

Andrzej Stasiak
Wyższa Szkoła Turystyki
i Hotelarstwa w Łodzi

TURYSTYKA RODZINNA W ŚWIECIE PONOWOCZESNYM

Wstęp

Od najdawniejszych czasów człowiek udawał się w podróż w starannie dobranej grupie towarzyszy. O jej składzie decydowały w równej mierze względy bezpieczeństwa, jak i chęć zapewnienia sobie miłej atmosfery podczas wyjazdu. Ten ostatni cel zyskał na znaczeniu wraz z rozwojem turystyki, czyli podróżowania dla przyjemności. Również i dziś wyjazdy turystyczne najczęściej podejmujemy w gronie dobrych znajomych, sprawdzonych przyjaciół czy najbliższych członków rodziny.

Turystyka rodzinna to jednak coś więcej niż zwykła podróż osób spokrewnionych ze sobą. Wspólne wędrowanie i wypoczynek dostarcza wielu, niedostępnych na co dzień, przeżyć i wrażeń. Rodzice i dzieci mają okazję spokojnie pobycć ze sobą, budować wzajemne relacje, wzmacniać łączące ich więzi. Podczas wyjazdu można razem poznawać świat, aktywnie wypoczywać, uprawiać hobby, pogłębiać duchowość itd. Rodzinne podróże są wreszcie narzędziem edukacji i wychowania najmłodszych: uczą samodzielności, odpowiedzialności, organizacji, umiejętności radzenia sobie w nieprzewidywanych sytuacjach...

Podróże rodzinne istnieją praktycznie od początku nowoczesnej turystyki, a ich podstawowe cele, mimo ewolucji, przez dziesięciolecia nie ulegały zasadniczym przewartościowaniom. Sytuacja zmieniła się jednak zasadniczo wraz z rozwojem społeczeństwa postmodernistycznego (ponowoczesnego). Zarówno na rodzinie, jak i turystyce – w sposób chaotyczny, przypadkowy, często przeciwstawny – swoje niezatarte piętno odcisnęły współczesne trendy: globalizacja, konsumpcjonizm, indywidualizm, relatywizm moralny, dominacja popkultury, nowe ruchy społeczne, problemy tożsamościowe, informatyzacja i wiele innych.

Do najważniejszych czynników kształtujących aktualnie turystykę rodzinną w Polsce należy zaliczyć:

- ilościowe i jakościowe zmiany modelu polskiej rodziny,
- ogólne trendy i przeobrażenia turystyki w świecie ponowoczesnym,

- zainteresowanie komercyjnych podmiotów rodziną jako atrakcyjnym segmentem rynku turystycznego.
Czynniki te zostaną bliżej scharakteryzowane w dalszej części artykułu.

Zmiany modelu polskiej rodziny

Mimo rewolucyjnych przemian społeczno-gospodarczych w Polsce końca XX wieku ogólne pojmowanie rodziny nie uległo zasadniczym zmianom. W poprzednim ustroju najczęściej określano ją mianem „podstawowej komórki społecznej”, współcześnie uważa się ją za „podstawową jednostkę (mikrostrukturę) społeczną”. We wszelkich badaniach socjologicznych Polacy niezmiennie deklarują swoje przywiązanie do rodziny, uważając ją za jedną z najważniejszych wartości w swoim życiu.

Nie oznacza to jednak, że transformacja ustrojowa i rozwój gospodarki wolnorynkowej nie odcisnęły wyraźnego piętna również na rodzinach. Wręcz przeciwnie, ostatnie 20 lat to okres wielu fundamentalnych przeobrażeń modelu typowej polskiej rodziny. Zmiany te mają charakter zarówno ilościowy (zmiany struktury rodziny), jak i jakościowy (zmiany relacji wewnątrz rodziny).

Drugą połowę XX wieku można uznać za czas stopniowego odchodzenia w Polsce od modelu rodziny wielopokoleniowej do modelu rodziny dwupokoleniowej (zwanej też nuklearną lub małą). Wspólne zamieszkiwanie dziadków, rodziców i dzieci ustąpiło miejsca rozwiązaniu, w którym dom tworzą tylko rodzice i dzieci. Tradycyjny model rodziny wielopokoleniowej kultywowany jest jeszcze, choć coraz rzadziej, na terenach wiejskich. Jego podtrzymywanie wynika jednak nie tyle z przywiązania do tradycji, ile ze względów ekonomicznych. W miastach wyraźnie dominuje rodzina dwupokoleniowa, która jednak w ostatnich dwóch dekadach ulega dalszym szybkim przemianom¹.

