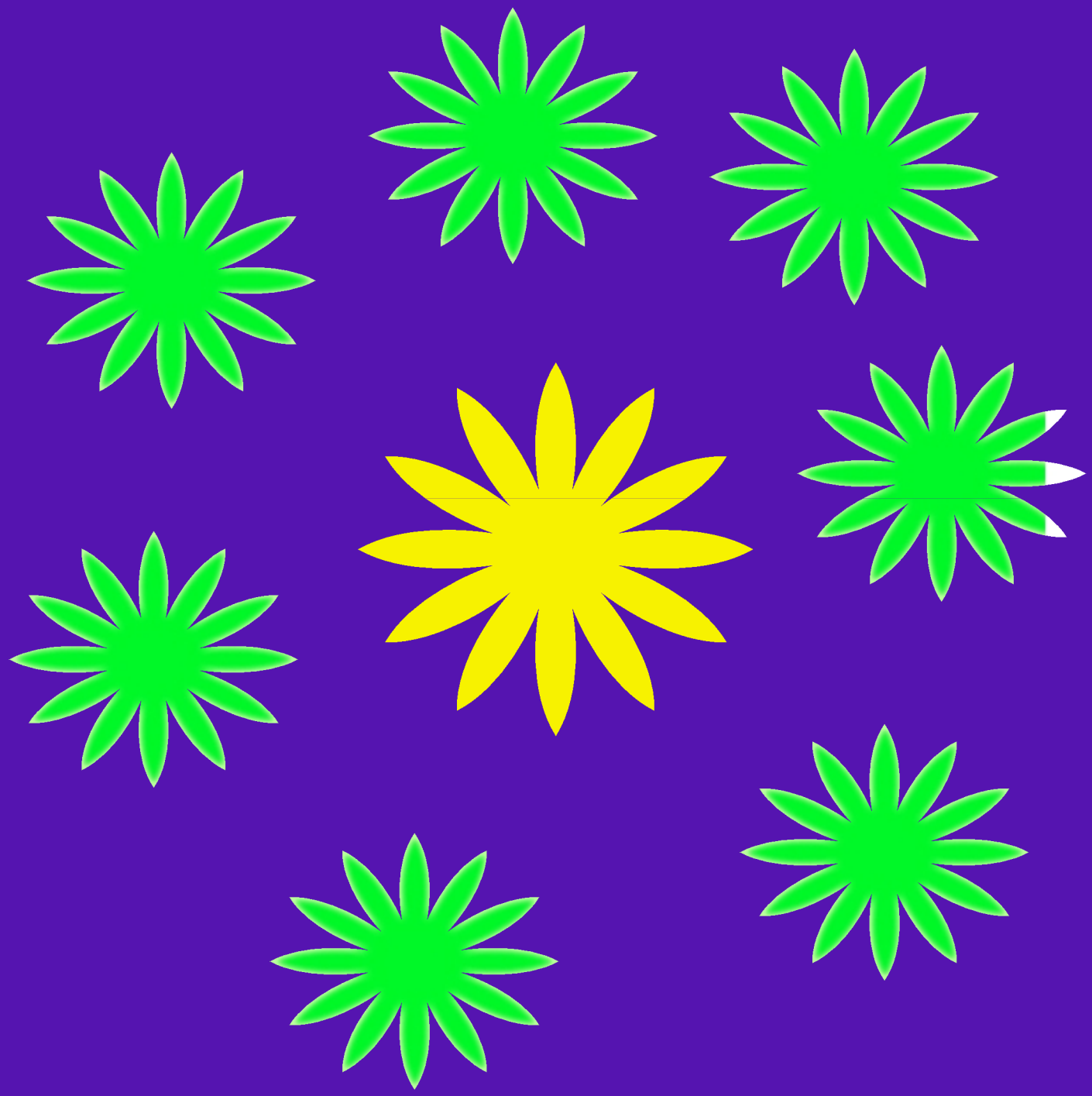
Inność

indywidualizacja, samorealizacja czy marginalizacja społeczna?



Marlena Mirosława Kowalczyk
Henryk Cudak

Leader-Great Publishers

Marlena Mirosława Kowalczyk

Henryk Cudak

Inność:

indywidualizacja, samorealizacja czy marginalizacja społeczna?

Leader-Great Publishers 2011

Recenzja:

Prof. dr hab. Sławomir Cudak

Redakcja techniczna:

Mgr Beata Gotwald

Projekt okładki:

Mgr Beata Gotwald

Copyright by: Leader-Great Publishers

Wydanie pierwsze

ISBN 978-83-61977-16-2

Leader-Great Publishers Łódź 2011

Wydawnictwo Fundacji EMANUEL

Ul. Kutnowska 13; 93-485 Łódź

Tel. (042) 643 29 04; 504 132 216; e-mail: kontakt@leader-great.pl

Inność: indywidualizacja, samorealizacja czy marginalizacja społeczna,
H. Cudak, M.M. Kowalczyk (red.),
Wydawnictwo Leader-Great Publishers, Łódź 2011.

Spis treści

Wstęp **7**

Inność jako problem i zjawisko społeczne **10**

Alicja Justyna Matusz-Rżewska, O pożytkach wynikających ze spotkania z Innym 11

Nella Stolińska-Pobralska, Eurosieroctwo jako specyficzna kategoria sieroctwa społecznego 23

Henryk Cudak, Funkcjonowanie rodziny z dzieckiem upośledzonym umysłowo. Wybrane zagadnienia 36

Iwona A. Oliwińska, Starość jako inny/obcy w kulturze młodości 70

Mohamed Fathy Ali Sharaf Eldin, Inność religii, czyli praktyki religijne chrześcijańskich turystów na Górze Mojżesza 78

Ashraf Khalil Ishak, Samotny wśród wilków, czyli kto jest innym w Egipcie. Relacje pracowników egipskich kurortów z turystkami 83

Postawy społeczne wobec innych i inności **87**

Marlena Mirosława Kowalczyk, Beata Gotwald, Obraz „inności" w wybranych bajkach Walta Disney'a 88

Marlena Mirosława Kowalczyk, Beata Gotwald, Pozycja społeczna niepełnosprawnego dziecka w wieku wczesnoszkolnym w zespole klasowym 99

Alina Basak, Waldemar Basak, Społeczeństwo wobec osób niepełnosprawnych intelektualnie 130

Martyna Tomiczek, Choroba, śmierć, milczenie oraz „inny" – o postrzeganiu osób będących nosicielami wirusa HIV i chorych na AIDS 140

Maria Kocór, Postawy przyszłych nauczycieli wobec tolerancji 156

Edukacja wobec innych i inności 185

Mariola Świderska, Otyłość a problemy szkolne dzieci i młodzieży 186

Barbara Pietrzak-Szymańska, Kompetencja komunikacyjna osób niepełnosprawnych intelektualnie w stopniu umiarkowanym – wybrane doświadczenia z badań nad oceną potrzeb komunikacyjnych 199

Renata Rybarczyk, Polisensoryczne nauczanie języka obcego – jako szansa dla uczniów dyslektycznych na przezwyciężenie swojej „inności" w klasie szkolnej 215

Marcin Urban, „Inni" dla techniki, technika dla „innych" – symbioza doskonała..... 224

Inny i inność w różnych układach społeczno-politycznych 234

Marcin Głuszyk, Rola międzynarodowych wymian młodzieży w przygotowaniu do życia w społeczeństwie wielokulturowym..... 235

Małgorzata Niewiadomska-Cudak, Inne spojrzenie na wprowadzenie w Polsce zmian kwotowych dotyczących większej reprezentacji kobiet na listach wyborczych 248

Iwona Bąbiak, Krzysztof Dziurzyński, Sposoby poszukiwania pracy przez osoby niepełnosprawne jako element strategii funkcjonowania na rynku pracy 273

Łukasz Musiaka, Formy aktywności turystycznej grupy wiekowej 60+ w małych miastach województw pomorskiego i warmińsko-mazurskiego..... 306

Jacek Cheda, Rola organizacji społecznych we współczesnej ochronie środowiska w Polsce..... 361

Inność: indywidualizacja, samorealizacja czy marginalizacja społeczna,
H. Cudak, M.M. Kowalczyk (red.),
Wydawnictwo Leader-Great Publishers, Łódź 2011.

