

Ropińska Aleksandra Katarzyna, Podgórski Zbigniew. Profil współczesnego turysty pielgrzymkowego = The profile of the contemporary pilgrimage tourist. Journal of Education, Health and Sport. 2015;5(9):227-244. ISSN 2391-8306. DOI [10.5281/zenodo.30535](https://doi.org/10.5281/zenodo.30535)
<http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.30535>
<http://ojs.ukw.edu.pl/index.php/johs/article/view/2015%3B5%289%29%3A227-244>
<https://pbn.nauka.gov.pl/works/619938>
Formerly Journal of Health Sciences. ISSN 1429-9623 / 2300-665X. Archives 2011–2014
<http://journal.rsw.edu.pl/index.php/JHS/issue/archive>

Deklaracja.

Specyfika i zawartość merytoryczna czasopisma nie ulega zmianie.
Zgodnie z informacją MNiSW z dnia 2 czerwca 2014 r., że w roku 2014 nie będzie przeprowadzana ocena czasopism naukowych; czasopismo o zmienionym tytule otrzymuje tyle samo punktów co na wykazie czasopism naukowych z dnia 31 grudnia 2014 r.
The journal has had 5 points in Ministry of Science and Higher Education of Poland parametric evaluation. Part B item 1089. (31.12.2014).

© The Author(s) 2015.
This article is published with open access at License Open Journal Systems of Kazimierz Wielki University in Bydgoszcz, Poland and Radom University in Radom, Poland Open Access. This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Noncommercial License which permits any noncommercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author(s) and source are credited. This is an open access article licensed under the terms of the Creative Commons Attribution Non Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted, non commercial use, distribution and reproduction in any medium, provided the work is properly cited.
This is an open access article licensed under the terms of the Creative Commons Attribution Non Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted, non commercial

use, distribution and reproduction in any medium, provided the work is properly cited.
The authors declare that there is no conflict of interests regarding the publication of this paper.
Received: 25.08.2015. Revised 05.09.2015. Accepted: 06.09.2015.

Profil współczesnego turysty pielgrzymkowego

The profile of the contemporary pilgrimage tourist

Aleksandra Katarzyna Ropińska, Zbigniew Podgórski

1 Instytut Historii i Stosunków Międzynarodowych, Wydział Humanistyczny, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, 85-067 Bydgoszcz, ul. Jagiellońska 11
czarna91r@interia.pl

2 Instytut Geografii, Wydział Kultury Fizycznej, Zdrowia i Turystyki, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, 85-428 Bydgoszcz, ul. Mińska 15
zbigniew.podgorski@ukw.edu.pl

Zakres treści: Celem niniejszego opracowania jest charakterystyka profilu współczesnego turysty pielgrzymkowego. W pracy zasygnalizowano podstawowe kwestie i zagadnienia związane z turystyką pielgrzymkową. Do celów badawczych, użyto metody sondażu diagnostycznego, którego podstawowym narzędziem była ankieta. Badanie przeprowadzono w formie kwestionariusza ankiety internetowej, co pozwoliło na dotarcie do szerokiego grona respondentów. Przyjrano się dokładnie podstawowym motywom oraz celom podejmowania turystyki pielgrzymkowej. Wskazano najpopularniejsze destynacje turystów pielgrzymkowych w Polsce. Zgodnie z wyznaczonym celem opracowano profil współczesnego turysty pielgrzymkowego. Profil ten, ukazuje swoją przydatność dla organizatorów pielgrzymek, jako obraz oczekiwani potencjalnych klientów.

Słowa kluczowe: turystyka kulturowa, turystyka pielgrzymkowa, profil turysty, główne destynacje pielgrzymów, ankieta.

Abstrakt: This thesis aimed at creating the profile of the contemporary pilgrimage tourist. The thesis discussed basic issues and questions connected with pilgrimage tourism. The research used the method of diagnostic survey with a questionnaire as a research tool. The research was conducted in a form of an Internet survey questionnaire which enabled the author to reach a great number of respondents. The main reasons for and purposes of making a pilgrimage were scrutinized. The most popular pilgrimage destinations in Poland were mentioned. According to the set objective, the profile of a contemporary pilgrimage tourist was created. The profile may prove useful to pilgrimage organizers as a picture of potential clients' expectations.

Keywords: culture tourism, pilgrimage tourism, tourist's profiles, main pilgrimage destinations, questionnaire.

Wprowadzenie

Pielgrzymka jest jednym z dobrze rozpoznanych zjawisk społecznych występujących wśród wyznawców wszystkich głównych religii świata. Zgodnie z definicją R. Barbera (1993, s. 1), pielgrzymka to [...] *podróż z przyczyn religijnych, zewnętrznie do miejsc*

świętych oraz wewnętrznie ze względów duchowych oraz w celu poznania siebie. W literaturze przedmiotu można spotkać się z traktowaniem pielgrzymki za podróż o charakterze sakralnym, mającej na celu oddanie czci Bogu oraz pozyskanie łask w życiu doczesnym i przyszłym. Według J. Ablewicza (1974, s. 58) pielgrzymka [...] *jest wędrówką osoby czy grupy osób do pewnego miejsca, uważanego za święte, ze względu na szczególne działanie w nim Boga, celem spełnienia określonych aktów religijnych, pobożności i pokuty.* Z kolei W. Piwowarski (1977, s. 154) określił ją jako [...] *podróż osoby lub grupy osób do miejsca słynącego z łask Bożych w celach religijnych, przy czym suponuje się religijną motywację odbycia tej praktyki i jej związek z życiem religijno-moralnym uczestników.* Współcześnie w badaniach podkreśla się znaczenie tego, co sami pielgrzymi mówią o swojej pielgrzymce (Reader, Walter 1993). Turystyka religijna jest zjawiskiem społecznym, które łączy w sobie dwie motywacje – religijność z poznawaniem świata, a ponadto zwykle przejawia się poprzez realizację potrzeby doświadczenia wspólnoty z innymi ludźmi. Zatem, aspekt poznawczy turystyki religijnej silnie wiąże się z zamiłowaniem do podróży, a tym samym pragnieniem zaspokojenia ciekawości – poznawaniem zabytków kultury materialnej. Charakterystyczną cechą turystyki pielgrzymkowej jest także jej sezonowość, która wiąże się zarówno z kalendarzem świąt, jak i czasem urlopowania. Ponadto pielgrzymki mają swój cel i program, a motorem, który napędza działanie turystów jest motywacja. Najważniejszym celem każdej pielgrzymki jest spełnienie określonych praktyk religijnych w wybranej wcześniej intencji (Jackowski 2003), podczas gdy uczestnicy wycieczki turystycznej o charakterze religijnym, kierując się różnymi motywami, odwiedzają miejsca święte. Jest to zasadniczy motyw odróżniający turystę od pielgrzymy. Należy zaznaczyć, że zarówno turyści jak i pielgrzymi w czasie swoich podróży korzystają często z tych samych środków transportu, infrastruktury i zmierzają do tego samego celu.

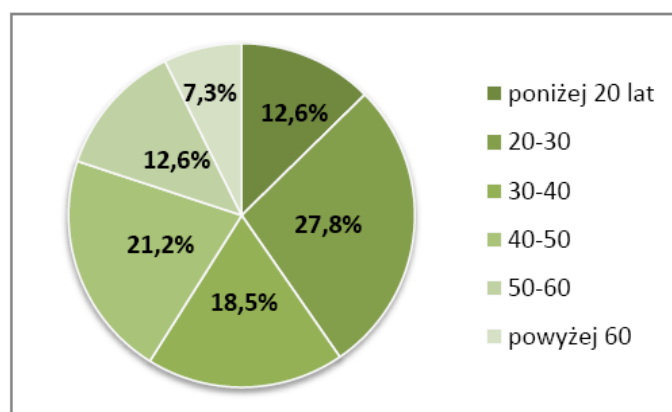
Profil turysty pielgrzymkowego w świetle badań ankietowych

Badanie ankietowe (metodą sondażu diagnostycznego¹) przeprowadzono w dwóch turach w okresie od października 2014 r. do marca 2015 r. Kwestionariusz ankiety zamieszczono na forach internetowych, dotyczących zagadnień badanej tematyki oraz na wybranych platformach społecznościach. Dzięki temu uzyskano odpowiedzi od osób pochodzących z różnych środowisk. W pierwszej turze, w celu sprawdzenia trafności wewnętrznej narzędzia badawczego, o udzielenie odpowiedzi zwrócono się do 25 osób.

