

Ewa Piasecka, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Uczestnictwo w muzycznych wydarzeniach kulturalnych – forma turystyki czy tylko sposób spędzania czasu wolnego?

Słowa kluczowe: turystyka eventowa, koncert, festiwal muzyczny, Heineken Open`er Festival

Streszczenie

Artykuł przybliżył problem turystyki eventowej. W opracowaniu podjęto próbę odpowiedzi na pytanie, czy uczestnictwo w muzycznych wydarzeniach kulturalnych jest podtypem turystyki czy tylko sposobem spędzania czasu wolnego. W tym celu dokonano analizy porównawczej profili uczestników koncertów jednodniowych i festiwalu Heineken Open`er. Jej częścią była ocena aktywności turystycznej towarzysząca respondentom podczas wyjazdu na imprezę. Uzyskane wyniki badań przemawiają za tym, by uczestnictwa w eventach muzycznym nie wpisywać w kategorię szeroko pojętej turystyki, a osoby biorące w nim udział nie określać „turystą” *sensu stricto*.

Wprowadzenie

Zarówno w Polsce, jak i w skali świata, z roku na rok wzrasta liczba organizowanych wydarzeń kulturalnych. Wraz z pojawianiem się coraz to nowych eventów, równocześnie przybywa osób biorących w nich czynny udział. Ruch turystyczny, jaki wytworzył się wokół wydarzeń kulturalnych wzbudza zainteresowanie badaczy różnorodnych dyscyplin nauki. Imprezy kulturalno-artystyczne stanowią jeden z podstawowych elementów turystyki generujących pomnażanie kapitału współczesnych miast. Nie dziwi zatem fakt, iż poświęcone im dyskusje akademickie toczą się najczęściej wokół aspektu ekonomicznego. Istnieje znaczna ilość publikacji, które stawiałyby event jako przedmiot opisu w kontekście wpływu, jaki wywiera on na lokalną gospodarkę i społeczność [Borzyszkowski 2011, ss. 63-75; Gursoy, Kimb, Uysal 2004, ss. 171-181; Moscardo 2007, ss. 23-32; O’Sullivan, Jackson 2002, ss. 325-342 i in.]. Brakuje jednak opracowań, przedstawiających sylwetkę uczestników wydarzeń kulturalnych. Niniejszy artykuł stanowi próbę wypełnienia tejże luki.

Głównym celem artykułu jest charakterystyka profili osób biorących udział w eventach muzycznych oraz próba odpowiedzi na pytanie, czy uczestnictwo w tego rodzaju wydarzeniach kulturalnych jest podtypem turystyki a może tylko jedną z form spędzania czasu wolnego, jedynie pośrednio związanych z turystyką. W tym celu przeanalizowano sylwetki oraz aktywność turystyczną uczestników koncertów jednodniowych i festiwalu muzycznego Heineken Open`er.

1. Muzyczne wydarzenia kulturalne w kontekście podziałów i klasyfikacji turystyki

Wszelkiego rodzaju wydarzenia kulturalne, w tym te o charakterze muzycznym, traktowane są jako przejaw turystyki eventowej. By dokonać jej opisu, w pierwszej kolejności należy odnieść się do nadrzędnej formy, w ramach której zazwyczaj się ją klasyfikuje – do turystyki kulturowej.

