring to sleeping in tents.

All the four parks have introduced admission fees; in TNP, fees are charged every time visitors enter the park; in Pieniny NP, tourists are only charged for access to the summits of Sokolica and Trzy Korony in the summer. Until recently, fees in Bieszczady NP and Babia Góra NP were only charged at selected entrances, but nowadays visitors have to buy a ticket online, if it cannot be purchased at the entrance.

In addition, all four parks have introduced the obligation for organised groups to be accompanied by a certified mountain guide, which, until 2012, resulted from the Regulation of the Council of Ministers of 6 May 1997, and nowadays is established by ordinances issued by park directors (Zawistowska, 2011; Wolski, 2015). In Babia Góra NP and Pieniny NP this obligation applies to all organised groups; in Tatra NP and Bieszczady NP — to groups of children and teenagers. In addition to official qualifications, mountain guides need to have a valid licence issued by the relevant park.

6.2. Skiing

Skiing in national parks is prohibited with the exception of areas designated by park directors (Art. 15, item 15). The Act does not specify what forms of activity are prohibited or allowed (managed ski slopes, the use of ski lifts or ski touring / backcountry skiing) (Bielański, 2010). The extent of exceptions granted by each park varies considerably. Ski facilities with appropriate infrastructure can only be found in TNP (and Karkonosze NP, which is not considered in the study). In addition, skiing is allowed along nearly all (except for three) summer trails, with so-called winter versions. Skiing is only allowed when snow cover is sufficiently thick and the end of skiing season is specifically established every year, sometimes separately for the High and Western Tatras. In addition, in the High Tatras, in areas where climbing is allowed, several routes have been designated for extreme skiing, where climbers are also allowed to use skis to ascend and descend.

Rules regarding ski touring / backcountry skiing in Pieniny NP and Bieszczady NP are less complicated. All signed trails, including winter versions, can be used by skiers. When the survey was conducted, ski touring in Babia Góra NP was restricted to three trails in the forest zone; for example, there was no access to the section of the Main Beskid Trail from the Krowiarki pass along the Diablak summit to the Brona Pass, which is particularly attractive for skiers. In addition, to protect the population of the black grouse, skiing was also prohibited after 1 February. However, at the end of 2022, a new regulation was introduced, which extended the skiing season until 31 March and designated additional ski trails, including the one along the ridge to the Diablak summit. Unfortunately for tourists, information about the change did not appear in the park's social media posts until the end of January 2023. For safety reason, in all four parks foot traffic along summer trails has priority over skiers, whereas walking along ski routes is often prohibited.

6.3. Mountain biking

The prohibition against biking in national parks, with the exception of designated routes, is also included in the Act (Art. 15, item 15), but specific rules regarding mountain biking vary depending on the park. Only three very short fragments of public roads have been designated for biking in Pieniny NP; in Bieszczady NP biking is also only allowed along public roads and on a few designated routes, but the total length of these routes is much longer. In Babia Góra NP, there are only a few biking routes located in the forest zone, but it is not possible to ride a bike along the Górny Płaj trail to the shelter in Markowe Szczawiny, which is particularly attractive for bikers. The biggest number of trails can be used by bikers in TNP (e.g. from Brzeziny

to Hala Gąsienicowa, to Kalatówki or along the Chochołowska Valley). To ensure the safety of hikers, bike traffic is not allowed on the road to the Morskie Oko Lake or along the Kościeliska Valley. As in the case of ski touring, hikers walking along summer trails that can be used by bikers have priority.

6.4. Climbing

Mountaineering and rock climbing in national parks is generally prohibited with the exception of places designated by park directors (Art. 15, item 17 of the Act). Such places/areas have only been designated in TNP; they include the majority of rock faces in the High Tatras and three rock faces in the Regłowe Tatras (Jodłowski 2011). In the Western Tatras, which are also very attractive for climbers, climbing is completely prohibited. It is worth noting, however, that cave exploration, known as potholing or spelunking, is allowed in the Western Tatras. Additional rules have been introduced for rock climbers, e.g. with respect to ways of approaching climbing routes or rules regarding the installation of climbing bolts. In other national parks in Poland, rock climbing is only allowed on a few rock faces and inselbergs in the Góry Stołowe NP, in Karkonosze NP and Ojców NP (Jodłowski, 2011). It should be pointed out that, apart from climbing routes in TPN, rock faces that could be used by rock climbers can only be found in the Pieniny Mountains, but they are not as attractive as those in the other parks mentioned above.

7. Survey results

Respondents' knowledge of prohibitions in national parks proved to be quite good. Asked about whether hunting, catching or killing animals is prohibited in national parks, 84.1% of respondents chose the answer "it definitely is". 81.3% of respondents chose the same answer in response to the question about the prohibition against frightening animals. In responses to questions about the prohibition against destroying burrows and nests, destroying plants, making noise and littering — respectively 83%, 83%, 85.9%, 77.7% of respondents were confident about the correct answer. Respondents turned out to be less familiar with prohibitions against collecting antlers and collecting rocks and minerals: only 49.1% and 53.7% confidently chose the correct answer. In both cases, over 15% of respondents selected answers "it definitely isn't" or "it probably isn't". 20.1% and 12.4% respectively answered "I don't know" (Fig. 4). The level of uncertainty was the highest with respect to prohibitions that do not exist in national parks, namely the prohibition against the use of insect

repellents, halogen flashlights and shortwave radios. The share of “I don’t know” and the combined share of “it definitely is” and “it probably is” answers exceeded 20%. The percentage of correct answers in each case was below 50% (Fig. 4).

Respondents’ knowledge of specific regulations that are in effect in each of the parks was much lower. The only question to which the majority of respondents provided correct answers was about that about the prohibition against walking off designated trails (Table 6): in the case of TPN, 72.3% of respondents answered correctly, with 16.6% responding “I don’t know”, whereas the share of correct answers about the respective rules in the other three parks was about 55%, with at least 25% of respondents selecting the “I don’t know” answer (Table 6).

Table 6: Is walking off designated trails and educational paths prohibited in the park? (n = 235)

	BgNP	TNP	PNP	BdNP
YES, it is prohibited in the whole park.	55.7%	72.3%	54.9%	54.9%
YES, but it is only prohibited above the forest zone.	3.8%	2.1%	3.0%	3.8%
YES, it is only prohibited in the summer season (15.06–30.09)	0.4%	3.0%	1.7%	2.6%
YES, it is but one can walk 50 meters of the trail.	2.6%	1.3%	2.6%	3.0%
NO, but one can only walk along trodden paths.	2.1%	0.9%	1.3%	2.1%
NO, one can walk all over the park, also off designated trails.	0.9%	0.4%	1.7%	0.0%
I DON'T KNOW.	26.8%	16.6%	28.1%	25.5%

Table 7: Is skiing / ski touring off designated trails prohibited in the park? (n = 235)

	BgNP	TNP	PNP	BdNP
YES, it is prohibited in the whole park.	11.9%	8.5%	9.8%	7.2%
YES, but it is only prohibited above the forest zone.	1.7%	2.1%	3.4%	2.1%
NO, but it is only allowed in a specified period.	7.2%	9.4%	3.4%	6.0%
NO, provided the snow cover is sufficiently thick.	5.5%	5.1%	3.0%	3.4%
NO, but one can only go ski touring along summer trails.	1.3%	1.7%	1.7%	2.1%
NO, but one can only go ski touring along ski trails.	10.2%	18.3%	8.1%	11.1%
NO, but one can only use trails and move in areas specially designated for skiers.	14.5%	18.3%	12.3%	12.8%
NO, one can ski all over the park, also off designated trails	1.3%	1.3%	2.1%	2.6%
I DON'T KNOW	38.7%	31.5%	49.4%	45.1%

Respondents’ knowledge of rules concerning skiing was very low. Regardless of the park, “I don’t know” was the most frequently selected answer (over 30%, and nearly 50% in Pieniny NP). The second most popular answer was that skiing was allowed along trails and in areas specially designated for skiers (from 12% to 18% of responses). Slightly fewer responders answered correctly that skiing was only

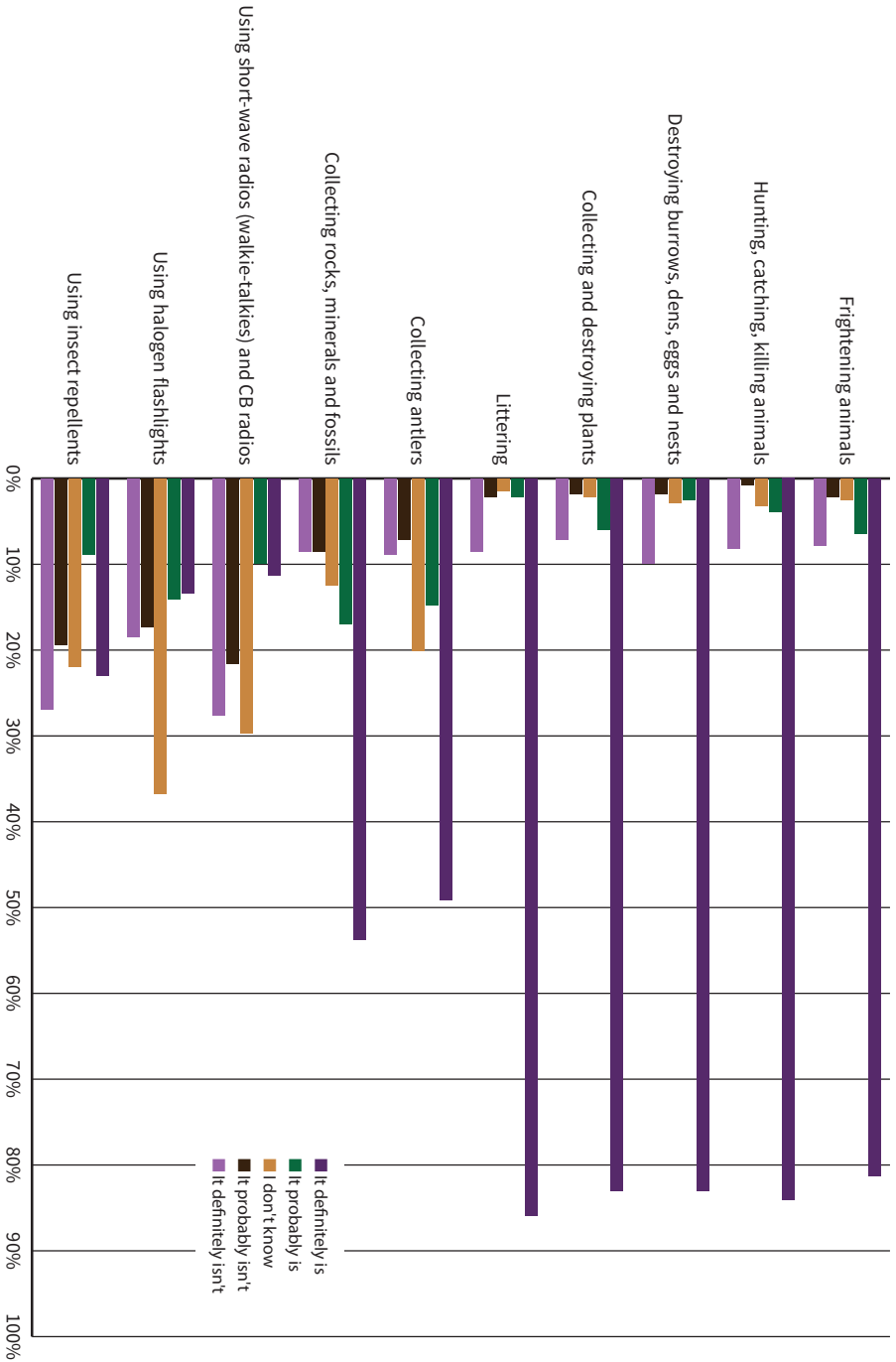


Figure 4: Respondents' knowledge of prohibitions in Polish national parks (n = 283).

allowed along designated ski trails (8–18%). Between 7% and 12% of respondents were convinced that skiing was entirely prohibited in national parks (Table 7).

Answers were somewhat better in response to the question about mountain biking. While the percentage of “I don’t know” answers was still high (30–38%), about a third of respondents (29–34.5%) answered correctly that mountain biking was only allowed along designated trails. 15–23% of respondents were convinced that biking was prohibited in the whole park (except for public roads). It should be noted that this answer is very close to the actual rules that are in effect in Babia Góra NP, Pieniny NP and Bieszczady NP (Table 8).

Table 8: Is mountain biking prohibited in the park? (n = 235)

	BgNP	TNP	PNP	BdNP
YES, it is prohibited in the whole park (except for public roads).	17.0%	23.0%	14.9%	15.3%
YES, but it is only prohibited above the forest zone.	0.9%	0.9%	1.3%	0.0%
NO, but it is only allowed in a specified period.	3.4%	2.6%	2.6%	3.0%
NO, but one can only go biking along summer trails.	2.1%	3.4%	3.8%	3.8%
NO, but one can only use trails designated for bikers.	33.2%	34.5%	29.8%	33.2%
NO, one can go biking all over the park, also off designated trails.	1.7%	1.3%	2.1%	2.1%
I DON'T KNOW.	34.0%	30.2%	37.9%	34.9%

The level of familiarity with the rules concerning climbing was also rather low. As many as 37–48% of respondents answered “I don’t know”, with the exception of TNP, where the percentage of such responses was lower (28%). A considerable share of respondents (19–27%) indicated that climbing was only allowed on designated rock faces, although this answer was correct only in the case of TNP (43.5%). Only about 12% of respondents seemed to know that climbing is completely prohibited in the other three parks, while only 5% of respondents were convinced that the same prohibition applied in TNP (Table 9).

Table 9: Is climbing biking prohibited in the park? (n = 232)

	BgNP	TNP	PNP	BdNP
YES, it is prohibited in the whole park.	12.9%	5.6%	12.5%	12.5%
YES, but it is only prohibited on rock faces and rocks above the forest zone.	1.7%	1.3%	0.4%	0.4%
NO, but it is only allowed in a specified period.	0.4%	2.6%	0.4%	1.3%
NO, but one can only climb designated rock faces and rocks.	27.2%	43.5%	26.3%	19.0%
NO, but one can only climb routes with fixed bolts.	6.0%	7.8%	6.5%	5.6%
NO, one can climb all rock faces and rocks.	6.5%	6.9%	2.6%	3.9%
I DON'T KNOW.	37.1%	28.0%	44.0%	48.3%

The remaining questions concerned prohibitions against walking after nightfall (Table 10), camping (Table 11) and walking with dogs (Table 12). Relatively the biggest number of correct answers was recorded in response to the question about dogs. While the percentage of "I don't know" answers was quite high (20–31%), over a third of respondents answered correctly that walking with dogs is prohibited in Bieszczady NP, Babia Góra NP and Pieniny NP (except for public roads), although the rule is phrased in slightly different terms in the Act. Interestingly, nearly half of all respondents chose this answer in the case of TNP, although there are two trails where walking with dogs is allowed: only 14% of respondents chose the correct answer (Table 12).

Asked whether camping in the park was prohibited, 44% and 25% chose the correct positive answer in the case of Tatra NP and Pieniny NP, respectively. About a third of respondents was aware that camping was allowed in designated places in Bieszczady NP and Babia Góra NP. The share of "I don't know" answers ranged from 22 to 28% (Table 11).

The knowledge of the rules regarding walking after nightfall was also rather poor: "I don't know" answers accounted for 25–35% of all responses in the case of each park. 26.8% answers were correct with respect to Babia Góra NP (no prohibition against walking after nightfall), 23% and 24.7% in the case of Pieniny NP and Bieszczady NP, respectively (walking after nightfall is prohibited throughout the year) and only 17% in the case of TNP (the prohibition only applies in the summer). As many as 31% of respondents thought that walking after nightfall in TNP was prohibited throughout the year (Table 10).

Table 10: Is walking after nightfall allowed in the park? (n = 235)

	BgNP	TNP	PNP	BdNP
Walking after nightfall / before dawn is prohibited throughout the year.	25.1%	31.1%	23.0%	24.7%
Walking after nightfall / before dawn is prohibited, but only in the summer season.	6.4%	17.0%	4.7%	6.0%
Walking after nightfall / before dawn is prohibited, but only in the winter season.	5.1%	6.8%	4.7%	5.1%
Walking in the park is allowed 24 hours a day.	26.8%	15.7%	26.0%	23.8%
I DON'T KNOW.	28.5%	25.5%	34.9%	32.8%

Respondents were not very familiar with the rule concerning the obligation of being accompanied by a mountain guide (17–26% selected "I don't know"). About a quarter of respondents were convinced that there was no such obligation, another quarter thought the presence of a mountain guide was required in the case of organised groups, which is only true for Babia Góra NP and Pieniny NP. In the

other two parks (TNP and BdNP), the obligation applies to groups of children or teenagers, which only 10% indicated correctly (Table 13).

Table 11: Is camping allowed in the park? (n = 235)

	BgNP	TNP	PNP	BdNP
Camping is prohibited in the whole park.	23.4%	44.3%	25.1%	20.9%
Camping is only allowed in designated places.	34.9%	24.7%	35.7%	35.7%
One can camp anywhere in the park, but only for one night.	3.0%	3.0%	2.6%	3.0%
There are no restrictions regarding camping, provided one doesn't leave any traces.	3.4%	2.6%	1.7%	4.3%
I DON'T KNOW.	27.2%	21.7%	27.2%	28.5%

Table 12: Are dogs allowed to enter the park? (n = 235)

	BgNP	TNP	PNP	BdNP
Walking with dogs is prohibited in the whole park, except on public roads.	38.7%	48.5%	35.3%	37.9%
Walking with dogs is allowed but only along summer trails.	3.0%	1.7%	3.8%	2.6%
Walking with dogs is allowed but only along a few specially designated trails.	6.0%	14.0%	6.8%	7.2%
There are no restrictions regarding dogs, provided they have a muzzle on and are on a lead.	16.2%	11.1%	15.7%	15.7%
I DON'T KNOW.	27.7%	20.9%	31.5%	28.9%

Table 13: Is the presence of a mountain guide obligatory in the park? (n = 235)

	BgNP	TNP	PNP	BdNP
YES, visitors can only move about the park under the supervision of a mountain guide.	6.8%	8.1%	6.0%	5.5%
YES, but only above the forest zone.	3.0%	2.6%	1.3%	1.3%
YES, but only when visitors want to walk off designated trails.	2.6%	8.5%	3.4%	2.6%
YES, but only in the case of organised groups.	23.0%	27.2%	22.6%	22.6%
YES, but only in the case of groups of children or teenagers.	10.2%	9.8%	8.9%	9.8%
NO, there is no such obligation.	24.7%	22.6%	26.4%	24.3%
I DON'T KNOW.	21.7%	16.6%	24.7%	26.4%

In the next section of the questionnaire, respondents were asked to indicate how justified they thought the restrictions in national parks were (Table 14). For the majority (62.4%), they were completely justified by the need to protect the natural environment. Nearly every third respondent thought they were partly justified by the need to protect the natural environment, but in some cases should be relaxed. The view that the restrictions were largely or completely not justified by the need to

protect the natural environment and should be relaxed or eliminated was expressed by very few respondents (1.7% and 0.7% respectively).

Table 14: Opinions about visitor restrictions in national parks.

Restrictions on various forms of tourism in national parks are...	%
...completely justified by the need to protect the natural environment.	62.4
...partly justified by the need to protect the natural environment, but in some cases should be relaxed.	32.4
...largely not justified by the need to protect the natural environment and should definitely be relaxed.	1.7
...completely not justified by the need to protect the natural environment; there should be no restrictions on various forms of tourism in national.	0.7
I DON'T KNOW the reasons for these restrictions, I don't have an opinion about them.	2.8

Respondents' attitudes to the restrictions were linked with their declared level of compliance: Yule's Y, known as the coefficient of colligation, a measure of association between two binary variables, and Spearman's rank correlation coefficient were both 0.23 and were statistically significant at $p < 0.01$. 89% of respondents convinced that the restrictions were justified were found to also said they complied with all (58.4%) or most of them (33.9%). These proportions are similar to those observed in the case of opinions about how justified the restrictions are. A third of respondents admitted to breaking some rules from time to time. Despite results indicating that the level of ignorance of visitor restrictions in national parks is relatively high, only less than 5% of all respondents said that they did not know the rules (Table 15).

Table 15: Attitudes to visitor restrictions in national parks.

Attitudes to restrictions on various forms of tourism in national parks	%
I comply with all restrictions.	58.4
I comply with most restrictions but I break some rules from time to time.	33.9
I comply with some restrictions but quite often I break some rules.	2.8
I don't comply with any restrictions.	0.0
It's hard to say because I'm not very familiar with the rules.	4.9

8. Discussion and conclusions

The results of the survey indicate a high level of acceptance of the restrictions on various forms of tourism in national parks. The majority of respondents also declared a high level of compliance with the rules. The knowledge of general restrictions was relatively high. It can be argued that respondents' knowledge of the

prohibition against killing or frightening animals, destroying plants or littering was probably not evidence of their familiarity with specific regulations regarding protected areas but rather resulted from their general knowledge and intuitions — after all, similar prohibitions are also in place in forests or other green areas. This conclusion is also supported by a considerably smaller percentage of correct answers to questions about putative prohibitions that, in fact, do not exist in national parks.

Survey results clearly indicate a high level of ignorance about restrictions on various forms of tourism, which reveal a significant contradiction between declared levels of compliance and the actual knowledge of these restrictions. It is important to note, however, that while the respondents were asked whether they knew specific rules, the question about declared compliance was general and did not refer to specific regulations. Also, no attempt was made to observe tourists' actual behaviour, which often differs from declared behaviour. In other studies involving groups of specialist tourists, in which respondents were asked about their familiarity with specific rules, attitudes to rules and declared compliance, it was found that as many as 50% of skiers in the Gesäuse National Park in Austria (Sterl, Eder and Arnberger, 2010) and about 40% of climbers in TNP (Jodłowski, 2010) admitted to not following the rules either because they did not know them or because they were not convinced the rules were reasonable. In other studies conducted in TNP (Jodłowski et al., 2014) and in PNP (Witkowski et al., 2010) it was found that hiking off designated trails was relatively rare and accounted only for a small percentage of all tourist traffic. The problem actually identified in both parks was dispersed recreation use along trails, i.e. tourist walking a short distance off trails. In TNP, most off-trail traffic is associated with tourists who go climbing in designated areas (Jodłowski, 2007b) and with ski touring (backcountry skiing) undertaken off trails designated for skiers (Bielański, 2010)

Ignorance of specific rules regarding tourism can largely be explained by the fact that existing regulations are rather complicated and restrictions on particular forms of tourism are not always the same in each of the parks analysed in the study. Another aspect worth noting are differences between restrictions in Polish national parks and those that are in place in Slovakian and Czech national parks, which are also very popular with Polish tourists (in the Tatras, in the Low Tatras, the Malá Fatra or in the Karkonosze — Jodłowski, 2020). A relatively high percentage of respondents selected the correct answer to the question about the prohibition against walking off trail, which exists in all national parks in Poland and also in Slovakia and partly in Czechia. In contrast, the level of familiarity with rules regarding other forms of tourism as well as those about hiking (camping, walking after nightfall or walking with dogs), which differ between the parks, was much lower, with a high percentage of incorrect and “I don't know” answers. This can be

treated as evidence that the parks' information policies are inefficient. Of the four parks, only TNP makes good use of modern channels of communication (websites, social media); in the case of the other three parks, forms of communication used and the frequency with which information is updated leave a lot to be desired (Jodłowski, 2020). Given respondents' acceptance of restrictions as measures of protecting the natural environment, efforts should be continued to improve the effectiveness of educational activities, especially by harmonising and simplifying regulations governing tourists' access, at least to mountain national parks.

9. Limitations and directions for further research

The presented results concern only the opinions of the surveyed tourists. The study is mainly limited by the adopted research method and its geographical scope. The survey questionnaire can only be used to collect data about tourists' declared behaviour and opinions and not about their actual behaviour. To determine to what extent conclusions presented in the study are also valid for other national parks and protected area, one would have to conduct similar surveys in other locations.

References

- Bieleński, M. (2010). Ruch Narciarzy Wysokogórskich w Tatrzańskim Parku Narodowym, *Folia Turistica*, 22, 185–205.
- Carrascosa-López, C., Carvache-Franco, M., Mondéjar-Jiménez, J., & Carvache-Franco J. (2021). Understanding Motivations and Segmentation in Ecotourism Destinations. Application to Natural Parks in Spanish Mediterranean Area. *Sustainability*, 13(9), 4802. <https://doi.org/10.3390/su13094802>
- Eagles, P.F., McCool, S.F., & Haynes, C.D. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas. Guidelines for Planning and Management*. Best Practice Protected Area Guidelines Series, 8. IUCN. <https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.2002.PAG.8.en>
- Gawrysiak-Zabłocka, A. (2020). Regulacje prawne dotyczące udostępniania polskich parków narodowych dla celów turystycznych (ze szczególnym uwzględnieniem Tatrzańskiego Parku Narodowego). In P. Dąbrowski (Ed.), *Zaczęło się od Tatr. Historia i współczesność ochrony przyrody w Polsce* (pp. 176–200). COTG.
- Główny Urząd Statystyczny, Statistics Poland (2022). Ochrona środowiska 2022, Environment 2022. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/srodowisko-energia/srodowisko/ochrona-srodowiska-2022,1,23.html>
- Jodłowski, M. (2007a). *Górna granica kosodrzewiny w Tatrach, na Babiej Górze i w Karkonoszach — struktura i dynamika ekotonu*, Wydawnictwo IGIiP UJ.

- Jodłowski, M. (2007b). Monitoring ruchu wspinaczkowego w Tatrzańskim Parku Narodowym w sezonie letnim 2006 r. In J. Pociask-Karteczka, A. Matuszyk, & P. Skawiński (Eds.), *Stan i perspektywy rozwoju turystyki w Tatrach Parku Narodowym* (pp. 131–142). *Studia i Monografie*, 46. Akademia Wychowania Fizycznego im. B. Czecha w Krakowie.
- Jodłowski, M. (2010). Climbers' attitudes toward nature conservation and management in Tatra National Park, Poland. In M. Goossen, B. Elands, & R. van Marwijk (Eds.), *Recreation, tourism and nature in a changing world* (pp. 207–208). Proceedings of the fifth international conference on Monitoring and Management of Visitor flows in recreational and protected areas, May 30–June 3, 2010, Wageningen, The Netherlands.
- Jodłowski, M. (2011). *Zasady dobrej praktyki w zarządzaniu ruchem wspinaczkowym na obszarach chronionych*, Wydawnictwo IGiGP UJ.
- Jodłowski, M., Bielański, M., Balon, J., Wlazło, E., & Turkot, A. (2014). *Monitoring of the off-trail tourism in the Tatra National Park (Poland)*. IGU.
- Jodłowski, M. (2016). Management strategies for outdoor recreation in Central European high-mountain national parks. In D. Vasiljevic (Ed.), *Monitoring and Management of Visitors in Recreational and Protected Areas, 26–29 September 2016, Novi Sad* (pp. 86–88). University of Novi Sad.
- Jodłowski, M. (2020). *Udostępnianie górskich parków narodowych w Europie*. Wydawnictwo IGiGP UJ.
- Kondracki, J. (1991). Typologia i regionalizacja środowiska przyrodniczego. In L. Starkel (Ed.), *Geografia Polski. Środowisko przyrodnicze* (pp. 561–603). Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kruczek, Z. (2022). *Frekwencja w atrakcjach turystycznych w 2021 r.* Polska Organizacja Turystyczna. <https://www.pot.gov.pl/attachments/article/1804/Publikacja%20Frekwencja%20atrakcjach%20turystycznych%20w%202021.pdf>
- Lebrun, A.-M., Su, C.-J., & Bouchet, P.A. (2021). More Sustainable Management of Domestic Tourists in Protected Natural Parks: A New Trend in Sport Tourism after the Covid-19 Pandemic?. *Sustainability*, 13(14), 7750. <https://doi.org/10.3390/su13147750>
- Leung, Y.-F., Spenceley A., Hvenegaard G., & Buckley R. (2018). *Tourism and visitor management in protected areas: Guidelines for sustainability*. Best Practice Protected Area Guidelines Series, 27. IUCN. <https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.2018.PAG.27.en>
- Manning, R.E. (2014). Research to guide management of outdoor recreation and tourism in parks and protected areas, *Koedoe*, 56(2), 1159, <https://doi.org/10.4102/koedoe.v56i2.1159> (2019.05.31).
- Mocior, E., Franczak, P., Hibner, J., Krąż, P., Nowak, A., Rechciński, M., & Tokarczyk, N. (2013). Efemeryczny krajobraz wschodu słońca jako czynnik motywujący turystów do nocnych wejść na Babią Górę. *Problemy Ekologii Krajobrazu. Rekreacja w krajobrazach o wysokim potencjale*, 34, 197–203.
- Muhar, A., Schauppenlehner, T., Brandenburg, C., & Arnberger A. (2007). Alpine summer tourism: the mountaineers' perspective and consequences for tourism strategies in Austria. *Forest, Snow and Landscape Research*, 81(1/2), 7–17.
- Niezgoda, A., & Nowacki, M. (2020). Experiencing nature: physical activity, beauty and tension in Tatras National Park—Analysis of TripAdvisor reviews. *Sustainability*, 12(2), 601, 1–15. <https://doi.org/10.3390/su12020601>
- Oleśniewicz, P., Pytel, S., Markiewicz-Patkowska, J., Szromek, A.R., & Jandová S. (2020). A Model of the Sustainable Management of the Natural Environment in National Parks—A Case Study of National Parks in Poland. *Sustainability*, 12(7), 2704. <https://doi.org/10.3390/su12072704>
- Pichler-Koban, C., & Jungmeier, M. (2017). Alpine parks between yesterday and tomorrow — a conceptual history of Alpine national parks via tourism in charismatic parks in Austria, Germany and Switzerland. *Eco.mont*, 9, 17–29. <https://dx.doi.org/10.1553/eco.mont-9-sis17>
- Razowski, J. (Ed.). (2000). *Flora i fauna Pienin. Monografie Pienińskie. Tom 1.* Pieniński Park Narodowy.
- Richling, A., Solon, J., Macias, A., Balon, J., Borzyszkowski, J., & Kistowski, M. (Eds.). (2021). *Regionalna geografia fizyczna Polski*. Bogucki Wydawnictwo Naukowe.

- Salim, E., Mayer, M., Sacher, P., & Ravel, L. (2022). Visitors' motivations to engage in glacier tourism in the European Alps: comparison of six sites in France, Switzerland, and Austria. *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2044833>
- Solon, J., Borzyszkowski, J., Bidłasik, M., Richling, A., Badora, K., Balon J., Brzezińska-Wójcik, T., Chabudziński, L., Dobrowolski, R., Grzegorzczak, I., Jodłowski, M., Kistowski, M., Kot, R., Krąż, P., Lechnio, J., Macias, A., Majchrowska, A., Malinowska, E., Migoń P., Myga-Piątek, U., Nita, J., Papińska, E., Rodzik, J., Strzyż, M., Terpiłowski, S., & Ziaja W. (2018). Physico-geographical mesoregions of Poland: Verification and adjustment of boundaries on the basis of contemporary spatial data. *Geographia Polonica*, 91(2), 143–170. https://rcin.org.pl/Content/65112/WA51_84317_r2018-t91-no2_G-Polonica-Solon.pdf (2022.03.15)
- Spenceley, A., Kohl, J., Mc Arthur, S., Myles, P., Notarianni, M., Paleczny, D., Pickering, C., & Worboys, G.L. (2015). Visitor Management. In G.L. Worboys, M. Lockwood, A. Kothari, S. Feary, I. Pulsford (Eds.), *Protected Area Governance and Management* (pp. 715–750), ANU Press.
- Sterl, P., Eder, R., & Arnberger, A. (2010). Exploring factors influencing the attitude of ski tourists towards the ski touring management measures of the Gesäuse National Park. *Eco.mont*, 2(1), 31–38.
- Taczanowska, K., González, L-M., García-Massó, X., Zięba, A., Brandenburg, C., Muhar, A., Pellicer-Chenoll, M., & Toca-Herrera, J-L. (2019a). Nature-based Tourism or Mass Tourism in Nature? Segmentation of Mountain Protected Area Visitors Using Self-Organising Maps (SOM). *Sustainability*, 11(5), 1314. <https://doi.org/10.3390/su11051314>
- Taczanowska, K., Bielański, M., Hibner, J., Jodłowski, M., & Zwijacz-Kozica, T. (2019b). Winter Tourism Management and Challenges in the Tatra National Park. In U. Proebstl-Haider, H. Richins, & S. Tuerk (Eds.), *Winter Tourism Management and Challenges* (pp. 245–256). CABI.
- Troll, C. (1972). Geocology and the world-wide differentiation of high-mountain ecosystems. In C. Troll (Ed.), *Geocology of the high-mountain regions of Eurasia, Proceedings of the symposium of the International Geographical Union Commission on High-Altitude Geocology, November, 20–22, 1969 at Mainz* (pp. 1–16). Franz Steiner Verlag.
- Weaver, D.B., & Lawton, L. (2017). A new visitation paradigm for protected areas, *Tourism Management*, 60, 140–146. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.018>
- Winnicki, T., & Zemanek, B. (2009). *Przyroda Bieszczadzkiego Parku Narodowego*, Wydawnictwo Bieszczadzkiego Parku Narodowego.
- Witkowski, Z., Mrocza, A., Adamski, P., Bielański, M., & Kolasińska A. (2010). Nielegalna dyspersja turystów — problem parków narodowych i rezerwatów przyrody w Polsce. *Folia Turistica*, 22, 35–65.
- Wolski, D. (2015). Prawne uwarunkowania turystyki górskiej — czy istnieje potrzeba zmian?. In A. Stasiak, J. Śledzińska, & B. Włodarczyk (Eds.), *Wczoraj, dziś i jutro turystyki aktywnej i specjalistycznej* (pp. 219–234). Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze.
- Zawistowska, H. (2011). Przewodnictwo turystyczne w prawodawstwie unijnym. In M. Szczepańska (Ed.), *Przewodnictwo turystyczne w prawodawstwie polskim i europejskim* (pp. 18–35). Biblioteka Górską Centralnego Ośrodka Turystyki Górskiej PTTK w Krakowie, 16.

Postawy turystów wobec zasad udostępniania parków narodowych w polskich Karpatach

Streszczenie. Celem badań było określenie znajomości przepisów przez turystów, ich stosunku do nich oraz deklarowanego stopnia ich przestrzegania. W artykule dokonano analizy porównawczej zasad udostępniania dla turystyki czterech karpaccich parków narodowych (Tatrzańskiego, Pienińskiego, Babiogórskiego, Bieszczadzkiego) oraz przedstawiono wyniki ankiety przeprowadzonej wśród 403 turystów, którzy odwiedzili parki w lipcu i sierpniu 2021 r. Przepisy regulujące ruch turystyczny w czterech parkach narodowych znacznie się różnią. Nastawienie turystów do obowiązujących ogra-

niczeń było ogólnie pozytywne, a większość respondentów stwierdziła, że przestrzega wszystkich lub większości z nich. Wyniki te są jednak niespójne z deklarowaną znajomością ograniczeń, która była bardzo niska wśród znacznego odsetka respondentów.

Słowa kluczowe: parki narodowe, turystyka, udostępnianie parków, regulacje, postawy



Copyright and license. This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution — NoDerivates 4.0 International (CC BY-ND 4.0) License, <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

PIOTR GRYSZEL^a, PIOTR ZAWADZKI^b

Cele i formy aktywności marketingowej polskich miast w mediach społecznościowych

Streszczenie. Celem niniejszego opracowania jest zbadanie, w jakim celu i w jaki sposób największe polskie miasta korzystają z mediów społecznościowych, oraz określenie roli tych mediów w komunikacji marketingowej. Badanie opiera się na danych zebranych podczas bezpośrednich wywiadów z pracownikami urzędów miast z czterech największych miast Polski (Warszawy, Wrocławia, Gdańska i Krakowa), którzy odpowiadają za zarządzanie oficjalnymi profilami miast w mediach społecznościowych. Dodatkowe informacje o wykorzystaniu głównych mediów społecznościowych pochodzą ze stron internetowych wymienionych ośrodków oraz z raportu Digital 2022 i obejmują dane o liczbie użytkowników śledzących oficjalne profile społecznościowe miast, profile skierowane do turystów oraz profile prezydentów każdego z miast. Zebrane dane wskazują, że rolę mediów społecznościowych jako kanałów komunikacji z mieszkańcami i turystami dostrzegają głównie duże centra, które wykorzystują je, aby utrzymać indywidualny kontakt z użytkownikami. Wyniki badania mogą posłużyć innym miastom w projektowaniu własnych strategii marketingowych w mediach społecznościowych.

Słowa kluczowe: media społecznościowe, Facebook, Instagram, komunikacja marketingowa, miasto

1. Wstęp

Skuteczna komunikacja marketingowa z mieszkańcami, inwestorami i turystami jest jednym z najważniejszych wyzwań dla aktywności miast i regionów. Władze samorządowe coraz chętniej wykorzystują do tego celu atrakcyjne dla odbiorców narzędzia, w tym instrumenty z zakresu technologii informacyjno-telekomunikacyjnej.

^a Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, piotr.gryszel@ue.wroc.pl, <https://orcid.org/0000-0002-5264-3468>

^b Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, piotr.zawadzki@ue.wroc.pl, <https://orcid.org/0000-0002-7673-9675>

cyjnych (ICT). Nowoczesne podejście do komunikacji oraz budowania wizerunku miast zakłada m.in. wykorzystanie mediów społecznościowych, które dają dostęp do rozwiązań umożliwiających realizację założonych celów jednostek samorządu terytorialnego. Skuteczne kreowanie marki, wykorzystanie innowacyjnych technologii oraz budowanie relacji z mieszkańcami i turystami stają się dziś źródłem przewagi rynkowej miast i regionów.

Celem opracowania jest zbadanie zakresu i form aktywności największych polskich miast w mediach społecznościowych oraz identyfikacja ich miejsca i istoty w procesie komunikacji marketingowej. W artykule zaprezentowano teoretyczne zagadnienia dotyczące zjawiska komunikacji marketingowej oraz mediów społecznościowych.

Część empiryczną opracowania stanowi analiza odpowiedzi uzyskanych drogą wywiadu indywidualnego standaryzowanego, przeprowadzonego wśród pracowników reprezentujących następujące jednostki: Biuro Marketingu Miasta w Warszawie, Referat Mediów Miejskich przy Wydziale Komunikacji Społecznej w Krakowie, Biuro Promocji Miasta i Turystyki we Wrocławiu, Referat Prasowy Biura Prezydenta Gdańska. Respondentami były osoby bezpośrednio odpowiedzialne za funkcjonowanie mediów społecznościowych poszczególnych miast, wskazane przez kierowników działów promocji badanych miejscowości jako najbardziej kompetentne do udzielenia odpowiedzi. Poza istotnym znaczeniem administracyjnym i dużą liczebnością mieszkańców Warszawy, Wrocławia, Gdańska oraz Krakowa ważnym czynnikiem ich wyboru było to, że dla rozwoju tych miast kluczowa jest turystyka.

Źródłem informacji były również dane wtórne uzyskane z największych serwisów społecznościowych, tj. Facebooka, Instagrama, YouTube'a, Twittera, LinkedIn oraz TikToka, a także treść raportu Digital 2022, opracowanego przez firmę Hootsuite w lutym 2022 roku. Zamierzeniem przeprowadzonej analizy było zbadanie zakresu aktywności marketingowej wymienionych miast w mediach społecznościowych w 2022 roku.

Wybór badanej problematyki wynika z tego, że do tej pory nie była ona szeroko poruszana w publikacjach naukowych. Pewne wątki nie zostały dotychczas zbadane i w związku z tym powstała luka badawcza. Często można za to spotkać publikacje prezentujące wyniki badań dotyczących miast inteligentnych (*smart city*) i sposobu ich komunikacji za pomocą mediów społecznościowych z mieszkańcami i turystami.

Zmiany technologiczne, które nastąpiły w ostatnich latach, spowodowały, że nowe formy aktywności miast w zakresie komunikacji cechują się wysokim poziomem personalizacji przekazywanych informacji. Coraz częściej medium służącym komunikacji marketingowej miasta stają się zatem media społecznościowe, które

zniosły ograniczenia w postaci przekazu jednokierunkowego, dając możliwość wypowiedzi wszystkim użytkownikom serwisów społecznościowych.

2. Media społecznościowe – definicje i charakterystyka zjawiska

Komunikacja w ramach sieci Web 2.0 zapewnia użytkownikom możliwość permanentnej i asynchronicznej interakcji i integracji. Tak zwani wydawcy (właściciele stron www) coraz częściej przygotowują jedynie serwis, którego podstawą funkcjonowania są użytkownicy dostarczający zawartości (np. tekst, zdjęcia, linki do innych stron internetowych), oraz tworzą społeczność, która zaczyna ze sobą współpracować. Przekształcenie mediów tradycyjnych w media spersonalizowane doprowadziło ostatecznie do powstania mediów prosumenckich, w których odbiorcy decydują o selekcji przekazu, tworzeniu i dzieleniu się informacją (Kachniewska, 2017).

Jedną z najbardziej popularnych obecnie form przekazu nowoczesnych treści marketingowych są media społecznościowe. Stanowią one nieodłączną część codzienności każdego, kto ma dostęp do internetu, który okazał się dobrym miejscem do promowania marek oraz platformą komunikacji, dającą możliwość dostarczania konsumentom więcej informacji o produktach. Internet stał się przestrzenią budowania relacji na wielu poziomach: pomiędzy organizacją a klientem, pomiędzy organizacjami, a także pomiędzy samymi klientami (Matwiejczyk, 2020).

Popularność mediów społecznościowych jako kanału komunikacji marketingowej wynika z wielu determinant, wśród których do najistotniejszych zalicza się dużą liczbę użytkowników oraz rozwój coraz bardziej zaawansowanych mechanizmów wyboru grupy docelowej. Media społecznościowe pozwalają zazwyczaj na kierowanie przekazu reklamowego do konkretnych odbiorców na podstawie dostarczonych przez nich informacji (Stokes, 2013). Dobrze wpisuje się tu aktywność w mediach społecznościowych, w których zacierają się role nadawców i odbiorców informacji i każdy z uczestników tej formy komunikacji może pełnić obydwie funkcje jednocześnie. Przewartościowanie roli nadawców i odbiorców w komunikacji medialnej jest najbardziej wyraźną cechą tych mediów (Niesłony, 2016).

Media społecznościowe *Słownik języka polskiego* określa jako technologie internetowe i mobilne umożliwiające kontakt między użytkownikami poprzez wymianę informacji, opinii i wiedzy (*Słownik języka polskiego*, 2022). Media społecznościowe składają się z różnych platform zorientowanych na użytkowników, które ułatwiają rozpowszechnianie atrakcyjnych treści, tworzenie dialogów i komunikację

z szerszą publicznością. Zasadniczo jest to przestrzeń cyfrowa stworzona przez ludzi i dla ludzi, która zapewnia środowisko sprzyjające interakcjom i nawiązywaniu kontaktów na różnych poziomach (na przykład osobistym, zawodowym, biznesowym, marketingowym, politycznym i społecznym) (Kapoor et al., 2018). W istocie media społecznościowe są zasobami online, zaprojektowanymi w celu ułatwienia interakcji pomiędzy indywidualnymi osobami (Bishop, 2019).

Tym, co odróżnia media społecznościowe od mediów tradycyjnych, jest przede wszystkim zdecydowanie większy zasięg, nieograniczona dostępność i użyteczność dla większości użytkowników, szybkość rozpowszechniania wiadomości oraz możliwość aktualizowania informacji na bieżąco — nawet po jej opublikowaniu. Oto podstawowa charakterystyka mediów społecznościowych (Joshi et al., 2007):

- skala użytkowania jest dowolna,
- komunikat może być edytowany bez końca,
- ludzie sami przekazują sobie komunikaty, które organicznie¹ rozprzestrzeniają się w sieci,
- użytkownicy dobrowolnie udostępniają treści,
- udostępniane treści mogą być odczytywane przez ogół użytkowników.

W literaturze przedmiotu można znaleźć próby klasyfikowania różnych typów mediów społecznościowych. Dominik Kaznowski dokonuje podziału mediów społecznościowych ze względu na funkcję, jaką mogą pełnić, i wyodrębnia następujące kategorie (por. Kaznowski 2010):

1. służące publikacji opinii i poglądów, do których zaliczyć można blogi, wiki i serwisy dziennikarstwa społecznego,
2. służące współdzieleniu zasobów, do których zaliczają się YouTube czy Slideshare,
3. nastawione na współtworzenie lub kooperację, jako przykład można przytoczyć Google Docs oraz gry MMO (Massive Multiplayer Online Games),
4. nastawione na budowanie i podtrzymywanie relacji (Facebook czy LinkedIn),
5. nastawione na komunikację i dyskusję, do których zaliczają się przede wszystkim fora oraz komunikatory internetowe,
6. nastawione na bieżące informowanie i odnoszenie się do aktualności, na przykład mikroblogi, serwisy alertowe oraz serwisy typu *livestream*.

¹ Słowo „organiczny” podpowiada, że mowa tu o działaniach niebędących częścią płatnych kampanii reklamowych.

W modelu opartym na teoriach z zakresu badań medialnych i procesów społecznych Kaplan i Haenlein (Kaplan & Haenlein, 2010) wykorzystali dwa wymiary, a mianowicie:

1. obecność społeczną/bogactwo mediów,
2. autoprezentację.

Dokonano tego w celu podziału mediów społecznościowych na sześć typów: blogi i mikroblogi, wspólne projekty, wirtualne światy społecznościowe, społeczności treści, serwisy społecznościowe i gry wirtualne (Ozturk et al., 2018).

Tabela 1. Klasyfikacja mediów społecznościowych

		Obecność w mediach społecznościowych/bogactwo mediów		
		Niska	Średnia	Wysoka
Autoprezentacja	Wysoka	Blogi	Serwisy społecznościowe (np. Facebook)	Wirtualne światy społecznościowe (np. Second Life)
	Niska	Projekty zbiorowe (np. Wikipedia)	Społeczności treści (np. YouTube)	Wirtualne światy gier (np. World of Warcraft)

Źródło: Ozturk et al. (2018, s. 91).

Jeśli chodzi o obecność w mediach społecznościowych i bogactwo mediów, to w projektach zbiorowych i blogach jest ona niska, ponieważ często oparte są one na tekście i umożliwiają jedynie ograniczoną wymianę informacji. Społeczności treści i serwisy społecznościowe uzyskują ocenę średnią w tym wymiarze, ponieważ użytkownicy poza wiadomościami tekstowymi mogą udostępniać zdjęcia, filmy i inne rodzaje materiałów. Jednak to gry wirtualne oraz światy społecznościowe osiągają wysokie wyniki pod względem obecności społecznej i bogactwa mediów, ponieważ umożliwiają otwarcie różnych wymiarów interakcji „face-to-face”. Serwisy społecznościowe z kolei dają większą możliwość autoprezentacji niż społeczności treści (Ozturk et al., 2018).

Powyższy podział nie jest jednak do końca adekwatny ze względu na zacieranie się granic pomiędzy poszczególnymi typami współczesnych mediów. Wiele z nich operuje na kilku poziomach społecznych interakcji, a co za tym idzie, powinno zaliczać się je do kilku kategorii jednocześnie. Problem z klasyfikacją mediów społecznościowych ma swoje podłoże w tym, że mogą one przyjmować wiele różnorodnych form: od blogowania i wymiany zdjęć, przez publikowanie informacji na portalach społecznościowych, aż po wymianę muzyki i publikowanie materiałów

wideo. W tym celu wykorzystują równocześnie cały zestaw narzędzi i technologii, do których zaliczyć można magazyny, fora internetowe, blogi, mikroblogi i vlogi (blogi w formie wideo), encyklopedie, sieci powiązań, zdjęcia, obrazy, wideo, pliki audio (Szydłowska, 2013).

Zdaniem Szymańskiego i Mróz-Gorgoń klasyfikacja mediów społecznościowych powinna odzwierciedlać również kategorie użytkowników serwisów społecznych. W takim przypadku pierwsza grupa to rozmówcy, którzy korzystają z portali, aby konwersować. Druga grupa to uczniowie — osoby poszukujące wiedzy w internecie, korzystające z takich portali, jak blogi, portale wiki, które z kolei są tworzone przez następną grupę, czyli naukowców. Pozostałe grupy to marketerzy, chętnie komentujący i wyrażający swoje opinie, oraz odwiedzający strony goście, korzystający z mediów społecznościowych raczej sporadycznie. Przyjmując opisane grupy jako determinantę podziału mediów społecznościowych, trudno jest jednak jednoznacznie sklasyfikować niektóre popularne formy, jak blogi czy portale społecznościowe. Przykładowo Facebook agreguje różnorodne funkcjonalności poszczególnych aplikacji i może być wykorzystywany jako chat, forum, a nawet blog czy portal udostępniający zdjęcia lub videocasty (Szymański & Mróz-Gorgoń, 2017).

Wzrost znaczenia mediów społecznościowych wskazuje na konieczność zmian w strategiach promocji miast, gdyż trudno znaleźć inne narzędzie komunikacji z tak ogromnym potencjałem. Określenie celu działań, grupy docelowej i poszczególnych kanałów komunikacji składa się na stworzenie całościowej strategii obecności miasta w mediach społecznościowych. Strategia ta umożliwi ustalenie celów i priorytetów działań oraz jest niezbędna, aby zmierzyć efekty korzystania z danych mediów. Co więcej, zmiany zachodzące w sferze mediów społecznościowych cechuje wysoka dynamika. Nie tylko powstają nowe serwisy, lecz często dokonywane są zmiany w funkcjonowaniu istniejących mediów (Delińska & Kępcowska, 2018).

Unikatowe cechy mediów społecznościowych niosą w konsekwencji konieczność innego spojrzenia na rolę osób odpowiedzialnych za aktywność w poszczególnych serwisach. Można wskazać, że rolą takiego menedżera jest (Mazurek, 2016):

- kreowanie wartościowej, interesującej dla użytkowników treści,
- długofalowe budowanie zaufania do marki poprzez sposób komunikowania owej treści,
- angażowanie użytkowników do dalszego propagowania określonych komunikatów.

Mimo iż media społecznościowe są jednym z głównych obszarów badawczych w naukach społecznych (i nie tylko), a ich krajobraz szybko się zmienia, tylko nie-

wielka część badaczy podjęła wysiłek wypracowania definicji mediów społecznościowych. Chociaż niektóre elementy, na przykład fakt, że social media łączą ludzi, są wspólne, definicje różnią się od siebie. Podobieństwa i różnice pozwalają na podział definicji na dwa główne nurty: opublikowane przed 2010 rokiem i po nim. Przed rokiem 2010 media społecznościowe powszechnie traktowano jako narzędzie łączenia ludzi o wspólnych zainteresowaniach. Później skupiono się na tworzeniu i udostępnianiu treści generowanych przez użytkowników (Aichner et al., 2021).

3. Metoda

W artykule zastosowano metodę wywiadu indywidualnego standaryzowanego przeprowadzonego wśród pracowników reprezentujących następujące jednostki: Biuro Marketingu Miasta w Warszawie, Referat Mediów Miejskich przy Wydziale Komunikacji Społecznej w Krakowie, Biuro Promocji Miasta i Turystyki we Wrocławiu, Referat Prasowy Biura Prezydenta Gdańska. Respondentami były osoby bezpośrednio odpowiedzialne za funkcjonowanie mediów społecznościowych poszczególnych miast, wskazane przez kierowników działów promocji badanych miejscowości jako najbardziej kompetentne do udzielenia odpowiedzi.

Poza istotnym znaczeniem administracyjnym i dużą liczebnością mieszkańców Warszawy, Wrocławia, Gdańska oraz Krakowa ważnym czynnikiem ich wyboru było to, że dla rozwoju tych miast kluczowa jest turystyka. Źródłem informacji były również dane wtórne uzyskane z największych serwisów społecznościowych, tj. Facebooka, Instagrama, YouTube'a, Twittera, LinkedIn oraz TikToka, a także treść raportu Digital 2022, opracowanego przez firmę Hootsuite w lutym 2022 roku. Zamierzeniem przeprowadzonego badania była eksploracja zakresu aktywności marketingowej wymienionych miast w mediach społecznościowych w 2022 roku.

4. Wyniki

4.1. Cele aktywności polskich miast w mediach społecznościowych

Media społecznościowe to złożone narzędzie komunikacji marketingowej umożliwiające realizację zróżnicowanych celów, jak również rozpoznanie aktualnych tendencji rynkowych. Pomimo szerokiej definicji mediów społecznościowych i istnienia wielu ich rozmaitych form, najczęściej utożsamiane są z tzw. serwisami

społecznościowymi (*social network*). Serwisy te obejmują kompozycję różnych rozwiązań i w związku z tym trudno jest je kategoryzować w systematyczny sposób, zwłaszcza biorąc pod uwagę, że stale pojawiają się nowe portale społecznościowe. Niewątpliwie podstawową cechą mediów społecznościowych, niezależnie od charakterystyki poszczególnych serwisów, jest bezpośredni kontakt z odbiorcami oraz szybkość przekazu informacji, która może mieć cechy multimedialne (obraz, wideo, dźwięk).

Elementem, który zdecydowanie wpływa na formy i cele aktywności miast w mediach społecznościowych, jest duża aktywność Polaków w internecie i mediach społecznościowych. Obecnie liczba użytkowników światowej sieci w stosunku do całej populacji wynosi 87% polskiego społeczeństwa bez względu na wiek. Znacząco zwiększyła się również grupa użytkowników mediów społecznościowych — w ciągu roku zanotowano wzrost z 68,5% populacji na 72% (odsetek ten wśród osób powyżej 13. roku życia wynosi 83%). Przekładając to na liczby, obecnie media społecznościowe są używane przez 27 milionów Polaków, a w ciągu ostatniego roku portalom społecznościowym przybyło 1,3 mln użytkowników. Czas poświęcony na korzystanie z internetu sięga już 6 godzin i 39 minut w ciągu doby, z czego na platformach społecznościowych przeciętny Polak spędza jedną godzinę i 49 minut (Digital 2022, 2022).

Media społecznościowe stworzyły atrakcyjne warunki do prezentowania treści, które są interaktywne, spersonalizowane i dopasowane do aktywności ich użytkowników. Wykorzystanie serwisów społecznościowych wymusiło zmianę podejścia władz miast do ich aktywności w tej przestrzeni. Zmiana ta jest wynikiem między innymi liczby użytkowników poszczególnych platform oraz systematycznego unowocześniania ich oferty. Od lat do grupy najpopularniejszych mediów społecznościowych w Polsce (podobnie jak na świecie) należą platformy, których właścicielem jest firma Meta, tj. Facebook oraz Instagram, a także komunikatory Messenger i WhatsApp (tab. 2).

Media społecznościowe stanowią obecnie jeden z głównych obszarów wykorzystania technologii informacyjnych i komunikacyjnych w relacjach między miastami a mieszkańcami i turystami. Stają się one kluczowym instrumentem w zakresie komunikacji, interakcji z mieszkańcami i turystami, pozyskiwania informacji, kreowania pozytywnego wizerunku, a także główną przestrzenią, w której użytkownicy dzielą się swoimi opiniami i ocenami.

Przeprowadzone we wrześniu 2022 roku badanie pierwotne w formie wywiadów indywidualnych z pracownikami jednostek urzędów miast odpowiedzialnymi za funkcjonowanie mediów społecznościowych pozwoliło na określenie celów aktywności polskich miast w mediach społecznościowych. Realizowane cele miast w social mediach można podzielić na kilka grup, z których duża część odnosi się

do kształtowania odpowiednich relacji z mieszkańcami i turystami, budowania wizerunku danej jednostki terytorialnej oraz zdobycia zaangażowania użytkowników internetu.

Tabela 2. Najpopularniejsze media społecznościowe w Polsce w 2022 roku

Platforma społecznościowa	Odsetek użytkowników*
Facebook	88,1%
Messenger	79,8%
Instagram	59,6%
WhatsApp	49,8%
TikTok	34,1%
Twitter	26,2%
Snapchat	25,2%
Pinterest	24,5%
LinkedIn	16,8%

* Odsetek użytkowników w wieku 16–64 lat korzystających z danej platformy społecznościowej.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportu Digital 2022.

Podstawowym celem wskazywanym w przeprowadzonym badaniu przez wszystkich jego uczestników jest informowanie mieszkańców. Przekazywane mieszkańcom przez serwisy społecznościowe informacje dotyczą najczęściej realizowanych lub planowanych inwestycji, a także sytuacji kryzysowych (zdarzeń nagłych). W tej sytuacji podkreśla się zasięg mediów społecznościowych, szybkość dotarcia informacji do wybranej grupy docelowej, a przede wszystkim możliwość bezpośredniej komunikacji z mieszkańcami. Ta cecha mediów społecznościowych jest podkreślana przez większość badanych osób zajmujących się kontaktem z mieszkańcami poprzez media społecznościowe.

Istotnym elementem wpływającym na charakter przekazywanej informacji jest grupa docelowa, na której skupia się aktywność miasta w mediach społecznościowych. Działania w tej sferze skierowane są głównie do mieszkańców — jednak, co podkreślają uczestnicy badania, istotną grupą odbiorców są również turyści. Komunikacja z turystami stanowi ważny cel działań realizowanych przez poszczególne miasta.

Kolejny cel wskazywany przez uczestników badania to budowanie relacji z mieszkańcami i turystami. Charakter podejmowanej aktywności w tym zakresie ukierunkowany jest głównie na kształtowanie pozytywnego wizerunku danej miejscowości. Należy zaznaczyć, że działania te z jednej strony mają zachęcić turystów do odwiedzenia miasta i jego atrakcji turystycznych, a z drugiej wpływają na poziom identyfikacji mieszkańców z daną miejscowością.

Istotną grupę celów wskazanych przez uczestników badania stanowią te odnoszące się do edukacji mieszkańców. Portale prowadzone przez miasta systematycznie ewoluują i ich rola również ulega stopniowym zmianom. Osoby uczestniczące w badaniu wskazują dużą aktywność w mediach społecznościowych swoich miast w zakresie prowadzenia kampanii edukacyjnych oraz społecznych, np. tych związanych z segregacją śmieci czy antyprzemocowych.

Aspektem podkreślanym przez uczestników badania jest to, że prezentowane informacje są zgodne z oczekiwaniami mieszkańców. W trakcie badania wskazywano, że publikowana informacja powinna mieć charakter poważny i należy unikać przekazów o charakterze lekkim czy nawet żartobliwym.

Przeprowadzone badanie, poza wskazaniem celów aktywności największych polskich miast w mediach społecznościowych, pozwoliło również na określenie korzyści oraz zagrożeń/barier wynikających z funkcjonowania miast w sferze mediów społecznościowych. Zdaniem uczestników badania wśród korzyści wynikających z aktywności miast w social mediach należy wskazać:

- prosty i bezpośredni kontakt z mieszkańcami, dla których media społecznościowe stanowią często główne źródło informacji,
- budowanie zaangażowanej grupy odbiorców, np. poprzez moderowanie dyskusji,
- dzielenie się informacjami, które stanowią odpowiedź na zapotrzebowanie odbiorców,
- skrócony dystans w komunikacji pomiędzy mieszkańcami a władzami miast,
- dostrzeganie potrzeb każdego mieszkańca,
- kreowanie marki miasta, a poprzez to budowanie zaufania do niego,
- poruszanie ważnych problemów w przestrzeni, w której mieszkańcy oraz turyści komunikują się na co dzień,
- zebranie informacji w jednym miejscu,
- zachęcanie do określonych zachowań mieszkańców i turystów poprzez akcje edukacyjne i społeczne.