W połowie XX wieku statystyczna kobieta w Polsce rodziła 3-4 dzieci. Jeszcze w latach 80. XX w. typowa rodzina dwupokoleniowa reprezentowała **model 2 + 2** (2 rodziców + 2 dzieci). W wyniku znacznego ograniczenia liczby urodzeń dzieci w latach 90. statystyczna polska rodzina przybrała postać: **2 + 1** (2 rodziców + 1 dziecko). Taki model zaczyna dominować na początku XXI w. Stale bowiem spada współczynnik dzietności – w 2009 r. osiągnął wartość 1,398 (Rocznik statystyczny Polski 2010). Nie zapewnia to tzw. zastępowalności pokoleń. Dlatego również z tego powodu znacząco zmniejsza się liczba mieszkańców Polski. W 2002 r. liczbę rodzin w naszym kraju GUS szacował na 10,46 mln², przy czym małżeństw z dziećmi było 5,86 mln, zaś małżeństw bez dzieci – 2,37 mln (Rocznik statystyczny Polski 2010).

Warto też podkreślić, że od mniej więcej dekady coraz większą rolę odgrywa tzw. **rodzina niepełna** (monoparentna, monorodzicielska, minimalna), czyli **model 1 + 1** (samotna matka lub ojciec z dzieckiem). Według spisu powszechnego z 2002 r. takich rodzin w Polsce było 2,03 mln, czyli 19,4% wszystkich rodzin (Rocznik statystyczny Polski 2010).

1 Więcej informacji na temat przemian polskiej rodziny oraz modeli rodzin w innych kręgach kulturowych zawiera np. portal „W rodzinie”: www.rodzina-ojczyzna.pl

2 Główny Urząd Statystyczny dla celów statystycznych definiuje rodzinę jako: „zespół osób wyodrębniony w ramach gospodarstwa domowego na podstawie kryteriów biologicznych”.

Do uszczuplenia rodziny może dojść z powodów losowych lub w wyniku określonych życiowych decyzji dorosłych. W pierwszym przypadku mamy do czynienia ze śmiercią jednego z małżonków (od kilku lat śmiertelność w rodzinach utrzymuje się na podobnym poziomie – ok. 160 tys.). Zdecydowanie natomiast wzrasta znaczenie drugiego czynnika rozpadu rodzin – rozvodu lub separacji. W ciągu pierwszej dekady XXI w. liczba rozwodów wzrosła o ok. 50%, osiągając w 2009 r. 65,3 tys., z czego aż 39,3 tys. dotyczyło rodzin z dziećmi. Liczba separacji jest zdecydowanie mniejsza i wynosi 3,2 tys. (ok. 2 tys. rodzin z dziećmi) (Rocznik statystyczny Polski 2010).

Od 2004 r., czyli od wejścia Polski do Unii Europejskiej i otwarcia dla Polaków kolejnych rynków pracy, powszechnym czynnikiem destabilizującym rodzinę jest długotrwała nieobecność jednego z rodziców, związana z wyjazdem za granicę w celach zarobkowych. Mimo podejmowanych m.in. przez ministerstwo edukacji prób policzenia tzw. eurosierot, brak jest wiarygodnych całościowych danych dotyczących skali i skutków tego zjawiska.

O powadze problemu przekonują jednak np. wyniki projektu „EuroDzieci”. Diagnoza sytuacji rodzinnej i społecznej eurosierot. Tworzenie systemu wsparcia w celu przeciwdziałania wykluczeniu i marginalizacji”. Na podstawie szczegółowych badań ankietowych w 300 szkołach województwa świętokrzyskiego ustalono, że aż 15% dzieci wychowuje się w rodzinie niepełnej właśnie z powodu migracji zarobkowej co najmniej jednego z rodziców (www.eurodzieci.pl). Można przypuszczać, że w pozostałych województwach sytuacja wygląda podobnie.

Z całą pewnością więc liczba rodzin niepełnych jest aktualnie zdecydowanie większa niż wskazują na to dane spisu powszechnego z 2002 r. Odpowiedź na pytanie o ile, powinny dać wyniki Narodowego Spisu Powszechnego w 2011 r.

Dotychczasowe rozważania dotyczyły rodziny pojmowanej w tradycyjny sposób, jako prawnie zatwierdzonego związku małżeńskiego kobiety i mężczyzny. Współczesne społeczeństwa zachodnie wykształciły jednak jeszcze inne, tzw. alternatywne formy rodziny (por. np. Jabłoński, Ustasz 2001). Należą do nich:

- **formalne związki partnerskie** – jak dotąd obowiązujące w Polsce prawo nie przewiduje takiej możliwości, ale np. we Francji tzw. PACS-y w 2005 r. stanowiły 17,7% wszystkich rodzin,
- **konkubinaty** (kohabitacje), czyli nieformalne związki dwóch osób – z uwagi na brak rejestracji cywilnej bądź religijnego usankcjonowania z reguły pozbawione są istotnych przywilejów, jakimi cieszą się tradycyjne małżeństwa czy też związki partnerskie.

W ramach Narodowego Spisu Powszechnego z 2002 r. po raz pierwszy w Polsce uwzględniono konkubinaty jako jedną z możliwych form rodziny. Zarejestrowano ich wtedy nieco ponad 197 tys. (1,9%). Od tego czasu sytuacja jednak bardzo się zmieniła.