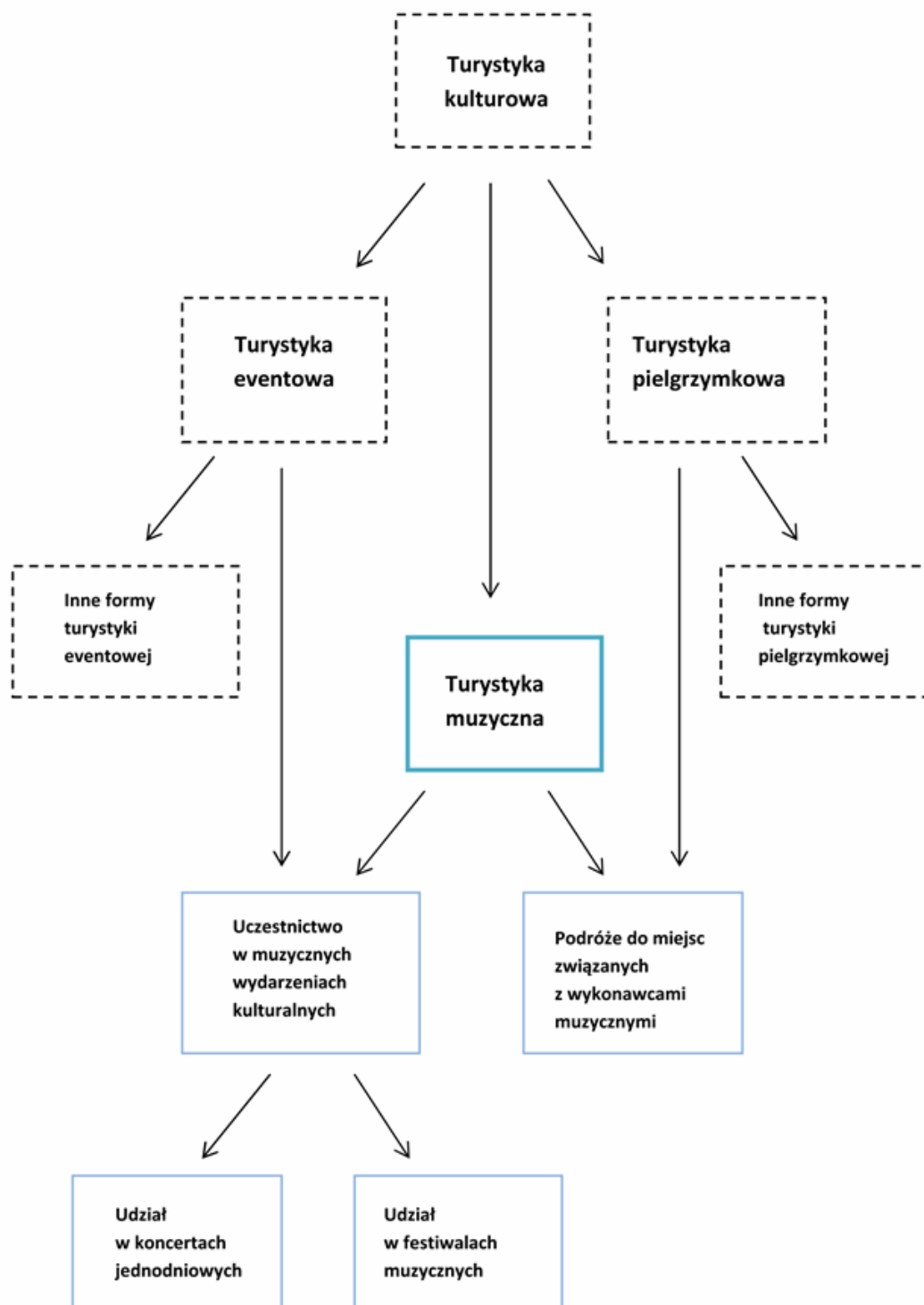
W literaturze przedmiotu powstał szereg opisów, które to w sposób całościowy, jak i funkcjonalny pozwoliłyby wyjaśnić, czym jest turystyka kulturowa. Wśród polskich badaczy, zagadnieniu temu wiele uwagi poświęcił Mikos von Rohrscheidt. Autor poprzez

pojęcie rozumie *”(...) wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej albo powiększenie ich wiedzy o organizowanym przez człowieka świecie otaczającym jest zasadniczą częścią programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o podjęciu lub wzięciu w niej udziału”* [Mikos von Rohrscheidt 2008, ss. 31]. Istotą wszelkich analiz i klasyfikacji turystyki kulturowej jest rozgraniczenie na zainteresowanie dziedzictwem kulturowym oraz współczesnymi jej formami. Odzwierciedlenie to można znaleźć w definicji Kowalczyka [2008, ss. 13], który stwierdza, iż turystyka kulturowa to: *„ (...) zespół zachowań turystów związanych z ich autentycznym zainteresowaniem dziedzictwem kulturowym, a z drugiej strony ich uczestnictwem w szeroko rozumianym współczesnym życiu kulturalnym”*. Trudno jest wyodrębnić turystykę kulturową spośród innych kategorii aktywności turystycznej. Z racji tego, że ulega ona ciągłemu rozwojowi, wchodzi w interakcje z różnymi rodzajami turystyki i sama ewoluuje w nowe formy, również dokonanie jej jednoznacznego podziału nastęrcza wielu problemów. Badacze zgodni są co do tego, że turystyka kulturowa związana jest z różnymi aspektami kultury; zwraca się ku jej wartościom, ustalając w stosunku do niej swoje cele, sposoby organizacji i praktyczne działania, jednocześnie powodując jej przemiany [Gaworecki 2007, ss. 66; Kowalczyk 2008, ss. 13-14; Mikos von Rohrscheidt 2008 i in.].

Turystyka wydarzeń kulturalnych zajmuje istotne miejsce wśród form turystyki kulturowej. Do jej opisu częściej używa się jednak określenia „turystyka eventowa”, będącego zapożyczeniem angielskiego terminu „event tourism” [Borzyszkowski 2011, ss. 63-75; Buczkowska 2009, ss. 91-118; Mikos von Rohrscheidt 2008, ss. 72; Ratkowska 2010, ss. 109-129 i in.] W rozumieniu samego pojęcia, turystyka eventowa istnieje od kilku dekad [Getz 2008, ss. 403], jednak wzmożone zainteresowanie badaczy turystyką eventową zaobserwować można od przełomu XX i XXI wieku, kiedy to masowo zaczęły być organizowane różnorodne wydarzenia kulturalne. Jeszcze w 1995 roku w środowisku naukowym postulowano, aby więcej uwagi w badaniach poświęcić wszelkim formom występów na żywo („live entertainment”) [Hughes 1995, ss. 707-709]. Ostatnich kilkanaście lat intensywnych studiów nad turystyką wydarzeń kulturalnych zaowocowało tym, iż dziś zajmuje ugruntowaną pozycję wśród podtypów turystyki kulturowej. Pojawiają się jednak wątpliwości, czy należy traktować ją jako samodzielny obszar analiz. Getz [2008, ss. 406] przyjmuje, iż turystyka eventowa znajduje się w kręgu zainteresowań studiów w zakresie zarządzania turystyką oraz zarządzania eventami. Jak zauważa Ratkowska [2010, ss. 111], każdy typ zorganizowanej imprezy może stać się celem wyjazdów turystycznych, a zatem możliwe jest wydzielenie wielu specjalizacji turystyki eventowej. Buczkowska [2009, ss. 92-93], do wydarzeń kulturalnych zalicza zarówno imprezy podejmowane w ramach kultury „wysokiej”, popularnej oraz alternatywnej. Dotyczy to udziału turystów m.in. w przedsięwzięciach teatralnych, filmowych, kinowych, festiwalowych, karnawałowych, literackich, muzycznych, tanecznych, fotograficznych, koncertach, widowiskach, paradach, fiestach, festynach, wystawach sztuki, uroczystościach rozpoczynania i kończenia imprez sportowych czy uroczystościach państwowych.