Aktywność miast w mediach społecznościowych niesie ze sobą zagrożenia, wśród których za najistotniejsze uznano:

- przeładowanie informacyjne — zbyt duża ilość informacji w social mediach,
- przepisy prawne, np. RODO i związane z tym ograniczone zaufanie użytkowników do poszczególnych serwisów,
- publikowanie przez użytkowników sieci tzw. fake newsy, których celem jest dezinformacja odbiorców informacji,

- funkcjonowanie w przestrzeni internetowej fikcyjnych kont, które wprowadzają w błąd mieszkańców i turystów,
- kontestacja działań miasta przez niektóre grupy mieszkańców/społeczności, przejawiająca się m.in. w negatywnych komentarzach.

Aktywność miast i regionów w mediach społecznościowych wydaje się korzystna zarówno ze względów marketingowych (np. kreowanie wizerunku), jak i komercyjnych (zdobywanie nowych grup odbiorców produktu miasta). W kontekście badanej problematyki należy zaznaczyć, że do głównych zalet serwisów społecznościowych zalicza się bezpośrednią komunikację oraz kształtowanie odpowiednich relacji z mieszkańcami i turystami, budowanie wizerunku danej jednostki terytorialnej w sieci oraz zdobywanie zaangażowania innych użytkowników sieci.

4.2. Formy aktywności polskich miast w mediach społecznościowych

Przedstawiony w tab. 2. wysoki odsetek użytkowników Facebooka oraz Instagrama w Polsce ukierunkował formy aktywności największych miast w mediach społecznościowych. Działania badanych miejscowości skupiają się głównie na tych dwóch platformach, co widać w liczbie osób obserwujących ich profile, która sięga ponad 350 tys. użytkowników Facebooka w przypadku Krakowa czy 160 tys. użytkowników Instagrama w przypadku Wrocławia. Liczba osób obserwujących lub subskrybentów oficjalnych profili miast w pozostałych serwisach nie jest już tak duża i odbiega znacząco od tych wielkości, a w przypadku serwisu LinkedIn, TikTok czy Pinterest (prowadzony jedynie przez Gdańsk) rzadko sięga 1000 użytkowników (tab. 3).

Tabela 3. Liczba obserwujących w tys. (grudzień 2022)

	Wrocław [Wroclove]	Miasto Stołeczne Warszawa	Miasto Gdańsk	Kraków PL
Facebook	339,0	314,0	271,0	356,0
Instagram	163,0	117,0	133,0	61,6
Twitter	94,2	313,1	27,0	36,8
YouTube	13,8	26,6	10,1	18,1
TikTok	0,6	0,7	27,7	–
LinkedIn	0,7	–	0,4	0,2
Pinterest	–	–	1,9	–

Źródło: Opracowanie własne.

Zróznicowana jest jednak aktywność poszczególnych miast na Facebooku w zakresie publikowania postów. Podstawową zasadą, którą zachowują osoby prowadzące oficjalne profile społecznościowe, jest aktualność publikowanych informacji (tab. 4).

Tabela 4. Liczba postów publikowanych dziennie na Facebooku

Miasto	Liczba postów publikowanych dziennie	Uwagi
Warszawa	5 postów o stałych porach	W razie potrzeby komunikacja w czasie rzeczywistym
Wrocław	–	Komunikacja w czasie rzeczywistym, liczy się jakość, a nie liczba publikowanych postów
Gdańsk	3 posty o stałych porach	W razie potrzeby komunikacja w czasie rzeczywistym
Kraków	ok. 10–12 postów	–

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania.

Strategie realizowane w zakresie publikowania postów znacząco różnią się pomiędzy poszczególnymi badanymi miastami. Jedynie w przypadku Gdańska i Warszawy widać podobieństwo co do przyjętych zasad publikowania postów (stała liczba postów o ustalonych porach uzupełniona o komunikację w razie potrzeby w czasie rzeczywistym). Zupełnie inne podejście w tym zakresie mają Wrocław oraz Kraków — od strategii wychodzącej z założenia, że liczy się jakość, a nie liczba publikowanych postów, do strategii publikowania dużej liczby postów dziennie.

Wzmocniona aktywność miast w serwisach Facebook oraz Instagram nie powinna dziwić, ponieważ wynika ona również z faktu, że obie platformy społecznościowe są najczęściej wskazywane jako serwisy pierwszego wyboru. W przypadku Facebooka odsetek użytkowników, którzy wskazują ten serwis jako pierwszy, wynosi niemal 37% (tab. 5). Warto zauważyć, że wśród mediów społecznościowych wskazanych przez ich użytkowników jako media pierwszego wyboru występują również komunikatory internetowe Messenger oraz WhatsApp.

Tabela 5. Media społecznościowe pierwszego wyboru w Polsce w 2022 roku

Platforma społecznościowa	Odsetek użytkowników*
Facebook	36,9%
Messenger	14,7%
Instagram	13,0%
WhatsApp	6,8%
TikTok	4,2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie raportu Digital 2022.

Nową formą aktywności miast w mediach społecznościowych jest przygotowanie profili, których treści kierowane są bezpośrednio do turystów. Wśród badanych miast jedynie Kraków nie posiada takiego profilu. Ukierunkowanie profilu na grupę odbiorców, jakimi są turyści, wpływa na nazewnictwo, które najczęściej jest anglojęzyczne, np. „Visit” lub „Go 2”.

Popularność profili skierowanych do turystów, określana liczbą osób obserwujących, jest zdecydowanie mniejsza od oficjalnych profili badanych miejscowości. Jedynie serwis „Go to Warsaw” na Facebooku przekracza liczbę 100 tys. osób obserwujących. Należy jednak zaznaczyć, że duża część z nich, szczególnie na platformach YouTube, Twitter oraz TikTok, budowana jest praktycznie od podstaw i funkcjonuje w sieci zdecydowanie krócej, co znacząco wpływa na ich popularność (tab. 6).

Tabela 6. Liczba obserwujących profile skierowane do turystów (w tys.; grudzień 2022)

	Visit Wrocław	Go 2 Warsaw	Visit Gdańsk
Facebook	57,8	169,5	23,0
Instagram	6,5	88,3	11,9
Twitter	-	15,6	1,5
YouTube	3,1	1,6	2,1
TikTok	-	0,5	0,2

Źródło: Opracowanie własne.

Elementem, który odróżnia te profile od profili głównych badanych miejscowości, poza treścią i zawartością, jest język używany w komunikacji z odbiorcami. Najczęściej wykorzystywany jest język angielski z uwagi na jego globalną popularność. Dodatkowo w przypadku Wrocławia ze względu na bliskość granic używa się również języka niemieckiego oraz czeskiego. Z powodu konfliktu wojennego na Ukrainie zrezygnowano z postów w języku rosyjskim, których odbiorcy stanowili wcześniej znaczącą liczbę turystów w polskich miastach. W komunikacji na profilach turystycznych, a także oficjalnych profilach miejskich, zaczęto natomiast używać języka ukraińskiego. Szczególnie ważne było jego użycie na początku 2022 roku, kiedy liczba uchodźców z Ukrainy sięgała w Polsce prawie 3 mln osób.

Badając aktywność największych polskich ośrodków w mediach społecznościowych, nie można pominąć działań, które podejmują władze miasta, a szczególnie ich prezydenci, w serwisach społecznościowych. Znacząca aktywność władz miejskich na poszczególnych platformach wydaje się dziś koniecznością. Poza celami strictly wizerunkowymi prezydenci miast mogą poprzez media społecznościowe w sposób bezpośredni kontaktować się z mieszkańcami. Dzięki temu osoby zamieszkujące dane miejscowości, a w wybranych przypadkach również turyści odnoszą wrażenie, że decydenci są na wyciągnięcie ręki.

Przyglądając się liczbie osób obserwujących profile społecznościowe prezydentów największych polskich miast, można dostrzec duże dysproporcje w zakresie ich aktywności. Największą liczbę obserwujących posiada prezydent miasta Warszawy Rafał Trzaskowski. Wynika to jednak z tego, że był on jednym z kandydatów w ostatnich wyborach prezydenckich. Dużą aktywnością w mediach społecznościowych charakteryzuje się również prezydent Wrocławia Jacek Sutryk, który korzysta z szerokiego spektrum narzędzi, łącznie z serwisem TikTok. Najmniej aktywny wśród prezydentów badanych miast jest prezydent Krakowa, który korzysta jedynie z serwisu Facebook (tab. 7).

Tabela 7. Liczba obserwujących oficjalne profile prezydentów miast (w tys.; grudzień 2022)

	Jacek Sutryk Prezydent Wrocławia	Rafał Trzaskowski Prezydent Warszawy	Aleksandra Dulcikiewicz Prezydent Gdańska	Jacek Majchrowski Prezydent Krakowa
Facebook	161,0	747,0	142,0	31,9
Instagram	54,6	381,0	78,3	–
Twitter	22,2	763,5	67,7	–
YouTube	2,1	1,9	–	–
TikTok	18,8	–	–	–

Źródło: Opracowanie własne.

Można stwierdzić, że prezydenci badanych miast odgrywają rolę influencerów. Na wiarygodność ich przekazu wpływa z jednej strony duża popularność, a z drugiej wiedza i profesjonalizm. Można przypuszczać, że aktywność w mediach społecznościowych władz miasta, podobnie jak oficjalnych profili miejskich, będzie wzrastać i w związku z tym zwiększać się będzie zakres stosowanych narzędzi komunikacji.

Przeprowadzone badanie pozwoliło również na ocenę znaczenia wykorzystania mediów społecznościowych w stosunku do innych mediów używanych do komunikacji przez władze miast. We wszystkich czterech badanych miastach badani stwierdzili, że media społecznościowe mają największe znaczenie.

Wszystkie osoby uczestniczące w badaniu określiły, że serwisy społecznościowe w procesie komunikacji marketingowej z mieszkańcami i turystami są bardzo istotne. Można zatem stwierdzić, że duża część działań w ramach strategii komunikacji opiera się na aktywności jednostek samorządu terytorialnego w mediach społecznościowych.

Uczestnicy badania dokonali również oceny poziomu istotności poszczególnych serwisów społecznościowych w skali pięciostopniowej (gdzie 1 — nieistotne, 2 — mało istotne, 3 — brak zdania, 4 — istotne, 5 — bardzo istotne). Najwyżej pod względem poziomu istotności oceniony został Facebook — wszyscy uczestnicy

ocenili tę platformę na 5. Wśród pozostałych serwisów wysokie oceny otrzymały również Instagram (4,35), YouTube (4,35) oraz TikTok (4,33). Najniżej oceniono znaczenie platform Twitter oraz LinkedIn (tab. 8).

Przedstawione poniżej wyniki stanowią odzwierciedlenie aktywności miast w mediach społecznościowych, która w każdym z badanych miast skupia się przede wszystkim na serwisach Facebook oraz Instagram. Dostrzega się również znaczenie serwisu o najwyższej dynamice przyrostu użytkowników w ostatnich latach, tj. TikTok, który umożliwia dotarcie do szerszego grona odbiorców przekazu informacyjnego.

Tabela 8. Ocena znaczenia poszczególnych serwisów społecznościowych (skala 1–5)

	Wrocław	Warszawa	Gdańsk	Kraków	Średnia ocena
Facebook	5	5	5	5	5,00
Instagram	5	5	4	3	4,35
YouTube	4	5	4	4	4,35
TikTok	4	5	4	–	4,33
Twitter	4	5	3	3	3,75
LinkedIn	4	5	–	2	3,66

Źródło: Opracowanie własne.

Istotnym aspektem podkreślanym przez uczestników badania jest kwestia prowadzenia własnych stron www. Zdaniem części badanych osób ich rola pomimo rozwoju mediów społecznościowych nie uległa zmianie w ostatnim czasie, a prowadzenie aktywności w ramach własnej strony internetowej miasta jest nadal pożądane przez dużą część mieszkańców i turystów. W opinii uczestników badania nie jest obecnie możliwa całkowita rezygnacja z aktywności w tym zakresie i skoncentrowanie się jedynie na mediach społecznościowych. Co więcej, działania na obu platformach powinny być ze sobą zintegrowane, a przykładem może być miasto Kraków i strona www.krakow.pl.

Wybór formy przekazu oraz rodzaju wykorzystywanego serwisu społecznościowego determinowany jest w dużej mierze przez założone cele. Przy realizacji celów związanych z przekazem informacji mieszkańcom i turystom wykorzystuje się — przede wszystkim ze względu na zasięg oraz charakter publikowanych postów — platformę Facebook, jak również opierający swój kontent na tekście serwis Twitter. Natomiast Instagram, podobnie jak TikTok, spełniają zdecydowanie częściej funkcje wizerunkowe, gdyż przekaz w tych serwisach opiera się w dużej mierze na obrazie (zdjęciach) lub materiałach wideo.

Rozwój ITC spowodował również rozwój nowych form komunikacji marketingowej miast, które korzystają z doświadczeń i rozwiązań stosowanych w poszcze-

gólnych serwisach społecznościowych. Wśród najbardziej atrakcyjnych aktywności badanych miast w tym zakresie należy wskazać:

- Wykorzystanie w ramach prowadzonej komunikacji efektu synergii poprzez przygotowanie i prowadzenie profili instytucji miejskich (np. instytucji kultury) lub, jak w przypadku Warszawy, profili poszczególnych dzielnic miasta.
- Wykorzystanie do komunikacji bezpośredniej z mieszkańcami i turystami aplikacji Messenger. Zastosowanie tego rozwiązania może przybierać różne formy. Wrocław od 2018 roku wykorzystuje do komunikacji z turystami w ramach fanpage'u visitWroclaw niezwykle użyteczne narzędzie w postaci Chatbot Messenger. Dzięki temu rozwiązaniu turyści mają całodobowy dostęp do informacji, gdyż na ich pytania dotyczące problemów poruszania się po mieście czy dostępności określonych atrakcji turystycznych natychmiastowo odpowiada system. Aplikacja umożliwia komunikację w dwóch językach (polskim i angielskim), udziela odpowiedzi na kilkaset pytań. Pozostałe miasta stosują tradycyjne rozwiązanie, tzn. na ewentualne pytania mieszkańców lub turystów kierowane za pomocą komunikatora Messenger odpowiada pracownik Urzędu Miasta.
- Użycie w ramach profilu Visit Gdansk serwisu Spotify stanowiącego platformę streamingową oferującą dostęp do muzyki oraz podcastów. Gdańsk w ramach swojego profilu prezentuje legendy odnoszące się do historii powstania i rozwoju miasta, a także ciekawostki związane z wybranymi obiektami miejskimi.
- hasztagi (#) nawiązujące do nazw akcji kampanii edukacyjnych lub społecznych, a także nazw instytucji realizujących określone przedsięwzięcia. #wroclove używany na Instagramie pojawił się do tej pory w ok. 2,3 mln postów.

Media społecznościowe stały się nieodzownym elementem aktywności marketingowej miast. Zakres narzędzi, które oferują poszczególne serwisy, umożliwia skuteczną i efektywną komunikację zarówno z mieszkańcami, jak i z turystami.

5. Dyskusja i wnioski

Wyniki przedstawionych w opracowaniu badań ukazują, że aktywność miast w zakresie wykorzystania mediów społecznościowych ma istotne znaczenie w procesie komunikacji marketingowej władz lokalnych i pozwala na wyciągnięcie następujących wniosków:

- podstawowym celem aktywności miast w mediach społecznościowych jest kontakt z mieszkańcami i bezpośrednio przekazywanie im wiarygodnej informacji,
- istotnymi celami realizowanymi za pośrednictwem mediów społecznościowych jest komunikacja z turystami, kreowanie wizerunku miasta oraz edukacja mieszkańców,
- dla większości badanych miast media społecznościowe stanowią narzędzie komunikacji równie istotne jak dotychczas wykorzystywane media tradycyjne,
- największe polskie miasta koncentrują się na aktywności w mediach społecznościowych w serwisach Facebook oraz Instagram,
- największe miasta w Polsce prowadzą zintegrowaną politykę w zakresie wykorzystania mediów społecznościowych jako kanału komunikacji marketingowej, np. używając jednolitego oznaczenia oficjalnych profili czy hasła promocyjnego,
- specyfika mediów społecznościowych sprawia, że miasta docierają do poszczególnych grup docelowych za pomocą różnych form i narzędzi, przygotowując odrębne profile dla różnych grup odbiorców (mieszkańców i turystów).

Zachodzące zmiany w formach komunikacji marketingowej i wykorzystywanie w niej nowoczesnych technologii powoduje, że władze największych polskich miast widzą konieczność ewaluacji i rozwoju swoich serwisów społecznościowych również ze względu na wzrastającą aktywność promocyjną i rozwój innych regionów, zwłaszcza regionów turystycznych.

Skuteczne wykorzystanie mediów społecznościowych przez miasta niesie ze sobą również zagrożenia związane ze zwiększającymi się nakładami finansowymi wynikającymi z chęci zdobycia dużego zasięgu i zaangażowania użytkowników, a także z przeładowaniem informacyjnym wynikającym z dużej ilości informacji kreowanej w otaczających nas mediach. Coraz częstszym problemem staje się również tzw. bańka informacyjna, w której przez zastosowanie algorytmów każdy z użytkowników danego serwisu społecznościowego jest „zamykany” w sieci, co utrudnia pozyskanie informacji spoza kręgu zainteresowań danego internauty.

Wyniki przeprowadzonego badania korespondują z wynikami uzyskanymi przez Delińską i Kęprowską (2018, s. 66–72). Można zauważyć, że większość miast posiada strategię marketingową związaną z obecnością ośrodka miejskiego w mediach społecznościowych. Bez wątpienia samorządy przykładają ogromną wagę do mediów społecznościowych jako narzędzia komunikacji marketingowej. Stały się one jednym ze znaczących źródeł informacji, szczególnie dla społeczności lokalnej,

gdyż pozwalają na przekazywanie informacji na temat rozwoju miast, zachodzących zmian oraz pozostałych aktywności danego centrum.

Popularność mediów społecznościowych w aktywności marketingowej miast uwidacznia się również w wynikach badań Niesłony (2016). Przedstawione wyniki udowadniają, iż media społecznościowe stanowią jedno z ważniejszych narzędzi informacyjno-promocyjnych samorządów, jednak nie każdy z nich wykorzystuje w pełni ich potencjał.

Ważny pogląd na funkcje mediów społecznościowych przedstawiają w swoich pracach Shen i Wall (2021). W świetle ich badań tradycyjne media stopniowo ustępują miejsca energicznie rozwijającym się mediom społecznościowym, które wpływają na wszystkie aspekty życia społecznego, w tym także na wzorce interakcji między ich użytkownikami. Powstają nowe społeczne sieci interpersonalne, które mają wpływ na zachowania komunikacyjne mieszkańców miast.

Określając ograniczenia badań i wnioski, należy zwrócić uwagę, że samorządy nie były dotąd badane pod kątem postrzegania przez nie funkcji serwisów społecznościowych oraz skuteczności w realizacji tych funkcji.

Praktyczne implikacje badań dotyczą głównie procesu zaprojektowania oraz sposobów wykorzystania profili miejskich w aktywności marketingowej polskich miast w mediach społecznościowych.

Bibliografia

- Aichner, T., Grunfelder, M., Maurer, O., Jegeni, D. (2021). Twenty five years of social media: A review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–223. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Bishop, M. (2019). Healthcare social media for costumer. W: M. Edmunds, C. Hass, E. Holve, *Costumer informatics and digital health: solution for health and health care* (s. 61–86). Springer.
- Delińska, L., Kępczewska, U. (2018). Kreowanie wizerunku polskich miast w mediach społecznościowych. *Zarządzanie i Finanse*, 16(3.3), 61–75.
- Digital 2022 (2022). Raport Hootsuite. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-poland> (2022.12.03).
- Joshi, A., Finin, T., Java, A., Kale, A., Kolari, P. (2007). Web 2.0 Mining: Analyzing Social Media. https://ebiquity.umbc.edu/_file_directory_/papers/379.pdf (2022.12.03).
- Kachniewska, M. (2017). Strategie marketingowe przedsiębiorstw i regionów turystycznych w mediach społecznościowych. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 5(4), 183–207. <https://doi.org/10.18559/SOEP.2017.4.9>
- Kaplan, A.M., Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kapoor, K.K., Tamilmani, K., Rana, N.P., Patil, P., Dwivedi, Y.K., Nerur, S. (2018). Advances in social media research: past, present and future. *Informations System Frontiers*, 20(4), 531–558. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y>

- Kaznowski, D. (2010, 10 maja). Podział i klasyfikacja social media, *Networked Digital*. <https://networkeddigital.wordpress.com/2010/05/10/podzial-i-klasyfikacja-social-media/> (2022.12.03).
- Matwiejczyk, A. (2020). Media społecznościowe jako narzędzie marketingu internetowego na przykładzie Netflixa, *Akademia Zarządzania*, 4(2), 170–186.
- Mazurek G. (2016). Ewolucja wykorzystania mediów społecznościowych w marketingu, *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 45(1), 23–31. <https://doi.org/10.15584/nsawg.2016.1.2>
- Niesłony, K. (2016). Wykorzystanie mediów społecznościowych przez miasta na prawach powiatu w województwie śląskim. W: K. Doktorowicz (red.). *Media społecznościowe: dialog w cyberprzestrzeni. T. 1* (s. 73–110). Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Ozturk, A.B., Salehi-Esfahani, S., Bilgihan, A., Okumus, F. (2018). Social media and destination marketing. W: M. Sigala, U. Gretzel (red.). *Advances in Social Media for Travel, Tourism and Hospitality* (s. 89–101). Routledge.
- Shen, H., Wall, G. (2021). Social media, space and leisure time in small cities. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(2), 72–80. <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1859057>
- Słownik języka polskiego (2022), Hasło: Media społecznościowe, PWN. <https://sjp.pwn.pl/sjp/media-spolecznościowe;5579207.html>
- Stokes, R. (2013). eMarketing. The essential guide to marketing in a digital world. Quirk eMarketing (Pty) Ltd. <https://digitalknowledge.cput.ac.za/handle/11189/6171> (2022.12.03).
- Szydłowska A. (2013), Charakterystyka mediów społecznościowych jako narzędzia komunikacji firmy z klientem, *Zeszyty Naukowe ZPSB Firma i Rynek*, 2(45), 37–45.
- Szymański G., Mróz-Gorgoń, B. (2017). Formy kreowania marki w mediach społecznościowych i ich percepcja wśród pokolenia Z, *Marketing i Zarządzanie* 1(47), 373–382. <https://doi.org/10.18276/miz.2017.47-35>

Objectives and forms of social media marketing used by Polish cities

Abstract. The purpose of this study is to examine why and how major Polish cities use social media and to determine their role in marketing communication. The study is based on data collected during direct interviews with town hall employees responsible for managing official social media accounts of Poland's four largest cities (Warsaw, Wrocław, Gdansk and Krakow). Additional information about the use of major social networks was collected from their websites and from the Digital 2022 report and includes data on the number of users who follow the cities' official social media accounts, city profiles for tourists, and social media accounts of the cities' mayors. The authors found that the role of social media as channels of communication with residents and tourists is mainly recognized by large cities, which use them to maintain contacts with individual social media users. The results of the study can be used by other cities in designing their own social media marketing strategies.

Keywords: social media, Facebook, Instagram, marketing communication, city



Copyright and license. This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution — NoDerivates 4.0 International (CC BY-ND 4.0) License, <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

EWA MARKIEWICZ^a

Spółeczny wymiar zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej na przykładzie cohousingu

Streszczenie. Celem artykułu jest analiza społecznego wymiaru zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej na przykładzie wspólnot cohousingowych, reprezentujących oddolną, nieinstytucjonalną formę mieszkalnictwa. Przedstawiony artykuł o charakterze teoretycznym opiera się na przeglądzie literatury dotyczącej kluczowych pojęć, tj. zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej i cohousingu. Dotychczasowe badania podkreślają korzyści społecznego wymiaru tego typu wspólnot dla mieszkańców. Stosunkowo niewiele publikacji porusza negatywne aspekty takich form socjalizacji. Dostrzegając podobieństwa między cohousingiem a osiedlami grodzonymi, tekst nawiązuje do tzw. ciemnej strony kapitału społecznego, co w tym przypadku jest szczególnie widoczne ze względu na specyfikę omówionych w artykule sposobów socjalizacji. Sytuację tę można określić jako społeczny paradoks wspólnoty: czynniki sprzyjające integracji społecznej w zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej mogą również nasilać poczucie izolacji społecznej. Artykuł proponuje uproszczony model społecznego wymiaru zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej we wspólnotach cohousingowych i wskazuje potrzebę wprowadzenia pewnej gradacji w postrzeganiu zamkniętości. Stanowi kolejną część rozważań autorki na temat koncepcji trzech miejsc w dobie globalizacji.

Słowa kluczowe: cohousing, przestrzeń rekreacyjna, przestrzeń prywatna, kapitał społeczny

1. Wstęp

Zmiany zachodzące we współczesnym świecie doprowadziły do modyfikacji w postrzeganiu miejsc jako ograniczonej i zamkniętej przestrzeni, która w większym stopniu może odpowiadać na indywidualne potrzeby jej użytkowników. Obecnie powstające nowe formy uspołecznienia powinny dawać gwarancję poczucia wspólnotowości, przy zachowaniu wolności i indywidualności każdego uczestnika. Jedną z takich form jest cohousing, oddolny model mieszkalny, promujący ideę głębokich relacji społecznych w powiązaniu z poszanowaniem indywidualizmu jednostki. Badania i analizy przestrzeni cohousingowych dotyczą w literaturze głównie zjawiska

^a Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, ewa.markiewicz@amu.edu.pl, <https://orcid.org/0000-0001-7600-054X>

starzenia się społeczeństw, zdrowia publicznego i zrównoważonego rozwoju (w tym gospodarki współdzielenia). Bez względu na przyjęte podejście istnieje konsensus pomiędzy różnymi autorami w określaniu znaczenia humanistycznego wymiaru omawianej przestrzeni, w którym wskazuje się na istotne korzyści społeczne jej użytkowników. Dzięki obecnym w ramach cohousingu przestrzeniom wspólnym możliwe jest nawiązywanie interakcji i więzi społecznych. Wspólna infrastruktura cohousingu (wewnętrzne i zewnętrzne przestrzenie wspólne) stanowi zamkniętą przestrzeń działań rekreacyjnych jej użytkowników, w której realizowane są różne zachowania służące rekreacji fizycznej i duchowej.

Pomimo wielu opracowań wskazujących na społeczne korzyści omawianych przestrzeni brakuje publikacji akcentujących szerszy wymiar społeczny cohousingu w zakresie budowania kapitału społecznego i uwzględniających funkcję rekreacji, jaką pełni ona w skali makrospołecznej, czyli w stosunku do ogółu społeczeństwa. Celem artykułu jest zatem analiza społecznego wymiaru zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej cohousingu uwzględniająca skalę mikro i makro. Wskazano zauważalny paradoks czasów współczesnych — społeczny paradoks wspólnoty, który oznacza, że czynniki służące wzmacnianiu integracji w ramach zamkniętych przestrzeni rekreacyjnych wspólnoty (w skali mikro) jednocześnie mogą wzmacniać poczucie izolacji społecznej (w skali makro). Dodatkowo zasygnalizowano konieczność gradacji zamkniętości omawianej przestrzeni w celu osiągnięcia społecznej równowagi.

2. Przegląd literatury

2.1. Koncepcja zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej

W literaturze przedmiotu rekreacja doczekała się wielu definicji, z których wynika, że jest ona traktowana wieloaspektowo: jako zespół zachowań (które człowiek realizuje w swoim czasie wolnym), jako proces (wypoczynku człowieka) oraz jako dynamicznie rozwijające się zjawisko społeczno-ekonomiczne (którego podstawę stanowią wzrost dochodów ludności oraz zwiększenie zasobów czasu wolnego) (Kiełbasiewicz-Drozdowska, 2001, s. 13). Rekreacja utożsamiana jest z ideą czasu wolnego, choć część autorów wskazuje na szerszy zasięg drugiego pojęcia. Nie skupiając się już na zagadnieniach definicyjnych (zostały one wyczerpująco opisane w wielu publikacjach dotyczących zachowań człowieka w czasie wolnym), w artykule przyjęto, iż czas wolny to czas będący do dyspozycji jednostki według

jej uznania, wolny od przymusów biologicznych i ekonomicznych, a rekreacja jest „kategorią działania, jest treścią czasu wolnego” (Kwilecki, 2011, s. 25), z przyjętym założeniem, że „nie wszystko, co czynimy w czasie wolnym, jest rekreacją” (Kwilecka i Brożek, 2007, s. 22). Rekreacja jest aktywnością dobrowolną, a jej odmiany wynikają głównie z typu zainteresowań i miejsca pobytu człowieka (Kwilecki, 2011). Może ona przyjmować formę fizyczną, skupioną na fizycznej aktywności człowieka, oraz formę duchową, obejmującą: rekreację twórczą (różne rodzaje zajęć: plastyczne, muzyczne, fotograficzne, modelarskie, majsterkowanie itp.), kulturalno-rozrywkową (służącą rozrywce oraz wpływającą na wzrost poziomu kulturalnego człowieka) czy rekreację przez działalność społeczną (wyzwalającą umiejętności organizacyjne, związaną z dzieleniem się swoim czasem wolnym) (Czajkowski, 1979; Kiełbasiewicz-Drozdowska, 2001).

Rekreacja wymaga zapewnienia określonej przestrzeni, w której mogłaby się ona odbywać. Według Macieja Drzewieckiego (1992, s. 53): „przeźren rekreacyjna to część przestrzeni geograficznej, która ma cechy korzystne dla realizacji różnych form zachowań w czasie wolnym, jak również charakteryzuje się istnieniem procesów rekreacyjnych o rozmiarach istotnych społecznie i przestrzennie”. Zdaniem Bogdana Włodarczyka (2009) przestrzeń rekreacyjna to jedna z przestrzeni (obok przestrzeni turystycznej, rekreacyjno-turystycznej, wypoczynkowej, turystyczno-wypoczynkowej i urlopowo-wakacyjnej), w której obserwowane są zachowania związane z aktywnością podejmowaną w czasie wolnym. Zachowania te podejmowane są po godzinach zajęć służbowych lub szkolnych, poza obowiązkami społecznymi i normalnymi zajęciami domowymi (Warszyńska i Jackowski, 1979). Zatem każdy obszar, na którym występuje zjawisko rekreacji, jest przestrzenią rekreacyjną (Mokras-Grabowska, 2018). W pracy analizie poddano przestrzeń rekreacyjną stanowiącą część przestrzeni domowej (rodzinnej) (zob. Włodarczyk, 2009, 2014).

W artykule skupiono się na społecznym wymiarze przestrzeni. Według Bohdana Jałowieckiego przestrzeń jest „tworem ludzkim, antropogenicznym, kulturowym i społecznym, a więc wytworzonym przez jednostki, grupy i zbiorowości ludzkie (2002, s. 301). Koncepcja humanistyczna zamiast fizycznych i matematycznych właściwości przestrzeni kładzie więc nacisk na człowieka, który jest jej twórcą i gospodarzem, nadaje jej kształt i znaczenie. Lyn Lofland, przyjmując kryterium charakteru osób, które przebywają w przestrzeniach, i wynikający z tego typ relacji, wyróżniła trzy podstawowe formy przestrzeni o charakterze społecznym (cyt. za: Bierwiazzonek, 2016, s. 27):

1. przestrzeń prywatną (dom), obszar zamieszkiwany przez dobrze znane sobie osoby, pomiędzy którymi panują bliskie i intymne relacje,

2. przestrzeń sąsiedzka (lokalną), obszar relacji z osobami znanymi z widzenia, wynikającymi z sąsiedztwa lub pobliskiego zamieszkiwania,
3. przestrzeń publiczną, miejsce spotkań z obcymi, których w najlepszym razie można przypisać do jakichś określonych kategorii społecznych.

Większość badań z zakresu zachowań człowieka w czasie wolnym odnosi się do rekreacji realizowanej w przestrzeni otwartej (przestrzeni publicznej), która charakteryzuje się nieograniczonym lub zorganizowanym na równych dla wszystkich zasadach dostępem do aktywności (możliwość uczestniczenia w wydarzeniach o charakterze publicznym, otwartym), do informacji (szata informacyjna miasta) i do zasobów (infrastruktura techniczna, rekreacyjna czy społeczna) (Dymnicka, 2013, s. 56–57). Rozważania niniejszego artykułu dotyczą przestrzeni zamkniętej. Zmiany w zachowaniach konsumentów (w tym: indywidualizacja versus wspólnotowość) doprowadziły do powstania zjawiska zamykania się określonych grup społecznych, tzw. społeczności izolujących się (Blakely i Snyder, 1997) i powstania przestrzeni prywatnych. Są to przestrzenie zamknięte, w których członkowie społeczności spędzają swój wolny czas, w tym realizują swoje zachowania rekreacyjne. Edward J. Blakely i Mary Gail Snyder (1997) wyróżniają trzy kategorie społeczności zamykających się:

- społeczności izolujące się ze względu na obierany styl życia,
- społeczności izolujące się ze względu na elitarność,
- społeczności izolujące się ze względu na zmniejszone poczucie bezpieczeństwa.

Autorka przyjmuje, że kategoria zamkniętości przestrzeni rekreacyjnej oznacza, iż jest ona zarezerwowana dla wybranych użytkowników, czy to według kryterium zamieszkania (przestrzeń domowa), czy też przynależności do określonej grupy. Zamkniętość gwarantowana jest przez fizyczne lub psychologiczne oddzielenie od otoczenia i stworzenie niejako prywatnej przestrzeni rekreacyjnej (izolacja niepożądanych gości). Można przyjąć, że zamknięta przestrzeń rekreacyjna jest przeciwieństwem publicznych przestrzeni rekreacyjnych, cechujących się otwartością w zakresie wolego dostępu do nich.

Przestrzenie zamknięte leżą w kręgu zainteresowań ekonomistów, socjologów, geografów i antropologów społecznych i były analizowane przez badaczy przede wszystkim w odniesieniu do wspólnot mieszkaniowych (m.in. Bollens i Schmandt, 1982; Putnam, 2000; Groves, 2006; Blakely i Snyder, 1997; Caldeira, 2001; Kohn, 2004; Starosta, 1995; Szczepańska, 2018), osiedli grodzonych (m.in. Blakely i Snyder, 1999; Blandy i in., 2003; Gądecki, 2009; Jałowiecki, 2007, 2009; Kotus, 2006;

Lewicka i Zaborska, 2007; Low, 2003; Kiciński, 2005; Staniszkis, 2005; Lewicka, 2012) oraz przestrzeni turystycznych (tzw. wyreżyserowanych przestrzeni turystycznych) (m.in. Boorstin, 1962; Edensor, 2001; Podemski, 2013; Stasiak, 2011; Wieczorkiewicz, 2012; Markiewicz i Niezgodna, 2017).

Rozważania w tym artykule dotyczą zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej cohousingu, która ze względu na swoje szczególne cechy różni się od analizowanych wcześniej przez autorów wspólnot mieszkaniowych i osiedli grodzonych.

2.2. Idea cohousingu

Pojęcie cohousingu, będące połączeniem słów *community* i *housing* (wspólnota zamieszkiwania), zostało wprowadzone przez amerykańskich architektów Charlesa Duretta i Kathryn McCamant na początku lat 80. XX wieku. Sam pomysł wywodzi się z Danii, gdzie powstała pierwsza społeczność i osiedle cohousingowe Sættedammen. Następnie idea rozprzestrzeniła się na terenie Europy oraz Stanów Zjednoczonych. Obecnie cohousingi są najbardziej popularne w Danii, Szwecji, Holandii oraz Stanach Zjednoczonych i Kanadzie. Cohousing określane jest jako oddolny, pozainstytucjonalny model mieszkalny, spełniający wymogi budownictwa zrównoważonego. Można przyjąć, że to alternatywna forma zamieszkania, wykorzystująca m.in. zasady kooperatywy mieszkaniowej, a korzyści uczestnictwa w takiej kooperatywie mogą być: ekonomiczne (niższe koszty zabudowy i eksploatacji mieszkań), społeczne (więzi społeczne zaczynają się kształtować jeszcze przed wprowadzeniem się mieszkańców i kontynuowane są w czasie współzamieszkania), przestrzenne (dopasowanie przestrzeni do indywidualnych potrzeb i nadawanie indywidualnego profilu przestrzeni mieszkalnej nie tylko w odniesieniu do formy i układu własnego mieszkania, ale również przestrzeni wspólnych) oraz środowiskowe (współdzielenie i przenoszenie idei, takiej jak np. ekologiczny tryb życia) (Twardoch, 2017, s. 68). Mimo że niektórzy autorzy zamiennie stosują pojęcia: cohousingu z kooperatywą (m.in. Zięba, 2015; Twardoch, 2017; Suchecki, 2020), należy zauważyć, iż w kooperatywach występuje wyraźniejsza dominacja przestrzeni prywatnych i dużo mniejszy zakres ingerencji w życie mieszkańców, ograniczający się do kwestii związanych z zarządzaniem nieruchomością. W przypadku cohousingów ważne jest m.in. to, że ludzie najpierw łączą się w grupy, a następnie wybierają miejsce, w którym chcą razem zamieszkać.

Głównymi cechami cohousingu, istotnymi z punktu widzenia podjętych rozważań w niniejszym artykule są: partycypacja (*participatory process*), projektowanie z intencją zapewnienia najlepszych warunków do życia wspólnotowego (*intentional neighborhood design*), wspólna infrastruktura (*extensive common facilities*), zarządzanie przez mieszkańców (*complete resident management*), brak hierar-

chicznej struktury i współdecydowanie (*non-hierarchical structure*), odmienne niż wspólnota źródeł dochodów jej członków (*separate income source*) (McCamant, Durrett i Hertzman, 1994, s. 3). Przyszli mieszkańcy współuczestniczą w procesie planowania, projektowania, organizacji i zarządzania siedliskiem, przy czym zarządzanie oznacza demokratyczne podejmowanie decyzji na spotkaniach wspólnoty i tworzenie grup roboczych, odpowiedzialnych za poszczególne czynności w ramach tejsze. Według klasyfikacji Blakely'ego i Snyder są to społeczności izolujące się przede wszystkim ze względu na obierany styl życia, ale zdarzają się również takie, dla których (z uwagi na ustalone kryteria doboru członków wspólnoty) ważnym motywem powstania są elitarność oraz brak poczucia bezpieczeństwa.

Kluczową sprawą w cohousingu jest odpowiednio przygotowana przestrzeń służąca realizacji indywidualnych potrzeb mieszkańców w zakresie zapewnienia im zarówno prywatności, jak i interakcji społecznych ze współmieszkańcami. Niezwykle ważne jest więc takie zaprojektowanie przestrzeni i wprowadzenie takich rozwiązań, które pomogą w wyraźnym rozgraniczeniu sfery prywatnej i publicznej, przy jednoczesnym zachowaniu płynności pomiędzy wydzielonymi strefami. Każdy uczestnik wspólnoty posiada własne niezależne mieszkanie oraz dostęp do części wspólnej — przestrzeni publicznej, w której dochodzi do kontaktów interpersonalnych. Wspólne dobra (wspólna infrastruktura) najczęściej znajdują się w tak zwanym Domu Wspólnym. We wspólnej przestrzeni mogą znaleźć się przestrzenie wewnętrzne i zewnętrzne. W ramach tych pierwszych można wyróżnić ogólnodostępne: sale gimnastyczne, baseny, pokoje zabaw, świetlice, biblioteki, czytelnie, współdzielone balkony, sauny, sale do jogi, pomieszczenia, w których działają kółka dyskusyjne, rękodzielnicze, odbywają się spotkania filmowe, otwarte wykłady itp. Przestrzenie wspólne na zewnątrz to place zabaw, miejsca na grill, tereny sportowe, wspólnie uprawiany ogród warzywny itp. Istotne są też miejsca, które umożliwiają regularne spotkania przy wspólnych posiłkach, np. jadalnie i wspólna kuchnia.

Określona powyżej wspólna infrastruktura (wewnętrzne i zewnętrzne przestrzenie wspólne), która jak wcześniej wspomniano, jest jedną z podstawowych cech cohousingu, stanowi zamkniętą przestrzeń działań rekreacyjnych jej użytkowników, w której realizowane są różne zachowania służące rekreacji fizycznej i duchowej. Ta przestrzeń, która daje możliwość interakcji i nawiązania silnych więzi społecznych, stanowi główną oś rozważań w niniejszej pracy.

2.3. Społeczny wymiar zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej cohousingu

Rekreacja jako zjawisko społeczne „stanowi strukturę społeczno-zawodową i wyznacza role społeczne, kariery zawodowe i sposób życia społeczności lokalnej,

w której się odbywa” (Kwilecka i Brożek, 2007, s. 8). Cohousingi stają się coraz bardziej popularne przede wszystkim ze względu na wymiar społeczny i znaczenie interakcyjne omawianej przestrzeni. Jak podkreśla Charles Durrett, propagator cohousingu w Stanach Zjednoczonych: „Idea cohousingu wyrosła na diagnozie rozpadu więzi społecznych. Cohousing jest próbą rozwiązania problemu” (cyt. za: Zbroja, 2020). Powstała wspólnota stanowi więc odpowiedź na wzrost indywidualizmu i jego negatywne skutki — poczucie samotności i wyizolowania, potrzeba poszukiwania silniejszej interakcji z sąsiadami i tworzenia więzi z nimi. Wymiar społeczny zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej wydaje się ukierunkowany pozytywnie. Jej uczestnicy mogą realizować swoje społeczne potrzeby w ramach przestrzeni wspólnych, gdzie mają możliwość aktywności społecznej, nawiązywania stosunków i więzi sąsiedzkich oraz wzmacniania poczucia przywiązania do miejsca. Należy jednak uwzględnić szerszy wymiar społeczny cohousingu w zakresie budowania kapitału społecznego i uwzględniający funkcję rekreacji, jaką pełni ona w skali makrospołecznej, czyli w stosunku do ogółu społeczeństwa. Wysoka spójność grupowa, wzajemne zaufanie w pewnych wąskich kręgach społecznych i wysoki stopień lojalności mogą bowiem oddziaływać niekorzystnie na stan organizacji całego systemu społecznego (Starosta, 2022). W dalszej części artykułu zaprezentowano społeczny wymiar cohousingu z podziałem na skalę mikro i makro.

2.4. Społeczny wymiar cohousingu, skala mikro

W analizie społecznego wymiaru zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej cohousingu (w skali mikro) istotne jest podkreślenie roli wartościowania tej przestrzeni. Pojęcie wartości przestrzennej zostało wprowadzone przez Floriana Znanieckiego i określało fragment fizycznej lub symbolicznej przestrzeni, do którego odnosi się jednostka jako członek danej zbiorowości (Znaniecki, 1938). Aleksander Wallis (1990, s. 26), który rozwinął teorię wartości przestrzennej Znanieckiego, analizował funkcjonowanie ludzi w przestrzeni społecznej, określając ją jako „użytkowany i kształtowany przez zbiorowość obszar, z którym wiąże ona system wiedzy, wyobrażeń, wartości i reguł zachowania, dzięki którym identyfikuje się najpełniej z tym właśnie obszarem”. Autor wskazał na istnienie trzech najważniejszych wartości przestrzennych: funkcjonalnych (odnoszą się do użytkowania przestrzeni i możliwości zaspokajania potrzeb jej użytkowników), sytuacyjnych (związane są z działaniami podejmowanymi w przestrzeni) i egzystencjalnych (odwołują się do osobistych relacji użytkowników z przestrzenią) (Wallis, 1990, s. 28–30). W przypadku cohousingu znaczenie funkcjonalne zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej odnosi się do realizacji aktywności jej użytkowników, zarówno tych o charakterze indywidualnym, jak i służących zaspokojeniu społecznych potrzeb mieszkań-

ców. Cohousing promuje styl życia kładący większy nacisk na spójność społeczną i tworzy warunki do zapewnienia wszystkim mieszkańcom możliwości spełnienia podstawowych potrzeb społecznych. Szczegółowe kryteria doboru uczestników wspólnoty oraz podstawowe jej założenia (wymieniane już: partycypacja, projektowanie z intencją zapewnienia najlepszych warunków do życia wspólnotowego, wspólna infrastruktura, zarządzanie przez mieszkańców, brak hierarchicznej struktury i współdecydowanie) dają możliwość zapewnienia wyższej jakości użytkowanej przestrzeni. Rewolucyjna zasada traktowania przyszłych członków wspólnoty w ramach cohousingu jako prosumentów, którzy aktywnie uczestniczą w całym procesie tworzenia i funkcjonowania wspólnej przestrzeni (od projektowania do zarządzania nią), daje im gwarancję dopasowania jej do ich potrzeb. Odpowiednio zaprojektowane wewnętrzne i zewnętrzne przestrzenie wspólne umożliwiają realizację zachowań rekreacyjnych, dokładnie takich, jakich oczekują ich użytkownicy (personalizacja przestrzeni).

Wartości sytuacyjne związane są z działaniami podejmowanymi w przestrzeni rekreacyjnej cohousingu i dotyczą poczucia bezpieczeństwa, jawności/anonimowości i możliwości podejmowania pożądaných ról społecznych. Gwarantowane przestrzenie wspólne w ramach cohousingu, w których realizowane są różne formy rekreacji mieszkańców, to przede wszystkim miejsca spotkań, które z założenia mają stanowić kotwicę życia społecznego, przestrzeń do nawiązywania relacji międzyludzkich. Społeczna aktywność służyć ma jednoczeniu i identyfikacji z użytkowaną przestrzenią (znaczenie tożsamościowe przestrzeni, głównie w zakresie tożsamości społecznej związanej z poczuciem wspólnoty z innymi — więcej na temat tożsamości przestrzennej pisze Bierwiazzonek (2016)). Jak wcześniej wspomniano, społeczności cohousingu nierzadko izolują się ze względu na obierany styl życia. Chęć zamieszkania z podobnymi sobie (np. z punktu widzenia określonego stylu życia) jest przejawem uniwersalnej zasady homofilii — preferencji dla podobnych sobie (Lewicka, 2012, s. 187). Jak podkreśla Magdalena Szczepańska (2012, s. 111), „w takim jednolitym środowisku ludzie utwierdzają się wzajemnie w przekonaniu, że ich styl życia i wartości są słuszne”. Niewielkie zróżnicowanie mieszkańców to jeden z elementów stabilności społeczności, która uznawana jest za główny czynnik wzmacniający więzi sąsiedzkie (McKenzie, 1925; Park, 1929; Bott, 1968; Kasarda i Janowitz, 1974) i dający poczucie bezpieczeństwa mieszkańcom (w społecznościach izolujących się ze względu na zmniejszone poczucie bezpieczeństwa). Poczucie silnej więzi sąsiedzkiej pozytywnie wpływa na przywiązanie do miejsca i społeczną aktywność wewnątrz wspólnoty.

Pomimo podobieństwa w zakresie preferowanego stylu życia wartością cohousingu jest zasada, iż wspólnotę powinny tworzyć osoby różne pod względem płci, wykształcenia, zainteresowań itp. Brak homogeniczności wspólnoty ma dawać

możliwość uczenia się od innych, dzielenia się doświadczeniami, umiejętnościami i poglądami, co sprzyja nawiązaniu międzypokoleniowego dialogu. Użytkownicy przestrzeni mają możliwość podejmowania pożądanych ról społecznych, które odgrywają wśród innych ludzi, przy ich pomocy i według ich wymagań. W takim ujęciu cohousing można potraktować jako jedną z form wspólnej konsumpcji, jego idea zbieżna jest bowiem z założeniami ekonomii współdzielenia w zakresie dzielenia się powierzchnią, przedmiotami i sprzętami, ale i umiejętnościami w ramach wzajemnej pomocy (np. usługa hydraulika, stolarza, księgowości czy opieka nad dziećmi i osobami niepełnosprawnymi wśród członków wspólnoty).

Warto w tym miejscu przytoczyć pojęcie pozycji ekologicznej Znanieckiego (1938, s. 94–96), która oznacza przyznawane człowiekowi w określonej roli społecznej prawa do obecności w pewnej przestrzeni. Każdy członek wspólnoty ma swoje „właściwe” miejsce do realizacji indywidualnych potrzeb i „właściwy” teren do spełniania swych funkcji na rzecz pozostałych członków. Zasadniczą cechą pozycji ekologicznych w danej wspólnocie jest zapewnienie jej członkom bezpieczeństwa osobistego (tak istotnego dla wartości sytuacyjnych). W cohousingach bezpieczeństwo budowane jest nie na bazie „krat i zamków”, ale poprzez odpowiednią architekturę i system sąsiedzkiej współpracy (tzw. *security by design*) (Cieślik, 2014). Zaufanie i poczucie troski (wsparcie społeczne) umacniają z kolei poczucie przywiązania do miejsca, co w konsekwencji doprowadza do podwyższenia jakości życia mieszkańców, zwiększenia odpowiedzialności za wspólnotę i wzmocnienia lokalnego kapitału społecznego. Związki zaufania i kapitału społecznego z określonymi koncepcjami działania w środowisku lokalnym oraz postawami wobec tego środowiska zostały udowodnione przez wielu autorów (m.in. Fukuyama, 1997; Putnam, 2000).

W cohousingach realizowany jest tzw. wspólnotowy model aktywności społecznej, odwołujący się do zasady lokalizmu, oparty na poczuciu terytorialnej wspólnoty i dążeniach do podtrzymania jej tożsamości (Lewicka, 2012). Ujawniają się tu również egzystencjalne wartości omawianej przestrzeni, odwołujące się do osobistych relacji z nią (możliwość przeżyć o charakterze emocjonalnym, estetycznym i intelektualnym) i powiązane z pojęciem tożsamości przestrzennej na poziomie indywidualnym. Przestrzeń ta współtworzy wspólnotę, w której wszelkie decyzje podejmowane są razem, a nie w sposób dyktatorski, co stanowi wielką wartość. Chęć użytkowania takich wspólnych miejsc może być odpowiedzią na poczucie samotności i wyizolowania, które są szczególnie zauważalne w dobie rozwoju technologii i jej wpływu na stosunki społeczne. Zamknięte przestrzenie rekreacyjne cohousingu wzmocniają poczucie przynależności do wspólnoty (w skali mikro), co ma kluczowe znaczenie społeczne.

Niezwykle istotne w analizie społecznego wymiaru omawianej przestrzeni są właściwości interakcji jej użytkowników. Samo istnienie miejsca umożliwiające

go nawiązanie kontaktów interpersonalnych nie musi oznaczać, iż rzeczywiście dojdzie w nim do interakcji. Możemy mówić o zróżnicowanej głębi relacji między uczestnikami, począwszy od tych ulotnych (tzw. biernej towarzyskości), niewymagających kontaktu bezpośredniego, skończywszy na bardzo bliskich (tzw. trwałej towarzyskości) (Mehta, 2013). W cohousingu, ze względu na jego wspomniane cechy, dominują relacje ludzkie oparte na wspólnocie w przeciwieństwie do relacji rynkowych. Charakteryzuje je przyjmowanie perspektywy drugiej strony oraz oferowanie i przyjmowanie bezinteresownej pomocy w ramach samopomocy sąsiedzkiej (Clark i Mills, 1993), co dodatkowo wzmacnia społeczne znaczenie omawianych przestrzeni.

2.5. Społeczny wymiar cohousingu, skala makro

Zdaniem Georga Caspara Homansa na zjawisko integracji danej grupy społecznej składają się trzy procesy: interakcje, postawy emocjonalne i działalność członków. Osoba, która chce działać, szuka innego człowieka, aby wraz z nim szybciej i lepiej osiągnąć zamierzony cel. Wchodzi z innymi w interakcje i od ich skutków zależy będzie jej postawa emocjonalna. Wymienione procesy zachodzące w obrębie integracji Homans (cyt. za: Jacher, 1987) odnosi do dwóch obszarów, z którymi związane jest funkcjonowanie grupy:

- zewnętrznego — obszar ten obejmuje wszystko, co związane jest z trwaniem grupy w określonym otoczeniu społecznym,
- wewnętrznego — kształtuje się podczas współżycia członków grupy i decyduje o jej wewnętrznym dynamizmie, zróżnicowaniu.

Te dwa obszary, wytyczające granice integracji, są zarazem wyznacznikami równowagi społecznej grupy wobec otoczenia oraz grupy wobec samej siebie. Przy prezentacji społecznego wymiaru zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej cohousingu warto wskazać więc na jej aspekty związane z funkcją rekreacji, jaką pełni ona w skali makrosocjalnej, czyli w stosunku do ogółu społeczeństwa, skutecznie kształtując nie tylko postawy i zachowania społeczne obywateli danego państwa, ale także ich świadomość zbiorową (Kwilecka i Brożek, 2007, s. 9).

Cohousing można nazwać specyficzną formą wspólnoty mieszkaniowej. Członkostwo we wspólnocie cohousingu, zgodnie ze wspomnianymi wcześniej cechami, uczy współzależności i daje poczucie wpływu, co w konsekwencji może wzmacniać zaangażowanie mieszkańców poza wspólnotą (wzrost zaangażowania społecznego). Jak jednak pokazują wyniki badań wspólnot mieszkaniowych, zaangażowanie społeczne mieszkańców jest często wysokie w ramach samej wspólnoty, ale może

być pułapką dla lokalnej aktywności społecznej w sferze publicznej poza wspólnotą (Bollens i Schmandt, 1982; Putnam, 2000; Kohn, 2004; Lewicka, 2004; Rohrbach, 2012; Szczepańska, 2018). Podobnie w cohousingach, członkowie wspólnot są zaangażowani i skupieni na sprawach swojej mikrospołeczności i często samowystarczalni (również w zakresie organizacji działalności rekreacyjnej), co może osłabiać poczucie odpowiedzialności za miasto, w którym mieszkają. Są więc przywiązani do miejsca (swojej wspólnoty), a nie do miasta, co powoduje, iż nie czują oni potrzeby wyjścia z tej przestrzeni. Badacze przestrzeni zamkniętych podkreślają negatywne ich konsekwencje w postaci destrukcji naturalnej tkanki miejskiej i prywatyzacji przestrzeni publicznej (Jałowiecki, 2007; Kiciński, 2005; Staniszkis, 2005; Lewicka, 2012). Oczekiwania w zakresie wyższej jakości przestrzeni oraz chęć współdecydowania o niej skłania do przedkładania usług prywatnych nad publiczne, kreowania prywatnych przestrzeni, które umożliwiają współdecydowanie (Durose, Greasley i Richardson, 2009). Jest to szczególnie widoczne w cohousingach. Ich członkowie kreują prywatne przestrzenie rekreacyjne, postrzegając je jako takie, których nie są w stanie im zagwarantować instytucje publiczne. Aktywność społeczna w ramach wspólnoty (cohousingu) może wówczas być alternatywą dla takiej aktywności w sferze publicznej: mieszkańcy wspólnot przestają wykazywać postawy zaangażowania obywatelskiego w sferze publicznej (również nie korzystają z publicznych przestrzeni rekreacyjnych), nie mają potrzeby budowania kapitału społecznego w mieście, w którym mieszkają, ale jedynie w mikroprzestrzeni wspólnoty.

Problematyczna jest też zasada heterogeniczności wspólnoty w ramach cohousingu. Powstają enklawy życia pewnych grup społecznych, np. cohousingi kobiece (np. Older Women's CoHousing — wspólnota dla kobiet i pierwszy senioralny cohousing w Wielkiej Brytanii), gejowskie (np. Lebensort Vielfalt w Berlinie — pierwszy w Europie cohousing dla homoseksualnych mężczyzn) czy bardzo popularne cohousingi senioralne, stanowiące alternatywne formy zamieszkania osób starszych (np. Färdknäppen — pierwszy senioralny cohousing w Szwecji czy Trabensol — jeden z pierwszych senioralnych cohousingów w Hiszpanii). Takie zamknięte przestrzenie rekreacyjne mogą prowadzić do powstania homogenicznych społeczności (swoistych gett społecznych) i naturalnej segregacji społecznej, co może mieć swoje konsekwencje w skali całego miasta, a nawet kraju. Według Harveya (cyt. za: Lewicka, 2012, s. 79) tego typu przestrzenie, ze względu na jednorodność użytkowników, są ucieleśnieniem ksenofobii i zaprzeczeniem idei miejsca jako płaszczyzny dla potencjalnych interakcji społecznych. Zamknięcie się we własnej, bezpiecznej przestrzeni (stworzenie swoistej bańki bezpieczeństwa) wzmaga poczucie samotności i lęku. Osoby o podobnym kapitale społecznym korzystające z przestrzeni cohousingu tworzą wyselekcjonowaną zbiorowość, a jej niedostęp-

ność dla osób spoza wspólnoty może wzmacniać poczucie obcości, a nawet wrogości do innych. Można za Robertem Putnamiem mówić tu o „ciemnej stronie” kapitału społecznego (Putnam, 2000) czy za Alejandro Portesem o „negatywnym kapitale społecznym” (Portes, 1998). Zamkniętość na obcych może negatywnie wpływać na samych użytkowników zamkniętych przestrzeni poprzez:

- nadmierne ich eksploatowanie (nakładanie nadmiernych obowiązków w imię oddania grupie i powinności ponoszenia ofiar na jej rzecz),
- ograniczanie ich swobody działania (autonomia podporządkowana zostaje solidarności grupowej, jednostka należy do grupy „duszą i ciałem”),
- „równanie ku dołowi” rozumiane jako ograniczenie możliwości wyjścia z grupy i utrzymywanie w niej potencjalnych „dezertów” poprzez narzucanie im partykularystycznych norm (Portes, 1998, s. 15–18).

Konsekwencją wspomnianych negatywnych następstw społecznych zamkniętych przestrzeni rekreacyjnych może być atomizacja życia społecznego, która, jak zauważa Henryk Cudak (2012), współcześnie coraz bardziej nasila się również w środowiskach lokalnych.

