

Łukasz WILCZYŃSKI

Planet PR, Kraków

QUESTING – NOWY TREND W TURYSTYCE

Czym jest *questing* i dlaczego nie można zastąpić go polskim słowem?

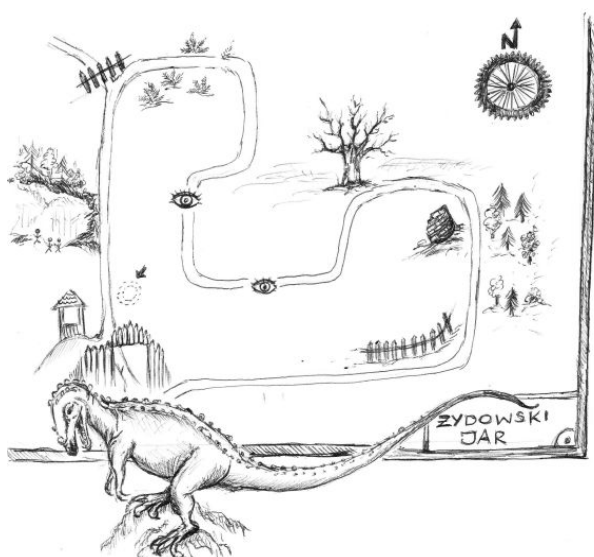
Questing to jeden z najnowszych trendów światowej turystyki, który już od ponad roku jest obecny w Polsce i ma na celu m.in. odkrywanie dziedzictwa kulturowego danego regionu. Dzięki innowacyjnemu połączeniu zabawy z edukacją zmienia wymiar turystyki z biernej w czynną, gdzie zwiedzający przeistacza się w poszukiwacza skarbów. Jego celem jest odkrywanie tajemnic, zapomnianych historii, bogactwa kulturowego czy historycznego danego miejsca. *Questing* znany w obecnej formie upowszechniła amerykańska organizacja Vital Communities z White River Junction w Vermont. W wyniku jej działań powstała dolina questów – Valley Quest, składająca się z 160 questów obejmujących 50 miasteczek w dolinie rzeki Connecticut.

Nazwa *questing* wywodzi się od angielskiego czasownika *to quest* oznaczającego poszukiwanie. Zastąpienie nazwy polskim odpowiednikiem nie znajduje uzasadnienia, gdyż *questing* zakorzenił się już w światowej turystyce i staje się coraz bardziej popularnym trendem. To tak, jakby szukać polskich nazw dla snowboardu czy nordic walkingu.

Na czym więc polega tajemnica sukcesu *questingu* i czym różni się on od znanych wszystkim „podchodów”? Podstawowymi cechami *questingu*

są: zabawa, emocje i edukacja, które można określić mianem: 3 x E (*entertainment, emotion, education*). Połączenie tych elementów gwarantuje świetną zabawę niezależnie od wieku uczestników oraz zdobywanie nowej wiedzy, czyli przyjemne z pożytecznym. Ale to nie wszystko. *Questing* to coś więcej, bo oprócz wymienionych już cech posiada jeszcze jedną, bardzo istotną – zaangażowanie (*engagement*). Formuła *questingu* nie pozwala uczestnikom pozostawać obojętnymi na questy. Uczestnicy czynnie biorą udział w poszukiwaniu kolejnych wskazówek i sami stają się częścią questu.

Ta innowacyjna forma turystyki może trafić w gust coraz bardziej wybrednego i jednocześnie znudzonego masowym wypoczynkiem turysty oraz zastąpić dotychczasowy model odpoczynku: 3 x s (*sun, sea, sand* – słońce, morze, piasek). Dlatego, mimo że w Polsce *questing* istnieje niedługo, to opracowane szlaki są niezwykle chętnie wybierane przez turystów. W ciągu trzech miesięcy od uruchomienia bałtowski quest „W Żydowskim Jarze” (rys. 1) przeszło ponad 5000 osób¹. Co więcej, w ciągu ostatniego roku powstało ponad 100 nowych questów i trend ten cały czas wzrasta. Zainteresowanie *questingiem* jest coraz większe, gdyż stanowi on bardzo atrakcyjną alternatywę aktywnego spędzania wolnego czasu.



Rys. 1. Mapka z bałtowskiego questu „W Żydowskim Jarze”
Źródło: www.questing.pl

¹ Na podstawie badań przeprowadzonych przez Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Gminy Bałtów BAŁT.