Jedną z popularniejszych form wydarzeń kulturalnych są eventy muzyczne. Stanowią one składową turystyki muzycznej, którą ogólnie można określić jako podróże podyktowane muzycznymi zainteresowaniami. Miejsce eventów muzycznych w turystyce kulturowej przedstawia rycina 1.

Ryc. 1. Miejsce eventów muzycznych w turystyce kulturowej



Źródło: opracowanie własne.

2. Uczestnicy muzycznych wydarzeń kulturalnych

Charakterystyka uczestników muzycznych wydarzeń kulturalnych powstała w oparciu o wyniki badań empirycznych przeprowadzonych na dwóch grupach respondentów – publiczności koncertów jednodniowych oraz osobach biorących udział w festiwalu Heineken Open'er w Gdyni, w dniach 1-4 lipca 2010 roku. Anonimową ankietę udostępniono respondentom za pośrednictwem internetowego formularza. Informacja o możliwości jej wypełnienia została umieszczona na muzycznych forach internetowych oraz na portalu społecznościowym www.facebook.com. W przypadku festiwalu Open'er, materiał do badań w dużej mierze uzyskano na miejscu wydarzenia w Gdyni, w dniach 1-4 lipca 2010 roku.

2.1. Profil uczestnika koncertów jednodniowych

Przed przystąpieniem do wypełnienia ankiety, respondent został zapoznany z faktem, iż za pojawiające się w kwestionariuszu określenie „koncert” rozumie się udział w imprezie masowej na obiektach stadionowych, bądź wydarzenie muzyczne w salach koncertowych i klubach dla co najmniej kilkusetosobowej publiczności.

Badaniem z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety objęto 182 osoby. Większość ankietowanych stanowiły kobiety (58%). Z analizy struktury wiekowej wynika, iż koncertowa publiczność to osoby młode, do 30. roku życia – 43% respondentów liczyło od 18 do 24 lat, zaś 29% od 25 do 30. Najmniejszą grupę (3%) stanowili respondenci między 36. a 40. rokiem życia. Największą część uczestników imprez muzycznych stanowiły osoby o wykształceniu wyższym (56%), bądź średnim (35%). Największy odsetek respondentów (31%) pochodził z miast powyżej 500 tysięcy mieszkańców.¹

Uczestnicy koncertów traktują wyjazd na imprezę jako podróż krótkoterminową, w miejscowości docelowej nie spędzają wiele czasu. Odpowiedzi wskazują na to, iż badani nie korzystali zazwyczaj podczas wyjazdu z noclegu – od razu po koncercie wracali do miejsca zamieszkania (53%), bądź też czas pozostały do odjazdu środka transportu (pociąg, autobus etc.) spędzili na dworcu lub w pubie (41%). Respondenci, jeżeli zdecydowali się zostać, najczęściej goszczeni byli przez znajomych (37%), bądź też korzystali z taniej formy noclegu jaką jest hostel (36%).

Ponad połowa ankietowanych, zarówno tych deklarujących udział w koncertach w Polsce, jak i zagranicą podała, iż zwykle organizuje wyjazd w grupie od 3 do 5 osób. 29% osób poddanych badaniu preferuje wyjazdy w dwie osoby, zaś tylko 10% wybiera samotne uczestnictwo. Można zatem wnioskować, iż koncert jest imprezą, której przyświeca cel towarzyski, aczkolwiek wyjazdy w dużych grupach (powyżej 6 osób) są rzadkością.

