

WSTĘP

Określenie „couchsurfing” (w Wielkiej Brytanii „sofasurfing”) jest neologizmem dotyczącym zwyczaju przemieszczania się z jednego zaprzyjaźnionego domu do kolejnego, spania, „gdzie tylko się da” – na kanapie czy nawet podłodze, zazwyczaj przez kilka dni. Termin szybko wszedł w życie i we współczesny slang. Osoby praktykujące taką formę podróżowania są natomiast nazywane „couchsurferami”².

Couchsurfing jest postrzegany wielorako. Po pierwsze – jako system, platforma techniczna, która umożliwia interakcje online pomiędzy jej członkami. Po drugie – jako wielopokoleniowe zjawisko alternatywnego podróżowania i stylu życia, zainicjowane za pośrednictwem Internetu³. Po trzecie – jako sieć lub społeczność ludzi o wspólnych celach, która zapewnia zbiorową tożsamość, opierając się na ich członkostwie i działaniach⁴.

Na podstawie rozważań Pisarka na temat istoty couchsurfingu autorzy niniejszej pracy przyjmują, iż określenia: Couchsurfing, Couch Surfing, www.couchsurfing.com, couchsurfing.org oznaczają stronę internetową oraz prezentowany przez nią rodzaj komunikacji. Natomiast samo słowo „couchsurfing” pisane małą literą oraz skrót „CS” odnoszą się do praktyki turystycznej, która odbywa się za pośrednictwem portalu www.couchsurfing.com oraz innych portali społecznościowych o charakterze gościnnościowym⁵.

Niektórzy couchsurferzy uważają, iż praktykowanie couchsurfingu opierać się może tylko i wyłącznie na goszczeniu i byciu goszczonym. Jednak w praktyce istnieją także formy „couchsurfingu stacjonarnego”⁶.

Couchsurfing z platformy internetowej ewoluował w światową organizację, dzięki której m.in. narodziła się nowa forma podróżowania. Couchsurferzy to członkowie międzynarodowej wspólnoty. Jednak nie każdy z nich to turysta. Couchsurferów można podzielić na cztery podstawowe grupy: gości, gospodarzy, przewodników i organizatorów. Couchsurfer może należeć do każdej z wymienionych grup jednocześnie. W niniejszej pracy podróżnikami czy turystami autorzy nazywają jedynie „gości”. Gość to osoba korzystająca z gościny gospodarza, inaczej

² Sala K. (2015) Couchsurfing jako nowy produkt turystyczny. Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, Tarnów, 1(26), s. 132.

³ Rubin C. (2010) Couch surf'around the world: hosting clubs allow travelers to bypass hotels and stay in private homes. U. S. News & World Report, New York, s. 75.

⁴ Liu J. (2012) The intimate stranger on your couch, an analysis of motivation, presentation and trust through couchsurfing. Uppsala University, Uppsala, s. 2.

⁵ Pisarek A. (2013) Wybrane wzory gościnności wobec wzorów praktyk turystycznych powstałych wokół zjawiska couchsurfingu. Turystyka Kulturowa, 3, s. 6.

⁶ Sterczyńska A. (2011) Couchsurfing – tanie wakacje: podróż za wolną kanapę. Polityka, 09.04.2011, s. 101.

hosta (ang. *host* – gospodarz). Przewodnik to couchsurfer oprowadzający gościa po okolicy, spędzający z nim czas, ale nieprzyjmujący go u siebie na nocleg. Natomiast organizatorami są ludzie, którzy urządzają spotkania couchsurferów, różnego rodzaju pikniki, wydarzenia społeczne cykliczne i okazjonalne⁷.

Liczba osób korzystających z portali internetowych typu CS jest duża. Niesie to ze sobą wiele skutków, również negatywnych (np. obiekty takie jak hotele, motele czy pola namiotowe generują niższe przychody). Za granicą istnieją już prace na temat couchsurfingu, ale są one niewystarczające do uogólnień, a wnioski z nich wypływające nie zawsze można odnieść do polskiej rzeczywistości. Brakuje również pogłębionych krajowych opracowań naukowych w tym obszarze tematycznym.

Pobudką do lepszej analizy couchsurfingu jest fakt, iż wielu ludzi korzysta z portalu www.couchsurfing.com jako narzędzia do komunikacji między podróżnikami. Obecnie część zrzeszonych na portalu [couchsurfing.com](http://www.couchsurfing.com) to ludzie, którzy podróżując na dłużej do obcych krajów, np. w związku ze stażem, pracą, wymianą uczelnianą itp., poszukują nowych znajomości w nowym miejscu. Zatem tworzy się specyficzna społeczność, jednocześnie otwarta i zamknięta. Dla dobra zarówno organizatorów, jak i odbiorców produktów turystycznych warto uważniej przyjrzeć się determinantom uprawiania turystyki i stworzyć obraz nowego typu turysty, w tym turysty couchsurfingowego, oraz – ewentualnie – przewidzieć pewne kierunki rozwoju turystyki.

