

Alina Zajadacz, Ilona Potocka

**Percepcja walorów turystycznych  
przez osoby niesłyszące na tle słyszącej  
części społeczeństwa w Polsce**

---

Możemy mówić o niektórych stanach swojego umysłu  
wywołanych przez doświadczanie rzeczywistości,  
ale nie o samej rzeczywistości.  
(W. Duch 2008)

**Wprowadzenie**

W artykule podjęto próbę wykazania podobieństw i różnic w percepcji walorów turystycznych<sup>1</sup> przez słyszących i niesłyszących turystów. W pierwszej części przedstawiono problemy percepcji w ujęciu teoretycznym, ze szczególnym uwzględnieniem percepcji słuchowej. Część druga prezentuje wyniki badań przeprowadzonych wśród słyszących oraz niesłyszących uczestników ruchu turystycznego. Ich celem było rozpoznanie: czy turyści niesłyszący<sup>2</sup> (posługujący się Polskim Językiem Migowym – PJM) mają odmienne preferencje w zakresie walorów turystycznych w stosunku do osób słyszących oraz które z walorów (zarówno przyrodniczych, jak i kulturowych) są dla osób niesłyszących najbardziej

---

<sup>1</sup> Pojęcie walorów nie będzie w niniejszym artykule definiowane. Przegląd definicji walorów turystycznych znaleźć można m.in. w pracach A. Kowalczyka (2000), K. Kożuchowskiego (2005), T. Lijewskiego i in. (2008), I. Potockiej (2009).

<sup>2</sup> Szacuje się, iż w Polsce żyje ponad 100 tys. osób niesłyszących i niedosłyszących. Liczba zrzeszonych w Polskim Związku Głuchych wynosi 58 853, w tym: dorośli (w wieku 19–60 lat) niesłyszący 16 080 osób i słabosłyszący 18 865 osób, dorośli (> 60 lat): niesłyszący 9700 osób i słabosłyszący 14 208 osób (sprawozdanie statutowe PZG za 2009 r.).

istotne. Wnioski wynikające z przeprowadzonych analiz mają charakter aplikacyjny, obejmują wskazówki dla organizatorów turystyki w zakresie tworzenia oferty turystycznej adresowanej do osób posługujących się PJM, uwzględniającej ich preferencje, możliwości percepcji oraz zapewniającej jak najwyższy stopień satysfakcji z turystycznej podróży.

### **Teoretyczne ujęcie percepcji – wybrane zagadnienia**

Percepcja jest zjawiskiem wysoce złożonym i stanowi przedmiot badań wielu dyscyplin i dziedzin nauki, w szczególności psychologii, filozofii, neurofizjologii i anatomii oraz fizyki. Zdefiniować ją można krótko jako postrzeganie, uświadomioną reakcję narządu zmysłowego na bodziec zewnętrzny (Kopaliński 2000). System percepcyjny tworzą różne modalności, tj. wzrok, słuch, węch, dotyk i smak, mające na celu pozyskiwanie informacji o otoczeniu na podstawie danych uzyskanych z sygnałów docierających do organów zmysłowych człowieka.

Świat zmysłowy jest syntezą danych uzyskanych w akcie percepcji. Rzecz, którą widzimy, możemy jednocześnie dotknąć, może być ona źródłem dźwięku lub zapachu, chociaż niewielka liczba obiektów dostarcza informacji o swoich własnościach przez wszystkie zmysły. Zazwyczaj wykorzystywany jest zmysł wzroku (Judycycki 2008).

U człowieka system wzrokowy dominuje tak dalece, że w sytuacjach kiedy dane są zarówno bodźce wzrokowe, jak i słuchowe, te pierwsze mają zdecydowany prymat nad drugimi [...]³ (Klawiter, Preis 2006).

Prowadzone dotychczas badania wskazują, że wzrok człowieka odbiera ok. 87% bodźców płynących z otoczenia, słuch – 7%, węch – 3–5%, dotyk – 1–5%, a smak – 1% (*Visual Landscape...* 1994, za: Pietrzak 2008).

Przedmiotem percepcji są obiekty fizyczne (w przeciwieństwie do obrazów sennych czy obiektów matematycznych i innych), ich własności,

---

<sup>3</sup> Twierdzenie to jest bardzo istotne dla poruszanego w niniejszym artykule problemu. Wskazywałoby bowiem, że osoby niesłyszące mogą, korzystając ze zmysłu wzroku, spostrzegać niemalże w pełni występujące walory turystyczne. Rodzi się jednak pytanie, czy dotyczyć to będzie wszystkich typów walorów turystycznych w równym stopniu?

zdarzenia i procesy, a także fakty, które istnieją niezależnie od tego, czy ktoś je w danej chwili dostrzega czy też nie. Obiekty te poprzez oddziaływanie na aparat zmysłowy wywołują konkretne stany percepcyjne. Jednakże nie każdy obiekt fizyczny jest przedmiotem percepcji. Przykładem mogą być, uznawane za obiekty fizyczne, cząstki elementarne, pole magnetyczne czy też kosmos, które są poza spostrzeganiem zmysłowym (Judycki 2009).

Zważywszy na powyższe twierdzenia, również nie wszystkie walory turystyczne mogą być przedmiotem percepcji zmysłowej (wiemy, że są, lecz nie możemy odebrać ich żadnym ze zmysłów). Przykładem będą walory niematerialne, np. kultura duchowa, tj. wierzenia, prawo moralne, normy estetyczne czy znajomość technik wytwórczych. Spostrzegane mogą być w tym przypadku przejawy tych niematerialnych walorów (np. zastosowanie znajomości techniki lepienia z gliny do wyrobu glinianych naczyń w skansenie podczas „żywej interpretacji” dziedzictwa).