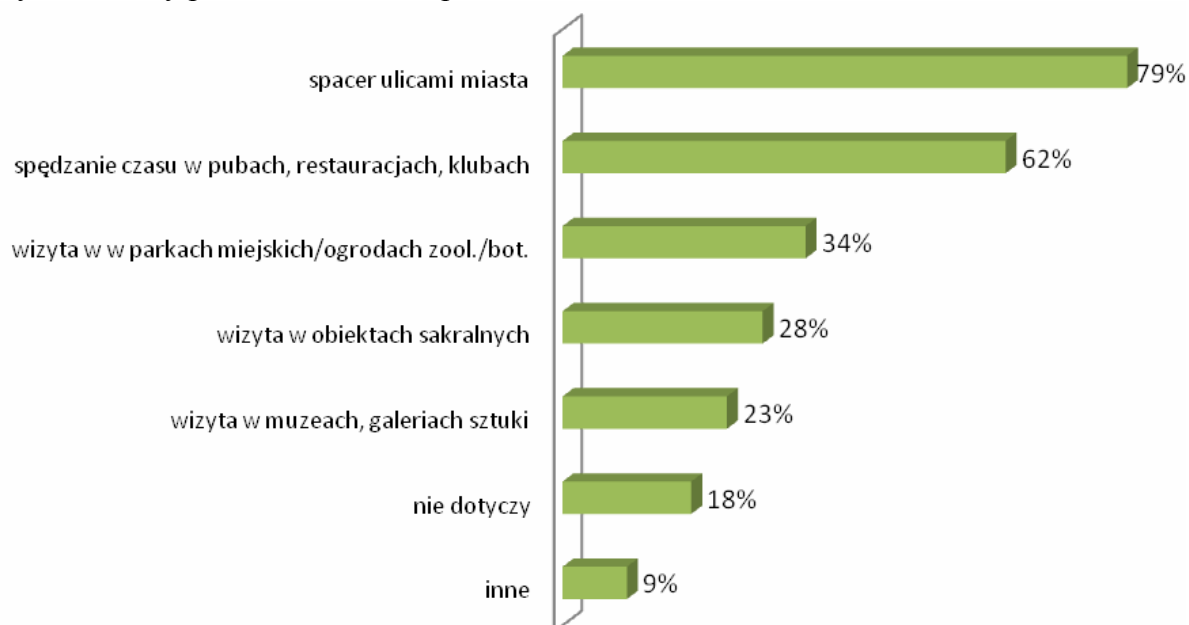
Pytając o motyw wyjazdu na koncerty, respondenci stwierdzili, że na pierwszym miejscu stawiają możliwość zobaczenia ulubionego wykonawcy na żywo (95% wskazań). Ponad 60% ankietowanych realizację takiego celu uznało za spełnienie swoich marzeń. Wyjazd na koncert jest również sposobem na wyrażenie swoich emocji (40%). W trakcie imprezy, pobudki towarzyskie nie mają dla ankietowanych wielkiego znaczenia. Na pytanie o możliwość wzmocnienia więzi ze swoimi znajomymi oraz o nawiązanie nowych relacji podczas takich wyjazdów, odpowiednio 12% i 6% badanych wskazało, iż jest to dla nich istotna przyczyna uczestnictwa. Równocześnie, aż 73% ogółu badanych przyznało, że podczas wyjazdów jednak zawarło nowe znajomości. Choć blisko połowa ankietowanych

¹ Przewaga uczestników z dużych ośrodków mogła wynikać z faktu, iż to właśnie w ich mieście odbywają się imprezy muzyczne. Co więcej, grupa ta ma dostęp do prasy, która na co dzień szeroko rozpisuje się o imprezach muzycznych; do niej też skierowane są billboardy zapowiadające koncerty. Warto nadmienić, iż wysoki udział ankietowanych pochodzących z największych miast mógł być wynikiem deklaracji studentów o zamieszkaniu w mieście studiowania.

uznała, iż koncert to wydarzenie, którego atmosferę warto przeżywać w towarzystwie, 26% stwierdziło, że samotne uczestnictwo nie stanowiłoby dla nich problemu.

Nawiązując do wykazywanej aktywności turystycznej w trakcie wyjazdu, 10% badanych przyznało, iż koncert to ważny impuls do opuszczenia domu i zmiany otoczenia. Sądząc po udzielonych odpowiedziach, niewielu ankietowanych świadomie decyduje się na to, by podpiąć wyjazdy na koncert pod kategorię aktywności turystycznych – zaledwie 14% publiczności stwierdziło, iż uczestnictwo w koncercie to ciekawy sposób na podróżowanie. Taka sama część respondentów podała, iż istotnym motywem wyjazdu jest zwiedzanie miast, w którym mają miejsce koncerty. Mimo, iż odpowiedzi te świadczą o skierowaniu uwagi uczestników na imprezę, a nie miejsce jej organizacji, 77% ankietowanych przyznało, iż zwiedziło miasto, w którym odbywał się event. Biorąc pod uwagę fakt, iż większość respondentów nie skorzystała po koncercie z noclegu, wnioskować należy, iż zapoznali się okolicą w dniu, w którym miała miejsce impreza. Uczestnicy koncertu, decydując się na penetrację miasta, traktują je dość pobieżnie, co potwierdzają deklarowane formy jego eksploracji (ryc. 2). Ich działania ograniczają się do spaceru ulicami (79%), spędzania czasu w obiektach gastronomicznych (62%), bądź też relaksu w parkach, ogrodach botanicznych/zoologicznych (43%). Wizyta w muzeach/galeriach sztuki, zwiedzanie obiektów sakralnych, jak też i charakterystycznych dla miasta obiektów historycznych (kilka wskazań w kategorii „inne formy spędzania czasu”) – popularne przykłady zainteresowania turystyką miejską – nie wyróżniają się na tle pozostałych odpowiedzi. Przyczyny opisywanej sytuacji należałoby upatrywać w fakcie, iż zwykle spędzają w nim tylko jeden dzień. Ankietowani łączyli imprezę muzyczną również z zakupami, objazdową wycieczką rowerową po okolicy oraz zwiedzaniem unikalnych punktów związanych z zespołem (studio nagraniowe, miejsca, gdzie kręcone były teledyski itp. – przyp. autorki). Odpowiedzi te, choć cenne ze względu na przytoczenie konkretnego celu przyświecającego wizycie, zostały indywidualnie podane przez respondentów i stanowią niewielki udział w ogólnym zestawieniu.