¹ Badania przeprowadziła A. K. Ropińska w ramach projektu *Profil współczesnego turysty kulturowego na przykładzie turysty pielgrzymkowego*, realizowanego w Instytucie Geografii UKW, pod kierunkiem Z. Podgórskiego.

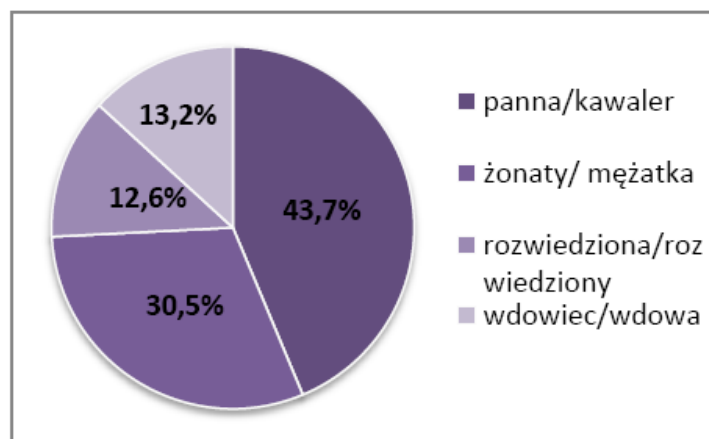
Podczas drugiej tury badań, przeprowadzonej na początku 2015 r., uzyskano zasadniczy materiał badawczy od respondentów. Podczas badań, dążono do określenia charakterystycznych cech współczesnego turysty kulturowego – pielgrzymkowego i na ich podstawie stworzenia jego profilu. Ponadto, ustalono motywy oraz preferencje turystyczne respondentów. Narzędzie badawcze składało się z dwóch części. Pierwszą tworzyły pytania dotyczące wyjazdów pielgrzymkowych, natomiast drugą część – pytania pozwalające na określenie cech społeczno-demograficznych ankietowanych osób. W analizie wyników ostatecznie uwzględniono 150 poprawnie wypełnionych formularzy ankiety internetowej. Ze wskazanej grupy 70 osób określiło swój aktywny udział w turystyce pielgrzymkowej, stwierdzając, że pielgrzymki traktują jako jeden z elementów wyznawania wiary chrześcijańskiej.

Grupę badanych osób w jednakowym stopniu tworzyli mężczyźni i kobiety – ich udział wynosi po 50%. Jedną ze zmiennych różnicujących respondentów był ich wiek (ryc. 1) – były to w 27,8% osoby w wieku 20-30 lat i w 21,2% w wieku 40-50 lat. Niewiele mniejszą liczebnie jestbyła osób w wieku 30-40 lat, ponieważ stanowili oni 18,5% badanych. Osoby młode, tj. poniżej 20 roku życia oraz osoby starsze w wieku 50-60 lat liczyły po 12,6%. Natomiast respondenci najstarsi, tj. powyżej 60 roku życia tworzyli grupę o liczebności ponad 7%. Fakt, że wśród pielgrzymujących było najwięcej osób z przedziału wiekowego 20-30 lat wynika z charakteru zastosowanego narzędzia – ankiety internetowej. Bowiern, więcej osób młodych korzysta z Internetu i portali społecznościach, niż osób starszych.



Ryc. 1. Wiek respondentów (%)
 Źródło: A. K. Ropińska (2015).

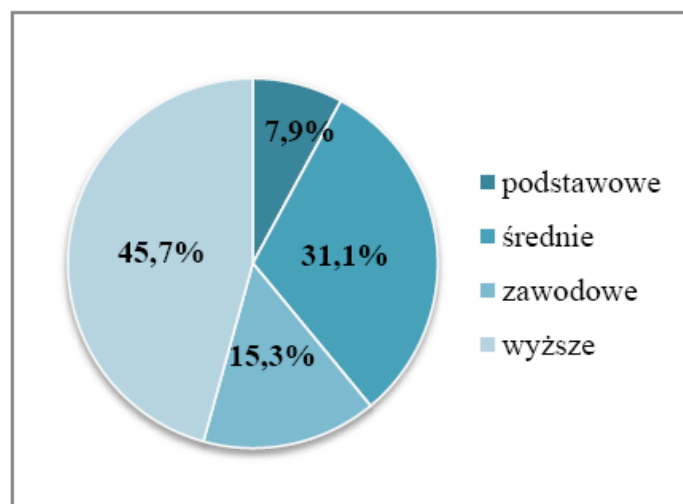
W przeprowadzonych badaniach wzięły udział przede wszystkim osoby pozostające o wolnym stanie cywilnym, tj. panny i kawalerowie, którzy stanowili 43,7% badanych. Natomiast, ponad 30% ankietowanych pozostawało w związku małżeńskim (ryc. 2). Wyraźnie mniej liczne grupy respondentów stanowiły osoby rozwiedzione (12,6%) lub owdowiałe (13,2%).



Ryc. 2. Stan cywilny respondentów (%)

Źródło: A. K. Ropińska (2015).

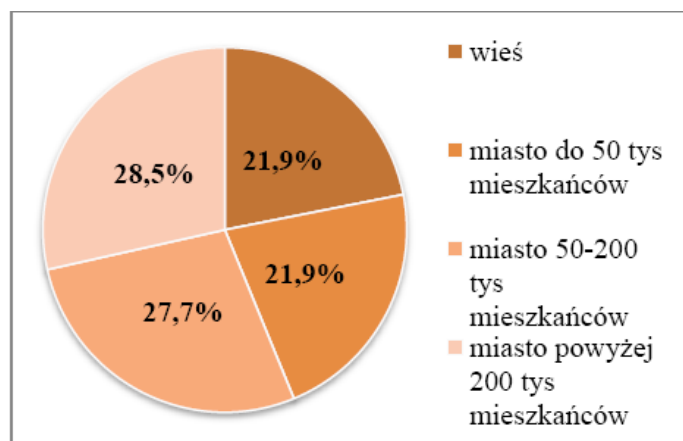
Niemal 46% badanych pielgrzymów stanowili absolwenci studiów wyższych. Wykształcenie średnie zadeklarowało 31,1% osób. Zawodowe wykształcenie miało 15,3% osób, natomiast 7,9% badanych określiło swoje wykształcenie jako podstawowe (ryc. 3).



Ryc. 3. Wykształcenie respondentów (%)

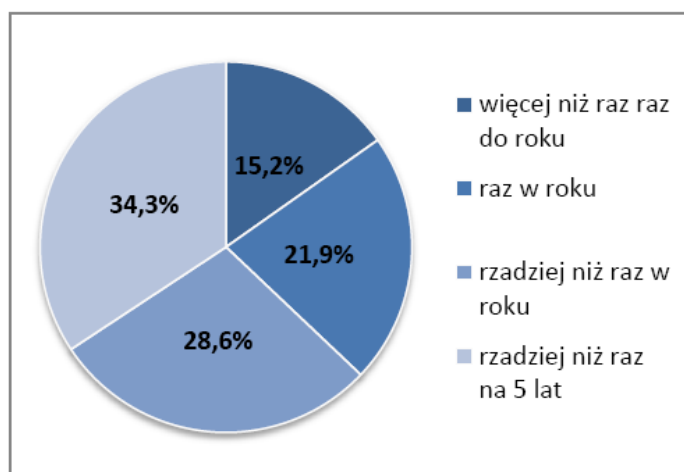
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Miejsce zamieszkania, w przypadku niniejszego badania, okazało się zmienną słabo różnicującą respondentów (ryc. 4). Najwięcej ankietowanych pochodziło z miast liczących ponad 200 tys. mieszkańców – 28,5%, następnie z miast liczących od 50 do 200 tys. mieszkańców – 27,7%. Pozostali respondenci w równym stopniu, bo po 21,9%, okazali się mieszkańcami małych miast (do 50 tys. osób) lub wsi.