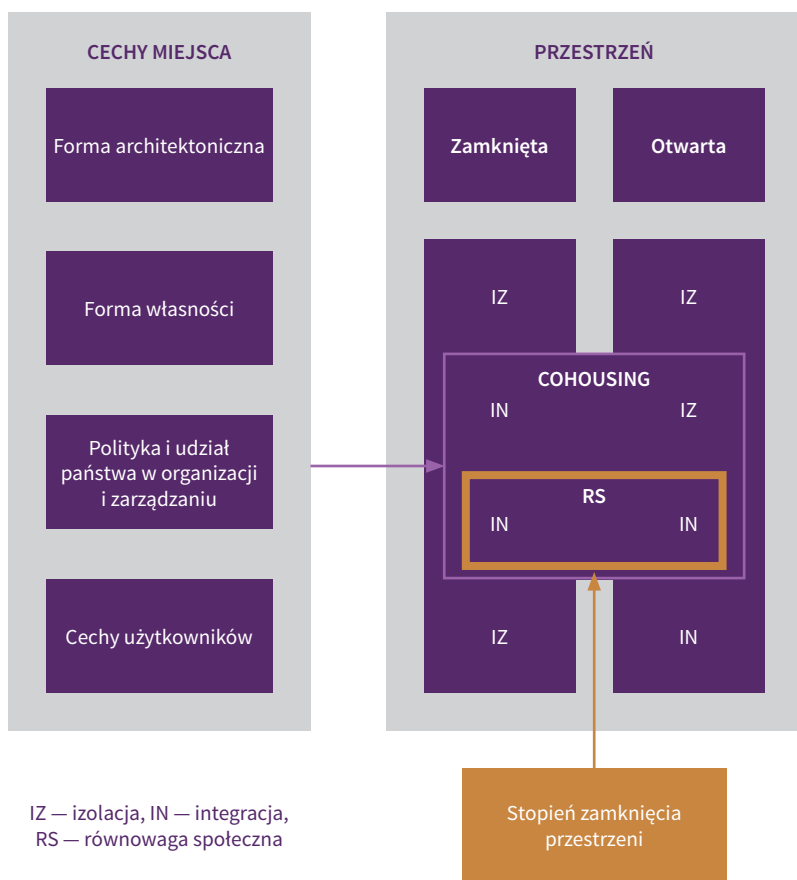
3. Metoda

W artykule zastosowano metodę analizy danych zastanych, która obejmowała publikacje, raporty i badania na temat poruszanego problemu. Do ilustracji empirycznej wykorzystano m.in. reportaże powstałe podczas projektu „Cohousing senioralny”, prowadzonego w ramach 12. edycji festiwalu WARSZAWA W BUDOWIE, oraz raport „Przegląd zagranicznych praktyk dotyczących organizowania społeczności lokalnej, budowania kontaktów, więzi sąsiedzkich, miksu społecznego, a także cohousingu. Rozwiązania wykorzystane w Niemczech, Szwajcarii, Danii, Szwecji, Austrii oraz w Stanach Zjednoczonych i we Włoszech”, przygotowany przez Fundację Laboratorium Architektury 60+ (LAB 60+). Istotnym źródłem były również strony internetowe poszczególnych wspólnot cohousingowych.

4. Wyniki i dyskusja

Jak słusznie zauważa Maria Lewicka, „zamkniętość może być źródłem relaksu i poczucia bezpieczeństwa, ale też klaustrofobii i nudy, otwartość zaś — źródłem ekscytacji i zainteresowania, ale również przestymulowania, irytacji i niepokoju” (Lewicka, 2012, s. 205). Wobec przedstawionych społecznych aspektów zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej w ramach cohousingu należy wskazać na zauważalny paradoks czasów współczesnych — społeczny paradoks wspólnoty. Z jednej strony wspólnota daje gwarancję realizacji potrzeb społecznych i integracji (zwiększenia aktywności społecznej) w ujęciu mikro (w ramach zamkniętej przestrzeni), z drugiej strony — może prowadzić do izolacji, segregacji społecznej i zmniejszenia społecznej aktywności w skali makro (miasto/kraj). Czynniki służące wzmacnianiu integracji w ramach zamkniętych przestrzeni rekreacyjnych wspólnoty jednocześnie mogą wzmacniać poczucie izolacji względem reszty społeczeństwa. Pojawia się zatem potrzeba prowadzenia pogłębionych badań z zakresu aktywności społecznej użytkowników zamkniętych przestrzeni rekreacyjnych w różnych typach cohousingu i znalezienia w tym względzie społecznej równowagi.

Uproszczony model społecznego wymiaru rekreacyjnej przestrzeni w ramach cohousingu przedstawiono na rys. 1. Wymiar społeczny został ograniczony do aktywności społecznej użytkowników przestrzeni, której konsekwencją jest integracja/izolacja społeczna. Integracja rozumiana jest jako „stan zorganizowania, zespolenia i zharmonizowania różnorodnych elementów tworzących zbiorowość społeczną, odnoszący się do sfery norm i wartości, działań oraz łączności pomiędzy jednostkami i grupami społecznymi” (Encyklopedia PWN). W definicjach integracji społecznej autorzy podkreślają przede wszystkim znaczenie więzi społecznych i wspólnego celu jako siły przyciągającej jednostki do siebie (m.in. Tur-ski, 1961; Kurnal, 1972; Jacher, 1976). Przeciwnieństwem integracji społecznej jest dezintegracja społeczna (izolacja społeczna), polegająca na „ustaniu kontaktów, zerwaniu związków społecznych, zaniku reguł i norm współżycia społecznego” (Encyklopedia PWN). Jak wcześniej wspomniano, nadrzędną zasadą cohousingu jest zapewnienie najlepszych warunków do życia wspólnotowego. Odpowiednio zaprojektowana infrastruktura wspólnoty gwarantować ma integrację jej członków (w skali mikro). Stopień przywiązania do danej przestrzeni (a w konsekwencji aktywność społeczna jej użytkowników) wynika z jednej strony z cech miejsca, z drugiej — z cech osób z niego korzystających (Lewicka, 2012). W przypadku cohousingu cechy osób (użytkowników przestrzeni) uzależnione są w dużej mierze od ustalonych przez wspólnotę kryteriów doboru mieszkańców zgodnych ze wspomnianymi cechami cohousingu. Z tego względu uwzględniono je w ramach cech miejsca.

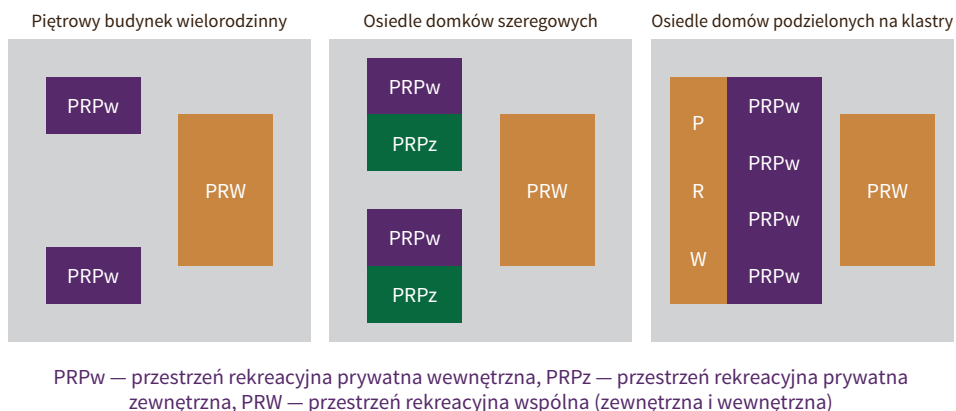


Rys. 1. Społeczny wymiar rekreacyjnej przestrzeni zamkniętej, cohousing

Źródło: opracowanie własne

W ramach kategorii „cechy miejsca” istotne są różnice w zakresie form architektonicznych cohousingów (od pojedynczego budynku wielorodzinnego do zamkniętych osiedli domów jednorodzinnych), warunkujące często wielkość przestrzeni wspólnej i stopień jej personalizacji (liczba i rodzaj możliwych do realizacji zachowań w czasie wolnym), formy własności (wynajmowane lub własnościowe) oraz polityka i udział państwa w organizacji wspólnoty i zarządzaniu nią (prywatne, samorządowe, budowane przez fundacje lub stowarzyszenia). Forma architektoniczna, forma własności, polityka państwa i jego udział w organizacji i zarządzaniu wspólnotą mogą mieć wpływ na fizyczne i prawne ograniczenia w zakresie użytkowania przestrzeni zamkniętej (np. ograniczenie w zakresie liczby i rodzaju możliwych do realizacji zachowań rekreacyjnych mieszkańców) i zwiększoną aktywność społeczną poza cohousingiem (poszukiwanie przestrzeni zewnętrznych, w których możliwa będzie realizacja indywidualnych zachowań rekreacyjnych).

Bazowym elementem w kontekście zachowań rekreacyjnych, mającym wpływ na zachowania społeczne użytkowników, jest wielkość przestrzeni wspólnych i ich układ oraz stopień personalizacji, które są często uzależnione od formy architektonicznej cohousingu (pojedynczy budynek, zamknięte osiedle domów szeregowych, zamknięte osiedle domów podzielonych na klastry). Na rys. 2 zaprezentowano możliwości w zakresie kształtowania zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej cohousingu.



Rys. 2. Zamknięta przestrzeń rekreacyjna cohousingu

Zródło: opracowanie własne

W każdym przypadku wyodrębniono przestrzenie rekreacyjne prywatne (wewnętrzne i zewnętrzne) i wspólne (wewnętrzne i zewnętrzne). Te ostatnie umożliwiają podejmowanie działalności rekreacyjnej z wybranymi (np. w ramach klastrów) lub/i z wszystkimi członkami wspólnoty. Należy podkreślić, iż ograniczona wielkość, nieprzyjazny układ oraz niski stopień personalizacji zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej mogą zwiększyć aktywność społeczną poza nią.

Wyniki badania przeprowadzonego w ramach projektu „Cohousing senioralny” podczas 12. edycji festiwalu WARSZAWA W BUDOWIE pokazały również, że forma własności w istotny sposób wpływa na problem elitarności cohousingów (tzw. bańka elitarna w Stanach Zjednoczonych czy komuna dla klasy średniej w Anglii w przypadku własnościowego modelu), w wyniku czego są one w wielu krajach dostępne głównie dla osób o określonym kapitale ekonomicznym bądź kulturowym (Praktyki wspólnego mieszkania, 2020). W ramach przestrzeni cohousingu powstaje więc wyselekcjonowana zbiorowość, która nie dopuszcza do nich „innych” i ogranicza swoją działalność rekreacyjną na zewnątrz. Odpowiednia polityka w zakresie formy własności może zapewnić zachowanie równowagi między przedstawicielami różnych grup społecznych. Przykładowo w Munksoegaard w Danii cohousing po-

dzielony jest na pięć klastrow o różnych formach własności i różnych zasadach dostępu do lokalu. U podstaw takiego działania leży idea różnorodności i włączenia, niezależnie od możliwości finansowych lokatorów (Munksoegaard, 2021).

Podobnie polityka państwa i jego udział w organizacji i zarządzaniu wspólnotą ma istotne znaczenie w zakresie kształtowania przestrzeni cohousingu. Przykładowo w Niemczech władze miast prowadzą politykę wspierania cohousingów senioralnych, co ma na celu odciążenie systemu państwa w zakresie opieki nad osobami starszymi (idealne rozwiązanie na problemy starzenia się społeczeństwa i niewydolność systemów opieki zdrowotnej). Władze wykupują grunty z rąk prywatnych i przeznaczają je dla celów realizacji tej formy zamieszkania bądź rezerwują pod te cele w dokumentach planistycznych pewną pulę terenów dostępnych w mieście. Dodatkowo oferują oni inwestorom publiczne hipoteki zastępcze poza normalnym rynkiem hipotecznym, co ułatwia finansowanie takich przedsięwzięć (Cieśla, 2020). W ramach wspólnot cohousingowych z prywatną własnością mieszkań egzystować mogą również mieszkania wspierane przez państwo w postaci tzw. mieszkań asystowanych. Ma to miejsce np. w Lebensort Vielfalt w Niemczech, cohousingu z 24 autonomicznymi mieszkaniami i jednym współdzielonym, asystowanym, które jest objęte całodobową opieką i do którego wprowadzają się osoby, które nie są już w stanie mieszkać same (Petritzko, 2020; Praktyki wspólnego mieszkania, 2020). W przypadku Munksoegaard w Danii na terenie cohousingu część lokali również jest wspierana przez miasto w postaci dofinansowania do czynszu. Dodatkowo są one udostępniane osobom wykluczonym społecznie (np. bezrobotnym) (Munksoegaard, 2021). Takie działania ograniczają zachowania w kierunku wspomnianej homogeniczności i elitarności omawianych przestrzeni.

Cechy użytkowników przestrzeni w ramach cohousingu uzależnione są w dużej mierze od ustalonych przez wspólnotę kryteriów doboru mieszkańców zgodnych z już wymienianymi cechami cohousingu. Stopień różnorodności członków wspólnoty może mieć duży wpływ na zachowania integracyjne/izolacyjne użytkowników omawianej przestrzeni. Należy również zauważyć, iż rodzaj i liczba możliwych do realizowania w przestrzeni zamkniętej cohousingu różnych zachowań rekreacyjnych może być wynikiem konkretnych umiejętności poszczególnych mieszkańców (wspomniane wcześniej dzielenie się umiejętnościami). Aby możliwe było wzajemne uzupełnianie się potrzeb i wzajemne wspieranie, konieczne jest zachowanie równowagi między przedstawicielami różnych grup społecznych (tzw. mikś społeczny) (LAB 60+, 2018). Ważne są w tym względzie kryteria doboru członków, które nie powinny potęgować wspomnianego wcześniej problemu segregacji społeczno-przestrzennej.

Warto podkreślić, iż wspomniane kryteria przekładają się na siłę więzi członków wspólnoty i indywidualne poczucie bezpieczeństwa, co z kolei wpływa na stopień



Rys. 3. Hybrydowa przestrzeń rekreacyjna cohousingu
Źródło: opracowanie własne

przywiązania do miejsca (przestrzeni zamkniętej) i na motywację do podejmowania aktywności społecznej na rzecz tego miejsca (społeczną aktywność członków wspólnoty), ale również poza nim. W celu minimalizacji negatywnych społecznych następstw wynikających z zamknięcia przestrzeni rekreacyjnej w ramach cohousingu warto tworzyć pomosty pomiędzy zamkniętością (czysto prywatną zamkniętą przestrzenią wspólną cohousingów) a otwartością (w pełni otwartą dla każdego przestrzenią publiczną) w postaci różnych gradacji tej przestrzeni. Cohousing można potraktować jako swoisty rodzaj siedziby rodzinnej. Ta zaś według Znanieckiego (1938, s. 96–101) może dopuścić ludzi pierwotnie do niej nienależących, którym mieszkańcy wyznaczają określone role (np. w zakresie działalności rekreacyjnej), co wiąże się jednak z koniecznością wniesienia do grupy pozytywnej wartości. Pozycje ekologiczne dopuszczonych gości są ściśle zależne od rodzaju funkcji, które spełniają oni na rzecz zespołu rodzinnego. Przykładem takiego działania jest zaproszenie do udziału w organizowanych w przestrzeniach wspólnych cohousingu zajęciach rekreacyjnych mieszkańców okolicznych regionów. Dzięki temu cohousingi mogą stabilizować dzielnice miast i pozytywnie wpływać na integrację społeczną, ze względu na ofertę skierowaną do lokalnych społeczności. Otwarcie przestrzeni może dotyczyć konkretnych usług świadczonych przez

mieszkańców na rzecz ogółu społeczeństwa, które mogą mieć charakter zarobkowy, umożliwiający pozyskanie dodatkowych funduszy na pokrycie potrzeb wspólnoty (np. prowadzenie kawiarni czy restauracji dla osób spoza wspólnoty cohousingowej). Korzyściami dla członków wspólnoty mogą być również dodatkowe możliwości w zakresie realizacji zachowań rekreacyjnych. Przykładowo osoba z zewnątrz może zostać zaproszona do współdzielenia przestrzeni rekreacyjnej cohousingu w celu świadczenia na rzecz jego mieszkańców konkretnej usługi rekreacyjnej (np. nauka gry na instrumencie, poprowadzenie warsztatów rękodzielniczych). Wprowadzenie rozwiązań w celu choć częściowego otwarcia przestrzeni rekreacyjnej cohousingu i stworzenia przestrzeni hybrydowej (rys. 3) pozwoli na zachowanie relacyjności, a więc związku między tym, co wewnątrz, a tym, co na zewnątrz.

Przykładem w zakresie możliwości zastosowania różnych rozwiązań jest podział przestrzeni wspólnych w Wohnprojekt Wien w Austrii. Występują tam:

- wspólne przestrzenie rekreacyjne na najwyższej kondygnacji, takie jak biblioteka, sauna, ogród, przeznaczone tylko dla mieszkańców,
- części wspólne w przyziemiu, na parterze i na pierwszym piętrze o charakterze przestrzeni:
 - a. półprywatnej — bawialnia, kuchnia, jadalnia i warsztaty,
 - b. półpublicznej — sale wielofunkcyjne wykorzystywane przez mieszkańców bądź wynajmowane okolicznościowo do organizacji wydarzeń, spotkań, zajęć sportowych czy artystycznych,
 - c. publicznej — lokale usługowe o działalności zbieżnej z wartościami wspólnoty; pobierany czynsz wspiera budżet wspólnoty (Sucheckie, 2020, s. 51).

5. Wnioski

Celem artykułu była analiza społecznego wymiaru zamkniętej przestrzeni rekreacyjnej. Rozważania dotyczyły cohousingu rozumianego jako oddolny, pozainstytucjonalny model mieszkalny promujący styl życia, w którym nacisk położony jest na wzmacnianie więzi sąsiedzkich i spójność społeczną. W ramach analizy zidentyfikowano interakcyjną, tożsamościową i egzystencjalną funkcję omawianej przestrzeni. W zakresie aspektów negatywnych zwrócono uwagę na problem prywatyzacji przestrzeni oraz segregacji i izolacji społecznej (brak zaangażowania w przestrzeni publicznej). Wskazano również na występowanie społecznego pa-

radoksu wspólnoty, który polega na tym, iż z jednej strony omawiana wspólnota daje gwarancję realizacji potrzeb społecznych i integracji (zwiększenia aktywności społecznej) w ujęciu mikro, z drugiej strony może prowadzić do izolacji i segregacji społecznej (zmniejszenie aktywności społecznej) w skali makro.

Wśród czynników mających wpływ na wymiar społeczny omawianej przestrzeni wyróżnione zostały takie cechy miejsca, jak forma architektoniczna cohousingów (warunkująca wielkość i układ przestrzeni wspólnej oraz stopień jej personalizacji), forma własności, polityka i udział państwa w organizacji i zarządzaniu wspólnotą oraz kryteria doboru jej użytkowników. W celu minimalizacji wspomnianych negatywnych aspektów zasugerowano również wprowadzenie rozwiązań w celu częściowego otwarcia przestrzeni rekreacyjnej cohousingu i stworzenia przestrzeni hybrydowej, co pozwoli na zachowanie relacyjności, a więc związku między tym, co wewnątrz, a tym, co na zewnątrz.

Niniejszy artykuł akcentuje jedynie problem społecznego wymiaru rekreacyjnej przestrzeni zamkniętej. W założeniu może on być pewnego rodzaju wprowadzeniem do debaty i pogłębionych badań nad aktywnością społeczną użytkowników tej przestrzeni. W przypadku cohousingów należy również pamiętać, iż wszelkie wnioski dotyczące związku między cechami określonego typu przestrzeni a aktywnością społeczną jej użytkowników powinno się wyciągać z niezwykłą ostrożnością. Cohousingi są bowiem wciąż stosunkowo nową formą przestrzeni zamkniętej, a czas zamieszkania, jak pokazują wyniki badań, jest jednym z głównych predyktorów przywiązania do miejsca (Lewicka, 2012, s. 244), co w konsekwencji może mieć wpływ na aktywność społeczną jego mieszkańców (w skali mikro i makro). Dodatkowo wyniki badania przeprowadzonego w 18 cohousingach na terenie Europy oraz Stanów Zjednoczonych wykazały, iż wielkość przestrzeni wspólnych jest różna i zależy od lokalizacji cohousingu. Przykładowo w Szwecji przestrzeń ta jest o wiele większa niż np. w Holandii (Praktyki wspólnego mieszkania, 2020). Przy analizie społecznego wymiaru przestrzeni rekreacyjnej cohousingu ważne jest więc rozpoznanie narodowego kontekstu cohousingu, czyli uwarunkowań zarówno społeczno-gospodarczych, jak i prawnych oraz kulturowych, społeczności cohousingowe w wielu aspektach odzwierciedlają bowiem społeczeństwa, w których są osadzone.

W przypadku rynku polskiego idea cohousingu znajduje się na bardzo wczesnym etapie rozwoju i dopiero zyskuje na popularności (np. projekt eurHope w Krępku, Villa Zakątek w Lublinie, osiedle Nowe Żerniki we Wrocławiu czy HT Nest w Warszawie). Warto zauważyć, że powstałe inicjatywy to projekty, w których wykorzystane są jedynie pewne elementy cohousingu. Większość pojawiających się pojedynczych inicjatyw nie spełnia istotnego warunku partycypacji mieszkańców na wstępnym etapie powstania wspólnoty (proces planowania i projektowa-

nia). Należy zauważyć, iż w tradycyjnej wspólnocie wspólna przestrzeń (wspólne terytorium) powstaje poprzez interakcje i więzi społeczne ze względu na bliskość przestrzenną. W przypadku cohousingu mamy do czynienia z odwrotną sytuacją: to przestrzeń, która jeszcze nie istnieje, stanowi przyczynę powstania interakcji i więzi społecznych wspólnoty, która zawiązuje się po to, aby tę przestrzeń stworzyć. W polskich inicjatywach zbliżonych do cohousingu (np. kooperatywach mieszkaniowych) pojawia się również problem dominacji przestrzeni prywatnej oraz brak uprawnień w zakresie organizacji i zarządzania wspólnotą poprzez tworzenie grup roboczych odpowiedzialnych za poszczególne czynności dla jej dobra. Czynnikiem hamującym rozwój tej formy zamieszkania w Polsce są przede wszystkim: niski poziom rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, a więc i zdolności do oddolnych inicjatyw i samoorganizacji, wciąż niska świadomość ekologiczna Polaków oraz brak rozwiązań prawnych ułatwiających realizację takiej formy budownictwa (Zięba, 2015).

Przypisy

- Bierwiaczonek, K. (2016). *Spoleczne znaczenie miejskich przestrzeni publicznych*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Blakely, E.J. i Snyder, M.G. (1997). *Fortress America. Gated Communities in the United States*. Brookings Institutions Press. <https://doi.org/10.1002/j.2325-8012.1998.tb00142.x>
- Blandy, S., Lister, D., Atkinso, R. i Flint, J. (2003). *Gated communities: A systematic review of the research evidence*. CNR Paper. ESRC Center for Neighborhood Research.
- Bollens, J. i Schmandt, H. (1982). *The Metropolis: Its People, Politics and Economic Life*. Harper & Row.
- Boorstin, D.J. (1962). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. Harper & Row.
- Bott, E. (1968). *Family and social network. Roles, norms and external relationships in ordinary urban families*. Tavistock.
- Caldeira, T. (2001). *City of Walls. Crime, Segregation, and Citizenship in Sao Paulo*. University of California Press. <https://doi.org/10.2747/0272-3638.24.2.183>
- Cieśla, A. (2020). *Alternatywne formy zamieszkania osób starszych w Niemczech*. Ekspertyza. https://www.researchgate.net/publication/347697042_ALTERNATYWNE_FORMY_ZAMIESZKANIA_OSOB_STARSZYCH_W_NIEMCZECH_Dr_inz_arch_Agnieszka_Ciesla (15.10.2022).
- Cieślik, D. (2014). *Ludzie Politechniki. Dobry czas dla cohousingu*. <http://www.pryzmat.pwr.edu.pl/ludzie-politechniki/91> (17.11.2022).
- Clark, M.S. i Mills, J.R. (1993). The difference between communal and exchange relationships: What it is and is not. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19, 684–691. <http://dx.doi.org/10.1177/0146167293196003>
- Cudak, H. (2012). Zaburzenie struktury rodziny jako konsekwencja makrospołecznych uwarunkowań. *Pedagogika Rodziny*, 2(4), 7–17.
- Czajkowski, K. (1979). *Wychowanie do rekreacji*. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.
- Drzewiecki, M. (1992). *Wiejska przestrzeń rekreacyjna*. Instytut Turystyki.
- Durose, C., Greasley, S. i Richardson, L. (2009). *Changing local governance, changing citizens*. Policy Press. <https://doi.org/10.56687/9781847422194>
- Dymnicka, M. (2013). *Przestrzeń publiczna a przemiany miast*. Wydawnictwo Naukowe Scholar.

- Edensor, T. (2001). Performing tourism, staging tourism: (Re)producing tourist space and practice. *Tourist Studies*, 1, 59–81.
- Encyklopedia PWN. <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/integracja-spoleczna;3915018.html> (15.10.2022).
- Fukuyama, F. (1997). *Zaufanie. Kapitał społeczny jako droga do dobrobytu*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Fundacja Laboratorium Architektury 60+ (LAB 60+). (2018). *Przegląd zagranicznych praktyk dotyczących organizowania społeczności lokalnej, budowania kontaktów, więzi sąsiedzkich, miksu społecznego, a także cohousingu. Rozwiązania wykorzystane w Niemczech, Szwajcarii, Danii, Szwecji, Austrii oraz w Stanach Zjednoczonych i we Włoszech. Raport z Zadania 1 realizowanego w ramach projektu „Świadczenie usług doradztwa eksperckiego w zakresie opracowania programu zasiedlenia i funkcjonowania Domu Wielopokoleniowego”*. http://centrumwiedzy.org/wp-content/uploads/2017/07/DW_Raport_Zadanie-1_Przegl%C4%85d-zagranicznych-praktyk_FINALNY.pdf (15.10.2022).
- Gądecki, J. (2009). *Za murami – osiedla grodzone w Polsce – analiza dyskursu*. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Groves, J. (2006). All Together Now? An Empirical Study of the Voting Behaviors of Homeowner Association Members. W: St. Louis Count. *Review of Policy Research*, 23(6), 1199–1218. <https://doi.org/10.1111/j.1541-1338.2006.00252.x>
- Homans, G.C. (1976). Social Behavior as Exchange. *The American Journal of Sociology*, 63, 6. University of Chicago Press.
- Jacher, W. (1976). *Zagadnienia integracji systemu społecznego: studium z zakresu teorii socjologii*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jacher, W. (1987). *Więź społeczna w teorii i praktyce*. Uniwersytet Śląski.
- Jałowiecki, B. (2007). Fragmentacja i prywatyzacja przestrzeni. W: B. Jałowiecki i W. Łukowski (red.), *Gettozacja polskiej przestrzeni miejskiej*. Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Jałowiecki, B. (2009). Społeczne oblicza metropolii. Czy istnieje klasa metropolitalna? W: B. Jałowiecki (red.), *Czy metropolia jest miastem?* (s. 50–66). Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Kasarda, J.D. i Janowitz, M. (1974). Community attachment in mass society. *American Sociological Review*, 39, 328–339. <https://doi.org/10.2307/2094293>
- Kiciński, A. (2005). *Od blokowiska do archipelagu Gulał nad Wisłą*. Referat wygłoszony na konferencji „Od osiedla społecznego do osiedla strzeżonego”.
- Kielbasiewicz-Drozdowska, I. (2001). Zarys rozwoju refleksji teoretycznej nad problematyką rekreacji. W: I. Kielbasiewicz-Drozdowska i W. Siwiński (red.), *Teoria i metodyka rekreacji. Zagadnienia podstawowe* (s. 9–27). Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu.
- Kohn, M. (2004). *Brave New Neighborhoods: The Privatization of Public Space*. Routledge.
- Kotus, J. (2006). Terytorialne podsystemy społeczne o charakterze wspólnotowym w mieście. *Przegląd Geograficzny*, 78, 231–245.
- Kurnal, J. (red.). (1972). *O sprawności i niesprawności organizacji. Szkice o biurokracji i biurokracymie*. PWE.
- Kwilecka, M. i Brożek, Z. (2007). *Bezpośrednie funkcje rekreacji*. Almamater Wyższa Szkoła Ekonomiczna.
- Kwilecki, K. (2011). *Rozważania o czasie wolnym. Wybrane zagadnienia*. Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfańtego.
- Lewicka, M. (2004). Kup Pan książkę... Mechanizmy aktywności obywatelskiej Polaków. *Studia Psychologiczne*, 4, 65–82.
- Lewicka, M. (2012). *Psychologia miejsca*. Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Lewicka, M. i Zaborska, K. (2007). Osiedla zamknięte – czy istnieje alternatywa? *Kolokwia Psychologiczne*, 16, 135–152.

- Low, S.M. (2003). *Behind the gates. Life, Security, and the Pursuit of Happiness in Fortress America*. Routledge. <https://doi.org/10.1080/14036090410014953>
- Markiewicz, E. i Niezgoda, A. (2017). Hotel jako wyreżyserowana przestrzeń turystyczna. Rola motywacji i doświadczeń turysty. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego (AE) we Wrocławiu*, 473, 339–346. <https://doi.org/10.15611/pn.2017.473.31>
- McCamant, K., Durrett, C. i Hertzman, E. (1994). *Cohousing. A Contemporary Approach to Housing Ourselves* (2nd ed.), Ten Speed Press.
- McKenzie, R.D. (1925). The ecological approach to the study of the human community. W: R.E. Park, E.W. Burgess i R.D. McKenzie (red.), *The City* (s. 63–79). University of Chicago Press.
- Mehta, V. (2013). *The Street: A Quintessential Social Public Space*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203067635>
- Mokras-Grabowska, J. (2018). New urban recreational spaces. Attractiveness, infrastructure arrangements, identity. The example of the city of Łódź. *Miscellanea Geographica – Regional Studies on Development*, 22(4), 219–224. <https://doi.org/10.2478/mgrsd-2018-0017>
- Munksoegaard. (2021). <http://www.munksoegaard.dk/en/about.html> (15.10.2022).
- Na miejscu. Fundacja na Rzecz Wspólnot Lokalnych. (2020). <http://namiejscu.org/2020/09/30/cohousing-senioralny/> (15.10.2022).
- Park, R.E. (1929). The city as a social laboratory. W: T.V. Smith, L.D. White (red.), *An experiment in social science research* (s. 1–19). University of Chicago Press.
- Petriczko, A. (2020). *Bezpieczne miejsce*. http://namiejscu.org/wp-content/uploads/2020/10/19-Lebensort-Vielfalt_-_Berlinpdf.pdf (15.10.2022).
- Podemski, K. (2013). *Wyreżyserowana przestrzeń turystyczna*. Post-turysta. <http://post-turysta.pl/arttykul/Wyrezyserowana-przestrzen-turystyczna> (15.10.2022).
- Portes, A. (1998). Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociolog. *Annual Review of Sociology*, 24, 1–24.
- Praktyki wspólnego mieszkania. Reportaże ze świata o cohousingu senioralnym. (2020). Zapis dyskusji, która odbyła się na żywo online 6 października 2020 roku. <https://wwb12.artmuseum.pl/pl/dokumentacja/video-praktyki-wspolnego-mieszkania> (15.10.2022).
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>
- Rohrbach, K. (2012). *Closing the Gates on Democracy? Private Urban Governance and its Socio-political consequences in Suburban Buenos Aires*. London School of Economics and Political Science.
- Staniszki, M. (2005). Prawo do przestrzeni publicznej. *Czasopismo Techniczne*, 102(9-A/2), 281–292.
- Starosta, P. (1995). *Poza metropolią. Wiejskie i małomiasteczkowe zbiorowości lokalne a wzory porządku makropołączonego*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Starosta, P. (2022). Kapitał społeczny w kontekście współdziałania. W: A. Kacprzak, M. Gońda i I. Kudlińska-Chróścicka (red.), *Problemy społeczne. Trwałość i zmienność w dynamicznej rzeczywistości. Księga jubileuszowa z okazji 45-lecia pracy naukowej i dydaktycznej Profesor Jolanty Grotowskiej-Leder* (s. 93–120). Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. <https://doi.org/10.18778/8220-767-5.07>
- Stasiak, A. (2011). Współczesna przestrzeń turystyczna. W: M. Durydiwka i K. Duda-Gromada (red.), *Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany* (s. 39–52). Uniwersytet Warszawski.
- Suचेcki, J. (2020). Co-housing jako forma wspierania opieki sąsiedzkiej. *Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Architektura, Urbanistyka, Architektura Wnętrz*, 1, 45–54. <https://doi.org/10.21008/j.2658-2619.2020.1.4>
- Szczepańska, M. (2012). Osiedla grodzone: świadomościowe aspekty podziałów społeczno-przestrzennych i więzi sąsiedzka. *Przestrzeń Społeczna*, 2/1(3), 102–125.
- Szczepańska, M. (2018). Lokalna aktywność obywatelska – czynniki, pułapki, zróżnicowanie. O wzorach zaangażowania charakterystycznych dla wspólnot mieszkaniowych. *Acta Universitatis Lodzianis. Folia Sociologica*, 64, 105–119. <https://doi.org/10.18778/0208-600X.64.07>

- Turski, R. (1961). *Dynamika przemian społecznych w Polsce*. Wiedza Powszechna.
- Twardoch, A. (2017). Oddolne budownictwo mieszkaniowe: potencjał i perspektywy. W: B. Audycka i M. Ruszkowska-Cieślak, *Mieszkalnictwo w Polsce. Dobre praktyki* (s. 61–82). Habitat for Humanity Poland. <https://habitat.pl/wp-content/uploads/2018/01/Mieszkalnictwo-w-Polsce-Dobre-praktyki.pdf> (15.10.2022).
- Wallis, A. (1990). *Socjologia przestrzeni*. Niezależna Oficyna Wydawnicza.
- Warszyńska, J. i Jackowski, A. (1979). *Podstawy geografii turystyki*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wieczorkiewicz, A. (2012). *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*. Wydawnictwo TAiWPN Universitas.
- Włodarczyk, B. (2009). *Przestrzeń turystyczna – istota, koncepcje, determinanty rozwój*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Włodarczyk, B. (2014). Przestrzeń w turystyce, turystyka w przestrzeni – o potrzebie definicji, delimitacji i klasyfikacji. *Turyzm*, 24(1), 25–35. <https://doi.org/10.2478/tour-2014-0003>
- Zbroja, A. (2020). *Potrzebna wioska*. <http://namiejscu.org/wp-content/uploads/2020/10/1.-Charles.Durrett.pdf> (15.10.2022).
- Zięba, M. (2015). Zrównoważone osiedla mieszkaniowe w formule cohousing'u. *Świat Nieruchomości*, 2(92), 13–20.
- Znaniecki, F. (1938). *Socjologiczne podstawy ekologii ludzkiej*.

The social dimension of recreational enclosed space: the case of cohousing

Abstract. The aim of this article is to analyse the social dimension of enclosed recreational space as exemplified by cohousing communities, representing a bottom-up, non-institutional residential. This theoretical article is based on a review of the literature regarding the key concepts, i.e. enclosed recreational space and cohousing. Previous studies on the social dimension of cohousing emphasise its benefits for residents. Relatively few publications address negative aspects of such forms of socialisation. Recognising similarities between cohousing and gated communities, the author makes a reference to the so-called dark side of social capital, which is particularly evident in this case owing to specific characteristics of the forms of socialisation discussed in the article. This situation can be described as the social paradox of community: factors capable of fostering social integration in enclosed recreational space can also intensify the sense of social isolation. The author proposes a simplified model of the social dimension of enclosed recreational space in cohousing communities and calls for a need to introduce a certain gradation in the perception of enclosedness. The article is another part of the author's considerations on the concept of third places in the era of globalization.

Keywords: cohousing, recreational space, private space, social capital



Copyright and license. This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution — NoDerivates 4.0 International (CC BY-ND 4.0) License, <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

KAROLINA KORBIEL^a

Selected Aspects of Tourist Activity among People Suffering from Celiac Disease

Abstract. The article aims to analyse tourist activities of people suffering from celiac disease, identify their typical patterns of behaviour and barriers that inhibit or prevent their participation in some tourism services. Based on these findings, the author proposes solutions for hotels and catering facilities that they could use to build a competitive advantage. The analysis is based on results of a survey and netnography. It was found that people with celiac disease or their legal guardians had to plan their trips taking into account special nutritional needs, associated travelling with an increased risk of exacerbating disease symptoms and almost always experienced discomfort related to special nutritional needs when travelling. The author concludes travel experience of people with celiac disease can be improved by raising awareness and sensitivity of hotel staff and facilitating access to reliable information on the composition and methods of preparing gluten-free meals.

Keywords: celiac disease, tourist activity, food intolerance, accessible tourism

1. Introduction

The increasingly competitive nature of the current business environment in the hospitality and catering sector has made it more challenging for enterprises to provide consumers with services at competitive prices, without sacrificing value creation and profitability (Ofori & Appiah-Nimo, 2022). As Nasifoglu, Ozturen & Bayighomog (2020) point out, customer requirements are changing, as is their involvement in the value formation process. These changes are accompanied by growing competition, which requires companies to innovate in order to ensure organisational sustainability. Yoo, Yeon & Lee (2022) recognised the important role of introducing non-technological innovations to achieve a competitive advantage in the hospitality industry. Examples of this trend include innovative behaviours and creativity of hotel employees (Nasifoglu, Ozturen & Bayighomog, 2020) or

^a Wydział Turystyki i Rekreacji, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, karolina.korbiel@awf.krakow.pl, <https://orcid.org/0000-0001-5338-5862>

the role of hospitableness (Mody, Suess & Lehto, 2019). As noted by Niezgoda, Markiewicz & Gierczak (2016), customers demand products of higher quality, designed to meet their individual needs and preferences. It is therefore reasonable to focus attention on a special group of customers that use hotel and catering services, namely, people with special food requirements that can be the result of a particular lifestyle or disease.

Tourism is an activity that can have a considerable effect on the quality of a person's lifestyle (Uysal, Berbekova & Kim, 2020). Chief among the numerous benefits of travelling is the fact that by leave their place of residence people have an opportunity to change their daily rhythm of life, escape from the noise or pollution of the city and improve their mental and physical health (Różycki, 2022). However, there is a group of tourists for whom travelling poses a very high health risk, namely people who suffer from celiac disease.

The article examines tourist activities of people suffering from celiac disease, identifies their typical patterns of behaviour and barriers that inhibit or prevent their participation in some tourism services. Based on these findings, the author proposes solutions for hotels and catering facilities that they could use to build a competitive advantage.

The following research hypotheses were formulated at the beginning of the study:

H1. In terms of organisation, people with celiac disease or their legal guardians adapt their trips to special nutritional needs.

H2. People with celiac disease or their legal guardians associate travelling with an increased risk of disease symptom exacerbation.

H3. People with celiac disease or their legal guardians experience discomfort related to special food needs during travelling.

2. Literature Review

Celiac disease is a chronic, immune-mediated enteropathy of the small intestine in genetically-predisposed individuals caused by exposure to gluten, a protein found in grains such as wheat, rye and barley (Limanowska et al., 2014). It occurs in about 1% of the population (Bierła et al., 2019), though, according to some researchers, this level may be higher since many cases remain undiagnosed. This is because adult sufferers often do not exhibit typical symptoms of celiac disease but only atypical ones (Durazzo et al., 2022). Nonetheless, thanks to the growing body of

knowledge and better diagnostic procedures, the disease is diagnosed more frequently (Lebwohl & Rubio-Tapia, 2021).

The only available treatment procedure is to maintain a strict gluten-free diet, which excludes all products containing the above-mentioned cereals, including those that may only be contaminated with them during the production process, improper storage or transport. A strict gluten-free diet strongly affects the daily life of patients and their relatives. Numerous studies have demonstrated the negative impact of a gluten-free diet on the life quality of people with celiac disease. Lee and Newman (2003) reported problems such as difficulties with eating out (86%), travelling (82%), impact on family (67%) and even the negative effect on career or work (41%). Brończyk-Puzoń et al. (2014) found that people suffering from celiac disease, food allergies or gluten sensitivity are less satisfied with their psychological, social and general health compared to those who do not follow a gluten-free diet for therapeutic purposes. According to Pietras-Mrozicka (2018), celiac sufferers have a limited ability to travel, eat out during family or social gatherings and perform their work duties. The necessity to follow a diet changes forms of interaction with others, often causes celiac sufferers to withdraw from some forms of social life and can also affect attitudes towards health and pro-health behaviors. The literature includes relatively few studies on the tourist activity of people suffering from celiac disease, which mainly examine the range of gastronomic offerings. Muñoz-Mazón et al. (2021) researched strategies employed by tourists suffering from celiac disease to reduce their perceived risk associated with travelling. Participants including celiac sufferers and those with non-celiac gluten sensitivity were divided into 3 groups according to the declared impact of the disease on travelling. It was found that tourists for whom the perceived risk associated with travelling was high spent more time looking for information before travelling than those who had a lower risk perception. Moreover, those who perceived the risk as high used more sources of information, were more likely to look for answers to their questions and doubts in informal sources, such as social networks. The authors of the study propose ways in which public and private institutions could raise the general level of knowledge about celiac disease, e.g. among employees, and improve the quality of information offered to tourists with special food needs.

Fuentes-Moraleda et al. (2022) conducted a qualitative study involving 32 semi-structured in-depth interviews with different stakeholders including representatives of the celiac and non-celiac gluten sensitivity community (associations and influencers), restaurant managers, service providers, and nutritionists. There was a high level of consensus among the respondents as to the main ways of reducing the risk of gluten consumption, which include tourist information, staff safety training, legislation and meal preparation protocols to reduce the risk of gluten

cross-contamination. The interviewees also reported problems with limited nutritional information offered by restaurants or tourist resorts, such as allergens. According to the study's authors, tourism companies should find effective channels of communication to gain a sustainable competitive advantage and satisfy customer groups like celiac sufferers or those with non-celiac gluten intolerance.

There are also studies concerning the main problems faced by tourists suffering from celiac disease in different countries, e.g. in the United Kingdom (Towers & Pratten, 2003), Turkey (Taşkin & Savlak, 2021) or the Czech Republic (Regnerová, Šálková & Varvažovská, 2016; Šálková & Tichá, 2020), which report similar findings. One of them is the lack of public awareness regarding food intolerances (including celiac disease), which is associated with a high perceived risk of eating out resulting from the lack of trust in the staff of catering facilities and a very limited choice meals for tourists with special dietary needs.

In recent years, with the increasing importance of accessibility in the tourism sector, the problem has been investigated in numerous studies and addressed in regulations and planning strategies, both at national and international levels (Cañulaf & Rodríguez, 2015). Social tourism programmes implemented all over the world enable more people to go on vacation and facilitate recreation for the sick and disabled. As well as helping to combat seasonality and social exclusion they support regional and local development and improve the overall quality of life. These developments are extremely important in the era of uncertainty experienced by contemporary societies (Stasiak, 2021). Making tourism more accessible also means eliminating barriers for people with special food needs (Cañulaf & Rodríguez, 2015). Beltramo, Duglio & Cappelletti (2022) analysed accessibility in mountain shelters in Gran Paradiso National Park in Italy and found that all shelter managers had adapted their facilities to accommodate guests with special dietary requirements who now constitute a significant part of their customers, thus demonstrating their ability to change operational processes, habits and behaviours in response to new market requirements.

3. Methods

The following study is based on information collected during a questionnaire survey and netnographic data (Kozinets & Brzozowska-Brywczyńska, 2012) from groups of Facebook users interested in celiac disease and gluten-free diets. Information collected from social media was used to create the questionnaire and helped in the interpretation of its results.

The questionnaire consisted of 25 questions (4 of which were open-ended), but how many of them were answered by individual respondents depended on their replies. In open-ended questions respondents were asked about their reasons for not travelling, the main problems encountered in catering establishments (they could indicate up to 3 problems) and things they missed the most when travelling. Of the remaining 21 questions, 14 required a single answer, 1 was a multiple choice question, and 6 offered options on a 5-point Likert scale. The questions concerned celiac disease, patterns of tourist behavior and examples of special celiac-related preparation before travelling and behaviour during the stay.

The degree to which respondents adapted various aspects of travelling to the requirements of a strict gluten-free diet was measured by asking them to indicate the order in which individual aspects of travelling were selected, the need to have access to certain services and infrastructure and behaviours related to the use of catering establishments when travelling. In order to measure the perceived risk associated with travelling, the respondents were asked about their disease-related reasons for choosing not to travel and information-seeking behaviour before and during the actual trip. Respondents' sense of discomfort experienced when travelling was measured by questions about their enjoyment of traveling before the diagnosis, about the lack of spontaneity, the sense of relief and gratefulness after receiving help from the staff, and the feeling of being perceived as oversensitive.

The survey was conducted in September 2022 using Google Forms. A self-selected sample of respondents included adults with celiac disease or legal guardians of children suffering from this disease. The link to the questionnaire was on relevant Facebook interest groups (“Celiacy” [*Celiac sufferers*] — 19,000 members, “Celiacy w podróży” [*Celiac sufferers on the move*], “Celiak — turysta” [*Celiac sufferers as Tourists*] — 3,200 members, “Celiakia grupa konsultacyjna” — [*Celiac Disease Consultation Group*] — 2,600 members, “Stowarzyszeni z Celiakią i na Diecie Bezglutenowej” [*Associated with Celiac Disease and Gluten Free Diet*] — a group for members of the Polish Association of People with Celiac Disease and Gluten-Free Diet — 2,300 members, “Celiakia-BezglutenoweŻycie” [*Celiac Disease — Gluten Free Life*] — 9,500 members, “Celiacy w Krakowie” [*Celiac sufferers in Krakow*] — 500 members and the blog “Bezglutenowa mama” [*Gluten-free Mum*] whose author shared the invitation to participate in the survey on her FB profile (<https://www.facebook.com/bezglutenowamama>).

Table 1: Socio-demographic characteristics of respondents (n=298)

Characteristic		n	%
Sex	female	275	92%
	male	23	8%
Age	up to 40	187	63%
	over 41	111	37%
Education	university	242	81%
	secondary and primary	56	19%
Family members with celiac disease	adult only	148	49.5%
	child/children only	121	40.5%
	adult and child/children	29	10%
Duration of the gluten-free diet	1 year or less	68	23%
	1–5 years	115	38.5%
	more than 5 years	115	38.5%

Source: own research

A screening question at the start of the survey was designed to make sure that answers were provided by respondents who had made at least 1 trip including a stay of at least one 1 night since the diagnosis. Only 5.4% of respondents had not taken any trips indicating reasons such as problems with maintaining a diet during trips, feeling unwell and the fact of being recently diagnosed. 282 respondents completed the whole questionnaire.

4. Results

Q: How often during the year do you travel for the following purposes (think of the last 3–4 years)

How often during the year does your child travel for the following purposes (think of the last 3–4 years).

The most frequent reasons for travelling chosen by adult celiac sufferers (167 respondents) included recreation or leisure, visiting relatives and friends, while over 40% indicated travelling on business. Health or religious reasons were less frequent. In the case of children suffering from celiac disease, (143 respondents) the most popular were leisure trips, visits at relatives and friends; approximately 45% of the children participated in summer or winter camps, and 36% went on school trips with an overnight stay.

Q: To what extent do you follow a gluten-free diet during your tourist trips? To what extent does your child/children follow a gluten-free diet during tourist trips?

Sick adults most frequently said that they strictly adhered to a diet during their trips (approx. 56%); over 39% said they occasionally ate products potentially containing traces of gluten when there was no other choice; less than 3% consumed such products often, while 2 persons indicated that they consciously ate gluten-containing meals. Asked about their sick children, 76% of respondents believed that their children strictly adhered to a gluten-free diet during their travels, while the rest thought their children ate potentially contaminated products when there was no other option.

Q: How do you organize your trips and/or trips with a child suffering from celiac disease?

Most of the respondents said they organised their own or their children's trips on their own, about 30% rely on the services of travel agencies, and 13% indicated that their trips were organised by other institutions, e.g. their employers. When planning their trips, 41% of respondents first look for places where there are safe gluten-free meals nearby (restaurants, canteens, properly stocked shops, access to a kitchen), and pay less attention to specific destinations or regions. 45% of respondents first choose a specific destination and then look for information about appropriate meal options or choose places with access to a kitchen. Only 14% of respondents said their travel choices were determined by the attractiveness of a given place and not by concerns about safe food options. Interestingly, almost 63% of those mainly concerned about the availability of safe meals were parents (legal guardians) of sick children, while 73% of respondents who were not worried about food-related problems before going on a trip were adults with celiac disease. This difference was found to be statistically significant ($X^2 = 16.90$, $df = 2$, $p < 0.001$).

Q: Please rate how important the following tourist services are for you as a celiac sufferer and/or as a parent/carer of a child/children suffering from celiac disease.

As be seen in Figure 1, accommodation with access to a kitchen and shops offering gluten-free products are the two most important factors. The offer of gluten-free meals in the facility or at restaurants nearby is important for tourists but not necessary. Almost 80% of respondents declared that they always or almost always take products that could be used to prepare a hot meal with them on travels, while about 95% usually take the bread and gluten-free snacks.

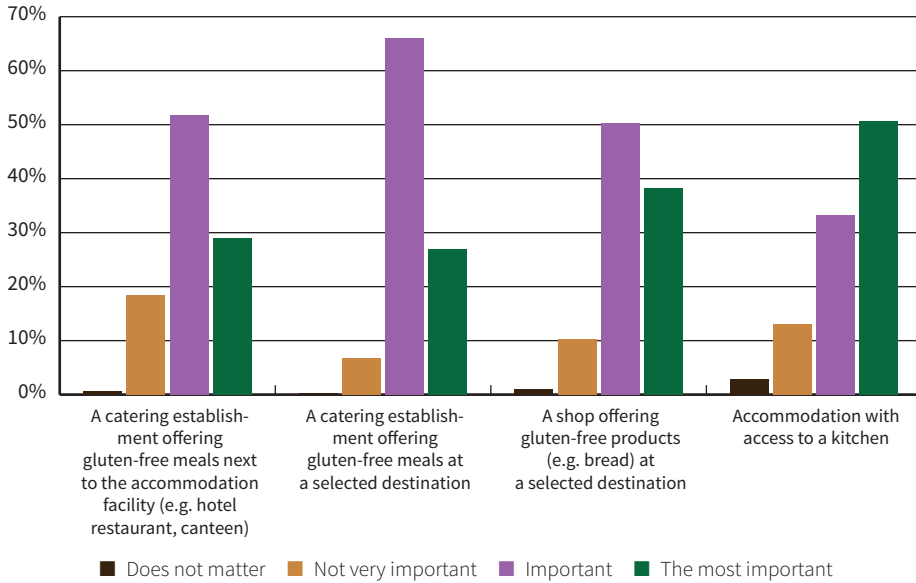


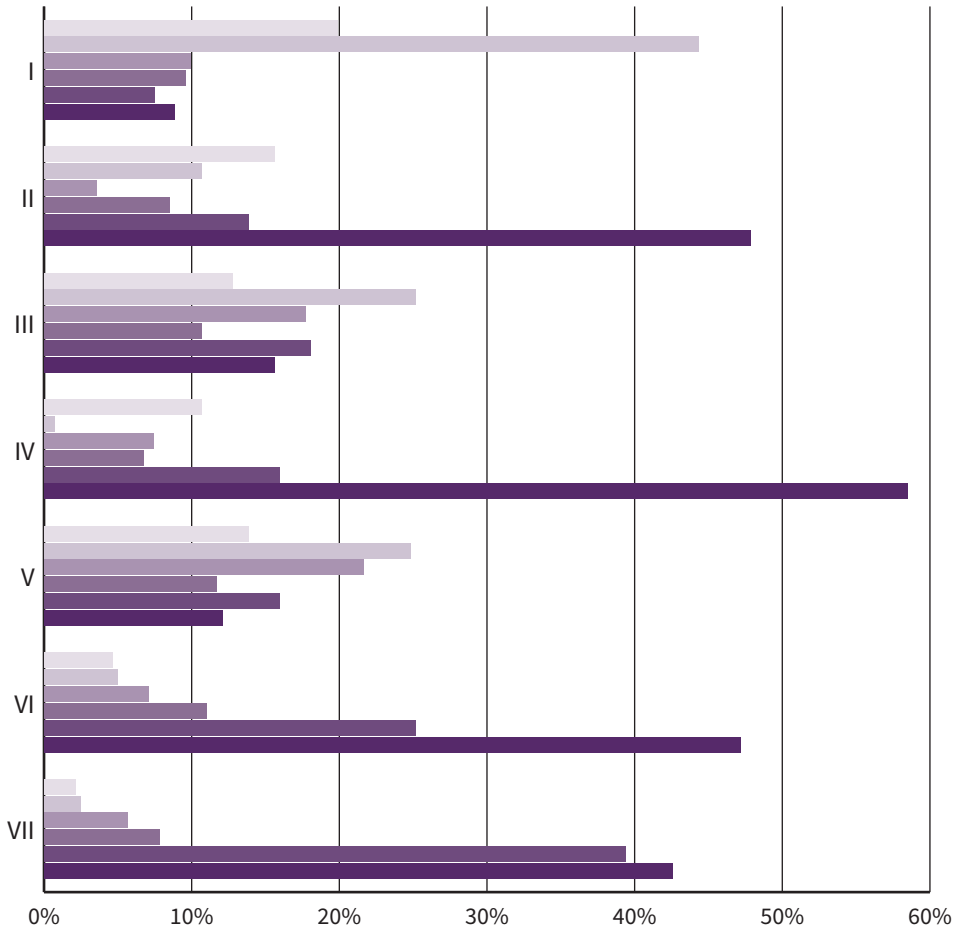
Figure 1: The importance of selected services for tourists with celiac disease.

Source: own research

Q: When traveling, do you and/or your sick child/children use restaurants/catering places (this includes hotel restaurants/canteens in accommodation facilities serving e.g. breakfast) (Fig. 2).

46% of respondents said that they always or usually ate at restaurants, eateries or canteens; 31% did so sometimes and 22% rarely or never. The follow-up question was the way respondents decided where to eat and how they obtained information about its suitability for people suffering from celiac disease. The majority said they chose places with a certificate, such as the “Non-gluten menu” — a programme launched by the Polish Association of People with Celiac Disease and on a Gluten-Free Diet. When deciding to eat in non-certified restaurants, the respondents usually looked for information on social media or relied on recommendations from specially-created mobile applications, such as “Find Me Gluten Free”, and when arriving at a restaurant, they asked the staff if they could eat a safe, gluten-free meal, often requesting a written list of allergens. In this respect, adults celiac sufferers turned out to be less careful than parents or carers of sick children: only 29% of them were afraid of cross-contamination, compared to 71% in the case of parents/carers ($chi^2 = 31.41$, $df = 5$, $p < 0.001$). They were also more likely to simply order dishes not containing gluten ingredients ($chi^2 = 20.27$, $df = 5$, $p < 0.001$). Furthermore, before the trip, parents/carers of children with celiac

disease were more likely to send instructions on how to safely prepare meals to accommodation facilities that also offered meals ($\chi^2 = 19.20$, $df = 5$, $p < 0.001$). They were also more concerned about potential cross-contamination ($\chi^2 = 5.37$, $df = 1$, $p = 0.021$). Based on the results of the χ^2 test, all of these differences are statistically significant.



I. As regards catering options, e.g. at a hotel, I send an email with instructions on how to prepare gluten-free meals safely. **II.** As regards catering options, e.g. at a hotel, I call in advance to make sure that meals are gluten-free. **III.** In the absence of a certificate, I order dishes without ingredients containing gluten. **IV.** In the absence of a certificate, I always ask questions to check meal safety and other details (e.g. allergens). **V.** In the absence of a certificate, I only ask for allergen information, I am not worried about cross-contamination. **VI.** I check information about a given restaurant regarding gluten-free meals, e.g. using applications such as Find Me Gluten Free or on social media. **VII.** I choose certified establishments whenever possible.

Figure 2. Behaviours of tourists with celiac disease when using catering establishments

Source: own research

Q: Which of the factors listed below (Fig. 3) are the most problematic for you when using catering establishments (please select at most 3 answers).

For the majority of respondents the biggest problems was the lack of knowledge about celiac disease among the staff, the limited offering of gluten-free dishes and products, and the fear of cross-contamination of meals. Less than 2% chose the ‘other’ option, where they could provide problems. It is worth noting that this option was selected in order to emphasize and clarify other answers. 2 respondents said that, in addition to lacking knowledge, the staff of catering establishments also sometimes deliberately misled customers. According to one respondent, the worst thing was their lack of awareness about the consequences of gluten consumption by celiac patients. One respondent noted that a gluten-free diet was commonly associated with a fashionable celebrity whim.

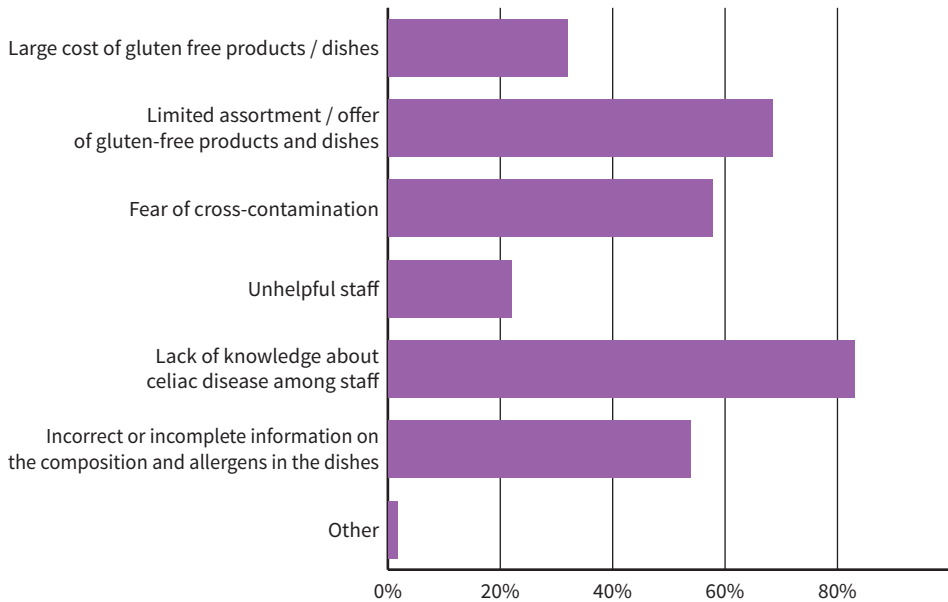


Figure 3: Problems faced by respondents in catering establishments. Percentages do not add up to 100 since respondents could indicate several answers. Source: own research

Q: How often during your tourist trips do you and/or your sick child/children feel the following emotions (Fig. 4):

Given the relatively limited number of restaurants that cater for the needs of celiac sufferers or shop that sell gluten-free food, problems associated with having

to maintain a strict gluten-free diet a lot of can cause emotional distress. More than 50% of respondents always or almost always feel that their trips are not as enjoyable as they were before their diagnosis. People who had been diagnosed more than 5 years earlier were more likely to choose “rarely” or “never”. This difference is statistically significant ($\chi^2 = 11.25$, $df = 4$, $p = 0.023$). Over 70% felt that there was no room for spontaneity during trips because practically every activity had to be planned with the diet in mind. 80% of respondents always felt grateful and relieved each time the restaurant staff showed their sympathy and support. Almost 70% of respondents often or from time to time felt that others considered them oversensitive because of their dietary needs. Younger respondents (aged up to 40) were more likely to indicate that travelling was not as pleasant as before the diagnosis: they accounted for 65% of those who chose the option “always” and 76% of those who selected “usually”. This difference turned out to be statistically significant ($\chi^2 = 17.58$, $df = 4$, $p < 0.001$).