Polska, Łódź,
Uniwersytet Łódzki, Instytut Geografii Miast i Turyzmu

Łukasz Musiaka,

Formy aktywności turystycznej grupy wiekowej 60+ w małych miastach województw pomorskiego i warmińsko-mazurskiego

Wprowadzenie

Grupa osób w wieku poprodukcyjnym stanowi wyjątkową grupę społeczną z wielu względów. Jednym z nich jest stopniowe odsuwanie się na margines aktywnego życia społeczeństwa, spowodowane zanikającą aktywnością zawodową, społeczną i psychofizyczną. z powodu uwarunkowań genetycznych, ludzki organizm starzeje się. Procesy kataboliczne organizmu starszej osoby przebiegają szybciej niż procesy metaboliczne. Skutkuje to osłabieniem procesów intelektualnych i psychofizycznych. Ważne jest więc podejmowanie takich aktywności, które będą pobudzać organizm do działania.

Aktywności osób starszych sprzyja duży budżet czasu wolnego. W Polsce, kobiety po 60 roku życia i mężczyźni po 65 roku życia przechodzą na emeryturę, i jeśli nie podejmują na nowo aktywności zawodowej, dysponują znaczną ilością wolnego czasu.

Zakres pojęciowy czasu wolnego nie jest jednoznaczny. Zazwyczaj rozumie się go jako czas pozostający poza pracą (szkołą) i po odliczeniu czasu przeznaczanego na czynności związane z aktywnością zawodową, jak na przykład dojazdy do pracy czy dodatkowe zajęcia zarobkowe. Do budżetu czasu wolnego nie wlicza się też różnorodnych zajęć podejmowanych w gospodarstwie domowym. Czas wolny jest zatem okresem poza czasem pracy, który pozostaje do dyspozycji człowieka i może być przez niego wykorzystany na odpoczynek, rozrywkę, rozwój osobisty, działalność społeczną itp.

Jak pisze Wyrzykowski, „wiedza na temat budżetu czasu wolnego i jego wykorzystywania przez różne grupy ludności jest konieczna ze względu na potrzeby praktyki gospodarczej związanej z zagospodarowaniem tego czasu (…). Znajomość tych zagadnień jest niezwykle istotna dla bliższego rozpoznania realizowanego systemu wartości, stylu życia, zachowań nabywczych, modelu konsumpcji, zdolności wytwórczych ludności, poziomu regeneracji jego sił witalnych”.[272]

Jedną z form aktywności człowieka, która silnie rozwinęła się w XX wieku jest turystyka. Jak pisze Liszewski do rozwoju turystyki przyczyniły się „przemiany cywilizacyjne współczesnego świata, a zwłaszcza wzrost ilości czasu wolnego oraz zamożności głównie wśród mieszkańców półkuli północnej, rozwój komunikacji

[272] J. Wyrzykowski, *Czas wolny mieszkańców Wrocławia i jego wykorzystanie,* Turyzm 15/1-2, Łódź, p.20-215.

indywidualnej i masowej, ale również wyższy poziom wykształcenia i świadomości społecznej".[273]

Według Mazura,[274] wpływ turystyki na człowieka jest wieloaspektowy i można rozpatrywać go na trzech płaszczyznach:

- fizycznej,
- psychicznej,
- społecznej.

Pozytywny wpływ uprawiania różnych form aktywności turystycznej odczuwany jest przez wszystkie grupy wiekowe, także przez osoby starsze, które przekroczyły sześćdziesiąty rok życia.

Turystyka jest formą aktywności, która posiada istotne znaczenie dla utrzymania sprawności fizycznej, zaspokojenia potrzeb ruchowych i pielęgnacji zdrowia osób w wieku poprodukcyjnym.

Jak podaje Napierała,[275] lekarze zajmujący się tematyką geriatryczną, upatrują w turystyce istotny czynnik rehabilitacji i terapii osób starszych.

Według Szwarc, Wolańskiej i Łobożewicza,[276] turystyka stanowi ważny element profilaktyki przedwczesnego starzenia się i rehabilitacji osób starszych. Aktywne uprawianie turystyki chroni

---

[273] S. Liszewski, *Miasto jako obszar podaży i popytu turystycznego. Studium z geografii turyzmu,* Turyzm 17/1-2, Łódź 2007, p. 77-92.
[274] M. Mazur, *Turystyka a dobrostan zdrowia człowieka*, Folia Turistica nr 7, Kraków 1997, p.19-25.
[275] M., P. Napierała, *Turystyka w „jesieni życia",* [w:] Zeszyty Naukowe WPSTiH w Bydgoszczy, nr 2, Partnerstwo Nauki i praktyki w turystyce. Fakty, intencje, potrzeby rozwoju, Bydgoszcz 2002, p. 183-195.
[276] H. Szwarc, T. Wolińska, T. Łobożewicz, *Rekreacja i turystyka ludzi w starszym wieku*, Instytut Wydawniczy Związków Zawodowych, Warszawa 1988.

przed zbyt szybko postępującymi procesami starzenia, niedołęstwem i inwalidztwem fizycznym.

Turystyka ma również duże znaczenie dla utrzymania sprawności intelektualnej i dobrej kondycji psychicznej osób ją uprawiających. W znacznym stopniu przyczynia się do aktywizacji umysłu, m.in. poprzez naukę, zbieranie wiadomości na temat odwiedzanych miejsc, kontakty z innymi ludźmi itp.

Niezwykle istotne w przypadku grupy osób starszych, są społeczne następstwa turystyki. Podróże dają możliwość zmiany środowiska społecznego, w którym przebywa się na co dzień, ułatwiają nowe znajomości, pozwalają na funkcjonowanie w grupie, przez co stanowią lekarstwo na poczucie bezradności i samotności. Turystyka stanowi nierzadko sposób realizacji pasji i zainteresowań, dostarcza wielu wrażeń estetycznych, kulturalnych i towarzyskich.

Przedmiot, podmiot, cel oraz metody badań

Rola turystyki w aktywizacji grupy osób, które przekroczyły 60 rok życia stała się inspiracją do podjęcia tematyki zachowań turystycznych osób starszych.

Przedmiotem badań były opinie respondentów na temat percepcji odwiedzanych miejsc oraz analiza ich zachowań turystycznych. Za podmiot badań uznano osoby w wieku powyżej 60 lat. Zasadniczym celem badania było:

uzyskanie wiedzy na temat zachowań turystycznych osób powyżej 60 roku życia w badanych miejscowościach oraz

percepcji atrakcyjności turystycznej miast objętych badaniem.

Przeprowadzone badania mają charakter fragmentaryczny i należy traktować je jako wstęp do pogłębionych analiz w obrębie omawianej tematyki. Stanowią niewielki wycinek procesu badawczego, realizowanego podczas pisania rozprawy doktorskiej autora, na temat wpływu funkcji turystycznej średniowiecznych zamków na życie społeczno-gospodarcze małych miast.

W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego a w jej ramach technikę ankiety. Analizie poddano grupę wiekową osób, które przekroczyły 61 rok życia. Obszar badania, to sześć małych miast województw pomorskiego i warmińsko-mazurskiego. Badania przeprowadzono w Bytowie, Gniewie (województwo pomorskie), Lidzbarku Warmińskim, Nidzicy, Rynie i Reszlu (województwo warmińsko-mazurskie). Za małe miasta, autor uważa jednostki osadnicze, których liczba mieszkańców nie przekracza 20 tysięcy[277].

Badania zostały przeprowadzone wśród uczestników ruchu turystycznego w trakcie sezonu letniego w roku 2008, w dniach 20-26 lipca, 8-13 sierpnia i 19-25 sierpnia w godzinach od 10 do 17. Badania wykonywane były w miejscach cieszących się największą popularnością wśród turystów i odwiedzających, tj. na obszarze wzgórz

[277] Miasto rozumiane jest „jako obszar zurbanizowany o właściwej miastu organizacji przestrzeni i funkcji, posiadający formalnie nadane prawa miejskie i wytyczone granice. Wszyscy zamieszkujący tak rozumianą formę osadniczą są mieszkańcami miasta" (Liszewski, 2007, 79).

zamkowych, głównie na dziedzińcach, w bramach wejściowych oraz u podnóża zamków a także na terenie starówek miejskich. Wywiady przeprowadzano głównie z turystami indywidualnymi. W przypadkach turystów zorganizowanych badana była jedna osoba z grupy.