Turystyka, mimo kontrowersji, nie jest uznawana jako autonomiczny obszar nauk. W aktualnym systemie dziedzin i dyscyplin naukowych mieści się ona w dziedzinie nauk medycznych i nauk o zdrowiu i jest traktowana jako forma kultury fizycznej. Zatem couchsurfing jako rodzaj turystyki pozostaje w obrębie nauk o kulturze fizycznej. Wbrew szerokiej gamie dyscyplin naukowych kultury fizycznej, w której osadzony jest ten wieloaspektowy przedmiot, turystyka wykracza poza ich ramy, zwłaszcza jeśli mowa o turystyce couchsurfingowej, która nie reprezentuje form turystyki kwalifikowanej czy aktywnej, ale raczej kulturowej. Toteż poszukiwanie prawidłowości i zasad turystyki couchsurfingowej jest użyteczne także przez wzgląd na dyskusje co do miejsca turystyki w systemie dziedzin i dyscyplin naukowych⁸. W związku z pewnym niedoborem informacji dotyczących turystyki couchsurfingowej w literaturze warto przede wszystkim ustalić, kim jest jej uczestnik, jakie są jego motywy korzystania z CS, jakie zachowania w zakresie turystyki CS wykazują couchsurferzy goście oraz couchsurferzy gospodarze. Na te

⁷ Malesa T., Wardak P. (2016) Rozwój konsumpcji kolaboratywnej (wspólnej) na przykładzie couchsurfingu. *Konsumpcja i Rozwój*, 14(1), s. 40; Juda A. (2013) Dlaczego konsumpcjonizm już nie wystarcza – kolaboratywna konsumpcja w Polsce na przykładzie Couchsurfingu. Uniwersytet Jagielloński, Kraków, s. 11; Wyrwik A. (2010) Na kanapie. *Przegląd*, 23.08.2010, s. 59.

⁸ <http://dziennikustaw.gov.pl/DU/2018/1818> [18.02.2020]; <http://www.wbc.poznan.pl/Content/9575/XSL%20Output.html> [18.02.2020]; http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2014_04_06.pdf [18.02.2020]; <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/turystyka;3990203.html> [18.02.2020].

i inne pytania związane z pojęciem turystyki couchsurfingowej – tego nowego, ale ważnego już elementu turystyki światowej – próbują odpowiedzieć autorzy niniejszej pracy.

Głównym celem monografii jest identyfikacja grupy gości uprawiających couchsurfing i grupy gospodarzy couchsurfingowych oraz diagnoza motywów podejmowania tej formy podróżowania bądź przyjmowania gości poprzez CS. Ponieważ role gościa i gospodarza są tak inne, ważne jest poznanie ich cech charakterystycznych, w tym różnic. Celem praktycznym natomiast jest specyfikacja profilu polskiego couchsurfera, tj. gospodarza i turysty couchsurfingowego. Może ona być pomocna w lepszym dostosowaniu oferowanych produktów turystycznych do potrzeb i oczekiwań odbiorców. W obrębie celu głównego wyszczególniono dwa cele pomocnicze, a mianowicie:

1. Charakterystykę zachowań turystycznych uczestników couchsurfingu oraz organizacji wyjazdów.
2. Ocenę zjawiska couchsurfingu poprzez identyfikację jego mocnych i słabych stron oraz związanych z nim szans i zagrożeń. W pracy postawiono tezę główną oraz tezy pomocnicze. Ponadto w ich rozszerzeniach opisano to, na co autorzy zwrócili szczególną uwagę podczas weryfikacji tez (rozwiązania te znajdują się w części metodologicznej pracy).

Teza główna:

1. Istnieje grupa typowych motywów uprawiania couchsurfingu.

Tezy pomocnicze:

1. Motywy uczestnictwa w couchsurfingu wiążą się ze statusem społeczno-demograficznym badanych.
2. Wiek, poziom wykształcenia i sytuacja finansowa to czynniki znamienne różnicujące motywów podejmowania couchsurfingu.
3. Skłonność do korzystania z couchsurfingu i rekomendowania go zależy od wcześniejszych doświadczeń badanych.

Zjawisko couchsurfingu jako sposobu na podróżowanie nie jest wystarczająco opisane w piśmiennictwie. Dlatego autorzy niniejszej pracy podjęli się próby pogłębienia wiedzy o couchsurfingu, identyfikując główne motywów uczestnictwa w turystyce couchsurfingowej oraz profile jej polskich uczestników.