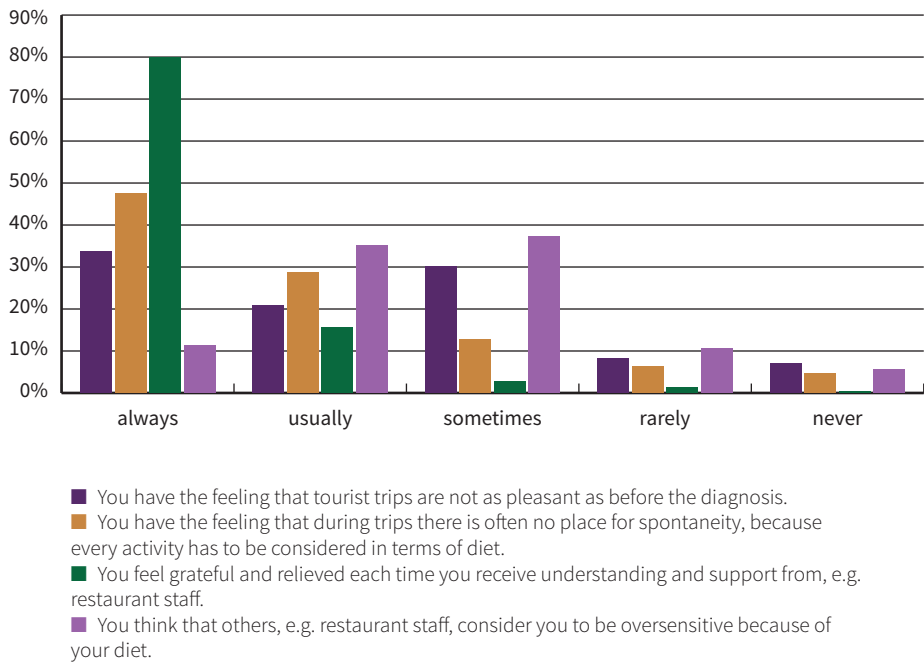


Figure 4: Emotions experienced by people with celiac disease during their tourist trips
Source: own research

Q: What do you miss the most (if anything) during tourist trips as a consequence of limitations resulting from your disease?

For 195 respondents, the biggest problem was the limited range of gluten-free dishes and products, which, according to several respondents, was particularly acute in smaller towns; a few respondents mentioned problems with food in their destination (the lack of gluten-free dishes at chain fast-food restaurants or gluten-free snacks at gas stations); one person also complained about bars in tourist hostels). Other complaints included the lack of freedom and spontaneity, having to carefully plan each day, inconveniences for healthy travel companions, not enough educated staff who do not underestimate the consequences of gluten consumption and respect the concerns of celiac sufferers. The following statements express respondents' emotions and frustration related to the problem of travelling:

- Places where you can go in and eat a hot soup, dinner and sometimes ice cream without having to look for a place like that within 100 km!
- Freedom to visit many places. It is sad to see your child's wistful look when feeling the aroma of waffles, ice-cream, chips and pizza smell.
- What is lacking the most is freedom. I have this fear in the back of my mind: are you sure it's gluten-free? Won't it hurt me? Can I be sure I won't get sick?

Q: Have you ever cancelled your trip / your child/children's trip because of potential problems with maintaining a gluten-free diet? If so, can you indicate specific reasons for cancelling?

The fact of being a celiac sufferer and having to follow a strict gluten-free diet was the reason why 46% of adult respondents and 55% of children had at some point made a decision to cancel their travel plans. The most frequently mentioned reasons include the lack of catering facilities or shops offering gluten-free food. Another common reason was lack of help and support. Respondents also reported cancelling trips organised by travel agencies, their business trips, trips to non-European countries, sanatoriums, or trips to family celebrations, e.g. weddings. Children's trips had been cancelled because the staff of accommodation facilities, organisers of school trips and summer or winter camps showed reluctance to accommodate children's special dietary needs.

5. Discussion

As can be seen from the previous section, when organising their trips, celiac sufferers often need to make special arrangements (e.g. type of accommodation) to make sure they can follow a strict gluten-free diet. As many as 41% of respondents indicated that the main criterion in searching for possible destinations was the availability of gluten-free meals, while other factors were considered to be less important. This finding stands in contrast with results of studies regarding the decision-making process in tourism (Wattanacharoensil & La-ornual 2019), which suggests that tourists choose destinations primarily on the basis of their perceived image created by marketing, media or opinions of other tourists. In the case of celiac sufferers, such decisions are largely determined by the existence of specific tourist services and not by the destination image. In their case, the ability to satisfy their need for recreation greatly depends on being able to maintain a healthy diet. This is what distinguishes tourists suffering from celiac disease from other tourists, who usually do not think about tourism-related health risks (Mahadevan & Strehlow, 2017). A study by Reichel, Fuchs & Uriely (2007) also indicated that food safety was a key factor influencing destination selection and travel planning, as evidenced by the fact that respondents tended to choose accommodation options with access to a kitchen. It was also important for them that there should be at least a gluten-free food shop, although they almost always took some food with them anyway. Similar trip arrangements undertaken to accommodate special dietary needs were observed by Barnett et al. (2012) who studied behaviours of consumers with allergies to peanuts and nuts. They found that respondents used a variety of strategies to stay safe, such as going to familiar places, limiting their activities, carrying allergy information cards in the language of the country they were visiting, preparing their own meals, and staying close to medical facilities. It can therefore be concluded that the first hypothesis has been confirmed.

The second hypothesis has also been verified. One of the key factors considered by tourists when planning a trip is the perceived risk associated with travelling and possible ways of mitigating it. Yeung and Yee (2020) found that while being an important aspect of tourist experience, food could cause health problems that can ruin a vacation. Their study indicated that celiac sufferers perceived a higher risk of their health or well-being getting worse while travelling compared with staying at home. As many as half of respondents in their study had decided not to travel for fear of not being able to maintain a proper diet. Lepp and Gibson (2003) found that perceived food-related health risks were higher than other travel-related risks. Most respondents also reported being frequently afraid of cross-contamination, which could in many cases lead to symptoms of poisoning. Similar findings were

also reported by Sverker, Hensing & Hallert (2005). The primary way of reducing the perceived risk associated with travelling is to collect information. Research results suggest such information plays an important role in travel preparations and during actual trips. Reliable and credible sources of information are particularly important. Since such information is often not offered by service providers, as shown by other studies (Fuentes-Moraleda et al., 2022; Muñoz-Mazón et al., 2021; Šálková & Tichá, 2020), respondents have no choice but to rely on other sources, such as social media or special apps. It is worth emphasizing that this sense of uncertainty and high risk experienced by tourists goes against the idea of creating a hospitality space, which, according to Kaczmarek and Kaczmarek (2011), should feature, among other things, a system of clear and universally understandable information, should be fully accessible and offer a sense of security.

Respondents in the survey described in this article unequivocally highlighted the discomfort associated with the need to follow a strict gluten-free diet when travelling. They admitted that trips did not enjoy their trips as much as they had before the diagnosis, they felt uncomfortable having to constantly ask about food safety, check information, and were stressed about causing trouble to the staff of catering facilities. In a study by Pietras-Mrozicka (2018), respondents also emphasized the sense of being different, which resulted from the lack of other people's understanding for their condition. What made eating out particularly stressful was Insufficient knowledge and low levels of social awareness about the gluten-free diet. This is why it was particularly difficult for respondents to ask questions about dish ingredients, which they perceived as causing trouble, a sense of being different from other diners, and the lack of other people's understanding for their specific dietary needs. Respondents also reported factors causing discomfort when travelling, such as lack of spontaneity and not being fully free to make decisions. Similar results can be found in Tudball et al. (2015) regarding the experience of travelling with multiple medicines. Young respondents described the preparation for the trip and the need to adapt their travel plans to their medication regimen as onerous and inconsistent with the spirit of spontaneity. It is also worth noting that people following a strict gluten-free diet are practically unable to experience culinary tourism. As noted by Kesgin et al. (2022), the pleasure derived from food consumption has a big effect on the level of satisfaction and memories of a tourist. It can therefore be concluded that and the third hypothesis has also been confirmed.

A gluten-free diet is not only used by celiac sufferers but also by people suffering from allergies or hypersensitivity to gluten, temporary gluten intolerance caused by, e.g. an antibiotic therapy, autism or some autoimmune diseases. Moreover, some people follow a gluten-free diet because it is a healthy food trend. Catering

facilities interested in meeting requirements for safe gluten-free meals can rely on the support of the Polish Association of People with Celiac Disease and the Gluten-Free Diet. For 10 years, the organisation has been running a nationwide information and educational programme about the gluten-free menu, which can be used to create a database and certification for various types of restaurants and catering companies. The association offers staff training about the gluten-free diet and dish preparation. Facilities whose employees have been trained are included in the programme, receive a certificate, have the right to use the programme logo and are included in search results for celiac-friendly places. In this way they can gain new customers, both from Poland and abroad¹. Based on a study of restaurants in six cities (Bali, Singapore, Sydney, Paris, Dubai and Doha), Oktadiana, Pearce & Mohammadi (2020) argue that companies need to be encouraged to think about how they can expand the knowledge and skills of their staff in the field of preparing, cooking and serving food in line with various dietary restrictions resulting not only from medical indications but also from lifestyle choices (e.g. veganism) or religious dietary rules.

6. Conclusions

The empirical results obtained by the author and those reported in the literature suggest that awareness and sensitivity on the part of the staff are among the key factors affecting the way in which tourists suffering from celiac disease perceive the quality of customer service. Various studies emphasize the importance of training in this area (Fuentes-Moraleda et al., 2022; Muñoz-Mazón et al., 2021; Taşkin & Savlak, 2021; Šálková & Tichá, 2020; Regnerová, Šálková & Varvažovská, 2016; Towers & Pratten, 2003). As noted by Pietras-Mrozicka (2018), better knowledge about celiac disease and limitations faced by those who suffer from it could improve their participation in social life, facilitate self-fulfilment and prevent their life quality from getting worse.

The results of the study also show how much celiac sufferers rely on access to reliable information when preparing for and during their tourist trips. If such information is not provided to people with special dietary needs, their entire tourist experience is likely to be affected by feelings of uncertainty and concerns about potential health risks.

¹ More information about the programme (in Polish) can be found on its website <https://men-ubezglutenu.pl/o-programie/>

The main limitation of the study described in the article is the fact it is based on a self-selected sample of respondents, which is not representative of the population of celiac sufferers in Poland. However, since the results are consistent with those reported in other studies, they can be assumed to be reliable.

Further research could be carried out to analyse opinions of different groups of people with specific food needs in other illnesses than celiac disease. It would also be useful to analyse the phenomenon from the supply side, e.g. to study catering establishments at the destination to identify the main barriers they encounter in creating an offer suitable for such tourists.

References

- Barnett, J., Botting, N., Gowland, M.H., & Lucas, J.S. (2012). The strategies that peanut and nut-allergic consumers employ to remain safe when travelling abroad. *Clinical and translational allergy*, 2, 1–7. <https://ctajournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/2045-7022-2-12>
- Beltramo, R., Duglio, S., & Cappelletti, G.M. (2022). Should I Stay or Can I Go? Accessible Tourism and Mountain Huts in Gran Paradiso National Park. *Sustainability*, 14(5), 2936. <https://doi.org/10.3390/su14052936>
- Bierła, J.B., Konopka, E., Trojanowska, I., & Cukrowska, B. (2019). Celiakia — choroba dzieci i dorosłych. Diagnostyka i badania przesiewowe w grupach ryzyka. *Laboratorium Medyczne*, 2, 40–46.
- Bronczyk-Puzoń, A., Bieniek, J., Koszowska, A., Nowak, J., Dittfeld, A., Dziąbek, E., & Jagielski, P. (2014). Jakość życia osób z celiakią, alergią i nadwrażliwością na gluten stosujących dietę bezglutenową: Ocena za pomocą kwestionariusza WHOQOL-BREF. *Medycyna Ogólna i Nauki o Zdrowiu*, 20(3), 241–244. <https://doi.org/10.5604/20834543.1124650>
- Cañulaf, P., & Rodríguez, C.A. (2015). Accesibilidad en la oferta gastronómica de la ciudad de Viedma, provincia de Río Negro, Argentina. *Turismo y Sociedad*, 16, 31–42. <https://doi.org/10.18601/01207555.n16.03>
- Durazzo, M., Ferro, A., Brascugli, I., Mattivi, S., Fagoonee, S., & Pellicano, R. (2022). Extra-Intestinal Manifestations of Celiac Disease: What Should We Know in 2022?. *Journal of Clinical Medicine*, 11(1), 258. <https://doi.org/10.3390/jcm11010258>
- Fuentes-Moraleda, L., Muñoz-Mazón, A., Santiago-Rincón, C., & Orea-Giner, A. (2022). Defining risk reduction strategies for tourists with specific food needs: A qualitative approach. *British Food Journal*, 124(2), 590–612. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2021-0398>
- Kaczmarek, S., & Kaczmarek, J. (2011). Teoretyczne podstawy studiów nad przestrzenią gościnności. In Durydiwka M., Duda-Gromada K. (Eds.) *Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany* (pp. 65–74). Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych.
- Kesgin, M., Önal, İ., Kazkondur, İ., & Uysal, M. (2022). Gastro-tourism well-being: The interplays of salient and enduring determinants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(9), 3253–3277. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2021-1132>
- Kozinets, R.V., & Brzozowska-Brywczyńska, M. (2012). *Netnografia: Badania etnograficzne online*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Lebwohl, B., & Rubio-Tapia, A. (2021). Epidemiology, Presentation, and Diagnosis of Celiac Disease. *Gastroenterology*, 160(1), 63–75. <https://doi.org/10.1053/j.gastro.2020.06.098>
- Lee, A., & Newman, J.M. (2003). Celiac diet: Its impact on quality of life. *Journal of the American Dietetic Association*, 103(11), 1533–1535. <https://doi.org/10.1016/j.jada.2003.08.027>

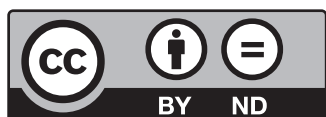
- Limanowska, P., Kubiak, J., Napieraj, K., & Rozanska, D. (2014). Ocena wybranych aspektów życia codziennego i czynników determinujących przestrzeganie diety bezglutenowej u osób chorych z celiakią. *Medycyna Ogólna i Nauki o Zdrowiu*, 20(4). <https://doi.org/10.5604/20834543.1132035>
- Mahadevan, S.V., & Strehlow, M.C. (2017). Preparing for international travel and global medical care. *Emergency Medicine Clinics*, 35(2), 465–484. <http://dx.doi.org/10.1016/j.emc.2017.01.006>
- Mody, M., Suess, C., & Lehto, X. (2019). Going back to its roots: Can hospitableness provide hotels competitive advantage over the sharing economy? *International Journal of Hospitality Management*, 76, 286–298. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.017>
- Muñoz-Mazón, A., Orea-Giner, A., Fernández Muñoz, J.J., Santiago, C., & Fuentes-Moraleda, L. (2021). Risk perception before travelling: Solutions for consumers with vulnerabilities. *Journal of Services Marketing*, 35(6), 791–806. <https://doi.org/10.1108/JSM-07-2020-0304>
- Nasifoglu Elidemir, S., Ozturen, A., & Bayighomog, S.W. (2020). Innovative Behaviors, Employee Creativity, and Sustainable Competitive Advantage: A Moderated Mediation. *Sustainability*, 12(8), 3295. <https://doi.org/10.3390/su12083295>
- Niezgoda, A., Markiewicz, E., & Gierczak, B. (2016). Dywergencja zachowań konsumenckich na przykładzie rynku turystycznego. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 45(1), 96–104. <https://doi.org/10.15584/nsawg.2016.1.10>
- Ofori, D., & Appiah-Nimo, C. (2022). Relationship Management, Competitive Advantage and Performance of Hotels: A Resource-Based View. *Journal of African Business*, 23(3), 712–730. <https://doi.org/10.1080/15228916.2021.1924573>
- Oktadiana, H., Pearce, P.L., & Mohammadi, Z. (2020). Special dietary requirements: Restaurant sector responses across six tourist cities. *International Journal of Tourism Research*, 22(4), 507–517. <https://doi.org/10.1002/jtr.2352>
- Pietras-Mrozicka, M. (2018). Zmiany dotychczasowego stylu życia pod wpływem leczenia dietą bezglutenową w celiakii. Przyczynek do badań. *Ekonomia*, 23(4), 179–193. <https://doi.org/10.19195/2084-4093.23.4.14>
- Regnerová, O., Šálková, D., & Varvažovská, P. (2016). The Availability of Food for a Gluten-free Diet and Possibilities at Dining Establishments. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 64(4), 1365–1372. <https://doi.org/10.11118/actaun201664041365>
- Reichel, A., Fuchs, G., & Uriely, N. (2007). Perceived risk and the non-institutionalized tourist role: The case of Israeli student ex-backpackers. *Journal of Travel Research*, 46(2), 217–226. <https://doi.org/10.1177/0047287507299580>
- Różycki, P. (2022). *Geneza i teoria turystyki* (I). PWN.
- Šálková, D., & Tichá, L. (2020). Food Intolerance and Customer Behavior Specifics as a Limiting Factor for Travelling. *DETUROPE — The Central European Journal of Tourism and Regional Development*, 12(1), 119–135. <https://doi.org/10.32725/det.2020.007>
- Stasiak, A. (2021). *Turystyka społeczna w Polsce: Przewodnik dobrych praktyk: monografia naukowa*. Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze. Centralny Ośrodek Turystyki Górskiej PTTK. Oficyna Wydawnicza “Wierchy”.
- Sverker, A., Hensing, G., & Hallert, C. (2005). ‘Controlled by food’ — lived experiences of coeliac disease. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 18(3), 171–180. <https://doi.org/10.1111/j.1365-277X.2005.00591.x>
- Taşkın, B., & Savlak, N. (2021). Public awareness, knowledge and sensitivity towards celiac disease and gluten-free diet is insufficient: A survey from Turkey. *Food Science and Technology*, 41(1), 218–224. <https://doi.org/10.1590/fst.07420>
- Towers, N., & Pratten, J. (2003). Managing special dietary needs for food allergies in the hospitality industry; a survey based on the Coeliac disorder. *International Journal of Hospitality Management*, 22(4), 341–351. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(03\)00066-5](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(03)00066-5)

- Tudball, J., Smith, L., Ryan, K., Williamson, M., & Manias, E. (2015). Challenges to consumers travelling with multiple medicines. *Journal of Pharmaceutical Health Services Research*, 6(3), 127–132. <https://doi.org/10.1111/jphs.12097>
- Uysal, M., Berbekova, A., & Kim, H. (2020). Designing for Quality of life. *Annals of Tourism Research*, 83, 102944. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102944>
- Wattanacharoensil, W., & La-ornual, D. (2019). A systematic review of cognitive biases in tourist decisions. *Tourism Management*, 75, 353–369. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.06.006>
- Yeung, R.M., & Yee, W.M. (2020). Travel destination choice: does perception of food safety risk matter?. *British Food Journal*, 122(6), 1919–1934, <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2018-0631>
- Yoo, C., Yeon, J., & Lee, S. (2022). Beyond “good company”: The mediating role of innovation in the corporate social responsibility and corporate firm performance relationship. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(10), 3677–3696. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2021-1288>

Wybrane aspekty aktywności turystycznej osób z celiakią

Streszczenie. Celem artykułu jest analiza aktywności turystycznej osób chorych na celiakię, określenie typowych dla nich wzorców zachowań oraz wskazanie barier, które utrudniają lub uniemożliwiają im udział w niektórych usługach turystycznych. Na podstawie wniosków z badania autorka proponuje rozwiązania, które hotele i obiekty gastronomiczne mogą wykorzystać do budowania swojej przewagi konkurencyjnej. Analiza opiera się na wynikach ankiety i netnografii. Stwierdzono, że osoby z celiakią lub ich opiekunowie prawni muszą planować podróże z uwzględnieniem specjalnych potrzeb żywieniowych. W związku z tym w ich przypadku podróżowanie wiąże się ze zwiększonym ryzykiem zaostrzenia się objawów chorobowych i prawie zawsze z dyskomfortem wynikającym ze specjalnych potrzeb żywieniowych. Można zatem stwierdzić, że doświadczenia osób z celiakią związane z podróżowaniem można poprawić poprzez podniesienie świadomości i wrażliwości personelu hotelowego oraz ułatwienie dostępu do rzetelnych informacji na temat składu i sposobu przygotowania posiłków bezglutenowych.

Słowa kluczowe: celiakia, aktywność turystyczna, nietolerancja pokarmowa, turystyka dostępna



Copyright and license. This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution — NoDerivates 4.0 International (CC BY-ND 4.0) License, <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

PAWEŁ BAJON^a

Wirtualne doświadczenie turystyczne: droga ku *homo viator digitalis*

Streszczenie. Artykuł jest próbą opisanego procesu postępującej cyfryzacji doświadczenia turystycznego. Odwołując się do trzech kulturowych modeli człowieka — *homo viator*, *homo videns* i *homo digitalis* — autor posługuje się takimi pojęciami jak cyfrowe doświadczenie turystyczne i cyberprzestrzeń doświadczenia turystycznego, aby zaproponować nowy model kulturowy, a mianowicie człowieka cyfrowego pielgrzyma — *homo viator digitalis*. Artykuł jest teoretyczną analizą literatury dotyczącej kategorii ogólnych, takich jak modele kulturowe, kultura wizualna, ekonomia doświadczeń, społeczności wyobrażone, oraz bardziej szczegółowych pojęć, jak np. produkt turystyczny i doświadczenie turystyczne. Postępująca cyfryzacja i wirtualizacja życia indywidualnego i społecznego odzwierciedla i wpływa na wiele aspektów życia społecznego głęboko zakorzenionych w kulturze człowieka, w tym na aktywność turystyczną. Obecnie doświadczenie turystyczne coraz częściej ma miejsce w rzeczywistości mieszanej, realnej i wirtualnej. Rozróżnienie między środowiskiem rzeczywistym a wirtualnym staje się coraz trudniejsze, a często wręcz przestaje być istotne. Obie rzeczywistości stają się integralną całością, osadzoną w cyberprzestrzeni doświadczenia turystycznego, będącej współczesnym odpowiednikiem bańki turystycznej Boorstina.

Słowa kluczowe: *homo viator*, *homo videns*, *homo digitalis*, rzeczywistość wirtualna, rzeczywistość mieszana

1. Wstęp

Zasięg i znaczenie technologii informatycznych skłania do refleksji nad zwirtualizowanym środowiskiem życia człowieka, w tym nad cyfrowo współkształtowaną jakością doświadczenia turystycznego. Celem niniejszego opracowania jest próba ujęcia doświadczenia turystycznego jako doświadczenia podlegającego gwałtownie postępującej digitalizacji. Ucyfrowienie obejmuje bowiem wszystkie sfery życia człowieka, nie pomijając aktywności turystycznej. Odwołanie do trzech modeli kulturowych człowieka: *homo viator*, *homo videns* i *homo digitalis* pozwala na

^a WSHIU Akademia Nauk Stosowanych w Poznaniu, pawelbajon@o2.pl, <https://orcid.org/0000-0002-1908-8036>

kompleksowe spojrzenie na teorię podróżowania oraz na wypracowanie takich kategorii, jak cyfrowe doświadczenie turystyczne czy cyfrowy człowiek pielgrzym: *homo viator digitalis*. Doświadczenie turystyczne bowiem, coraz bardziej wirtualne, w swej istocie pozostaje mocno zakorzenione w znanych zjawiskach społecznych i kulturowych. Jest swego rodzaju „starym” doświadczeniem w nowej odsłonie.

Pierwszą tezą pracy jest to, że człowiek jest istotą wędrującą, zarówno w przeźnośni, kiedy poszukuje sensu swojego istnienia, jak i dosłownie — kiedy staje się turystą. Jest *homo viator*.

Druga teza głosi, że zmysł wzroku pozostaje najważniejszy — zarówno z punktu widzenia jednostki, jak i w znaczeniu społeczno-kulturowym, co znajduje wyraz w rozwoju kultury wizualnej i konstytuowaniu się „człowieka patrzącego” — *homo videns*.

Trzecia teza zakłada, że życie człowieka toczy się jednocześnie w sferze faktycznej, jak i symbolicznej, które pozostają nierozzerwalnie powiązane. Sfera symboliczna jest swoistą sferą wirtualną.

Ostatnią i najważniejszą tezą niniejszego opracowania jest to, że integralną cechą współczesnego doświadczenia turystycznego jest jego postępująca digitalizacja. Obejmuje ona wszystkie aspekty ludzkiego życia oraz wszystkie fazy podróży i wszelkie procesy z podróżą związane.

W związku z powyższym człowiek, w tym człowiek pielgrzym, zawieszony pomiędzy rzeczywistością realną a cyfrową, staje się człowiekiem pielgrzymem cyfrowym: *homo viator digitalis*.

W pierwszej części pracy znajdzie się krótka charakterystyka wskazanych modeli, sygnalizująca ich zasadnicze elementy. Koncepcje te ulegną rozwinięciu w dalszych częściach tekstu. Przybliżone zostaną także podstawowe pojęcia związane z omawianą problematyką, jak rzeczywistość wirtualna, społeczeństwo cyfrowe, cyberprzestrzeń oraz doświadczenie turystyczne. W kolejnych częściach nastąpi omówienie wybranych kwestii dotyczących kultury wizualnej oraz cyfryzacji życia ludzkiego, prowadzących do koncepcji *homo viator digitalis* oraz wirtualnego (cyfrowego) doświadczenia turystycznego.

2. Modele kulturowe człowieka: *homo viator*, *homo videns* i *homo digitalis*

2.1. *Homo viator*

Człowiek pielgrzym, człowiek podróżujący. Model ten niesie sensy symboliczne, ale też może być traktowany z dużą dozą dosłowności. Za Gabrielem Marcelem: człowiek jest pielgrzymem mającym dążyć w kierunku pełniejszego człowieczeństwa, zarówno zgłębiając sam siebie, jak i otwierając się na świat, poprzez nieustanne „wychodzenie” ku czemuś zewnętrznemu, przede wszystkim ku drugiemu człowiekowi (Dec, 1985). Podróż jest zatem przede wszystkim symboliczna. Jednakże *homo viator* nie tylko pielgrzymuje metaforycznie przez życie. Pielgrzymuje także dosłownie: w poszukiwaniu żywności, miejsca do życia i wreszcie w poszukiwaniu sensu życia, przez poznawanie świata. Eksplorowanie świata i eksplorowanie siebie toczą się jednocześnie i nieprzerwanie. Co więcej, *homo viator*, poszukując sensu życia, szuka swoistej świętości. Jedną z życiowych sfer *sacrum* jest współcześnie turystyka, jako podróż tyleż dosłowna, co i symbolicznie istotna. Nie chodzi o to, że turystyka jest sensem życia (choć może i tak się zdarzyć), ale o to, że stanowi jedną z dróg poznawania siebie oraz świata, a jednocześnie rytualną formę pielgrzymki do swoistych miejsc turystycznego kultu, nawet jeśli nie jest związana z żadną religią. Jest formą zrytualizowaną zarówno w swojej postaci, jak i społecznym usankcjonowaniu: to społecznie dopuszczalna, a nawet pożądana forma chwilowego oderwania się od codziennej pracy, czyli od sfery *profanum* (szeroko kwestie rytualizacji i symbolicznych znaczeń turystyki omawiają m.in. MacCannel, 2012 oraz Urry, 2007). Można zauważyć, że w kontekście święta do głosu dochodzi także *homo ludens*, korzystający ze społecznie zdefiniowanej, ogólnodostępnej rozrywki, zapewnianej przez przemysł turystyczny.

2.2. *Homo videns*

Autor tego pojęcia, Giovanni Sartori, opisuje współczesnego człowieka jako postać funkcjonującą w świecie obrazów. Posługującą się obrazami, komunikującą się za pomocą obrazów. Należy wspomnieć, że autor ma negatywne zdanie o człowieku, który czerpie informacje o otaczającym go świecie z obrazów; uważa go — w skrócie — za osobę bezmyślną (Sartori, 2007). Sartori odnosi się głównie do telewizji i jego przekaz miał raczej przestrzegać przed zgubnym oddziaływaniem tego sugestywnego medium, podającego gotowe odpowiedzi i tym samym zwalniającego od myślenia. Nie jest to miejsce na polemikę z Sartorem, tym bardziej że samo pojęcie *homo videns* może być użyteczną kategorią, wpi-

sującą się w kontekst szeroko pojmowanej kultury wizualnej oraz mającą wiele wspólnego ze „spojrzeniem turysty” Johna Urry’ego. Prawdopodobnie bowiem w podróżowaniu, zwłaszcza masowym, coraz mniej jest eksplorowania, a coraz więcej oglądania, w którym głębsza refleksja zajmuje niewiele miejsca. Człowiek pielgrzym staje się coraz bardziej człowiekiem patrzącym — *homo videns*. Patrzenie zastępuje poszukiwanie, choć z poszukiwania wyrasta. W kontekście *homo videns*, a także „spojrzenia turysty”, warto też zwrócić uwagę na kategorię *homo turisticus*. Koncepcja ta z jednej strony zbieżna jest z *homo videns*, a z drugiej wskazuje na kluczowe cechy „człowieka turystycznego”. Zasadniczą jest ta, iż specjalizuje się on właśnie w „konsumpcji wizualnej”. Zarówno wyodrębniony przez Alejsiaka *homo turisticus vulgaris* (popularny, masowy), jak i *homo turisticus scitus* (zręczny, świadomy, wytrawny) (Alejsiak, 2011) odnajdują w przestrzeni wirtualnej środowisko nader bogate w interesujące ich wrażenia. Istotne kwestie widzenia rozwinięte zostaną w dalszych częściach w kontekście kultury wizualnej.

2.3. *Homo digitalis*

Określenie coraz powszechniej pojawiające się w sferze rozważań, opisujące obecną pozycję człowieka wobec świata, a także wobec technologii. Koncepcja ta, wskazując pewne istotne cechy człowieka, pozostaje kategorią wieloznaczną i nieo określoną.

Homo digitalis to — w skrócie — człowiek otoczony urządzeniami informatycznymi i od nich zależny, człowiek nieustannie „podłączony” do wyobrazeniowej oraz technicznej sieci. Sieci wyobrazeniowej jako relacji z innymi ludźmi oraz sieci technicznej jako tej, która obsługuje niemalże wszystkie funkcje życia zawodowego i prywatnego. Człowiek cyfrowy żyje w epoce internetu, która sprzyja powstawaniu nowych ruchów społecznych, odznaczających się horyzontalnością, wymianą zdań oraz swoistą „wirusowością”, a więc skłonnością do natychmiastowego krążenia informacji w szerokim środowisku, ruchu od jednego użytkownika do kolejnego (Ninet, 2019). Zwraca się również uwagę, że internet przeprogramuje ludzi, choć rodzaj i zakres tej przemiany pozostaje jeszcze dla nas nieuchwytny. Jak twierdzi Byung-Chul Han, „Kuśtykamy za medium, które znajduje się poniżej naszego progu świadomej decyzji, definitywnie zmieniając sposób, w jaki działamy, postrzegamy, czujemy, myślimy i żyjemy razem” (Han, 2017, cyt. za: Lopez, 2019, s. 97). Kontekst funkcjonowania *homo digitalis* wyznaczany jest przez dostęp do globalnych zasobów internetowych, bezpośredniej komunikacji, przekraczającej ograniczenia zarówno czasu, jak i przestrzeni, ale także — przynajmniej w pewnej mierze — różnic społecznych i kulturowych.

Oczywiście tak potężne medium jest źródłem równie potężnych szans i zagrożeń, których nie jesteśmy świadomi. „Ucyfrowienie” człowieka nie kończy się jednak na zapośredniczonej interakcji z innymi ludźmi poprzez medium przekraczające czas i przestrzeń czy na rozwoju tzw. sztucznej inteligencji, w pewnym sensie sterującej naszą sferą poznawczą, decyzyjną oraz aktywnością w sieci i życiu „realnym”. Można przecież spodziewać się rzeczywistej, fizycznej ingerencji tejże sztucznej inteligencji, nanorobotów oraz innych wynalazków w ludzkie ciało, a także w tkankę społeczną.

O ile rzeczywiste, fizyczne „sprzężenia” człowieka z siecią informatyczną są obecnie na poziomie abstrakcji (bądź prób, o których niewiele oficjalnie wiadomo), o tyle oddziaływanie w sferze pośredniej — informacyjnej jest już faktem niezwykle istotnym w codziennym życiu. Faktem, który wszakże ukształtował już jedno pokolenie wychowane w epoce internetu.

Człowiek cyfrowy jest także częścią społeczeństwa informacyjnego. Z tą kategorią wiąże się nie mniej trudności. Definicji jest wiele, a ze względu na dynamikę procesów informatyzacji w świecie pozostają one na wysokim stopniu ogólności. Wystarczająca na potrzeby niniejszych rozważań jest definicja zaproponowana na I Kongresie Informatyki Polskiej, mówiąca, iż społeczeństwo informacyjne to społeczeństwo „charakteryzujące się przygotowaniem i zdolnością do użytkowania systemów informatycznych, skomputeryzowane i wykorzystujące usługi telekomunikacji do przesyłania i zdalnego przetwarzania informacji” (I Kongres Informatyki Polskiej, 1994, cyt. za: Nowak, 2008, s. 25). Definicja ta podkreśla rolę informacji i jej przesyłania, nie wyłączając jej wytwarzania, udostępniania w dowolnych celach i formach — czy to w kontekście prywatnym, zawodowym, masowym, czy indywidualnym. Uważa się niekiedy, że społeczeństwo staje się informacyjne, jeśli większa część PKB pochodzi z sektora informacyjnego, a siłę roboczą stanowią w większości pracownicy informacyjni (Januszko, 2005). Kryteria uznania, że jakieś społeczeństwo jest informacyjne, są jednak na tyle nieoczywiste, iż określenie „społeczeństwo informacyjne” wskazuje bardziej ideę zdigitalizowanych społeczności niż jakieś modelowe, rzeczywiste społeczeństwo tego typu. Chodzi raczej o rozmaite grupy społeczne tworzące tak złożone sieci zależności, że można opisać je terminem „społeczeństwo”, choć jest to swoisty typ społeczeństwa, luźno związanego z określoną geograficzną przestrzenią oraz wieloetnicznego i wielokulturowego.

3. Zdigitalizowana rzeczywistość i zdigitalizowana przestrzeń turystyczna, kultura wizualna i wspólnoty wyobrażone

3.1. Zdigitalizowana rzeczywistość i zdigitalizowana przestrzeń turystyczna

W epoce informacyjnej — to jedno z wielu określeń obecnych czasów, zaproponowane przez Manuela Castellsa w 1996 roku (Castells, 2010) — rzeczywistość nabiera nowych właściwości. Funkcjonuje już nie tylko rzeczywistość (określana nieco niezręcznie jako „realna”), ale także rzeczywistość cyfrowa, rozgrywająca się w cyberprzestrzeni. Słowo to oznacza — w najogólniejszym wymiarze — środowisko wymiany informacji za pomocą sieci i systemów komputerowych (Marczyk, 2018). W myśl tej definicji rzeczywistość cyfrowa to zatem swoista przestrzeń informacyjna, w ramach której funkcjonuje tzw. rzeczywistość wirtualna. Pojęcie to oznacza zwykle wygenerowane komputerowo środowisko, w którym użytkownik może się poruszać i z którym może wchodzić z interakcje (Berbeka, 2016). Obok rzeczywistości wirtualnej rozwija się tzw. rzeczywistość rozszerzona. Istotą nie jest tutaj generowanie oddzielnego, całkowicie cyfrowego świata, ale oparcie się na świecie realnym, który wzbogacony zostaje o informacje o istniejących miejscach lub obiektach poprzez nakładanie na nie wirtualnych elementów, często w postaci multimedialnej (Laskowski, Rawski i Szadura, 2013). Rzeczywistość mieszana oznacza kontinuum między rzeczywistością a wirtualnością. Innymi słowy, rzeczywistość mieszana rozciąga się pomiędzy środowiskiem rzeczywistym a środowiskiem wirtualnym. Ilustruje to poniższy schemat:



Rys. 1. Schemat ciągłości rzeczywistość - wirtualność (Milgram i Kishino, 2009, s. 37)

Rozszerzona rzeczywistość, według tej koncepcji, umiejscowiona jest bliżej środowiska rzeczywistego, a rozszerzona wirtualność bliżej środowiska wirtualnego, ponieważ im bliżej rzeczywistości wirtualnej, tym mniej znajduje się tutaj elementów rzeczywistych.

Nawiązując do doświadczenia turystycznego, zauważyć trzeba, że doświadczenie turystyczne współczesnego człowieka jest integralną częścią jego całościowego doświadczenia życiowego. Następuje zlewanie się turystyki z innymi sferami życia: Urry stwierdza, że doświadczenie turystyczne stało się doświadczeniem uniwersalnym i nie jest już specyficzne (Urry, 2007). Skoro w całej sferze doświadczania życia człowiek porusza się w powyższym kontinuum, analogicznie i doświadczenie turystyczne rozciąga się pomiędzy środowiskiem rzeczywistym i wirtualnym.

Zasadniczym środowiskiem aktywności turystycznej jest przestrzeń turystyczna. Przestrzeń ta, definiowana na wiele sposobów, w kontekście rzeczywistego ruchu turystycznego jest „funkcjonalnie wyróżniającą się częścią (podprzestrzenią) przestrzeni geograficznej rozumianej w sensie *largo*, to znaczy jako przestrzeń, na którą składają się elementy przyrodnicze (...), trwałe efekty działalności ludzkiej w tym środowisku, a także środowisko człowieka w rozumieniu społecznym” (Liszewski, 1995, s. 94). Ta syntetyczna definicja kładzie nacisk na przestrzeń fizyczną, symboliczną, społeczną i kontekst funkcjonalny. Tym bowiem, co decyduje o turystycznym charakterze przestrzeni, pozostaje pełniona funkcja turystyczna. Przestrzeń turystyczna jest jednak przestrzenią tyleż fizyczną, społeczną, ekonomiczną, co i wyobrażoną. Ważne, aby była jako turystyczna postrzegana. Sprawa komplikuje się tutaj z różnych powodów. Między innymi dlatego, że w przestrzeni turystycznej można wyodrębnić dwa zasadnicze poziomy: poziom realny (fizyczny) oraz poziom symboliczny (znaczeniowy). Internet, przewyższając przestrzeń oraz czas, w sposób istotny zmienia relacje pomiędzy tymi poziomami. Powstaje szczególny metapoziom cyfrowy (wirtualny), w ramach którego dokonuje się nieustanna, wykraczająca poza świadomość jednostki reinterpretacja tak poziomu fizycznego, jak i symbolicznego. Oznacza to, że kontekst znaczeniowo-kulturowy jest tak zmienny w sieci, że nawet jednostka o określonej wiedzy, osadzona w określonym kontekście społecznym i kulturowym nie może za nim nadążyć. W tym też sensie narasta „wirtualizacja” w istocie wszelkiego doświadczenia. W rezultacie przestrzeń turystyczna staje się coraz bardziej przestrzenią mieszaną i zmienną — staje się przedstawionym kontinuum rzeczywistości. Wskazanie, które elementy informacyjne i decyzyjne mają źródło w rzeczywistości realnej lub bliżej niej, a które są bliższe wirtualnej, staje się w zasadzie niemożliwe. Człowiek znajduje się gdzieś „pomiędzy” rzeczywistością a wirtualnością. Analogicznie, przestrzeń turystyczną percypuje jako niejednoznacznie wyodrębniony obszar cyberprzestrzeni. Cyberprzestrzeni postrzeganej jako turystyczna.

Kontinuum środowiska rzeczywistego oraz wirtualnego staje się faktem. Podkreślić należy klarującą się od kilku lat nową jakość zwirtualizowanej rzeczywistości, która — choć nadal pozostaje przede wszystkim conceptem — to jednak nabiera coraz bardziej konkretnych kształtów i ma już swoją nazwę: *metaverse*

(metawersum, metaświat). Buhalis, analizując ideę oraz funkcjonalność tego środowiska, akcentuje jego zasadnicze cechy. Najważniejszą jest ta, iż środowisko to pozwala na płynne „przemieszczanie” się pomiędzy światem fizycznym a wirtualnym (Buhalis, Leung i Lin, 2023). Płynne, ponieważ różnice przestają być postrzegane — nie sposób odróżnić „prawdziwego” od wirtualnego, a „przemieszczanie” w cudzysłowie, bo równie dobrze może dokonywać się przemieszczenie fizyczne (a przynajmniej ruch, stymulujący jego odpowiednik w świecie wirtualnym), co znaczeniowe czy funkcjonalne zmiany miejsca w przestrzeni wirtualnej.

W definicjach nie ma wprawdzie zgody co do tego, jaka jest istota metawersum: niekiedy podkreśla się, iż jest to zasadniczo środowisko wirtualne, najczęściej jednak uważa się, że jest to połączenie światów wirtualnego i fizycznego (Buhalis, Leung i Lin, 2023). Stwierdzenie, czy mamy do czynienia bardziej z wirtualnym dodatkiem do świata fizycznego, czy odwrotnie, nie jest w tym miejscu istotne. Ważne, iż wymieszanie tych światów staje się równocześnie faktem i swoistą *idée fixe* zarówno przemysłu, jak i „zwykłych ludzi”. Co więcej, wydaje się, że przestrzeń ta, tworzona przez firmy oraz przez użytkowników, staje się coraz bardziej przestrzenią wyobrażoną, ponieważ nie tylko człowiek się w niej „zanurza”, ale też jej uczestnicy aktywnie ją generują. Buhalis podkreśla również, że tak zintegrowane środowisko (wszechstronne i wielofunkcyjne, spajające różne technologie informacyjne i działające jak jedna całość) stwarza ogromne możliwości, a także zagrożenia w szeroko pojmowanym doświadczeniu turystycznym (Buhalis, Leung i Lin, 2023). Metawersum ma zatem być swoistym „środowiskiem totalnym” — obejmującym niemal pełne kontinuum środowiska realnego i wirtualnego, ma integrować rozproszone obecnie systemy i narzędzia komunikacji, handlu, rozrywki, czyli wszystkie funkcje, jakie realizowane są już obecnie w świecie wirtualnym, ale w „jednym miejscu”.

3.2. Kultura wizualna online: natychmiastowość, interaktywność, performatywność

Koncepcja *homo videns* eksponuje szczególnie pojmowany aspekt wizualizacji życia: wszechogarniający, sugestywny, natychmiastowy obraz telewizyjny zwalnia ludzi od myślenia. Internet niewątpliwie również posiada tę właściwość, jednak ma także inne cechy, za których sprawą jego oddziaływanie staje się o wiele bardziej zróżnicowane: praktycznie nieskończone spektrum tematyczne oraz interaktywność. Stwarza to niemalże nieograniczoną swobodę wyboru tego, co i jak chce się w internecie robić.

Homo videns Sartoriego po prostu patrzy, nie analizuje, przyjmuje dane wzrokowe bezkrytycznie i bezrefleksyjnie. Podobnie czyni turysta masowy Urry’ego:

gapi się. Obok nich w turystycznym świecie pojawia się jednak i ten, który się przygląda — *flaneur*, a także i ten, który podgląda — *voyeur*. Nie bez przyczyny Urry określa turystykę masową jako zinstytucjonalizowane podglądactwo, w którym naturalnym porządkiem jest podpatrywanie i naśladowanie innych grup (Urry, 2007). Ale poza tym jest przecież — i to zapewne reprezentant najliczniejszej grupy — obserwator. Człowiek realizujący „ludzkie zachowanie poznawcze”, jak określa je Graburn (1977, s. 17). W ucyfrowionej rzeczywistości wszystkie te funkcje realizowane są coraz bardziej intensywnie, mimo że w sposób coraz bardziej zapośredniczony. I wiążą się zarówno z samą turystyką, jak i z obserwacją internetowych performansów innych turystów czy osób istotnych dla oglądającego. W tym i dla podglądającego.

Nie kwestionując problemu bezrefleksyjnego spojrzenia, widzenia nie można sprowadzić wyłącznie do biernego patrzenia. Widzenie to proces złożony i aktywny. Zmysł wzroku jest (najprawdopodobniej) zmysłem dominującym: jak można przypuszczać, nawet 30% mózgu zajmuje się szeroko pojmowanym widzeniem (Masland, 2020). Wobec tego ludzkość wykonuje ogromną pracę z tym zmysłem związaną, której wyrazem (*nomen omen* widzialnym) jest rozwój kultury wizualnej. Internet natomiast jest bardzo skutecznym środowiskiem tworzenia, przetwarzania, przesyłania, przechowywania i odtwarzania danych wizualnych.

Istotę obrazu syntetycznie ujmuje Mitchell: „Obraz [jest rozpatrywany] jako gra pomiędzy wizualnością, urządzeniami, instytucjami, dyskursami, ciałami i figuralnością” (Mitchell, 1994, s. 16). Obraz może być obrazem wewnętrznym, takim, dla którego medium stanowi umysł człowieka, może też być obrazem zewnętrznym, a więc intersubiektywnie dostępnym, zobiektywizowanym, a przy tym związanym z różnymi nośnikami (Ogonowska, 2012). Wytwór naszego umysłu, który nazywamy obrazem, może być tzw. reprezentacją pierwszego stopnia, a więc odnosić się do określonej rzeczywistości zewnętrznej, może być również symulakrą (obrazem, który nie ma realnego desygnatu, jak np. obraz cyfrowy) czy też reprezentacją medialną n-tego stopnia, a zatem reprodukcją innego materiału, np. zdjęciem obrazu (por. Ogonowska, 2012).

Obraz w internecie ma wielkie możliwości być reprodukowany, modyfikowany i rozpowszechniany. Jest to związane z tym, że obrazy konstruują oraz narzucają sposoby widzenia rzeczywistości, ale także tworzą płaszczyznę testowania nowych sposobów widzenia. Określone sposoby udostępniania widoku realizują specyficzne ideologie widzialności (Ogonowska, 2012). Ideologie te obecne są w różnych sferach życia społeczno-gospodarczego, tworzą wymiary symboliczne i praktyczne, stają się konwencjami, których w obrazowaniu dotyczącym turystyki nie brakuje.

Fakt namnażania obrazów w cyfrowej rzeczywistości można próbować wyjaśnić nie tylko praktycznymi, komercyjnymi celami, ale także ludzką potrzebą ekspresji,

potrzebą odzwierciedlania rzeczywistości (*homo pictor*), jak również nadawania jej sensów symbolicznych w ogóle (*homo symbolicus*). Zarówno jednak *homo pictor* — „człowiek obrazów”, choć słowo to obejmuje różne formy prezentacji: grafikę, rzeźbę, maski i inne (Wulf, 2007, s. 4) — jak i *homo symbolicus* nie tylko odtwarzają, ale i tworzą wirtualne (nie rzeczywiste, ale symboliczne i ważne) rzeczywistości. Krótko a rzeczowo koncepcję *homo symbolicus* ujmuje Maj (2006, s. 210–211), stwierdzając, że jest to nie tylko koncepcja człowieka posługującego się kodem komunikacji symbolicznej ograniczonej do znaków. Jest to bowiem człowiek, który odbiera informacje, selekcionuje, weryfikuje, gromadzi, przetwarza oraz wyciąga z nich określone wnioski. Człowiek ten ponadto posiada wiedzę, nabywa wiedzę nową, uczestniczy w procesach wymiany wiedzy, w tym procesach jej internalizacji, eksternalizacji, socjalizacji i kombinacji. Co więcej, Maj podkreśla, iż obraz jest w istocie sekwencją znaków, a w związku z tym koncepcja *homo videns* ani nie może być traktowana jako następstwo *homo symbolicus*, ani też nie jest nawet konieczne jej wyróżnianie.

Bez symboliki z kolei, bez znaczeń istotnych i rozpoznawanych społecznie oraz indywidualnie atrakcje turystyczne nie pełnią swojej funkcji. Wyjaśnia to m.in. model MacCannella: atrakcją turystyczną jest empiryczny związek między turystą, widokiem i oznacznikiem, czyli informacją o widoku (MacCannell, 2002). Leiper twierdzi rzecz zbliżoną: atrakcja turystyczna jest systemem złożonym z trzech elementów: turysty (element ludzki), jądra (element centralny) oraz oznacznika (element informacyjny, marker) (Leiper, 1990, cyt. za: Richards, 2002, s. 1049–1050). Leiper definiował także atrakcję (turystyczną) jako „widoki, wydarzenia i udogodnienia skierowane na zapewnienie turystom przeżyć (doświadczeń)” (Leiper, 1979).

Nic nie stoi na przeszkodzie, aby realizacja doświadczeń rozszerzona została na sferę cyfrową. Tym bardziej, że często pierwszy kontakt turysty z atrakcją/obiektom turystycznym przybiera formę kontaktu nie z samym obiektem, ale z jego przedstawieniem (MacCannell, 2002). A zatem kulturowo warunkowany oznacznik może funkcjonować w swojej ikonicznej sferze rzeczywistości ucyfrowionej. Dzieje się tak z kolei zgodnie z konwencjami kultury oraz rozmaitych, niezliczonych subkultur, kształtujących się w cyfrowej przestrzeni kulturowej, a w tym i zdigitalizowanej przestrzeni turystycznej. Oznacznik funkcjonuje zatem współcześnie w dużej mierze w rzeczywistości wirtualnej, cyfrowej. To ona kształtuje postrzeganie świata realnego, nie odwrotnie, to ona „wyprzedza” rzeczywistość realną, nadaje jej sens i tworzy wobec niej oczekiwania podobnie, jak dawniej czyniły to przewodniki, broszury, opowieści czy wszelkie inne zapośredniczone nośniki informacji i wyobrażeń.

Siła obrazu — co nie jest niczym nowym — jest przemożna. Źródłem tej siły jest wiele, między innymi to, że współcześnie jest on związany z usieciowionym

życiem, zarówno offline, jak i online, a także ze sposobami jego rozumienia i doświadczenia (Mirzoeff, 2016). Wszechobecny obraz, nie tylko natychmiastowy, nieograniczony w swym zasięgu, ale także interaktywny, stwarza jeszcze jeden kontekst: publikacja obrazu (statycznego czy ruchomego) staje się w pewnym sensie formą performansu. Nawet w najprostszej formie stanowi swoisty wyraz dążenia do tego, by autor performansu został odczytany jako ten, w kogo chce się wdać, a nie jako ten, kim jest naprawdę (Mirzoeff, 2016). Media (telewizja, radio, a zwłaszcza internet) tworzą iluzję bezpośredniego kontaktu z wykonawcą (Horton i Wohl, 1997). Donald Horton i Richard Wohl ów pozornie bezpośredni kontakt między odbiorcą a wykonawcą nazywają związkiem paraspołecznym, a uwzględniając reakcję publiczności, możemy mówić o swoistej interakcji paraspołecznej (Horton i Wohl, 1997). Po jednej stronie sceny znajduje się *persona* (według terminologii Hortona i Wohla, 1997, s. 65), znana również jako celebryta. Po drugiej stronie — reagująca (pośrednio) widownia, potencjalnie globalna i zróżnicowana. Kontakt celebryta-widz jest wiarygodny, wygodny i bezpieczny dla odbiorcy. Szczególną jego jakością jest to, że obecnie właściwie każdy może sam zostać performerem, udostępniając rozmaite materiały online. Odnoszący sukcesy performer (*persona/celebryta/osobowość internetowa*, która jest oglądana, subskrybowana, lajkowana, linkowana itd.) zapewnia swoistą satysfakcję zarówno sobie, jak i „swoim” odbiorcom (Horton i Wohl, 1997).

Internet jest znakomitą przestrzenią mistyfikacji, kreacji i autokreacji. Oczywiście stanowi również przestrzeń turystycznej (i nie tylko) teatralizacji, a jednak jest czymś o wiele więcej.

Jedna z typowych konwencji przedstawienia własnej osoby przybiera obecnie formę tzw. *selfie*. W kontekście turystyki jest ono bardziej dostępną, natychmiastową i bardziej autokreacyjną formą „tradycyjnego zdjęcia z wakacji”: zdjęcia osoby/osób z atrakcją turystyczną w tle. W takiej konwencji przedstawienia siebie na odpowiednio dobranym tle można doszukać się kilku znaczeń. Po pierwsze, jest dowodem swoistego triumfu (osobistego, zawodowego, społecznego) — oto atrakcyjne miejsce zostało „zdobyte”. Po drugie — *selfie* jako autoportret nie dość, że przestało być elitarne (choć w pewnym sensie zachowuje ekskluzywny charakter, jeśli np. powstaje w szczególnie pożądanym miejscu), to również stanowi swoisty projekt autokreacji na potrzeby wirtualnych relacji społecznych, projekt osoby „obecnej” w różnych światach, a jednocześnie wpisuje się w aktualne cyfrowe konwencje estetyczne i znaczeniowe.

Wulf zauważa, że „obraz sprawia, iż pojawia się coś, co nie jest w obrazie, ale co może się pojawić jedynie jako obraz. Dokładnie to opisuje greckie pojęcie *fantazji*” (Wulf, 2007, s. 7). Dodać warto twierdzenie Marshalla McLuhana, iż nowe media przejmują kontekst starych, a jednocześnie na nie wpływają (MacLuhan, 2004, cyt.

za: Mirzoeff, 2016, s. 58–59). I wreszcie domyka to spostrzeżenie Urry'ego, w myśl którego ludzie coraz bardziej pragną, by ich przeżycia w turystyce i wypoczynku były tak zmakdonaldyzowane, jak ich życie codzienne (Urry, 2017).

Już w tym kontekście można wnioskować, że internet staje się „po prostu” nowym środowiskiem tworzenia i przeżywania coraz trudniej uchwytnej rzeczywistości. Rzeczywistości, w której czas, przestrzeń, relacje międzyludzkie, ekspresja, przeżycia, znaczenia, fantazja splatają się w hipertekstowym kolażu doświadczania życia.

Podkreślić należy także dostępność oraz swoistą egalitarność medium, jakim jest internet. Jak bowiem twierdzi Timothy James Clark, sztuka popularna pokazuje najbardziej zasadnicze procesy sytuacji społecznej (Clark, 1973, cyt. za: Mirzoeff, 2016, s. 59). A zatem to, co funkcjonuje w internecie, reprezentuje ważne elementy przemian społecznych. Ich częścią jest przyswajanie i oswajanie zwirtualizowanej rzeczywistości.

Oczywiście, choć Clark akcentuje znaczenie sztuki w niezliczonych wizualnych publikacjach, nie musi tu chodzić o sztukę. Ważniejszy element to „popularna”, ponieważ zdecydowanie bardziej chodzi tu o wszechobecną, wszechdostępną możliwość indywidualnej ekspresji. Ta ekspresja coś ważnego pokazuje. Jak można mniemać, są to „odwieczne” potrzeby wyrażenia się, bycia dostrzeżonym, podzielenia się doświadczeniami, przeżyciami. Czemu w istocie ta ekspresja służy w przypadku konkretnych osób, to oddzielne zagadnienie. Faktem jest, że istnieje. Być może jedną z odpowiedzi jest stwierdzenie Mirzoeffa, iż „media wizualne odzwierciedlają obsesję uchwycenia zmiany” (Mirzoeff, 2016, s. 42).

Podsumowując, w doświadczeniu cyfrowym/wirtualnym rola wzroku oraz kultury wizualnej jest szczególnie ważna, ponieważ to widzenie przejmuje rolę pobudzania wszystkich pozostałych zmysłów. Widzenie jako proces współkształtowany kulturowo uczestniczy w powstawaniu paraspołecznych relacji, które z kolei sprzyjają tworzeniu wielorakich więzi społecznych, jakże ważnych dla każdego człowieka.

3.3. Wspólnoty wyobrażone

Doświadczanie świata, nawet jeśli jest wirtualne, cyfrowe, zapośredniczone, pozostaje doświadczeniem człowieka jako istoty społecznej. Nie sposób zatem pominąć kontekstu wirtualnych wspólnot społecznych. Analizując podejścia badawcze oraz pewne wnioski w tej kwestii, można sformułować następujące tezy. W odniesieniu do internetowych (wirtualnych) wspólnot społecznych traci na znaczeniu socjologiczny nurt środowiskowy (akcentujący rolę miejsca w tworzeniu się społeczności), natomiast aktualny pozostaje nurt psychospołeczny (Klektko, 2018). Kładzie

on nacisk na związane ze społecznością poczucie przynależności. Innymi słowy, istotne w tworzeniu się społeczności są takie wymiary, które ją konstytuują, jak więzi społeczne, poczucie przynależności, wspólna tożsamość czy zbiorowa samoświadomość. W przypadku komunikacji zdalnej rolę bezpośrednich stosunków/spotkań międzyludzkich przejmują ich wyobrażenia (Klekotko, 2018). Tym samym wspólnoty wirtualne stają się swoistymi wspólnotami wyobrażonymi (Szpunar, 2004). Wspólnota taka funkcjonuje w świadomości kulturowej, ma kulturową naturę. Co ważne, udział w takiej wspólnocie stanowi indywidualny wybór jednostki (Klekotko, 2018). Jeśli Urry zauważa, że „ludzie żyją w różnych światach nawet, jeśli mieszkają w tej samej dzielnicy” (Urry, 2007, s. 186), to przez analogię można uznać, że zapewne jest i odwrotnie — ludzie żyją w jednym świecie, choć mieszkają w różnych jego częściach.

Homo digitalis odnajduje się w coraz bardziej powszechnych zdalnych, zapośredniczonych wspólnotach wyobrażonych. W ich ramach zaspokajają wiele swoich indywidualnych oraz społecznych potrzeb. To tutaj doświadczą swoistych więzi wspólnotowych, tutaj poznaje świat, ludzi, znajduje wsparcie. Online, niejednokrotnie przy wsparciu wspólnoty, dokonuje swoich wyborów konsumenckich, np. kupuje wycieczkę. Tutaj rozgrywa się jego doświadczenie jako klienta. W istotnej mierze to tutaj przeżywa swoje rzeczywiste doświadczenie turystyczne, obejmujące wyjazd, kiedy dzieli się zdjęciami, opisami własnych wrażeń, oczekując stosownej reakcji „swojej” społeczności (widowni jego performansu). To tutaj poszukuje informacji przed wyjazdem, a także relacjonuje przebieg wydarzenia, kiedy się zakończy, zmienia swój status — „awansuje” jako doświadczony, coraz wartościowszy członek wspólnoty. Z punktu widzenia doświadczenia wspólnotowego fakt zapośredniczenia nie tyle przestaje być istotny, ile raczej staje się jego integralną częścią i właściwością.

4. Cyfrowe doświadczenie turystyczne i *homo viator digitalis*

4.1. Wirtualność i zapośredniczenie jako elementy kultury i doświadczenia

W kontekście współczesnego człowieka i relacji człowiek–rzeczywistość niezwykle ważne miejsce zajmuje kategoria wirtualności. W epoce świata zdigitalizowanego wirtualność, jak wskazano, pojmowana jest zwykle jako specyficzna kreacja rzeczywistości, wzbogaconej o rzeczy, stany, zjawiska, doznania, które w „naturalny” sposób w tej rzeczywistości nie występują (przynajmniej w prezentowanej konfiguracji), a kreacja ta dokonywana jest z wykorzystaniem urządzeń informatycznych.