Questing jako nowa metoda zwiedzania

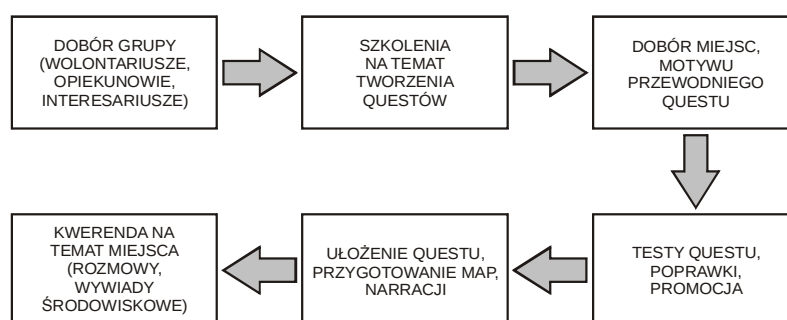
Questing, czyli turystyka z zagadkami, polega na niesztampowym odkrywaniu dziedzictwa regionalnego (m.in. kulturowego, przyrodniczego i historycznego), dzięki przygotowanym nieoznakowanym szlakom turystycznym (questom). W Polsce metoda ta propagowana jest przez trenerów questingu z firmy Planet PR i chroniona jest prawami autorskimi. W maju 2011 r. do grona partnerów idei questingu dołączyła Polska Organizacja Turystyczna (a także Stowarzyszenie MILA czy Fundacja Best Place), przyznając jej patronat honorowy. W ten sposób doceniona została zarówno atrakcyjna forma zwiedzania, promocja aktywnej turystyki rodzinnej, jak i aktywizacja lokalnych społeczności oraz odkrywanie dziedzictwa kulturowego.

Finalnym „produktem” questingu są ścieżki lub całe szlaki tematyczne (jeśli questingiem obejmujemy większy obszar). Uczestnik takiego questu otrzymuje mapkę i opis, czyli zapisane najczęściej wierszem zadanie do zrealizowania. Wędrując zgodnie z instrukcjami rozwiązuje zagadki i łamigłówki. Tym sposobem dociera do miejsc oraz ciekawych zjawisk przyrodniczych, które często nie są opisane w żadnym przewodniku ani w Internecie. Na końcu uczestnik zabawy odkrywa skarb – skrzynkę z pieczętą poświadczającą, że rozwiązał quest. Metoda poruszania się po questach jest dowolna. Spotyka się bowiem questy zarówno piesze, jak i rowerowe czy nawet samochodowe. Ważne jest, aby czas przejścia całego questu nie przekraczał jednej godziny. Badania przeprowadzone przez amerykańskich trenerów questingu potwierdziły bowiem, że dłuższe trasy męczą uczestników i powodują spadek zainteresowania rozwiązaniem finalnej zagadki całego questu.

Questy pozwalają na zwiedzanie we własnym tempie, są atrakcyjne zarówno dla dzieci, jak i dorosłych. Niewiele metod zwiedzania pozwala na tak dużą niezależność turystów. Questy pozwalają, by turysta mógł poczuć ducha danego miejsca i zaangażować się emocjonalnie w przygodę z nim związaną. Zdaniem Stevena Glazera, twórcy metodologii questingu najlepsze questy potrafią uchwycić i oddać ducha miejsca. Oddanie jednak tego ducha wymaga, aby uczestnik questu go przeżył czy odkrył poprzez własne doświadczenie. Aby odnaleźć ducha miejsca trzeba się nauczyć, jak dostrzegać szczegóły i odkrywać ukryte historie.

Questing swoją formą nawiązuje do gier patrolowych czy harcerskich podchodów. Nie jest jednak ich synonimem. Także nie jest jednorazową grą miejską, która wymaga zaangażowania w jej przygotowanie wielu współorganizatorów. Wystarczy raz przygotować quest, który później działa już sam, bez osób, które muszą go obsługiwać. Jednak by go ułożyć, potrzeba