Nieformalne związki stały się bardzo popularne, zwłaszcza wśród młodych, wykształconych mieszkańców miast, z dobrą pozycją społeczną i ekonomiczną

ną (jako swoista forma „małżeństwa na próbę” lub tylko czasowego związku). Pokazują to m.in. badania I. E. Kotowskiej na reprezentatywnej grupie 3 tys. kobiet w wieku 25-40 lat. O ile w latach 1990-94 spośród pierwszych związków kobiet 12% stanowiły związki partnerskie, to w latach 2004-06 udział konkubinatów wynosił już 36%. Jak się szacuje poza małżeństwem rodzi się w Polsce ok. 20% dzieci (we Francji – aż 50%). Stosunkowo częste są też konkubinaty wśród osób starszych, rozwiedzionych, którzy nie chcą formalizować związku po negatywnych doświadczeniach z małżeństwa. W 2006 r. udział konkubinatów wśród wszystkich rodzin oszacowano na 4,5%. W ciągu 4 lat wzrósł więc ponaddwukrotnie (*Rodzina bez kontraktu* 2011).

Jeśli podobna dynamika utrzymałaby się w kolejnych latach, nieformalne związki partnerskie powinny obecnie stanowić ok. 10% polskich rodzin. Wydaje się to wielce prawdopodobne, gdyż popularność kohabitacji wzmacnia cały szereg czynników społeczno-ekonomicznych. Do najważniejszych należy zaliczyć:

- zmiana norm i wartości (np. prymat kariery nad życiem rodzinnym, powszechne odkładanie decyzji o ślubie do czasu uzyskania stabilnej sytuacji życiowej),
- przemiany obyczajowe (np. swoboda seksualna, społeczna akceptacja nieślubnych związków),
- wzorce zachowań propagowane przez media,
- bariery ekonomiczne (np. wysokie koszty usamodzielnienia) i względy formalne.

Wspomniane tradycyjne i alternatywne formy rodziny, choć dominujące we współczesnym polskim społeczeństwie, nie wyczerpują wszystkich zjawisk i przemian zachodzących w tej sferze życia. Warto wspomnieć jeszcze m.in. o:

- **rodzinie zastępczej** jako formie opieki nad dzieckiem, którego rodzice są nieznani lub pozbawieni władzy rodzicielskiej,
- **rodzinie zrekonstruowanej** – rodzinie niepełnej uzupełnionej w wyniku nowego związku małżeńskiego,
- **rodzinie patchworkowej**, w której żyją byli małżonkowie, ich obecni partnerzy oraz ich dzieci z różnych związków,
- **rodzinie opartej na formalnym lub nieformalnym związku homoseksualnym**.

Interesującym zjawiskiem są też tzw. przyszywani krewni (ciocie, wujkowie, babcie itd.). Bardzo często w przypadku fizycznego oddalenia członków rodziny, ich miejsce (i role) zajmują osoby niespokrewnione, ale pozostające w codziennym bliskim kontakcie. Traktowane są one wtedy jako pełnoprawni członkowie rodziny. Dla Polaków bowiem równie ważne jak więzy krwi, okazują się bezpośrednie relacje i bliskość emocjonalna.

W kontekście przedstawionych informacji na temat przeobrażeń struktury i charakteru „podstawowej jednostki społecznej”, rodzą się fundamentalne pytania: w jaki sposób zdefiniować turystykę rodzinną?, które podróże zaliczyć do tej grupy?, czy warunkiem koniecznym jest pozostawanie we wspólnym gospodarstwie domowym, czy też więzy krwi?, czy turystyka rodzinna dotyczy wszystkich członków formalnej lub nieformalnej rodziny (a więc np.

tylko dwóch osób dorosłych), czy też niezbędne jest podróżowanie razem z nieletnimi dziećmi?

Rozstrzygnięcie tych terminologicznych dylematów z pewnością wymaga szerszej dyskusji. Wobec dużej różnorodności form współczesnej rodziny oraz praktycznych trudności w identyfikacji pokrewieństwa turystów, na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto zawężony zakres pojęcia „turystyka rodzinna”. Dalsze rozważania będą więc dotyczyć przede wszystkim podróży turystycznych z dziećmi, a nie szeroko rozumianej turystyki rodzinnej.

Zmiany relacji w rodzinie

Niezwykle dynamiczna ewolucja współczesnej polskiej rodziny ma charakter nie tylko ilościowy, ale i jakościowy. Do najważniejszych przeobrażeń zachodzących w ramach tej drugiej grupy należy zaliczyć zasadnicze zmiany hierarchii i charakteru relacji pomiędzy poszczególnymi jej członkami.