Badania sondażowe przeprowadzono wśród polskich użytkowników portalu internetowego www.couchsurfing.com. Dobór próby do badań był przypadkowy. Zaproszenie do badań miało charakter otwarty i było skierowane do wszystkich użytkowników portalu. W badaniach wzięli udział ochotnicy, którzy zadeklarowali chęć uczestnictwa w sondażu. Przebadano **łącznie** 790 osób, w tym 469 kobiet i 321 mężczyzn.

Zakres przedmiotowy badań obejmował zjawisko couchsurfingu. Zakres podmiotowy – gości i gospodarzy couchsurfingowych. Zakres przestrzenny – obszar Polski, a czasowy – lata 2016–2018.

Wykorzystano następujące metody badawcze:

1. Analizę danych pochodzących ze źródeł wtórnych, w szczególności piśmiennictwa krajowego i zagranicznego oraz Internetu. Istotą tej metody jest nabycie wiedzy z istniejących źródeł, np. statystyk, baz danych, raportów z badań czy literatury przedmiotu. Metodę tę wykorzystano głównie we wstępnej fazie badań i jest ona podstawą dalszych działań w ramach procesu badawczego⁹.

2. Obserwację uczestniczącą, możliwą dzięki wieloletniemu członkostwu autorki w Couchsurfingu. Metoda ta polega na wnikaniu w struktury danej grupy, badacz staje się jej członkiem¹⁰. W przypadku autorki etap adaptacji nie był potrzebny ze względu na rzeczywiste członkostwo w społeczności couchsurferów. Podczas spotkań z couchsurferami stosowano niejawną formę obserwacji. Spotykani couchsurferzy nie byli informowani o działalności autorki prowadzącej do napisania monografii.

3. Sondaż diagnostyczny – ankietowanie z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza. Metoda ta opiera się na sporządzonym kwestionariuszu ankiety złożonym z uporządkowanych pytań, jednakowych dla każdego z respondentów. Dzięki metodzie możliwe jest zebranie danych ilościowych oraz przełożenie zgromadzonych informacji na całość populacji¹¹. Ankietę przesłano oraz wypełniano za pośrednictwem Internetu.

4. Metodę statystyczną, która pozwoliła m.in. na poznanie prawidłowości w zakresie zjawisk opisywanych w niniejszej monografii. Dzięki zestawieniu danych za pomocą statystyki można wnioskować o całości populacji, opierając się na grupie reprezentacyjnej¹². W pracy zastosowano statystykę opisową, mierniki związku międzycechowego, analizę regresji logistycznej oraz analizę tabel wielodziałowych.

Monografia składa się z czterech rozdziałów, poprzedzonych swoistym wprowadzeniem w bieżące uwarunkowania turystyki na świecie. Jest to analiza danych statystycznych związanych z przemieszczaniem się w celach turystycznych. Uwzględniając specyfikę sytuacji w XXI wieku, a zwłaszcza wydarzenie, które jak żadne inne w ostatnich dekadach drastycznie wpłynęło na wielkość, strukturę i przestrzenną dystrybucję ruchu turystycznego – pandemię COVID-19, zdecydowano o podzieleniu tej części na dwa podrozdziały. Pierwszy opisuje turystykę w ujęciu statystycznym w XXI wieku do roku 2019, drugi zaś przedstawia konsekwencje zmian spowodowanych pandemią. Celem takiego zabiegu było kompleksowe podejście do zagadnienia. Ze względu na czas, w którym pojawia się monografia – czas wychodzenia świata turystyki z tej globalnej katastrofy – pojawiło

⁹ http://www.ipsylon.com.pl/metody/desk_research [04.04.2020].

¹⁰ <http://www.mojasocjologia.pl/obserwacja-uczestniczaca> [04.04.2020].

¹¹ http://www.ipsylon.com.pl/metody/desk_research [04.04.2020].

¹² Pieter J. (1967) *Ogólna metodologia pracy naukowej*. Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.

