

<https://doi.org/10.18778/0867-5856.22.2.04>

Łukasz Skoczylas

Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu
Instytut Socjologii
luke@amu.edu.pl

WOŁONTARIAT TURYSTYCZNY W PERSPEKTYWIE NAUK SPOŁECZNYCH

Zarys treści: Artykuł stanowi przegląd studiów i stanowisk różnych badaczy dotyczących wolontariatu turystycznego.

Słowa kluczowe: wolontariat turystyczny, turystyka masowa, wolontariat.

Wolontariat turystyczny to zjawisko społeczne, którego wpływ na ruch turystyczny staje się coraz bardziej widoczny. Kojarzony jest on z formami turystyki przeciwstawnymi do wyjazdów masowych¹. Uczestnicy programów wolontariatu turystycznego są dla pracowników branży turystycznej pod wieloma względami wyjątkowi. Wymagają nowych, rzadko spotykanych usług, chcą oglądać miejsca przez większość omijane z daleka, nie traktowane nawet jako atrakcje turystyczne. Stąd tak ważne wydaje się być naukowe podejście do tematu, odgrywające rolę podstawy praktycznych działań osób zajmujących się organizacją i obsługą ruchu turystycznego.

Za prawdopodobne należy uznać pojawienie się w przyszłości wzmożonego zapotrzebowania na oferty wyjazdów w ramach wolontariatu turystycznego. Obecnie w Polsce zapotrzebowanie to zdaje się być niewielkie. Realizowane jest ono głównie przez różnego rodzaju organizacje pozarządowe, fundacje i stowarzyszenia, których celem jest niesienie pomocy potrzebującym. Z jednej strony są to więc organizacje zajmujące się pomocą udzielaną osobom zamieszkującym inne państwa, z drugiej – pomocą udzielaną w Polsce. Te drugie nie tylko poszukują wolontariuszy zagranicznych, ale również często działają na zasadzie wymiany w ramach międzynarodowych sieci. W takim przypadku chętny do wzięcia udziału w programie wolontariatu turystycznego mieszkańców Polski wyjeżdża za granicę korzystając z oferty przedstawionej przez taką organizację, w zamian zaś do naszego kraju przyjeżdża wolontariusz-turysta z zagranicy. Obecnie tego typu organizacja ruchu turystycznego w tym zakresie wydaje się być wystarczająca. Można jednak założyć, iż w bliskiej przyszłości coraz większa

liczba Polaków będzie zainteresowana wyjazdami o charakterze wolontariatu turystycznego. Wtedy pojawi się szansa dla sektora komercyjnego, który wyjazdy takie mógłby organizować. Inspiracją do napisania niniejszego opracowania jest więc próba uprzedzenia rozwoju wolontariatu turystycznego w Polsce i przedstawienia osobom nim zainteresowanym – przede wszystkim pracownikom organizacji pozarządowych i pracownikom biur podróży – informacji na jego temat, zebranych przez licznych badaczy w socjologicznej refleksji nad tym zjawiskiem. Celem autora jest również stworzenie pewnego fundamentu, na którym możliwe staną się badania tego zjawiska w Polsce, na obecnym jego etapie rozwoju. Dlatego też niniejsza praca stanowi przegląd studiów i stanowisk różnych badaczy dotyczących wolontariatu turystycznego. Jest on jednocześnie próbą stworzenia możliwie najszerszej perspektywy omawianego zjawiska. Najpierw zajmę się więc wskazaniem domniemanego źródła wolontariatu turystycznego, postaram się także określić jego rozpowszechnienie. Przedstawione zostaną również wyniki badań różnych autorów, które dotyczyły motywacji osób wybierających taki sposób spędzenia swojego czasu wolnego. Następnie zaprezentowane zostaną argumenty krytyczne wobec tego rodzaju turystyki. Na końcu przedstawię wnioski różnych naukowców, które mogą pomóc pracownikom branży turystycznej w sprawnej organizacji wolontariatu turystycznego.