W ciągu 20-30 lat w rodzinie nastąpiła istotna zmiana pozycji i ról małżonków oraz dziecka. Praktycznie zaniknęła już tradycyjna forma rodziny oparta na dominującej pozycji mężczyzny – głównego żywiciela i głowy rodziny. Zastąpiona ona została związkami opartymi na partnerstwie, w których małżonkowie wspólnie podejmują ważne decyzje życiowe.

Zasadniczo zmieniła się również pozycja w rodzinie dzieci, do niedawna całkowicie podporządkowanych woli i postanowieniom rodziców. Obecnie coraz częściej traktowane są one podmiotowo, po partnersku, a ich prawa są dostrzegane i respektowane przez dorosłych.

Wzmocnienie pozycji kobiety i dzieci zaowocowało równiejszym podziałem rodzinnych obowiązków i przywilejów. W praktyce to równouprawnienie przejawia się w wielu codziennych sytuacjach, kiedy brane są pod uwagę indywidualne potrzeby, oczekiwania i pragnienia wszystkich członków rodziny, a nie tylko osób posiadających władzę decyzyjną. Jedną z nich może być np. wspólne podejmowanie decyzji o wypoczynku wakacyjnym. W ustalaniu kierunku wyjazdu, jego charakteru, długości, trasy podróży itp. coraz częściej partycypują starsze (nastoletnie) dzieci.

Wynika to nie tylko ze wspomnianej zmiany podejścia rodziców do dzieci, ale także z obserwowanego we współczesnym świecie procesu ogólniejszej natury: zamiany ról nauczyciel – uczeń. Do niedawna to dorośli byli dla dzieci przewodnikami w życiu, odkrywali dla nich świat, wyjaśniali napotkane zjawiska, przekazywali wiedzę etc. Jednak wobec nadzwyczajnego przyspieszenia postępu cywilizacyjnego w ostatnim czasie, szkolna wiedza dorosłych sprzed kilkunastu czy kilkadziesiątu lat okazuje się już przestarzała, niewystarczająca. W wielu dziedzinach życia zdecydowanie lepiej orientują się dzieci i to one stają się nauczycielami dorosłych.

Do zagadnień, w których młodzi ludzie mają wyraźną przewagę nad starszymi można zaliczyć m.in. obsługę komputerów, znajomość języków obcych czy posługiwanie się nowymi technologiami. Na polu turystycznym umiejętności te mogą być wykorzystywane np. do: poszukiwania informacji oraz dokonywania rezerwacji i zakupów przez Internet, nawiązywania kontaktów za granicą i komunikacji z przestają być wyłącznie biernymi uczestnikami wyjaz-

dów, a stają się ekspertami, nieodzownymi w sprawnym planowaniu i realizacji podróży turystycznych.

Przedstawione rozważania opierają się na ogólnych obserwacjach socjologicznych i mają w dużej mierze charakter hipotezy badawczej, którą należałoby zweryfikować w szczegółowych badaniach zachowań turystycznych polskich rodzin. Sygnalizowany wzrost aktywnego udziału dzieci w rodzinnych wyjazdach turystycznych z pewnością ma miejsce, niewiadomą pozostaje tylko natężenie i skala tego zjawiska.

Turystyka a ponowoczesność

Przemiany turystyki w dzisiejszym postmodernistycznych społeczeństwach są przedmiotem stałej pogłębionej refleksji socjologów na świecie i w Polsce (Urry 1995, 2007, Bauman 1996, MacCannell 2002, Podemski 2004). Turystyka traktowana bywa nawet jako doskonałe zwierciadło współczesnej kultury konsumpcyjnej (Rymarczyk 2006), w której znajdują swoje wyraziste odbicie materialistycznie nastawione społeczeństwa i jednostki. Nie bez przyczyny D. MacCannell nazywa turystów nową klasą próżniaczą.

Turystyka rodzinna, będąc częścią szerszego zjawiska, z pewnością znajduje się pod wpływem szeregu ogólnych trendów i zjawisk zachodzących w turystyce XXI w. Warto więc choćby w skrócie przypomnieć najważniejsze cechy charakteryzujące współczesne podróże turystyczne. Należą do nich:

- ciągle poszukiwanie nowych doznań i emocji, stała pogoń za nowością, zaskoczeniem, zachwytem (nieustanny „pęd ku nowemu” – Kołakowski 2004),
- dążenie do ilościowego multiplikowania wrażeń kosztem jakości doznań i przeżyć,
- typowy dla postmodernizmu kolaż walorów i wrażeń – potrzeba doznawania coraz to nowych i silniejszych bodźców pobudzających emocje. W przypadku turystyki rodzinnej możemy chyba mówić o swego rodzaju zderzeniu (a może już konflikcie?) dwóch estetyk: „kolorowych obrazków” pokolenia MTV i „kolorowych obrazków” pokolenia gier komputerowych³,
- niechęć do wysiłku, również intelektualnego – w powszechnym wyobrażeniu wakacje nie kojarzą się z pogłębianiem wiedzy czy poszukiwaniem przeżyć duchowych, lecz wypełnionymi przyjemnościami wypoczynkiem i rozrywką (Rymarczyk 2006)⁴,
- przymus hedonizmu, zabawy – zachodnia kultura masowa nakazuje czerpanie przyjemności z turystyki, a odczuwanie przyjemności traktowane jest wręcz jako swoisty obowiązek turysty (Turner 1996, Rymarczyk 2006),
- „kodakizacja”⁵ – przemożna chęć posiadania świata na własność, przejawiająca się w maniakalnym kolekcjonowaniu symulaków (zdjęć, filmów),