Ryc. 2. Formy poznawania miasta przez uczestników koncertów



ródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Z przeprowadzonych badań wynika, iż ankietowani wcześniej zasięgają informacji dotyczącej regionu, w którym ma miejsce koncert (73% wskazań). Precyzując jednakże pytanie i próbując dociec, czy respondenci zaopatrzyli się w związku z wyjazdem

w przewodniki i mapy turystyczne, już tylko 43% ankietowanych udzieliło twierdzącej odpowiedzi. Taki wynik sugeruje, iż wśród uczestników koncertu, grupa celowo nastawiona na poznanie miasta bądź okolic i dokonująca jego penetracji jest w mniejszości. Ponad połowa ankietowanej koncertowej publiczności nigdy nie przedłużała po koncercie swojego pobytu w mieście. Gotowych zostać by zwiedzać miasto i region było 21% respondentów. Ci, którzy zdecydowali się przedłużyć pobyt, jako motywację podawali również wizytę u znajomych (19%), wypoczynek nad morzem/w górach (13%), bądź też wizytę u rodziny (12%). Z połączenia dwóch wyżej wymienionych form turystyki (miejska i wypoczynkowa), wynika, iż 34% uczestników wydarzeń muzycznych przynajmniej raz po zakończeniu imprezy zatrzymało się w mieście na dłużej w celach turystycznych.

Analiza przeprowadzonych ankiet pozwala na sformułowanie pewnych ogólnych wniosków, będących podstawą do charakterystyki profilu uczestnika koncertu i wykazywanej przez niego aktywności turystycznej w trakcie wyjazdu. Przeciętny uczestnik imprez muzycznych to osoba młoda, dobrze wykształcona, mieszkaniec większego ośrodka miejskiego. Na koncerty wybiera się w niewielkiej grupie. Decyzję podjęcia wyjazdu motywuje możliwością zobaczenia na żywo ulubionego wykonawcy, którą to postrzega jako spełnienie swoich marzeń. Udział w imprezie muzycznej to dla niego sposób na wyrażenie emocji. Jadąc na koncert, nie sugeruje się miejscem wydarzenia. Wyjazd traktuje jako imprezę docelową, z którą raczej nie łączy intensywnej, szczegółowo zaplanowanej aktywności turystycznej. Jeżeli decyduje się zapoznać z miastem, podjętą działalność ogranicza do spaceru jego ulicami, który to bardziej może wynikać z potrzeby zapalenia czasu przed lub po koncercie, niż faktyczną chęcią penetracji miasta. Zwykle nie podejmuje noclegu. W sytuacji, gdy gotów jest zostać w mieście dłużej, kierowany względami finansowymi, korzysta z gościnności znajomych lub oferty hostelu.

2.2. Profil uczestnika festiwalu

By nakreślić sylwetkę uczestnika festiwalu muzycznego posłużono się studium przypadku jednej z największych komercyjnych imprez muzycznych jaką jest Heineken Open`er w Gdyni. W badaniu wzięło udział 185 osób. Większość ankietowanych stanowiły kobiety (62%). Struktura wieku uczestników wskazuje, iż 64% publiczności to osoby młode, liczące od 18 do 24 lat, wiek 21% badanych zawiera się w przedziale od 25 do 30 lat. Tylko 10% „festiwalowiczów” nie ukończyła 18. roku życia. Osoby powyżej 30. roku stanowiły niewielką część respondentów. Dokonując analizy struktury wykształcenia wśród badanych, najliczniejszą grupę reprezentowały osoby z wykształceniem średnim (45%). Fakt ten może mieć uzasadnienie w wieku uczestników, bowiem osoby w przedziale od 18 do 24 lat to domniemani studenci o wykształceniu średnim. Odsetek respondentów z wykształceniem wyższym wyniósł 42%. Najliczniejsza grupa ankietowanych pochodziła z miast dużych, powyżej 500 tysięcy mieszkańców (43%). Takie ukształtowanie odpowiedzi może wynikać z faktu, iż festiwal Open`er jest renomowanym wydarzeniem muzycznym, który przyciąga zainteresowanych z dużych ośrodków kulturalnych, jak Warszawa, Kraków, Poznań czy Wrocław. Domniemywać można, iż na rezultat zestawienia wpływ wywarła również niewielka odległość od miejsca eventu Gdańska, miasta ponad 400-tysięcznego, a także deklaracja studentów, którzy w dwojaki sposób mogli potraktować kwestię swojego miejsca zamieszkania (miejsce pochodzenia a studia).