Liczba zebranych kwestionariuszy ankiety we wszystkich miastach objętych badaniem wyniosła 39. Próbę respondentów należy określić jako dostępnościową (losową). Należy zaznaczyć, że ze względu na niewielką liczebność grupy respondentów, nie badano rozkładu odpowiedzi w poszczególnych miastach.

W trakcie badań wykonano kilka wywiadów z turystami zagranicznymi. W większości były to osoby posługujące się w stopniu komunikatywnym językiem polskim, bądź przebywające w towarzystwie Polaków.

Charakterystyka społeczno-demograficzna badanej grupy

Najwięcej turystów i odwiedzających przebadano w Lidzbarku Warmińskim (10). Na kolejnych miejscach znalazły się: Gniew (8 badanych), Bytów i Reszel (po 7 osób), Ryn (4 osoby) i Nidzica (3). Rozkład liczby osób objętych badaniem z podziałem na płeć, obrazuje tabela 1. W badanej grupie zanotowano dwa razy więcej mężczyzn niż kobiet.

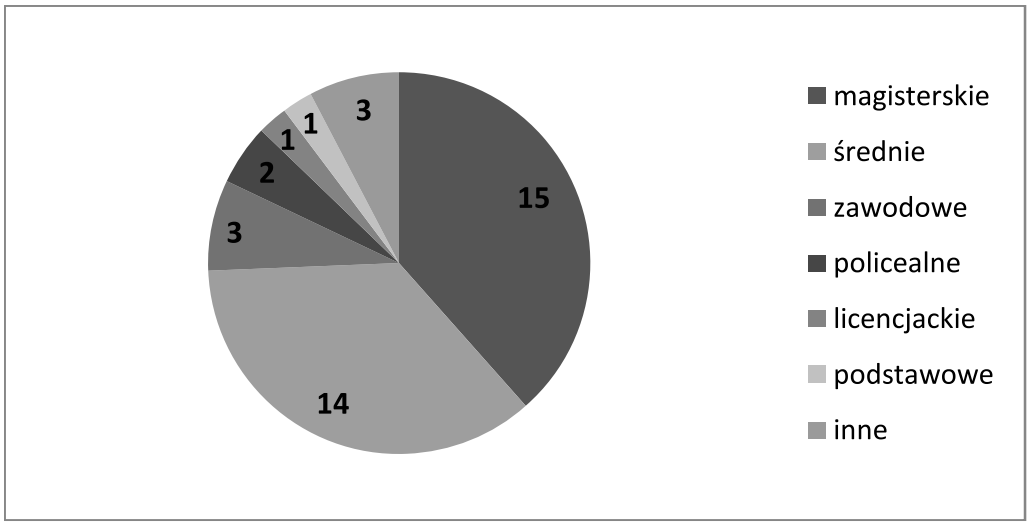
Tabela 1. Liczba badanych turystów w miastach.

Miasto	Liczebność		razem
	kobiety	mężczyźni	
Bytów	0	7	**7**
Gniew	4	4	**8**
Nidzica	1	2	**3**
Lidzbark Warmiński	5	5	**10**
Reszel	2	5	**7**
Ryn	1	3	**4**
Razem	**13**	**26**	**39**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Na rysunku 1 przedstawiono podział respondentów ze względu na wykształcenie. Największą grupę spośród badanych, stanowią osoby z wykształceniem wyższym magisterskim i wykształceniem średnim (kolejno 15 i 14 osób). Pozostałe osoby legitymujące się wykształceniem podstawowym, zawodowym, policealnym, licencjackim i innym, stanowiły niewielki odsetek badanych (łącznie 10 osób, czyli nieco ponad jedną czwartą ogółu). Dane te mogą wskazywać, że turystyka krajoznawcza, która często wymaga znacznego zaangażowania intelektualnego we wszystkich etapach podróży (przygotowanie, realizacja, wspominanie), jest domeną osób wykształconych.

Rys. 1. Wykształcenie respondentów, liczby bezwzględne

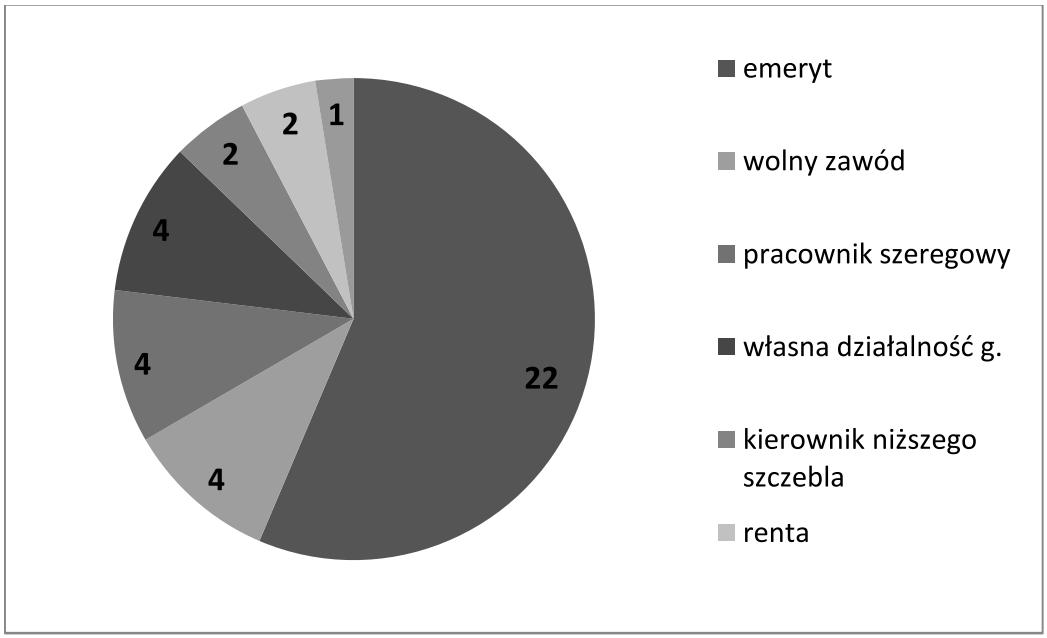


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Na rysunku 2, zobrazowano strukturę zawodową respondentów. z racji swojego wieku (61 i więcej lat), większość ankietowanych osób jest już na emeryturze (22 osoby, co stanowi ponad 50% badanych). Spośród grupy osób aktywnych zawodowo, najwięcej respondentów uprawiało wolny zawód, pracowało na stanowiskach szeregowych oraz prowadziło własną działalność gospodarczą (po 4 osoby). Stanowiska kierownicze piastowały 3 osoby. Dwóch respondentów zadeklarowało pobieranie renty jako główne źródło utrzymania. Osoby, które prowadziły własną działalność gospodarczą, kierownicy niższego i wyższego szczebla, oraz uprawiający wolny zawód, łącznie 11 osób, stanowią nieco ponad 28% grupy badanych. Najprawdopodobniej są to osoby, których status materialny można określić jako co najmniej zadowalający. Zadowalający status materialny obok dużego budżetu czasu wolnego i dobrego stanu zdrowia, pozwalają na podejmowanie

aktywności turystycznej i w znacznym stopniu determinują rodzaj innych aktywności podejmowanych przez osoby, które przekroczyły 60 rok życia.

Rys. 2. Struktura zawodowa respondentów, liczby bezwzględne.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Pochodzenie terytorialne respondentów z podziałem na województwa, przedstawia tabela 2.