Warto byłoby również w tym miejscu odnieść się do wrażeń oraz spostrzegania, gdyż pojęcia te czasem utożsamiane są z percepcją. Dopiero w czasach nowożytnych zaczęto odróżniać wrażenia (*sensatio*) od spostrzeżeń (*perceptio*). Wrażenia to reakcja ośrodkowego układu nerwowego na bodźce wywołujące impulsy, bierna wrażliwość na energię działającą z zewnątrz lub uświadamianie sobie stanu wzbudzonych receptorów. Wrażenia są początkowym etapem procesu poznawczego, obejmują bezpośrednią aktywność układu sensorycznego, reagującego na pojedyncze bodźce, np. dźwięki, promienie światła. Spostrzeganie jest złożonym procesem przetwarzania, integracji oraz interpretacji wielu bodźców docierających do naszego umysłu (Bell i in. 2004). Wrażenia są mało zbadaną w turystyce kwestią (przede wszystkim ze względu na trudności metodologiczne). Niektórzy badacze twierdzą, że finalnym produktem turystycznym nie są usługi turystyczne (noclegi, transport), ale właśnie wrażenia, spostrzeżenia, doznania czy też przeżycia doświadczane przez turystów podczas zwiedzania (Nowacki 2003).

Percepcja ma miejsce w przestrzeni, a w jej centrum znajduje się podmiot percepcji.

Podobnie jak w przypadku widzenia, także i w słyszeniu mamy do czynienia z przestrzenią egocentryczną, albowiem zarówno odległość, jak i położenie źródła dźwięku, relatywizowane są do perceptora (Klawiter, Preis 2006).

Dla zmysłu wzroku lub słuchu przedmiot będzie widoczny bądź słyszany do momentu, aż nie znajdzie się zbyt daleko od nas. Pole percepcji dotykowej będzie wyglądało inaczej – coś będzie w zasięgu ręki lub nie (i nie będzie dotykowo obecne). Od podmiotu percepcji – człowieka i jego umysłu (świadomości) – będzie zależało również to, jak te same obiekty, procesy i zjawiska będą spostrzegane. Istotnym składnikiem percepcji jest w tym przypadku intencjonalność, rozumiana jako aktywność podmiotu, który odnosi się do określonych treści, interpretuje sygnały, które do niego docierają, nadaje im pewien sens wykorzystując posiadane doświadczenie (Judycki 2008). Percepcja jest procesem subiektywnym. W ujęciu fenomenologicznym „widzenie” świata obejmuje elementy pochodzące z naszego doświadczenia, pamięci, cech osobniczych (Bell i in. 2004), jest odwzorowaniem skali wartości zakodowanej w umyśle człowieka, a nie realnie istniejącej rzeczywistości (Kostrowicki 1992). Opozycyjny pogląd, zakładający że poznawany świat istnieje obiektywnie, niezależnie od ludzkiego umysłu, jest charakterystyczny dla realizmu teoriopoznawczego lub epistemologicznego. Realizm naiwny, opierając się na zdrowym rozsądku, przyjmuje, że każdy przedmiot poznania jest identyczny z jego obrazem w umyśle człowieka. Realizm krytyczny zakłada, że proces i rezultat poznania jest uwarunkowany dwojako – obiektywnie lub przedmiotowo przez naturę poznawanych rzeczy i zjawisk oraz subiektywnie lub podmiotowo przez właściwości zmysłów i umysłu człowieka (Lipniacki 1986).

Podczas naukowego (filozoficznego) wyjaśniania percepcji należy wziąć pod uwagę wiele zagadnień związanych z naturą umysłu, świadomości, intencjonalności, uwzględnić naturę pojęć i sądów itd. Dotychczas nie powstała całościowa teoria przyrodnicza, na której można by oprzeć wyjaśnienie problematyki spostrzegania zmysłowego (Judycki 2009). Współczesna filozofia porusza problem percepcji w kontekście wspomnianego realizmu i idealizmu, lecz nie są to teorie rozpatrujące mechanizmy percepcji, lecz jedynie stanowią próbę odpowiedzi na pytanie, co jest przedmiotem percepcji. Według S. Judyckiego (2009)

[...] wyjaśnienie percepcji zmysłowej będzie możliwe dopiero wtedy, gdy będziemy dysponowali przyrodniczą teorią wyjaśniającą świadomość w ogóle, bo przecież ludzka percepcja zmysłowa jest zjawiskiem, którego główny sens rozgrywa się na poziomie świadomym.

Autor ten dodaje, że ujmując problem sceptycznie nigdy nie powstanie przyrodnicza teoria wyjaśniająca świadomość, stąd też pełne wyjaśnienie percepcji zmysłowej nie będzie możliwe.

### **Znaczenie percepcji słuchowej w odbiorze otoczenia, w tym walorów turystycznych**

Percepcja jest źródłem informacji zapewniających człowiekowi przetrwanie. Dzięki niej możemy określić, z którym „p” – przyjaciel, przeciwnik, pożywienie, partner – mamy w danym momencie do czynienia (Dennett 1981, za: Klawiter 1999) i odpowiednio zareagować. System słuchowy, tak samo jak system wzrokowy, pozwala człowiekowi zdobyć informacje o tym, co dzieje się wokół niego (Klawiter 1999). Co więcej, w konkretnych sytuacjach, np. w ciemności słuch jest bardziej skutecznym zmysłem niżli wzrok.