Wolontariat turystyczny łączony bywa z pojawieniem się kategorii „nowy turysta”, który, w odróżnieniu od turysty masowego, jest bardziej świadomy swojego wpływu na odwiedzane przez niego tereny (MUSTONEN 2005). Za typ idealny nowego turysty uz-

nać można osobę wybierającą droższe oferty, ale za to przyjazne ekologii. Nowy turysta skłonny jest więc wydać więcej pieniędzy, gdyż najważniejsze są dla niego przeżycia, nawiązywanie nowych znajomości, doświadczanie odmiennej kultury w sposób możliwie najbardziej autentyczny. Dlatego za nowego turystę uznać można także osobę, która ze względów światopoglądowych wybiera *couch surfing* jako sposób swojego zakwaterowania, zwiedza miejsca, które nie są powszechnie uznawane za atrakcyjne, stara się zajrzeć poza „maskę”, jaką władze danego obszaru ukazują przyjeźdnym. W tym kontekście koszty, jakie nowy turysta ponosi podczas swoich wyjazdów wcale nie muszą być większe od kosztów ponoszonych przez turystę masowego.

Przekonanie o pojawieniu się nowego typu turysty, widać wśród osób zajmujących się branżą turystyczną. Coraz częściej można spotkać się z głosami o konieczności zwiększenia prawnej regulacji branży turystycznej, jako często nieodpowiedzialnej i niszczącej lokalne zasoby. Porównuje się ją czasami do sektora bankowego, obwinianego o spowodowanie kryzysu finansowego, który rozpoczął się w 2007 r. Zgodnie z takimi opiniami, branża turystyczna powinna znajdować się – tak samo jak banki – pod stałym i daleko idącym nadzorem instytucji państwowych. W odpowiedzi na te zarzuty podczas międzynarodowych targów turystycznych ITB w Berlinie w 2009 r. podniesiono argument, iż charakterystyka działania firm turystycznych wymaga podejmowania ostatecznych i wiążących decyzji przez ich klientów. To zaś z jednej strony uniemożliwia sprawną regulację państwową tej branży, z drugiej natomiast daje pewność, iż pojedyncze decyzje zarządzających nią osób nie mogą powodować tak katastrofalnych skutków jak miało to miejsce w przypadku banków. Ostatecznie bowiem to turysta decyduje i weryfikuje informacje podane mu przez firmę turystyczną, nie jest więc uzależniony od opinii osób nią zarządzających (*Let Consumers...* 2009).

Za modelowy przykład turysty odpowiedzialnego służyć może osoba wybierająca się na wolontariat turystyczny. „Wolontariat turystyczny” będę tu rozumiał jako taki rodzaj dobrowolnego wyjazdu z miejsca stałego pobytu, którego celem jest z jednej strony poznanie nowych miejsc i ludzi, a z drugiej – wykonanie konkretnej niezarobkowej pracy. Celem niniejszej pracy jest z kolei wsparcie działania powszechnie uznawanego za istotne, którego skutki uznaje się za pozytywne. Kluczowym elementem jest tu niezarobkowy charakter tej pracy. Nie jest on równoznaczny z nieotrzymywaniem żadnego wynagrodzenia, oznacza jednak, iż motywacją wykonywanej pracy nie jest bezpośrednia korzyść materialna i że nie umożliwia ona zebrania znaczących oszczędności. Od innych rodzajów wolontariatu związanych z przemieszczaniem się omawiany tutaj wolontariat turystyczny różni się

przyświecającym mu celem turystycznym, którego nieodłącznymi elementami są: psychologiczne pragnienie poznawcze oraz kontakt z walorami naturalnymi, kulturowymi i społecznymi terenu, na który się przyjeżdża.