Ryc. 4. Miejsce zamieszkania respondentów (%)
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Interesujące wyniki uzyskano analizując częstość odbywania pielgrzymek przez ankietowanych (ryc. 5). Ponad 34% odpowiadających osób stwierdziło, że odbywa podróż o takim charakterze nie częściej niż raz na 5 lat. Nieco mniej ankietowanych (28,6%) pielgrzymuje rzadziej niż raz w roku. Natomiast prawie 22% respondentów odpowiedziało, że odbywa pielgrzymki przynajmniej raz w roku, a kolejnych 15,2% badanych pielgrzymuje kilka razy w ciągu roku. Zatem, około 37% badanych osób odbywa pielgrzymki regularnie, przynajmniej raz w ciągu roku. Stanowią oni grupę najaktywniejszą wśród turystów pielgrzymkowych.



Ryc. 5. Uczestnictwo respondentów w pielgrzymkach
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

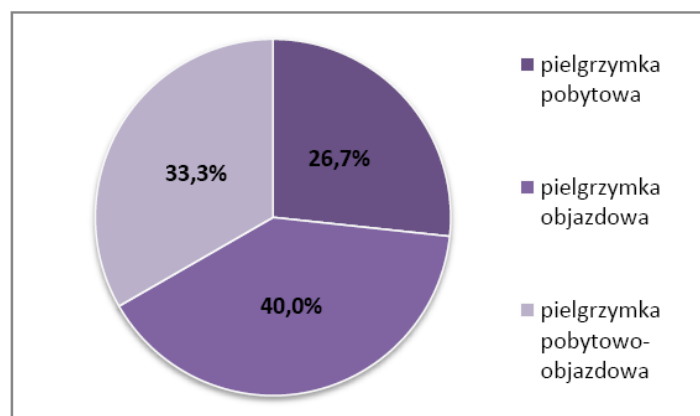
Pielgrzymujący, niezależnie od częstości odbywanych podróży, wyruszają na pielgrzymkę w jednym konkretnym celu, ewentualnie z kilku powodów (ryc. 6). W przypadku większej części ankietowanych była to silna motywacja wewnętrzna, która wynikała z dążenia do zaspokojenia potrzeby duchowej. Tak wskazało aż 58 osób spośród badanych. Zbliżona liczba, tj. 53 ankietowanych stwierdziło, że kierowali się chęcią zwiedzenia miejsc sakralnych, natomiast 30 respondentów za główny powód wskazało chęć

modlitwy w konkretnym sanktuarium. Zamiar odpoczynku stanowił motyw udziału 32 osób w pielgrzymce. Turystów, którzy kierowali się ciekawością świata, i zdecydowali się na podróż by zwiedzić i poznać słynne zabytki było 29. Natomiast 26 osób spośród badanych odbyło pielgrzymki, by wykorzystując okazję poznać bliżej lokalną kulturę. Reasumując, współczesny turysta pielgrzymkowy to osoba, dla której najważniejsze są potrzeby duchowe, ale też za niezwykle ważne traktuje możliwość zwiedzenia, lub zobaczenia miejsc i obiektów sakralnych oraz świeckich zabytków kultury materialnej.



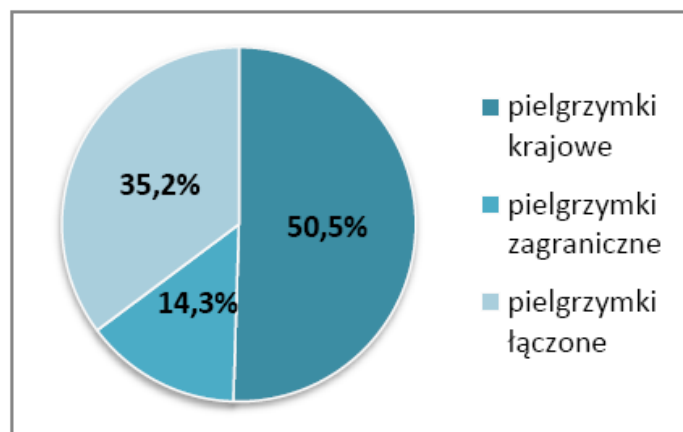
Ryc. 6. Składowe motywacji wewnętrznej udziału respondentów w pielgrzymce (odpowiedzi wielokrotne)
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Kolejną kwestią poruszaną w badaniach była możliwość wskazania preferowanej formy wyjazdów. Wyróżniono trzy typy pielgrzymek: pobytową, objazdową oraz pobytowo-objazdową. Około 40% badanych stwierdziło, że najczęściej wybiera pielgrzymkę pobytowo-objazdową, natomiast różnica między wskazaniami pielgrzymki pobytovej i objazdowej wyniosła 6,6% (odpowiednio: 26,7% i 33,3%). Respondenci, jako powody wyboru objazdowej formy pielgrzymki wskazali przede wszystkim swobodę ruchu, dogodności transportu oraz noclegu (ryc. 7).



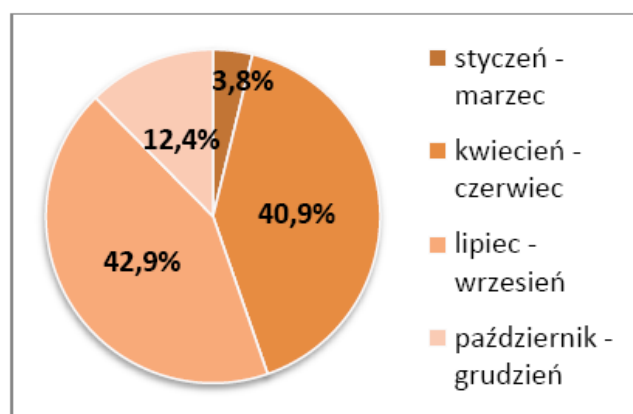
Ryc. 7. Preferencje respondentów dotyczące formy pielgrzymek
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Do ankietowanych zwrócono się o udzielenie odpowiedzi na pytanie dotyczące ogólnego umiejscowienia najczęściej wybieranych pielgrzymek. Respondenci stwierdzili, że najczęściej decydują się na pielgrzymki krajowe (ponad 50% wskazań). W pielgrzymkach zagranicznych uczestniczyło około 14% ankietowanych. Natomiast 35,2% badanych osób odpowiedziało, iż najchętniej decydują się na warianty pielgrzymek łączące podróże krajowe i zagraniczne (ryc. 8).



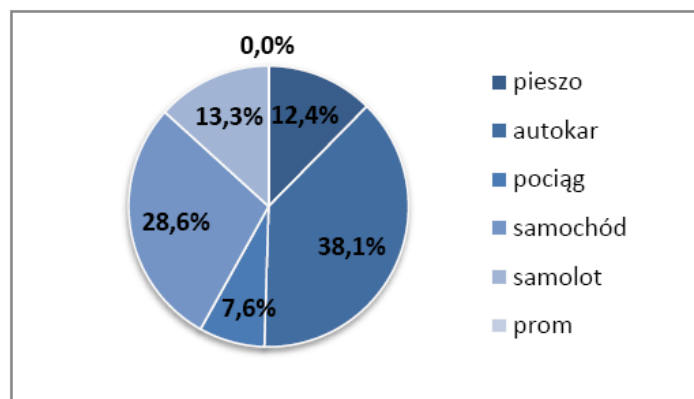
Ryc. 8. Charakter pielgrzymek wybieranych przez respondentów
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Każdy turysta, który odbywa podróże regularnie ma zazwyczaj swój preferowany okres wyjazdu. Większość spośród ankietowanych najchętniej odbywa pielgrzymkę podczas wakacji lub letniego urlopu (lipiec – wrzesień). Wskazało tak aż blisko 43% badanych. Niewiele mniej – 40,9% ankietowanych – preferuje odbywanie pielgrzymki w miesiącach kwiecień – czerwiec. Terminy jesienno-zimowe nie cieszą się dużym powodzeniem, bowiem od października do grudnia, chętnie na pielgrzymki wyjeżdża tylko 12,4% badanych, a w okresie styczeń – marzec zaledwie 3,8% badanych. Zatem, współczesny turysta pielgrzymkowy, wybiera się na swoje podróże najczęściej wiosną i lato, tj. pielgrzymuje w okresie od kwietnia do września (ryc. 9).