Dla większości respondentów (67%) miejscem noclegu było pole namiotowe na terenie festiwalu. Głównym motywem takiego wyboru był fakt, iż właśnie tam rozgrywa się „życie towarzyskie” – istnieje możliwość poznania nowych osób, odbywają się imprezy, panuje specyficzna atmosfera (44% wskazań). Rozkład odpowiedzi wskazuje, iż festiwalowi przyświecają w dużym stopniu względy towarzyskie. Szczegółowa analiza tego zagadnienia wykazała, iż dla 74% uczestników Open`er bez obecności znajomych nie byłby tym samym;

jego atmosferę koniecznie należy przeżywać w gronie przyjaciół. Zaledwie 22% ankietowanych przyjechało na festiwal w towarzystwie ze względów praktycznych (tańszy dojazd, kwestia bezpieczeństwa). Jak wynika z przeprowadzonych badań, festiwal sprzyja zawieraniu znajomości – 75% ankietowanych nawiązało podczas imprezy nowe kontakty. Potwierdzeniem analizowanego zagadnienia okazuje się być kwestia, w jak licznej grupie „festiwalowicze” przybyli do Gdyni. Najczęściej były to grupy 3-5 osobowe (37% wskazań), ale równocześnie 30% uczestników tworzyło podczas imprezy grupy ponad 8-osobowe. Jedynie 3% uczestników przyjechało na Open`era samotnie, a 10% wyłącznie wraz z osobą towarzyszącą.

Analizując motywy uczestnictwa w festiwalu Open`er, okazało się, iż dla 69% publiczności największe znaczenie ma możliwość zobaczenia na żywo ulubionych wykonawców oraz uczestnictwo w imprezie na dużą skalę (41% wskazań). Ankietowani postrzegali wyjazd na festiwal jako przeżycie przygody i okazję do zdobycia nowych doświadczeń (odpowiednio 45% i 34%). Istotnym motywem okazało się być również wzmocnienie więzi ze znajomymi (37%), jak i możliwość rozbudzenia nowych zainteresowań (31%). W kontekście motywacji uczestnictwa w festiwalu, aktywność turystyczna nie odgrywa wiodącej roli: dla 25% ankietowanych udział w Open`erze podyktowany był możliwością zmiany otoczenia, 20% badanych ocenia festiwal jako ciekawy sposób na podróżowanie, natomiast 3% respondentów umotywoowało swój udział chęcią zwiedzenia atrakcji turystycznych Trójmiasta. Większe znaczenie dla „festiwalowiczów” miał fakt, iż impreza stwarza okazję do wypoczynku nad morzem (16%). Dla ankietowanych priorytetem są doznania muzyczne i towarzyskie. Wskazywane w odpowiedziach motywy poznawcze, wynikają z unikalnej atmosfery wydarzenia i nie są związane bezpośrednio z turystyką. Organizacja eventu w Gdyni, miejscowości nadmorskiej, jest atrakcyjnym rozwiązaniem. Położenie nad Bałtykiem wzbogaca program festiwalu, nadaje imprezie wakacyjny charakter. Z opinii uczestników wynika jednak, że nawet gdyby pozbawić festiwal towarzyszących mu turystycznych walorów, impreza mimo to wybroniłaby się swoją unikalnością na wielu polach.

Ryc. 3. Aktywność uczestników Heineken Open`er poza terenem miasteczka festiwalowego



Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Podczas imprezy, uczestnicy opuścili teren miasteczka festiwalowego głównie po to, aby wypocząć na plaży, dokonać zakupów (po 65% wskazań) czy spożyć posiłek w bazie gastronomicznej w centrum Gdyni (60%). Zestawienie odpowiedzi wskazuje na to, iż uczestnicy festiwalu oddawali się w czasie jego trwania czynnościom wpisanym poza

program imprezy. Oprócz podstawowej kwestii jaką jest uzupełnienie zapasów żywności, czy zjedzenie posiłku na mieście, ankietowani przejawiali aktywność turystyczną – słoneczna pogoda sprawiła, iż powszechnym zajęciem był wypoczynek na plaży, część osób zwiedzała również atrakcje Trójmiasta. Dla tych, którzy zdecydowali się na „wycieczkę poznawczą”, warte zwiedzenia okazały się być: molo w Sopocie, Stare Miasto w Gdańsku, czy takie atrakcje Gdyni jak statek-muzeum „Dar Pomorza”, okręt-muzeum ORP „Błyskawica” i Akwarium.

Jak wynika z udzielonych odpowiedzi, 36% badanych planowało zostać w Gdyni i okolicach po zakończeniu Open`era. Dla 22% uczestników przedłużenie pobytu umotywowane było aktywnością turystyczną – 4% ankietowanych zadeklarowało chęć zwiedzania miejskich atrakcji turystycznych, zaś 18% publiczności, korzystając ze słonecznej pogody, wyraziło zamiar przedłużenia swojego pobytu w celach wypoczynkowych.

Zebrane wyniki pozwalają na stworzenie ogólnej charakterystyki uczestnika festiwalu. Typowym jego przedstawicielem jest osoba młoda, do 25. roku życia, pochodząca z dużego ośrodka miejskiego. Uczestnik jest dobrze wykształcony – ma wykształcenie wyższe, bądź nadal studiuje. Wiedzę o festiwalach muzycznych czerpie przede wszystkim od znajomych i ze strony internetowej organizatora imprezy. Na festiwalach nie bywa często – średnio raz, dwa razy do roku, przy czym są to wydarzenia na terenie kraju. Decydując się na uczestnictwo, kupuje karnet umożliwiający mu udział w programie całej imprezy. Wyraża chęć zobaczenia koncertów wielu artystów; motyw przyjazdu nie wynika z występu konkretnego, ulubionego wykonawcy. Ogólnie, swój udział w eventie tłumaczy nie tylko względami muzycznymi. Równie ważne są dla niego kwestie towarzyskie. Kilkudniowy wyjazd na festiwal to doskonały sposób na zacieśnienie więzi ze znajomymi, z tego powodu przeciętny uczestnik przyjeżdża na imprezę wraz z kilkorgiem przyjaciół. Atmosfera wydarzenia sprzyja również zdobywaniu nowych znajomości, co „festiwalowicz” skutecznie. Życie towarzyskie na festiwalu rozgrywa się głównie na polu namiotowym, dlatego też jest to forma noclegu najchętniej wybierana przez uczestnika.