W tradycyjnym podejściu do percepcji słuchowej funkcjonuje pogląd, że jej celem jest dostarczenie informacji o dźwiękach, a nie o przedmiotach, które są źródłem dźwięków. W teorii ekologicznej J.J. Gibsona (1986) dźwięki są nośnikami informacji o przedmiotach – słyszymy przedmioty, zdarzenia. Słyszac zbliżający się samochód możemy ocenić jego wielkość, odległość oraz prędkość, po jakim podłożu się porusza, czy jedzie w otwartej przestrzeni, czy drogą z ekranami akustycznymi, a często możemy określić jego klasę (Gaver 1993).

A. Klawiter i A. Preis (2006) podkreślają, że słuch pełni taką samą funkcję, jak wzrok, tyle że za pomocą wzroku informację uzyskujemy z fali elektromagnetycznej, a za pomocą słuchu z fali akustycznej. Autorzy przyjęli, że słyszenie, podobnie jak widzenie, ma na celu zdobycie informacji o otaczających nas obiektach.

Tak, jak nie widzimy fali świetlnej, lecz przedmioty, które dostrzegamy dzięki informacji wydobytej z niosącej ją fali świetlnej, tak samo nie słyszymy fali akustycznej, lecz przedmioty, które rozpoznajemy dzięki informacji uzyskanej z niosącej ją fali akustycznej (Klawiter, Preis 2006).

W trakcie słyszenia naturalnego (obok słyszenia muzycznego oraz słyszenia mowy) informacje przetwarzane są na trzech poziomach: poziomie słyszenia akustycznego, poziomie słyszenia przestrzeni oraz na

poziomie słyszenia przedmiotu i jego własności (Marr 1982 za: Klawiter, Preis 2006). Słyszenie akustyczne polega na rozpoznawaniu akustycznych cech sygnału dźwiękowego (głośność, wysokość, barwa, subiektywny czas trwania dźwięków). Słyszenie przestrzeni wymaga według większości badaczy dwojga uszu, pozwala rozpoznawać położenie przedmiotów w otoczeniu. Trzeci poziom – słyszenie przedmiotu, ustalenie jego wizerunku słuchowego – następuje po zidentyfikowaniu cech dźwięków oraz zlokalizowaniu ich źródła.

W przypadku widzenia przedmiotu, na jego charakterystykę składają się przede wszystkim informacje o kształcie, wielkości i barwie. Dźwięki informują w głównej mierze o ruchu przedmiotu (tworzą jego „ruchowy” wizerunek), chyba że nieruchomy przedmiot jest źródłem dźwięku (np. radio czy budzik). Zdaniem A. Klawitera i A. Preis (2006), system słuchowy również potrafi wytworzyć całościowy wizerunek przedmiotu. Charakterystyka ruchowa przedmiotu (jak w przykładzie z samochodem), możliwa w procesie percepcji słuchowej, dostarcza informacji o prędkości, przyspieszeniu, kierunku ruchu, sposobie poruszania się. Można poza tym określić inne cechy przedmiotu: kształt, masę, wewnętrzną strukturę, stan skupienia itp., bazując wyłącznie na danych słuchowych. Potwierdzają to badania przeprowadzone przez wspomnianych autorów. Mając do dyspozycji wyłącznie „warstwę dźwiękową” (w ciemności, po zamknięciu oczu) możemy łatwo odczytać, co dzieje się w naszym otoczeniu. Osoby niesłyszące, pozbawione możliwości odbierania bodźców akustycznych, dostarczających także informacji o odległości i ruchu, mają w pewien sposób „spłaszczony” obraz otoczenia.

Uszkodzenie jednego ze zmysłów uruchamia w organizmie złożony proces kompensacyjny, zmierzający do wyrównywania braków, zastąpienia czynności uszkodzonych narządów i przystosowania się do środowiska. Proces ten jednak nie zawsze dokonuje się w sposób automatyczny, lecz jego rozwój zależy od potrzeb i możliwości osobniczych, a także podejmowanych działań rewalidacyjnych (Szczepankowski 1999). Kompensacja percepcji u osób niesłyszących zmierza w kierunku podniesienia poziomu sprawności narządu wzroku i wykorzystania go do analizy wypowiedzi słownych (czytanie z ruchu ust, wyciąganie wniosków z „mowy ciała”, kontekstu sytuacji). Doskonaleniu podlega całkiem system percepcji, tworząc zintegrowaną i wzajemnie uwarunkowaną całość. Pozwala to, jak podaje B. Szczepankowski (1999), spostrzegać

w otoczeniu takie cechy przedmiotów i zjawisk, jakich nie dostrzegają osoby słyszące. Funkcje uszkodzonego narządu słuchu uzupełnia przede wszystkim analizator wzrokowy, ale również kinestetyczny (doskonali się zdolność odczuwania, identyfikacji i wykorzystywania zjawisk wibracyjnych). Jednak kompensacja ta nigdy nie będzie pełna. Odczytywanie z ust nie będzie w stanie zastąpić słyszenia, odczucia wibracyjne nie wystarczą np. do odbierania wrażeń estetycznych wynikających ze słuchania muzyki (Szczepankowski 1999).

Bardzo istotnym czynnikiem wpływającym na postrzeganie, w tym percepcję walorów turystycznych, ma sposób komunikowania się. W przypadku użytkowników PJM, specyfika tego języka, związana z mniejszym zasobem słownictwa (ok. 6–7 tys. znaków) i dominującym myśleniem „konkretno-obrazowym”, powoduje trudności w rozumieniu obszernych (zawierających np. specjalistyczne słownictwo z zakresu historii, architektury, historii sztuki) opisów walorów turystycznych. Trudności w zrozumieniu tych treści mogą być przyczyną mniejszego zainteresowania danym rodzajem walorów.