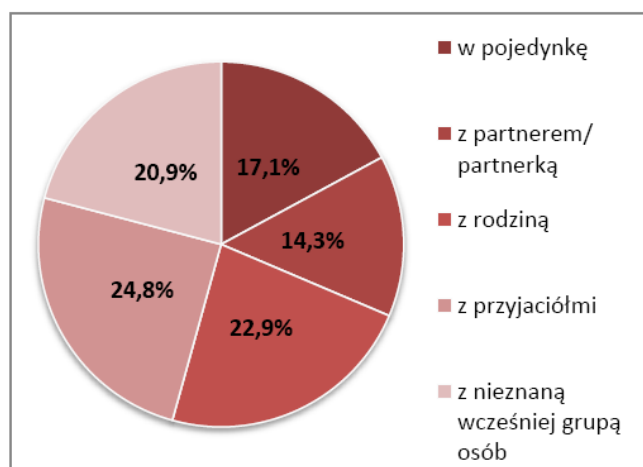
Ryc. 9. Okres roku, jako czas uczestniczenia respondentów w pielgrzymkach
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Ankietowani zostali poproszeni o określenie środka transportu, z którego korzystają najczęściej (ryc. 10).. Dla około 38% badanych najdogodniejszym środkiem transportu jest autokar. Nieco mniej popularny, ale również chętnie wybierany (28,6%) jest samochód. O wiele mniejszym zainteresowaniem turystów pielgrzymkowych cieszył się samolot – 13,3%. Tylko 7,6% ankietowanych stwierdziło, że preferuje pielgrzymowanie przy pomocy pociągu. Nikt z ankietowanych nie wybrał promu. Na udział w pieszych pielgrzymkach wskazało 12,4% respondentów.



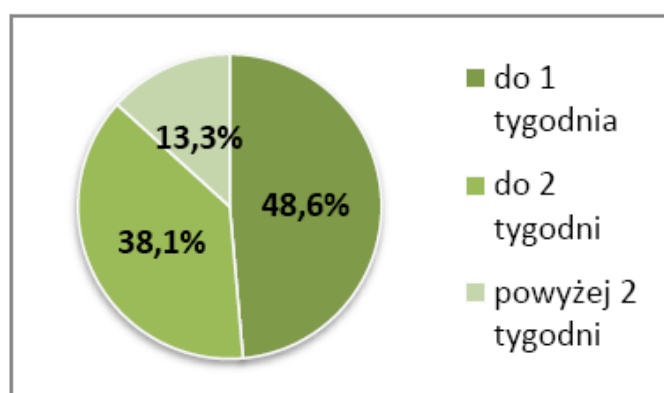
Ryc. 10. Środek transportu wybierany przez turystów pielgrzymujących
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Niezwykle ważne w czasie pielgrzymki jest także odpowiednie towarzystwo. Poza tym bardzo istotne jest ogólne poczucie pewności i bezpieczeństwa, co jest już indywidualną sprawą każdego człowieka. Badani nie byli jednomyślni w tej kwestii. Niemal, co czwarty ankietowany (24,8%) najchętniej pielgrzymuje w towarzystwie przyjaciół, a około 23% w towarzystwie rodziny. Kolejnych 22% badanych za najlepsze towarzystwo do pielgrzymki uznało nieznaną sobie wcześniej grupę osób. Dla 14% respondentów wymarzoną towarzyszącą tego typu podróży jest partner lub partnerka, podczas gdy 17% ankietowanych najchętniej pielgrzymuje samodzielnie (ryc. 11).



Ryc. 11. Osoby towarzyszące respondentom w podróżach pielgrzymkowych
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Długość wyprawy jest dla osób pielgrzymujących bezpośrednio związana z wyborem celu pielgrzymki i stosownego środka transportu, i co oczywiste – jest także bezpośrednio zależna od motywów jej podejmowania oraz ilości posiadanego czasu wolnego. Niemal, co drugi spośród badanych (48,6%) najchętniej uczestniczył w pielgrzymkach, które nie trwały dłużej niż 1 tydzień (ryc. 12). Ponad 38% ankietowanych preferuje wyprawy nieco dłuższe – trwające do 2 tygodni. Natomiast 13,3% ankietowanych turystów wskazało, iż najchętniej wybierają się na pielgrzymki, trwające powyżej 14 dni. W świetle uzyskanych wyników, można stwierdzić, że turysta pielgrzymkowy najchętniej wybierał pielgrzymki kilkudniowe, tj. takie, których czas trwania nie przekraczał 7 dni.

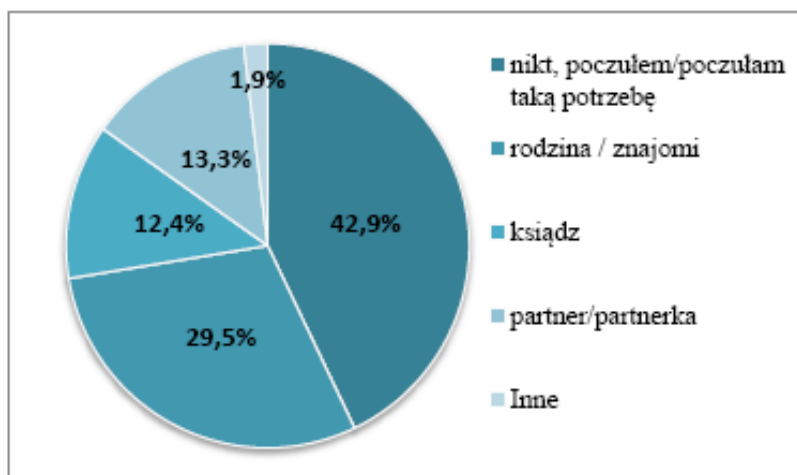


Ryc. 12. Czas trwania pielgrzymek z udziałem respondentów
 Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Badani określili również swoje stanowisko dotyczące uczestniczenia w zwiedzaniu miejsc, które nie były objęte programem pielgrzymki. Zdecydowana większość z nich (60%) oświadczyła, że chętnie korzysta z takich możliwości, jeżeli tylko atrakcyjne obiekty i walory znajdują się w pobliżu miejsca pielgrzymowania, bądź na trasie pielgrzymki. Pozostałe osoby skupiały się wyłącznie na realizowaniu programu pielgrzymki, w której uczestniczyły.

Turyści wybierają się na pielgrzymkę mając różną motywację, co zostało uprzednio zasygnalizowane. Jednak oddzielną kwestią jest sposób pozyskiwania informacji o planowanej podróży, a także sam moment zdecydowania się na nią. Zdaniem respondentów, decyzja o uczestniczeniu w pielgrzymce nie może być pochopna i dlatego, często bywa konsultowana z różnymi osobami (ryc. 13). Około 29,5% badanych oświadczyło, że zdecydowali się na pielgrzymowanie ze względu na wyraźną zachętę ze strony rodziny lub znajomych. Natomiast, kolejnych 12,4% ankietowanych zostało namówionych bądź zachęconych przez księdza, lecz nie określili oni czy był to kapłan, który cieszy się szczególnym zaufaniem wśród parafian, czy może był on organizatorem wyprawy, lub osobą