Decyzja o przyjeździe na event, nawet do atrakcyjnego regionu, jakim jest nadmorska Gdynia, nie wynika z pobudek turystycznych. Chociaż przeciętny uczestnik Open`era wypoczywał na plaży i lokalizację imprezy nad morzem uznał za dodatkową atrakcję, zaprzecza jakoby swój udział w festiwalu uzależniał od miejsca wydarzenia. Chęć zwiedzenia miasta jest drugorzędym czynnikiem opuszczenia miasteczka festiwalowego. Uczestnik w głównej mierze udaje się poza teren imprezy w celu dokonania zakupów i zjedzenia posiłku w bazie gastronomicznej w centrum miasta. Przed wyjazdem nie zasięga informacji o regionie, w którym odbywa się impreza, podobnie jak nie zaopatruje się w mapy i przewodniki turystyczne o nim traktujące. Nie przedłuża swojego pobytu w danej miejscowości po zakończeniu eventu.

2.3. Porównanie profilu uczestnika koncertu jednodniowego z profilem uczestnika festiwalu

Wydawać by się mogło, iż bywalcy koncertów jednodniowych i festiwali muzycznych reprezentują tę samą kategorię uczestników. Prawdą jest, iż obie grupy charakteryzuje zamiłowanie do muzyki – jedni, jak i drudzy czerpią radość z udziału w imprezie masowej, a występ ulubionego wykonawcy dla wielu jest spełnieniem marzeń. Koncerty oraz festiwale zazwyczaj klasyfikuje się jako formę rozrywki należąca do tzw. kultury wysokiej. Jako jej głównych odbiorców wymienia się osoby wykształcone, otwarte na sztukę [Kim, Cheng, O’Leary 2007, ss. 1366–1371; Buczkowska 2009, ss. 91–118]. Wyniki badań ankietowych niniejszego opracowania zdają się potwierdzać powyższą prawidłowość – w obu przypadkach mamy do czynienia z dobrze wykształconymi mieszkańcami dużych ośrodków miejskich.

Szczegółowe porównanie sylwetek uczestników bardziej uwypukla mimo wszystko różnice, jakie można między nimi zaobserwować. Jedną z cech odmiennych jest wiek respondentów. Publiczność festiwalu okazuje się być znacznie młodsza niż uczestnicy koncertów – 74% ankietowanych miało poniżej 25 lat, zaś zaledwie 5% powyżej 30 lat (w przypadku koncertów było to odpowiednio 50% i 21%). Inna jest także wielkość grupy, w jakiej respondenci przybywali na wydarzenie muzyczne – badania wykazały, że uczestnicy koncertów preferują wyjazdy w niewielkich grupach, zaś „festiwalowicze” nie rzadko przybywali w towarzystwie nawet i ośmioosobowym. Odmienne jest również źródło, z którego uczestnicy dowiadywali się o wydarzeniu – publiczność koncertów jednodniowych przede wszystkim czerpała wiedzę z Internetu i mediów, podczas gdy najbardziej przydatna w przypadku „festiwalowiczów” okazała się być pomoc znajomych. Pomimo, iż liczba festiwali muzycznych stale rośnie, ankietowani ograniczają się przeciętnie do jednej, dwóch tego typu imprez w ciągu roku. Uczestnicy koncertów zazwyczaj biorą udział w więcej niż czterech wydarzeniach muzycznych rocznie. Co więcej, bywalcy koncertów chętniej wyjeżdżają na event za granicę. Badania pokazały, że ponad 50% z nich uczestniczyło w muzycznym show poza Polską. W zagranicznym festiwalu muzycznym udział wzięło jedynie 7% osób.

Badane zbiorowości odróżnia motywacja uczestnictwa w wydarzeniu muzycznym. Dla osoby wyjeżdżającej na koncerty jednodniowe priorytetem jest możliwość udziału w występie ulubionego wykonawcy. Wielkiego znaczenia nie odgrywają ani motyw towarzyskie, ani pobudki turystyczne. Wyjazd na event traktuje ona jako podróż krótkoterminową. Ograniczony czas pobytu w mieście nie pozwala uczestnikowi na turystyczną eksplorację. Bywalca koncertu, z uwagi na skonkretyzowany plan wyjazdu nazwać należałoby raczej „fanem” aniżeli „turystą”. Gdyby jednak pokusić się o nadanie mu tego miana, najbliższym byłoby mu do „turysty zadaniowego” z typologii Przeclawskiego [1996, ss. 38-39]. Dla publiczności festiwalowej kontakt z idolem jest ważny, jednakże głównymi motywami oprócz udziału w występie ulubionego wykonawcy są także więzi społeczne, jakie tworzą się podczas eventu. Uczestnika na imprezę przyciąga przede wszystkim niezwykła atmosfera – roztańczona kilkudziesięcioletnia publiczność, zabawa do świtu, biwakowanie na polu namiotowym. Osoba biorąca udział w festiwalu to „wczasowicz”, który wraz z kilkorgiem przyjaciół przez kilka dni oddaje się wakacyjnym przyjemnościom. Ponownie przyjmując typologię Przeclawskiego, uczestnikowi festiwalu najbliższym do typu „turysty integratywnego” lub „turysty rozrywkowo-wypoczynkowego”.