S. Prillwitz (1996) zwraca uwagę, iż w przypadku osób niesłyszących, posługujących się językiem migowym, „brak myślenia abstrakcyjnego sprawia, iż osoby te mają trudności w zrozumieniu i odzwierciedleniu tego, co niedostrzegalne lub trudno uchwytnie dla oka”. Problemy bariery językowej występującej w komunikowaniu się niesłyszących turystów, jak i możliwości jej niwelowania w obsłudze ruchu turystycznego przedstawiono w oddzielnym opracowaniu (Zajadacz 2010).

### **Cel i zakres badań**

Głównym celem badań była próba odpowiedzi na następujące pytania:

- 1) czy osoby niesłyszące mają odmienne preferencje w zakresie walorów turystycznych w stosunku do osób słyszących?
- 2) które spośród tych walorów mają najbardziej istotne znaczenie dla osób niesłyszących?
- 3) czy niesłyszący turyści wymagają oddzielnej oferty turystycznej, przygotowanej z myślą o nich, czy też wystarczające jest dostosowanie ogólnodostępnej oferty do specyfiki języka tej grupy?

Bank danych zgromadzono na podstawie wywiadów kwestionariuszowych, przeprowadzonych w skali kraju w okresie 2004–2010 wśród 292 osób niesłyszących (dla których podstawowym sposobem komunikowania się jest PJM) oraz 1780 słyszących. Cechy badanych grup zestawiono w tabeli 1.

W kwestionariuszu zawarto pytania zamknięte z kafeterią obejmującą listę walorów turystycznych (przyrodniczych i kulturowych) z możliwością indywidualnego uzupełnienia tej listy przez respondenta (w kategorii „inne”). W interpretacji danych dotyczących osób niesłyszących wykorzystano także wyniki obserwacji i wywiadów (indywidualnych oraz grupowych), prowadzonych w tym środowisku od 2004 r. w Lesznie oraz w Poznaniu. W celu analizy danych zastosowano: wartości procentowe oraz poziom istotności ( $p$ ) obliczony przy wykorzystaniu testu *Chi* kwadrat Pearsona<sup>4</sup> (przyjmując za wartość graniczną  $p \leq 0,05$ ).

**Tabela 1. Cechy badanych grup respondentów (w %)**

Table. 1. Features of the studied groups of respondents (%)

<b>Cechy</b> Features	<b>Osoby słyszące n = 1780</b> People without hearing impairment n = 1780	<b>Osoby niesłyszące n = 292</b> People with hearing impairment n = 292
<b>Płeć / Sex</b>		
<b>Kobieta / Female</b>	57,2	53,7
<b>Mężczyzna / Male</b>	42,8	46,3
<b>Wiek / Age</b>		
<b>15–24 lat / years</b>	10,5	8,0
<b>25–44 lat / years</b>	45,6	44,8
<b>45–64 lat / years</b>	31,2	34,6
<b>&gt; 65 lat / years</b>	12,7	12,6
<b>Wykształcenie / Education</b>		
<b>Podstawowe / Primary</b>	4,6	7,6
<b>Zawodowe / Vocational</b>	19,6	60,6
<b>Średnie / Secondary</b>	42,7	24,9
<b>Licencjackie / Licentiate</b>	7,8	1,1
<b>Wyższe / Higher</b>	25,3	5,8

<sup>4</sup> Obliczenia wykonano przy użyciu programu STATISTICA PL v. 8.0., Licencja: UAM, Numer seryjny: AXAP7118529427ARJ.



Percepcja walorów turystycznych przez osoby niesłyszące...

<b>Aktywność zawodowa / Professional activity</b>		
<b>Tak / Yes</b>	67,7	45,6
<b>Nie / No</b>	32,3	54,4
<b>Stan cywilny / Marital status</b>		
<b>Żonaty/mężatka / Married</b>	61,4	60,9
<b>Stan wolny / Single</b>	38,6	39,1
<b>Sytuacja materialna / Financial profile</b>		
<b>Dobra / Good</b>	37,4	31,9
<b>Przeciętna / Average</b>	56,1	53,1
<b>Zła / Bad</b>	6,5	15,0
<b>Średni miesięczny dochód na jednego członka rodziny Average monthly income per 1 family member</b>		
<b>&lt; 500 zł</b>	17,2	22,9
<b>500–1000 zł</b>	37,8	55,3
<b>1001–1500 zł</b>	24,7	17,0
<b>1501–2000 zł</b>	12,0	3,7
<b>Powyżej 2000 zł Above 2000 zł</b>	8,3	1,1
<b>Dodatkowy dochód / Additional income</b>		
<b>Świadczenia społeczne Social funds</b>	13,0	48,6
<b>Pomoc rodziny Family support</b>	14,0	25,7
<b>Stan zdrowia / Health condition</b>		
<b>Dobry / Good</b>	58,9	44,9
<b>Przeciętny / Average</b>	34,8	48,5
<b>Zły / Bad</b>	6,3	6,6
<b>Miejsce zamieszkania / Place of residence</b>		
<b>Miasto / City</b>	67,8	71,2
<b>Wieś / Village</b>	26,8	19,8
<b>Brak danych / No data</b>	5,4	9,0

Źródło: wyniki wywiadów kwestionariuszowych.  
Source: results of the questionnaire studies.

## Wyniki badań

Zarówno osoby niesłyszące, jak i słyszące wskazywały, które z podanych walorów przyrodniczych oraz kulturowych (tab. 2) miejsca odwiedzanego w celach turystycznych mają dla nich najistotniejsze znaczenie. Zestawienie odpowiedzi obu grup wskazuje na istotne statystycznie różnice (wartość  $p \leq 0,05$ ) w odniesieniu do liczby wskazań wszystkich walorów (z wyjątkiem muzeów i kategorii „inne”; tab. 2).