się ryzyko zafałszowania globalnego obrazu kondycji turystyki uwarunkowanego dominacją wirusa w przestrzeni turystycznej. Aby tego zafałszowania uniknąć, zaprezentowano rozwój w obecnym stuleciu – obraz niezaburzony przez żadne drastyczne wydarzenie – oraz stan turystyki będący wynikiem wpływu pandemii. Wprowadzając ten podział, kierowano się też chęcią zaprezentowania stanu, do którego turystyka będzie się starała powrócić, o ile uda się jej przezwyciężyć wszelkie skutki pandemii COVID-19. Autorzy są świadomi, że nie ma prostego powrotu do sytuacji poprzedniej, jednak obraz ostatnich trzech lat jest anomalią, a przedstawienie tych jedynie okoliczności jako kontekstu funkcjonowania turystyki byłoby wysoce mylące. Stąd obecność obu podrozdziałów, równie istotnych dla prezentacji uwarunkowań turystyki we współczesnym świecie. W rozdziale pierwszym przedstawiono teoretyczne podstawy turystyki couchsurfingowej. Couchsurfing nie miałby miejsca, gdyby nie specyficzny system wartości przyświecających jego uczestnikom. Gościnność i gotowość do wymiany międzykulturowej są podstawą uprawiania turystyki couchsurfingowej. Jednak prócz aspektu kulturowego, CS jest również postrzegany jako element infrastruktury turystycznej – stanowi część bazy noclegowej. Couchsurfing ma swoje miejsce w wielu klasyfikacjach związanych z szeroko pojętą turystyką, zarówno jako platforma internetowa, jak i ruch społeczny. Turystyka couchsurfingowa mieści się m.in. w obrębie turystyki kulturowej, powolnej, niszowej, indywidualnej, niskokosztowej czy alternatywnej. Autorzy zwracają również uwagę na współczesne trendy oraz relacje pomiędzy pojęciami postturystyki, ekologii, globalizacji a ruchem turystycznym, w tym turystyką couchsurfingową. Obecnie jesteśmy świadkami cyfryzacji społeczeństw obszarów wysoko rozwiniętych, odwrotu od tradycyjnie pojmowanej turystyki, rozwoju konsumpcji współdzielonej oraz narodzin wielu innych zjawisk, które mają wpływ na współczesną turystykę. W pogoni za autentycznością tworzą się nowe rodzaje turystyki, w tym couchsurfingowa. Równie ważnymi zagadnieniami są same źródła couchsurfingu, opis jego działania, cechy, charakter relacji między uczestnikami oraz metamorfoza do współczesnej jego formy. Motywy uprawiania turystyki couchsurfingowej, jej bariery, wady i zalety także leżą w obszarze zainteresowań autorów niniejszej pracy. Popularność portali społecznościowych rośnie, a ich wpływ na codzienność rozwija się dynamicznie. Dlatego organizacja podróży również przenosi się do świata Internetu, a naukowcy zajmujący się turystyką winni lepiej zbadać te jej formy, które jawnie wynikają z postępu technologicznego¹³. Wiąże się z tym pojęcie zaufania oraz relacji tworzonych w sieci i poza nią (neoplemiona), a także zderzania się idei CS z rzeczywistością.

¹³ Kachniewska M. (2014) Wpływ digitalizacji kanałów dystrybucji na strukturę rynku usług pośrednictwa turystycznego. *E-mentor*, 53(1), s. 86-91.

W rozdziale drugim zaprezentowano założenia metodologiczne badań przeprowadzonych na potrzeby monografii. Praca ta ma pomóc rozwiązać część wątpliwości związanych ze zjawiskiem turystyki couchsurfingowej. Wyznaczono zatem odpowiednie cele badawcze oraz metody, techniki i narzędzia realizacji tych celów.

Rozdział trzeci jest poświęcony wynikom badań wykonanych na potrzeby monografii. Chcąc uzyskać przejrzystość informacji, podzielono go na cztery części. Pierwsza dotyczy ogólnej charakterystyki zbadanych polskich couchsurferów. Druga i trzecia obejmują aktywność badanych osób w zakresie uprawiania turystyki oraz ich motywy korzystania z couchsurfingu. W czwartej natomiast wyszczególniono związki aktywności turystycznej badanych z ich cechami społeczno-demograficznymi. Dane podzielono na dotyczące gości couchsurfingowych i odnoszące się do gospodarzy.

Czwarty rozdział stanowi próbę identyfikacji profilu polskiego couchsurfera, zarówno gospodarza, jak i gościa. Dla dobra organizatorów produktów turystycznych i ich odbiorców warto stworzyć obraz nowego typu turysty, w tym turysty couchsurfingowego, oraz przewidzieć ewentualne kierunki rozwoju turystyki. W rozdziale tym autorzy przyglądają się też determinantom uprawiania turystyki, przybliżają jej wady i zalety oraz związane z nią szanse i zagrożenia.

Końcowa część publikacji to podsumowanie i wnioski z przeprowadzonych badań. Wnioski podzielono na te o charakterze poznawczym (odpowiadające na postawione pytania, weryfikujące cele oraz tezy pracy) i te o charakterze praktycznym (przydatne w prowadzeniu kolejnych badań w zakresie turystyki couchsurfingowej).

Ponadto do pracy dołączono streszczenie w języku polskim i angielskim oraz piśmiennictwo.