Jak jednak zauważa Marek Krajewski, wirtualność nie jest zjawiskiem nowym ani unikatowym, a przeciwnie — jest jedną z elementarnych i wczesnych tendencji kulturowych, o charakterze uniwersalnym. Tym, co dziś w niej wyjątkowe, jest jej bezprecedensowa postać (Krajewski, 2006). Wirtualność można przedstawić zatem nie (tylko) jako tworzenie sztucznych światów, ale jako swoiste „zanurzenie mentalne” w rzeczywistości pochodzącej z innego porządku niż aktualnie istniejąca (Chmielecki, 2007). Mirzoeff mówi w tym kontekście o „przestrzeni mentalnej”, czyli takiej, w której reprezentacje i społeczne praktyki widzenia zostały połączone w akcie percepcji (Mirzoeff, 1999, s. 92).

Krajewski wskazuje dwa typy wirtualności: uniwersalną oraz partykularną. Wirtualność uniwersalna odnosi się do stałego elementu ludzkich kultur, jakim są wizualne (czy szerzej — znaczeniowe) reprezentacje i symulacje rzeczywistości. Reprezentacje od najdawniejszych czasów aż po dziś dzień pośredniczą pomiędzy człowiekiem a światem, umożliwiając widzenie i rozpoznawanie tego, co określa się jako realność (np. malarstwo religijne). Wytwarzanie takich sztucznych światów jest w gruncie rzeczy istotą kultury i stanowi podstawę życia społecznego (Krajewski, 2006). O ile zatem świat, w którym żyjemy, poznajemy przez pryzmat kultury, o tyle zawsze jest on światem sztucznym, światem zbiorowego zmyślenia, światem zapośredniczonym (Krajewski, 2006). Wirtualność partykularna z kolei stanowi efekt subiektywizacji życia społecznego i kultury (w czym jest odmienna od wirtualności uniwersalnej, realizującej funkcje obiektywizacji i kolektywizacji rozumienia rzeczywistości). Ten rodzaj wirtualności to rezultat dążenia do pluralizacji życia społecznego i kultury, do podniesienia rangi jednostki jako samoświadomego, unikatowego podmiotu życia społecznego (Krajewski, 2006). Nowością nie jest zatem fakt zapośredniczenia doświadczenia człowieka, ważniejsza jest indywidualizacja, subiektywizacja doświadczeń — zarówno istniejących, jak i nieistniejących — a więc zaspokajanie potrzeb indywidualnych, subiektywnych, a także swobodna ekspresja siebie (Krajewski, 2006). Sprzeczność pomiędzy zbiorowym a indywidualnym jest tutaj pozorna, kultura bowiem, utrzymując zasadniczy kolektywny ład, umożliwia indywidualizację percepcji oraz potrzeb w ramach istniejącego porządku.

Co istotne, każda interakcja online pomiędzy dwiema osobami jest interakcją wirtualną nie tylko ze względu na środowisko, w jakim się odbywa. Jest wirtualna przede wszystkim w tym sensie, że zawsze stanowi formę autokreacji. Nadawca treści zawsze w taki czy inny sposób formatuje ekspresję siebie. Jednocześnie interakcja ta jest kulturowo oraz indywidualnie formatowanym przez odbiorcę sposobem percepcji. Co ważne, percepcji zawężonej, pozbawionej wielu cennych informacji, które odcięte zostają przez kanał komunikacyjny, a które występują w kontakcie bezpośrednim. Nie sposób wiarygodnie ocenić szczegółów zachowania, wyglądu,

mimiki, ruchów, czyli całego spektrum środków komunikacji pozawerbalnej, ale także rzeczywistej sytuacji osobistej czy społecznej (por. Krajewski, 2006). Tym, z czym mamy tutaj do czynienia, jest swoisty występ. Ten odgrywany performans staje się akceptowaną konwencją: tak jak masowy postturysta pozostaje zasadniczo świadom tego, że uczestniczy w wielkiej mistyfikacji (jak pisze Urry: „postturyści pławią się w nieautentyczności doświadczenia turystycznego”, Urry, 2007, s. 30), tak internauta rozpoznaje realno-wirtualne środowisko, w którym funkcjonuje, jako nierzeczywiste.

Całość interakcji online ma zatem charakter kreacji, mistyfikacji, performansu. Jest wirtualna. Tym samym można stwierdzić, że coraz większa część naszego doświadczenia życiowego staje się coraz intensywniej wirtualna. Intensywniej w tym znaczeniu, że człowiek podlega coraz bardziej przemożnemu wpływowi idei, koncepcji, wrażeń spływających ze sfer wirtualnych. Zarówno z wirtualności uniwersalnej, jak i partykularnej. Uniwersalnej, ponieważ wirtualne środowisko tworzy przekonujące konwencje ogólne, swoiste tło, wirtualny ekosystem wartości. A partykularnej, bowiem sposoby oddziaływania na jednostkę okazują się coraz bardziej precyzyjnie w nią wymierzone: na wirtualnym tle pojawiają się zindywidualizowane punkty odniesienia do jednostki, która nabiera przekonania, iż są one skierowane właśnie do niej, a przynajmniej do grupy społecznej (również wirtualnej), w której jest albo do której pretenduje. Tym samym jednostka pozostaje zanurzona w wyobrażeniu, według którego kultura stwarza jej coraz bardziej wiarygodne poczucie możliwości bycia suwerenną i unikatową. Choć można przypuszczać, że poczucie to jest coraz bardziej iluzoryczne.

4.2. Doświadczenie turystyczne

Zagadnienie to, złożone i wielowymiarowe, jest szeroko omawiane w literaturze. Na potrzeby niniejszego opracowania wskazane jest zasygnalizowanie jego kluczowych elementów i krótkie omówienie, jak doświadczenie turystyczne może być rozumiane i kształtowane oraz w jaki sposób przebiega jego cyfryzacja.

Po pierwsze, stwierdzić należy, że doświadczenie turystyczne stanowi część szerszej kategorii ekonomicznej, jaką jest ekonomia doświadczeń. Twórcy tej kategorii, Pine i Gilmore, stwierdzają, że kupując doświadczenie, klient płaci za to, aby móc spędzić czas, ciesząc się zbiorem zapadających w pamięć wydarzeń organizowanych przez sprzedającego, podobnie jak w przedstawieniu teatralnym, aby w osobisty sposób go zaangażować (Pine i Gilmore, 1999). Wyróżniając najważniejsze cechy gospodarki doświadczeń, podkreślają, że doświadczenie jest „niezapomniane” (ang. *memorable*). Twierdzą również, że doświadczenia nie kupują klienci, ale goście. Goście z upływem czasu (i trwania wydarzenia) doznają wrażeń. Angażują się,

wobec czego współtworzą swoje doświadczenie. Doświadczenie to jest wybitnie osobiste, niepowtarzalne, a to dlatego, że tworzone jest na poziomie emocjonalnym, fizycznym, intelektualnym, a nawet duchowym (Pine i Gilmore, 1999, s. 12).

Doświadczenie w myśl ogólnej koncepcji marketingowej można ująć następująco:

Tab. 1. Marketingowa koncepcja doświadczenia

Elementy marketingowej koncepcji doświadczenia (Boguszewicz-Kreft, 2010)	Procesy i działania w kontekście ich cyfryzacji/wirtualizacji
Jest ono pochodną wszystkich kontaktów klienta z organizacją.	Istotną część tych kontaktów realizowana jest za pośrednictwem internetu. Staje się on środowiskiem, w którym kształtuje się całościowo pojmowana jakość doświadczenia konsumenta.
Na doświadczenie składają się działania przedsiębiorstwa (w tym zaniechania) oddziałujące na zmysły, emocje i intelekt klienta oraz wynikająca z nich percepcja.	Zakres i jakość udostępnianych informacji, łatwość, niezawodność i skuteczność kontaktu online, odpowiedniość treści i działań firmy wobec określonego segmentu turysty.
Doświadczenie kształtowane jest w wyniku konfrontacji powyższych elementów z oczekiwaniami klientów.	Adekwatność procesów wirtualnych oraz rzeczywistego doświadczenia (podróży) do społecznych i kulturowych uwarunkowań motywacyjnych turysty, kreowanych w przestrzeni wirtualnej oraz realnej.
Szczególnie cenne dla przedsiębiorstwa jest stworzenie takiego doświadczenia, które zapadnie w pamięć klienta.	Pamięć i emocje, kształtowane na etapie podsumowania, znajdują wyraz w osobistym „zintegrowanym przeżyciu”, a także — poprzez upublicznianie ich w internecie — budują wizerunek przedsiębiorstwa.

Opracowanie własne na podstawie: Boguszewicz-Kreft (2010, s. 83).

Po drugie, doświadczenie to generalnie najważniejsza wartość, jaką „wytwarza” podróż. Kategoria ta jest nieodłączną częścią podróży, w tym zjawiska, które wspólnie nazywamy turystyką. A jednak nie zawsze było ono tak postrzegane. Stasiak akcentuje to, że doświadczenie w branży turystycznej traktowano bardziej jako „efekt uboczny” świadczonych usług, a nie ich zasadniczy cel (Stasiak, 2016, s. 211). Zmiany rynkowe, rosnąca konkurencja i modyfikacje modeli życia przewartościują to podejście. Doświadczenie turystyczne ma być angażujące, wyjątkowe i autentyczne. Właściwości te rozwijane są na gruncie multisensoryczności, teatralizacji przestrzeni turystycznej, tzw. *emotional story*, interaktywności i współtworzenia doznań, kreowania tzw. czynników zachwyty, indywidualizacji i personalizacji przeżyć, łatwych (i obecnie coraz bardziej dostępnych i masowo wykorzystywanych) możliwości utrwalania (a także udostępniania innym) doświadczeń oraz tworzenia społeczności (Stasiak, 2016). Rzeczywistość wirtualna, rozszerzona oraz wspólnoty wyobrażone są obecnie środowiskiem, w którym przemysł turystyczny, przy wsparciu społecznych autorytetów (influencerów), a także w wyniku osobistej aktywności ludzi pozwala upowszechniać, kreować i rozwijać wszystkie te właściwości zvirtualizowanego doświadczenia.

Po trzecie zatem, digitalizacja staje się wartością samą w sobie. Potrzeba innowacji i możliwości korzystania ze zwirtualizowanego środowiska zdają się nie mniej istotne niż samo rzeczywiste doświadczenie podróży. Pragnienie, by nieustannie być połączonym „ze wszystkimi i ze wszystkim” (pomijając w tym miejscu problem wykluczenia cyfrowego), zdaje się na tyle dominujące, że staje się elementem rdzenia produktu turystycznego.

Procesy digitalizacji można identyfikować także w poszczególnych fazach (etapach) podróży. W takim ujęciu kształtowanie się doświadczenia turystycznego ukazane zostaje jako kontinuum cyfrowo-rzeczywiste.

Tab. 2. Fazy podróży, odpowiadające im procesy, ich wirtualizacja lub realność, możliwy rozwój digitalizacji

Faza imprezy turystycznej (Kaczmarek, Stasiak i Włodarczyk, 2002)	Etapy procesu podejmowania decyzji związanej z podróżą (Niemczyk, 2010)	Charakter procesu/fazy: wirtualność–realność	Digitalizacja fazy
Faza przygotowań	Procesy: → odczucie potrzeby podróży, → poszukiwania informacji, → ocena wariantów i wybór sposobu zaspokojenia potrzeby turystycznej	→ faza zasadniczo zapośredniczonego wstępnego doświadczenia, → w przypadku kolejnych podróży doświadczenie bezpośrednie (własne) i zapośredniczone uzupełniają się	→ istotny lub dominujący udział cyfrowych narzędzi pozyskiwania informacji
Faza konsumpcji (podróż rzeczywista)	Procesy: → ostateczna decyzja dotycząca wyboru, → wyjazd	Faza bezpośredniego doświadczenia: → zasadniczo realny, wielozmysłowy charakter, → rzeczywiste doświadczenie turystyczne, → konfrontacja wyobrażenia z rzeczywistością	Rosnący udział form doświadczenia cyfrowego: → udostępnianie treści własnych, w tym — możliwa performatyzacja wyjazdu, → poszukiwanie informacji istotnych na bieżąco, → „obserwacja” innych użytkowników, w tym reakcji na udostępniane treści, → digitalizacja staje się składnikiem rdzenia produktu — dostęp do technologii informatycznych jest częścią poczucia komfortu w podróży
Faza wspomnień (podróż wspomniana)/ podsumowanie podróży	Procesy: → odczucia po realizacji podróży — stopień zaspokojenia potrzeby turystycznej	Faza zasadniczo wirtualna, interpretująca zdarzenia rzeczywiste doświadczone bezpośrednio, → mentalne (psychologiczne i emocjonalne) podsumowanie — ostateczne kształtowanie się doświadczenia turystycznego	Rosnące znaczenie cyfryzacji: → udostępnianie w internecie wspomnień, → dzielenie się wrażeniami, → udzielanie informacji, komentowanie, → tworzenie wirtualnego pamiętnika

Opracowanie własne na podstawie: Kaczmarek, Stasiak i Włodarczyk (2002, s. 49); Niemczyk (2010, s. 51).

Faza wstępna (przygotowań), zwana niekiedy prepodróżą (Podemski, 2005, s. 11), jest fazą uruchamiania doświadczenia turystycznego. Podczas niej następuje konstytuowanie się potrzeby turystycznej. Punkt wyjścia stanowi zarówno doświadczenie wcześniejsze, czyli emocjonalna aktywacja fazy podsumowania już przeżytej podróży, jak i klarowanie nowej potrzeby turystycznej w następstwie ekspresji tego podsumowania przez inne osoby. Otoczenie uświadamia i współtworzy tę potrzebę. To z kolei zapoczątkowuje proces kontynuacji doświadczeń własnych oraz innych osób. Doświadczenie to pochodzi zarówno od osób z realnego otoczenia, jak i od dowolnej wspólnoty wyobrażonej. Słuchanie, czytanie oraz oglądanie relacji, w tym uczestnictwo w internetowych performansach turystycznych, otwierają drogę do odkrywania nowych oznaczników atrakcji turystycznych, a coraz ważniejszą przestrzenią istnienia tychże staje się internet. Jednocześnie internet jest nie tylko nośnikiem samych oznaczników, jest również przestrzenią sugestywnych narracji z nimi związanych. I jakkolwiek jest to pewne uproszczenie, to właśnie internet okazuje się główną przestrzenią występowania oznaczników, a także kształtowania ich społecznej funkcji. Są one bowiem nośnikiem atrakcyjności w określonych wspólnotach wyobrażonych (a z punktu widzenia przemysłu turystycznego — segmentach rynku). Odwiedzenie danej atrakcji, udział w danym rodzaju podróży, umacnia społeczną pozycję osoby w konkretnej grupie. Faza wstępna, w tym procesy pozyskiwania informacji, niejako z definicji zostaje zapośredniczona. Proces zdobywania informacji, o ile nie pochodzą one z własnego doświadczenia, realizowany jest przez pośredników — autorytety, nauczycieli, kimkolwiek są; dane zdobywane są także ze źródeł pisanych, zarówno papierowych, jak i publikowanych cyfrowo. Internet nie zmienia tutaj istoty rzeczy, jest jedynie bardziej dostępnym nośnikiem.

Faza konsumpcji jest co do zasady czasem rzeczywistych, wielozmysłowych doświadczeń, co bez wątplenia odróżnia ją od pozostałych faz. To etap realizacji wyobrażenia, a zarazem konfrontacji turystycznych fantazji i oczekiwań z „prawdziwą” rzeczywistością. Nawet jeśli rzeczywistość ta jest teatralizowana, estetyzowana, czyli zawiera się w turystycznej bańce, pozostaje realnym doświadczeniem, bezpośrednio na człowieka oddziałującym. Realnym zderzeniem z tym, co z kreowanych wyobrażeń udostępniane jest turyście. Stanowi konfrontację ze składanymi przez przemysł (oraz osoby z wyobrażonych wspólnot) obietnicami, z tym wszystkim, czego słowo, obraz czy performans albo nie mogą przekazać w ogóle (bo nie obejmują np. doświadczeń cielesnych: zmęczenia, upału, zapachów czy mnóstwa innych zdarzeń dziejących się w realnym życiu, zarówno pozytywnych, jak i niekomfortowych), albo przekazują w sposób zdeformowany.

W fazie tej pojawia się zatem element nieciągłości między doświadczeniem cyfrowym a rzeczywistym: wyobrażone, wirtualne środowisko jest jednak inne niż środowisko realne.

Więź cyfrowe–realne nie zostaje jednak przerwana. Dokonując wpisów, zamieszczając zdjęcia, filmy, komentarze czy jakiegokolwiek inne materiały, turysta pozostaje podłączony do sieci oraz swoich wyobrażonych wspólnot. Jego relacja z „widownią”, innymi uczestnikami, dotycząca radości bądź utrapień współtworzy jego całościowe doświadczenie. Emocjonalnie może stanowić jego integralną część.

Faza wspomnień, określana również jako podsumowanie podróży, ponownie nabiera charakteru bardziej zapośredniczonego niż faza poprzednia. Tradycyjnie faza ta rozgrywa się w niewielkim gronie osób, które są odbiorcami relacji z podróży. Internet rozszerza ten krąg o wirtualne wspólnoty wyobrażone. Co więcej, zapisy internetowe nie znikają (lub przynajmniej nie muszą zniknąć). Były ważnym znakiem chwili, bieżącej wirtualnej obecności w przestrzeni informacyjnej. Obok bezpośrednich wspomnień stają się źródłem refleksji, ocen, czyli powstawania swoistego śladu pamięciowego, ładunku emocjonalnego. Internetowa relacja, zwłaszcza prowadzona „w czasie rzeczywistym”, staje się cennym pamiętnikiem, potencjalnie oddającym wiele szczegółów tego, co się wydarzyło, i tego, jakie to wzbudzało emocje. Kontinuum cyfrowo–rzeczywiste staje się ponownie zintegrowane.

W świetle powyższego nie tyle zmieniło się samo doświadczenie czy elementy je konstruujące, ile raczej następuje przesunięcie wagi określonych jego kontekstów w kierunku digitalizacji. Warto zauważyć subtelne, ale istotne rozróżnienie, jakie sugeruje Stasiak: doświadczenia i doświadczenia (Stasiak, 2019). Doświadczenie jest zbiorem procesów, takich jak przyjmowanie, przetwarzanie oraz interpretowanie bodźców z otoczenia. Są to zarówno procesy mimowolne, jak i intelektualne, wymagające pewnego wysiłku (a więc pochodzące z zewnątrz człowieka oraz wewnętrzne). Procesy, zdarzenia, wrażenia podlegają selekcji, redukcji, tworząc wspomniany już ślad pamięciowy. Ów ślad, kształtujące się całościowe wrażenie, to doświadczenie (Stasiak, 2019). Innymi słowy, jest nim to, co w różnych momentach jest doświadczane (dzieje się) i finalnie składa się na określoną, kumulatywną wartość. A skoro procesy i elementy doświadczania podlegają cyfryzacji, doświadczenie jako ich synteza również staje się zdigitalizowane.

Zwirtualizowane doświadczenie turystyczne pełni niemal wszystkie tradycyjne funkcje turystyki, jak poznanie, kontakt z „innym”, przeżycia towarzyskie, emocjonalne. A nawet więcej i lepiej, bo bliżej, łatwiej, szybciej, multimedialnie i interaktywnie. Fizyczna podróż, doświadczenie fenomenologiczne, obudowane zostaje wirtualną oprawą, bez której przestaje być istotne. Zapśredniczenie doświadczenia (w ogóle oraz turystycznego) zdaje się nie być tak znaczącym „problemem”, jak mogłoby się wydawać: człowiek pisma, obrazów (statycznych i ruchomych), zdalnych kontaktów (telefonicznych), wielkich i małych idei społecznych i gospodarczych, jest już przecież zasadniczo z pośredniością swego doświadczenia zaznajomiony.

Można zatem podsumować, że oto tworzy się nowa kultura medialna. W ramach tej kultury wykuwa się nowy, ucyfrowiony format doświadczenia turystycznego.

4.3. Cyfrowe doświadczenie turystyczne i cyberprzestrzeń doświadczeń turystycznych

Punktem zwrotnym w zastosowaniu technologii informatycznych w życiu codziennym, zawodowym i także w turystyce był okres pandemii COVID-19. W latach 2020–2021 pandemia niemalże zatrzymała międzynarodowy ruch turystyczny, dając impuls do gwałtownego wzrostu wykorzystania technologii informatycznych. Praca, nauka, handel, rozrywka w internecie zyskały jeszcze większy niż wcześniej zasięg. W tym kontekście pojawiły się również między innymi pytania, czy rzeczywistość wirtualna może zastąpić konwencjonalną turystykę, czy też raczej pozostanie zjawiskiem niszowym (Verkerk, 2022). Kwestia ta pozostaje otwarta, pewne jest natomiast, że technologie mogą wzbogacać doświadczenie turystyczne.

W analizach rzeczywistości wirtualnej pojawia się jednak jeszcze jedna, niezwykle ważna, innowacyjna jakość. A mianowicie przyjmuje się niekiedy założenie, że człowiek kieruje się (oprócz wielu innych motywów) pragnieniem ucieczki poza granice rzeczywistego świata i doświadczania nowych miejsc w cyberprzestrzeni (Prodingier i Neuhofer, 2022). W tym zakresie rzeczywistość wirtualna (VR) może potencjalnie umożliwić osiągnięcie nieznanych dotąd wrażeń. Zwłaszcza jeśli w grę wchodzić będzie wielozmysłowa rzeczywistość wirtualna, oferująca nie tylko trójwymiarowe wrażenia wizualne oraz dźwiękowe, ale także bodźce zapachowe, dotykowe, smakowe. Z perspektywy organizatorów turystyki istotne jest, aby doświadczenie, jakiego doznaje turysta zarówno przed, w trakcie, jak i po podróży, wytworzyło odpowiednie pozytywne skojarzenie z marką (jest to również oczekiwanie turysty). Technologia VR musi zatem zostać zastosowana tak, aby zapewnić doświadczenie spersonalizowane, znaczące, odpowiednie oraz autentyczne (Prodingier i Neuhofer, 2022). Kwestie personalizacji oraz znaczenia i odpowiedniości wydają się relatywnie klarowne, a dostępna technologia pozwala osiągać tutaj znakomite rezultaty. Kategorią bardziej problematyczną może być autentyczność doświadczenia turystycznego. W syntezie dotyczącej różnych wymiarów autentyczności Nowacki podkreśla jej trzy zasadnicze wymiary: obiektywistyczny, konstruktywistyczny oraz egzystencjalny (Nowacki, 2010, s. 7). Podsumowując swoją analizę, wskazuje na to, iż atrakcje turystyczne postrzegać należy raczej w perspektywie spektrum autentyczności. Innymi słowy, autentyczność jest swoistym kontinuum. Rozciąga się ono od autentyczności obiektywistycznej (obiektywna autentyczność miejsc, obiektów, zdarzeń), poprzez autentyczność konstruktywistyczną, określaną także jako symboliczną (autentyczność jako konstrukt spo-

łączny, intersubiektywny oraz dynamiczny — znaczenia są nieustannie nadawane i modyfikowane), aż po autentyczność egzystencjalną (można ją ująć jako autentyczność doświadczania samego siebie) (Nowacki, 2010). Autentyczność rozciąga się zatem pomiędzy światem autentycznych rzeczy, światem ich znaczeń (który jest światem symbolicznym, zwirtualizowanym) a światem osobistej percepcji. I nawet, jeśli wirtualne doświadczenie turystyczne co do swej istoty pozbawione zostanie elementu „rzeczywistego”, wydaje się, że nadal może pozostać doświadczeniem autentycznym w rozumieniu tak konstruktywistycznym, jak i egzystencjalnym (Nowacki, 2010, s. 18).

W tym miejscu powrócić można do modelu: atrakcja–oznacznik–turysta, w którym ograniczona zostaje rola fizycznej atrakcji, a wzmocniona rola jej reprezentacji, co, według MacCannella, jest możliwe, ponieważ znacznik może stać się ważniejszy niż to, czego dotyczy (mówi on o „zatarciu widoku” przez znacznik, MacCannell 2002, s. 194). Pojawia się także nowy, wykreowany świat: metawersum, pozwalające człowiekowi, w tym cyfrowemu turyście, wykroczyć poza fizyczny, coraz lepiej „oswojony” świat i eksplorować nową, mieszaną rzeczywistość.

Konkludując powyższe rozważania, uzasadnione zdaje się stwierdzenie, że o ile całe właściwie doświadczanie życia współczesnego człowieka jest coraz bardziej cyfrowe, tak i doświadczenie turystyczne nabiera takiego charakteru. Istoty rzeczy nie zmienia kolejne subtelne rozróżnienie: cyfrowe — odnoszące się do techniki i technologii oraz wirtualne — odnoszące się raczej do percepcji oraz sfery znaczeniowej, symbolicznej.

Owo cyfrowe/wirtualne doświadczenie turystyczne rozgrywa się w wirtualnej przestrzeni turystycznej i społecznej. Wirtualna przestrzeń turystyczna jest zatem funkcjonalnie i percepcyjnie wyodrębnionym obszarem cyberprzestrzeni. Ze względu na oderwanie tej przestrzeni od fenomenologicznego doświadczenia ruchu, właściwsze zdaje się nie tyle określenie przestrzeń turystyczna, ile przestrzeń doświadczeń turystycznych. A jeszcze bardziej szczegółowo: cyberprzestrzeń doświadczeń turystycznych, będąca wyekstrahowaną z ogólnej cyberprzestrzeni, wyobrażoną przestrzenią zapośredniczonych doświadczeń dotyczących tego, co nazywane jest turystyką. Panasiuk, definiując produkt turystyczny, wskazuje istotę turystyki, stwierdzając, że produktem tym jest, oprócz określonej kompozycji dóbr i usług, „suma wrażeń, którą uzyskuje turysta podczas i po jego konsumpcji oraz złożone przeżycie turysty od momentu opuszczenia miejsca stałego zamieszkania do powrotu do niego” (Panasiuk, 2006, s. 109). W rzeczywistości wirtualnej ta suma wrażeń staje się coraz bardziej kompleksowa, totalna, zyskuje bowiem ponadczasowy i ponadprzestrzenny wymiar. Co więcej, wymiar potencjalnie dostępny każdemu.

5. Zakończenie

Homo digitalis żyje w środowisku, w którym postępuje symbioza świata „realnego” z „wirtualnym”. Światy te nie tylko się dopełniają, ale świat realny się wirtualizuje, a wirtualny może znaleźć odzwierciedlenie w świecie realnym, albo przynajmniej wywoływać w nim „prawdziwe” konsekwencje, jak choćby dokonanie zakupu online i fizyczna realizacja wyjazdu. Środowisko metawersum będzie jeszcze bardziej sugestywne, wciągające oraz funkcjonalne.

Wirtualne doświadczenie turystyczne zapewnia realizację wielu istotnych potrzeb turystycznych, ma wiele typowych cech „tradycyjnego” doświadczenia turystycznego, jak estetyzacja, wizualizacja czy teatralizacja oraz wyodrębnienie sfer *sacrum* i *profanum*. Swoistą jakością jest performatyzacja doświadczenia turystycznego, jak również kumulacja zapośredniczeń, w wyniku której oznaczniki turystyczne w coraz wyższym stopniu odrywają się od rzeczywistych atrakcji, informacje „uwiarygadniają” się poprzez ich powtarzanie, a relacje z podróży stają się źródłem pozycji w grupie społecznej, także zresztą wirtualnej. Wirtualne doświadczenie turystyczne ma jeszcze jedną interesującą właściwość, jaką jest możliwość „regulacji” dystansu. A mianowicie komunikacja zdalna redukuje czas i przestrzeń, a tym samym redukuje fizyczny dystans między osobami komunikującymi się. Ale w przypadku relacji społecznych może też bardzo skutecznie pożądaną dystans (społeczno-psychologiczny) pomagać utrzymywać (Golka, 2005). W tym sensie cyberprzestrzeń doświadczeń turystycznych stanowi odmianę boorstinowskiej bańki turystycznej. Wirtualna bańka turystyczna staje się współczesnym środowiskiem *homo viator digitalis*.

Bibliografia

- Alejziak, W. (2011). Podstawowe paradygmaty, podejścia i metody badawcze w studiach nad turystyką, *Konwersatorium wiedzy o turystyce „Metodologia badań w turystyce” — wykład otwarty dla studentów i pracowników Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa w Kielcach*, prezentacja. https://www.wseip.edu.pl/images/M_images/006_dla_studentow/tir/W_Alejziak__Podst_paradygmaty.pdf (26.01.2023).
- Berbeka, J. (2016). Wirtualna i rozszerzona rzeczywistość a zachowania konsumentów. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 303, 84–101.
- Boguszewicz-Kreft, M. (2010). Doświadczenie jako propozycja wartości dla klienta. *Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, 3(52), 79–91.
- Buhalis, D., Leung, D. i Lin, M. (2023). Metaverse as a disruptive technology revolutionising tourism management and marketing. *Tourism Management*, 97, 104724. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104724>
- Castells, M. (2010). *The Information Age. Economy, Society, and Culture*. Wiley-Blackwell.

- Chmielecki, K. (2007). Antropologia nowej wizualności jako refleksja nad „cyfrową” i „globalną” kulturą wizualną. *Przegląd Kulturoznawczy*, 3(2), 102–117.
- Clark, T.J. (1973). *Image of the People. Gustav Coubert and the 1948 Revolution*, Thames&Hudson.
- Dec, I. (1985). „Homo viator” jako kategoria antropologiczna. *Collectanea Theologica*, 55(2), 5–18.
- Golka, M. (2005). Czym jest społeczeństwo informacyjne? *Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny*, 67(4), 253–265.
- Graburn, N.H.H. (1979). Tourism: the Sacred Journey. W: V.L. Smith (red.), *Hosts and guests: the anthropology of tourism* (s. 17–32). University of Pennsylvania Press.
- Han, B.C. (2017). *In the Swarm. Digital Prospects*. The MIT Press.
- Horton, D. i Wohl, R. (1997). Komunikacja masowa i paraspołeczna interakcja. Uwagi o intymności na odległość. W: A. Gwóźdź (red.), *Pejzaże audiowizualne. Telewizja, video, komputer* (s. 63–90). Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas.
- Januszko, W. (2005). Czy podążanie współczesnych społeczeństw w stronę struktur sieciowych stwarza szansę czy zagrożenie? W: B. Sosińska-Kalata, M. Przystek-Samokowa (red.), *Od informacji naukowej do technologii społeczeństwa informacyjnego* (s. 118–126). Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy.
- Kaczmarek, J., Stasiak, A. i Włodarczyk, B. (2002). Produkt turystyczny. *Turystyka i hotelarstwo*, 1, 33–51. Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi.
- Klekotko, M. (2018). Praktyki wspólnotowe w ponowoczesnym mieście: w poszukiwaniu nowej perspektywy. *Miscellanea Anthropologica et Sociologica*, 19(1), 209–229. <http://dx.doi.org/10.18778/0208-600X.64.01>
- Krajewski, M. (2006). Społeczne jako wirtualne. O starym i nowym typie symulowania rzeczywistości. W: A. Wójtowicz (red.), *Człowiek między rzeczywistością realną a wirtualną* (s. 77–92). Ośrodek Wydawnictw Naukowych, Polska Akademia Nauk.
- Laskowski, M., Rawski, D. i Szadura, P. (2013). Wykorzystanie rzeczywistości rozszerzonej w życiu codziennym. *Informatyka, Automatyka, Pomiar w Gospodarce i Ochronie Środowiska*, 2, 37–40. Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390–407. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)
- Leiper, N. (1990). Tourist Attraction Systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367–384. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90004-B](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90004-B)
- Liszewski, S. (1995). Przestrzeń turystyczna. *Turyzm*, 5(2), 87–103. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.5.2.09>
- Lopez, D.T. (2019). The Society of the Digital Swarm: Microblogging and Construction of Subjectivity in Homo Digitalis. W: D.V Gonzalez-Prida., J.P.Z. Bonilla, *Handbook of Research on Industrial Advancement in Scientific Knowledge* (s. 95–110). IGI Global.
- MacCannell, D. (2002). *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*. Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA.
- MacLuhan, M. (2004). *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*. Wydawnictwo Naukowo-Techniczne.
- Maj, I. (2006). Homo symbolicus a homo economicus. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 8, 209–218.
- Marczyk, M. (2018). Cyberprzestrzeń jako nowy wymiar aktywności człowieka: analiza pojęciowa obszaru. *Przegląd Teleinformatyczny*, 1–2, 59–71.
- Masland, R. (2020). *Czego oczy nie widzą. Jak wzrok kształtuje nasze myśli?*. Wydawnictwo Poznańskie.
- Milgram, P. i Kishino, F. (1994). A taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE Transactions on Information Systems*, E77-D(12), 1321–1329.
- Mirzoeff, N. (1999). *An Introduction to Visual Culture*. Routledge.

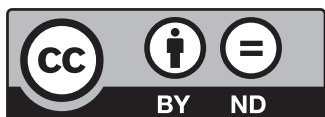
- Mirzoeff, N. (2016). *Jak zobaczyć świat*. Wydawnictwo Karakter i Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie.
- Mitchell, W.J.T. (1994). *Picture Theory*. The University of Chicago Press.
- Niemczyk, A. (2010). *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Ninet, A.A. (2019). Protecting the „Homo Digitalis”. *Nordic Journal of Law and Social Research*, 1(9), 153–170. <https://doi.org/10.7146/njlsr.v1i9.122156>
- Nowacki, M. (2010). Autentyczność atrakcji a autentyczność doświadczeń turystycznych. *Folia Turistica*, 23, Kraków, 7–21.
- Nowak, J.S. (2008). Społeczeństwo informacyjne. Geneza i definicje. W: J.S. Nowak, P. Sienkiewicz (red.), *Społeczeństwo Informacyjne. Krok naprzód, dwa kroki wstecz* (s. 25–48). Polskie Towarzystwo Informatyczne.
- Ogonowska, A. (2012). Kultura, komunikacja i kompetencja wizualna w kontekście wybranych zagadnień współczesnej humanistyki. W: E. Kulczycki, M. Wendland (red.), *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji* (s. 53–67). Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii UAM.
- Panasiuk, A. (2006). *Ekonomika Turystyki*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Pardel, P. (2009). Przegląd ważniejszych zagadnień rozszerzonej rzeczywistości. *Studia Informatica*, 30(1), 35–64.
- Pine, J.B. i Gilmore, J.H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*, Harvard Business School Press.
- Podemski, K. (2005). *Socjologia podróży*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.
- Prodinger, B. i Neuhofer, B. (2022). Multisensory VR Experience in Destination Management. W: J. Steinmetz, B. Ferrer-Rosell, D. Massimo (red.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2022* (s. 162–173). Springer.
- Richards, G. (2002). Tourism Attraction Systems. Exploring Cultural Behaviour. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1048–1064. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00026-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00026-9)
- Sartori, G. (2007). *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*. Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Stasiak, A. (2016). Doświadczenie stary-nowy paradygmat turystyki. *Folia Turistica*, 41, 191–216.
- Stasiak, A. (2019). Creating Tourism Experiences Theoretical Foundations. W: D.A. Jelinčić, Y. Mansfeld (red.), *Creating Tourism Experiences — Theoretical Foundations* (s. 17–41). https://doi.org/10.1142/9789813233683_0002
- Szpunar, M. (2004). Społeczności wirtualne jako nowy typ społeczności — eksplikacja socjologiczna. *Studia Socjologiczne*, 2(173), 95–135.
- Thompson, J.B. (2001). *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*. Wydawnictwo Atrium.
- Urry, J. (2007). *Spojrzenie turysty*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Urry, J. (2017). *Socjologia mobilności*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Verkerk, V.A. (2022). Virtual Reality: A Simple Substitute or New Niche? W: J. Steinmetz, B. Ferrer-Rosell, D. Massimo, *Information and Communication Technologies in Tourism 2022* (s. 28–40). Springer.
- Wulf, Ch. (2007). *Homo Pictor or the Making of Man through the Imagination*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3745643>

Virtual tourist experience: towards homo viator digitalis

Abstract. The article is an attempt to describe the process of continuing digitalisation of tourist experience. By referring to three cultural models of man – homo viator, homo videns and homo digitalis – the author uses concepts like digital tourist experience and the cyberspace of tourist

experience to propose a new cultural model, namely that of man on a digital journey – *homo viator digitalis*. The article is a theoretical analysis of the literature on general categories (cultural models, visual culture, experience economy, imagined communities) and more specific concepts like tourism product and tourist experience. Continuing digitalization and virtualization of individual and social life reflects and affects many aspects of social life deeply rooted in human culture, including tourist activity. Nowadays, tourist experience is increasingly taking place in a mixed, real and virtual reality. The distinction between the real and virtual environment is becoming more and more blurred or is often no longer relevant. Both realities are becoming an integral whole, embedded in the cyberspace of tourist experience, a modern equivalent of Boorstin's tourist bubble.

Keywords: *homo viator*, *homo videns*, *homo digitalis*, virtual reality, mixed reality



Copyright and license. This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution — NoDerivates 4.0 International (CC BY-ND 4.0) License, <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

ELHAAM ABRAHAMS^a, HILARY KENNEDY NJI BAMA^b

Heritage Interpretation as a Catalyst for Sustainable Ecotourism in Protected Areas: A Systematic Literature Review

Abstract. This article provides a systematic review of the literature to explore heritage interpretation as a catalyst for sustainable ecotourism in protected areas. Premised on the importance of protected areas as a strategy for the conservation of the natural environment, the study seeks to identify trends that predominate contemporary scholarly discourse regarding the concept of heritage interpretation in protected areas. Having searched the main scientific databases (Sabinet, Scopus, Emerald, ProQuest, Taylor & Francis Online, and journals' websites), the authors have identified 129 publications, of which 57 met their relevance criteria. After conducting content analysis and thematic extraction, it turned out that most of the studies concerned the Global North, with themes reflecting the role of heritage interpretation in protected areas, interpretation planning, management and evaluation, environmental interpretation, cultural interpretation, the influence of interpretation on visitors' perceptions, behaviour and satisfaction, interpretation preferences, interpreters' experiences, creativity in heritage interpretation and heritage interpretation for sustainable development.

Keywords: heritage interpretation, ecotourism, protected areas, systematic literature review

Article history. Submitted 2023-06-30. Accepted 2023-07-13. Published 2023-08-19.

1. Introduction

Heritage interpretation is a growing area in ecotourism research, with scholars beginning to focus on ways of promoting heritage awareness among local inhabitants and making it part of their identity, with the aim of protecting and conserving sites and a knowledgeable development of tourism, (Continenza, Redi & Trizio, 2017; Harilal, Tichaawa & Saarinen, 2022). In addition, more attention is being paid to the value of protected areas as a fundamental component of the global strategy

^a Department of Tourism and Events Management, Faculty of Business and Management Sciences, Cape Peninsula University of Technology, South Africa, abrahamselh@cput.ac.za, <https://orcid.org/0000-0002-4536-3337>

^b Department of Tourism and Events Management, Faculty of Business and Management Sciences, Cape Peninsula University of Technology, South Africa, bamah@cput.ac.za, <https://orcid.org/0000-0002-9356-9137>

for the conservation and protection of natural environments (Harilal, Tichaawa & Saarinen, 2022). As a result, more and more scholars are trying to understand how to manage natural environments more effectively (Bushell & Bricker, 2016, p. 1). Originally conceived with the purpose of preserving iconic landscapes and providing habitats for wildlife, the conceptual and geographical scope of protected areas has undergone significant expansions in recent decades (Continenza, Redi & Trizio, 2017; Watson et al., 2014). According to the World Bank (2023), the International Union for Conservation of Nature (IUCN) has established six distinct management categories to delineate protected areas spanning a minimum area of 1,000 hectares. These encompass scientific reserves and strict nature reserves characterised by limited public access, as well as national parks of significant national or international value. This classification system also includes natural monuments and natural landscapes possessing distinctive attributes, nature reserves, wildlife sanctuaries and protected landscapes, which can include cultural landscapes (Harvey, 2001; Mitsche et al., 2008). Such geographically demarcated areas serve as critical safeguards for the preservation of habitats inhabited by endangered species, threatened ecological communities, and noteworthy examples of well-known ecosystems (Nowacki, 2021; van der Merwe et al., 2020). Collectively referred to as indigenous or native biodiversity values, these elements of natural heritage represent essential targets for conservation efforts. Certain protected areas seek to preserve aesthetically remarkable regions and sites of historical or cultural importance. While terrestrial protected areas have traditionally received more attention, marine areas started to be recognised as requiring protection since the late 1980s (Bennett & Dearden, 2014).

It was not until the mid-twentieth century that tourism inside protected areas accelerated (Zeiger, Caneday & Baker, 1992) and proved to be economically viable (Watson et al., 2014). Consequently, many regions rely on protected areas not only to uphold conservation but also for economic development through tourism (Stone et al., 2022). Furthermore, Stone et al. (2022) noted that alliances between conservation and tourism contribute to a shift in attitudes regarding issues of biodiversity conservation and environmentally responsible business practices, which means that there is an enduring and symbiotic relationship between tourism and protected areas. According to SWITCH Africa Green (2020), tourism activities have an impact on the natural, cultural, and socioeconomic resources in tourist destinations, and sustainability is becoming increasingly important worldwide. To achieve maximum economic and social benefits, while making sure that tourist growth and development does not lead to environmental deterioration, it is necessary to embrace sustainability principles.

The concept of ecology tourism [ecotourism], which combines nature and cultural tourism, has emerged to promote the conservation of natural and cul-

tural resources while providing economic benefits and growth to all stakeholders (Stronza, Hunt & Fritzgerald, 2019; Wondirad, 2017; Harilal & Tichaawa, 2020; Forje, Tchamba & Eno-Nku, 2021). The International Ecotourism Society (TIES) (2015) defined ecotourism as “responsible travel to natural areas that conserves the environment, sustains the well-being of the local people, and involves interpretation and education”. Furthermore, TIES notes that those who execute, partake in, and promote ecotourism activities should adopt the following principles:

- minimise physical, social, behavioural, and psychological impacts,
- promote greater respect for and awareness of cultures and the environment,
- provide positive experiences for both tourists and hosts,
- provide direct financial advantages to encourage conservation,
- generate financial benefits for both local communities and businesses,
- deliver memorable interpretative experiences to visitors to increase their awareness of political, environmental, and social contexts of host countries,
- design, build, and operate low-impact facilities,
- recognise and respect the rights and spiritual beliefs of indigenous people in local communities and collaborate with them to foster empowerment.

Heritage interpretation, a key pillar of ecotourism, involves informing visitors of heritage sites and artefacts about natural and cultural heritage through educational activities. Heritage interpretation, which originated in the context of promoting environmental heritage and later expanded to encompass cultural heritage and is now in widespread use and has gained international recognition (Continenza, 2020). It is commonly acknowledged that interpretation is crucial to the tourism industry, particularly at national parks and other places of cultural and natural heritage (Boemah, 2011; Lück, 2003; Moscardo, 1999). Hence, this study aims to systematically review scientific literature on the use of heritage interpretation to enhance ecotourism in protected areas, in order to identify (i) the importance of and knowledge that has been produced on heritage interpretation in protected areas, (ii) trends regarding techniques in heritage interpretation in protected areas research, and (iii) areas of improvement in heritage interpretation.

2. Methods

The objective of this study was to explore current trends and gaps in the research on heritage interpretation as a tool for enhancing ecotourism in protected areas.

A preliminary search on Google Scholar was conducted to determine criteria for including articles for analysis. The selection process consisted of four steps: (1) keyword search, (2) literature search, (3) selection of relevant studies, and (4) categorisation and synthesis of the findings (Figure 1). The authors looked for relevant journal articles and book chapters listed in major abstract and citation databases, such as Sabinet, Scopus, Emerald, ProQuest, Taylor & Francis Online, Web of Sciences, and on journals' websites. The search was conducted in May and June of 2023.

The keyword search included variations of heritage interpretation ("interpretation" AND "cultural interpretation" AND nature/environmental interpretation), variations of PAS ("national parks" AND "nature reserves"), and Global North and Global South, with emphasis on Africa. A number of keywords were combined by Boolean operators ("ecotourism" AND "heritage interpretation" AND "protected areas"). No time interval or language restrictions were imposed during the search. Publications which did not appear in the indexed databases might have been missed during searches on individual journal websites and therefore were excluded from the systematic review.

The keyword search of the databases yielded 129 articles. After reviewing their abstracts, 38 articles were excluded from further analysis because they did not meet the selection criteria. The content of the remaining 91 articles was reviewed in more depth, resulting in the rejection of another 34 articles, which were found not to be directly related to heritage interpretation in protected areas. The final set consisted of 57 scientific articles and monographic book chapters, including 11 about Africa, 36 about Global North countries, as well as 10 articles containing conceptual/literature reviews. In the third step, the title, abstract, keywords, authors' names, journal name, and year of publication of each article were exported to an MS Excel spreadsheet for further analysis. The articles were categorised based on their aims and topics, research methodologies applied, and results. A summary of the review results was used to identify the main trends and key areas of research.

3. Results and Discussion

3.1. Characteristics of the Literature on Heritage Interpretation in Protected Areas

The oldest paper included in the review was published in 1996, and the number of articles published in the first decade of the 21st century grew rather slowly only to rise more rapidly in the second decade. As shown in Figure 2, 2021 saw the highest

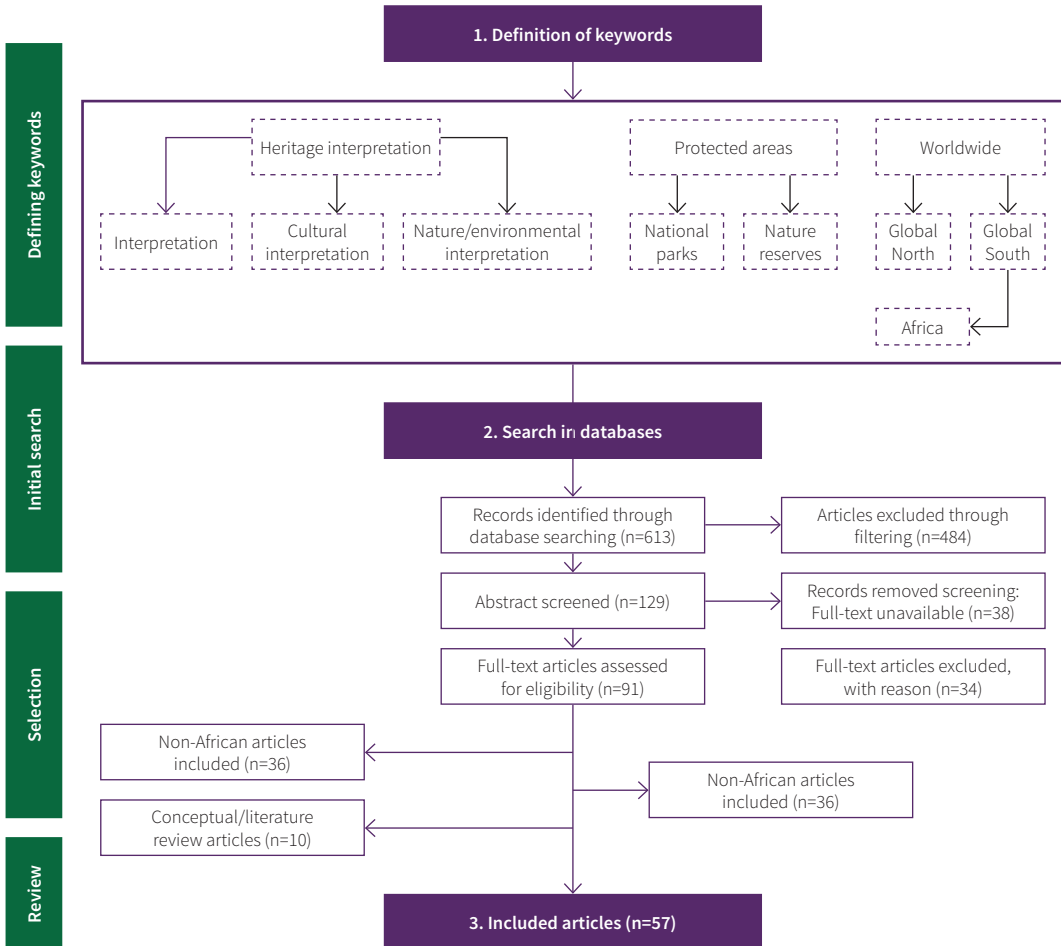


Figure 1: Flow chart illustrating the process and steps of the literature search and selection
Source: Author's own compilation

number of articles (7). This trend could be reflecting the rising interest in several international processes related to the Sustainable Development Goals (SDGs) and, later, to the COVID-19 pandemic, which gave rise to more research focusing on sustainable practices beyond protected areas, such as analysing visitor perceptions and behaviours regarding conservation and the equal representation of indigenous people/heritage in and in the vicinity of protected areas.

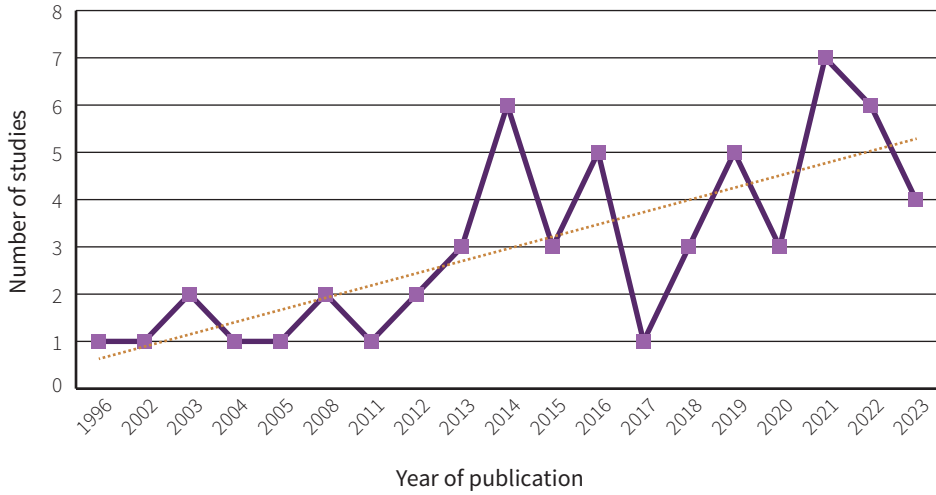


Figure 2: The number of journal articles and book chapters on heritage interpretation by year of publication
Source: Author's own compilation

In terms of the geographical scope, the reviewed studies cover 24 countries (see Figure 3). The largest group of studies (16) concern Asia, including eight conducted in China, three in Malaysia, two in Vietnam and three in Indonesia, Jordan, and Taiwan. 11 of studies reported in the articles were conducted in Africa: five in South Africa and six in Botswana, Egypt, Kenya, Nigeria, Tanzania, and Uganda. Eight studies were conducted in Australia and Australasia. Out of six studies concerning

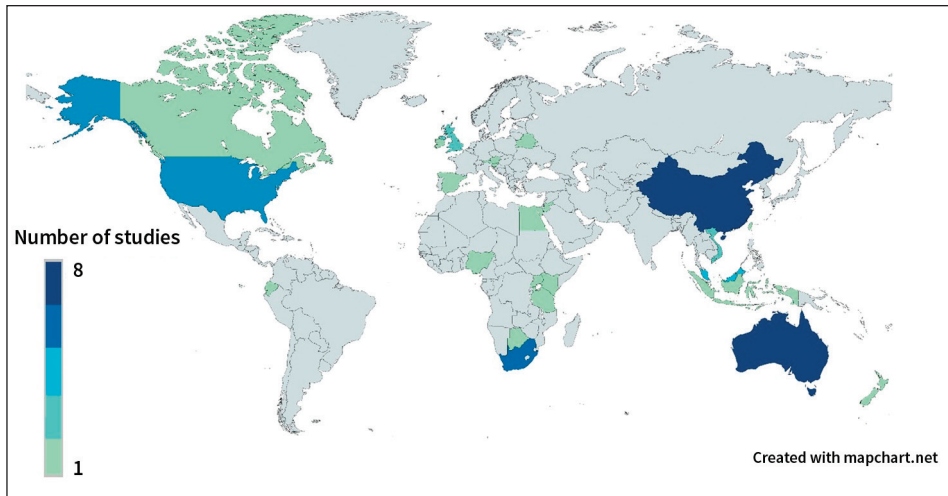


Figure 3: Geographical distribution of studies on heritage interpretation in protected areas
Source: Author's own compilation

Europe, three were carried out in the United Kingdom and three others in Austria, Belarus, and Slovenia. Only six studies were conducted in the Americas: three in the United States, two in Alaska and Canada, and one in Ecuador.

3.2. Thematic Areas in the Literature

The studies selected for the review can be divided into several groups in terms of the main research topic (see Table 1). The biggest group of studies (21%) focused on the influence of interpretation on visitors' perceptions, behaviour, and satisfaction. Other research topics included interpretation planning, management, and evaluation (16%), environmental interpretation (16%), and contextualising literature on heritage interpretation in protected areas (12%). In other words, researchers have been interested in different stakeholders of heritage interpretation. Interpretation preferences are a central research topic in four studies (7%), while only two of the reviewed studies focused on interpreters' experiences. Heritage interpretation includes both environmental and cultural perspectives, with cultural interpretation accounting for 3% of the studies. Seven (12%) studies examined heritage interpretation contextually, while four studies (7%) identified new concepts in heritage interpretation and 7% linked heritage interpretation as a tool for sustainable development.

Table 1: Research themes covered in the reviewed studies

Research themes	Sources	%
Role of interpretation in protected areas	Moscardo et al., 2004; Trobec, 2015; Mearns & Botha, 2018; Klitsounova, 2020	7%
Interpretation planning, management, and evaluation	Orams, 1996; Archer & Wearing, 2001; Wearing & Archer, 2003; Ham & Sandberg, 2012; Robert et al., 2014; Quetel-Brunner & Griffin, 2014; Krisma & Marhaento, 2021; Juma & Khademi-Vidra, 2022; Maringer & Blank, 2023	16%
Environmental interpretation	Obua, 2003; Munro et al., 2008; Xu et al., 2013; Shittu, 2013; Ren & Folta, 2016; Phan & Schott, 2017; Dussler & Deringer, 2020; Tang et al., 2022; Zhang et al., 2022	16%
Cultural interpretation	Wong, 2013; Keitumetse & Sikorei, 2018	3%
Influence of interpretation on visitors' perceptions, behaviour, and satisfaction	Hughes & Morrison-Saunders, 2005; Powell & Ham, 2008; Ballantyne, Packer, J., & Sutherland, 2011; Ballantyne et al., 2014; Jacobs & Harms, 2014; Huang et al., 2015; Loggerenberg et al., 2015; Botha et al., 2016; Kuo et al., 2016; Moreno-Melgarejo et al., 2019; Phan et al., 2019; Liao & Bartjie, 2022	21%
Interpretation preferences	Ballantyne et al., 2016; van der Merwe, Saayman & Botha, 2019; van der Merwe, Saayman & Botha, 2020; Zhao & Chan, 2023	7%
Interpreters' experiences	Ababneh, 2017; Moris & Zekry, 2021	4%
Creativity in heritage interpretation	Amin, Yok & Omar, 2014; Zhu, 2021; Johnston & Mason, 2021; Wan Shamsuddin & Harun, 2021	7%

Research themes	Sources	%
Heritage interpretation as a tool for sustainable development	Walker & Moscardo, 2014; Bidder et al., 2016; Huang et al., 2022; Moscardo & Hughes, 2023	7%
Contextualising literature on heritage interpretation in protected areas	Moscardo, 2014; Gilson & Kool, 2019; Finegan, 2019; Tatarusanu, 2021; Nowacki, 2021; Manthiou et al., 2022; Tang & Xu, 2023	12%
Total:	57	100%

Source: Author's own compilation

Next, the content of each grouped deemed most pertinent to the current or potential role of heritage interpretation in stimulating ecotourism in protected areas was identified, analysed, and synthesized based on a narrative or thematic approach proposed by Arksey and O'Malley (2005), to present a narrative justification of the existing research:

1. Conceptualisation of heritage interpretation in protected areas
2. Role of interpretation in protected areas
3. Interpretation management
4. Creativity in heritage interpretation
5. Effectiveness of heritage interpretation in areas of sustainable development

3.3. Conceptualisation of Heritage Interpretation in Protected Areas (PAs)

The term 'interpretation' was proposed and defined by John Muir as a fundamentally personal learning process that enables the subject to transform the language of natural events into a personal experience (Wolfe, 1978). The concept has evolved over time and has been extensively applied, investigated and formalised into a new field of applied social science called Heritage Interpretation (Continenza, 2020). According to Continenza, the discipline was born in the USA and has been developed since the establishment of the US National Park Service in 1916, with the intention of advancing environmental conservation policies through the development of natural parks and the training of employees to engage visitors in a fun and educational learning experience.

The theoretical foundation for this discipline was established by Freeman Tilden in 1957. The goal was to create a new interaction between the user and cultural and natural assets by highlighting the fundamental connections between these and users' daily lives (Continenza, 2020). According to Tilden, the interpreter must elicit emotional responses in addition to providing thorough information about the event under discussion by revealing unexpected details or highlighting details that would otherwise go unnoticed (Tilden, 1957). Tilden defines heritage interpretation as:

An educational activity which aims to reveal meanings and relationships through the use of original objects, by first-hand experiences, and illustrative media, rather than simply to communicate factual information (Tilden, 1957).

Table 2: Contemporary definition of heritage interpretation

	Connection	Definition of interpretation
Heritage Authors	Beck and Cable (2002)	Interpretation is an educational activity that aims to reveal meanings about our cultural and natural resources. Through various media—including talks, guided tours, and exhibits—interpretation enhances our understanding, appreciation, and, therefore, protection of historic sites and natural wonders.
	Rabotic (2011)	Interpretation is a means of tourism management aimed at explaining visitors and tourists the importance of various natural and cultural attractions at a destination so as to spur comprehension, positive impression, admiration, i.e. to raise consciousness on responsible behaviour in the function of local heritage preservation. Interpretation serves to enhance enjoyment of tourists by transferring to them symbolic meanings and facilitating changes in their attitudes and behaviour: this is why it represents the key for establishing intellectual and emotional connections between the visitor and particular destinations.
	Silberman (2012)	The public discussion in the public sphere as a deliberative discourse of collective identities, social norms, and of the possibility of individual freedom from the weight of heritage—rather than following a guided tour—offers itself as a new interpretive paradigm. “Process, not product; collaboration, not ‘expert-only presentation; memory community, not heritage audience.”
	Moscardo (2014)	Heritage interpretation is defined as persuasive communication activities, such as guided tours, brochures and information provided on signs and in exhibitions, aimed at presenting and explaining aspects of the natural and cultural heritage of a tourist destination to visitors.
Interpretation Authorities	The Association for Heritage Interpretation [AHI], UK (2019)	Interpretation is the process of communicating messages and stories about our cultural and natural heritage, providing the audience with inspiration and a wider understanding of our environment. Or quite simply, interpretation is about telling stories.
	Interpretation Australia Association (1992)	Interpretation communicates ideas, information and knowledge about locations, the natural world or historic places in a way which helps visitors to make sense of their environment. Good interpretation will create engaging, unique and meaningful experiences for visitors.
	National Association for Interpretation [NAI], USA (2023)	Interpretation is a mission-based communication process that forges emotional and intellectual connections between the interests of the audience and the meanings inherent in the resource.
	International Council on Monuments and Sites’ Ename Charter for the Interpretation and Presentation of Cultural Heritage Sites ICOMOS Ename Charter (2008)	Interpretation refers to the full range of potential activities intended to heighten public awareness and enhance understanding of cultural heritage site. These can include print and electronic publications, public lectures, on-site and directly related off-site installations, educational programs, community activities, and ongoing research, training, and evaluation of the interpretation process itself.
	Interpret Europe — European Association for Heritage Interpretation (2010)	At its best, learning happens where people experience ‘the real thing’, in venues such as historic sites, nature parks, zoos or museums. Heritage interpretation facilitates such experiences using a broad range of approaches from guided walks to sophisticated exhibitions. It has the power to make heritage more meaningful to people, and people more mindful towards our shared values.