**Tabela 2. Różnice między osobami niesłyszącymi i słyszącymi w zakresie preferowanych walorów turystycznych**

Table 2. Differences between people with and without hearing impairment in terms of preferred tourist attractions

Cechy środowiska przyrodniczego Natural attractions	Wartość (p) Value (p)	Walory kulturowe Cultural attractions	Wartość (p) Value (p)
Morze / Sea	0,00002	Zabytki / Monuments	0,00084
Jezioro / Lake	0,00000	Miejsca ważnych wydarzeń historycznych Historic landmarks	0,00136
Czystość środowiska przyrodniczego Clean natural environment	0,00000	Życie kulturalne, rozrywkowe, imprezy Cultural life and events	0,00000
Naturalny krajobraz Natural landscape	0,00000	Muzea / Museums	0,09097
Klimat / Climate	0,00000	Skanseny Open-air museums	0,00847
Urozmaicona rzeźba terenu, góry / Diversified land relief, mountains	0,00000	Miejsca kultu religijnego Places of worship	0,00158
Las / Forest	0,00000	Nowoczesna architektura Modern architecture	0,00000
Rzeka / River	0,00010	Miejsca martyrologii Places of martyrdom	0,00000
Zwierzęta / Animals	0,00003	Twórczość ludowa / Folk art	0,00000
Łąka / Meadow	0,00008	Wystawy, galerie Exhibitions, galleries	0,00001
Tereny płaskie / Flat areas	0,01799	Inne / Others	0,36780
Inne / Others	0,45752		

Poziom istotności (p) obliczono na podstawie testu Chi kwadrat Pearsona

różnice istotne statystycznie, poziom  $p \leq 0,05$

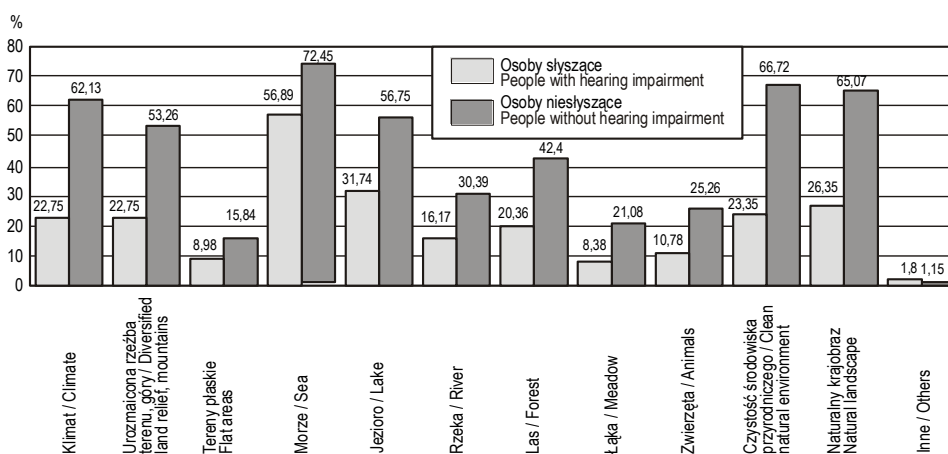
The statistical significance (p) was calculated, based on Pearson's chi-square test

statistically significant differences,  $p \leq 0,05$

Źródło: wyniki wywiadów kwestionariuszowych. / Source: results of the questionnaire studies.

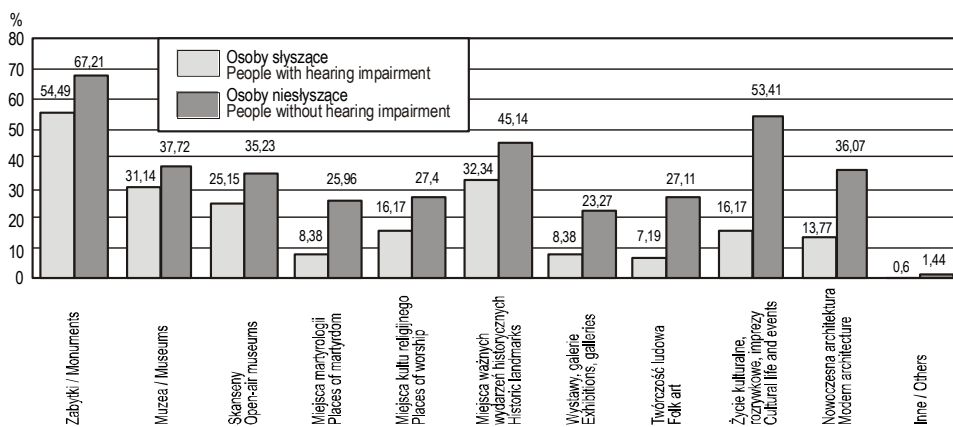
## Percepcja walorów turystycznych przez osoby niesłyszące...

Różnice te są jednak związane nie tyle z uznawaniem przez badane grupy innych walorów za szczególnie interesujące, co z mniejszą liczbą wskazań wszystkich typów walorów przez osoby niesłyszące (rys. 1–2).