Tabela 2. Miejsce zamieszkania respondentów.

województwo zamieszkania respondentów	**liczba odpowiedzi**
mazowieckie	10
łódzkie	7
pomorskie	3
wielkopolskie	3
dolnośląskie	2
małopolskie	2
śląskie	2
podlaskie	2
warmińsko-mazurskie	2
opolskie	1
świętokrzyskie	1
zachodniopomorskie	1
podkarpackie	0
lubelskie	0
kujawsko-pomorskie	0
lubuskie	0
zagranica	3
razem	**39**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

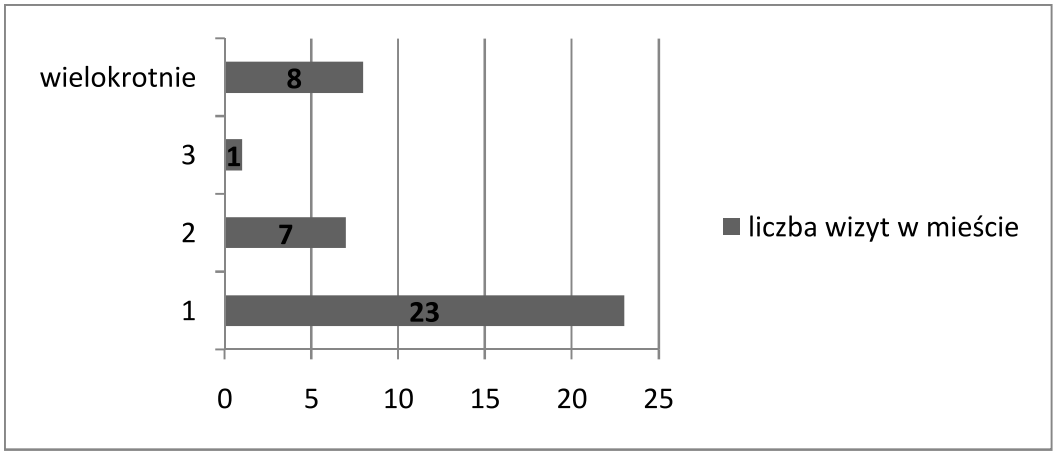
Najwięcej badanych pochodziło z województwa mazowieckiego (10 osób) i łódzkiego (7 osób). Trzy osoby zamieszkiwały w województwie pomorskim, wielkopolskim i zagranicą (Niemcy). Pozostali respondenci to mieszkańcy województw: dolnośląskiego (2),

małopolskiego (2), podlaskiego (2), śląskiego (2), warmińsko-mazurskiego (2), opolskiego, świętokrzyskiego i zachodniopomorskiego (po 1 osobie). Rozkład terytorialny miejsca zamieszkania respondentów wskazuje na pewne prawidłowości. Po pierwsze, największą grupę osób odwiedzających badane miasta pomorskie, warmińskie i mazurskie, stanowią mieszkańcy centralnej Polski (woj. mazowieckie i łódzkie), którzy w okresie letnim chętnie wypoczywają nad Bałtykiem bądź na Mazurach. Również respondenci pochodzący z województw śląskiego, dolnośląskiego i wielkopolskiego, najprawdopodobniej należą do tej samej grupy turystów. Po drugie, osoby mieszkające w województwach pomorskim i warmińsko-mazurskim, najprawdopodobniej odwiedziły badane miasta ze względu na niewielką odległość od miejsca zamieszkania.

Zachowania turystyczne i percepcja odwiedzanych miejsc

Zdecydowana większość badanych osób (23), odwiedziła miasta objęte badaniem po raz pierwszy. Osiem osób zadeklarowało większą niż 3 liczbę przyjazdów, a siedmiu respondentów odwiedziło badane miasta po raz drugi (rysunek 3).

Rys.3. Liczba wizyt respondentów w miastach objętych badaniem.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Respondenci pytani o *sposób organizacji przyjazdu do miasta* (tabela 3), najczęściej deklarowali podróż z rodziną lub/i znajomymi (30 osób). Zaledwie pięć osób zdecydowało się na przyjazd indywidualny. z usług biura podróży skorzystało trzech respondentów (byli to turyści zagraniczni). Charakter służbowy swego przyjazdu zadeklarował jeden respondent. Zdecydowana dominacja przyjazdów z rodziną i/lub znajomymi, może wskazywać na dużą potrzebę kontaktu z bliskimi podczas podróży turystycznych (potrzeby emocjonalne, opieka członków rodziny/znajomych, transport, niższe koszty wyjazdu).

Tabela 3. Charakter przyjazdu do miasta

charakter przyjazdu/miasto	**Razem**
indywidualny	5
rodzina/znajomi	30
biuro podróży	3
służbowy	1
razem	**39**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Głównym środkiem lokomocji respondentów (tabela 4) był samochód (34 osoby). Jedynie 5 osób podróżowało autokarem. Turystyka motorowa jest obecnie jedną z najpopularniejszych form uprawiania turystyki krajoznawczej. Należy zaznaczyć, że osoby starsze podróżujące z rodziną/znajomymi najczęściej były pasażerami.

Tabela 4. Środek lokomocji respondentów, liczby bezwzględne.

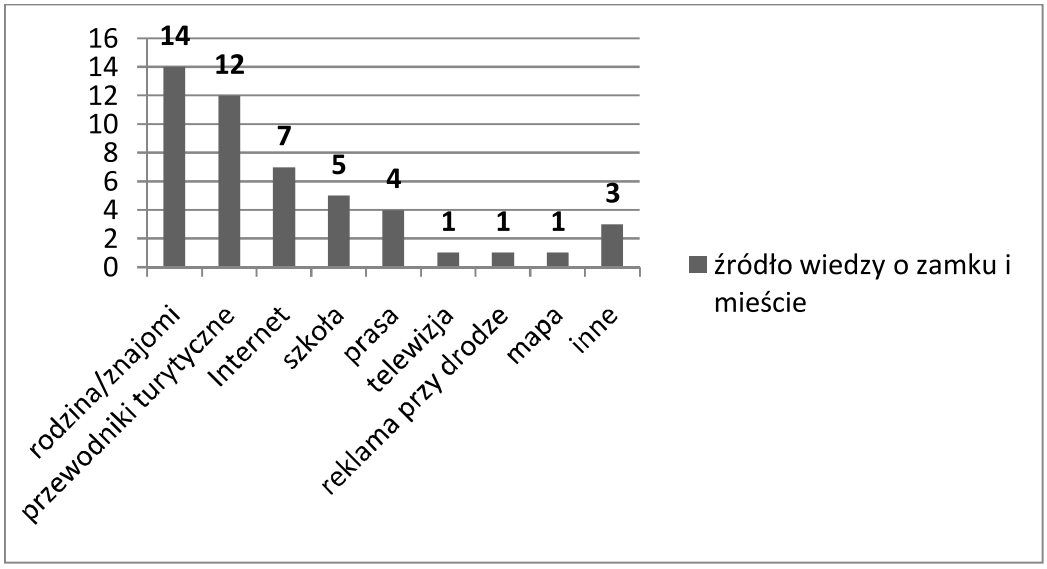
środek lokomocji	**razem**
samochód	34
autokar	5
razem	**39**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Respondenci spytani o *źródło wiedzy o zamkach i miastach* (rysunek 4), w których przeprowadzono badanie, najczęściej wskazywali na rodzinę i znajomych (14 osób) oraz przewodniki

turystyczne (12 osób). Na kolejnych miejscach znalazły się: Internet (7 osób), wiadomości ze szkoły (5), prasa (4 osoby). Pozostałe źródła informacji (telewizja, reklama przy drodze, mapa), miały marginalne znaczenie w badanej grupie. Znaczna liczba respondentów którzy czerpali swą wiedzę od rodziny i/lub znajomych, świadczyć może z jednej strony o dużej zależności informacyjnej i nieumiejętności szukania informacji przez osoby starsze, a z drugiej strony wskazuje na charakter podróży respondentów, gdzie organizatorem i głównym realizatorem wyjazdu turystycznego byli inni członkowie rodziny/znajomi. Duży odsetek korzystających z przewodników turystycznych (12 osób) wskazuje na dominację tradycyjnych źródeł informacji nad źródłami nowoczesnymi (Internet – 7 osób), w badanej grupie wiekowej.

Rys. 4. Źródła wiedzy o odwiedzanych zamkach i miastach.