3 Młodzi turyści, wychowani na grach komputerowych, wymagają nie tylko zwiększenia częstotliwości bodźców, ale i interaktywności atrakcji turystycznych.

4 Inna rzecz, że brak elementarnej wiedzy szkolnej często uniemożliwia rozumienie otaczającej rzeczywistości.

5 Termin „kodakizacja” pochodzi z ery fotografii analogowej. Wraz z upowszechnieniem fotografii cyfrowej opisywane zjawisko gwałtownie przybrało na sile, ale jak dotąd nie doczekało się jeszcze nowego określenia.

będących namacalnym dowodem „bycia” w danym miejscu i po powrocie z podróży „reprodukowanych bez końca” (Urry 1995) w celu zaimponowania znajomym i rodzinie,

- potężny wpływ mass mediów, m.in. w zakresie kreowania sztucznego świata, wywoływania mody na pewne miejsca czy sposoby wypoczynku (jeździemy tam, gdzie „trzeba pojechać”, by zobaczyć to, co „trzeba zobaczyć” – Rymarczyk 2006),
- konieczność dostosowania oferty do gustów tzw. przeciętnego turysty (zwykły rachunek ekonomiczny wymusza stałe obniżanie wymagań).

I. Miedzińska, M. Szablikowska-Manyś (2004) zwracają uwagę na jeszcze inne cechy dzisiejszej turystyki i turystów:

- umowność sytuacji,
- beztroskę, radość uczestnictwa,
- hedonizm, narcyzm,
- podążanie za modą (przemodne pragnienie poczucia bycia „trendy”),
- potrzebę uznania, kreowanie własnego wizerunku.

Współczesny przemysł turystyczny przybiera postać turystycznego „fast foodu” (Miedzińska, Szablikowska-Manyś 2004), swoistej fabryki doznań, która ma obsłużyć turystów szybko, łatwo i przyjemnie. Taka oferta skierowana jest przede wszystkim do osób czynnych zawodowo, o dobrej sytuacji materialnej, dysponujących jednak małą ilością akceptowanego czasu wolnego i chętnie korzystających z usług wyspecjalizowanych firm turystycznych zapewniających kompleksową obsługę (najlepiej *all inclusive*).

Dlatego G. Ritzer (2001) wspomina o mcdisneyizacji turystyki. Poszczególne atrakcje turystyczne traktowane są jako szczególne „świętynie konsumpcji”, w których następuje pospieszna, pozbawiona głębszej refleksji, konsumpcja scenarii (obrazów) oraz przypisanych jej emocji (tzw. *story*, skojarzenia i stereotypy). Apogeum takiej komercjalizacji miejsc dotyczy sytuacji, w których za atrakcje turystyczne uznaje się parki rozrywki lub wielkie centra handlowe, a więc miejsca od początku do końca stworzone i zaprojektowane z myślą o wyciąganiu odwiedzającym pieniędzy z kieszeni (Urry 1995, za Rymarczyk 2006).

Jeszcze inną znaną cechą współczesnej turystyki podkreślają socjologowie (m.in. Bauman 1996), pisząc o turyście podróżującym w „bańce środowiskowej” (ang. *environmental bubble*). Lokator takiej „ochronnej bańki” nie nawiązuje żadnych głębszych relacji z otoczeniem poza absolutnie niezbędnymi kontaktami. Pozwala mu to zachować komfort psychiczny: unikać nieprzyjemnych doznań, wycofywać się z niechcianych interakcji, a do wnętrza swojego „kokona” wpuszczać tylko takie rzeczy, które nie zburzą jego dobrego samopoczucia, nastroju, przyzwyczajzeń itd.

Bańka środowiskowa dotyczy nie tylko sfery towarzysko-psychologicznej, ale również materialnej. Podróżny stara się zabrać ze sobą część swego własnego środowiska (przedmioty osobiste, urządzenia etc.), która ma umożliwić mu bezstresowy pobyt w obcym (wrogim?) otoczeniu.