Rys. 1. Preferowane przyrodnicze walory turystyczne (dane w %) (wyniki wywiadów kwestionariuszowych)

Fig. 1. Preferred natural tourist attractions (in %) (results of the questionnaire studies)



Rys. 2. Preferowane kulturowe walory turystyczne (w %) (wyniki wywiadów kwestionariuszowych)

Fig. 2. Preferred cultural tourist attractions (in %) (results of the questionnaire studies)

Ranking walorów turystycznych utworzony na podstawie liczby ich wskazań wykazuje, iż w przypadku walorów przyrodniczych (tab. 3) osoby niesłyszące, podobnie jak słyszące, do najbardziej pożądanых zaliczyły: morze, jezioro, czystość środowiska przyrodniczego, naturalny krajobraz, klimat oraz urozmaiconą rzeźbę terenu, w tym góry.

Różnice w hierarchii preferowanych cech środowiska przyrodniczego destynacji turystycznych są niewielkie. Można jedynie zauważyć, iż osoby niesłyszące w większym stopniu przedkładają walory jezior nad stan środowiska przyrodniczego, który to w przypadku osób słyszących uznano za drugą z najistotniejszych cech. Ponadto nieznaczna różnica występuje w odniesieniu do walorów klimatu (4. miejsce w hierarchii osób słyszących i 5. wśród niesłyszących).

Opinie na temat cech środowiska przyrodniczego uznawanych za mniej pożądane (plasujących się na miejscach od 7. do 12.) także były w dominującej mierze zgodne. Do tej kategorii zaliczono: walory lasów, rzek, świata zwierzęcego, łąk, jak również terenów płaskich, o mało zróżnicowanym ukształtowaniu (tab. 3).

Także w zakresie postrzegania walorów kulturowych widoczna jest duża zgodność opinii obu badanych grup (tab. 4). Za najbardziej pożądane uznano: zabytki; miejsca ważnych wydarzeń historycznych; życie kulturalne, rozrywkowe, imprezy; muzea; skanseny; miejsca kultu religijnego oraz nowoczesną architekturę.

Największe różnice dotyczą zainteresowania udziałem w życiu kulturalnym i rozrywkowym. Osoby słyszące wymieniają ten czynnik na drugim miejscu, natomiast niesłyszące dopiero na szóstym, co może mieć związek ze specyfiką niepełnosprawności osób niesłyszących, posługujących się PJM i stanowiących, ze względu na odmienną językową, dosyć „zamkniętą” społeczność. O ile inne walory kulturowe poznawane poprzez percepcję wzrokową cieszą się wśród niesłyszących podobną popularnością, jak w przypadku osób słyszących, o tyle udział w imprezach kulturalnych, zwłaszcza koncertach, ale także przedstawieniach teatralnych i festynach, jest mało atrakcyjny, gdy nie ma tłumaczenia w PJM ani nie wykorzystuje się innej, zrozumiałej dla tej grupy, formy przekazu treści. Przyczyną są trudności w zrozumieniu treści przez osoby posługujące się PJM, a także dyskomfort wynikający z przebywania w środowisku, w którym głównym nośnikiem informacji jest dźwięk.

**Tabela 3. Stopień istotności turystycznych walorów przyrodniczych w opinii osób niesłyszących i słyszących**

Table 3. The level of significance of natural tourist attractions in the opinion of people with and without hearing impairment

Cechy środowiska przyrodniczego Natural attractions	Miejsce w hierarchii (od 1 – czynnik najbardziej istotny) Place in hierarchy (1 – the most significant factor)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Morze / Sea	■	■	■									
Jezioro / Lake		■	■		■							
Czystość środowiska przyrodniczego / Clean natural environment		■	■	■	■							
Naturalny krajobraz / Natural landscape			■	■	■							
Klimat / Climate				■	■	■						
Urozmaicona rzeźba terenu, góry / Diversified land relief, mountains						■	■	■				
Las / Forest							■	■	■			
Rzeka / River								■	■	■		
Zwierzęta / Animals									■	■	■	
Łąka / Meadow										■	■	■
Tereny płaskie / Flat areas										■	■	■
Inne / Others											■	■

■ Wskazania osób słyszących / Indication of people without hearing impairment

■ Wskazania osób niesłyszących / Indication of people with hearing impairment

Źródło: wyniki wywiadów kwestionariuszowych.

Source: results of the questionnaire studies.

Ponadto można zauważyć, iż osoby niesłyszące w porównaniu ze słyszącymi są bardziej zainteresowane miejscami kultu religijnego, natomiast mniej walorami architektury współczesnej. Większe związki z Kościołem osób niesłyszących mogą wynikać z jego opiekuńczej roli. Osoby niesłyszące skupiają się w parafiach, uczestnicząc w nabożeństwach prowadzonych w języku migowym, spotkaniach wspólnoty osób niesłyszących, a także pielgrzymkach, wycieczkach organizowanych przez Kościół.

Kategoria walorów, które można uznać za mniej istotne, obejmuje:

miejsca martyrologii, twórczość ludową oraz wystawy i galerie (w przypadku obu grup respondentów uplasowały się one na miejscach od 8. do 10.; tab. 4).

**Tabela 4. Stopień istotności turystycznych walorów kulturowych w opinii osób niesłyszących i słyszących**

Table 4. The level of significance of cultural tourist attractions in the opinion of people with and without hearing impairment

Walory kulturowe Cultural attractions	Miejsce w hierarchii (od 1 – czynnik najbardziej istotny) Place in hierarchy (1 – the most significant factor)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Zabytki / Monuments	█	█										
Miejsca ważnych wydarzeń historycznych Historic landmarks		█	█	█								
Życie kulturalne, rozrywkowe, imprezy / Cultural life and events		█				█	█	█				
Muzea / Museums			█	█	█							
Skanseny / Open-air museums				█	█	█	█					
Miejsca kultu religijnego Places of worship					█	█	█	█				
Nowoczesna architektura Modern architecture					█	█	█	█				
Miejsca martyrologii Places of martyrdom								█	█	█	█	
Twórczość ludowa / Folk art								█	█	█	█	
Wystawy, galerie Exhibitions, galleries									█	█	█	█
Inne / Others											█	█

█ Wskazania osób słyszących / Indication of people without hearing impairment

█ Wskazania osób niesłyszących / Indication of people with hearing impairment

Źródło: wyniki wywiadów kwestionariuszowych.