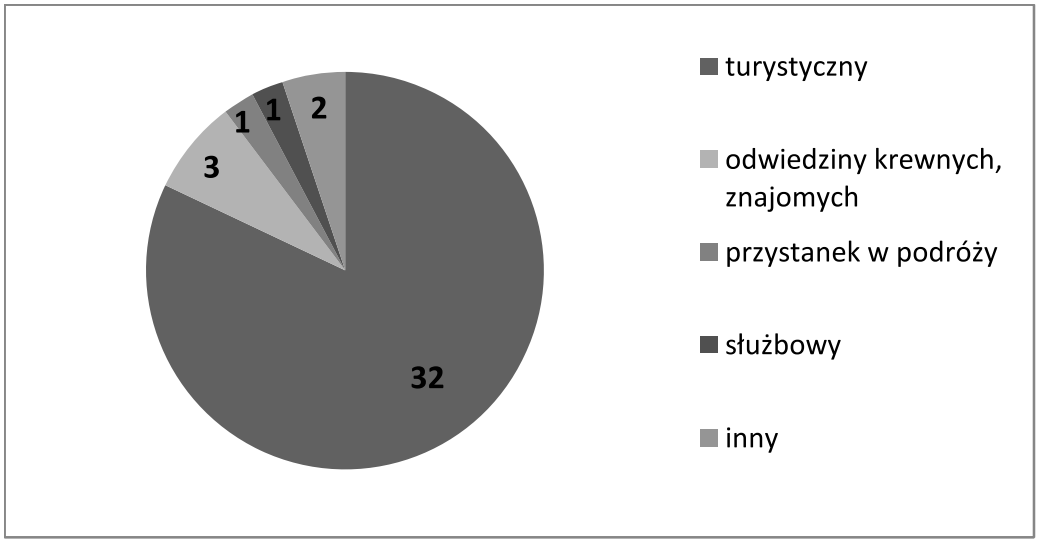


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Głównym celem wizyty respondentów (rysunek 6) w badanych miastach, był cel turystyczny (32 osoby). Pozostałe odpowiedzi, których udzieliły osoby badane to: odwiedziny krewnych i znajomych (3 respondentów), podróż służbowa i przystanek w podróży (po 1 osobie). Dwóch respondentów podało inny cel podróży. Turystyczny cel przyjazdu do badanych miast w dużym stopniu determinuje sposób spędzania wolnego czasu w mieście oraz w pewnym stopniu wpływa na strukturę nabywanych dóbr i usług i pozostałe zachowania turystyczne.

Respondenci w badanych miastach spędzali zazwyczaj kilka godzin (24 odpowiedzi). Siedem osób zadeklarowało bardzo krótki pobyt, trwający około godzinę (rysunek7). Pięć osób zdecydowało się na pobyt dłuższy niż kilka godzin, lecz bez noclegu. Jedna osoba skorzystała z usługi noclegowej a dwóch respondentów spędziło w obszarze badań więcej czasu niż jeden dzień z noclegiem.

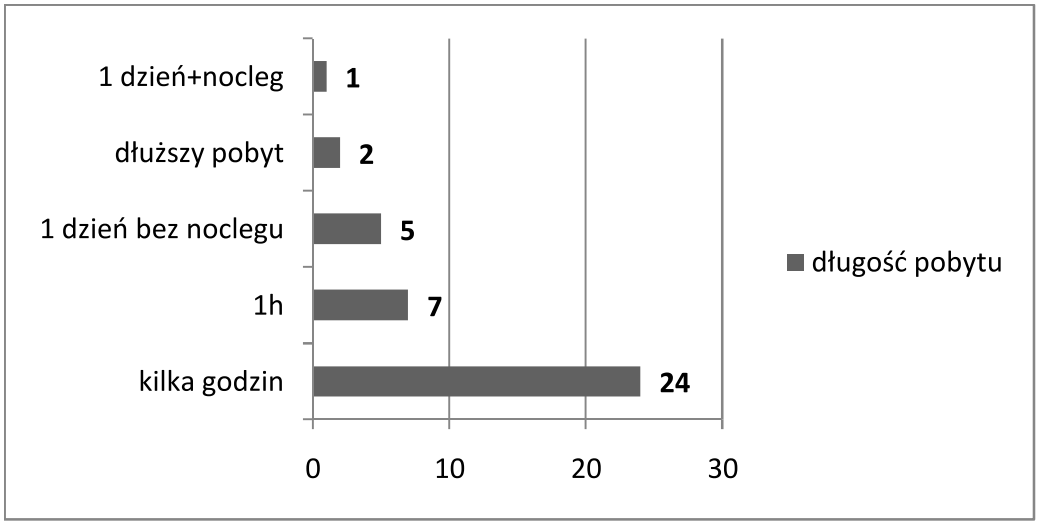
Tabela 6. Cel wizyty respondentów w miastach objętych badaniem, liczby bezwzględne.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Dominacja krótkich pobytów turystycznych w badanych miastach wskazuje na ich etapowy charakter. Nie stanowią one celu podróży, lecz są traktowane jako dłuższy bądź krótszy przystanek w podróży do miejsca docelowego. Miasta te można więc nazwać miastami „na szlaku migracji turystycznych".

Rys. 7. Długość pobytu respondentów w miastach objętych badaniem, liczby bezwzględne.

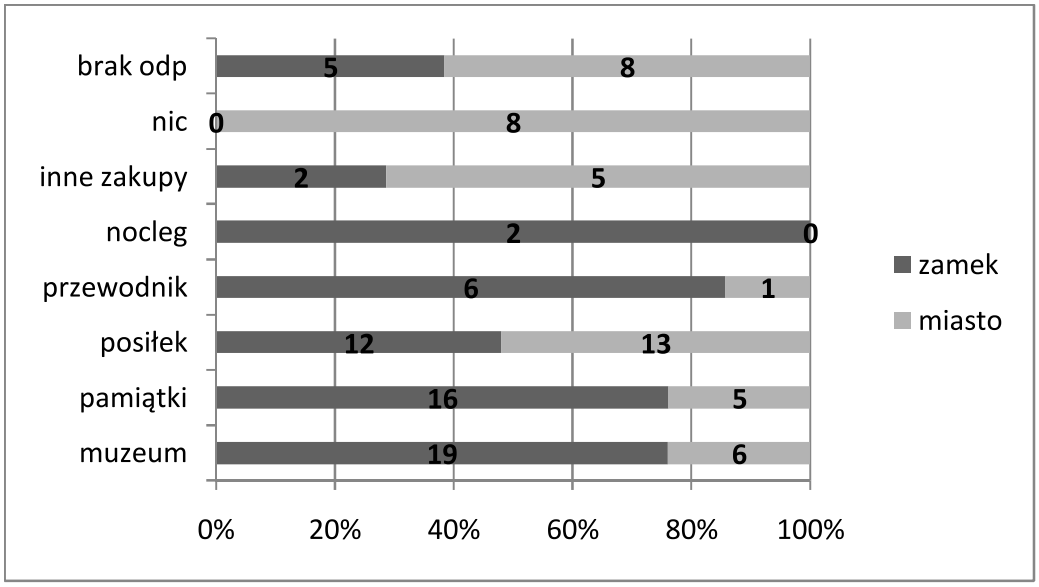


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Z punktu widzenia korzyści ekonomicznych, jakie mogą czerpać mieszkańcy miast obsługujący ruch turystyczny, krótkie pobyty turystów i odwiedzających nie są korzystne. Zazwyczaj im krócej w danym miejscu przebywa turysta/odwiedzający, tym mniej wydaje pieniędzy. Długość pobytów turystycznych rzutuje nie tylko na wielkość wydatków ale również na strukturę nabywanych dóbr i usług (rysunek 8).

Do najczęściej nabywanych przez respondentów usług w mieście należały: posiłek (13 osób), wizyta w muzeum (6), zakup pamiątek (5 osób) i inne zakupy (również 5 osób). Jedna osoba skorzystała z usługi przewodnickiej. Ośmiu respondentów nie kupiło nic. Taka sama liczba osób wstrzymała się od odpowiedzi.