Source: Author’s own compilation

Since the formulation of this definition, several others have been proposed (Table 2). All of them lead to the conclusion that heritage interpretation is considered an effective learning, communication, and management tool that increases visitors’ awareness of heritage sites and artefacts and aimed to protect them (Rahaman,

2018; Ballantyne, Packer, & Sutherland, 2011; Beck & Cable, 2002). In addition to helping tourists learn about the history of the areas they are visiting, heritage interpretation aims to popularise new ideas (such as new conservation trends), explain technical issues and physical phenomena, and make it feasible to see endangered species of animals and plants (Nowacki, 2021; Trobec, 2015; Moscardo & Ballantyne, 2008). For this reason, heritage interpretation is considered a crucial element in controlling tourist flow at natural and cultural heritage sites (Moscardo & Ballantyne, 2008).

3.4. Role of Heritage Interpretation in Protected Areas

According to Trobec (2015), the goal of PAS is to ensure that natural values, cultural heritage, landscape diversity, and biodiversity enjoy permanent protection. Reality, however, frequently diverges from this ideal despite society's favourable perception of protected areas and the conservation of the natural and cultural assets within them. Therefore, to ensure that the role of protected areas is fulfilled, all stakeholders (governments, park management, the public, and local inhabitants) should be involved and should identify with the natural and cultural heritage, which means they understand, respect, and appreciate it. Numerous methods exist for achieving this; however, heritage interpretation has recently gained popularity (Moreno-Melgarejo et al., 2020; Gilson & Kool, 2019; Continenza, Redi & Trizio, 2017; Trobec, 2015; Nowacki, 2012).

Many authors point to the role of interpretation in PAS and how through interpretation, visitors gain knowledge, people's attitudes and behaviours are changed, and tourists are encouraged to take care of the PAS and become more responsible citizens (Klitsounova, 2020; Mearns & Botha, 2018; Trobec, 2015). Furthermore, heritage interpretation can be used to solve key challenges facing PAS, such as effective management of national parks, increasing popularity, implementing sustainable tourism, and raising public awareness of the importance of parks' natural and cultural heritage (Trobec, 2015). Given the effect of increased visitation to fragile conservation areas and national parks on natural and cultural heritage, interpretation is seen as an important solution to mitigate some of the undesirable consequences of tourism in PAS (Mearns & Botha, 2018).

Numerous interpretation programs have been criticised for their predominantly Western Eurocentric approach and their strong emphasis on ecological issues (Staiff, Bushell & Kennedy, 2002). The same authors report suggestions that interpretation programs should be more culturally sensitive, should include a wider range of historical Western and non-Western contexts, and should have more emphasis on the sociocultural and ecological legacy. The fundamentals of interpretation can be applied to most situations and settings; however, when inter-

preting initiatives in practice, it is important to consider cultural appropriateness and inclusion (Mearns & Botha, 2018).

Additionally, there are numerous expectations created through social media communities for increasingly diverse audiences in PAS (Moscardo, 2022). Difficulties in controlling the detrimental effects of visitors who try to copy photographs from social media sites, such as Instagram, TikTok, and WeChat, are already visible in mainstream media (Pearce & Moscardo, 2015). The academic and professional literature has only just begun to include in-depth studies on visitors' use of mobile technology in PAS to connect to social media networks (Conti & Heldt, Cassel, 2020; Conti & Lexhagen, 2020; Lenzi, Speiran & Grasso, 2020; Tenkanen et al., 2017). These studies show that visitors rely extensively on mobile technologies, particularly to access social media groups, and that this dependence is essential to how visitors connect with, comprehend, and create their own meaningful private experiences of the environment and wildlife in PAS. Staiff (2016) noted that interpreters can no longer select and control a single narrative about a site and its significance in a digitally connected society. Instead, they must learn to cooperate and negotiate with this new connected digital strategy, which focuses on visitors as the primary source of information.

3.5. Approaches to Heritage Interpretation

Various authors have focused on the role that creativity plays in the interpretation of heritage since it is essential to enable visitors to have a thorough grasp of heritage (Zhu, 2022; Gilson & Kool, 2019; Perry, 2018; Amin, Yok & Omar, 2014). Amin, Yok & Omar (2014) cite examples of creativity in the interpretation approach, such as thematic interpretation, place of inspiration in heritage, and hot interpretation. The ability of thematic interpretation to affect visitors' attitudes and behaviours toward natural and cultural resources, as well as its significance in positively influencing both the nature and quality of visitor experiences, makes it a crucial component of conservation and sustainable tourism (Amin, Yok & Omar, 2014; Ham, 2016; Ham & Weiler 2007).

Approximately two decades ago, a thematic interpretation model was developed, primarily focusing on environmental and conservation purposes, aimed at translating the technical language used in natural science and related fields into terms that non-scientists could easily comprehend (Ham, 1992). The model consisted of four components, represented by the acronym EROT: enjoyable, relevant, organised, and thematic. The first component (enjoyable) emphasised the importance of making the interpretation engaging and motivating people to participate. The second component (relevant) involved providing stories and concepts that help individuals to connect with the park based on their own experiences. The

third component (organised) focused on offering a clear structure to guide visitors through the interpretation program. The fourth (thematic) component referred the notion that interpretation needed to be thematic by delivering a message that visitors would remember even after their visit. The fundamental premise underlying thematic interpretation was that when visitors leave with intangible values such as memories, thoughts, understanding, and new perspectives, they develop a deeper connection to the place. This, in turn, leads to higher satisfaction levels, positive word-of-mouth promotions, repeat visits, and increased on-site visitor spending (Amin, Yok & Omar, 2014).

More recently, based on the growing body of research in cognitive and behavioural science, the EROT model was revised in response to arguments that the first three components (enjoyable, relevant, and organised) were applicable to any form of entertainment (Ham, 2016). However, if the goal of interpretation was to influence visitors' attitudes towards protection agencies or foster personal connections with the park, it would be through the thematic component that park managers or guides should focus their efforts on. As a result, the order of the EROT model was changed to *thematic, organised, relevant* and *enjoyable*, represented by the acronym TORE. The TORE model was introduced as a mission-based approach to communication aimed at prompting audiences to discover personal meaning and establish personal connections with various entities, such as things, places, people, and concepts (Ham, 2016). By presenting a strong theme in an enjoyable, relevant, and organised manner, tour guides and park guides had a better chance of making a purposeful difference in visitors' thoughts, feelings, and possibly even their behaviour towards the subjects being interpreted (Ham, 2016).

Uzzell (1989) transitioned from a detached, objective approach to an active, emotion-centred interpretation using the phrase 'hot interpretation'. Such an interpretative strategy is particularly pertinent to challenging heritage sites and PAS because interpretation can help local populations and visitors understand and appreciate heritage assets and their associated historical meanings and values. More crucially, hot interpretation, as suggested by Ballantyne, Packer, & Bond (2012), not only elicits uncomfortable emotions, but also encourages contemplation and reassessment of history as a form of public education. Thus, heritage interpretation encourages an open, inclusive, and critical reflection on the nature of historical events in this way rather than pressuring people to reach a conclusion. Zhu (2022), inspired by the hot interpretation approach, claims that interpretation can achieve four goals: knowledge and fact sharing, understanding and recognition, imagination and reflection, and peacebuilding and reconciliation.

Building on the hot interpretation approach, Gilson and Kool (2019) note that limited research has been conducted on the concept of inspiration within heritage

interpretation, although the term is used regularly within the field. They identified nine inspiration characteristics related to the field of interpretation in practice. Particularly intriguing were the differences between being inspired by and being inspired to, as well as the notions that inspiration is contagious, uplifting, unique, transcendent, unexpected, holistic, and involves receptivity (Gilson & Kool, 2019).

3.6. Interpretation Management

With ecotourism widely promoted in association with the management of PAS in developing countries, one of the key strategies for achieving this wide range of lofty ideals is the frequent reliance on tour guides or park guides to inform, involve, and inspire visitors (Amin, Yok & Omar, 2014). Interpretation is commonly used by protected area management to support visitor management goals (Worboys et al., 2015) and is frequently a key component of and essential to tourists' views of a fulfilling experience (Moscardo, 2017). Research suggests that effective protected area interpretation and information enables visitors to derive maximum satisfaction with very little or no disturbance to the natural, cultural, and scenic features of the area (Moscardo, 2017; Shittu, 2013). Thus, interpretation is the process of providing each visitor with an opportunity to personally connect with a place, although these connections tend to vary from person to person. Heritage interpretation strives to enrich experiences, motivate activities, and increase knowledge to enable the accomplishment of all these goals (Nowacki, 2012). This is because heritage interpretation in PAS aims to reveal meaning and forge connections between tourists and natural and cultural heritage (Finegan, 2019; Nowacki, 2012).

The literature available on heritage interpretation in PAS places emphasis on interpretative techniques, demand, and/or preferences, as well as management (Gilson & Kool, 2019; Moreno-Melgarejo et al., 2019; Ababneh, 2017; Trobec, 2015; Quetel-Brunner & Griffin, 2014). This implies that ingrained/indigenous knowledge supporting both environmental and cultural interpretations is undeserving of scrutiny, which is not justified. The techniques for interpreting this knowledge and determining whether content delivery was successful are as crucial as how one learns what one interprets. Finegan (2019) notes that although the ultimate goal of interpretation is to get individuals to contemplate deeper, more intricate meanings of natural and cultural resources, limited consideration is given to the provision of these meanings and knowledge. In the Canadian national park system, very little is said about indigenous people and cultures in park interpretation, despite the fact that the use and occupation of the lands by indigenous peoples dates back thousands of years (Johnston & Mason, 2021).

In a study conducted by van der Merwe et al. (2020), it was noted that tourists favoured the interpretation of nature and heritage and wanted to gain more in-

depth information about them. Thus, the product (result) of interpretation is the increased tourist knowledge of natural and cultural heritage in PAS. Interpretation can involve both a program and an activity. As a program establishes a set of objectives for the things a visitor should understand, it requires skills and techniques to create understanding (van der Merwe et al., 2019). Interpretation can be divided into two types: direct, which takes place in face-to-face interaction and communication, such as guided walks and drives, or indirect or 'static,' which relies on printed materials, signage, exhibits, self-guided walks, prepared tour comments on cassettes or DVDs, virtual tours, or other electronic media (Nowacki, 2021; Boehm, 2011; Ham & Weiler, 2007). These media can be used to communicate with audiences in three different ways: educational (what to learn), behavioural (how to act and where to walk or places to visit), and emotional (what to feel). Chen and Weiler (2017) note that high-quality interpretation has been shown to significantly improve visitors' enjoyment and experience of national parks (experiential outcomes), which in turn encourages satisfied visitors to return and refer other potential visitors to national parks (economic outcomes), and it can improve understanding and encourage pro-conservation behaviour (environmental outcome).

3.7. Effectiveness of Heritage Interpretation in Areas of Sustainable Development

Tourism and sustainability have a complex relationship, with ecotourism's potential to have a positive impact on sustainability receiving a lot of attention (Walker & Moscardo, 2014). PAS are particularly susceptible to sustainability issues. There has been evidence of a significant and swift increase in international travel before the COVID-19 pandemic (Balmford et al., 2015) and PAS are once more under strain as a result of a general post-pandemic shift in preferences toward nature-based activities (Kupfer et al., 2021). According to Moscardo and Hughes (2023), the interpretation of protected natural areas can reduce the negative environmental effects of visitor activities and motivate them to adopt sustainable behaviours both at and away from tourist attractions. Thus, one commendable suggestion is to use visitor experiences, particularly those emphasising interpretation, to activate or alter sustainability-related values, beliefs, attitudes, and behaviours both in the locations visited and elsewhere. However, interpretation has frequently concentrated on highlighting the unique characteristics of PAS rather than using these characteristics as a resource for more comprehensive sustainability education.

- Sustainability is understood as a method of human decision-making that aims to protect and improve natural capital while also generating general gains in human, social, cultural, and political capital that underpins human flourishing (Moscardo & Hughes, 2023; Shoeb-Ur-Rahman et al., 2020;

Schaubroeck & Rugani, 2017). Sustainability necessitates thinking about how to reduce or eliminate the harmful effects of actions on the environment and nearby communities. Social justice, morality, and inclusivity are also significant issues (Moscardo & Hughes, 2023). Breiby et al. (2020) defined a sustainable tourist experience as having the following characteristics:

- It consists solely of initiatives and facilities that contribute to local community goals and have little to no adverse effects on the immediate environment.
- It is locally manufactured, recyclable, morally sound, and generated with little or no negative environmental effects.
- It provides honest, inclusive employment with favourable working circumstances for employees.
- It uses interpretation to persuade visitors to take sustainable actions outside the immediate environment, in addition to encouraging them to minimise their immediate effects on the environment.

It encourages visitors to either travel shorter distances or opt for more environment-friendly transportation methods to reach their destination.

Until recently, protected area interpretation rarely explicitly considered sustainability education outside the interpreted site (Moscardo & Hughes, 2023). This is partly due to a long-standing emphasis on interpreting the site itself and, in part, to the difficulty of relaying sustainability (Markman, 2018). This poses difficulties for interpreters because they must simultaneously create an enjoyable experience, control visitor impacts on the site, and determine how to connect the unique aspects of what they are interpreting to the greater sustainability agenda (Moscardo & Hughes, 2023).

4. Concluding Remarks

The purpose of this systematic literature review was to explore the concept of heritage interpretation as a catalyst for enhancing ecotourism in PAS. The study contributes to the body of knowledge on ecotourism by identifying the main areas of knowledge present in the field of heritage interpretation in PAS, including the conceptualisation of heritage interpretation in PAS, the role of interpretation in PAS, interpretation management, creativity in heritage interpretation, and the effectiveness of heritage interpretation in areas of sustainable development. Although heritage interpretation in its broadest sense has been around for a while, it has become the topic of research relatively recently and has been closely related

to the development of national parks and the establishment of tourism. Though heritage interpretation has its roots in the founding and development of the first national parks in the USA, it is practised in PAS globally. PAS in English-speaking countries, which have the longest history, are often considered to be the most well-established. The management of sensitive heritage sites can be accomplished in part by interpreting both the natural and cultural heritage in PAS to enhance the quality of tourism experiences and change visitor behaviour. Furthermore, visitors could be enticed into the setting, immersed in the experience, and given a true understanding of nature. Interpretive components, with messages and activities aimed at inspiring visitors to consider their present and future roles in environmental protection, should be added to such experiences to enhance them. Thus, it is important for interpreters to establish a link between the place being visited and tourists' regular lives. To do this, it is necessary to bring sustainability concerns close to visitors in both time and space, as well as to offer advice on simple but effective measures that they may take once they leave the site. The goal is to offer these opportunities in a way that draws in and keeps a variety of huge numbers of visitors while avoiding the addition of amenities and features that have a negative influence on the environment.

Future research in this field could include (1) empirical studies on the role of heritage interpretation in solving the main challenges faced by protected area managers and possible solutions, (2) empirical knowledge concerning inspiration in heritage interpretation and how it can be used to enhance and improve the interpretive experience, (3) empirical studies into representations of indigenous people in the interpretive process, and (4) building of adaptive capacity and possible strategies for continuous improvement and applicable adaptation of trends in heritage interpretive approaches, especially in the light of the ever-expanding field of technology. More studies in this area are needed given the scarcity of research from an African perspective.

References

- Ababneh, A. (2017). Tour guides and heritage interpretation: guides' interpretation of the past at the archaeological site of Jerash, Jordan. *Journal of Heritage Tourism*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2017.1321003>
- Amin, V.L., Yok, M.C.K., & Omar, M.S. (2014). Enhancing visitor experiences using thematic interpretation in park guiding service in Sarawak National Parks. 12th SHS Web of Conferences, 01025. <http://dx.doi.org/10.1051/shsconf/20141201025>
- Archer, D., & Wearing, S. (2002). Interpretation and marketing as management tools in national parks: Insights from Australia. *Journal of Retail Leisure Property*, 2, 29–39. <https://doi.org/10.1057/palgrave.rlp.5090137>
- Arksey, H., & O'Malley, L. (2005). Scoping studies: towards a methodological framework. *International Journal of Social Research Methodology*, 8(1), 19–32. <https://doi.org/10.1080/1364557032000119616>
- Association for Heritage Interpretation [AHI]. (2019). *About AHI*. <https://ahi.org.uk/about/>
- Ballantyne, R., Hughes, K., & Bond, N. (2016). Using a Delphi approach to identify managers' preferences for visitor interpretation at Canterbury Cathedral World Heritage Site. *Tourism Management*, 54, 72–80. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.014>
- Ballantyne, R., Hughes, K., Ding, P., & Liu, D. (2014). Chinese and international visitor perceptions of interpretation at Beijing built heritage sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5), 705–725. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.861469>
- Ballantyne, R., Packer, J., & Bond, N. (2012). Interpreting shared and contested histories: the broken links exhibition. *Curator: The Museum Journal*, 55(2), 153–166.
- Ballantyne, R., Packer, J., & Sutherland, L.A. (2011). Visitors' memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences. *Tourism Management*, 32(4), 770–779.
- Balmford, A., Green, J.M., Anderson, M., Beresford, J., Huang, C., Naidoo, R., Walpole, M., & Manica, A. (2015). Walk on the wild side: Estimating the global magnitude of visits to protected areas. *PLoS Biology*, 13(2), e1002074. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1002074>
- Beck, L., & Cable, T.T. (2002). *Interpretation for 21st century. Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture*. Sagamore Publishing.
- Bennett, N.J., & Dearden, P. (2014). Why local people do not support conservation: Community perceptions of marine protected area livelihood impacts, governance and management in Thailand. *Marine Policy*, 44, 107–116.
- Bidder, C., Kibat, S.A., & Fatt, B.S. (2016). Cultural interpretation toward sustainability: A case of Mount Kinabalu. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 224, 632–639. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.454>
- Boemah, D.L. (2011). Factors determining the interpretive effectiveness of ecotour guides in South African national parks: an environmental interpretation model. Unpublished doctoral thesis, University of Pretoria, Pretoria South Africa.
- Botha, E., Saayman, M., & Kruger, M. (2016). Expectations versus experience — the Kruger National Park's interpretation services from a regional approach. *Journal of Ecotourism*, 15(2), 158–183.
- Breiby, M.A., Duedahl, E., Øian, H., & Ericsson, B. (2020). Exploring sustainable experiences in tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(4), 335–351.
- Bushell, R., & Bricker, K. (2016). Tourism in protected areas: Developing meaningful standards. *Tourism and Hospitality Research*, 17(1), 1–15. <https://doi.org/10.1177/1467358416636173>
- Chen H., & Weiler B. (2017). Heritage interpretation as a tool for sustainable Management of National Parks in China. In *Proceedings of the CAUTHE 2017 Conference: Time For Big Ideas? Re-thinking The Field For Tomorrow*. Dunedin, New Zealand (pp. 245–254). Department of Tourism, University of Otago.

- Conti, E., & Heldt Cassel, S. (2020). Liminality in nature-based tourism experiences as mediated through social media. *Tourism Geographies*, 22(2), 413–432.
- Conti, E., & Lexhagen, M. (2020). Instagramming nature-based tourism experiences: A netnographic study of online photography and value creation. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100650. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100650>
- Continenza, R. (2020). Heritage interpretation for a deep knowledge of cultural and natural heritage. ICONARCH International Congress of Architecture and Planning. In *Iconarch IV Proceeding Book* (pp. 119–129).
- Continenza, R., Redi, F., & Trizio, I. (2017). Heritage interpretation: a tool for conservation, protection and management of environmental and cultural heritage. *Scientific Research and Information Technology* [SCIRES-IT], 7(1), 39–44.
- Dussler, R., & Deringer, S.A. (2020). Exploring the effects of interpreters' experiences of mindfulness interventions on their connection with nature and subsequent environmental interpretation. *Journal of Interpretation Research*, 25(1), 26–45. <https://doi.org/10.1177/1092587220963556>
- Finegan, C. (2019). The interpreter as researcher: ethical heritage interpretation in Indigenous contexts. *Journal of Heritage Tourism*, 14(3), 282–294.
- Forje, G.W., Tchamba, M.N., & Eno-Nku, M. (2021). Determinants of ecotourism development in and around protected areas: the case of Campo Ma'an National Park in Cameroon. *Scientific African*, 11, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2020.e00663>
- Gilson, J., & Kool, R. (2019). The place of inspiration in heritage interpretation: a conceptual analysis. *Journal of Interpretation Research*, 24(1), 27–48.
- Ham, S.H., & Sandberg, E.K. (2012). *Interpretation as strategic communication in protected area management*. In *Proceedings of the 6th International Conference on Monitoring and Management of Visitors in Recreational and Protected Areas: Outdoor recreation in change — current knowledge and future challenges*. Stockholm, Sweden. 21–24 August.
- Ham, S.H., & Weiler, B. (2007). Isolating the role of on-site interpretation in a satisfying experience. *Journal of Interpretation Research*, 12(2), 5–24.
- Ham, S.H. (1992). *Environmental interpretation—a practical guide for people with big ideas and small budgets*. Fulcrum Publishing.
- Ham, S.H. (2016). *Interpretation: Making a difference on purpose*. Fulcrum Publishing.
- Harilal, V., & Tichaawa, T.M. (2020). Community perceptions of the economic impacts of ecotourism in Cameroon. *African Journal of Hospitality Tourism and Leisure*, 9(6), 959–978. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-62>
- Harilal, V., Tichaawa, T., & Saarinen, J. (2022). Ecotourism and community development in Cameroon: The nexus between local participation and trust in government. *Tourism Planning & Development*, 19(2), 164–185.
- Harvey, D.C. (2001). Heritage Pasts and Heritage Presents: temporality, meaning and the scope of heritage studies. *International Journal of Heritage Studies*, 7(4), 319–338.
- Huang, S.S., Weiler, B., & Assaker, G. (2015). Effects of interpretive guiding outcomes on tourist satisfaction and behavioral intention. *Journal of Travel Research*, 54(3), 344–358. <https://doi.org/10.1177/0047287513517426>
- Huang, Z., Weng, L., & Bao, J. (2022). How do visitors respond to sustainable tourism interpretations? A further investigation into content and media format. *Tourism Management*, 92, 104535. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104535>
- Hughes, M., & Morrison-Saunders, A. (2005). Influence of on-site interpretation intensity on visitors to natural areas. *Journal of Ecotourism*, 4(3), 161–177. <https://doi.org/10.1080/jJET.v4.i3.pg16>
- ICOMOS. (2008). *The ICOMOS Charter for the Interpretation and Presentation of Cultural Heritage Sites. Ratified by the 16th General Assembly of ICOMOS*. ICOMOS.
- Interpret Europe — European Association for Heritage Interpretation. (2010). *About heritage interpretation*. <https://interpret-europe.net/about-heritage-interpretation/>

- Interpretation Australia Association. (1992). *What is interpretation?*. <https://interpretationaustralia.asn.au/resources/what-is-interpretation/>
- Jacobs, M., & Harms, M. (2014). Influence of interpretation on conservation intentions of whale tourists. *Tourism Management*, 42, 123–131. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.009>
- Johnston, J.W., & Mason, C.W. (2021). Rethinking representation: shifting from a Eurocentric lens to indigenous methods of sharing knowledge in Jasper National Park, Canada. *Journal of Park and Recreation Administration*, 39(3), 1–19.
- Juma, L.O., & Khademi-Vidra, A. (2022). Nature interpretation as an environmental educational approach in visitor management; the application dilemma for different target groups at Masai Mara National Reserve, Kenya. *Sustainability*, 14(5), 2935. <https://doi.org/10.3390/su14052935>
- Kimengsi, J.N., Kechia, M.A., Balgah, R.A., Pretzsch, J., & Kwei, J. (2019). Households' assets dynamics and ecotourism choices in the Western highlands of Cameroon. *Sustainability*, 11(4), 1844. <https://doi.org/10.3390/su11071844>
- Klitsounova, V. (2020). *Interpretation as an important component of ecotourism. Agri-ecotourism: new generations — new trends*. International Scientific-Practical Conference, 59–69.
- Krisma, E.E., & Marhaento, H. (2021). Designing interpretation tracks for nature tourism in Tahura Gunung Menumbing, West Bangka. *IOP Conference Series: Earth Environmental Science*, 623, 012055. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/623/1/012055>
- Kuo, N., Chang, K., Cheng, Y., & Lin, J. (2016). Effects of tour guide interpretation and tourist satisfaction on destination loyalty in Taiwan's Kinmen battlefield tourism: perceived playfulness and perceived flow as moderators. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 103–122. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1008670>
- Kupfer, J.A., Li, Z., Ning, H., & Huang, X. (2021). Using mobile device data to track the effects of the COVID-19 pandemic on spatiotemporal patterns of national park visitation. *Sustainability*, 13(16), 9366. <https://doi.org/10.3390/su13169366>
- Lenzi, C., Speiran, S., & Grasso, C. (2020). Let me take a selfie: Implications of social media for public perceptions of wild animals. *Society and Animals*. 1–20. <https://doi.org/10.1163/15685306-bja10023>
- Liao, M., & Bartie, P. (2022) Translating heritage: a study of visitors' experiences mediated through multilingual audio guides in Edinburgh Castle. *Journal of Heritage Tourism*, 17(3), 283–295. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1976786>
- Lück, M. (2003). Education on marine mammal tours as agent for conservation-but do tourists want to be educated? *Ocean and Coastal Management*, 46, 943–956.
- Manthiou, A., Klaus, P., & Luong, V.H. (2022). Slow tourism: Conceptualization and interpretation — A travel vloggers' perspective. *Tourism Management*, 93, 104570. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104570>
- Maringer, A., & Blank, M. (2023). On-site visitor information — a team effort. *Journal on Protected Mountain Areas Research and Management*, 15(1), 54–56. <https://dx.doi.org/10.1553/eco.mont-15-1s54>
- Markman, A. (2018). Why people aren't motivated to address climate change. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2018/10/why-people-arent-motivated-to-address-climate-change>
- Mearns, K., & Botha, E. (2018). The Roles of Interpretation in the Management of National Parks in South Africa. In M.N. Suratman (Ed.), *National parks — management and conservation* (pp. 143–156). InTech. <https://doi.org/10.5772/intechopen.69940>
- Mitsche, N., Reino, S., Knox, D., & Bauernfeind, U. (2008). Enhancing Cultural Tourism e-Services through Heritage Interpretation. In P. O'Connor, W. Höpken, U. Gretzel (Eds.) *Information and Communication Technologies in Tourism*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-211-77280-5_37
- Moreno-Melgarejo, A., García-Valenzuela, L.J., Hilliard, I., & Pinto-Tortosa, A.J. (2019). Exploring relations between heritage interpretation, visitors learning experience and tourist satisfaction. *Czech Journal of Tourism*, 8(2), 103–118.

- Moreno-Melgarejo, A., Javier, G.L., Ivan, H., & Jesús, P.A. (2019). Exploring relations between heritage interpretation, visitors learning experience and tourist satisfaction. *Czech Journal of Tourism*, 8(2), 103–118. <https://doi.org/10.2478/cjot-2019-0007>
- Moris, M.I., & Zekry, M.S. (2021). The impact of tour guide's interpretation on sustainable behavior at cultural heritage sites mediated through place attachment. *The International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality*, 15(3), 769–784. <https://doi.org/10.21608/IJHTHA.2021.289677>
- Moscardo, G., & Ballantyne, R. (2008) Interpretation and attractions. In A. Fyall, B. Garrod, A. Leask & S. Wanhill (Eds.). *Managing visitor attractions* (pp. 237–252). Elsevier.
- Moscardo, G., & Hughes, K. (2023). Rethinking interpretation to support sustainable tourist experiences in protected natural areas. *Journal of Interpretation Research*, 28(1), 76–94.
- Moscardo, G., Woods, B., & Saltzer, R. (2004). The role of interpretation in wildlife tourism. In K. Higginbottom (Ed.), *Wildlife tourism: Impacts, management and planning* (pp. 231–251). Common Ground Publishing.
- Moscardo, G. (1999). *Making visitors mindful: Principles for creating sustainable visitor experiences through effective communication*. Sagamore Publishing.
- Moscardo, G. (2014) Interpretation and tourism: Holy grail or emperor's robes? *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 462–476. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-08-2014-0071>
- Moscardo, G. (2017). Critical reflections on the role of interpretation in visitor management. In J.N. Albrecht (Ed.), *Visitor management in tourist destinations* (pp. 170–187). CABI.
- Moscardo, G. (2022). The responsible management of ecotourism experiences: Exploring ecotourism selfies. In D. Agapito, M.A. Ribeiro, & K.M. Woosnam (Eds.), *Handbook on the tourist experience: Design, marketing and management* (pp. 151–165). Edward Elgar Publishing.
- Munro, J., Morrison-Saunders, A., & Hughes, M. (2008). Environmental interpretation evaluation in natural areas. *Journal of Ecotourism*, 7(1), 1–14.
- National Association for Interpretation [NAI]. (2023). *What Is Interpretation?*. https://www.interpnet.com/NAI/interp/About/About_Interpretation/nai/_About/what_is_interp.aspx?hkey=53b0bfb4-74a6-4cfc-8379-1d55847c2cb9
- Nowacki, M. (2012). *Heritage interpretation*. Wydawnictwo AWF w Poznaniu.
- Nowacki, M. (2021). Heritage interpretation and sustainable development: A systematic literature review. *Sustainability*, 13(8), 4383. <https://doi.org/10.3390/su13084383>
- Obua, J. (2003). Environmental interpretation in Uganda's national parks. *Uganda Journal of Agricultural Sciences*, 8, 19–24.
- Orams, M.B. (1996) Using interpretation to manage nature-based tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 4(2), 81–94. <https://doi.org/10.1080/09669589608667260>
- Pearce, J., & Moscardo, G. (2015). Social representations of tourist selfies: new challenges for sustainable tourism. Conference Proceedings of BEST EN Think Tank XV. 59–73. In *BEST EN Think Tank XV, Skukuza, Mpumalanga, South Africa. 17–21 June 2015*.
- Perry, S. (2018). Why are heritage interpreters voiceless at the trowel's edge? a plea for rewriting the archaeological workflow. *Advances in Archaeological Practice*, 6(3), 212–227.
- Phan, T.T.L.P., & Schott, C. (2018). Visitor satisfaction with services for environmental interpretation in Cat Tien National Park, Vietnam. In *Proceedings of the 16th Asia Pacific CHRIE Conference: Innovation and Sustainability* (pp. 279–280). Guangzhou, China.
- Phan, T.T.L.P., & Schott, C. (2019). Visitor responses to environmental interpretation in protected areas in Vietnam: a motivation-based segmentation analysis. *Tourism Recreation Research*, 44(4), 492–506. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1008670>
- Powell, R.B. & Ham, S.H. (2008). Can ecotourism interpretation really lead to pro-conservation knowledge, attitudes and behaviour? Evidence from the Galapagos Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(4), 467–489. <https://doi.org/10.1080/09669580802154223>

- Quetel-Brunner, B., & Griffin, K. (2014). Heritage interpretation and foreign language provision at Irish visitor attractions. *Journal of Heritage Tourism*, 9(2), 95–113. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.857675>
- Rabotic, B. (2011). Interpretation of cultural heritage in the form of a guided tour 'sightseeing of Belgrade fortress. *The Business of Tourism*, 8, 25–42.
- Rahaman, H. (2018). Digital heritage interpretation: a conceptual framework. *Digital Creativity*, 29(2–3), 208–234.
- Ren, Q., & Folta, E. (2016). Evaluating environmental interpretation with mixed method: a case study at the International Crane Foundation, Wisconsin. *Journal of Interpretation Research*, 21(2), 5–19. <https://doi.org/10.1177/109258721602100202>
- Roberts, M., Mearns, K., & Edwards, V. (2014). Evaluating the effectiveness of guided versus non-guided interpretation in the Kruger National Park, South Africa. *Koedoe*, 56(2), 1–8.
- Schaubroeck, T., & Rugani, B. (2017). A revision of what life cycle sustainability assessment should entail: Towards modeling the net impact on human well-being. *Journal of Industrial Ecology*, 21(6), 1464–1477.
- Shamsuddin, W.I.Z.W., & Harun, S.N. (2021). Assessments of storytelling interpretive panel at heritage site: a case study of visitors' experience at Dataran Medan Bandar, Alor Setar, Kedah Darul Aman. *Malaysian Journal of Sustainable Environment*, 8(3), 71. <https://doi.org/10.24191/MYSE.V8I3.15890>
- Shittu, L.M. (2013). The place of national park interpretation and information services in ecotourism, Nigeria. *Journal of Tropical Forestry Research*, 29(1), 32–41.
- Shoeb-Ur-Rahman, M., Simmons, D.G., Shone, M., & Ratna, N. (2020). Co-management of capitals for community wellbeing and sustainable tourism development: a conceptual framework. *Tourism Planning & Development*, 17(2), 225–236.
- Silberman, N.A. (2012). Heritage interpretation and human rights: Documenting diversity, expressing identity, or establishing universal principles? *International Journal Heritage Studies*, 18, 245–256. <https://doi.org/10.1080/13527258.2012.643910>
- Staiff, R. (2016). *Re-imagining heritage Interpretation*. Routledge.
- Staiff, R., Bushell, R., & Kennedy, P. (2002). Interpretation in national parks: Some critical questions. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(2), 97–113.
- Stone, L.S., Stone, M.T., Mogomotsi, P.K., & Mogomotsi, G.E.J. (2022). *Protected areas and tourism in Southern Africa*. Routledge.
- Stronza, A.L., Hunt, C.A., & Fitzgerald, L.A. (2019). Ecotourism for conservation? *Annual Review of Environment and Resources*, 44, 229–253. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-101718-033046>
- SWITCH Africa Green. (2020). *Sustainable tourism in Africa: Focus on ecotourism*. United Nations Environment Programme.
- Tang, M., & Xu, H. (2023). Cultural Integration and rural tourism development: a scoping literature review. *Tourism and Hospitality*, 4(1), 75–90. <https://doi.org/10.3390/tourhosp4010006>
- Tang, T., Zhao, M., Wang, D., Chen, X., Chen, W., Xie, C., & Ding, Y. (2022). Does environmental interpretation impact public ecological flow experience and responsible behavior? A case study of Potatso National Park, China. *International Journal of Environmental Research in Public Health*, 19(15), 9630. <https://doi.org/10.3390/ijerph19159630>
- Tatarusanu, M. (2021). Methods of interpretation in the nature-based tourism — a qualitative survey. *EURINT – Centre for European Studies*, 8, 165–177.
- Tenkanen, H., Di Minin, E., Heikinheimo, V., Hausmann, A., Herbst, M., Kajala, L., & Toivonen, T. (2017). Instagram, Flickr, or Twitter: Assessing the usability of social media data for visitor monitoring in protected areas. *Scientific Reports*, 7(1), 1–11.
- The International Ecotourism Society [TIES]. (2015). *What is ecotourism?*. <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>

- Tilden, F. (1957). *Interpreting our heritage: principles and practices for visitor services in parks, museums, and historic places*. University of North Carolina Press.
- Trobec, A. (2015). The role of heritage interpretation in national parks. *Geografski Vestnik*, 87(1), 63–79.
- Uzzell, D.L. (1989). *Heritage interpretation*. Belhaven Press.
- van der Merwe, P., Saayman, M., & Botha, E. (2019). Does visitors to Kgalagadi Transfrontier park have different interpretation needs? *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 26, 43–49.
- van der Merwe, P., Saayman, M., & Botha, E. (2020). Interpretation needs and preferences of visitors to Kgalagadi Transfrontier Park. *Koedoe*, 62(1), a1613. <https://doi.org/10.4102/koedoe.v62i1.1613>
- van Loggerenberg, E., Saayman, M., & Kruger, M. (2015). The influence of interpretation on visitors' behaviour in the Kruger National Park. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1–22.
- Walker, K., & Moscardo, G. (2014). Encouraging sustainability beyond the tourist experience: ecotourism, interpretation and values. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(8), 1175–1196. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.918134>
- Watson, J.E.M., Dudley, N., Segan, D.B., & Hockings, M. (2014). The performance and potential of protected areas. *Nature*, 515(7525), 67–73.
- Wearing, S., & Archer, D. (2003). An interpretation opportunity spectrum: a new approach to the planning and provision of interpretation in protected areas. In *Proceedings of the CAUTHE 2003 Conference: Riding the wave of tourism & hospitality* (pp. 1–18). Coffs Harbour, Australia. Southern Cross University.
- Wolfe, L. (1978). *Son of the wilderness: the life of John Muir*. The University of Wisconsin Press.
- Wondirad, A. (2017). Who benefits from the ecotourism sector in Southern Ethiopia? *International Journal of Tourism Sciences*, 17, 276–97. <https://doi.org/10.1080/15980634.2017.1384133>
- Wong, C.U.I. (2013). The sanitization of colonial history: authenticity, heritage interpretation and the case of Macau's tour guides. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 915–931. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.790390>
- Worboys, G.L., Lockwood, M., Kothari, A., Feary, S., & Pulsford, I. (2015). *Protected area governance and management*. ANU Press.
- World Bank. (2023). *Metadata glossary*. <https://databank.worldbank.org/metadataglossary/world-development-indicators/series/ER.LND.PTLD.ZS#:~:text=Nationally%20protected%20areas%20are%20defined,human%20activity%3B%20natural%20monuments%20and>
- Xu, H., Cui, Q., Ballantyne, R., & Packer, J. (2013). Effective environmental interpretation at Chinese natural attractions: the need for an aesthetic approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 117–133. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.681787>
- Zeiger, J.B., Caneday, L.M., & Baker, P.R. (1992). Symbiosis between tourism and our national parks. *Parks Recreation*, 27, 74–79.
- Zhang, Y., Zhang, Q., Zhang, Y., Xiao, W., Du, J., Xie, C., Zhao, S., Yu, S., Zhai, Z., Guo, Y., Yang, W., Wang, D., Yang, J., Li, Y., Wang, Y., Sun, H., Guo, X., & Zhou, L. (2022). Environmental interpretation resources for protected areas: Using the Reed Lake interpretation trail in the Jiuzhaigou as a case study. *Journal of Biodiversity Science*, 30(2), 21235.
- Zhao, W., & Chan, C.S. (2023). What interpretation service are cultural tourists willing to pay for? A choice-experiment approach for cultural heritage sites in China. *Tourism Management Perspective*, 46(1), 101091. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101091>
- Zhu, Y. (2022). Hot interpretations of difficult heritage: the Memorial Hall of the Nanjing Massacre in China. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 12(1), 32–44. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-05-2021-0085>

Interpretacja dziedzictwa jako katalizator zrównoważonej ekoturystyki na obszarach chronionych: systematyczny przegląd literatury

Streszczenie. Artykuł prezentuje systematyczny przegląd literatury, żeby zbadać rolę interpretacji dziedzictwa jako katalizatora zrównoważonej ekoturystyki na obszarach chronionych. Uznając obszary chronione za formę ochrony środowiska naturalnego, autorzy dokonali przeglądu literatury, aby zidentyfikować trendy we współczesnym dyskursie naukowym dotyczące koncepcji interpretacji dziedzictwa na obszarach chronionych. Po przeszukaniu głównych baz naukowych (Sabinet, Scopus, Emerald, ProQuest, Taylor & Francis Online oraz stron internetowe czasopism) autorzy wyodrębnili 129 publikacji, z których 57 spełniło kryteria przyjęte w badaniu. Po przeanalizowaniu treści i określeniu głównych zagadnień okazało się, że większość badań dotyczyła globalnej Północy, a poruszane tematy obejmowały rolę interpretacji dziedzictwa na obszarach chronionych, planowanie interpretacji, zarządzanie i ewaluację, interpretację środowiskową, interpretację kulturową, wpływ interpretacji na postrzeganie, zachowanie i satysfakcję zwiedzających, preferencje interpretacyjne, doświadczenia interpretatorów, kreatywność w interpretacji dziedzictwa oraz interpretację dziedzictwa dla zrównoważonego rozwoju.

Słowa kluczowe: interpretacja dziedzictwa, ekoturystyka, obszary chronione, systematyczny przegląd literatury



Copyright and license. This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution — NoDerivates 4.0 International (CC BY-ND 4.0) License, <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

DAGMARA CHYLIŃSKA^a

Deep Ocean and Caves: the Ultimate Frontiers in Tourism

Abstract. In the ever-shrinking world, the tourism industry is looking for new spaces to explore. It is redefining the known ones and reaching for new ones, which are often located right on geographical peripheries. While it may seem that only space travel remains a challenge for tourism today, terrestrial environments of the deep ocean and deep caves are still beyond the reach of not only mass tourism, but tourism in general. The goal of the article is to identify objective and subjective, stable or variable, external and internal conditions that explain why the deep ocean and caves represent the ultimate frontiers for tourism. The author questions to what extent this situation will continue in the future and discusses the attractiveness and development prospects of various niche forms of tourism based on the features of the underworld and deep waters which, at first sight, constitute barriers or threats to most tourism activities.

Keywords: caves, deep ocean, frontiers, niche tourism

Article history. Submitted 2023-07-15. Accepted 2023-08-22. Published 2023-09-20.

1. Introduction

In line with the idea of the ever-shrinking Earth, contemporary tourism seems to have no boundaries. Spaces that used to be inaccessible because of their remoteness or harsh environmental conditions are attracting growing numbers of tourists. The most inhospitable parts of our planet, including the highest mountain ranges or the ice-covered areas of both hemispheres, are becoming increasingly available to mass tourism. Every year, hundreds of climbers reach the Earth's highest peak, and tourists can visit the Arctic and Antarctic from the decks of enormous cruise ships. The Earth no longer appears to present thrill-seeking extreme tourists with

^a University of Wrocław, Institute of Geography and Regional Development, dagmara.chylinska@uw.edu.pl, <https://orcid.org/0000-0003-2517-2856>

challenges equal to those faced by 19th century explorers. The only possibilities in this regard are offered by space travel. Meanwhile, vast deep-sea areas and the deepest, longest, completely submerged or simply the most technically difficult caves in the world remain a kind of ‘terra incognita’. In spite of technological advances, these semi-mythical lands are still the ultimate frontiers for tourism. Their gloomy character, depicted in the prose of Jules Verne (*Twenty Thousand Leagues Under the Seas*, 1870; *Journey to the Center of the Earth*, 1864), Edgar Allan Poe (*A Descent into the Maelström*, 1841) or Herbert George Wells (*The Time Machine*, 1895), has invariably intrigued many for centuries, enticing some into the heart of darkness.

The aim of this article is to review the exploratory potential of two types of environment which, by their very nature, are accessible only to a small group of tourists at the moment, thus challenging the claim that only space resists the man’s desire to explore, dominate and control. These inaccessible spaces offer opportunities for a number of niche types of tourism, such as frontier tourism, escape tourism, adventure tourism, science tourism, etc. They have also been associated with the concepts of liminality¹ and flow states², otherwise known as being in the zone. To illustrate the challenging nature of these environments, the author analyses selected geographical and physical constraints that make exploration of such places physically and mentally difficult. The concluding discussion seeks to determine the future of these environments from the perspective of tourism taking into account efforts aimed at preserving, overcoming or eliminating the characteristics which currently make them the ultimate frontiers for tourism.

2. Deep Ocean and Caves – into the Unknown

According to MacFarlane (2020, p. 19), “The Underland closely guards its secrets”. Although caves and, to a lesser extent, caverns have had symbolic (as sacred land of the dead) and utilitarian (as shelter) function for at least tens of thousands of

¹ The term used to describe the psychological process of transitioning across boundaries and borders. The concept was first applied to psychology as the technical name for the perceptual threshold, the degree of stimulus intensity that would just be noticed as audible or visible or detectable in any sensory mode. Its contemporary usage comes from the anthropologist Arnold van Gennep (1873–1957) and refers to rites of passage (Larson, 2014).

² The term refers to a complex subjective experience characterized by deep concentration, absorption and enjoyment. It was first identified by Csikszentmihalyi in the mid-1970s with the aim to investigate the phenomenology of subjective experience while performing autotelic activities, that is, activities that are rewarding in and of themselves (Delle Fave & Bassi, 2014).

years, they are still, for many reasons, beyond the reach of most people. According to one definition, a cave is “a natural cavity in a rock which acts as a conduit for water flow between input points, such as streamsinks, and output points, such as springs or seeps” (White, 1984, as cited in Gillieson, 1995, p. 1). In simple terms, they are natural rock voids accessible to humans (the smallest diameter of a passage is about 30cm, Gillieson, 1995, p. 3). They can be formed either as a result of karst processes in carbonate rocks or other phenomena in non-karst rocks, which ultimately lead to the formation of voids in rocks (e.g. pseudo-karst in basalts, ice, sandstone with carbonate binder, lava caves, fissure and debris caves, coastal caves, etc., Gillieson, 1995, p. 2; Migoń, 2006, p. 289).

Today, there is a dynamic development of knowledge about caves, their distribution, physical characteristics or processes conditioning their formation or shaping their physiognomy, thermal conditions and, in some cases, their ecology. Some caves are accessible for mass tourism as show caves (Fig. 1). In 1995, Réseau Jean-Bernard cave in France (with the then-known depth of 1602 m, Gillieson, 1995, p. 6) was considered to be the deepest cave in the world. However, in 2021, it lost this title to the Lamprechtsofen cave in Austria, (already known in 1995 and considered to be the second deepest), as well as five others, including the deepest one known to date, namely Veryovkina Cave in Georgia (2012 m) (Fig. 2). The longest caves, most notably Mammoth Cave in the USA (675.9 km), are up to several hundred kilometers long, creating complex labyrinths of underground passages and chambers, often flooded. The system of corridors of Mammoth Cave is almost twice as long as that found in Sistema Sac Actun in Mexico (335 km), which is the second longest cave (Palmer, 2016). In terms of exploration conditions, caves entirely filled with water constitute a separate category. In fact, they are a hallmark of some karst regions. For example, on the Yucatán Peninsula in Mexico, there are more than 4 caves/km² along a stretch of approximately 200 km of the north-central Caribbean coast. Globally, 700 km of underwater cave passages have been explored to date, accessed from the surface by so-called cenotes, i.e. sinkholes (Beddows et al., 2007). In 2019, the Hranice Abyss cave in Czechia was considered to be the deepest flooded cave with a known depth of 404 m (or 473.5 m if non-flooded parts are included, Vysoká et al., 2019). Other flooded, deep caves, as reported by Vysoká and her team (2019, p. 2325), are located in Italy (Pozzo del Merro, 392 m; Caramanna, 2002), France (Fontaine de Vaucluse, 308 m; Audra and Palmer, 2015), Croatia (Red Lake, 350 m; Andrić and Bonacci, 2014), Mexico (Zacaton, 335 m; Gary, 2017), Brazil (Lagoa Misteriosa, 220 m; Auler, 2017), and South Africa (Boesmansgat, 283 m; Farr, 1991). The so-called ‘blue holes’ in the Bahamas reach similar depths (Farr, 1991).



Figure. 1. A spectacular speleothem of Postojnska jama, part of the 34 kilometer-long Postojna-Planina Cave System in Slovenia. The well-lit and enormously spacious cave chambers of the most famous show caves give only a hazy idea of typical severe conditions of extreme cave exploration.

Source: Photo taken by the author



Figure 2. The world's ten deepest caves (2021). 1. Veryovkina Cave, Abkhazia/Georgia; 2. Krubera-Voronja Cave, Abkhazia/Georgia; 3. Sarma Cave, Abkhazia/Georgia; 4. Snezhnaja Cave, Abkhazia/Georgia; 5. Lamprechtsofen, Austria; 6. Gouffre Mirola, France; 7. Gouffre Jean-Bernard, France; 8. Sistema del Cerro del Cuvón, Spain; 9. Hirlatzhöhle, Austria; 10. Sistema Huautla, Mexico

Source: Own elaboration

The world of caves continues to hold many secrets. New discoveries can result from deliberate exploration (as exemplified by the history of Mammoth Cave exploration, Sides, 2017), can happen by accident (as in the case of Lascaux Cave in France, Martin-Sanchez, Miller & Saiz-Jimenez, 2015, p. 282), e.g. as a side effect of human activity (the discovery of the Bear Cave in Poland during the exploita-

tion of marble deposits, Igielski, 1968), or as a consequence of natural processes, sometimes of a sudden or catastrophic nature (e.g. mass wasting, earthquakes).

The deep ocean, or deep sea, is another habitat that is still largely inaccessible for (not only tourist) extensive exploration (Fig. 3). The term is used to describe the area of the ocean that includes water layers and the seabed below the depth of 200 m. According to Herring (2001), it represents 65% of the globe's surface and over 95% of the Earth's mostly unexplored biosphere. Approximately 50% of the deep sea is located over 3000 m below the water surface (Corinaldesi, 2015). It is estimated that only 5% of the deep ocean has been satisfactorily explored. Moreover, as Corinaldesi (2015) reports, no more than 0.001% of this vast habitat has been researched in terms of biodiversity. Ocean depths are typically oligotrophic, with occasionally limited oxygen content, low temperatures, impenetrable darkness (visible light disappears below 1000 m depth), and extremely high pressure (from 20 to over 1100 atm) (Danovaro et al., 2017). The last three properties have the greatest impact on the possibilities of exploration. Despite technological developments in the field of deep-sea exploration, there is currently no possibility of repeating a feat like the legendary lunar walk on the bottom of the ocean. It is therefore all the more surprising that ocean life adapted to extremely harsh conditions occurs even at depths of nearly 11 000 m (Danovaro et al., 2017).



Fig. 3. The mystic line between the two worlds. While frightening, the open sea held promise of great rewards for daredevils who ventured to sail. However, marine depths inspired fear, hiding mysterious creatures living on the edge of the known world.

Source: Photo taken by the author

3. Caves and the Deep Ocean — the Boundaries of Exploration

Many caves, not only the extremely deep or long ones, have been used for the purpose of tourism (in the modern sense of the word) for centuries (e.g. Mammoth Cave since the beginning of 19th century, Palmer, 2016). Cave tourism in its most accessible and organized form caters for motivations typical of tourism in general: the need to experience novelty and a change from the everyday-life routine. Tourists visit caves for their health-promoting qualities: the mineralised or thermal waters, accumulated organic sediments (e.g. guano) or their microclimate (e.g. salt or radon caves), which plays a role in health, spa tourism (Gillieson, 2011). According to Antić et al. (2022), other popular motivations include the desire for adventure, knowledge (geography, geomorphology, paleozoology, paleoanthropology or archaeology), the need to socialise with other tourists and locals, their environment and culture, as well as contact with nature as a way of relieving the stress of living in an urbanised environment (hedonistic wellbeing). There are two types of cave tourists: those who visit generally accessible caves (so-called recreational cavers), and those who practise a more specialised form, known as spelunking, which requires knowledge of specialist climbing or diving techniques and the use of special equipment. What both groups have in common, however, is their curiosity about the underground world (Ganter, 1998). The second group of cave explorers refer to themselves as ‘cavers’, which underlines their deep emotional relationship with caves.

Caves, even those developed for tourism and equipped with the necessary infrastructure for comfortable exploration, are still inaccessible to some, non-dedicated tourists, which is why they can be viewed as the ultimate frontiers for tourism. This is not only because some of them are physically hard to access or geographically remote. Cave exploration by tourists is also limited by psychological and health factors, including an extreme fear of the dark (nyctophobia), claustrophobia (Antić et al., 2022), cardiovascular diseases. Staying in caves even for a short period of time can affect the human body, causing dysfunctions of the visual, circulatory and endocrine-metabolic systems, as well as different immune-haematological and muscular responses (Zuccarelli et al., 2019). Interestingly, conditions found in deep and isolated caves could provide scientists with clues so as to what life would hypothetically be like under planetary conditions, in space bases located beneath the surface of planets (see Zuccarelli et al., 2019). In unfavourable conditions, cave dwellers are at risk of hypothermia and various pathogens, since caves are also the habitat of various species of biota. There is therefore a risk of developing illnesses such as pulmonary histoplasmosis, leptospirosis, schistosomiasis, and endemic mycosis (Lottenberg et al., 1979; Gundacker, Rolfe & Rodriguez, 2017).

Exploring caves, especially those that are least accessible or most extreme in terms of their conditions, remains a challenge in many respects. Although our ancestors lived in caves, and although nowadays people venture into labyrinths of passages equipped with special gear or advanced technology, they are constantly exposed to potential dangers and can only rely on themselves and their companions. These conditions can be regarded as elements of an adventure (in adventure tourism), which are all the more attractive when the experience is non-commercialised, the route is unknown and the end uncertain. The risk associated with cave exploration is best exemplified by well-known rescue operations, such as the one that took place in the Tham Luang Nang Non cave in Thailand or in the Bavarian Riesending cave. In the former case, on July 12, 2018, rising water left 12 members of the Wild Boers youth club and their adult coach stranded 4.7 km from the cave exit. As reported in the 'Thai Cave Rescue. Symposium Report' (Australian Government, 2018, p. 2), up to 10 000 people were involved in the safe return of the boys and their coach. Among them were members of the Royal Thai Army special operations unit, Navy Seals, emergency department staff of the Thai government, specialised rescue units, and foreign consultants (also from Australia). The entire extremely difficult and largely underwater rescue operation lasted three days (08–10 July) and ended, remarkably, with an almost³ complete success. During the rescue operation in Germany's longest and deepest cave, Riesending, which lasted for 12 days, more than 700 people were involved in rescuing a seriously injured cave explorer from a depth of almost 1 km (Wolf, Vogel & Knolle, 2017). As these two examples show, cave explorers are constantly at risk of getting lost, getting stuck in tight passages, being cut off from the outside world due to collapse or flooding of passages, falling from heights, drowning, being injured or dying due to a rockfall or a landslide of rock masses, or lack of air or accumulation of poisonous gases.

Another problem faced by cave explorers is a kind of liminal experience resulting from sensory deprivation, which can lead to altered states of consciousness. Deprived of external stimuli, the human brain provides itself with stimulation in the form of fantastic visions, illusions or the impression of someone's presence. Ustinova (2009) points out that basically since the dawn of humanity, people have been visiting underground spaces in search of altered states of consciousness, hidden truth, prophecy, revelation or vision. Visits to caves were probably a common element of Palaeolithic shamanic practices (Górzyński, 2018). Cave exploration, even in modern times, can be a spiritual experience; in some cultures it is a symbolic return to the womb of the Earth. Caves have been used as natural sacred places in

³ One of the rescuers died. A group of boys and their coach were rescued after spending almost three weeks in the flooded cave.

Buddhism, Hinduism, Greco-Roman religions, Judaism, Christianity, and more recently, also in neo-pagan practices (Kiernan, 1997, 2004, 2015). Entering a cave can be associated with a rite of passage: a symbolic entry into another world, from light into darkness, from the known into the unknown, from the ordinary into the extraordinary. It is also a kind of time travel, into spaces 'frozen' in time, full of remnants of past worlds, cultures, ancestors and cousins (see von Petzinger, 2016). Prehistoric cave art emerging from the darkness of the cave, mysterious signs, hand prints, hunting or shamanic scenes offer underground explorers an opportunity to deepen their (tourist) experience with emotions and sensations unavailable in most other forms of travel.

Bearing in mind the extraordinary and exclusive nature of the cave experience, sensory deprivation can be seen as an element enhancing its attractiveness in the eyes of potential explorers. However, it can constitute a significant obstacle or potential difficulty for those eager to explore caves outside of standard commercialised tourist experience. While a short stay in a cave is unlikely to cause sensory deprivation, longer stays will most probably be accompanied by negative effects resulting from a lack of stimuli. Although sensory deprivation can be a desirable state and a source of unusual sensations for some, it is potentially dangerous. When exploration requires increased focus, effort, including mental effort, often in unpredictable situations, factors such as disorientation, confusion and hallucinations can have tragic consequences.

Diving in flooded caves is another challenge, often close to the limits of human endurance. According to Vysoká and her team (2019), most cave spaces are accessible to humans up to a maximum depth of 100 m below the water table. Crossing horizontal, fully flooded cave passages, as well as descents to the bottom of flooded cave chambers requires what is known as scuba diving⁴. Together with wreck diving, it is the most dangerous type of diving because it involves the use of special gas mixtures for breathing (so-called trimix: oxygen, nitrogen, and helium) and having to comply with decompression tables when coming back to the surface. The secrets and challenges of deep-sea diving are comprehensively explained in Finch (2009). Divers (and therefore underwater tourist-explorers) need to have exceptional psycho-physical resilience, not only in planned exploration, but also in unexpected situations. According to Nuno Gomes, a deep-sea diver known for both deep-sea (Red Sea, 2005, 318.25 m) and cave (Boesmansgat, 1996, 282.6 m) descents, the main risks of cave diving include hypothermia and losing one's way due to disorientation in dark, tight tunnels, often with low visibility due to siltation (Sawa & Gomes, 2014). Other hazards include equipment failure, unexpect-

⁴ Diving with the use of a self-contained underwater breathing apparatus.

edly strong water currents in flooded passages, sudden changes in water level, changes in pressure, water contamination, barotrauma and poisoning by gases that accumulate in the diver's body (nitrogen narcosis), which occurs as a result of breathing air in its atmospheric proportions rather than a specially prepared gas mixture (trimix) and causes dizziness, confusion and hallucinations (Sümen & Aktas, 2019). According to Mitchell (2009), when divers use normal air, symptoms of narcosis can appear already at a depth of 30 m (4 atm abs) and will definitely occur at a depth of 80 m (9 atm abs). The intoxicating effect of nitrogen amplifies hypercapnia, elevated carbon dioxide levels in the blood. Although diving alone can be an extremely liminal experience for a diver, it is not recommended in caves and in deep-sea diving.

Challenges associated with the exploration of the deep ocean resemble those encountered in deep or flooded caves. The deep sea can attract explorers (as well as underwater tourists) for symbolic (Earth's last 'terra incognita'), scientific and practical reasons. In addition to being home to much biodiversity, habitat diversity (including hydrothermal vents, cold seeps, whale falls, seamounts, oceanic trenches and many others), the deep ocean offers many opportunities for underwater archaeology and the extraction of natural resources hidden in the ocean floors. While it is now possible to send exploration equipment into ocean depths — remote operated vehicles (ROVs), and autonomous underwater vehicles (AUVs) — exploration by means of human-occupied vehicles (HOVs) is still a big challenge (Liang et al., 2021). The first manned vehicle to reach the deepest place on Earth (the Challenger Deep in the Mariana Trench) was the bathyscaphe 'Trieste' designed by August Piccard (Piccard & Dietz, 1961). Its crew, Don Walsh and Jaques Piccard, spent only 20 minutes at the bottom of the ocean trench, but their feat started an underwater odyssey that continues to this day with Deep Submergence Vehicles (DSVs) such as the Deepsea Challenger, the DSV Limiting Factor and, in the future, the DSV Rainbow Fish and the Shenhai Yongshi submersible (Vescovo et al., 2021).