Widocznym przejawem „ochronnej bańki” jest współcześnie najpopularniejszy środek transportu – samochód osobowy. Auto dało turystom nie-

wyobrażalną wcześniej wolność podróżowania, ale równocześnie skutecznie „odcięło” ich od otoczenia. Podróżni (bardzo często całe rodziny) siedzą w samochodzie niczym w metalowej bańce i tak odizolowani od świata przemieszczają się do celu. Nie muszą przy tym nawiązywać prawie żadnych głębszych relacji ani z ludnością miejscową, ani z innymi podróżującymi (wystarczą tylko krótkie, powierzchowne kontakty na postojach i noclegach). Co więcej, pasażerowie zabierają do auta swój świat (ulubione przedmioty, książki, muzykę, rozmowy we własnym języku, życiowe problemy itd.), który wcale nie musi mieszać się ze światem zewnętrznym (odwiedzanej społeczności). Dlatego nawet będąc za granicą mogą czuć się jak w domu.

Jeszcze innym przykładem indywidualnej, osobistej „ochronnej bańki” jest rozpowszechniony wśród młodzieży zwyczaj słuchania muzyki z przenośnych odtwarzaczy. Włożenie słuchawek do uszu i włączenie ulubionej „muzy” skutecznie izoluje od nieprzyjemnego otoczenia i pozwala zanurzyć się we własnym, bezpiecznym świecie. Znamienne przy tym jest, że podczas podróży wielu młodych ludzi nie odczuwa nawet potrzeby „wyjścia” ze swej bańki, a próby jej „zburzenia” z zewnątrz uznaje za naruszenie swojej prywatności.

Rodzina jako segment współczesnej turystyki

W społeczeństwach zamożnych – a do takich przecież aspirujemy – gospodarstwa domowe dysponują dość znacznym budżetem swobodnych decyzji. Są to swoiste nadwyżki finansowe, które pojawiają się po zaspokojeniu wszystkich podstawowych, egzystencjalnych potrzeb członków rodziny. Pieniądże te mogą być przeznaczane na różnego rodzaju przyjemności realizowane podczas czasu wolnego.

Należy przy tym wyraźnie zaznaczyć, że na tzw. rynku czasu wolnego panuje aktualnie bardzo silna konkurencja. O pieniądze z budżetu swobodnych decyzji ostro rywalizują bardzo różne podmioty: telewizja, Internet, centra handlowe, rodzinne centra rozrywki, imprezy kulturalne, wydarzenia sportowe i wiele innych. Reprezentują one bardzo szerokie spektrum usług rozrywkowych, rekreacyjno-wypoczynkowych, sportowych, edukacyjnych itp. Podróżowanie nie jest więc jedyną atrakcyjną możliwością spędzania wolnych chwil w gronie rodziny.

Aby skutecznie rywalizować o względy potencjalnych klientów (oraz ich pieniądze), firmy turystyczne muszą po pierwsze jak najlepiej dostosować swą ofertę do potrzeb odbiorców, po drugie zaś – dotrzeć do nich ze skutecznym przekazem informacyjno-promocyjnym. Warto przy tym podkreślić, że rodziny z dziećmi są bardzo specyficznym segmentem rynku turystycznego, wymagającym wielu dodatkowych usług i udogodnień, specjalnych ulg, niestandardowej obsługi, życzliwości, przyjaznej atmosfery, a często także dużo tolerancji i wyrozumiałości.

Wśród elementów oferty turystyki rodzinnej należy wymienić m.in.:

- zwolnienie z opłat małych dzieci (muzea, hotele, transport),
- zniżki i rabaty (przejazdy rodzinne, rodzinne bilety wstępu, pobyt dzieci w hotelu),

- udogodnienia dla rodzin z dziećmi (przewijalnia, podgrzewacz do butelek, łóżeczko, krzeselko do karmienia, pokój/plac zabaw, dziecięce kanały w TV),
- dodatkowe usługi (opiekunka, animacja, dziecięce menu, wypożyczenie wózka/sanek),
- profilowana informacja turystyczna,
- specjalne atrakcje dla rodziców z dziećmi (centra nauki, rodzinne parki rozrywki, aquaparki, rekonstrukcje historyczne, gry miejskie).

Branża turystyczna w Polsce zaczyna w ostatnich latach dostrzegać potencjał ekonomiczny turystyki rodzinnej. Mimo konieczności modyfikacji standardowych usług oraz związanych z tym dodatkowych kosztów i uciążliwości, coraz częściej pojawiają się odpowiednio profilowane oferty turystyczne dla rodzin podróżujących z dziećmi. Należą do nich m.in.:

- przygotowane przez niemal wszystkich dużych touroperatorów specjalne pakiety wakacyjne, np. Happy Family biura Oasis Tour, Wakacje rodzinne z figloklubami, taryfa „Dzieciaki górą” oraz wycieczki do rodzinnych parków rozrywki biura Rainbow Tours,
- „Hotele przyjazne rodzinie” – w 2011 r. w III edycji konkursu pod tym tytułem wzięło udział 70 obiektów z całej Polski,
- szlak „Małopolska Wieś dla Dzieci”, który tworzy 16 gospodarstw agroturystycznych zapewniających nie tylko bezpieczną infrastrukturę (ogrodzony teren zabaw) czy dodatkowe atrakcje dla dzieci w różnym wieku (park liny, basen), ale także ekologiczną regionalną kuchnię, możliwość kontaktu ze zwierzętami, warsztaty edukacyjno-artystyczne, konkursy, wycieczki itp.⁶,
- parki tematyczne, m.in.: dinozaurów (m.in. w Bałtowie, Kołacinku, Krasiejowie, Łebie, Solcu Kujawskim Zatorze), miniatur (m.in. w Inwałdzie, Kowarach, Pobiedziskach), miasteczka westernowe (m.in. w Ściegnach, Mrągowie)⁷ – www.parkmania.pl,
- profilowane portale internetowe (np. www.rodzinny-krakow.pl) oraz coraz liczniejsze przewodniki turystyczne (np. Polska z dziećmi... 2009, Perchał, Lipkowski 2010, Polska z dzieckiem... 2010, Dudzińska 2011, Jędrzejewski 2011), zawierające informacje o atrakcjach turystycznych dobranych pod kątem zainteresowań zarówno dorosłych, jak i dzieci oraz praktyczne rady, jak zaplanować interesującą rodzinną eskapadę.

Wszystko wskazuje na to, że w najbliższym czasie oferta ta będzie dalej poszerzana, a rodziny z dziećmi staną się stałym i ważnym segmentem rynku turystycznego w Polsce.

Podsumowanie

Turystyka rodzinna (niezależnie od sposobu definiowania) stanowi niezwykle ważną, integralną częścią jednostkowej biografii turystycznej każdego

6 www.agroturystyka.wrotamalopolski.pl/Dzial.aspx?id=10

7 Istnieje jednak realne niebezpieczeństwo, że tego typu sztuczne atrakcje mogą szybko przekształcić się w tzw. pułapki turystyczne (*tourist trap*). Istotą pułapek turystycznych wg Z. Kruczka (2009) są następujące cechy: mają przyciągać turystów za wszelką cenę; bazują na niewybrednych gustach; stanowią kicz, obiekt, wydarzenie, rzecz bez wartości kulturowych albo lokowaną w niskiej kulturze; mają na celu przede wszystkim wyciągnięcie od turystów pieniędzy. Egzemplifikacją tego typu kiczowatych atrakcji mogą być popularne w USA domy strachu (*haunted houses*).

człowieka (por. Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2010). Do tej kategorii da się przecież zakwalifikować większość podróży turystycznych w naszym życiu, mimo że podczas ich trwania odgrywamy różne role. Najpierw podróżujemy z rodzicami – mniej lub bardziej świadomie poznajemy świat podążając wybranymi przez nich ścieżkami. Później, korzystając z zebranego doświadczenia życiowego, sami stajemy się przewodnikami dla naszych dzieci.

Nie jest więc żadnym zaskoczeniem, że pierwotna (kształtowana w okresie zależności od rodziców) przestrzeń urlopowo-wakacyjna znacząco wpływa na przestrzeń i zachowania rekreacyjno-wypoczynkowe dorosłego człowieka. Badania J. Kowalczyk-Anioł (2007) dowodzą, że to właśnie doświadczenia wyniesione z dzieciństwa (podróże z rodzicami) wraz z wykształceniem w największym stopniu determinują przyszłą aktywność turystyczną człowieka. Większość z nas bowiem, świadomie lub nie, w znacznym stopniu powiela wzorce zachowań turystycznych wyniesione z domu rodzinnego⁸.

Dlatego tak istotna jest identyfikacja współcześnie zachodzących przeobrażeń turystyki rodzinnej. Na podstawie przeprowadzonej analizy do najważniejszych zjawisk i procesów w tym zakresie należy zaliczyć:

- zmianę struktury polskiej rodziny, przejawiającą się dominacją rodzin małych (model 2 + 1 lub 1 + 1), a także wzrostem znaczenia tzw. alternatywnych form rodziny. Używając terminu „turystyka rodzinna” musimy pamiętać, że coraz większa część podróżujących, choć spokrewniona, nie tworzy tradycyjnie pojmowanej rodziny, lecz pozostaje w innych, nieformalnych związkach,
- wzrost znaczenia dzieci w planowaniu, przygotowywaniu i realizacji wyjazdów (zamiana ról: nauczyciel-uczeń),
- zagrożenie efektywności edukacyjno-wychowawczej roli turystyki rodzinnej przez typowy dla społeczeństwa ponowoczesnego konsumpcyjny styl życia, który traktuje podróżowanie jedynie jako źródło przyjemności, zabawy, ekscytujących wrażeń, nieustannej pogoni za nowością, zaskoczeniem i zachwytem itd.,
- wyodrębnienie rodzin z dziećmi jako specyficznego segmentu rynku turystycznego, który wymaga indywidualnego podejścia i specjalnie profilowanej oferty.