Według TOMAZOSA i BUTLERA (2009), początki wolontariatu turystycznego sięgają sezonu letniego roku 1920, kiedy grupa wolontariuszy zaangażowała się w pomoc mieszkańcom zniszczonej przez działania wojenne wioski niedaleko francuskiego miasta Verdun. W okresie międzywojennym pojawiały się jeszcze inne podobne inicjatywy, a ich źródłem K. Tomazos i R. Butler upatrują w szoku powojennym i ideałach pacyfistycznych, które przyświecały również twórcy Czerwonego Krzyża, Henriemu Dunantowi. Przez lata ruch ten wciąż się rozwijał, przy czym w ostatnim czasie można zauważyć przyspieszenie tego procesu. W swojej analizie wolontariatu turystycznego, zwracają oni uwagę na fakt, iż największa liczba tego typu programów nie jest jednak prowadzona w krajach najbardziej potrzebujących². W roku 2007 najwięcej programów prowadzonych było w Indiach, Kostaryce i Peru, podczas gdy za najbardziej potrzebujące autorytety badań uznali Afganistan, Sierra Leone i Burkinę Faso. Można by pokusić się o wyjaśnienie tego zjawiska poprzez proste odniesienie do poczucia bezpieczeństwa – wolontariusze wyjeżdżaliby, według tej tezy, tylko do tych krajów, które uznają za relatywnie bezpieczne i stabilne. Taka interpretacja nie odpowiada jednak badaniom dotyczącym turystyki światowej, wedle których ruch turystyczny w rejonach postrzeganych jako atrakcyjne odradza się stosunkowo szybko po ustaniu działań wojennych (*We won't...* 2009³).

K. Tomazos i R. Butler zbadali także inne czynniki, które mogły wpływać na liczbę programów wolontariatu turystycznego w danym kraju. Okazało się, iż nie zależała ona od liczby mieszkańców danego kraju. Wyraźny wzrost wolontariatu turystycznego można było natomiast zauważyć w krajach, które dotknięte zostały poważnymi klęskami naturalnymi (np. w Tajlandii, Indonezji i Sri Lance po tsunami w 2004 r.), ale nie ograniczał się on tylko do nich. Dane te, jak twierdzą K. Tomazos i R. Butler, wskazują na możliwość, iż za rozwojem wolontariatu turystycznego leżą raczej czynniki ekonomiczne niż rzeczywista potrzeba niesienia pomocy. Można uznać, iż wolontariat turystyczny podlega podobnym regułom rynku co „zwykła” turystyka i miejsca znane z mediów (choćby z powodu kataklizmu) stają się atrakcyjnym celem podróży. Tym bardziej, iż w wielu przypadkach za możliwość uczestniczenia w programie wolontariatu trzeba zapłacić (a także opłacić sobie podróż, koszty wyżywienia itd.)⁴.

Naturalne wydaje się być zadanie w tym miejscu pytania o motywacje osób decydujących się na wolontariat turystyczny⁵. Postaram się na nie odpowiedzieć

posługując się dwoma odmiennymi w formie badaniami. Pierwsze z nich, autorstwa wspomnianych już TOMAZOSA i BUTLERA (2010), to badanie terenowe przeprowadzone wśród wolontariuszy pracujących w meksykańskim sierocińcu. Z ich badań wyłania się obraz wolontariatu jako końcowego efektu długiego procesu decyzyjnego, na który wpływ miały bardzo liczne i jednocześnie bardzo zróżnicowane czynniki. Jeśli chodzi o motywy, to na podstawie badań K. Tomazosa i R. Butlera wyróżnić należy sześć odmiennych sposobów wyjaśniania przez uczestników swojego zaangażowania w program.

Pierwszym z nich jest chęć ucieczki od rutyny dnia codziennego w miejscu stałego zamieszkania, często połączona z koniecznością oderwania się od problemów i presji, z jakimi wiąże się współczesne życie w wysokorozwiniętym kraju.

Drugim rodzajem motywacji jest zamiłowanie do podróży.

Trzeci to chęć odwdziżenia się światu za własną uprzywilejowaną pozycję i potrzeba niesienia pomocy tym, którzy nie z własnej winy znaleźli się w gorszej sytuacji życiowej.