Rys. 8. Usługi nabywane przez respondentów w zamkach i miastach, liczby bezwzględne

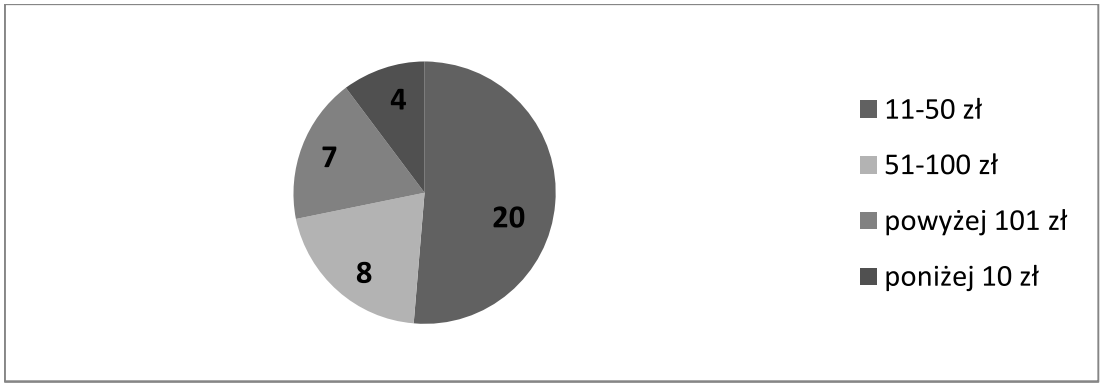


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

W przypadku usług nabywanych w zamkach obszaru badań (rysunek 8), dominowały zakupy biletów wstępu do muzeów (19 osób), pamiątek (16 osób) i posiłku (12 osób). Sześciu respondentów skorzystało z usługi przewodnickiej, dwóch respondentów nocowało w zamku. Dwie osoby dokonały innych zakupów. Pięć osób wstrzymało się od odpowiedzi. W porównaniu z zakupami realizowanymi przez respondentów w miastach, wyraźnie widoczna jest przewaga zamków pod względem ogólnej liczby dokonanych zakupów dóbr i usług (38 zakupów w miastach i 57 w zamkach). Liczba transakcji ogółem, jak również struktura zakupów, pozwalają na stwierdzenie iż głównym miejscem realizowania potrzeb materialnych i zakupu usług przez respondentów są zamki.

Wielkość wydatków respondentów obrazuje rysunek 9. Największa liczba respondentów (20 osób), zadeklarowała wielkość wydatków w przedziale 11-50 zł. Na drugim miejscu (8 osób), znalazły się kwoty rzędu 51-100 zł, a na kolejnych miejscach wydatki powyżej 101 zł (7 osób) i poniżej 10 zł.

Rys. 9. Wielkość wydatków respondentów na dzień, liczby bezwzględne.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Średnią wielkość wydatków ustalono na poziomie 5 zł dla przedziału poniżej 10 zł, 19,5 zł dla przedziału 11-50 zł, 74,5 zł dla przedziału 51-100 zł i 150 zł dla przedziału powyżej 101 zł. Średnią wielkość wydatków ogółem, obliczono wg wzoru:

$$W= n_1 \cdot śr_1 + n_2 \cdot śr_2 + n_3 \cdot śr_3 + n_4 \cdot śr_4 /n$$

Gdzie:

W – wielkość wydatków respondentów,

n_1 - liczba odpowiedzi osób deklarujących wydatki dla przedziału poniżej 10 zł,

$śr_1$ - średnia wielkość wydatków dla przedziału poniżej 10 zł,

n_2 - liczba odpowiedzi osób deklarujących wydatki w przedziale 11-50 zł,

$śr_2$ - średnia wielkość wydatków dla przedziału 11-50 zł,

n_3 - liczba odpowiedzi osób deklarujących wydatki w przedziale 51-100 zł,

$śr_3$ - średnia wielkość wydatków dla przedziału 51-100 zł,

n_4 - liczba odpowiedzi osób deklarujących wydatki w przedziale powyżej 101 zł

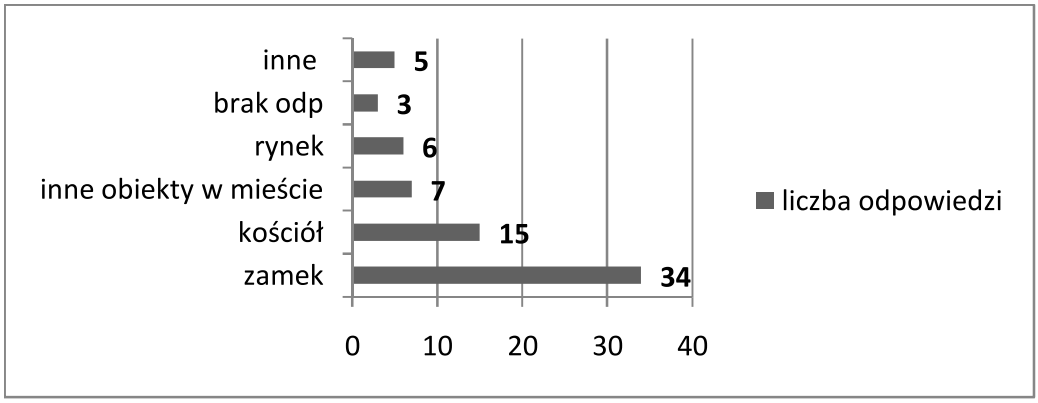
$śr_4$ - średnia wielkość wydatków dla przedziału powyżej 101 zł,

n – wielkość próby.

Średnia kwota wydatkowana przez respondentów w badanych miastach to: 52,7 zł.

Odpowiedzi respondentów na pytanie: *jakie obiekty zwiedził/a Pan/i w mieście?* Obrazuje rysunek 10. Na pierwszym miejscu znalazły się zamki (34 osoby). Na kolejnych pozycjach uplasowały się: kościół (15 osób), inne obiekty w mieście (12 osób), rynek (6 osób). Odpowiedzi nie udzieliło trzech respondentów. Zamki należy uznać za najbardziej atrakcyjne obiekty w miastach obszaru badań. Analiza odpowiedzi z rysunku 10, potwierdza ten wniosek.

Rys.10. Zwiedzane obiekty przez respondentów w miastach objętych badaniem, liczby bezwzględne.

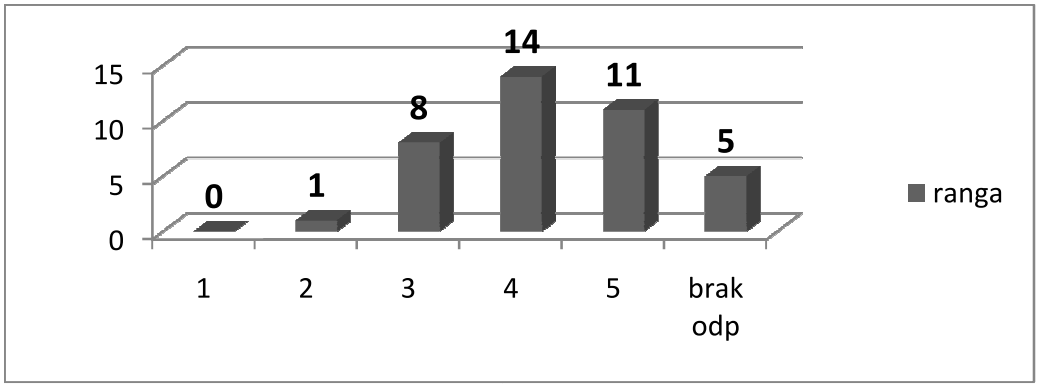


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Respondenci, poproszeni o *ocenę atrakcyjność turystycznej odwiedzanych miast*, najczęściej wystawiali notę dobrą (14 osób) lub bardzo dobrą (11 osób). Ośmiu respondentów oceniło atrakcyjność odwiedzanego miasta na „3". Jedna osoba wystawiła notę „2". Pięć osób wstrzymało się od odpowiedzi. Żaden respondent nie wystawił najniższej noty. Struktura odpowiedzi wskazywać może na znaczny stopień zadowolenia z odbywanej podróży turystycznej i odwiedzanych miejsc.

Zagospodarowanie turystyczne miast (12) oceniono nieco słabiej. Dwunastu respondentów wystawiło notę „3", siedem osób notę „4", dwie osoby notę „2". Nikt spośród badanej grupy nie wystawił noty najwyższej i najniższej. Aż 18 osób wstrzymało się od odpowiedzi, co wynika z braku zakupu usługi gastronomicznej lub/i noclegowej przez respondentów.