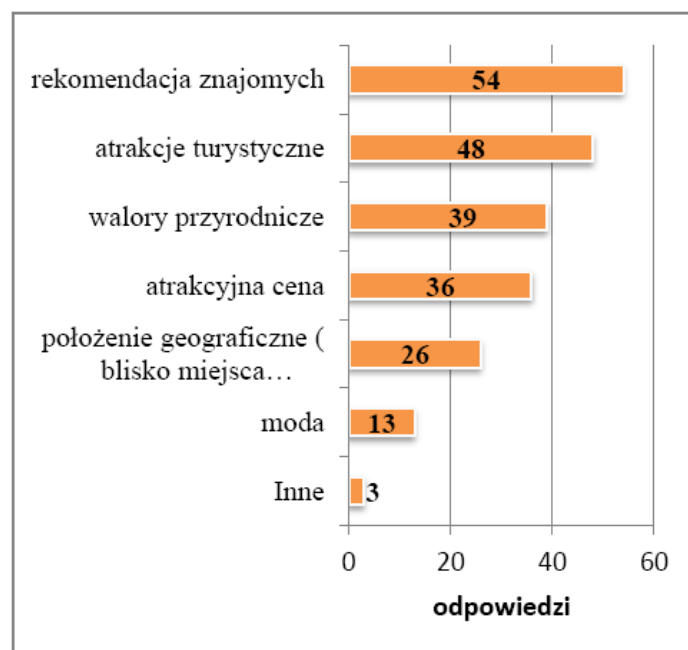
z nimi zaprzyjaźnioną. Na decyzję 13,3% osób ankietowanych bezpośredni wpływ miał ich partner. Natomiast niemal 2% ankietowanych podjęło decyzję o pielgrzymowaniu wskutek zachęty szkoły (najczęściej katechety), obcych osób, a niekiedy także reklamy. Jednak, według niemal 43% ankietowanych, sugestia ze strony innych osób jest całkowicie niepotrzebna. Bowiem, stwierdzili oni, iż decyzję o wzięciu udziału w pielgrzymce podjęli samodzielnie, z powodu wewnętrznych potrzeb, nie zaś wskutek namowy.



Ryc. 13. Składowe motywacji zewnętrznej udziału respondentów w pielgrzymce
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Poza ewentualnym konsultowaniem decyzji o udziale w pielgrzymce z bliskimi osobami, istotne są także inne czynniki. Kwestia organizacyjna ma zwykle duży wpływ na zdecydowanie się bądź zaniechanie podróży. Najczęstszym czynnikiem, który miał wpływ na decyzję respondentów była rekomendacja znajomych. Tak stwierdziło aż 54 ankietowanych. Niewiele mniej – 48 osób, za największą zachętę uważa atrakcje turystyczne, które znajdują się w pobliżu lub na trasie pielgrzymki. Pozwoliło im to na połączenie celów religijnych z typowo turystycznymi. Dla 39 badanych osób to właśnie walory przyrody stanowiły istotny czynnik podjęcia decyzji o pielgrzymkowej podróży. Spośród ankietowanych 36 osób podjęło pozytywną decyzję ze względu na atrakcyjną cenę (koszty dojazdu, wyżywienia i zakwaterowania). Natomiast dla 26 respondentów ważnym czynnikiem było geograficzne usytuowanie docelowego miejsca pielgrzymki, a dokładniej – przebieg trasy i lokalizacja obiektu sakralnego blisko miejsca zamieszkania. Czynnik ten był istotny przede wszystkim w przypadku starszych osób oraz tych osób, które mają problemy z poruszaniem się. Zazwyczaj dobrze zorganizowane pielgrzymki są także tańsze i krótsze, co okazało się bardzo ważne dla osób posiadających własne rodziny, a w konsekwencji często ograniczony budżet lub krótki urlop. Spośród ankietowanych 13 osób wzięło pod uwagę panującą aktualnie modę. Dla kolejnych 3 osób bardzo ważnym czynnikiem był dogodny dla nich termin wyjazdu, lub też

fakt, że pielgrzymka została zorganizowana w nowe dla nich miejsce i bez ich bezpośredniego udziału (ryc. 14).



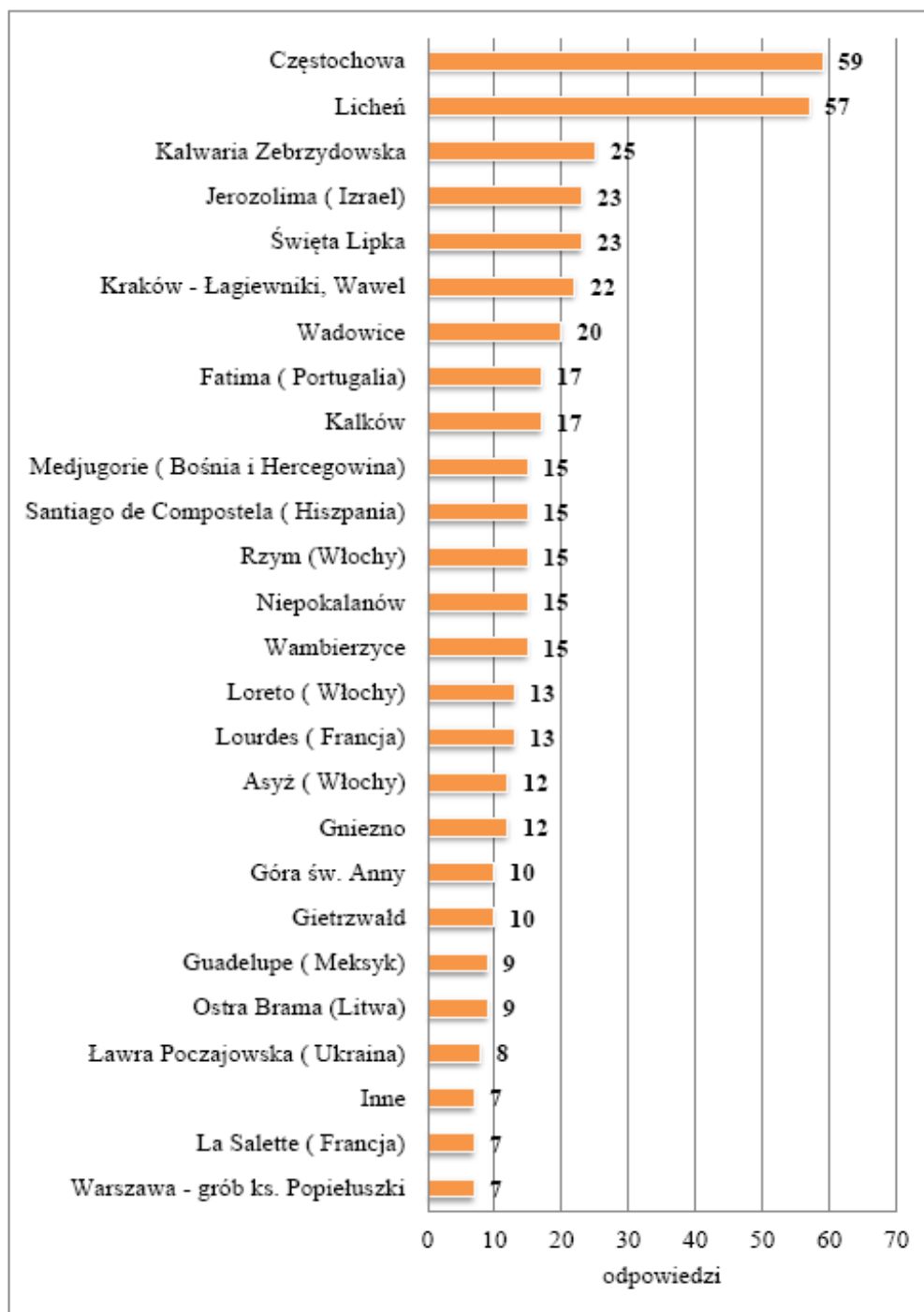
Ryc. 14. Czynniki wpływające na wybór pielgrzymki – danej trasy lub miejsca (odpowiedzi wielokrotne)

Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Respondentów zapytano o kwestię znajomości języka obcego, co jest bardzo istotne w przypadku uczestniczenia w pielgrzymkach zagranicznych. Ponad 78% ankietowanych nie sugerowało się przy wyborze pielgrzymki własną znajomością języka obowiązującego w kraju, do którego się wybierali. Natomiast 21,9% badanych stwierdziło, iż jest to ważna kwestia. Ich zdaniem znajomość języka zwiększa ich bezpieczeństwo podczas podróży i pobytu w docelowym miejscu pielgrzymowania, a ponadto pozwala im samym decydować o wzbogaceniu wyprawy poprzez włączenie do programu elementów dodatkowych.