Czwarty rodzaj motywacji związany jest z rosnącą nieufnością do wszelkich organizacji charytatywnych niosących pomoc osobom poszkodowanym, a zbierających fundusze w krajach wysokorozwiniętych. K. Tomazos i R. Butler łączą tę nieufność z licznymi aferami, których bohaterami były organizacje tego typu i pracujący w nich ludzie. Pomoc polegająca na przekazywaniu określonych sum pieniężnych lub swojego poparcia dla danej organizacji coraz częściej postrzegana jest jako nieskuteczna wobec informacji o defraudacjach lub też o niewłaściwym korzystaniu z funduszy przeznaczonych na pomoc najuboższym. W obliczu tego wszystkiego wolontariusze wolą udać się w dane miejsce osobiście i zaangażować się w niesienie pomocy, aby mieć pewność, że poświęcone przez nich środki i siły nie zostaną zmarnowane lub cynicznie wykorzystane przez nieuczciwych pośredników.

Źródłem kolejnego, piątego rodzaju motywacji jest przeświadczenie o konkretnych zyskach, jakie wolontariuszowi przyniesie udział w programie. Oprócz oczywistego chyba zysku w postaci poszerzenia perspektyw, zdobycia nowych doświadczeń i rozwoju osobistego, chodzi tu również o realne zyski w miejscu pracy. Doświadczenie wolontariatu za granicą może być pozytywnie postrzegane przez pracodawców. Ponadto pozwala ono na poszerzenie wiedzy o różnych formach i możliwościach współpracy pomiędzy przedstawicielami odmiennych kultur. Dla wielu wolontariat turystyczny może być także sposobem na naukę języka obcego.

Ostatnim, szóstym rodzajem motywacji, jaki wyłania się z badań K. Tomazosa i R. Butlera, jest rozryw-

ka. Zabawa jest dla wolontariuszy niezbywalnym elementem ich wyjazdu, dla niektórych nawet – jak wynika z doświadczeń autorów badań – jest celem jedynym, któremu podporządkowują oni całość swojego pobytu, uprawiając w konsternację miejscowych współpracowników.

W przeciwieństwie do studiów K. Tomazosa i R. Butlera, badania OOI i LAING (2010) nad wolontariatem turystycznym były częścią większego projektu dotyczącego turystyki pieszej. Za pomocą 249 kwestionariuszy przebadano turystów, którzy w czasie swoich wędrówek zatrzymali się w jednym z siedmiu wybranych hosteli w okolicach Melbourne w Australii. Autorki podały badanym gotową kafeterię odpowiedzi, sporządzoną na podstawie analizy dostępnej literatury przedmiotu. Należy więc zaznaczyć, iż wyróżnione tutaj rodzaje motywacji nie są wynikiem analizy swobodnych wypowiedzi turystów. Badania umożliwiły jednak stworzenie rankingu różnych rodzajów motywacji. I tak, na początku listy znalazły się motywy, takie jak: „doświadczenie czegoś odmiennego i nowego”, „pragnienie podróżowania”, „zdobycie wiedzy o innych kulturach” i „interakcja z miejscowymi ludźmi”. Dopiero na 8. miejscu znalazła się chęć „dokonania zmian” (*make a difference*), na 9. zaś „zrobienie czegoś ważnego”. Na 12. pojawiło się „wspieranie społeczności w krajach rozwijających się”, a na 13. – „praca ze społecznościami w krajach rozwijających się”. Bezcelowe wydaje się być wymienianie tu wszystkich rodzajów motywacji, które wymieniono w badaniu. Ważny jest jednak fakt, iż na pierwszych miejscach znalazły się motywy wyjazdu raczej z osobistych potrzeb dotyczących indywidualnego rozwoju niż z szeroko rozumianego altruizmu lub empatii.