According to Vescovo et al. (2021), underwater exploration of the deep ocean by means of manned and unmanned vehicles is associated with the risk of an underwater vehicle becoming entangled in thin fibre-optic cables lying at the bottom or floating, which are used to communicate with the mothership on the surface.

4. Tourism and the Earth's Extreme Locations

Owing to their remote location and extreme conditions, caves and ocean depths have a great potential for niche forms of tourism, such as frontier tourism and science tourism. The main attraction of these tourism activities is the fact that these environments are geographically (spatially) and symbolically beyond the reach of most people, including tourists. As Laing and Crouch (2011, p. 1516 as cited in Cohen, 2004) point out, this form of tourism “involves tourists travelling solo, or in small groups with a guide, to remote and risky locations at the geographic as well as cultural peripheries of our world, including trekking to the poles and across deserts, sailing or ballooning around the globe, deep-sea diving, climbing the world's highest peaks such as Mount Everest and even travelling into space.” It is worth noting, however, that frontiers in tourism can be understood more broadly than merely in a spatial, geographical sense. They can also refer to economic challenges, environmental management problems, the protection of attractions, etc. which need to be overcome in other forms of tourism. Frontier tourism is widely motivated by the desire to participate in something authentic, something that guarantees new and unique experiences. These remote destinations are perceived as unspoilt environments (Frost & Frost, 2022, p. 2264). It is also a way to earn prestige among other travellers, especially when the trip is presented as an exploration or an adventure rather than (mundane, mass) tourism. According to Laing and Crouch (2011, p. 1525), people are also motivated to engage in frontier tourism to get a taste of legendary explorations of the far corners of the world to feel like past adventurers and relive their achievements. Visiting the world's remote locations can also part of escape tourism (Chylińska, 2022). Nothing separates one from the rest of the world and its problems better than pitch black darkness or thousands of metres of water above one's head. As Eijgelaar, Thaper & Peeters (2010) pointed out, frontier tourism in environments at risk of severe changes due to global warming or other human impact can be described as ‘last chance tourism.’ Tourists want to see these unique worlds before they vanish.

Science tourism is defined as travelling, usually by scientists, but also by science enthusiasts, to places requiring investigation or verification of their knowledge, to identify new fields of research. Corinaldesi (2015, p. 8) notes that “deep-sea ecosystems have an enormous potential for the discovery and development of new compounds and bioactive molecules of microbial origin (i.e., pharmaceuticals, molecular probes, enzymes, cosmetics, nutritional supplements, and agrichemicals) for technological and industrial purposes.” In other words, in addition to being motivated by curiosity about unexplored environments (ocean floors, underwater tectonic trenches, thermal vents, caves etc.), science tourism has a practical

dimension, mainly economic, but also (geo)political. Given the growing demand for energy resources or rare minerals, deep sea mining is an opportunity to extract valuable raw materials from the bottom of the seas and oceans (Childs, 2022).

Frontier tourism, escape tourism, and science tourism can all be part of adventure tourism in caves and ocean depths, which is sometimes called 'extreme tourism'. Based on a review of adventure tourism literature, Stipanović, Rudan & Zubović (2019, p. 166) define adventure tourism as typically physical, mostly outdoor activities, often treated as a challenge, requiring tourists to take risks, resulting in high levels of emotional stimulation, adrenaline or 'healthy' fear. In the case of cave and deep ocean exploration, specific skills and the use of specialised equipment are required, which is also one of the characteristics of adventure tourism (e.g. Cater, 2013). Faced with extreme difficulties, underwater and underground explorers need high levels of concentration when performing activities which their lives depend on. Although the literature is quite scarce in this regard (see Cater et al., 2021), it can be assumed that this extreme focus caused by external conditions (isolation, lack of communication, darkness) helps people exploring ocean floors and caves to achieve a state of flow (Csikszentmihalyi, 1975, 1990), in which they completely concentrated, calm and all their senses are fully activated (Cater, 2008). Underwater exploration and extreme cave descents can therefore be treated as liminal experiences. Natural environments, especially those challenging for humans or posing real risks, become places where tourists experience inspiring, metaphysical or transformational borderline experiences (Conti & Heldt Cassel, 2020).

Adventure tourism can also take place in a cultural environment, usually in the form of eco-ethno-tourism. Tourists experience an adventure in a radically different cultural environment by participating in a more or less commodified form in the daily life of exotic communities. It would therefore seem that for obvious reasons, in caves and at the bottom of ocean depths such an adventure cannot be experienced.⁵ However, this is not true: exploration of caves can often involve surprising encounters with the past of the human species in the form of discoveries such as traces of prehistoric people, prehistoric art, while sea depths hide many valuable objects for underwater archaeology. Discoveries of wrecks of famous ships resting on the ocean bottom, such as the famous RMS Titanic (Fye & Fye, 1986), were preceded by years of patient searching by underwater explorers and enthusiasts. Deep-sea diving to explore wrecks or areas of the seabed or deep ocean waters that are inaccessible to most people is increasingly becoming an exclusive tour-

⁵ For centuries these inaccessible environments were associated with various myths and legends (about mermaids or civilisations submerged or lost in the seas) and, more recently, have become the subject of mass pop culture.

ism product, only available to select few owing to high costs (see e.g. OceanGate Expeditions, 2022).

The largely unknown underwater and underground world is home various unique forms of life that have adapted to extreme habitats hidden in absolute darkness or under immense pressure and cannot be found anywhere else on Earth, thus providing opportunities for the development of wildlife-based tourism.

Finally, it is worth emphasising that despite (or perhaps because of) the high degree of difficulty and risk that such journeys involve, explorers of underwater and underground extreme environments often treat them as opportunities for spiritual travel. This phenomenon goes well beyond religious tourism and is associated with feelings of transcendence and strong spiritual, existential experiences. Immersion in water has a spiritual (cleansing) significance in many religious and secular practices, in festive and everyday contexts. Experiencing the immensity of the deep ocean, which is indifferent, enveloping and awe-inspiring, can be likened to encountering the Absolute. The unique silence and apparent emptiness, much like what can be experienced in high mountains or the open sea (cf. Okupnik, 2011), sharpens the senses. Descending into the underground is often seen as an encounter with the unknown, accompanied by the awareness of the lack of a definite end: there is no light at the end of the tunnel.

5. Discussion and Conclusions

Taking into account the features of caves and the deep ocean, i.e. their unique nature and resistance to mass tourism, a question arises regarding their place in future tourism and how long they will continue to remain the ultimate frontiers for tourism. Will they share the fate of the world's highest mountains, visited by growing number of tourists or the disappearing Arctic as a result of climate change?

In 2001, Hall wrote (p. 601): "Ocean and coastal tourism is widely regarded as one of the fastest growing areas of contemporary tourism". Over two decades later, seas and oceans remain popular destinations for both leisure and water sports (including technical diving). Sailing, including deep-sea sailing, has not only become more accessible to but also safer for an average person, due to the development of modern navigation tools or new durable and long-lasting materials which boats and yachts are made of. Tourist exploration of ocean depths, however, is still in its infancy, and the dream of building exclusive underwater hotel complexes has largely remained a mere mirage, even for Middle Eastern countries, which are famous for the development of futuristic tourist architecture. However, it is worth

noting that technological advances could make oceanic depths and deep caves, especially the flooded ones, more accessible. In the first case, access can become available to a larger number of enthusiasts through the use of unmanned vehicles descending into the depths and enabling an unparalleled observation of the world hidden from the eyes of most people on Earth. Taking part in such expeditions can still be experienced by their participants as something special, more like exploration than tourism. No such opportunities, however, exist in the case of extreme cave exploration. According to Kambesis, 2007, p. 57, “cave exploration is a fundamental element of cave research and cave-related science”. The latest technologies that can be used in the development of underwater tourism can be obtained from companies involved in deep sea mining. At the same time, as in the case of marine fishing and marine ecosystems (Miller et al., 2018), the race for resources hidden on and under ocean bottoms poses a threat to this form of tourism.

In addition to the limitations mentioned above, the bottom and depths of the sea and extremely deep or long caves will remain largely inaccessible owing to specially human limitations. Even the best equipment or financial resources cannot overcome problems such as fear of the dark, claustrophobia, weak mental strength or insufficient body capacity. Therefore, even assuming that technological advances make it cheaper or safer to explore these remote and unknown environments, they will remain out of reach for most people. For example, as Illife and Bowen (2001) point out, exploration of flooded caves remains one of the most difficult forms of technical diving, requiring highest skills in every aspect involved. One can therefore ask if such great risks and the high likelihood of death can be reconciled with the definition of tourism for the majority of people? After all, even the boldest tourist adventure is supposed to end with a safe return home. It seems, then, that the status of caves and ocean depths as ultimate frontiers for tourism is not only the result of their remoteness and difficulties associated with their exploration, but also stems from the fact that for most tourists today they are inherently excluded from the tourist space. In addition, high costs of commercial expeditions to such places constitute an insurmountable barrier for most tourists. As in the case of space travel, this form of extreme tourism is only available to very wealthy people (Webber, 2013; Cohen & Spector, 2019; Yazici & Tiwari, 2021).

There is no doubt caves and ocean depths have much potential for tourism. While surface area of ocean bottoms or ocean bathymetry are known variables (even though these environments are still largely unexplored), the underground world to a much greater extent remains a complete mystery: the question of how far, how deep it is possible to descend into the Earth is unlikely to be definitively answered soon. However, optimism and excitement at the prospect of new discoveries is increasingly accompanied by fairly bitter reflections. Considering the

possibility of new discoveries in the world of caves, Ganter (1998) wrote: “Together we wait expectantly for new discoveries. Whether directly or vicariously we are all explorers, accepting and enjoying the proceeds as one of the last terrestrial frontiers is pushed back. The caves are never the same, because as we explore we also destroy. Frontier is not a renewable resource.” In other words, in some respects the development of frontier tourism involving caves and ocean depths resembles the case of the Roman god Saturn, who devoured his own children (Morford, 2003). As soon as a new unknown is discovered, it succumbs to the human desire to know, collect, and conquer. In this case, contrary to the myth, the leading motivation is curiosity, not fear.

It can therefore be concluded that extreme cave exploration will never become part of mass tourism, at least in the same way as other extreme places, such as highest peaks, greatest depths or longest routes. In the case of the immeasurable, it is the explorer himself who sets the end of the exploration, taking the risk that others will go further, descend deeper, or stop in front of an obstacle that only seemingly represents the end of his or her journey.

Trends in modern tourism are frequently shaped by fads or positive opinions expressed by perceived authorities, or, as is increasingly the case, by social media influencers. In order to thrive in non-obvious or challenging environments, tourism needs strong and opinionated personalities (or media) that highlight positive attributes of these environments. Examples of such personalities include David Attenborough, who has greatly contributed to the promotion of various forms of wildlife tourism (nature-based tourism or ecotourism) or Elon Musk with his vision of space tourism facilitated by SpaceX. Another iconic figure associated with deep-sea and ocean exploration was Jacques-Yves Cousteau, a pioneer of research using underwater research vessels, which were used to capture images of the underwater world. Unfortunately, top speleologists well-known have so far failed to reach equal fame. Moreover, it is difficult to unequivocally identify a successor to Jacques-Yves Cousteau in the exploration of the ocean depths and the popularisation of extreme underwater travels.

At the moment, it seems that the best prospects for the exploration of ocean depths and caves are associated with science tourism. There are two main reasons for this. Curiosity is the main driver of scientific research, and both environments will continue to provide opportunities for the exploration of the unknown for a long time to come. In the case of ocean bottoms and depths, research involves, on the one hand, searching for natural resources materials and the development of methods of extracting them, and on the other, the study of the biodiversity of aquatic ecosystems and its consequences for human life and economy. This is supported by Corinaldesi (2015, p. 1), who points out that “the exploration of the

microbial life in deep-sea sediments is needed not only because it is fundamental for understanding its role in the global ecological and biogeochemical processes, but also because it provides important goods and services for ameliorating human activities and health.” Although, according to Kambesis (2007, p. 46), “caves have not generally attracted the attention of mainstream scientists”, apart from developing the existing knowledge of cave systems, cave exploration could bring other benefits. For example, enzymes produced by certain bacteria that inhabit caves could be used to treat dangerous diseases. Since conditions in some caves resemble those that exist on other planets, they have been studied by NASA (for example Lechuguilla Cave in New Mexico, USA)(Kambesis, 2007, p. 56).

The second, rather mundane, reason for the development and potential success of science tourism in these environments is that outside the academic world supported by governmental or international institutions, only few people can afford such research (travel and exploration) (Valdés, 2017). The organisation of underwater research expeditions requires the collaboration of specialists from different disciplines, the use of expensive and specialised equipment, vessels equipped with modern navigation and research equipment, including autonomous or remotely operated underwater vehicles (AUVs and ROVs). Worldwide, there are relatively few marine units designed for expensive and high-tech research, only a few hundred (371 in 2015) as reported in the 2015 Global Ocean Science Report. Deep ocean descents are highly risky as demonstrated by the catastrophe of the experimental submarine ‘Titan’ in June 2023.

The prospects of frontier tourism involving caves and deep ocean can therefore be linked with the broad meaning of the term ‘frontier’, which are associated with superlatives such as ‘the most remote’, ‘the biggest’, ‘the deepest’, ‘the longest’, ‘the narrowest’, ‘the most desolate’, ‘the most dangerous’, etc. As demonstrated by tourism surrounding the world’s highest mountains, their ‘frontier’ character remains largely unaffected despite thousands of people who have already managed to conquer them. New, more challenging ways of reaching the highest peaks, like solo climbing, climbing without oxygen use, extremely fast climbing, free climbing, open new possibilities for feats and achievements (Apollo & Wengel, 2021). Similarly, challenges and limits regarding caving and ocean exploration are probably going to be (re)defined with new discoveries and technological achievements.

It can therefore be concluded that caves and ocean depths will most likely continue to be the ‘ultimate frontiers’ for tourism for a long time to come, and retain their status as last examples of ‘terra incognita’.

References

- Andrić, I., & Bonacci, O. (2014). Morphological study of Red Lake in Dinaric karst based on terrestrial laser scanning and sonar systems. *Acta Carsolog*, 43(2–3), 229–239. <https://doi.org/10.3986/ac.v43i2.712>
- Antić, A., Vujičić, M.D., Dragović, N., Cimbaljević, M., Stankov, U., & Tomić, N. (2022). Show Cave Visitors: An Analytical Scale for Visitor Motivation and Travel Constraints. *Geoheritage*, 14(53). <https://doi.org/10.1007/s12371-022-00686-9>
- Apollo, M., & Wengel, Y. (2021). *Mountaineering Tourism. A Critical Perspective*. Routledge.
- Audra, P., & Palmer, A.N. (2015). Research frontiers in speleogenesis: dominant processes, hydrological conditions and resulting cave patterns. *Acta Carsolog*, 44(3), 315–348. <https://doi.org/10.3986/ac.v44i3.1960>
- Auler, A.S. (2017). Hypogene caves and karst of South America. In A. Klimchouk et al. (Eds.), *Hypogene karst regions and caves of the world* (pp. 817–826). Springer.
- Australian Government (2018). *Thai Cave Rescue. Symposium Report*. <https://www.homeaffairs.gov.au/emergency/files/thai-cave-rescue-report-web.pdf> (22.06.2022).
- Beddows P.A., Hendrickson M.R., Webster K.H., & Kras S.M. (2007). Mapping flooded caves from above: Surface karst inventory of the Yucatan Peninsula. In W.R. Elliott (Ed.), *Proceedings of the 2007 National Cave and Karst Management Symposium* (pp. 193–197). National Speleological Society.
- Caramanna G. (2002). Exploring one of the world's deepest sinkholes: the Pozzo del Merro (Italy). *Underw Speleol*, 29(1), 4–8.
- Cater C., Albayrak T., Caber M., & Taylor, S. (2021). Flow, satisfaction and storytelling: a causal relationship? Evidence from scuba diving in Turkey. *Current Issues in Tourism*, 24(12), 1749–1767. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803221>
- Cater, C. (2008). The Life Aquatic: Scuba Diving and the Experiential Imperative. *Journal of Tourism in Marine Environments*, 5(4), 233–244. <https://doi.org/10.3727/154427308788714777>
- Cater, C. (2013). The meaning of adventure. In S. Taylor, P. Varley, & T. Johnston (Eds.), *Adventure tourism: meanings, experience and learning* (pp. 7–8). Routledge.
- Childs, J. (2022). Geographies of deep sea mining: A critical review. *The Extractive Industries and Society*, 9, 101044, 1–10.
- Cohen, E. (2004). Contemporary tourism: Diversity and change. Elsevier.
- Cohen, E., & Spector, S. (Eds.). (2019). *Space tourism. The elusive dream*. Emerald.
- Conti, E., & Heldt Cassel, S. (2020). Liminality in nature-based tourism experiences as mediated through social media. *Tourism Geographies*, 22(2), 413–432. <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1648544>
- Corinaldesi, C. (2015). New perspectives in benthic deep-sea microbial ecology. *Frontier in Marine Science*, 2(17), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fmars.2015.00017>
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond Boredom and Anxiety*. Jossey-Bass.
- Csikszentmihalyi, M., & Csikszentmihalyi, I.S. (1990). Adventure and the flow experience. In J. Miles, & S. Priest (Eds.), *Adventure Education* (pp. 149–155). Venture Publishing.
- Chylińska, D. (2022). Escape? But where? About 'escape tourism'. *Tourist Studies*, 22(3), 262–289. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14687976221092220>
- Danovaro, R., Corinaldesi, C., Dell'Anno, A., & Snelgrove, P.V.R. (2017). The deep-sea under global change. *Current Biology*, 27, 461–465. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2017.02.046>
- Delle Fave, A., & Bassi, M. (2014). Flow, the Experience of. In A.C. Michalos (Eds.), *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (pp. 2308–2310). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_1064

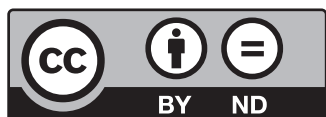
- Eijgelaar, E., Thaper, C., & Peeters, P. (2010). Antarctic cruise tourism: The paradoxes of ambassadorship, 'last chance tourism' and greenhouse gas emissions. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 337–354. <https://doi.org/10.1080/09669581003653534>
- Farr, M. (1991). *The darkness beckons: the history and development of cave diving*. Diadem.
- Finch, Ph. (2009). *Mrok*. Wydawnictwo Mayfly.
- Frost, J., & Frost, W. (2022). Exploring prosocial and environmental motivations of frontier tourists: implications for sustainable space tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(9), 2254–2270. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1897131>
- Fye, P.M., & Fye, K.P. (1986). Policies for Exploration and Use of the Oceans The Discovery of R.M.S. Titanic. *Journal of the Washington Academy of Sciences*, 76(1), Proceedings of the Charles A. Lindbergh Symposium, 77–81.
- Ganter, J.H. (1998). *Cave Exploration, Cave Conservation: Some Thoughts on Compatibility*. http://wilderness.darkfrontier.us/pdf/Ganter_1989_Exploration,Conservation.pdf (2022.06.24).
- Gary, M. (2017). Sistema Zacatón: volcanically controlled hypogenic karst, Tamaulipas, Mexico. In A. Klimchouk et al. (Eds.), *Hypogene karst regions and caves of the world* (pp. 769–782). Springer.
- Gillieson, D. (1995). *Caves. Processes, Development, Management*. Blackwell Publishers Ltd.
- Gillieson, D.S. (2011). Chapter 6. Managing caves. In P.E. van Beynen (Ed.), *Karst Management* (pp. 141–158), Springer Science+Business Media B.V. https://doi.org/10.1007/978-94-007-1207-2_6
- Górczyński, M. (2018). Na tropie szamanizmu w paleolicie — na przykładzie jaskiń Cougnac i Pech-Merle (On the trail of shamanism in the Paleolithic — on the example Cougnac and Pech-Merle caves). *Folia Praehistorica Posnaniensia*, 23, 81–103.
- Gundacker, N.D., Rolfe, R.J., & Rodriguez, M. (2017). Infections associated with adventure travel: A systematic review. *Travel Med Infect Dis*, 16, 3–10. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2017.03.010>
- Hall, C.M. (2001). Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier? *Ocean & Coastal Management*, 44(9–10), 601–618.
- Herring, P. (2001). *The Biology of the Deep Ocean*. Oxford University Press.
- Igielski, W. (1968). Odkrycie wspaniałej jaskini w Kletnie. *Wierchy*, 36, 209.
- Illife, T., & Bowen, C. (2001). Scientific cave diving. *Marine Technology Society Journal*, 35(2), 36–41.
- Kambesis, P. (2007). The importance of cave exploration to scientific research. *Journal of Cave and Karst Studies*, 69(1), 46–58.
- Kiernan, K. (1997). Genesis 1:31 versus managing the devout: on the spiritual and religious use of karst. *Cave Karst Manag Australas*, 11, 208–221.
- Kiernan, K. (2004). Religious sites. In J. Gunn (Ed.), *Encyclopedia of caves and karst science* (pp. 1329–1334). Fitzroy-Dearborn.
- Kiernan, K. (2015). Landforms as Sacred Places: Implications for Geodiversity and Geoheritage. *Geoheritage*, 7, 177–193.
- Laing, J.H., & Crouch, G.I. (2011). Frontier tourism. Retracing Mythic Journeys. *Annals of Tourism Research*, 38, 1516–1534.
- Larson, P. (2014). Liminality. In D.A. Leeming (Eds.), *Encyclopedia of Psychology and Religion* (pp. 1032–1033). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6086-2_387
- Liang, L., Feng, L-Ch, Zhang, S., Cai, Y., Yang, Z., Ni, T., & Yang, H-Y. (2021). Role of deep-sea equipment in promoting the forefront of studies on life in extreme environments. *iScience*, 24, 103299.
- Lottenberg, R., Waldman, R.H., Ajello, L., Hoff, G.L., Bigler, W., & Zellner, Z.R. (1979). Pulmonary histoplasmosis associated with exploration of a bat cave. *Am J Epidemiol*, 110(2), 156–161. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.aje.a112800>
- MacFarlane, R. (2020). *Podziemia. W głębi czasu*. Wydawnictwo Poznańskie.
- Martin-Sanchez, P., Miller, A.Z., & Saiz-Jimenez, C. (2015). 13. Lascaux Cave: An Example of Fragile Ecological Balance in Subterranean Environments. In A. Summers Engel (Ed.), *Microbial Life of Cave Systems* (pp. 279–302). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110339888-015>
- Migoń, P. (2006). *Geomorfologia*. PWN.

- Miller, K., Thompson, K.F, Johnstone, P., & Santillo, D. (2018). An Overview of Seabed Mining Including the Current State of Development, Environmental Impacts, and Knowledge Gaps. *Frontiers in Marine Science*, 4, 418.
- Mitchell, S. (2009). Tales from the deep: the physiological challenges of deep diving. *Annual Queensland Update in Anaesthesia*. <http://www.aqua.ac.nz/upload/resource/Tales%20from%20the%20deep.pdf> (2022.07.04).
- OceanGate Expeditions (2022). <https://oceangateexpeditions.com> (2022.09.01).
- Morford, M.P.O. (2003). *Classical Mythology*. Oxford University Press.
- Okupnik, M. (2011). Cisca i pustka. Antropologiczne sensory wspinaczki wysokogórskiej. *Folia Turistica*, 24, 221–237.
- Palmer, A. N. (2016). The Mammoth Cave system, Kentucky, USA. *Boletín Geológico y Minero*, 127(1), 131–145.
- Piccard, J., & Dietz, R.S. (1961). *Seven Miles Down*. Longmans.
- Sawa, O., & Gomes, N. (2014). *Poza błękitem. Autobiografia*. Wydawnictwo Mayfly.
- Sides, S.D. (2017). History of Exploration at Mammoth Cave. In H.H. Hobbs III, R.A. Olson, E.G. Winkler, & D.C. Culver (Eds.), *Mammoth Cave A Human and Natural History* (pp. 63–76). Springer.
- Stipanović, Ch., Rudan, E., & Zubović, V. (2019). Development concept of adventure tourism for the purposes of destination competitiveness. In *Proceedings of the International Scientific Conference* (pp. 163–186). Juraj Dobrila University of Pula.
- Sümen, S.G., & Aktas, S. (2019). Health Problems in Cave Diving. In B. Öztürk (Ed.), *Marine Caves of the Eastern Mediterranean Sea. Biodiversity, Threats and Conservation* (pp. 207–230). Turkish Marine Research Foundation (TUDAV). Publication No: 53.
- Ustinova, Y. (2009). Cave Experiences and the Human Mind. In Y. Ustinova, *Caves and the Ancient Greek Mind: Descending Underground in the Search for Ultimate Truth* (pp. 13–52). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199548569.003.0002>
- Valdés, L. (Ed.). (2017). *Global ocean science report: the current status of ocean science around the world*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Vescovo, V.L., Jamieson, A.J., Lahey, P., McCallum, R., Stewart, H.A., & Machado, C. (2021). Safety and conservation at the deepest place on Earth: A call for prohibiting the deliberate discarding of nondegradable umbilicals from deep-sea exploration vehicles. *Marine Policy*, 128, 104463.
- von Petzinger, G. (2016). *First Signs: Unlocking the Mysteries of the World's Oldest Symbols*. Simon and Schuster.
- Webber, D. (2013). Space tourism: its history, future and importance. *Acta Astronautica*, 92(2), 138–143.
- Wolf, A., Vogel, B., & Knolle, F. (2017). Procedure and Organisational Structures of the Rescue in the Riesending Cave. In K. Moor, & S. White (Eds.), *17th International Congress of Speleology, Sydney, NSW, Australia July 23–29, 2017. Proceedings. Vol. 1, Ed. 2* (pp. 462–465). Australian Speleological Federation Inc.
- Vysoká, H., Bruthans, J., Falteisek, L., Žák, K., Rukavičková, L., Holeček, J., et al. (2019). Hydrogeology of the deepest underwater cave in the world: Hranice Abyss, Czechia. *Hydrogeology Journal*, 27, 2325–2345. <https://doi.org/10.1007/s10040-019-01999-w>
- Yazici, A.M., & Tiwari, S. (2021). Space tourism: an initiative pushing limits. *Journal of Tourism, Leisure and Hospitality*, 3(1), 38–46. <https://doi.org/10.48119/toleho.862636>
- Zuccarelli, L., Galasso, L., Turner, R., Coffey, E.J.B., Bessone, L., & Strapazon G. (2019). Human Physiology During Exposure to the Cave Environment: A Systematic Review With Implications for Aerospace Medicine. *Front Physiol*, 10(442). <https://doi.org/10.3389/fphys.2019.00442>

Głęboki ocean i jaskinie: granice ostateczne w turystyce

Streszczenie. W obliczu wciąż kurczącego się świata branża turystyczna szuka nowych obszarów eksploracji. Redefiniuje te znane, sięga po nowe, często znajdujące się wprost na geograficznych peryferiach. Choć może się wydawać, że tylko podróże kosmiczne stanowią dziś wyzwanie dla turystyki, ziemskie środowiska głębokiego oceanu oraz ekstremalnych jaskiń pozostają nadal nie tylko poza zasięgiem masowej turystyki, ale i turystyki w ogóle. Celem artykułu jest wskazanie uwarunkowań obiektywnych i subiektywnych, stałych lub zmiennych, zewnętrznych i wewnętrznych, z powodu których głęboki ocean i jaskinie wyznaczają granice ostateczne turystyki. Autorka zastanawia się, do jakiego stopnia taki stan rzeczy utrzyma się w przyszłości oraz omawia atrakcyjność i perspektywy rozwoju różnych niszowych form turystyki wykorzystujących te cechy podziemi i głębokiego oceanu, które na pierwszy rzut oka stanowią bariery lub zagrożenia dla podejmowania większości aktywności turystycznych.

Słowa kluczowe: jaskinie, głęboki ocean, granice, turystyka niszowa



Copyright and license. This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution — NoDerivates 4.0 International (CC BY-ND 4.0) License, <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

KAMIL PAWŁOWSKI^a, ALICJA KRZEMIŃSKA^b, ANNA ZARĘBA^c, ANNA DZIKOWSKA^d

Zanikający krajobraz wiejskich przykościelnych cmentarzy w powiecie kłodzkim

Streszczenie. Celem artykułu jest porównanie stanu zachowania i walorów krajobrazowych oraz kulturowych cmentarzy położonych w województwie dolnośląskim w czterech gminach powiatu kłodzkiego w południowo-zachodniej części Polski. Na potrzeby artykułu przeprowadzono analizy dotyczące historii wsi, opisano demografię, rozwój miejscowości, dzieje kościołów oraz cmentarzy. Badania kameralne opierały się na kwerendzie bibliotecznej i obejmowały analizę literatury. Wykorzystano również zasoby zbiorów ikonograficznych i kartograficznych. W artykule porównano zmiany dotyczące układu, architektury i krajobrazu na terenie cmentarzy we wsiach: Sokolec, Pasterka, Orłowiec i Kamieńczyk. Zwrócono uwagę na to, że obecnie przykościelne cmentarze, będące reliktem przeszłości, powolnie i systematycznie niszczą i z biegiem czasu zaciera się ich układ przestrzenny, a degradacji ulegają bramy, ogrodzenia, nagrobki. Z reguły zniwelowane zostaje całe pole grzebalne oraz mała architektura.

Słowa kluczowe: cmentarze przykościelne, krajobraz sakralny, powiat kłodzki, Hrabstwo Kłodzkie, dziedzictwo materialne

Article history. Submitted 2023-06-08. Accepted 2023-08-01. Published 2023-09-22.

^a Wojewódzki Urząd Ochrony Zabytków we Wrocławiu Delegatura w Wałbrzychu, pawlowski.cieplowody@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8215-4251>

^b Uniwersytet Wrocławski, Wydział Nauk o Ziemi i Kształtowania Środowiska, Zakład Geomorfologii, alicja.krzeminska@uwr.edu.pl, <https://orcid.org/0000-0002-8410-4952>

^c Uniwersytet Wrocławski, Wydział Nauk o Ziemi i Kształtowania Środowiska, Zakład Geografii Regionalnej i Turystyki, anna.zareba@uwr.edu.pl, <https://orcid.org/0000-0002-0291-7221>

^d Akademia Wojsk Lądowych im. Gen. Tadeusza Kościuszki we Wrocławiu, Wydział Nauk o Bezpieczeństwie, Instytut Inżynierii Bezpieczeństwa, Zakład Implementacji Metod Matematycznych w Procesie Dowodzenia, anna.dzikowska@awl.edu.pl, <https://orcid.org/0000-0002-2530-7055>

1. Wstęp

Znaczenie cmentarzy w krajobrazie wiejskim jest wielowymiarowe, a postrzegać należy je w kontekście materialnym, przestrzennym, kulturowym i duchowym. Przestrzeń ta w wielu przypadkach ulega znacznym przekształceniom. Ewoluuje również sposób zagospodarowania obszarów przyległych do cmentarzy, a wówczas zacierają się granice krajobrazowe (Francaviglia, 1971; Krzemińska, Zaręba, Grochowska, 2008; Abernathy, 1970; Afla, Reza, 2012; Bennett, Davies, 2014; Capels, Senville, 2006; Curl, 1980; Etlin, 1984; Francis, 2003; Grabalov, 2018; Haq, 2011; Rugg, 2000; Kolbuszewski, 1995; Tanaś, 2008; Sikora, 1986; Suliborski, 2013). Taki stan rzeczy pośrednio wpływać może na jakość krajobrazu wokół cmentarza, jak również na widoczność cmentarza wraz z kościołem na terenie wsi (Długozima, 2011, 2014). Większość przeprowadzonych badań, zobrazowanych w literaturze tematu, dotyczy dużych nekropolii (Długozima, Nejman, 2022; Hodor, 2012; Kolbuszewski, 1996; Morelli et al., 2018; Nordh, Evensen, 2018; Osiekowicz, Podciborski, 2013; Pécsek, 2015; Pilarczyk, Nowak, 2019; Richter, 1995), natomiast badań dotyczących wiejskich, małych cmentarzy jest niewiele, np. badania Reginy Dębicz (Dębicz, 2012) dotyczące zieleni na terenach cmentarzy Dolnego Śląska oraz prace Anny Długozimy (Długozima, 2010a, 2010b). Wskazać należy, że większość wykonanych badań to inwentaryzacje, których wyniki zawarto w kartach cmentarzy. Na terenie Polski prowadzono również ogólnopolski projekt mający na celu inwentaryzację cmentarzy Podola, dzięki któremu opracowano szczegółowe katalogi cmentarzy powiatów borszczowskiego i czortowskiego (Czyż, Gutowski, Janowczyk, 2004; Czyż, Gutowski, Skrodzka, 2007). Brakuje zatem całościowych i kompleksowych opracowań histograficznych dotyczących polskich cmentarzy wiejskich, a w szczególności cmentarzy przykościelnych. Analogiczna sytuacja dotyczy wiejskich cmentarzy przykościelnych dawnego Hrabstwa Kłodzkiego, o którego ziemiach traktuje niniejszy artykuł. Zarówno przed, jak i po zakończeniu II wojny światowej cmentarze zlokalizowane przy kościołach obecnego powiatu kłodzkiego nie doczekały się osobnego ujęcia monograficznego. Wspomnieć tu należy, że pojedyncze fakty z historii poszczególnych cmentarzy przytaczane były tylko w kontekście historii samych kościołów lub miejscowości. Dzieje zaś i elementy kompozycyjne cmentarzy przykościelnych powiatu kłodzkiego stały się jedynie elementami studiów środowisk kulturowych poszczególnych gmin oraz przedmiotami sporządzanej dokumentacji konserwatorskiej (Rybka-Ceglecka, 1997, 1999a, 1999b, 2005). Ta ostatnia natomiast cechuje się typowo schematycznym podejściem do tematu, co skłania do przeprowadzenia dokładniejszej analizy, a zważywszy na okres sporządzania kart poszczególnych cmentarzy (lata 80. xx w.), również do aktualizacji zgromadzonych danych.

Biorąc pod uwagę powyższe ustalenia, badania prowadzone w ramach projektu „Wiejskie przykościelne cmentarze pogranicza polsko-czeskiego w krajobrazie woj. dolnośląskiego” finansowanego przez Ministerstwo Edukacji i Nauki z Programu Nauka dla Społeczeństwa, obszar badawczy: Humanistyka-Społeczeństwo-Tożsamość, są unikatowe w Polsce ze względu na swoją kompleksowość i liczbę analizowanych cmentarzy (106), jak również sposób upowszechniania wiedzy. W Europie inwentaryzację cmentarzy na terenach wiejskich zlokalizowanych przy kościołach prowadzili w dużej mierze badacze z Wielkiej Brytanii, szczególnie Szkocji (Dent, Knight, 1998; McClymont, Sinnett, 2021; Mitchell, Noble, 2017; Nordh, et al., 2021; Rae, 2021) ze względu na dużą liczbę historycznych cmentarzy.

Społeczność wiejska to zazwyczaj mała, znająca się od pokoleń grupa mieszkańców, dla których sacrum cmentarza jest związane nie tylko z wyznaniem, ale również z pamięcią o przodkach. Szczególna sytuacja zachodzi na terenach, które po zakończeniu II wojny światowej zostały włączone w granice Polski, a teren powiatu kłodzkiego, tożsamy z obszarem historycznych ziem Hrabstwa Kłodzkiego, jest tego dobrym przykładem. Obszar ten, zamieszkały niegdyś przez ludność narodowości niemieckiej, wyznania zarówno katolickiego, jak i protestanckiego, jest niezwykle cennym pod względem badawczym, zwłaszcza w odniesieniu do kwestii kulturowych, zaś wiejskie cmentarze przykościelne stanowią istotny obraz tychże właśnie. Zmiany granic państwowych po zakończeniu II wojny światowej skutkowały rozpoczęciem skomplikowanego w swym przebiegu procesu transferu ludnościowego, a co za tym idzie, zmian gospodarzy ziem obecnego powiatu kłodzkiego. Lata powojenne to czas wysiedlenia ludności niemieckiej, tworzącej historyczny i kulturowy krajobraz ziemi kłodzkiej, której wiejskie cmentarze przykościelne były nieodłącznymi elementami. Nowi mieszkańcy, a zatem ludność polska pochodząca w zdecydowanej większości z terenów Kresów Wschodnich, została postawiona tu przed zupełnie nową i nieznaną jej w większości rzeczywistością. Osadnicy polscy, oderwani od swoich korzeni, próbowali zagospodarować nowe domy, pola, kościoły, jak również cmentarze. W pierwszych latach po 1945 r. wykorzystywali oni przykościelne cmentarze, chowając swoich zmarłych w bezpośredniej bliskości lub też na grobach swoich niemieckich poprzedników. W wielu przypadkach z upływem lat zaniechano pochówków w bezpośredniej bliskości kościoła, wyznaczając nowe pola grzebalne w granicach danej miejscowości lub w jej najbliższej okolicy, a niewykorzystywane stare cmentarze przykościelne z czasem popadały w zapomnienie, stając się w większości przypadków terenami zielonymi. Różnie podchodzono również do znajdujących się na cmentarzach nagrobków, które jednak w zdecydowanej większości były sukcesywnie likwidowane, a ich elementy posłużyć miały jako np. budulec murów cmentarnych.

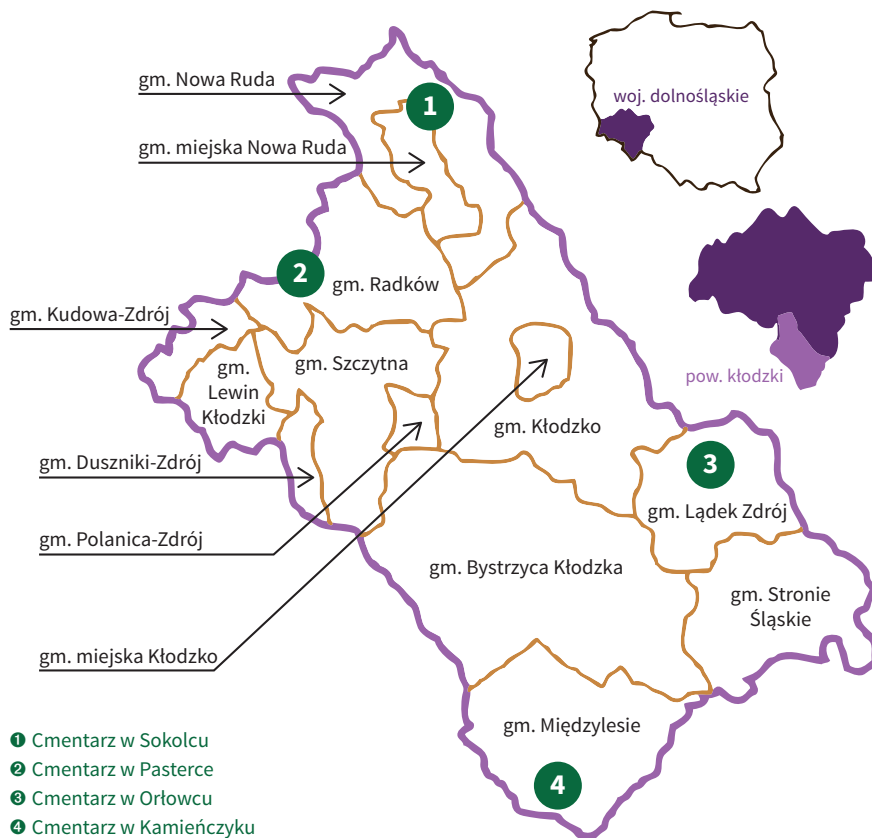
Krajobraz wiejskich cmentarzy przykościelnych powiatu kłodzkiego ulegał zmianie i zatarciu. Cmentarze zostały w dużej mierze opuszczone i zapomniane. Podkreślić natomiast warto, że w przypadku terenów przygranicznych są to krople pamięci po innych narodach, dawnych mieszkańcach, ich historii i obyczajach. Cmentarze przykościelne są wyjątkowe ze względu na specyfikę lokalizacji „blisko Boga” i obecnie nie są częstym widokiem. W zasadzie już od połowy XIX w. w wielu miejscowościach obserwuje się proces zamykania przykościelnych cmentarzy i wyznaczania nowych pól grzebalnych poza granicami wsi, w ich najbliższym otoczeniu, na co wpływały przede wszystkim względy sanitarne. Od lat małe, wiejskie cmentarze otaczające kościoły różnych wyznań ulegają przekształceniom, znikają z krajobrazu niezauważalnie, stopniowo popadając w zapomnienie. Pola grzebalne przekształcane są w łąki lub w najlepszym przypadku w przykościelne tereny zieleni czy też parki, a stan kościołów jest różny w zależności od tego, czy wierni nadal z niego korzystają. Na dawnych cmentarzach przykościelnych do dziś jest po nich wiele pozostałości, tj. nagrobki i ich elementy, mała architektura cmentarna oraz zieleń, na którą składa się wiele gatunków o znaczeniu symbolicznym (Długozima, 2011; Orłowski, Nowak, 2007). Na obszarach wiejskich pogranicza polsko-czeskiego stan zachowania wiejskich cmentarzy przykościelnych w obecnych realiach jest zróżnicowany — często w dużym stopniu są one zdewastowane. Taki stan rzeczy dziwi niezmiernie, gdyż miejsca te są cenne ze względów historycznych, religijnych, kulturowych i społecznych. Dlatego też dawne cmentarze przykościelne należy ocalić od zapomnienia, a przede wszystkim zgromadzić wszelką wiedzę na temat ich historii oraz zinwentaryzować pozostałe elementy ich dawnej kompozycji.

2. Cel i metody badań

Celem badań było porównanie stanu zachowania małych cmentarzy przykościelnych położonych w czterech gminach powiatu kłodzkiego w południowo-zachodniej części Polski oraz ich walorów krajobrazowych (zob. rys. 1). Przeprowadzono badania kameralne oparte na kwerendzie bibliotecznej obejmującej literaturę przedwojenną i powojenną. Dodatkowo wykorzystano informacje zawarte w zbiorach ikonograficznych i kartograficznych, sięgając między innymi po zasób archiwum Wałbrzyskiej Delegatury Wojewódzkiego Urzędu Ochrony Zabytków. Badania terenowe i wizje lokalne na wybranych cmentarzach prowadzono od września 2022 r. Sporządzając inwentaryzacje, do oceny wykorzystano cztery autorskie formularze, dotyczące kolejno: historii cmentarzy, analizy zmian struktu-

ry funkcjonalno-przestrzennej wsi, kościoła i cmentarza, analizy zmian struktury krajobrazu wiejskiego z uwzględnieniem cmentarza, analizy zielonej infrastruktury i powiązań ekosystemowych (zob. rys. 2). Badania finansowano ze środków budżetu państwa w ramach programu Ministra Edukacji i Nauki pod nazwą „Nauka dla Społeczeństwa”, nr projektu NdS/552172/2022/2022, pt. „Wiejskie przykościelne cmentarze pogranicza polsko-czeskiego w krajobrazie woj. dolnośląskiego”.

Rys. 1. Lokalizacja analizowanych przykościelnych cmentarzy w powiecie kłodzkim — mapa poglądowa



Źródło: opracowanie własne

Do oceny zakwalifikowano cztery cmentarze przykościelne: w Sokolcu, Orłowcu, Pasterce i Kamieńczyku. Wybór tych konkretnych cmentarzy podyktowany był przede wszystkim ich różnorodnością pod względem zachowanych na ich terenie elementów kompozycyjnych, tj. historycznych nagrobków, płyt epitafijnych, małej

architektury oraz stanu zachowania oryginalnego układu przestrzennego. Analizie poddano zmiany krajobrazowe cmentarzy, oceniono również jakość zieleni na tych obszarach (zob. rys. 3, tab. 1). Cztery cmentarze przykościelne cechuje różny stan zachowania, co pozwala na realną ocenę przemian (niestety, w zdecydowanej mierze negatywnych) historycznego dziedzictwa kulturowego. W związku z tym dokonano analizy historycznej wsi, opisano demografię, rozwój miejscowości oraz dzieje samych kościołów i otaczających ich cmentarzy.

1. Historia cmentarza	✓ data powstania kościoła i cmentarza
	✓ styl architektoniczny kościoła
	✓ liczba nagrobków, tablic, epitafiów z tego samego okresu historycznego
	✓ zmiany lokalizacji nagrobków
	✓ inskrypcje
	✓ stan zachowania obiektów (w tym zabytkowych) na cmentarzu
	✓ stan zachowania wartości historycznych cmentarza
	✓ zasięg terytorialny cmentarza na przestrzeni wieków
	✓ ikonografia, historyczne zdjęcia, legendy
	✓ ważne osoby pochowane na cmentarzu
	✓ historia wsi
✓ historyczne uwarunkowania społeczne i gospodarcze	
2. Analiza zmian struktury funkcjonalno-przestrzennej wsi, kościoła i cmentarza	✓ analiza układu przestrzennego wsi i cmentarza
	✓ ocena lokalizacji cmentarza na terenie wsi
	✓ ocena strefy wejściowej oraz ogrodzenia cmentarza
	✓ ocena dostępności komunikacyjnej cmentarza
	✓ analiza powiązania cmentarza z otoczeniem
✓ analiza zmian dynamiki zagospodarowania cmentarza i jego bezpośredniego otoczenia	
3. Analizy zmian struktury krajobrazu wiejskiego z uwzględnieniem cmentarza	✓ waloryzacja krajobrazu metodą wnętr architektoniczno-krajobrazowych
	✓ ocena krajobrazu metodą wyznaczników i wyróżników krajobrazowych
	✓ analizy dotyczące estetyki krajobrazu i stopnia jego dewastacji
	✓ ocena dominant, osi projektowych, układu ciągów komunikacyjnych, jakości nawierzchni oraz architektury
4. Analizy dotyczące zielonej infrastruktury i powiązań ekosystemowych	✓ ocena stanu i jakości zieleni na terenie cmentarza
	✓ bonitacja przyrodnicza terenu
	✓ ocena stopnia dewastacji roślinności
	✓ inwentaryzacja roślin
✓ ocena powiązań ekosystemowych z terenami przyległymi – w tym ocena ciągłości korytarzy ekologicznych	

Rys. 2. Badania terenowe — schemat informacji zawartych w formularzach terenowych

Źródło: opracowanie własne

Kościół	Cmentarz
✓ przynależność wyznaniowa	✓ data założenia cmentarza
✓ wezwanie	✓ zachowanie oryginalnego układu przestrzennego cmentarza
✓ styl kościoła	✓ współczesne użytkowanie cmentarza (współczesne pochówki)
	✓ oryginalne ogrodzenie
	✓ kaplica cmentarna
	✓ ossarium
	✓ historyczne nagrobki (sprzed 1945 r.)
	✓ obecność starych nagrobków lub pomniki poległych
	✓ stan zachowania zieleni cmentarnej
	✓ zmiany krajobrazowe związane z cmentarzem

Rys. 3. Kryteria oceny cmentarzy zastosowane w części analitycznej

Źródło: opracowanie własne

3. Wyniki badań

3.1. Charakterystyka analizowanych wsi i kościołów

3.2. Wieś Sokolec (gmina Nowa Ruda)

Sokolec (niem. Falkenberg lub Glätzisch Falkenberg) to mała wieś położona w pasmie Gór Sowich, blisko granicy polsko-czeskiej, na terenie powiatu kłodzkiego. Dziś trudno jednoznacznie stwierdzić, kiedy doszło do jej założenia. Podzielone zdania na ten temat mieli już przedwojenni badacze. Przyjąć można, że wieś mogła istnieć już od II połowy XVI w. (Rybka-Ceglecka, 2005). Według historyka Paula Klemenza, Sokolec miał zostać założony przed 1578 r. (Klemenzen, 1932). Pierwsze pisemne wzmianki o miejscowości, odnoszące się do liczby jej mieszkańców, pochodzą dopiero z I połowy XVII w., kiedy to znajdowała się ona w kluczu dóbr należącym do rodziny von Stillfriedów z Nowej Rudy. Sytuacja ta nie zmieniała się przez kolejne lata. Z czasem przy Sokolcu wykształciła się kolonia o nazwie Sowa (niem. Eulenburg). W XVIII w. Sokolec był dość dużą miejscowością, której mieszkańcy w zdecydowanej większości trudnili się tkactwem. W 1789 r. mieszkało tu 367 osób, wśród których wskazuje się między innymi: gorzelnika, rzeźnika, 41 tkaczy, kowala, szewca i trzech kramarzy. Funkcjonował tu także jeden młyn wodny. W 1818 r. w Sokolcu wzmiankowano 6 kmieci, 23 zagrodników i 3 chałupników (Fischer, 1818). W 1830 r. wymienia się tu 89 domostw, zamieszkałych przez 611 osób. Wszyscy mieszkańcy wsi byli katolikami (Knie, 1830). W Sokolcu funkcjonowała również szkoła, w której nauczał jeden nauczyciel. Działały tu także dwa młyny wodne, a zdecydowana większość mieszkańców zajmowała się tkactwem

(Knie, 1830). Piętnaście lat później liczba zabudowy mieszkalnej wzrosła do 104 domów. Podobnie rzecz miała się z liczbą mieszkańców Sokolca, których w 1845 r. było już 658, a wśród nich wykazano jedynie 9 ewangelików. W miejscowości tej, obok wspomnianych już wcześniej dwóch młynów wodnych, działała wówczas także gorzelnia. Oprócz tego ośmiu mieszkańców trudniło się również bliżej nieokreślonym rzemiosłem (Knie, 1845). W 1857 r. w Sokolcu wymienia się już blisko 800 mieszkańców (Wedekind, 1857).

W II połowie XIX w. liczba mieszkańców Sokolca osiągnęła 1357. Nie zajmowali się oni już w większości tkactwem, a sam Sokolec stał się wówczas popularnym ośrodkiem turystycznym. To właśnie w tym czasie zaczęły tu powstawać pensjonaty i gospody, których funkcjonowanie ukierunkowane było przede wszystkim na obsługę turystów, chętnie wykorzystujących walory krajobrazowe miejscowości, co uwidaczniało się szczególnie w okresie zimy, dającej możliwości uprawiania sportów zimowych. Sokolec pozostawał wsią o typowo turystycznym charakterze aż do zakończenia II wojny światowej. W latach 1945–1946 wysiedlono stamtąd ludność niemiecką, a jej miejsce zajęli osadnicy polscy. W okresie powojennym miejscowość nie cieszyła się już taką popularnością turystyczną jak dawniej.

Głównym zabytkiem Sokolca jest barokowy kościół filialny pw. św. Marcina, który powstał w latach 1785–1786, w miejscu wcześniej już założonego cmentarza (Zimmermann, 1789). W tym też czasie wieś należała do parafii katolickiej w Ludwikowicach Kłodzkich (Knie, 1830), a następnie przyłączono ją do parafii w Świerkach. W latach 1890–1892 świątynia została znacznie przebudowana, w wyniku czego uzyskała swoją obecną formę (Rybka-Ceglecka, 2005). Bez wątplenia fakt przebudowy i rozbudowy pierwotnej świątyni, widocznej jeszcze na fotografii archiwalnej z ok. 1890 r., podyktowany był wzrostem liczby mieszkańców, a także turystów, dla których pierwotny, dość niewielki kościół stał się niewystarczający. Świątynia była remontowana w latach 1970–1972 (Pilch, 2005). W 1985 r. spłonął dach kościoła, który odbudowano, wykonując nowe pokrycie z blachy (Grajewski, Kica, 2005). Jak informuje pamiątkowa tablica umieszczona na elewacji kościoła, w 2008 r. dokonano rekonstrukcji barokowego hełmu wieży. Obecnie kościół w Sokolcu jest świątynią filialną parafii pw. św. Michała Archanioła w Ludwikowicach Kłodzkich (*Schematyzm Diecezji Świdnickiej*, 2005) (zob. rys. 4).

3.3. Wieś Pasterka (gmina Radków)

Pasterka (niem. Passendorf), położona w gminie Radków, w Górach Stołowych u północnych podnóży Szczelińców, wzmiankowana jest po raz pierwszy (jako *Pasterkow*) w dokumencie księcia Henryka I Starszego z Podiebradów, wystawionym w Kłodzku 16 września 1494 r., w którym to nadaje on opustoszałą wieś

(należącą do tego czasu do dóbr w Nachodzie) Simonowi Seydlizowi von Zernov, przyłączając jednocześnie wieś do dóbr lennych w Czermnej. Od tego momentu Pasterka znajdowała się w rękach rodziny von Zernov przez trzy pokolenia, aż do 1525 r., kiedy to została przekazana burgrafowi Nachodu, Tobiasowi Slansky'emu von Doubrawitzowi (Albert, 1932). A zatem wieś ponownie została włączona do dóbr w Nachodzie. W 1601 r. została jednak odkupiona przez miasto Radków i przyłączona do Hrabstwa Kłodzkiego (Wedekind, 1857). W dokumentach z lat 1601 i 1612 miejscowość określana jest już nazwą o niemieckim brzmieniu — *Pasendorf* (Klemenzen, 1932). W 1571 r. Pasterka należała do Bohusława Slansky'ego. W 1601 r. w miejscowości wymienia się 15 kmieci, 19 zagrodników i chałupników (Volkmer, 1889/1890). W 1734 r. wzmiankuje się tu również pracującego nauczyciela. W 1745 r. właściciel wsi Herdner przekazał dom z ogrodem w celu założenia we wsi szkoły (Knie, 1845), co podkreśliło znaczenie niewielkiej miejscowości. W 1789 r. wieś należała do mieszczanina z Radkowa o nazwisku Waßmann. Wówczas też wymienia się tu 14 tkaczy, kowala i cieślę. Liczba mieszkańców wynosiła natomiast 213, wśród nich 14 kmieci, 34 zagrodników i kilku chałupników. Pasterka w II połowie XVIII w. była wsią o typowo rolniczym i rzemieślniczym charakterze (Zimmermann, 1789). W 1818 r. w Pasterce wzmiankuje się 14 kmieci, 34 zagrodników (Fischer, 1818). W 1830 r. właścicielem wsi był Franz Rosenberger z Radkowa. Wówczas w miejscowości liczącej 275 mieszkańców znajdowało się 49 domostw. Działała także szkoła, w której nauczał jeden nauczyciel, funkcjonował młyn wodny oraz pracowało 32 tkaczy (Knie, 1830). W 1835 r. wzniesiono we wsi nowy budynek szkoły (Knie, 1845). Dziesięć lat później właścicielką Pasterki była wdowa po wspomnianym wcześniej Rosenbergu z Radkowa. We wsi znajdowało się wówczas 60 domostw, a liczyła ona 345 mieszkańców, wszyscy byli katolikami. We wsi działały już dwa młyny wodne, gorzelnia, a znaczna część mieszkańców trudniła się tkactwem (Knie, 1845). W 1857 r. miejscowość zamieszkiwać miało już blisko 600 osób.

Pod koniec XIX w. i na początku XX w. Pasterka stała się dość popularną miejscowością turystyczną, na co miało wpływ przede wszystkim jej atrakcyjne położenie, dające możliwości uprawiania sportów zimowych (Rybka-Ceglecka, 1999b). W tym też czasie na popularności wsi zyskuje miejscowa gospoda rodziny Tauber, która w jej rękach pozostawała aż do 1945 r. W I połowie XX w. w Pasterce założono kilka pensjonatów. Działał tu również sklep, piekarnia czy punkt pocztowy (Adressbuch für die Grafschaft Glatz, 1924/1925). W 1937 r. miejscowość zamieszkiwało 490 osób, a zatem była to wówczas wieś stosunkowo duża (*Die Grafschaft Glatz. Einwohnerbuch*, 1937). Po zakończeniu II wojny światowej miejscowość opuściła ludność niemiecka, a na jej miejsce sprowadzono osadników polskich. Do dziś Pasterka zachowała charakter wsi o typowo turystycznym charakterze.

Odnosząc się do historii kościoła, wskazać należy, że od 1601 r. Pasterka stała się filią parafii katolickiej w Radkowie (Wedekind, 1857). W 1612 r. ewangelicy wzniesli w Pasterce niewielką, drewnianą kaplicę cmentarną (Wedekind, 1857; Kögler, 1992) (zob. rys. 5). W 1624 r. świątynia została przekazana katolikom. W 1669 r. w sygnaturce na kalenicy kościoła znajdowały się dwa dzwony. W 1693 r. mieszkańcy Pasterki zobowiązani byli do przekazywania corocznie na rzecz proboszcza w Radkowie 8 korców owsa i 36 krajcarów (Kögler, 1992). W 1789 r. podjęto decyzję o rozbiórce starej, drewnianej kaplicy ze względu na jej zły stan techniczny oraz o wzniesieniu nowego, murowanego kościoła. Budowa zakończyła się w 1787 r., co upamiętniono, umieszczając tę datę w kluczu portalu wejściowego do kościoła (Kögler, 1992). Od 1813 r. przy kościele posługiwał jeden stały duchowny (Wedekind, 1857), a na początku XX w. erygowano w Pasterce osobną parafię (Rybka-Ceglecka, 1999b). Funkcjonowała ona aż do 15 lipca 1951 r., kiedy to wieś ponownie w swojej historii stała się filią parafii pw. św. Doroty w Radkowie i pozostaje nią do dziś (*Schematyzm Diecezji Świdnickiej*, 2005).

3.4. Orłowiec (gmina Łądek Zdrój)

Kolejną miejscowością z zachowanym starym cmentarzem przykościelnym w powiecie kłodzkim jest Orłowiec (niem. Schönau b. Bad Landeck) (zob. rys. 6), wzmiankowany w źródłach historycznych po raz pierwszy w 1352 r. i należący pierwotnie do Zamku Karpno. Na początku XVII w. wieś należała do Friedricha von Redera, a następnie do baronów von Neuhaus. W 1789 r. właścicielem Orłowca był Ignatz Rother. Wówczas we wsi wspomina się istnienie szkoły, dworu i dwóch folwarków oraz dwóch młynów wodnych. Zamieszkiwało tu 486 osób (Zimmermann, 1789). W latach 1770–1780 wzniesiono (na miejscu wcześniejszego) obecny kościół filialny św. Sebastiana. W 1787 r. przebudowano w stylu barokowym dwór w Orłowcu. W XVIII w. Orłowiec wraz z całym Hrabstwem Kłodzkim dostał się pod panowanie pruskie, wchodząc od 1815 r. w skład Prowincji Śląskiej. Pierwotnie był częścią powiatu kłodzkiego, a od 1818 r. wieś włączono w skład powiatu bystrzyckiego. Taki stan utrzymał się aż do 1945 r. W 1830 r. w miejscowości znajdowały się 73 domostwa, zaś 5 lat później już 94 domy (Knie, 1830; Knie, 1845). Wówczas też (1845 r.) w dalszym ciągu właścicielami miejscowych dóbr była rodzina Rotherów. W miejscowości zamieszkiwało wówczas 477 osób, w tym 7 ewangelików. Działała tu również szkoła katolicka z jednym stałym nauczycielem. Na terenie wsi funkcjonowały dwa młyny wodne, tartak, gorzelnia, pracowało zaś 7 rzemieślników i 3 kupców (Knie, 1845). W II połowie XIX w. Orłowiec stał się wsią turystyczną. W dwudziestoleciu międzywojennym powstał tu budynek straży granicznej. W ostatnich latach obserwuje się zanikanie poszczególnych gospodarstw. Przestał istnieć także dwór, a budynki folwarczne znajdują się w stanie

ruiny. W 1988 r. w miejscowości znajdowało się 16 gospodarstw (Rybka-Ceglecka, 1999a). W 2012 r. wieś liczyła 74 mieszkańców. W połowie XVIII w. Orłowiec posiadał dobrze zachowany pierwotny, łańcuchowy układ wsi. Jest on także widoczny na mapie z 1912 r. Dziś zanika również oryginalna zabudowa, pochodząca z XVIII/XIX i początku XX w., pierwotny układ miejscowości jest jednak nadal czytelny.