Ankietowani zostali także poproszeni o określenie najczęściej wybieranych miejsc pielgrzymek, bez uwzględniania kryterium podziału na destylacje krajowe i zagraniczne. Dla 59 badanych głównym celem pielgrzymek była Częstochowa, a dla 57 – Licheń (ryc. 15). Spośród ankietowanych, 25 osób potwierdziło uczestnictwo w podróży pielgrzymkowej do Kalwarii Zebrzydowskiej, a po 23 do Jerozolimy i Świętej Lipki. Nieznacznie mniej, bo 22 osoby odbyły pielgrzymkę do Krakowa, a 20 do Wadowic. Dla 17 ankietowanych głównym kierunkiem wyjazdów były takie miejsca jak: Fatima czy Kałków. Natomiast dla 15 były to Medjugorie, Santiago de Compostela, Rzym, Niepokalanów czy Wambierzyce. Tylko po 13 respondentów wskazało Loreto oraz Lourdes, po 12 – Asyż i Gniezno, a po 10 ankietowanych – Górę św. Anny oraz Gietrzwałd. Mniej niż 10 respondentów wskazało

Guadelupe, Wilno (Ostrą Bramę), Ławrę Poczajowską, La Salette, Warszawę, a także Pola Lednickie, Byszewo, Chełmno, Kolonię, Montserrat, Piekary Śląskie, oraz Bardno.

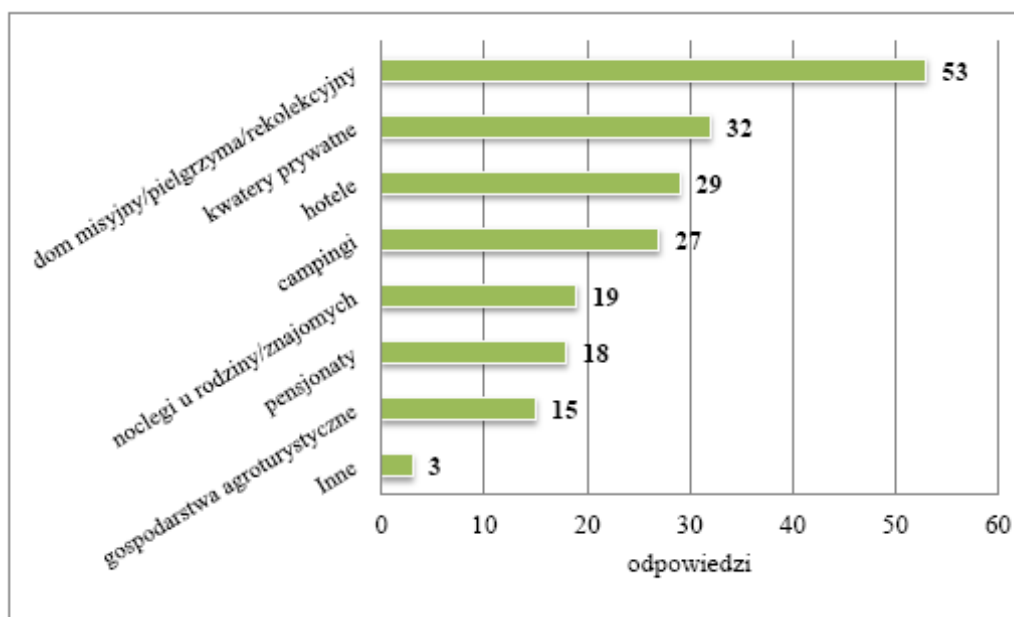


Ryc. 15. Główne kierunki pielgrzymek respondentów (odpowiedzi wielokrotne)
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Interesujące okazały się wyniki dotyczące organizatorów pielgrzymek. Spośród badanych 39,1% osób zadeklarowało, iż najczęściej uczestniczą w pielgrzymkach, które planują samodzielnie. Nie oznacza to jednak samotnej wyprawy. Może to być zarówno podróż rodzinna do sakralnych miejsc, jak i wakacyjny wyjazd z przyjaciółmi, zgodny z

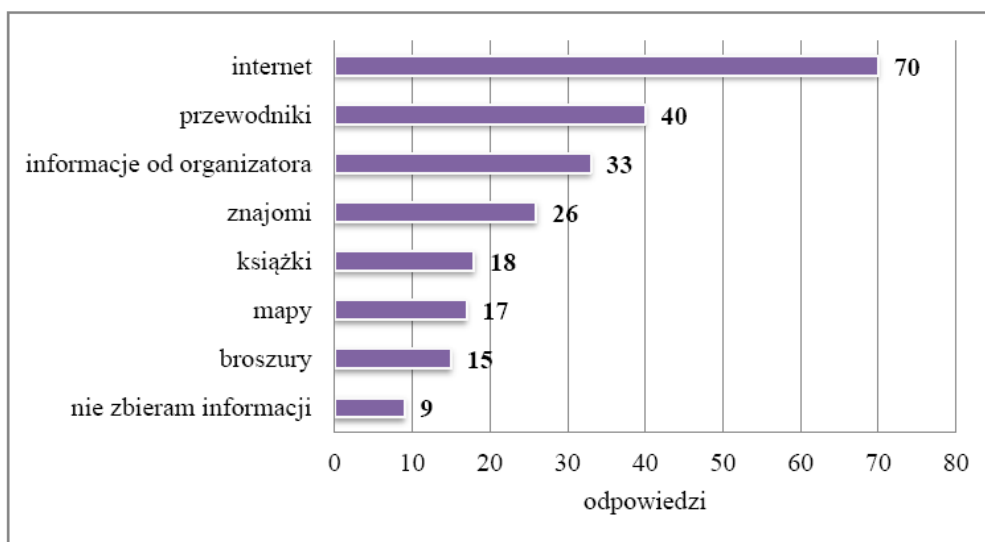
samodzielnie wytyczoną trasą. Około 29,5% ankietowanych uczestniczyło w pielgrzymkach zorganizowanych przez kościół, ponieważ autorytet księży i obecność innych parafian gwarantowały im możliwość zaspokojenia potrzeb duchowych, ale i stworzyły im okazję do zwiedzenia atrakcyjnych miejsc. Mniej liczni wśród ankietowanych (21,9%) byli uczestnicy pielgrzymek zorganizowanych przez biura podróży. Około 5,7% respondentów oświadczyło, iż organizatorem ich wyprawy był zakład pracy, a w przypadku 3,8% – szkoła.

Organizator pielgrzymki zapewnia jej uczestnikom nocleg. Ponad 50% ankietowanych odpowiedziało, iż najczęściej w czasie pielgrzymki nocuje w domach noclegowych, które działają przy parafiach, np. w domach misyjnych, rekolekcyjnych, lub w domach pielgrzymia. Z noclegów w takich miejscach korzystały 53 osoby (ryc. 16). Grupę złożoną z 32 osób, stanowili turyści, którzy w czasie pielgrzymki zwykle nocują w kwaterach prywatnych, znalezionych samodzielnie lub wskazanych przez organizatora pielgrzymki. Nieco mniej osób korzystało z noclegu w hotelach (29) lub na campingach (27). Natomiast 19 ankietowanych zadeklarowało, iż w czasie pielgrzymki korzysta z noclegu, który proponują im znajomi lub rodzina. Oznacza to jednak wybieranie za cel pielgrzymek takich miejsc, gdzie można skorzystać z pomocy bliskich. Spośród badanych 18 osób nocowało w pensjonatach, 15 korzystało z możliwości noclegu w gospodarstwach agroturystycznych, a 3 osoby wybrały nocleg w hotelu lub pod namiotem. Zatem wg odpowiedzi ankietowanych współczesny turysta pielgrzymkowy najchętniej nocuje w domach pielgrzymia lub w kwaterach prywatnych, ale jeśli to konieczne – korzysta także z noclegów w obiektach o niższym standardzie (w hostelach, na campingach lub polach namiotowych).