Oprócz wyników badań N. Ooi i J.H. Laing dodać mogą do naszych rozważań jeszcze kilka własnych refleksji rzucających nowe światło na kwestie motywacji wolontariuszy. Po pierwsze zwracają one uwagę na to, iż na osoby decydujące się na tego typu wyjazd wpływ może mieć chęć polepszenia własnego wizerunku i podkreślenia swojego indywidualizmu. Refleksja ta wydaje się szczególnie istotna w obliczu tak częstego przeciwstawiania sobie wolontariatu turystycznego i turystyki masowej oraz podkreślenia altruistycznych motywacji wolontariuszy⁶. Po drugie autorki zaznaczają, iż dla wielu poważnym argumentem przekonującym do wyjazdu może być możliwość poznania nowych osób i nawiązania przyjaźni. Po trzecie, wreszcie, twierdzą one, iż motywacji do wyjazdu często dostarcza przeświadczenie o wyjątkowych własnościach przyrodniczych i kulturowych danego obszaru. To zaś może wyjaśniać zasygnalizowaną wcześniej w naszych rozważaniach kwestię, dlaczego niektóre kraje cieszą się większą od innych popularnością wśród organizacji zajmujących się wolontariatem.

Mówiąc o motywacjach wolontariuszy warto dodać w tym miejscu, iż oni sami postrzegają siebie jako odmiennych od „typowych” turystów, przy czym odmienną tę wartość postrzegają pozytywnie i chcą ją podkreślać (por. np. LEPP 2009).

Trzeba także powiedzieć, iż o ile osoby decydujące się wyjechać za granicę w ramach wolontariatu turystycznego mogą bardzo różnie definiować swoje motywy, o tyle ci, którzy nadzorują ich pracę i są ich przewodnikami postrzegają wolontariuszy tylko jako źródło funduszy i siłę roboczą dla projektu. Wniosek taki wysnuć można z badań COGHLAN (2008), która przebadala pracowników sześciu organizacji zajmujących się wolontariatem turystycznym.

Kompleksową krytykę wolontariatu turystycznego przeprowadziła natomiast SIMPSON (2004). Swoje refleksje oparła na analizie organizacji oferujących wyjazdy dla brytyjskich nastolatków. Zgodnie z tradycją, wielu z nich spędza jeden rok swojego życia najczęściej pomiędzy ukończeniem szkoły średniej a rozpoczęciem nauki w szkole wyższej, wykonując aktywności niezwiązane bezpośrednio z systemem edukacji, nabierając doświadczeń i wiedzy praktycznej. Duża część z nich wyjeżdża wtedy na programy wolontariatu turystycznego. K. Simpson skupiła się w swojej pracy na negatywnych aspektach tych programów. Uznała, iż sprzyjają one etnocentryzmowi, a także stanowią jego wyraz. Wykorzystują bowiem powszechne przeświadczenie, jakoby rozwój społeczeństw odbywał się w sposób jednokierunkowy i wyznaczany był przez zmiany dokonujące się w społeczeństwach należących do kręgu kultury zachodniej. Zgodnie z takim założeniem, kraje o odmiennych kulturach i w innej sytuacji społeczno-ekonomicznej powinny dla własnego dobra upodabniać się do krajów Zachodu. Programy wolontariatu turystycznego powielają taki schemat rozumowania poprzez uznanie, iż pewne kraje potrzebują pomocy z zewnątrz, a odpowiednimi osobami do jej udzielenia są brytyjskie (lub ogólniej: zachodnie) nastolatki. Stosowane przez liczne organizacje hasła w rodzaju: „dokonywanie zmian” (*make a difference*), „czynienie czegoś wartościowego” itp. mają na celu zastąpienie niemodnego i krytykowanego powszechnie pojęcia „postęp”. K. Simpson zwraca również uwagę, iż do pracy w ramach wolontariatu turystycznego wysyłani są ludzie niemający żadnych kwalifikacji. Można więc stwierdzić, że ich jedyną kwalifikacją jest po prostu bycie członkiem wysokorozwiniętych społeczeństw zachodnich.