Kościół filialny pw. św. Sebastiana wzniesiony został w dobie reformacji, a zatem w XVI w. Około 1560 r. należał on do parafii w Radochowie, potem zaś do parafii w Trzebieszowicach, następnie stał się filią parafii w Łądku-Zdroju. W roku 1679 kościół w Orłowcu był filią parafii w Radochowie i jest nią do dziś (Rybka-Ceglecka, 1999a; *Schematyzm Diecezji Świdnickiej*, 2005). Zachowana świątynia została zbarokizowana w XVIII w., wówczas też jej wnętrze otrzymało skromne wyposażenie autorstwa wybitnego rzeźbiarza Michaela Ignatza Klahra. W XIX w. do bryły kościoła dobudowano kruchtę.

3.5. Kamieńczyk (gmina Międzyzylesie)

Ostatnią analizowaną miejscowością z terenu powiatu kłodzkiego, w której zachował się cmentarz przykościelny, jest Kamieńczyk (niem. Steinbach), położony w południowej części Gór Bystrzyckich. Jest to stara osada, wzmiankowana już w XIII w., zniszczona w czasie trwania wojen husyckich i lokowana na nowo w 1564 r. przez braci Dawida i Michała Tschirnhausów (Volkmer, 1889/1990). Do XVII w. w okolicy eksploatowano rudy metali, które wytapiano w miejscowej hucie. Miejscowość była wówczas średniej wielkości osadą rolniczo-rzemieślniczą. W 1789 r. w Kamieńczyku, będącym wówczas własnością rodu von Althanów, mieszkało 328 osób. Pracował tu rzeźnik, 14 tkaczy, murarz i krawiec (Zimmermann, 1789). W 1830 r. liczba mieszkańców Kamieńczyka spadła do 264 osób — wszyscy byli katolikami (Knie, 1830). Pięć lat później odnotowano już 416 mieszkańców, w tym 9 ewangelików. W miejscowości funkcjonowała wówczas szkoła katolicka oraz działał młyn wodny z dwoma kołami. Rzemiosło wiejskie reprezentowane było przez grupę tkaczy (Knie, 1845). W połowie XIX w. odnotowano tu największą liczbę ludności w dziejach wsi — 547 osób. W II połowie XIX w. Kamieńczyk zaczął być rozpoznawalny jako miejscowość letniskowa (Rybka-Ceglecka, 1997). Po przejściu terenu Hrabstwa Kłodzkiego przez Prusy Kamieńczyk znalazł się w granicach Prowincji Śląskiej, należąc początkowo do powiatu kłodzkiego, a w latach 1816–1945 do powiatu bystrzyckiego. Po zakończeniu II wojny światowej miejscowość ta znalazła się w granicach administracyjnych Polski, co wiązało się z rozpoczęciem wysiedlania niemieckich mieszkańców wsi oraz napływem osadników polskich. Po 1945 r. osada znacznie się wyludniła. W latach 1975–1998 Kamieńczyk przynależał do województwa wałbrzyskiego. W 2011 r. mieszkały tu jedynie 74 osoby.

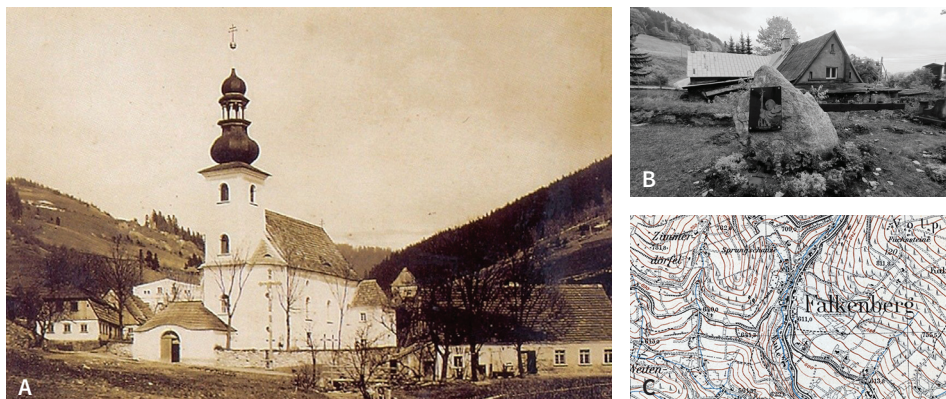
Kościół pw. św. Michała Archanioła w Kamieńczyku wzniesiony został w 1710 r. jako drewniany kościół cmentarny, w konstrukcji zrębowej (Hof, 1999; Brzezicki, Nielsen, 2006) (zob. rys. 7). Miejscowość należała wówczas do parafii w Międzyzlesiu. Pierwsze prace remontowe związane ze świątynią odnotowuje się dopiero w 1734 r., kiedy to została ozdobiona malowidłami przez Antona Ferdinanda Veita z Pragi (Hasse, 1935). W tym też roku na wieży kościoła zawieszono dzwon (Hof, 1999). W 1851 r. dokonano przebudowy wnętrza kościoła (Hasse, 1935). Gruntowny remont obiektu nastąpił w 1934 r. (Brzezicki, Nielsen, 2006). Wówczas też, oprócz prac związanych z remontem drewnianej konstrukcji świątyni, położono krzyż wieńczący jej wieżę. Wykonano też nowe pokrycie dachowe z gontu oraz powiększono zakrystię (Hasse, 1935; Hof, 1999). Prace we wnętrzu kościoła wykonał pochodzący z Łądko-Zdroju rzeźbiarz Leo Richter, zaś Herbert Blaschke dokonał renowacji polichromii pokrywającej ściany wewnętrzne kościoła (Hasse, 1935). W latach 1996–1998 z inicjatywy społecznej wykonano niezbędne prace zabezpieczające kościół. Wzmocniono wówczas posadowienie świątyni, a następnie wyremontowano więźbę dachową, wykonano nowe pokrycie dachowe z gontu, jak również wymieniono deskowanie ścian kościoła i wieży (Grajewski, Kica, 2005). Dziś ten niewielki drewniany kościółek, reprezentujący tradycyjne formy wiejskiego budownictwa sakralnego, przynależy podobnie jak w chwili powstania, do parafii w Międzyzlesiu jako świątynia filialna.

3.6. Charakterystyka cmentarzy

3.7. Cmentarz przykościelny w Sokolcu

Cmentarz przykościelny w Sokolcu powstał w latach 1770–1785. Założony został na planie owalu. Przed 1892 r. pierwotny cmentarz został powiększony w kierunku zachodnim. Wówczas też rozebrano część muru cmentarnego oraz barokową bramę cmentarną, widoczną jeszcze na fotografii z ok. 1890 r. W tym też czasie wzniesiono w jego południowo-wschodnim narożniku kostnicę. Około 1920 r. na terenie przykościelnego cmentarza, a zatem w najstarszej części istniejącego do dziś założenia, wzniesiono pomnik upamiętniający mieszkańców wsi Sokolec oraz kolonii Sowa i Dalków (przysiółek Ludwikowic Kłodzkich), którzy polegli na frontach I wojny światowej. W związku z wyznaczeniem nowej części cmentarza, przypuszczalnie już przed 1945 r., zaprzestano pochówków na jego najstarszej, przykościelnej części. Także po 1945 r. na terenie cmentarza przykościelnego, wyznaczonego przez kamienny mur, nie chowano zmarłych. W 2011 r. tuż przy kościele ustawiono głaz narzutowy, na którym umieszczono tablicę upamiętniającą beatyfikację papieża Jana Pawła II (zob. rys. 4). Na terenie cmentarza przykościelnego nie zachowały się żadne wolnostojące historyczne nagrobki. Na elewacji świątyni widnieje na-

tomiaś kilka tablic epitafijnych, które upamiętniają osoby zmarłe w II połowie XIX w. Obecnie znajdują się one w stosunkowo dobrym stanie, chociaż niektóre z nich zabrudzone są tynkiem i farbą. Reprezentują skromne i proste w swej formie wykonanie. Oprócz nich do elementów kompozycyjnych dawnego cmentarza przykościelnego należą pozostałości kamiennego muru oraz znacznie przekształcona kaplica cmentarna. Najciekawszym historycznym elementem, który zachował się na terenie dawnego cmentarza przykościelnego w Sokolcu, jest wspomniany powyżej pomnik upamiętniający poległych w I wojnie światowej mieszkańców wsi. Co interesujące, przetrwał on w bardzo dobrym stanie, łącznie z czytelną do dziś inskrypcją, wymieniającą imiona i nazwiska poległych. Z Sokolca przywołano tu 26, z kolonii Sowa 7, zaś z przysiółka Dalków 6 poległych. Ich imiona i nazwiska wykute zostały na kamiennej steli, w zwieńczeniu której ukazano krzyż żelazny oraz gałązki dębowe. Opisany pomnik wpisuje się w typową i powszechnie praktykowaną formę upamiętniania poległych członków danej społeczności.



Rys. 4. Sokolec. A. Widok na kościół z cmentarzem przed przebudową z lat 1890–1892 z widoczną, nieistniejącą dziś bramą cmentarną, zdjęcie archiwalne (źródło: polska-org.pl). B. Głaz narzutowy z tablicą upamiętniającą beatyfikację Jana Pawła II (źródło: fot. aut.). C. Lokalizacja kościoła i cmentarza — Messtischblatt Wüstegiersdorf nr 3133 [Neue Nr 5364], 1934 r. (źródło: <http://mapy.amzp.pl/maps.shtml>).

3.8. Cmentarz przykościelny w Pasterce

Cmentarz w Pasterce jest obecnie nieczynny, zaś położony w jego centrum kościół użytkowany bywa sporadycznie (zob. rys. 5). Cmentarz funkcjonował we wsi jeszcze przed wzniesieniem pierwszej, drewnianej kaplicy, co nastąpiło w 1612 r. O założeniu w Pasterce cmentarza zdecydowało oddalenie miejscowości od cmentarza parafialnego w Radkowie, dokąd podróż — zwłaszcza zimą — była uciążliwa, biorąc pod uwagę górski charakter regionu (Wedekind, 1857). W 1630 r. cmentarz miał być

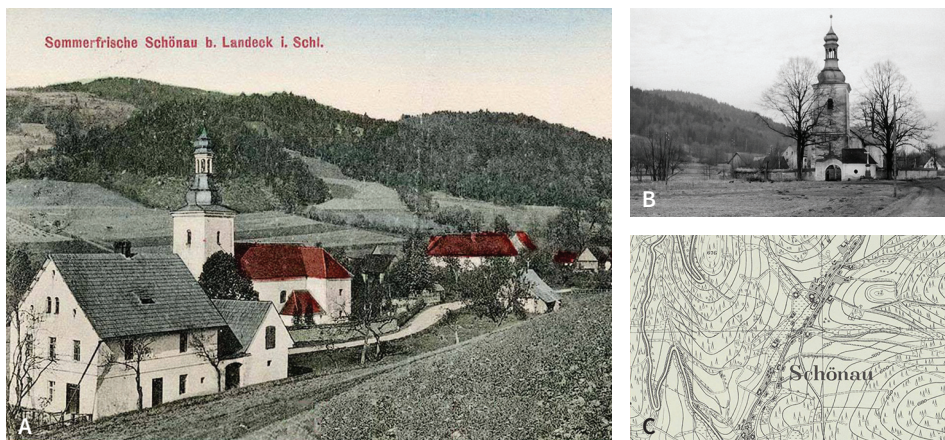
otoczony drewnianym ogrodzeniem (Rybka-Ceglecka, 1999b). Przyjąć należy, że zachowana do dziś forma i kształt cmentarza zostały ukształtowane po zbudowaniu na jego terytorium nowego kościoła, co nastąpiło w latach 1786–1787. W 1842 r. wzniesiono istniejącą do dziś kostnicę (data w kluczu portalu wejściowego). W II połowie XIX w. mogły nastąpić prace związane z regulacją założenia cmentarnego (uporządkowanie kwater, alejek), zakończone wystawieniem pośrodku cmentarza pamiątkowego krucyfiks, istniejącego do dziś. Wówczas to wykonano zapewne schody biegnące od drogi wiejskiej, przez teren cmentarza, aż do terenu przed kościołem. Od tego czasu aż do dziś zasięg terytorialny cmentarza nie ulegał zmianom. Jak wynika z analizy materiałów ikonograficznych z ok. 1900 r. i lat 30. XX w., cmentarz pozbawiony był muru cmentarnego, a jego granice wyznaczało prowizoryczne ogrodzenie. Od strony prezbiterium kościoła teren przycmentarny pozbawiony był jakiegokolwiek ogrodzenia. Po 1945 r. w dalszym ciągu dokonywano tu pochówków, których wreszcie zaprzestano, a dziś cmentarz nie jest już wykorzystywany. Jednym z najcenniejszych historycznych elementów dawnego cmentarza jest z pewnością nagrobek w formie piaskowcowej płyty, należący do proboszcza Johanna Marel-la (1827–1887). Ukazano na nim krzyż, otwartą księgę oraz skrzyżowane gałązki palmowe. Również cenny jest okazały krucyfiks cmentarny z końca XIX w., ustawiony pośrodku cmentarza, a składający się z piaskowcowego cokołu o neoklasycystycznych formach, zwieńczonego żeliwnym krzyżem z wizerunkiem ukrzyżowanego Chrystusa. Ostatnim istotnym elementem o dużej wartości historycznej na terenie cmentarza jest wzniesiona w 1824 r. przy głównym wejściu na cmentarz kostnica, łącząca w sobie cechy późnego baroku i wczesnego klasycyzmu.



Rys. 5. Pasterka. A. Widok na kościół z cmentarzem z roku 1936, zdjęcie archiwalne (źródło: zbiory K. Pawłowskiego). B. Cmentarz z kościołem — stan obecny (źródło: fot. aut.). C. Epitafia wmurowane w mur cmentarza — stan obecny (fot. aut.). D. Lokalizacja kościoła i cmentarza — Messtischblatt Lewin nr 5563, 1919 r. (źródło: <http://mapy.amzp.pl/maps.shtml>).

3.9. Cmentarz przykościelny w Orłowcu

Pierwotny, niewielki cmentarz przykościelny został wytyczony zapewne w chwili wzniesienia kościoła, a zatem w XVI w. W II połowie XVIII w. wzniesiono późno-barokową, prostą w swej formie bramę cmentarną (zob. rys. 6). Prawdopodobnie w końcu XVIII lub też na początku XIX w. w sąsiedztwie bramy zbudowano niewielką kostnicę, która w późniejszym czasie została zaaranżowana na kaplicę grobową rodziny Ludwigów. Cmentarz był wykorzystywany przez mieszkańców wsi aż do zakończenia II wojny światowej. W okresie powojennym został zamknięty. Zgodnie z inwentaryzacją z 1994 r. na terenie cmentarza znajdowało się ok. 20 mogił sprzed 1945 r., dwa wolnostojące nagrobki oraz 14 płyt nagrobnych (Kieres, Szarp, 1994). Cmentarz przykościelny w Orłowcu założony został na planie wydłużonego prostokąta z zaokrąglonymi narożnikami. Otoczony jest kamiennym murem. Przypuszczać można, że dzisiejszy zasięg terytorialny cmentarza wykształcony został w XVIII w., kiedy to wzniesiono bramę cmentarną. Zachowane nagrobki i ich elementy, tj. krzyże, postumenty, tablice nagrobne lub ich pozostałości, zostały zgromadzone przy murze cmentarnym. Wśród nich uwagę zwraca żeliwny krzyż nagrobny o cechach neogotyckich, upamiętniający Johanna Wenera (1800–1858). Pozostałe nagrobki reprezentują rzemieślniczy styl wykonania. Uznać należy zatem, że dawny cmentarz przykościelny w Orłowcu zalicza się do ważnych i cennych założeń przykościelnych.



Rys. 6. Orłowice. A. Kościół i cmentarz z widocznym murem cmentarza przykościelnego, fotografia archiwalna (źródło: polska-org.pl). B. Cmentarz z kościołem w roku 1961, zdjęcie archiwalne (źródło: polska-org.pl). C. Lokalizacja kościoła i cmentarza — Messtischblatt Bad Landeck in Schl. Nr 3297 [Neue Nr 5667], 1936 r. (źródło: <http://mapy.amzp.pl/maps.shtml>).

3.10. Cmentarz przykościelny w Kamieńczyku

Cmentarz w Kamieńczyku jest z pewnością starszy niż sam kościół, który powstał na jego terenie w 1710 r. Przypuszcza się, że mógł on powstać po założeniu wsi jako cmentarz ewangelicki. Z pewnością funkcjonował już w 1631 r. Cmentarz nigdy nie był ogrodzony murem, zaś jego dzisiejsze granice wyznacza współczesne, drewniane ogrodzenie (zob. rys. 7). W połowie XIX w. wzniesiono na jego terytorium niewielką, neogotycką w swej formie kaplicę cmentarną, krytą dachem dwuspadowym. Cmentarz był wykorzystywany przez niemieckich mieszkańców wsi aż do 1945 r. Obecnie nie jest on użytkowany, a podkreślić należy, że zachował się w bardzo dobrym stanie (Rybka-Ceglecka, 1997).



Rys. 7. Kamieńczyk. A. Kościół w Kamieńczyku z widoczną bramą na teren cmentarza i kaplicą cmentarną, 1914 r. (źródło: Mittelwalde und seine nähere Umgebung in Wort und Bild, Mittelwalde, 1914, s. 30). B. Cmentarz z kościołem — stan obecny (źródło: fot. aut.). C. Lokalizacja kościoła i cmentarza — Messtischblatt Rosenthal (Różanka) nr 3381[5865], 1884 r. (źródło: <http://mapy.amzp.pl/maps.shtml>).

4. Omówienie wyników

Badania przeprowadzone na terenie analizowanych cmentarzy wiejskich uwypuklają problemy, które napotykają badacze, historycy i turyści na terenach sacrum. Stabilność krajobrazowa jest tu często zaburzona ze względu na postępujące z czasem zmiany w otoczeniu cmentarzy, ale również z uwagi na dbałość o strefę sacrum. Wykonane analizy oraz inwentaryzacja wskazują na często nieodwracalne zmiany zachodzące na tych terenach i systematyczne niszczenie krajobrazu wsi z cmentarzem w tle. Porównanie obecnego stanu zagospodarowania cmentarzy zestawiono w tabeli.

Tabela 1. Porównanie zmian dotyczących układu, architektury, krajobrazu na terenie cmentarzy w powiecie kłodzkim we wsiach: Sokolec, Pasterka, Orłowiec i Kamieńczyk

KRYTERIUM OCENY			SOKOLEC	PASTERKA	ORŁOWIEC	KAMIENCZYK
Kościół	Przynależność wyznaniowa	obecnie	katolicki	katolicki	katolicki	katolicki
		w przeszłości	katolicki	katolicki	katolicki	katolicki
	Wezwanie		św. Marcina	św. Jana Chrzciciela	św. Sebastiana	św. Michała Archanioła
	Styl kościoła		barok	późny barok	barok	barok
CMENTARZ						
Data założenia cmentarza			XVIII w.	XVII w.	XVII/XVIII w.	XVII/XVIII w.
Zachowany oryginalny układ przestrzenny cmentarza			przekształcony	dobrze zachowany	b. dobrze zachowany, brak nagrobków	b. dobrze zachowany
Istniejące pole grzebalne			zlikwidowane	pozostałości	przekształcone	b. dobrze zachowane
Współczesne użytkowanie cmentarza – współczesne pochówki			nie	nie	nie	nie, cmentarz zachowany w postaci pamiątkowego lapidarium
Oryginalne ogrodzenie cmentarza			brak	częściowo, dominuje współczesne	tak, ale w złym stanie	brak
Kaplica cmentarna			tak, ale przebudowana	brak	tak	tak, b. dobrze zachowana
Ossarium (kostnica na terenie cmentarza)			brak	tak, b. dobrze zachowana	tak	brak
Oryginalna brama cmentarna			nie zachowała się	nie zachowała się	tak, ale w stanie złym	nie było od początku istnienia cmentarza
Historyczne nagrobki sprzed 1945 r.			nie, jedynie epitafia w elewacji kościoła	tak, zachowane liczne nagrobki	tak, zachowane nieliczne nagrobki i ich fragmenty	tak, zachowane liczne stare nagrobki w dobrym stanie
Stare epitafia			tak, zachowane epitafia z XIX w. wbudowane w mury kościoła – 12 sztuk	brak	11 sztuk	2 epitafia
Zachowane wyjątkowe nagrobki lub pomniki poległych			zachowany pomnik upamiętniający mieszkańców wsi poległych w I wojnie światowej – 1 sztuka	zachowany krzyż z II połowy XIX w., 24 nagrobki	tablica upamiętniająca poległych w I wojnie światowej, 6 nagrobków	ponad 30 historycznych nagrobków

KRYTERIUM OCENY	SOKOLEC	PASTERKA	ORŁOWIEC	KAMIENCZYK
ROŚLINNOŚĆ				
Sposób rozmieszczenia drzewostanu	chaotyczny, nieregularny	chaotyczny, mała liczba drzew	chaotyczny, mała liczba drzew	drzewa zlokalizowane wzdłuż ogrodzenia od strony północnej i wschodniej
Obecność drzew pomnikowych	brak	brak	brak	brak
Stopień dewastacji roślinności	roślinność w znacznym stopniu zaniedbana	roślinność uboga, widoczne prace urządzeniowe	roślinność uboga, brak widocznej pielęgnacji	roślinność uboga, widoczne prace pielęgnacyjne
KRAJOBRAZ				
Zmiany krajobrazowe cmentarzy przykościelnych	bardzo duże — pole grzebalne zlikwidowane, zaburzona estetyka przestrzeni sacrum	duże — pole grzebalne częściowo przekształcone, zaburzona estetyka przestrzeni sacrum	duże — pole grzebalne przekształcone, zaniedbanie terenu wpływa na estetykę	małe — zachowane nagrobki i oryginalny układ cmentarza

Źródło: opracowanie własne

Najczęściej zmiany stanu zachowania cmentarzy przykościelnych dotyczą pola grzebalnego i nagrobków, które często przedstawiają dużą wartość historyczną. Bywa też tak, jak na przykład na cmentarzu w Sokolcu, że pomimo braku historycznych nagrobków zachowało się kilka elementów stanowiących ważne świadectwa historii tej miejscowości i życia oraz losów jej mieszkańców. Dawny cmentarz przykościelny w Pasterce jest również dobrym przykładem zanikających wiejskich założeń cmentarnych powiatu kłodzkiego. W odróżnieniu od przywołanego wcześniej cmentarza w Sokolcu, na jego terenie zachowało się ponad 20 wolnostojących nagrobków. Reprezentują one różne techniki wykonania oraz zastosowane materiały. Znajdziemy tutaj nagrobki wykonane z piaskowca, granitu czy lastryko. Najczęściej na wykonanych z tych materiałów niewielkich stellach umieszczano tablice nagrobne, na których oprócz inskrypcji zachowały się w kilku przypadkach porcelanowe fotografie osób pochowanych. Wszystkie zachowane nagrobki pochodzą z XIX w. (najstarszy zidentyfikowany z 1874 r.) oraz z lat 20. i 30. XX w. Większość nagrobków zachowała się w dobrym stanie, choć kilka z nich jest pochylona, złamana lub uszkodzona. W kilku przypadkach nie zachowały się tablice inskrypcyjne, a same kamienne konsule, na których były one pierwotnie ustawione. Co interesujące, zachowane nagrobki lub ich pozostałości znajdują się w swojej pierwotnej lokalizacji, co daje zarys pierwotnego rozplanowania cmentarza. Wskazać również należy, że pozostała część nagrobków została osadzona w mu-

rze cmentarza, co jest naganną praktyką, dość częstą w stosunku do niemieckich nagrobków na analizowanym terenie. Równie typowe dla praktyk stosowanych na terenie ziemi kłodzkiej (i nie tylko) po 1945 r. jest wykorzystanie istniejących nagrobków niemieckich dla upamiętnienia zmarłych osadników polskich. Również w Pasterce znajdujemy przykłady takich działań, jak choćby pochodzący z lat 30. XX w. nagrobek z przedstawieniem Chrystusa upadającego pod krzyżem, który zaadaptowano dla nowego, polskiego mieszkańca Pasterki, który zmarł w 1947 r.

Pomimo likwidacji cmentarza przykościelnego w Orłowcu cmentarz tutejszy posiada dużą wartość historyczną, ze względu na zachowany pierwotny zasięg terytorialny, jak również istniejące na jego terenie nagrobki i płyty epitafijne. Do najważniejszych elementów należy z pewnością dawna kaplica cmentarna (z przylegającą do niej bramą), pełniąca także funkcję mauzoleum rodziny von Ludwig, właścicieli dóbr rycerskich w Orłowcu i Radochowiu. We wnętrzu kaplicy zachowały się płyty nagrobne Herrmanna von Ludwiga (1810–1885) oraz jego żony Emmy von Ludwig z domu Frobel (1818–1885). Oprócz nich ważnym elementem wnętrza obiektu jest stylizowane epitafium upamiętniające mieszkańców wsi poległych w I wojnie światowej, ustawione na mensie ołtarzowej, w której predelli zachowało się interesujące przedstawienie dusz cierpiących w czyśćcu. Natomiast założenie cmentarne w Kamieńczyku należy do najcenniejszych tego typu istniejących na terenie pogranicza polsko-czeskiego. Zachowany został tutaj nie tylko układ przestrzenny samego cmentarza, ale także zdecydowana większość historycznych nagrobków znajduje się na swoich pierwotnych miejscach. Uznać zatem należy, że cmentarz przykościelny w Kamieńczyku to najlepiej zachowane tego typu założenie wśród wszystkich istniejących na terenie ziemi kłodzkiej. Imponująca wydaje się liczba istniejących nagrobków, którą określić można na ponad 100 obiektów, w różnym stanie zachowania. Niektóre z nich są kompletne i posiadają czytelne inskrypcje, inne zaś zostały pozbawione w okresie powojennym tablic inskrypcyjnych, pozostając jednak w swojej pierwotnej lokalizacji. Zdecydowana większość nagrobków pochodzi z przełomu XIX i XX w., a wykonane zostały z różnych materiałów, takich jak kamień (piaskowiec, marmur, granit), drewno oraz odlewy żeliwne. W zdecydowanej większości zniszczeniu nie uległy także kamienne lub betonowe obrzeża grobów. Interesujące jest również to, że na kilku nagrobkach zachowały się do dziś porcelanowe portrety zmarłych, co na pozostałych cmentarzach poddanych analizie należy do rzadkości. Wśród zachowanych nagrobków na szczególną uwagę zasługują bez wątpienia te wykonane jako odlewy żeliwne w formie krzyży, często z rozbudowaną ornamentyką neogotycką i neobarokową, z przedstawieniami świętych i aniołów. Typowe rozwiązania, popularne na terenie ziemi kłodzkiej, prezentują wyeksponowane na elewacji kościoła drewniane krzyże nagrobne, wśród których szczególną uwagę zwraca ten upamiętniający Paula

Meschnera (1912–1932), o nawiązującej do secesji ornamentyce. Ewementem jest przygotowany z myślą o przybywających tu turystach, jak również potomkach dawnych mieszkańców, plan cmentarza z oznaczonymi nagrobkami i informacjami o osobach pochowanych. Do pozostałych elementów kompozycyjnych cmentarza należy również niewielkich rozmiarów kaplica cmentarna, wzniesiona na planie prostokąta, nakryta dachem dwuspadowym przykrytym gontem. W jej oknach zachowała się oryginalna neogotycka stolarka okienna. Do budynku kaplicy przylega brama cmentarna, przed którą znajduje się interesująca w swej formie, wykonana z piaskowca rzeźbiarska grupa Ukrzyżowania z końca XVIII w. Oprócz krucyfiks z przedstawionym ukrzyżowanym Chrystusem ukazano tu również św. Jana Apostoła oraz Matkę Bożą, jak również klęczącą pod krzyżem postać kobiecą, którą identyfikować można zarówno jako Marię Magdalenę, jak i — ze względu na to, że trzyma w dłoniach kielich — personifikację Kościoła.

Ważnym aspektem oceny zmian w krajobrazie cmentarzy jest jakość roślinności cmentarnej w strefie sacrum i jej dewastacja. Wycięte drzewa, zaniedbana roślinność w sposób bezpośredni wpływają na estetykę i odbiór krajobrazu oraz jego jakość. Właściwie na terenie wszystkich badanych cmentarzy widoczne były negatywne zmiany dotyczące zieleni urządzonej, brak odpowiednich zabiegów pielęgnacyjnych oraz mała ilość gatunków. W każdym przypadku nie odnotowano drzew pomnikowych. Zmiany krajobrazowe są zauważalne i idą w negatywną stronę.

5. Podsumowanie

Krajobraz wsi z kościołem i otaczającym go cmentarzem jest nam znany, a przez to wydaje się oczywisty. Obecnie jednak te małe, przykościelne cmentarze będące reliktem przeszłości ulegają powolnemu acz systematycznemu zniszczeniu i z biegiem czasu zacierają się ich ślady w przestrzeni wsi. Zniszczeniu podlegają bramy, ogrodzenia, nagrobki, czasem zniwelowane zostaje całe pole grzebalne, mała architektura, postępującą destrukcję obserwuje się w murach otaczających cmentarze. Przedstawione w niniejszym artykule cmentarze przykościelne w czterech wsiach: Sokolcu, Pasterce, Orłowcu i Kamieńczyku wskazują na obecną tendencję zmian zachodzących pod wpływem czasu. Na terenach przygranicznych, ziemiach włączonych w granice Polski po 1945 r., nastąpiła wymiana mieszkańców na nowych osadników, co w pewnym sensie odcisnęło piętno na krajobrazach strefy sacrum. Świątynie ewangelickie zmieniono w świątynie rzymskokatolickie, a wiele małych przykościelnych wiejskich cmentarzy uległo dewastacji przez niszczenie pól grzebalnych, pomników, płyt nagrobnych i epitafiów. Poprzez rozpoczęcie nowych

pochówków niejako „adaptowano” cmentarze dla nowej społeczności. A przeszłość można odczytać jedynie z pozostałości i okruchów płyt kamiennych składowanych często pod ogrodzeniem cmentarza.

Jak wskazują przeprowadzone badania na terenach powiatu kłodzkiego związanego z pograniczem polsko-czeskim, istnieje znaczna tendencja do powolnego usuwania z krajobrazu starych wiejskich cmentarzy przykościelnych, które są niejako kroniką wsi i życia dawnych jego mieszkańców. Wydaje się więc, że zachowanie tych miejsc w krajobrazie wsi i utrzymanie strefy sacrum może być jednym z istotnych elementów odtwarzania historii i opowieści o dawnych mieszkańcach, pamięci zakłętej w drewnianych lub kamiennych epitafiach. To opowieści potrzebne nam do identyfikacji narodów i społeczności małych ojczyzn. Ocalenie ich od zapomnienia jest istotnym elementem utrzymania kodów kulturowych oraz pamięci przodków, ponieważ te miejsca i krajobrazy opowiadają nam prawdziwą historię o dawnych mieszkańcach wsi tego regionu. Zachowanie choćby szczątkowych elementów dawnych cmentarzy pomaga w zachowaniu pamięci miejsca o dawnych mieszkańcach.

Bibliografia

- Abernathy, R. (1970). *Cemeteries as Open Space Reservations*. Reed-Mullins and Associates, u.s. Department of Housing and Urban Development.
- Adreßbuch für die Grafschaft Glatz* (1924/1925).
- Afla, M., Reza, M. (2012). Sustainability of Urban Cemeteries and the Transformation of Malay Burial Practices in Kuala Lumpur Metropolitan Region. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 6, 3001–3020. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1080632>
- Albert, F. (1932). *Die Herrschaft Hummel bis zum Jahre 1477*. Glatz.
- Bennett, G., Davies, P.J. (2014). Urban cemetery planning and the conflicting role of local and regional interests. *Land Use Policy*, 42, 450–459. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2014.08.011>
- Brzezicki, S., Nielsen, Ch. (red.), *Zabytki sztuki w Polsce. Śląsk*. (2006). Krajowy Ośrodek Badań i Dokumentacji Zabytków.
- Capels, V., Senville, W. (2006). Planning for cemeteries. *Planning Commissioners Journal*, 64, 1–8.
- Curl, J.S. (1980). *A Celebration of Death. An Introduction to Some of the Buildings, Monuments and Settings of Funerary Architecture in the Western European Tradition*. Constable.
- Czyż, A.S., Gutowski, B., Janowczyk, P. (2004). *Cmentarze dawnego powiatu barszczowskiego*. Stowarzyszenie „Wspólnota Polska”.
- Czyż, A.S., Gutowski, B., Skrodzka, A. (2007). *Cmentarze dawnego powiatu czortkowskiego*. Stowarzyszenie „Wspólnota Polska”.
- Dent, B., Knight, M.I. (1998). Cemeteries: a special kind of landfill. The context of their sustainable management. *Groundwater: sustainable solutions. Conference of the international association of hydrogeologists*, 451–456.
- Dębicz, R. (2012). *Zieleń cmentarzy w krajobrazie wsi Dolnego Śląska, CXLVII*. Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu.
- Die Grafschaft Glatz. Einwohnerbuch* (1937). Breslau.

- Długozima, A. (2010a). Bieszczadzkie cmentarze. Stan zachowania, lokalizacja, symbolika. W: A.S. Czyż, B. Gutowski (red.), *Sztuka cmentarzy w XIX i XX w.* (s. 209–219). Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego.
- Długozima, A. (2010b). Kompozycja warmińskich cmentarzy, na przykładzie cmentarzy gminy Jankowo. W: J. Rylke (red.), *Wzornictwo ogrodowe* (s. 16–24). Wydawnictwo Sztuka Ogrodu. Sztuka Krajobrazu.
- Długozima, A. (2011). *Cmentarze jako ogrody żywych i umarłych*. Wydawnictwo Sztuka Ogrodu. Sztuka Krajobrazu.
- Długozima, A. (2014). Miejsce i rola cmentarzy w budowaniu krajobrazu sakralnego wsi, na przykładzie Bieszczadów i Warmii. *TeKa Komisji Architektury, Urbanistyki i Studiów Krajobrazowych*, 10(1), 5–19. <https://doi.org/10.35784/teka.2544>
- Długozima, A., Nejman, R. (2022). Attractiveness of cemeteries versus socioeconomic and spatial development of non-metropolitan cities in Poland. *Acta Scientiarum Polonorum Administratio Locorum*, 21(1), 83–104. <https://doi.org/10.31648/aspal.6824>
- Etlin, R.A. (1984). *The Architecture of Death. The Transformation of the Cemetery in 18th Century Paris*. The Massachusetts Institute of Technology.
- Fischer, Ch.F. (1818). *Geographisch-statistisches Handbuch über Schlesien und die Grafschaft Glatz. Graß, Barth und Comp. in Breslau*.
- Francaviglia, R.V. (1971). The cemetery as an evolving cultural landscape. *Annals of the Association of American Geographers*, 61 (3), 501–509. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.1971.tb00802.x>
- Francis, D. (2003). Cemeteries as cultural landscapes. *Mortality*, 8, 222–227.
- Grabalov, P. (2018). Public life among the dead: Jogging in Malmö Cemeteries. *Urban Forestry and Urban Greening*, 33, 75–79. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2018.01.027>
- Grajewski, G., Kica, E. (red.) (2005). *Prace konserwatorskie na terenie województwa dolnośląskiego w latach 1979–1999*. Wojewódzki Urząd Ochrony Zabytków we Wrocławiu.
- Haq, S.M. (2011). Urban green spaces and an integrative approach to sustainable environment. *Journal of Environment Protection*, 2, 601–608.
- Hasse, G. (1935). Das neuerstandene Holzkirchlein in Steinbach, *Die Grafschaft Glatz. Illustrierte Zeitschrift des Glatzer Gebirgsvereins*, 6, 88–89.
- Hodor, K. (2012). Założenia cmentarne w krajobrazach Krakowa [Cemetery complexes in Cracow landscapes]. *Czasopismo Techniczne. Architektura [Technical Transactions. Architecture]*, 7, 279–286.
- Hof, C. (1999). *Holzkirchen in Schlesien. Untersuchungen an Holzkonstruktionen des 16. bis 18. Jahrhunderts in der Woiwodschaft Waldenbrug*. Institut für Baugeschichte in Karlsruhe.
- Kieres, E., Szarp, E. (1994). *Orłowiec. Karta cmentarza*. Archiwum Wojewódzkiego Urzędu Ochrony Zabytków we Wrocławiu Delegatura w Wałbrzychu.
- Klemenz, P. (1932). *Die Ortsnamen der Grafschaft Glatz, sprachlich und geschichtlich erklärt*. Ostdeutsche Verlagsanstalt Breslau.
- Knie, J.G. (1830). *Alphabetisch-statistisch-topographische Uebersicht aller Dörfer, Flecken, Städte und andern Orte der Königl. Preuß. Provinz Schlesien....* Verlag von Graß und Comp. Breslau.
- Knie, J.G. (1845). *Alphabetisch-statistisch-topographische Uebersicht der Dörfer, Flecken, Städte und andern Orte der Königl. Preuß. Provinz Schlesien....* Verlag von Graß, Barth und Comp. Breslau.
- Kolbuszewski, J. (1995). Cmentarz jako tekst kultury. W: O. Czerner, I. Juszkiewicz (red.), *Sztuka cmentarna. Sympozjum Międzynarodowe* (s. 17–40). Muzeum Architektury we Wrocławiu.
- Kolbuszewski, J. (1996). *Cmentarze*. Wydawnictwo Dolnośląskie.
- Kögler, J. (1992). *Die Chroniken der Grafschaft Glatz, Die Stadt — und Pfarreichroniken von Lewin — Mittelwalde — Wünschelburg — Neurode — Wilhelmstal*. Dieter Pohl Verlag.
- Krzemińska, A., Zaręba, A., Grochowska, A. (2008). *Przemijające krajobrazy — przykościelne cmentarze gminy Międzyzlesie*. Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu.

- McClymont, K., Sinnett, D. (2021). Planning Cemeteries: Their Potential Contribution to Green Infrastructure and Ecosystem Services. *Frontiers in Sustainable Cities*, 3. <https://doi.org/10.3389/frsc.2021.789925>
- Mitchell, J., Noble, G. (2017). The Monumental Cemeteries of Northern Pictland. *Medieval Archaeology*, 61, 1–40. [10.1080/00766097.2017.1296031](https://doi.org/10.1080/00766097.2017.1296031).
- Morelli, F., Mikula, P., Benedetti, Y., Bussièrè, R., Tryjanowski, P. (2018). Cemeteries support avian diversity likewise urban parks in European cities: Assessing taxonomic, evolutionary and functional diversity. *Urban Forestry and Urban Greening*, 36, 90–99. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2018.10.011>
- Nordh, H., Evensen, K. (2018). Qualities and functions ascribed to urban cemeteries across the capital cities of Scandinavia. *Urban Forestry and Urban Greening*, 33, 80–91. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2018.01.026>
- Nordh, H., House, D., Westendorp, M., Maddrell, A., Wingren, C., Kmec, S., McClymont, K., Jedan, Ch., Uteng, T.P., Beebeejaun, Y., Venbrux, E. (2021). Rules, Norms and Practices — A Comparative Study Exploring Disposal Practices and Facilities in Northern Europe. *OMEGA — Journal of Death and Dying*, 003022282110421. <https://doi.org/10.1177/00302228211042138>
- Orłowski, G., Nowak, L. (2007). The importance of marginal habitats for the conservation of old trees in agricultural landscapes. *Landscape and Urban Planning*, 79, 77–83.
- Osiekowicz, M., Podciborski, T. (2013). Metoda oceny stanu ładru przestrzennego terenów cmentarzy komunalnych. *Acta Scientiarum Polonorum. Administratio Locorum*, 12(2), 67–75.
- Pilch, J. (2005). *Leksykon zabytków architektury Dolnego Śląska*. Wydawnictwo Arkady.
- Pécssek, B. (2015). City Cemeteries as Cultural Attractions: Towards an Understanding of Foreign Visitors' Attitude at the National Graveyard in Budapest. *Deturope*, 7(1), 44–61.
- Pilarczyk, A., Nowak, P. (2019). Factors Determining the Ways for Shaping the Landscapes of Municipal Cemeteries in Szczecin: Proposals of Changes in the Shaping of Municipal Cemeteries. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 471(9), 1–9.
- Rae, R. (2021). Cemeteries as public urban green space: Management, funding and form. *Urban Forestry & Urban Greening*, 61, 127078. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2021.127078>
- Richter, G. (1995). *Criteria form planning greenery in cemeteries*. W: O. Czerner, J. Juszkiewicz (red.). *Cemetery art — Sztuka cmentarna — Lart de cimetièrè* (s. 201–205). ICOMOS Polish National Committee, Museum of Art Wrocław.
- Rugg, J. (2000). Defining the place of burial: What makes a cemetery a cemetery?. *Mortality*, 5(3), 259–275.
- Rybka-Ceglecka, I. (2005). *Gmina Nowa Ruda, pow. kłodzki. Studium środowiska kulturowego*, II. Archiwum Wojewódzkiego Urzędu Ochrony Zabytków we Wrocławiu Delegatura w Wałbrzychu.
- Rybka-Ceglecka, I. (1997). *Studium środowiska kulturowego gminy Międzyzylesie, woj. wałbrzyskie*, II. Archiwum Wojewódzkiego Urzędu Ochrony Zabytków we Wrocławiu Delegatura w Wałbrzychu.
- Rybka-Ceglecka, I. (1999a). *Studium środowiska kulturowego miasta i gminy Łądek-Zdrój, powiat kłodzki, woj. dolnośląskie*. Archiwum Wojewódzkiego Urzędu Ochrony Zabytków we Wrocławiu Delegatura w Wałbrzychu.
- Rybka-Ceglecka, I. (1999b). *Studium środowiska kulturowego gminy Radków, powiat kłodzki, woj. dolnośląskie*. Archiwum Wojewódzkiego Urzędu Ochrony Zabytków we Wrocławiu Delegatura w Wałbrzychu.
- Sikora, S. (1986). *Cmentarz. Antropologia pamięci*. Polska Sztuka Ludowa. Instytut Sztuki PAN.
- Suliborski, A. (2013). *Nekropolie jako miejsce w przestrzeni społeczno-kulturowej Łodzi — ranga i specyfika ich znaczeń społecznych*. W: M. Wójcik (red.), *Studia regionalne. Społeczeństwo — region — miejsce* (s. 183–198). Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Tanaś, S. (2008). *Przestrzeń turystyczna cmentarzy. Wstęp do tanatoturystyki*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

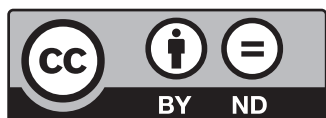
- Wedekind, E.L. (1857). *Geschichte der Grafschaft Glatz. Chronik der Städte, Flecken, Dörfer, Kolonien, Schlösser etc. dieser souveränen Grafschaft von der frühesten Vergangenheit bis auf die Gegenwart*. Friedrich Wilhelm Fischer in Neurode.
- Volkmer, F. (1889/1890). Verzeichnis der Städte, Dörfer und wichtigsten Kolonien der Grafschaft Glatz unter Angabe der Gründungszeit derselben, bzw. deren ersten urkundlichen Erwähnungen. *Vierteljahrsschrift für Geschichte und Heimathskunde der Grafschaft Glatz*, 9, 206–233.
- Schematyzm Diecezji Świdnickiej* (2005). Świdnicka Kuria Biskupia.
- Zimmermann, F.A. (1789). *Beyträge zur Beschreibung von Schlesien*. <https://jbc.jelenia-gora.pl/dlibra/publication/3685/edition/3676/content>

Publikacja dofinansowana ze środków budżetu państwa w ramach programu Ministra Edukacji i Nauki pod nazwą „Nauka dla Społeczeństwa” nr projektu NdS/552172/2022/2022 kwota dofinansowania 487 978 zł, całkowita wartość projektu 487 978 zł.

The disappearing landscape of rural church cemeteries in the Kłodzko district

Abstract. The aim of the article is to compare the state of preservation and landscape and cultural values of cemeteries located in four communes of the Kłodzko district in the south-western part of Poland, in the province of Lower Silesia. For the purposes of the article, the analysis of the history of the village was carried out and the demographics, development of the village, construction of churches and cemeteries were described. Chamber research was based on a library query and included an analysis of literature, the resources of iconographic and cartographic collections were also used in the studies. The article compares changes in the arrangement, architecture and landscape of the cemeteries in the Kłodzko district in the villages of Sokolec, Pasterka, Orłowiec and Kamieńczyk. It has been noted that currently church cemeteries, which are relics of the past, are slowly and systematically destroyed and over time their spatial arrangement is blurred, gates, fences, tombstones are destroyed, sometimes with the entire burial field and small architecture.

Key words: church cemeteries, sacred landscape, Kłodzko powiat, Kłodzko County, material heritage



Copyright and license. This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution — NoDerivates 4.0 International (CC BY-ND 4.0) License, <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

Wymogi edytorskie

I. Objętość manuskryptu

Tekst powinien zawierać do 9000 słów z tabelami i rycinami. W przypadku rysunku rozmiar jednego załącznika nie może przekraczać 20 MB.

II. Wymagane pliki

1. **Część główna manuskryptu** — bez danych identyfikujących autorów (w formacie .rtf, .doc lub .docx):

- tytuł artykułu po angielsku i polsku
- zwięzłe i rzeczowe streszczenie po angielsku i polsku, do 150 słów, przygotowane zgodnie ze strukturą:
 - cel
 - metody
 - wyniki
 - wnioski

- słowa kluczowe po angielsku i polsku (do 5 słów)
- wstęp
- tekst główny podzielony na rozdziały opatrzone tytułami (przegląd literatury, metody, wyniki, dyskusja)
- wnioski (teoretyczne i praktyczne, ograniczenia badań i przyszłe prace)
- bibliografia

2. **Strona tytułowa manuskryptu, dane autorów** (w formacie .rtf, .doc lub .docx)

- tytuł artykułu
- imię i nazwisko autora
- stopień/tytuł naukowy
- afiliacja
- numer ORCID
- adres e-mail
- adres korespondencyjny

3. **Ryciny, zdjęcia, schematy, wykresy itp.**

III. Przygotowanie tekstu

1. **Tabele** (w formacie .rtf, .doc lub .docx)

- ponumerowane, opatrzone tytułem oraz źródłem (np. *opracowanie własne*)
- z odwołaniem w tekście (np. *zob. tab. 1*, a nie: *zob. tabela poniżej/powyżej*)
- każda rubryka wypełniona treścią
- skróty użyte w tabeli — objaśnione pod nią

2. **Ryciny, zdjęcia, schematy, wykresy itp.** (format.tif dla bitmap, .eps dla plików wektorowych i xls lub xlsx w przypadku wykresów)

- min. rozdzielczość bitmap to 300 dpi, długość podstawy min. 125 mm
- opatrzone numerem oraz źródłem (np. *opracowanie własne*)
- pozbawione napisów: półgrubych, wersalikami, białych na czarnym tle, czarnych wypełnień, dodatkowych ramek
- z odwołaniem w tekście (np. *zob. rys. 1*, a nie: *zob. rysunek poniżej/powyżej*)
- z objaśnieniem użytych skrótów

3. **Tekst główny**

- marginesy: 2,5 cm z każdej strony
- numeracja stron — ciągła, u dołu strony
- czcionka Times New Roman z polskimi znakami, 12 pkt
- odstęp między wierszami — 1,5 wiersza
- wyróżnienia — **pismem półgrubym**
- słowa obcojęzyczne — *kursywą*
- nazwiska użyte po raz pierwszy — pełne imię i nazwisko, kolejne przywołanie — samo nazwisko

- skróty — za pierwszym razem pełny termin, a skróót w nawiasie; dalej — tylko skróót

IV. Przypisy bibliograficzne

Według stylu APA 7 (zob. reference guide APA, <https://www.scribbr.com/apa-style/apa-seventh-edition-changes/>)

- Umieszczone w tekście, zawierają nazwisko autora i rok publikacji: **Jafari (2003)** lub (**Jafari, 2010**)
- Cytowanie dokładne tekstów wziętych w cudzysłów: **Jafari (2003, p. 24)** lub (**Jafari, 2003, p. 24**)
- Cytowanie **dwóch i trzech autorów** — podajemy nazwiska wszystkich autorów, a przed ostatnim wstawiamy „and” lub „&”: **Smith and White (2018)...** lub (**Smith & White, 2018**) **Beggs, Ross and Goodwin (2008)...** lub (**Beggs, Ross & Goodwin, 2008**)
- Cytowanie **więcej niż trzech autorów** — podajemy nazwisko pierwszego autora i „et al.": **Jafari et al. (2018)...** lub (**Jafari et al., 2018**)
- **Brak nazwiska autora/redaktora** — podajemy kilka pierwszych słów tytułu pracy:
 - jeżeli jest to **tytuł książki, periodyku lub raportu** — kursywą: (*Guide to citation, 2020*)
 - jeżeli jest to **tytuł artykułu, rozdział lub strona internetowa** — w cudzysłowie: („APA Citation”, 2020)
- **Cytowanie więcej niż jednej publikacji:**
 - **jednego autora:** **Jafari (2015, 2017, 2020)** lub (**Jafari, 2015, 2017, 2020**)
 - **dwóch i więcej autorów** — należy je wymienić w kolejności alfabetycznej: (**Jafari & Black, 2010; White, Green, & Brown 2020**)
 - **jeśli autor wydał w danym roku więcej niż jedną publikację**, to po dacie należy dodać kolejne litery alfabetu, np. (**Jafari, 2014a, 2014b**)
- **Przypisy objaśniające, polemiczne, uzupełniające tekst główny** — numerowane kolejno i umieszczone u dołu strony, czcionka 10 pkt, interlinia pojedyncza.
- **Cytowanie źródeł za innym autorem** (jedynie w szczególnych przypadkach): **Jafari (2010) as cited in Black (2016)** lub (**Jafari, 2010, as cited in Black 2016**)

V. Bibliografia

Uporządkowana alfabetycznie według nazwisk autorów/redaktorów i tytułów prac niemających autora/redaktora, a jeśli jest więcej prac jednego autora, to należy je zestawić chronologicznie wg dat wydania.

• Artykuł w czasopiśmie

Zawiera: nazwisko autora, inicjały imienia, rok, tytuł artykułu (prosto), tytuł czasopisma (kursywą), tom (kursywą) i nr czasopisma, zakres stron, DOI:

Oppermann, M.J. (2000). Tourism Destination Loyalty. *Journal of Travel Research*, 39(1), 78–84. <https://doi.org/10.1177%2F004728750003900110>

• Pozycja książkowa

Zawiera: nazwisko autora/redaktora, inicjały imienia, rok praw autorskich, tytuł książki (kursywą), numer wydania (w nawiasie), wydawnictwo, DOI lub URL:

Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education. <https://doi.org/10.1177%2F0047287507303976>

• Rozdział pracy zbiorowej

Zawiera: nazwisko autora rozdziału, inicjały imienia, rok praw autorskich, tytuł rozdziału (prosto), In, inicjały imienia, nazwi-

ska redaktora + (Ed./Eds.), tytuł pracy zbiorowej (kursywą), numer wydania i zakres stron (w nawiasie), wydawnictwo, DOI lub URL:

- Scott, N.R., & Le, D.A. (2017). Tourism Experience: A Review. In N.R. Scott & J. Gao (Eds.), *Visitor Experience Design* (2nd ed., pp. 30–52). CABI. <https://doi.org/10.1080/10645578.2016.1144023>
- E-book
Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017). *A guide to citation*. <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>
 - Rozdział z e-booka
Troy, B.N. (2015). APA citation rules. In S.T. Williams (Ed.), *A guide to citation rules* (2nd ed., pp. 50–95). [https://](https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager)

www.mendeley.com/reference-management/reference-manager

- Cały portal internetowy korporacji/grupy/organizacji
Zawiera: nazwę korporacji/grupy/organizacji. (rok ostatniej aktualizacji, dzień miesiąca, jeśli podano). Tytuł portalu internetowego. URL:
WHO. (2014, 14 listopada). World Health Organization. <https://www.who.int/>
- Pojedyncza strona internetowa
Zawiera: nazwisko, inicjał autora. (rok, miesiąc, dzień). Tytuł artykułu (kursywą). Tytuł portalu internetowego. URL:
Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017, January 25). *APA citation. How and when to reference*. <https://www.howandwhentoreference.com/APAcitation>

Editorial requirements

I. Size of manuscript

The text should contain up to 9000 words including tables and figures. For drawings, the size of one attachment cannot exceed 20 MB.

II. Required files

1. **Files with the main part of the manuscript** (without authors' data, .rtf, .doc or .docx format):

- title of the article in English and Polish
- concise and factual abstract in English and Polish, from 150 to 300 words, prepared according to structure:
 - purpose
 - methods
 - results
 - conclusions

• keywords in English and Polish (up to 5 words)

• introduction

• body text — organized into chapters/sections, each with a unique title (literature review, methods, results, discussion)

• conclusion (theoretical and practical, research limitations and future work)

• bibliography — complete list of referenced sources

2. **Files with the title page including authors' data** (.rtf, .doc or .docx format)

- the title of the article
- author's first and last name
- academic degree/title
- organization/institution (if applicable)
- ORCID number
- email address
- mailing address

3. **Figures, photos and graphics**

III. Preparing text

1. **Tables** (.rtf, .doc or .docx format)

- numbered consecutively and consistently using Arabic numerals
- include a caption and a reference to the data source (e.g. *own research*)
- tables should be referenced in the text by their number rather than expressions such as "above" or "below" (e.g. *cf. Table 1*, not: *see table above/below*)
- do not include blank cells
- any abbreviations used must be expanded below the table

2. **Figures, photos and graphics**

- editable (formats: .tif for bitmaps, .eps for vector files, and .xls or .xlsx for charts)
- bitmaps — minimum resolution: 300 dpi, width: 125 mm
- all figures should be numbered consecutively using Arabic numerals
- for any artwork that has already been published elsewhere, indicate the original source (or otherwise state Source: *own research*)
- apply no lettering in white against black background, whether in bold or italics, and no black fills or excess frames
- if the figure is referenced in the text, use its number rather than expressions such as "above" or "below" (e.g. *cf. Fig. 1*, not: *see figure above/below*)
- provide explanations of any abbreviations used

3. **Body text**

- margins: 2.5 cm each
- continuous throughout the text, using Arabic numerals, placed at the bottom of the page (footer)

- typeface: Times New Roman, 12 pts
- line spacing: 1.5 line
- highlights or emphasis: apply **bold** print
- foreign (non-vernacular) words and expressions: *italicized*
- people's names: give full name (including all given names and last name) at first mention; for any further references – quote last name only
- abbreviations and acronyms: when first used, give the complete phrase (name), including its abbreviation in brackets; onwards — use abbreviation only

IV. In-text citations

APA style (see: APA reference guide, <https://www.scribbr.com/apa-style/apa-seventh-edition-changes/>)

• are placed within the text and include the author's surname and year of publication: **Jafari (2003)** or **(Jafari, 2010)**

• Direct quotes should also contain the page number: **Jafari (2003, p. 24)** or **(Jafari, 2003, p. 24)**

• **In the case of two and three authors**, all surnames should be listed with either „and“ or „&“ placed before the last one: **Smith and White (2018)...** or **(Smith & White, 2018)** **Beggs, Ross and Goodwin (2008)...** or **(Beggs, Ross & Goodwin, 2008)**

• **In the case of more than three authors** — only the first author's surname should be given, followed by „et al.“: **Jafari et al. (2018)...** or **(Jafari et al., 2018)**

• **If the author/editor is unknown**, the first few words of the reference should be used:

- **if this is the title of a book, periodical or report**, it should be italicised: **(Guide to citation, 2020)**
- **if this is the title of an article, chapter or a website**, it should be placed in quotation marks: **(“APA Citation”, 2020)**

• Citing multiple works:

- **by the same author**: **Jafari (2015, 2017, 2020)** or **(Jafari, 2015, 2017, 2020)**
- **by two or more authors** — they should be listed alphabetically by the first author: **(Jafari & Black, 2010; White, Green, & Brown 2020)**
- **if the author published multiple works in one year**, each work should be cited with consecutive letters of the alphabet following the year, e.g.: **(Jafari, 2014a, 2014b)**

• **Other references containing any additional comments or explanations, references to legislation**, court rulings and decisions, as well as links to websites that are provided outside the main body of the text must be numbered consecutively and placed at the bottom of the page (as footnotes) using 10 pts font with single line spacing

• Citing secondary sources (only in exceptional cases): **Jafari (2010) as cited in Black (2016)** or **(Jafari, 2010, as cited in Black 2016)**

V. Reference list

A reference list should be ordered alphabetically by first author's / editor's surname or by title, in the case of works whose author/ editor is unknown, and in the case of authors with multiple works, they should be listed chronologically by year of publication.

• **Referencing a journal article**

The basic format is: Author surname, Initial(s), (Year), Article title (not italicised), Journal title (italicised), Volume (italicised) (issue or part number), page numbers, DOI:

Oppermann, M.J. (2000). Tourism Destination Loyalty. *Journal of Travel Research*, 39(1), 78–84. <https://doi.org/10.1177%2F004728750003900110>

• **Referencing a book**

The basic format is: Author/Editor surname, Initial(s)., (copyright year), Book title (italicised), edition number (in brackets). Publisher. DOI or URL:

Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education. <https://doi.org/10.1177%2F0047287507303976>

• **Chapter in an edited book**

The basic format is: Surname of the chapter's author, initial(s)., Copyright year, Chapter title (not italicised), In, Editor initial(s)., Surname + (Ed.) or Editor initial(s)., surnames (separated by "&") + (Eds.), Edited book title (italicised), edition number and page range (in brackets). Publisher. DOI or URL:

Scott, N.R., & Le, D.A. (2017). Tourism Experience: A Review. In N.R. Scott & J. Gao (Eds.), *Visitor Experience Design* (2nd ed., pp. 30–52). CABI. <https://doi.org/10.1080/10645578.2016.1144023>

• **Referencing an e-book**

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017). *A guide to citation*. <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

• **Referencing a chapter in an e-book**

Troy, B.N. (2015). APA citation rules. In S.T. Williams (Ed.), *A guide to citation rules* (2nd ed., pp. 50–95). <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

• **Referencing an entire website created by a corporation, institution or group**

Use the following format: Corporation/group/organization name. (year website was last updated/published, month day if given). Title of website. URL:

WHO. (2014, 14 listopada). World Health Organization. <https://www.who.int/>

• **Referencing a single web page**

Use the following format: author surname, initial(s). (year, month, day). Page title (italicised). Site name. URL:

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017, January 25). *APA citation. How and when to reference*. <https://www.howandwhentoreference.com/APAcitation>

ISSN 2658-1736



9 772658 173009 >