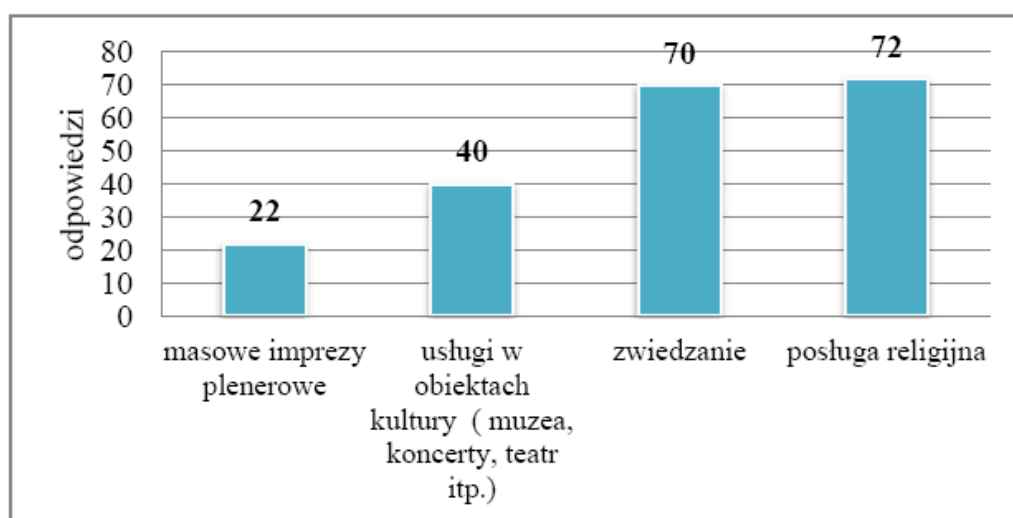
Ryc. 16. Obiekty noclegowe z jakich korzystali respondenci (odpowiedzi wielokrotne)
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Podjęcie decyzji o udziale w pielgrzymce najczęściej oznacza początek etapu przygotowań do wyjazdu, w tym pozyskiwanie informacji na temat trasy pielgrzymki lub przyszłego miejsca pobytu z jednego bądź wielu źródeł jednocześnie (ryc. 17).



Ryc. 17. Źródła informacji na temat miejsc pielgrzymowania (odpowiedzi wielokrotne)
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Aż 70 respondentów podczas zbierania interesujących ich faktów korzystało z Internetu, a tylko 40 stwierdziło, iż w tym celu wykorzystało przewodniki, 33 uzyskało informacje u organizatora wycieczki, a 26 badanych poszukiwało informacji u znajomych. Natomiast, książki stanowiły źródło stosownej wiedzy dla 18 osób, podobnie jak mapy – dla 17. Z informacji zamieszczonych w różnego typu broszurach korzystało 15 ankietowanych. Warto zauważyć, że 9 respondentów zadeklarowało, że przed wyjazdem na pielgrzymkę nie zbierało w ogóle informacji na temat obiektów i trasy pielgrzymki.



Ryc. 18. Usługi, z jakich korzystali respondenci podczas pielgrzymek (odpowiedzi wielokrotne)
Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Pielgrzymka stanowi okazję do skorzystania z wielu usług. Spośród badanych 72 respondentów odpowiedziało, iż była to przede wszystkim posługa religijna. Niewiele mniej osób – 70 – wskazało na zwiedzanie. Z usług kulturalnych (np. udział w koncercie, spektaklu teatralnym, seansie filmowym) w miejscu docelowym lub na trasie pielgrzymki, skorzystało 40 respondentów. Natomiast 22 badanych wzięło udział w masowych imprezach plenerowych (ryc. 18). O wysokim poziomie satysfakcji i zadowolenia turystów pielgrzymujących z wyjazdu świadczy choćby zamiar jego powtórzenia. Zdecydowana większość, około 57,2% z nich odpowiedziało, że całkowicie odpowiada im forma pielgrzymki i spędzany w ten sposób czas. Klejnych 33,3% ankietowanych nie było zdecydowanych na powtórzenie takiej podróży. Natomiast, 9,9% badanych oświadczyło, że nie zamierza już więcej brać udziału w pielgrzymkach.

Dyskusja

W świetle uzyskanych wyników badań ankietowych opracowano profil współczesnego turysty pielgrzymkowego. Internetowy sposób przeprowadzenia sondażu diagnostycznego ograniczył w istotny sposób krąg osób objętych badaniem, tj. do osób, które wykorzystują ten sposób komunikacji interpersonalnej. Z tego też względu w opracowaniu zwrócono uwagę na strukturę wiekową respondentów, i dla porównania (poniżej) przytoczono wyniki badania turystów pielgrzymkowych opublikowane przez GUS (*Turystyka i wypoczynek...*, 2009). Z drugiej strony warto także podkreślić, że struktura wiekowa respondentów daje dobry wgląd w zachowania turystyczne osób pielgrzymujących z wszystkich grup polskiego społeczeństwa.

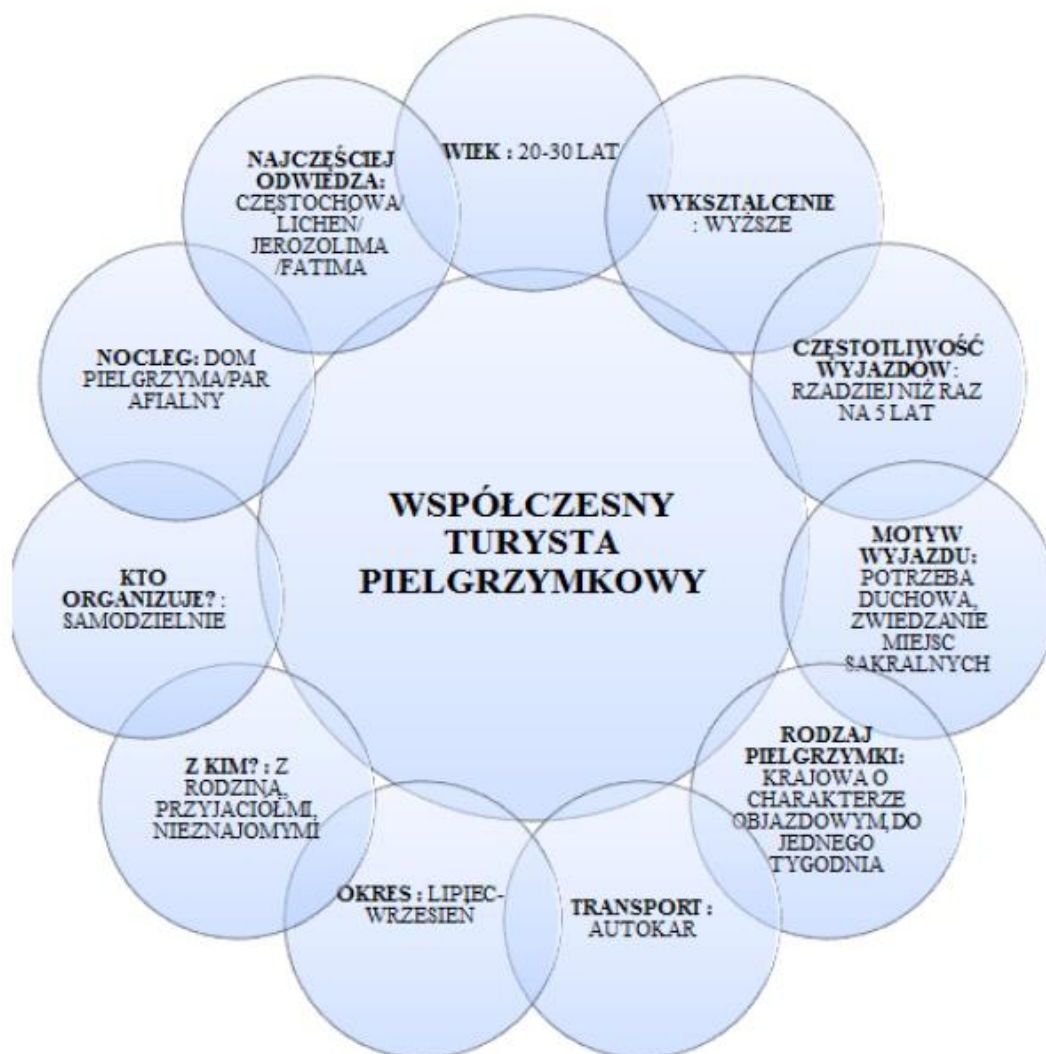
Badana grupa respondentów z równym udziałem kobiet i mężczyzn dość wiernie odzwierciedla skład populacji, do której odnoszą się wyniki badań turystów pielgrzymkowych opublikowane przez GUS, w odniesieniu do 2009 r. Zgodnie z nimi w pielgrzymkach, zarówno krótkoterminowych, jak i długoterminowych, udział kobiet i mężczyzn jest bardzo zbliżony – z niewielką przewagą kobiet, wynoszącą około 0,7%. Wśród respondentów objętych badaniami GUS (*Turystyka i wypoczynek...*, 2009), najliczniejszą grupę pielgrzymów krótkoterminowych stanowiły osoby powyżej 65 lat, a w podróżach długoterminowych uczestniczyły osoby w wieku 45-64 lat. Natomiast, w przypadku niniejszego badania turysta pielgrzymkowy (bez względu na płeć) jest osobą młodą – w wieku od 20 do 30 lat, stanu wolnego. Przedstawiona struktura stanu cywilnego była w znacznym stopniu determinowana wiekiem respondentów, ponieważ osoby młode (także spośród turystów pielgrzymujących) dość często tworzą związki nieformalne, podczas