Dodatkowo organizatorzy wolontariatu turystycznego skupiają się na krótkoterminowych (zgodnie z przyjętą definicją: maksymalnie rocznych) działaniach, nie dbając przy tym o cele długoterminowe i wieloletnie strategie. Kolejną kwestią są często arbitralne decyzje podejmowane przez tego typu organizacje, poprzez które jedne kraje czy regiony uznane

zostają za bardziej potrzebujące niż inne. Na dodatek kwestie, takie jak głód czy ubóstwo stają się swoistymi atrakcjami turystycznymi, których pokazywanie i opisywanie ma przyciągnąć kolejnych turystów.

Po przeprowadzeniu wywiadów z wolontariuszami K. Simpson sformułowała kolejne argumenty krytyczne wobec omawianego typu turystyki. Po pierwsze stwierdziła, iż uczestnicy programów w krajach Trzeciego Świata zaczynają postrzegać biedę jako jedyny czynnik odróżniający kraje rozwijające się od wysokorozwiniętych. Dodatkowo bardzo często uznają oni, iż ludzie cierpiący z powodu ubóstwa są szczęśliwi z tym co mają i po prostu oczekują od życia mniej niż mieszkańcy Zachodu. Porównywanie swojej własnej sytuacji życiowej z położeniem osób spotkanych w czasie wolontariatu prowadzi wielu wolontariuszy do konkluzji, iż o wszystkim decyduje szczęście. Fatalistyczna wiara w „szczęście” lub inną nadnaturalną siłę, która dzieli ludzi na bogatych i biednych, odwraca zaś uwagę od rzeczywistych procesów politycznego i ekonomicznego wyzysku. Dodatkowo wolontariat turystyczny może służyć jako źródło dla potwierdzenia stereotypów i przeświadczenia o nieredukowalnej inności czy też obcości mieszkańców Trzeciego Świata.

Dodać w tym miejscu należy, iż wszystko to może zaowocować również zwrotnym umocnieniem się stereotypów dotyczących Zachodu oraz umacnianiem się negatywnego jego obrazu. Wszak wyobrażenie o zachodnich ignorantach, panoszących się po całym świecie i roznoszących swoje zwyczaje, nowoczesne technologie i ideę postępu, jest jednym z głównych wątków okcydentalizmu rozumianego jako „wizerunek Zachodu, kreślony przez jego wrogów, odmawiający człowieczeństwa jego mieszkańcom” (BURUMA, MARGALIT 2005). Należałoby tu dodać, iż turystyka w ogóle bywa często uznawana za przejaw neokolonializmu (PODEMSKI 2005, s. 40–44).

K. Simpson nie jest jedynym badaczem, który przyjmuje wobec wolontariatu turystycznego stanowisko krytyczne. Jej opinie są jednak chyba najbardziej skrajne, co pozwala nam spojrzeć na to zagadnienie z nowej perspektywy. Nieco mniej jednoznaczni w swoich ocenach są RAYMOND i HALL (2008). Przeprowadzili oni kompleksowe badania 10 organizacji zajmujących się tworzeniem programów wolontariatu turystycznego. Badania obejmowały wywiady z pracownikami tych organizacji, badania fokusowe wśród wolontariuszy oraz założenie bloga, na którym autorzy zaprosili uczestników do komentowania wyników badań. Badania dowiodły, że wolontariat, poprzez umożliwienie bezpośrednich kontaktów między turystami a mieszkańcami danego terenu, wspomaga proces obalania wzajemnych stereotypów. Z drugiej strony stwierdzono, iż w wielu przypadkach wiedza mogąca obalać stereotypy zostaje uznana po prostu za

wyjątek od reguły. Autorzy stwierdzili również, iż zjawisko coraz większego rozumienia odmiennych kultur może być co prawda efektem pobytu w obcym kraju w ramach wolontariatu turystycznego, wcale jednak nie zachodzi ono automatycznie i we wszystkich przypadkach.