Source: results of the questionnaire studies.

Ciekawe jest porównanie postrzegania skansenów i twórczości ludowej. Osoby niesłyszące bardziej cenią skanseny niż przejawy tej twórczości (odwrotnie niż słyszący). Potwierdza to, przytoczone za S. Prillwi-

tzem (1996) spostrzeżenie, iż w przypadku grupy niesłyszących turystów dominuje percepcja „konkretno-obrazowa”. A zatem percepcja ekspozycji skansenów jest możliwa w o wiele większym zakresie niż twórczości ludowej (zawierającej takie elementy jak muzyka, obrzędy, wierzenia, legendy – odwołujące się do przeszłości i pojęć abstrakcyjnych – niewidocznych i przez to trudnych do wyobrażenia).

### **Wnioski**

Przeprowadzona analiza porównawcza preferencji w zakresie walorów turystycznych wskazuje na duże podobieństwa w obu badanych grupach. Osoby niesłyszące mają podobne upodobania, zwłaszcza w odniesieniu do walorów środowiska przyrodniczego. Więcej różnic wystąpiło we wskazaniach walorów kulturowych i dotyczyły one głównie tych rodzajów, o których atrakcyjności decyduje percepcja multisensoryczna, a także uczestnictwo w życiu społecznym (wydarzenia kulturalne, rozrywkowe).

Osoby niesłyszące, tak samo jak i słyszące, cenią walory wypoczynkowe, krajoznawcze i estetyczne środowiska przyrodniczego (morze, jezioro, czystość środowiska przyrodniczego, naturalny krajobraz, klimat oraz urozmaiconą rzeźbę terenu, w tym góry), mając do nich taki sam dostęp, jak osoby w pełni sprawne i postrzegając je wszystkimi zmysłami (oprócz słuchu). Jednak ze względu na fakt, iż niemożliwe jest porównanie doznań osób niesłyszących od urodzenia (niemających świadomości dźwięków natury) i słyszących, obecnie nie jesteśmy w stanie określić, na ile brak słyszenia, np. szumu wody, wiatru, liści, śpiewu ptaków, osłabia doznania płynące ze środowiska przyrodniczego oraz do jakiego stopnia osoby niesłyszące kompensują ten brak innymi modalnościami – zmysłem węchu (np. zapach bryzy morskiej, olejków eterycznych w lesie) czy dotyku (m.in. oddziaływanie termodynamiczne wiatru).

Z walorów kulturowych niesłyszący turyści najbardziej zainteresowani są obiektami, których poznanie jest możliwe poprzez percepcję wzrokową (zabytki, miejsca ważnych wydarzeń historycznych, muzea, skanseny, miejsca kultu religijnego). Z niewielką siłą przyciągania oddziałują na nich natomiast wydarzenia kulturalne i rozrywkowe. Fakty te wskazują na:

1) społeczny charakter niepełnosprawności osób niesłyszących, niedostateczne przystosowanie przestrzeni społecznej do potrzeb osób z dysfunkcją mowy i słuchu zarówno w zakresie zapewnienia możliwości swobodnego komunikowania się (z uwzględnieniem języka migowego, tekstów, grafiki czy innych środków typu wibracje, sygnały świetlne), jak i akceptacji społecznej;

2) ścisły związek między somatyczną i behawioralną stroną człowieka – „poszukujemy zjawisk zgodnych z naszą naturą, a odrzucamy wszystko, co jest z nią sprzeczne” (Krzymowska-Kostrowicka 1997); stąd oferta turystyczna adresowana do użytkowników PJM, aby była dla tej grupy atrakcyjna, powinna uwzględniać specyfikę niepełnosprawności, poprzez niwelowanie bariery w komunikowaniu się, wykorzystywanie możliwości wszystkich zmysłów (poza słuchem) oraz tworzenie przyjaznej atmosfery, wpływającej na satysfakcję z wypoczynku.

Dostosowanie oferty turystycznej do potrzeb turystów posługujących się PJM wymaga prac na kilku płaszczyznach, dotyczących:

1) tworzenia uniwersalnej przestrzeni społecznej poprzez niwelowanie bariery w komunikowaniu się (zarówno w obiektach: m.in. kulturalnych, rozrywkowych, gastronomicznych, jak i podczas wydarzeń w przestrzeni publicznej);

2) zmian mentalności społecznej w stosunku do osób niepełnosprawnych (ukierunkowanie na wykorzystanie możliwości, a nie koncentrowanie się na brakach);

3) sprawnego systemu informacji turystycznej (zwłaszcza dostępnej za pośrednictwem Internetu i przekładu w PJM);

4) podnoszenia kwalifikacji kadry obsługującej turystów w zakresie obsługi osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności (w tym także jako przewodników terenowych podczas turystyki kwalifikowanej, gwarantujących bezpieczny pobyt w ekstremalnych warunkach przyrodniczych);

5) tworzenia propozycji wycieczek adresowanych głównie do osób niesłyszących z uwzględnieniem ich preferencji w zakresie postrzegania walorów turystycznych oraz zasad prowadzenia grup z tego typu niepełnosprawnością (zapewnienie: komunikowania się w PJM, dłuższego czasu zwiedzania, systemu bezpieczeństwa w obiektach i warunkach terenowych, odpowiednich kwalifikacji pilota i przewodnika turystycznego).