Poruszone w niniejszym artykule problemy z pewnością nie wyczerpują wszystkich zjawisk dotyczących rodzinnego podróżowania w naszym kraju. Jesteśmy bowiem świadkami niezwykle dynamicznych i głębokich przemian zarówno polskiego społeczeństwa, jak i polskiej rodziny. Dlatego też turystyka rodzinna powinna stać się przedmiotem intensywnych interdyscyplinarnych badań. Ich wyniki mogą okazać się ważne nie tylko dla samej branży turystycznej, ale również dostarczyć wielu cennych informacji o kondycji polskiego społeczeństwa i polskiej rodziny.

⁸ Choć oczywiście jest także, zdecydowanie mniejsza, grupa osób, które całkowicie negują model wypoczynku swoich rodziców.

Bibliografia:

- Bauman Z. (1996), *Tourists and Vagabonds. Heroes and Victims of Postmodernity*, Political Science Series, 30 / 1996, Institute for Advanced Studies, Vienna.
- Dudzińska A. (2011), *Śląskie z dzieckiem. Na pogodę. Na niepogodę*, Śląska Organizacja Turystyczna, Katowice (w wersji elektronicznej: http://gosilesia.pl/pl/ksiazka/pokaz/35/Slaskie_z_dzieckiem)
- Jabłoński D., Ustasz L. (2001), *Zarys wiedzy o rodzinie, małżeństwie, kohabitacji i konkubinacie. Perspektywa antropologii kulturowej i ogólnej*, Adia-phora, Olsztyn.
- Jędrzejewski D. (2011), *Rodzinne wakacje. Jak połączyć pobyt w SPA z aktywnym wypoczynkiem i atrakcjami dla dzieci*, National Geographic, Wydawnictwo G+J RBA, Warszawa.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. (2010), *Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie*, PWE, Warszawa.
- Kołąkowski L. (2004), *Mini wykłady o maxi sprawach*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- Kowalczyk-Anioł J. (2007), *Rozwój przestrzeni urlopowo-wakacyjnej rodzin studentów Uniwersytetu Łódzkiego*, Monografia Naukowa Szlakami Nauki nr 34, ŁTN, Łódź.
- Kruczek Z. (2009), *Między atrakcją a pułapką turystyczną. Dylematy turystyki kulturowej XXI wieku*, [w:] *Kultura i turystyka – razem, ale jak?*, pr. zb. pod red. A. Stasiaka, Wydawnictwo WSTH w Łodzi, Łódź.
- MacCannell D. (2002), *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Wyd. Muza S.A., Warszawa.
- Mały rocznik statystyczny Polski 2010, GUS, Warszawa (wersja elektroniczna: http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_rs_rocznik_statystyczny_rp_2010.pdf).
- Miedzińska I., Szablikowska-Manyś M. (2004), *Współczesne tendencje wykorzystania czasu wolnego. Rozważania i peregrynacje*, s. 99-105.
- Perchał A., Lipkowski Ł. (2010), *Rodzinny przewodnik turystyczny. Narty w Małopolsce*, ItSerwis.
- Podemski K. (2004), *Socjologia podróży*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Polska z dzieckiem. Przewodnik dla całej rodziny* (2010), Pascal, Bielsko-Biała.
- Polska z dziećmi. Przewodnik turystyczny* (2009), Carta Blanca, Warszawa.
- Ritzer G. (2001), *Cudowny świat konsumpcji*, Muza SA, Warszawa.
- Rocznik demograficzny 2010, GUS, Warszawa (w wersji elektronicznej: http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_rs_rocznik_demograficzny_2010.pdf).
- Rodzina bez kontraktu* (2011), rozmowa z prof. Ireną E. Kotowską, *Gazeta Wyborcza*, 02.06.2011 r.
- Rymarczyk P. (2006), *Turystyka jako zwierciadło współczesnej kultury konsumpcyjnej*, [w:] *Turystyka i rekreacja – wymiary teoretyczne i praktycz-*

ne, pr. zb. pod red. J. Kosiewicza i K. Obodyńskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów, s. 28-32.

Rymarczyk P., Femiak J. (2007), Obligatoryjny hedonizm jako źródło deformacji doświadczenia turystycznego, [w:] Bariery kulturowe w turystyce, pr. zb. pod red. Z. Krawczyka, J. W. Sienkiewicza i E. Lewandowskiej-Tarasiuk, Almamer, Warszawa, s. 163-174.

Urry J. (1995), *Consuming Places*, Routledge.

Urry J. (2007), *Spojrzenie turysty*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Strony internetowe:

<http://www.agroturystyka.wrotamalopolski.pl/Dzial.aspx?id=10>
(15.07.2011)

<http://www.dzieckowhotelu.pl> (15.07.2011)

<http://www.eurodzieci.pl> (15.07.2011)

<http://www.rodzina-ojczyzna.pl> (15.07.2011)

<http://www.rodzinny-krakow.pl> (15.07.2011)