E.M. Raymond i C.M. Hall sformułowali na podstawie swoich badań trzy rady dla organizacji wysyłających wolontariuszy za granicę. Po pierwsze ważne jest, aby stworzony przez nie program odpowiadał potrzebom społeczności lokalnej. Przede wszystkim więc wolontariusze nie powinni odbierać mieszkańcom miejsc pracy oraz podważać wartości wykonywanej przez nich pracy. Po drugie, organizacje powinny motywować wolontariuszy do przemyśleń i wykorzystywania swoich doświadczeń w refleksjach dotyczących odmiennych kultur. Sposobem na to może być organizowanie dyskusji lub zachęcanie do pisania pamiętników. Po trzecie, należy wspomagać proces wzajemnego poznawania się wolontariuszy i mieszkańców danego terenu, np. poprzez lokowanie wolontariuszy w domach miejscowej ludności lub też przydzielanie wolontariuszy i miejscowych pracowników do wspólnego wykonywania konkretnych zadań. Jest to tym ważniejsze, iż zgodnie z wynikami badań E.M. Raymond i C.M. Halla, teza, jakoby wolontariusze zwiększali swoje rozumienie dla obcych kultur poprzez przebywanie w wielokulturowym gronie innych wolontariuszy, jest błędna. Organizacje często grupują wolontariuszy tej samej narodowości lub należących do tego samego kręgu kulturowego. Czasem nawet starają się wysłać na ten sam wybrany program osoby o jeszcze większym stopniu podobieństwa (np. tylko młodych Brytyjczyków).

Do rad tych COGHLAN (2008) dodałaby jeszcze jedną: pracownicy organizacji tworzących programy wolontariatu powinni zdawać sobie sprawę, że na wyjazd decydują się ludzie o różnych umiejętnościach i motywacjach. Należy więc dbać o ich dobre samopoczucie, samorozwój, a także przydzielać odpowiednich ludzi do realizacji odpowiednich zadań. Osoby kierujące programami wolontariatu w miejscu ich realizacji powinny posiadać te same kompetencje co piloci turystyczni.

Wolontariat turystyczny, którego gwałtowny rozwój możemy obserwować w ostatnich latach, to zjawisko niezwykle ciekawe z socjologicznego punktu widzenia. W niniejszym artykule starałem się przedstawić podstawowe informacje dotyczące związanych z nim kwestii. Mam nadzieję, iż naukowa wiedza stanowić może podstawę do praktycznych poczynań pracowników branży turystycznej, którzy swoją ofertę kierują do klientów o coraz bardziej zróżnicowanych wymaganiach. Rady udzielane przez doświadczonych badaczy znających rynek usług związanych z wolontariatem turystycznym w innych krajach mogą stano-

wić źródło działań i inspiracji również dla niekomercyjnych organizatorów tego typu wyjazdów.

Na poziomie teoretycznym stwierdzić należy, iż wolontariat turystyczny jest niezwykle interesującym zjawiskiem, będącym kolejnym przejawem zmian dokonujących się we współczesnych społeczeństwach krajów wysokorozwiniętych. Pojawienie się kategorii „nowy turysta”, do której wolontariusz turystyczny z pewnością się zalicza, jest odzwierciedleniem faktu, iż formuła tradycyjnej turystyki wycieczkowej w społeczeństwach tych osiągnęła swoje granice. Dziś coraz większy nacisk kładzie się w turystyce na pełne doświadczenie, przeżycie i emocjonalne przetworzenie nowych bodźców, a nie tylko na proste ich odebranie. Obejrzenie zabytku, zwiedzenie go i zrobienie zdjęcia staje się dla sporej grupy osób niewystarczające. Wolontariat turystyczny umożliwia doświadczenie obecności w innym środowisku w sposób wyjątkowy, połączony ze świadomością udzielania pomocy innym ludziom lub też włączania się w pracę na rzecz wspólnego dobra (np. ekologicznego). Rozwój wolontariatu turystycznego pozwala zakładać, że potrzeby współczesnego turysty będą ewoluować w stronę coraz bardziej złożonych.