### Literatura

- Bell P.A., Greene Th. C., Fisher J.D., Baum A., 2004, *Psychologia środowiska*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Duch W., 2008, *Umysł, świadomość i działania twórcze*, Kognitywistyka i Media w Edukacji, 1–2.
- Gaver W.W., 1993, *What in the World Do We Hear?: An Ecological Approach to Auditory Event Perception*, *Ecological Psychology*, 5 (1).
- Gibson J.J., 1986, *The Ecological Approach to Visual Perception*, Routledge.
- Judycki S., 2008, *Świat zmysłowy i creatio continua*, Internetowe Czasopismo Filozoficzne Diametros (przy Instytucie Filozofii Uniwersytetu Jagiellońskiego) 15: [www.diametros.iphils.uj.edu.pl](http://www.diametros.iphils.uj.edu.pl).
- Judycki S., 2009, *Percepcja zmysłowa*: [www.kul.pl/files/57/wydzial/judycki/percepcja\\_zmyslowa.pdf](http://www.kul.pl/files/57/wydzial/judycki/percepcja_zmyslowa.pdf).
- Klawiter A., 1999, *O słyszeniu przedmiotów*, *Poznańskie Studia z Filozofii Humanistyki*, t. 5 (18) *Umysł a rzeczywistość*, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań.
- Klawiter A., Preis A., 2006, *Percepcja słuchowa przedmiotów. Szkic teorii i jej testowanie*, Instytut Psychologii PAN, Warszawa.
- Kopaliński W., 2000, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*, Świat Książki, Warszawa.
- Kostrowicki A.S., 1992, *System „człowiek-środowisko” w świetle teorii ocen*, IGiPZ PAN, Prace Geograficzne nr 156, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2000, *Geografia turystyki*, PWN, Warszawa.
- Koźuchowski K., 2005, *Walory przyrodnicze w turystyce i rekreacji*, Wyd. Kurpisz S.A., Poznań.
- Krzymowska-Kostrowicka A., 1997, *Geoekologia turystyki i wypoczynku*, PWN, Warszawa.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., 2008, *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa.
- Lipniacki W., 1986, *Elementy teorii krajoznawstwa*, t. 2: *Metodyka działalności poznawczej*, Zarząd Wojewódzki PTTK, Szczecin.
- Nowacki M., 2003, *Wrażenia osób zwiedzających atrakcje turystyczne*, *Folia Turistica*, 14.
- Pietrzak M., 2008, *Krajobraz multisensoryczny i metody jego oceny*, [w:] Młynarczyk Z., Zajadacz A. (red.), *Zasoby antropogeniczne. Krajobraz. Ruch turystyczny*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.
- Potocka I., 2009, *Walory turystyczne*, [w:] Młynarczyk Z., Zajadacz A. (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.
- Prillwitz S., 1996, *Język, komunikacja i zdolności poznawcze niesłyszących*, WSP, Warszawa.
- Sprawozdanie statutowe PZG za 2009 r.* Polski Związek Głuchych, Warszawa.
- Szczepankowski B., 1999, *Niesłyszący – głusi – głuchoniemi. Wyrównywanie szans*, WSiP, Warszawa.
- Zajadacz A., 2010, *Czas wolny, turystyka i rekreacja osób niesłyszących w Polsce. Zarys specyfiki problemu. Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, t. 4, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.

**Perception of tourist attractions among Polish citizens,  
both with and without hearing impairment**

**Summary**

The article aims at showing similarities and differences in the perception of tourist attractions among tourists with and without hearing impairment. The first part depicts perception problems from the theoretical point of view. Complexities of studies on the perception system have been described. The perception itself is channelled via senses, including mainly sight (reception of approximately 87% of outside factors), hearing (7%), smell (3–5%), touch (1–5%) and taste (1%) (Visual Landscape... 1994, after: Pietrzak 2008). The data suggests that people with hearing impairment, owing to dominative position of sight perception and to other senses (except hearing), should perceive outside factors similarly to people with no hearing impairment, also in terms of tourist attractions. Is this really a fact? The attempt to answer this question resulted in conducting questionnaire study among the tourists, both with and without hearing impairment. The data was collected, based on questionnaire study, conducted nationwide in years 2004–2010 among the 292 deaf (for whom Polish Sign Language is the main method of communication) and 1780 people without hearing impairment. The aim of this study was to reveal, if tourists with hearing dysfunction have different tourist preferences than those without any hearing disabilities and to indicate which tourist attractions are the most significant for tourists with hearing impairment. The percentage values and the level of significance ( $p$ ), calculated on the basis of Pearson's chi-square test (with border value of  $p \leq 0.05$ ), were used in the analysis

It was determined, that in case of perception of natural tourist attractions, there is a major similarity (both, people with and without hearing impairment indicated such attractions as sea, lake, clean natural environment, natural landscape, climate and diversified land relief, including mountains). As far as cultural attractions are concerned, a similarity in perception of both studied groups can also be observed. The most popular attractions include those, which can be perceived with sight: monuments, historic landmarks, museums, open-air museums, places of worship and modern architecture. The biggest differences are related to culture and entertainment, which indicates a social aspect of the disability of people with hearing impairment (a discomfort of being in environment, where sound is the main carrier of information).

The conclusions from the conducted analyses are applicative in their nature. They contain hints for tour operators, involved in creating tourist offer for people using Polish Sign Language, taking into account their preferences, perception abilities and ensuring pleasant tourist experience.

Translated by Patryk Marczuk