pracy mieszkańców, wolontariuszy wspólnie z trenerami questingu. Pod okiem profesjonalistów przeprowadza się badania terenowe w celu wydobycia od okolicznych mieszkańców historii i opowieści o danym regionie, a następnie układa teksty i testuje szlaki (rys. 2). Turysta styka się z finalną formą questów w postaci mapek z zagadkami, które czekają na niego zazwyczaj w punktach informacji turystycznej, gospodarstwach turystycznych czy centrach kultury. Dostępne są one również na stronie internetowej www.questing.pl. Każdy może je ściągnąć i wydrukować przed wyruszeniem w trasę. Dzięki temu można wcześniej zaplanować wyprawę i w dowolnym momencie po prostu zacząć odkrywać nowe miejsca i tajemnice. Ulotki questów mogą występować w formie elektronicznej (dostępnej na coraz popularniejsze smartfony), wzbogacone np. o elementy geocachingu, czyli popularnej w Europie zabawy w poszukiwanie koordynat GPS. Wszelkie dobre techniki są tutaj mile widziane pod warunkiem, że nie wyręczają turysty w podstawowych zadaniach – czytaniu, samodzielnym rozwiązywaniu zagadek czy też przede wszystkim osobistym doświadczaniu uroków danego miejsca.



Rys. 2. Schemat procesu powstawania questów (opracowanie własne)

Questing, czyli zabawa i edukacja w jednym

Questing to zabawa dla całej rodziny, która umożliwia odkrywanie tajemnic i historii odwiedzanych miejsc, odnalezienie się w nowych, zaskakujących sytuacjach na szlakach, a przede wszystkim umacnia więzi rodzinne i przyjacielskie. *Questing* posiada również wymiar edukacyjny, szczególnie dla dzieci i młodzieży. Poprzez zabawę poznają otaczający je świat, a dzięki atrakcyjnie poprowadzonej narracji questów łatwiej zapamiętują informacje

dotyczące odwiedzanych miejsc. Dlatego też konfucjańskie hasło: „powiedz mi, a zapomnę, pokaż mi, a zapamiętam, pozwól mi zrobić, a zrozumiem” doskonale wpisuje się w ideę questingu. Dzięki questom (kulturowym, historycznym, przyrodniczym) można poznać m.in. walory pracy w gospodarstwie rolnym, znaczenie poszczególnych rodzajów drzew dla człowieka, nauczyć się posługiwać kompasem oraz poznać historię danego regionu i ludzi zamieszkujących go w ubiegłych stuleciach. Tym samym *questing* wpisuje się w nowoczesną edukację na miarę XXI w. – poprzez ciekawe „lekcje”, które odbywają się w terenie, młodzież zdobywa i utrwala wiedzę o danym regionie oraz nabywa nowe zdolności (np. poruszania się po lesie, korzystania z kompasu, orientacji w terenie). *Questing* jest zatem doskonałą formą wzbogacenia turystycznej oferty edukacyjnej lub po prostu dodatkowym narzędziem pracy dla nauczycieli.

Questing to zaangażowanie

Istotnym elementem questingu jest również możliwość zaangażowania się w tworzenie lokalnej wspólnoty i aktywizację społeczności mieszkańców (dzieci, młodzież, regionaliści, zarządcy atrakcji turystycznych, osoby zajmujące się promocją). Poprzez wspólne tworzenie zagadek, poznawanie osób, które znają historię, legendy, anegdotki, młodzież odkrywa na nowo najbliższą okolicę. *Questing* jest więc międzypokoleniowy i uniwersalny: pozwala na spotkanie różnych pokoleń należących do tej samej lokalnej społeczności. Dzięki questom można dostrzec potencjał swojego otoczenia i zacząć działać na rzecz rozwoju lokalnego środowiska. Co więcej, takie działanie pogłębia poczucie tożsamości i dumy ze swojego miejsca zamieszkania. Na podstawie badań przeprowadzonych w gminie Bałtów odnotowano zmianę postaw tamtejszej młodzieży, która wzięła udział w projekcie questingu (o czym mowa nieco dalej).

Questing a promocja regionu

Questing to także narzędzie pomocne w promocji regionów. Umożliwia wydobycie i utrwalenie zasobów kulturowych miejsc, które do tej pory nie były eksponowane. Dzięki questom można również skutecznie promować regiony, miasta i miasteczka bez dużych nakładów finansowych. *Questing* może być również wykorzystywany jako uzupełnienie produktu turystycz-