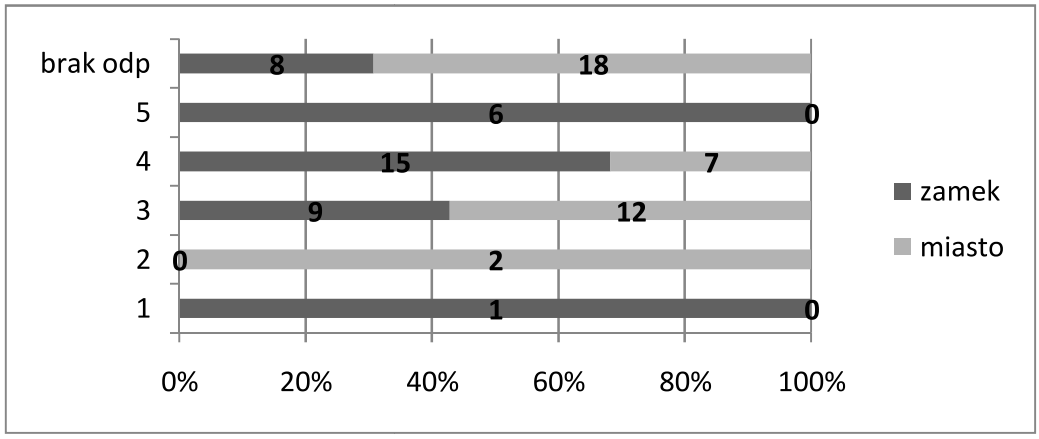
Rys. 11. Atrakcyjność turystyczna miasta zdaniem respondentów. Liczby bezwzględne.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Stosunkowo słaba ocena poziomu zagospodarowania turystycznego odwiedzanych miast wynika z niewystarczającego poziomu ilościowego i jakości zagospodarowania turystycznego miast obszaru badań a z drugiej strony może wskazywać na wysokie oczekiwania względem zagospodarowania turystycznego respondentów.

Rys. 12. Zagospodarowanie turystyczne miast i zamków zdaniem respondentów.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Zagospodarowanie turystyczne zamków oceniono nieco lepiej niż zagospodarowanie miast. Piętnastu respondentów wystawiło notę „4" a dziewięć osób notę „3". Najwyższą ocenę „5", wystawiło sześć osób, noty „2" nie przyznał żaden respondent. Jedna osoba przyznała najniższą notę „1" zagospodarowaniu turystycznemu odwiedzanego zamku.

Należy zaznaczyć, że zamki w miastach obszaru badań należą do najlepiej zagospodarowanych turystycznie obiektów. Oferują zarówno najwyższy standard jak i największy zakres oferowanych usług.

Respondentów poproszono o wyrażenie opinii na temat *zmian jakich należy dokonać w odwiedzanych miastach i zamkach, by wzrosła ich atrakcyjność turystyczna* (rysunki 13 i 14). Zarówno w przypadku pożądanych zmian w miastach jak i w zamkach, rozkład odpowiedzi był zbliżony – brak wyraźnej dominacji jednej opinii. Turyści/odwiedzający, pytani o potrzebne zmiany w mieście, udzielali następujących odpowiedzi: poprawa czystości (8 osób), rewitalizacja bądź renowacja zabytkowej tkanki miejskiej (6 osób), poprawa jakości dróg miejskich i dojazdowych (4 osoby), poprawa jakości w punktach obsługi uczestników ruchu turystycznego (4 osoby), wzrost standardu usług gastronomicznych (3 osoby), poprawa jakości i wzrost liczby obiektów noclegowych (2 osoby) oraz poprawa jakości infrastruktury i zagospodarowania turystycznego ogółem (również 2 osoby). Pozostałe odpowiedzi (więcej atrakcji, więcej miejsc parkingowych oraz brak konieczności dokonywania zmian) zadeklarowały pojedyncze

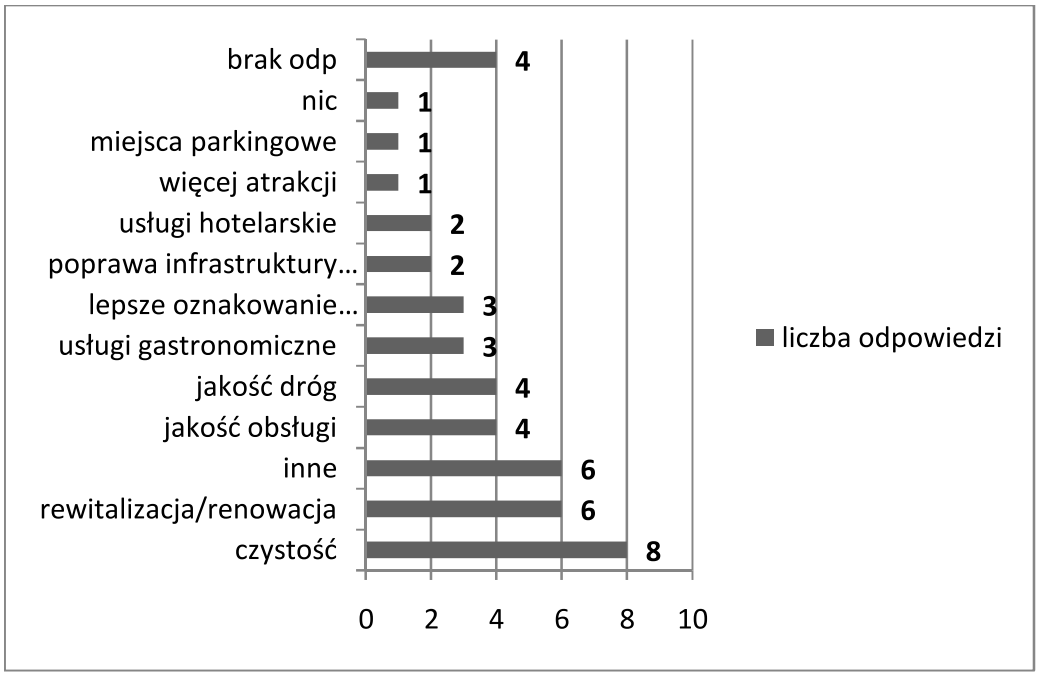
osoby. Od odpowiedzi wstrzymało się 4 respondentów a 6 osób udzieliło odpowiedzi zaklasyfikowanych jako inne. Łączna suma odpowiedzi wyniosła 41 (liczba odpowiedzi nie sumuje się do 39 gdyż istniała możliwość wymienienia więcej niż jednej pożądanej zmiany).

Analiza odpowiedzi respondentów pozwala na wydzielenie kilku grup pożądanych zmian:

1. Poprawa walorów estetycznych miast (remonty, poprawa czystości),
2. Wzrost jakości zagospodarowania turystycznego i obsługi,
3. Wzrost jakości dróg i liczby parkingów.

Respondenci pytani o *potrzebę zmian i ulepszeń w odwiedzanych zamkach*, odpowiadali następująco: rewitalizacja bądź renowacja zamków (7 osób), poprawa jakości obsługi (5 osób), poprawa jakości usług gastronomicznych (5 osób), wzrost liczby miejsc parkingowych (4 osoby), poprawa czystości (3 osoby), lepsze oznakowanie dojazdu (3 osoby), bogatsza ekspozycja muzealna (2 osoby), więcej informacji na temat odwiedzanego zamku (2 osoby). Pozostałe odpowiedzi (więcej imprez organizowanych w zamkach, poprawa promocji i reklamy oraz poprawa infrastruktury) nie powtarzały się.