PRZYPISY

¹ Choć trudno byłoby uznać wolontariat turystyczny za formę turystyki alternatywnej, por. ISAŃSKI (2008, s. 30-33).

² Zapotrzebowanie na pomoc mierzono za pomocą wskaźnika rozwoju społecznego HDI stosowanego przez Organizację Narodów Zjednoczonych.

³ Wedle opisywanych w artykule badań opublikowanych przez Tourism Intelligence International, po wojnie w Zatoce Perskiej liczba brytyjskich turystów „wróciła do normy” po ośmiu miesiącach od zakończenia działań wojennych. W przypadku turystów niemieckich czas ten wydłużył się do 11 miesięcy.

⁴ Czasami uznaje się to za czynnik wyróżniający wolontariat turystyczny od „zwykłego” wolontariatu, por. OOI, LAING (2010, s. 192).

⁵ W tym miejscu należy zwrócić uwagę, iż – jak twierdzą PODEMSKI i ISAŃSKI (2008): „turyści należą do najtrudniejszych grup respondentów w badaniach socjologicznych”.

⁶ Model, według którego turystyka masowa i wolontariat turystyczny są czymś zupełnie odmiennym, być może nawet przeciwstawnym, a wolontariat jest wynikiem potrzeby niesienia pomocy innym, obecny jest nie tylko w literaturze naukowej, ale także w tekstach publicystycznych – por. np. FLOREK (2009).

BIBLIOGRAFIA

- BURUMA I., MARGALIT A., 2005, *Okcydentalizm. Zachód w oczach wrogów*, Universitas, Kraków.
- COGHLAN A., 2008, *Exploring the Role of Expedition Staff in Volunteer Tourism*, „International Journal of Tourism Research”, 10.
- FLOREK M., 2009, *Wakacje zaangażowane*, „Wprost”, 32/33.

- ISAŃSKI J., 2008, *Wpływ turystyki na środowisko społeczno-kulturowe. Skutki rozwoju turystyki w środowisku społecznym – szanse i zagrożenia*, [w:] Z. Młynarczyk, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, t. II: *Zasoby antropogeniczne. Krajobraz. Ruch turystyczny*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.
- LEPP A., 2009, *Leisure and Obligation: An Investigation of Volunteer Tourists' Experience at Kenya's Taita Discovery Center*, „*Journal of Leisure Research*”, 41, 2.
- Let Consumers Lead Way*, 2009, „*Travel Trade Gazette UK & Ireland*”, Issue 2859 (20.03.2009).
- MUSTONEN P., 2005, *Volunteer Tourism: Postmodern Pilgrimage?*, „*Journal of Tourism and Cultural Change*”, 3, 3.
- OOI N., LAING J.H., 2010, *Backpacker Tourist: Sustainable and Purposeful? Investigating the Overlap Between Backpacker Tourism and Volunteer Tourism Motivations*, „*Journal of Sustainable Tourism*”, 18, 2.
- PODEMSKI K., 2005, *Socjologia podróży*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.
- PODEMSKI K., ISAŃSKI J., 2008, *Niektóre problemy metodologiczne badań turystów i instytucji turystycznych*, [w:] Z. Młynarczyk, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*. Tom II: *Zasoby antropogeniczne. Krajobraz. Ruch turystyczny*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.
- RAYMOND E.M., HALL C.M., 2008, *The Development of Cross-Cultural (Mis)Understanding Through Volunteer Tourism*, „*Journal of Sustainable Tourism*”, 16, 5.
- SIMPSON K., 2004, *'Doing Development': The Gap Year, Volunteer-Tourists and a Popular Practice of Development*, „*Journal of International Development*”, 16.
- TOMAZOS K., BUTLER R., 2010, *The Volunteer Tourist as 'Hero'*, „*Current Issues in Tourism*”, 13, 4.
- TOMAZOS K., BUTLER R., 2009, *Volunteer Tourism: The New Ecotourism?*, „*Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*”, 20, 1.
- We won't let a little war spoil our holiday fun*, 2007, „*The Times*”, 15.11.2007.