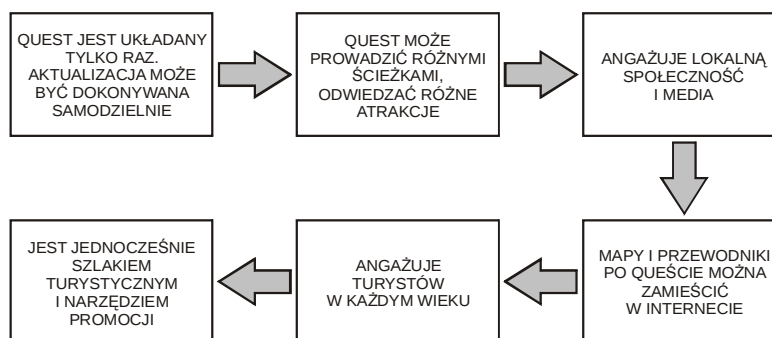
nego i sposób na zainteresowanie turystów mniej popularnymi miejscami. Wielokrotnie esencją działań z zakresu marketingu miejsc jest poszukiwanie *genius loci*, czyli ducha miejsca. To na nim opiera się częstokroć wszelkie strategię czy też wyróżniki marki regionalnej. Jeśli więc za pomocą questingu takiego ducha miejsca można wydobyć na światło dzienne, to sam *questing* staje się potężnym narzędziem w rękach osób promujących dany region.

Bałtów – polska stolica questingu

Przykładem polskiej doliny questów jest największy projekt polskiego questingu pt. „Bałtów – polską stolicą questingu”. W ciągu kilkunastu miesięcy w projekt odkrywania dziedzictwa kulturowego i historycznego Bałtowa zaangażowało się 20 młodych wolontariuszy z klubu „Junior Bałt”. Wspólnie z przedstawicielami gospodarstw agroturystycznych i przy wsparciu trenerów questingu z agencji Planet PR stworzyli 10 nowych questów (kolejne 10 jest w opracowaniu).

Bałtowski projekt rozpoczął się w 2010 r. i trwał 11 miesięcy. Z początku wielu jego uczestników z dystansem podchodziło do obco brzmiącego słowa *questing*. Jeszcze trudniej było im uwierzyć, że będą współtwórcami produktu turystycznego, który w nietuzinkowy sposób będzie opowiadał o dziedzictwie kulturowym ich małej ojczyzny. Po kilku miesiącach warsztatów i konsultacji z trenerami questingu bałtowanie śmiało mogą nazywać się wytrawnymi questowiczami.

Po przebytych szkoleniach wolontariusze aktywnie włączyli się w proces tworzenia questów: przeszukiwali archiwa, biblioteki, docierali do ciekawych okazów przyrody, rozmawiali z najstarszymi przedstawicielami społeczności. Pod koniec sierpnia 10 questów zostało przetestowanych i już jesienią będą one dostępne dla wszystkich fanów tej innowacyjnej formy turystyki. Wolontariusze wraz z trenerami questingu dokładnie sprawdzili trasę ścieżek edukacyjnych, by zweryfikować mapy, punkty orientacyjne oraz miejsca ukrycia skarbu. Do wspólnego testowania questów zostali zaproszeni także zainteresowani mieszkańcy Bałtowa, którzy po raz pierwszy przeszli trasę nowych ścieżek edukacyjnych. Ich cenne spostrzeżenia dotyczące szlaków zostały wzięte pod uwagę w przygotowaniu finalnej wersji questów. Opracowane ścieżki tematyczne zostaną włączone do oferty turystycznej gminy Bałtów, stanowiąc uzupełnienie zarówno oferty agroturystycznej (wszak każdy quest jest przyporządkowany do danego gospodarstwa), jak i edukacyjnej dla wycieczek szkolnych odwiedzających ten region.



Rys. 3. Najważniejsze cechy questów
Źródło: opracowanie własne

Dlaczego *questing*?

Podsumowaniem wyboru tej metodologii do stworzenia ciekawych ścieżek tematycznych czy edukacyjnych może być powyższy schemat (rys. 3). Pokazuje on w sposób przejrzysty, jak wieloaspektowym narzędziem staje się *questing* w Polsce. Obserwując jego nieśmiałe początki, a następnie dynamiczny rozwój, istnieje duże prawdopodobieństwo, że Polska stanie się drugim krajem na świecie, w którym metoda ta będzie jedną z głównych form wypoczynku. Wszak u podstaw tej metodologii leży nie tylko wzrost kreatywności u najmłodszych, czy zaspokojenie chęci poznawania nowych miejsc u nieco starszych. Najważniejszym celem *questingu* jest wydobywanie na światło dzienne i zachowywanie dziedzictwa regionalnego, które staje się motorem wszelkich innych działań w aspekcie turystyki oraz marketingu regionalnego.