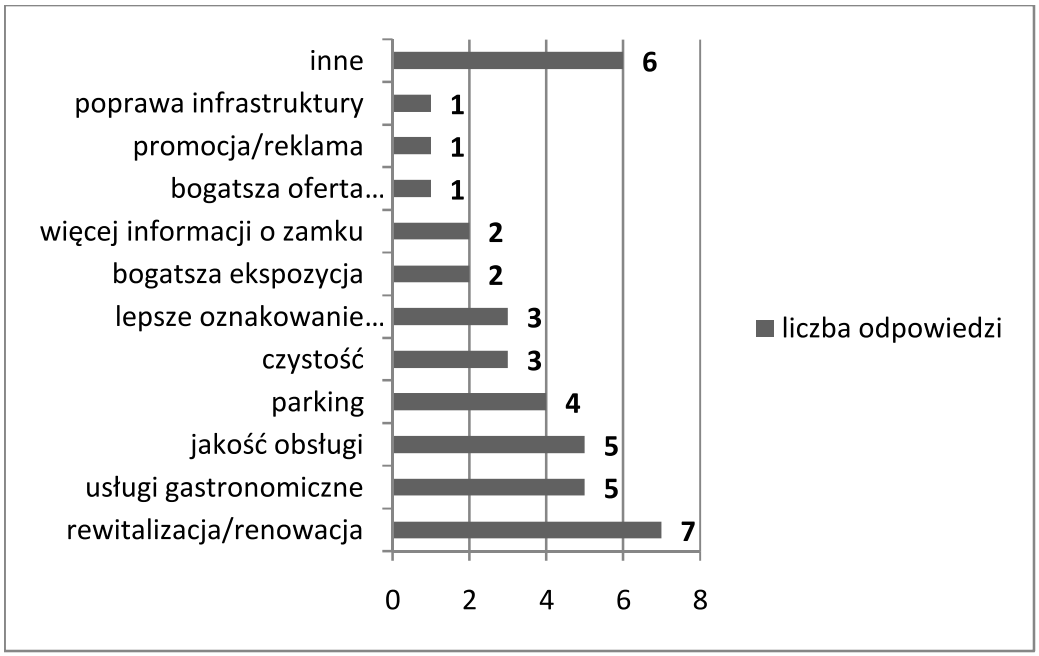
Rys. 13. Opinia respondentów na temat zmian jakie powinny nastąpić w miastach objętych badaniem by zwiększyć ich atrakcyjność turystyczną. Liczby bezwzględne.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Sześciu respondentów udzieliło odpowiedzi zaklasyfikowanych jako „inne". Łączna suma odpowiedzi wyniosła 40 (liczba odpowiedzi nie sumuje się do 39 gdyż istniała możliwość wymienienia więcej niż jednej pożądanej zmiany).

Rys.14. Opinia respondentów na temat zmian jakie powinny nastąpić w zamkach objętych badaniem by zwiększyć ich atrakcyjność turystyczną. Liczby bezwzględne.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

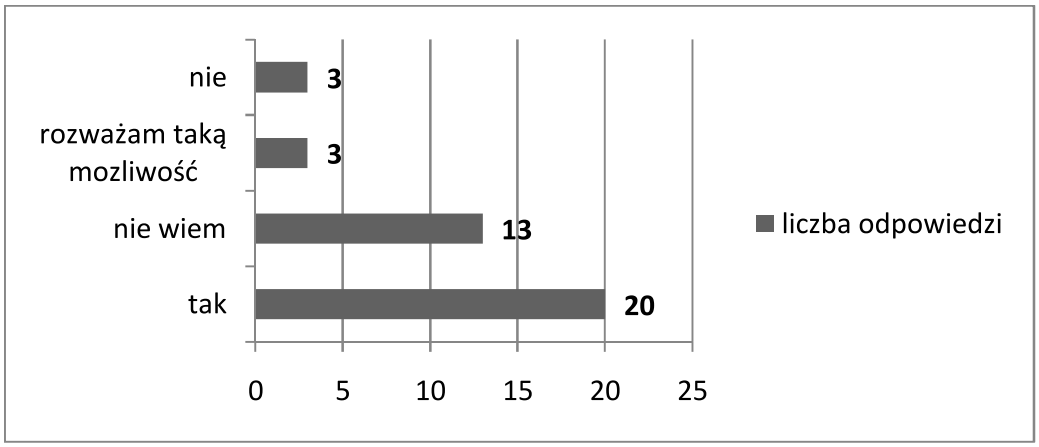
Podobnie jak w przypadku odpowiedzi na temat zmian w miastach, opinie respondentów dotyczące zamków, można podzielić na kilka grup:

- Poprawa estetyki, stanu technicznego i czystości w obrębie zamków,
- Poprawa jakości usług i infrastruktury turystycznej,
- Niedostatki w zakresie promocji, reklamy, oferty imprezowej, ekspozycji,
- Niewystarczające oznakowanie dojazdu, mała liczba miejsc parkingowych.

Wydzielone grupy odpowiedzi, zarówno w przypadku opinii na temat zamków jak i miast, wskazują na niezadowolenie respondentów ze stanu technicznego i poziomu walorów estetycznych odwiedzanych miejsc, niewystarczającej jakości i liczby elementów zagospodarowania turystycznego (baza noclegowa i gastronomiczna, jakość obsługi), oraz słabej jakości i oznakowania dróg dojazdowych oraz zbyt małej liczby miejsc parkingowych.

Na pytanie: *czy rozważam powtórny przyjazd do miasta?,* 20 osób (ponad połowa respondentów) odpowiedziała twierdząco. Trzy osoby rozważały taką możliwość, 13 respondentów nie było zdecydowanych a tylko 3 osoby nie planowały powtórnego przyjazdu do konkretnego miasta. Rozkład odpowiedzi może wskazywać na znaczny poziom zadowolenia respondentów z odbywanej podróży turystycznej oraz chęć podejmowania aktywności turystycznych w przyszłości.

Rys. 15. Odpowiedzi respondentów na pytanie o powtórny przyjazd do miasta objętego badaniem. Liczby bezwzględne.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Podsumowanie

Analiza wszystkich odpowiedzi respondentów pozwoliła na ustalenie *profilu typowego turysty/odwiedzającego w badanej grupie osób starszych* (powyżej 60 roku życia).

Typowym turystą/odwiedzającym była osoba: *Zamieszkująca województwo mazowieckie, podróżująca samochodem, z rodziną i/lub znajomymi, deklarująca turystyczny motyw podróży, której źródłem informacji o odwiedzanym miejscu była rodzina i/lub znajomi, która w miejscu badania przebywała krótko, nie dłużej niż kilka godzin, która podczas pobytu w mieście wydała około 52 zł, która kupiła bilet wstępu do muzeum, posiłek i usługę przewodnicką w zamku, a w mieście zakupiła posiłek.* Typowy turysta/odwiedzający: *zwiedził zamek i kościół, ocenił atrakcyjność turystyczną odwiedzanego miasta na „4", zagospodarowanie turystyczne miasta ocenił na „3" a zamku na „4", jest niezadowolony ze stanu technicznego i poziomu walorów estetycznych odwiedzanego miejsca, oraz z niewystarczającej jakości i liczby elementów zagospodarowania turystycznego, rozważa ponowny przyjazd do miejsca badania.*

Wyniki badania pozwalają określić turystę, który przekroczył 60 rok życia jako świadomego podróżnego, o znacznych wymaganiach i oczekiwaniach względem zagospodarowania turystycznego i atrakcyjności turystycznej odwiedzanych miast. Jednocześnie jest to osoba zadowolona z podróży, która chętnie podejmuje aktywność krajoznawczą w gronie najbliższych.

Zaprezentowane wyniki badań mogą stać się przyczynkiem do głębszych analiz w obrębie poruszanej tematyki, bez których dokładne poznanie zachowań turystycznych osób w wieku poprodukcyjnym jest niemożliwe.

projektu, zanim pochłonie on kilkanaście milionów złotych i zanim buldożery wjadą na plac budowy, a ludzie zaczną przykuwać się łańcuchami do drzew.[302] Uzyskanie społecznej akceptacji dla proekologicznych projektów staje się koniecznością. A jest to możliwe jedynie w społeczeństwie świadomym spoczywających na nim obowiązków. Każdy z nas powinien rozumieć, że ochrona środowiska nie jest nie tylko naszym prawem, ale także naszym obowiązkiem, z którego musimy się wywiązać, aby przyszłe pokolenia mogły się korzystać z zasobów środowiska.

[302] R. Muszczenko, Konsultacje metodą na konflikty społeczne http://www.infobus.pl/blog.php?id=291 (dostępne dnia; 20.02.2011).

ISBN: 978-83-61977-16-2