gdy osoby w średnim wieku są zazwyczaj już po zawarciu związku małżeńskiego, lub nawet po jego rozwiązaniu. Warto także w tym miejscu ponownie przytoczyć wyniki GUS, w których świetle w pielgrzymkach krótkoterminowych udział biorą głównie wdowcy, a w długoterminowych – osoby rozwiedzione. Podwyższona aktywność pielgrzymkowa osób po rozwodzie oraz osób owdowiałych, podobnie jak w przypadku osób młodych, wiąże się z większą niż w przypadku innych osób ilością czasu wolnego, z którego część są skłonne przeznaczyć właśnie na uczestnictwo w pielgrzymkach. Nie mniej jednak w każdym z tych przypadków elementem kluczowym podjęcia decyzji o udziale w pielgrzymce jest silna motywacja wewnętrzna. Struktura wykształcenia badanych osób także wykazuje zgodność z danymi GUS w przypadku pielgrzymek krótkoterminowych (*Turystyka i wypoczynek...*, 2009). Natomiast według GUS, w długoterminowych pielgrzymkach najczęściej uczestniczą osoby z wykształceniem podstawowym (gimnazjalnym), co jest często wprost związane z organizowaniem pielgrzymek przez parafię lub daną szkołę. Przeważający w grupie respondentów udział osób z miast średniej i dużej wielkości (łącznie 52,6%) może wskazywać także na związek uczestnictwa w pielgrzymkach z ilością posiadanego czasu wolnego. Bowiem, najczęściej osoby mieszkające w bardziej zurbanizowanych obszarach mają więcej czasu wolnego niż osoby mieszkające na wsi lub w małych miastach. Wynika to z konieczności wykonywania przez te osoby zwiększonej ilości różnych prac, np. w gospodarstwie rolnym oraz w ramach obowiązków związanych z prowadzeniem domu.

Podsumowanie

Celem niniejszej pracy było wykreślenie profilu współczesnego turysty kulturowego na przykładzie turysty pielgrzymkowego. Wymagało to wcześniejszego przeanalizowania zagadnień teoretycznych, w szczególności licznych opracowań z zakresu turystyki pielgrzymkowej. Jednak, ze względu na objętość niniejszego opracowania, przedstawiono w nim i omówiono wyłącznie wyniki własnych badań sondażowych. Ankieta została opublikowana w Internecie, co pozwoliło na dotarcie za jej pomocą do szerokiego grona osób. Respondentami byli internauci – osoby w wieku od poniżej 20 do powyżej 60 lat. Najliczniejszą grupą okazały się osoby w przedziale 20-30 lat. Ankietowani obojga płci byli przedstawicielami różnego stanu cywilnego, w największej mierze – osoby stanu wolnego (ryc. 19). Turysta pielgrzymkowy, traktując częstość udziału w pielgrzymkach jako istotną cechę tego typu podróżowania, uczestniczy w pielgrzymkach bądź raz w roku, bądź też kilkakrotnie w ciągu 5 lat. Kieruje się przede wszystkim pobudkami duchowymi a w mniejszym stopniu chęcią zwiedzenia miejsc świętych bądź sakralnych. Zazwyczaj wybiera

pielgrzymkę krajową o charakterze objazdowym, rzadziej – docelową pielgrzymkę zagraniczną. Najchętniej podróżuje autokarem, a najrzadziej pociągiem, prawdopodobnie ze względu na niewygodny dojazd i ograniczoną sieć połączeń. Termin przez niego wybieranych pielgrzymek mieści się w okresie lipiec – wrzesień, a wyjątkowo w okresie zimowym. Czas trwania pielgrzymki zazwyczaj nie przekracza tygodnia.



Ryc. 19. Składowe profilu współczesnego turysty kulturowego – pielgrzymkowego.

Źródło: A. K. Ropińska (2015).

Współczesny turysta pielgrzymkowy wyjeżdża najchętniej z rodziną, przyjaciółmi, ale i także z nieznaną wcześniej grupą osób. Zazwyczaj podejmuje decyzję o pielgrzymce z powodu własnych przekonań i wewnętrznych pobudek, bądź po konsultacji z rodziną i znajomymi. Korzysta także z atrakcji znajdujących się w pobliżu miejsca docelowego pielgrzymki lub na jej trasie. Miejsce pielgrzymki wybierane jest głównie ze względu na rekomendacje osób znajomych, walory i atrakcje turystyczne. Słaba znajomość języka obcego nie jest czynnikiem, który zniechęca do wzięcia udziału w zagranicznej pielgrzymce. Współczesny pielgrzym najczęściej sam organizuje sobie podróż pielgrzymkową, a nocuje w domu pielgrzyma lub w domu parafialnym. Informacje na temat odwiedzanego miejsca

znajduje przede wszystkim w Internecie. Odwiedza najczęściej Częstochowę oraz Licheń, a z destynacji zagranicznych – Jerozolimę i Fatimę. Jako osoba usatysfakcjonowana z osiągniętego celu deklaruje chęć ponownego wzięcia udziału w pielgrzymce.

Ustalony na podstawie uzyskanych wyników profil turysty pielgrzymkowego może być pomocny w dalszych badaniach, aby określić jak zmieniają się jego mentalność, motywacja i preferencje oraz aby wytyczyć trendy w ogólnie rozumianej turystyce religijnej.

Literatura

- Ablewicz J., 1974, *Pielgrzymka jako znak święty*, Ateneum Kapłańskie, 66, nr 393.
- Barber, R., 1993, *Pilgrimages*. London, The Boydell Press.
- Jackowski A., 2003, *Święta przestrzeń świata. Podstawy geografii religii*, Wyd. UJ, Kraków.
- Reader, I., Walter, T., 1993, *Pilgrimage in Popular Culture*, London, The Macmillan Press.
- Ropińska A. K., 2015, *Profil współczesnego turysty kulturowego na przykładzie turysty pielgrzymkowego*, IHiSM, Wyd. Humanistyczny, UKW Bydgoszcz [manuskrypt pracy magisterskiej realizowanej pod kierunkiem Z. Podgórskiego z Instytutu Geografii WKFiT UKW w Bydgoszczy].
- Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2009 roku*, 2009. GUS, Warszawa.