Tab. 1. Porównanie profilu uczestnika koncertu jednodniowego z profilem uczestnikiem festiwalu

Porównywana cecha	Uczestnik koncertu	Uczestnik festiwalu
wiek	osoba poniżej 30. roku życia	osoba poniżej 25. roku życia
wykształcenie	student, bądź wykształcenie wyższe	student, bądź wykształcenie wyższe
miejsce zamieszkania	miasta powyżej 500 tys. mieszkańców	miasta powyżej 500 tys. mieszkańców
źródło informacji o wydarzeniu	strony internetowe zespołów	informacje od znajomych
środek lokomocji, jakim dotarł na wydarzenie	samochód	pociąg
liczebność grupy, w jakiej przybył na wydarzenie	grupa 3-5 osobowa	grupa nawet i powyżej 8. osób
udział w imprezach zagranicznych	tak	nie
po ewencie korzysta z noclegu	nie	tak
zawiera znajomości podczas eventu	tak	tak
główne motywy uczestnictwa	możliwość uczestnictwa w koncercie ulubionego wykonawcy, spełnienie marzeń	możliwość uczestnictwa w koncercie ulubionego wykonawcy, udział w imprezie na dużą skalę, wzmocnienie więzi ze znajomymi
AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA		
turystyka motywem uczestnictwa w imprezie	nie	nie
udział w wydarzeniu uzależnia od lokalizacji	nie	nie
typ realizowanej turystyki	na niewielką skalę turystyka miejska (poznawcza)	turystyka wypoczynkowa
przedłuża pobyt po ewencie	nie	nie
turystyka jako powód przedłużenia pobytu	nie	nie
zasięga informacji o regionie, w którym ma miejsce event	tak	nie
korzysta z przewodników i map	tak	nie
termin turysta	nie odnosi się	„wczasowicz”

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Zakończenie

Turystyka eventowa stanowi stosunkowo nowy przedmiot zainteresowania badaczy nauki. Dogłębne studia w jej zakresie prowadzone są zaledwie od kilkunastu lat. Tak jak zgodnie klasyfikuje się turystykę eventową jako jedną z form turystyki kulturowej, to istnieją różne poglądy na to, czy można traktować ją jako odrębną kategorię aktywności turystycznej. Zdaniem Getza [2008, ss. 406], ruch turystyczny związany z uczestnictwem w wydarzeniach kulturalnych bardziej należałoby postrzegać jako przedmiot studiów w zakresie zarządzania eventami i zarządzania turystyką. Według Getza [2010, ss. 5], powiązania eventów z turystyką wynikają z faktu, iż wszelkie imprezy kulturalne są katalizatorem dla lokalnej gospodarki: przyciągają do danego miejsca, zapobiegają sezonowości w ruchu turystycznym, są doskonałym narzędziem promocji dla danego miasta czy regionu.

Problem turystyki eventowej najczęściej jest rozpatrywany w kategoriach ekonomicznych. W niniejszym artykule przyjrano się zagadnieniu w innym kontekście – dokonano charakterystyki uczestnika eventu. Według formalnych kategoryzacji, osoby biorące udział w eventach są określane mianem turystów z samego faktu uczestnictwa w wydarzeniu kulturalnym. W artykule, za wyznacznik bycia turystą uznano aktywności, jakie towarzyszyły respondentom podczas wyjazdu na imprezę muzyczną. Wyniki badań nad uczestnikami koncertów i festiwalu muzycznego dowiodły, iż udział w wydarzeniu, w opinii zainteresowanych, nie jest silnie umotywowany turystycznie, a przejawy ich turystycznej aktywności nie są powszechne i intensywne w swej formie. Osoby udające się na event muzyczny rzadko podejmują decyzję o wyjeździe ze względu na miejsce wydarzenia. Wyjazd na koncert jest postrzegany jako impreza docelowa, zwykle kilkugodzinna, z którą raczej nie łączy się szczegółowo zaplanowanej eksploracji turystycznej. Podobnie jest w przypadku festiwalu, gdzie motywacje turystyczne stanowią pośredni powód do opuszczenia miasteczka festiwalowego.

Wyniki badań przemawiają za tym, by uczestnictwa w eventach muzycznych nie wpisywać w kategorię szeroko pojętej turystyki, a osoby biorące w nim udział nie określać „turystą” *sensu stricto*. Wydaje się, że uczestnictwo w eventach muzycznych jest raczej formą spędzania czasu wolnego niż szczególnym typem aktywności turystycznej.

Wewnętrzne podziały w ramach turystyki kulturowej, a także jej podtypu jaką jest turystyka eventowa, prowadzone są według różnego poziomu uszczegółowienia, co stanowi temat dyskusji wśród badaczy [Ratkowska i in. 2011, ss. 43-47]. Autorka niniejszego opracowania skłania się do opinii, iż pewne aktywności, jak na przykład udział w imprezach muzycznych, nie muszą być za wszelką cenę poddawane kategoryzacji. Artykuł stanowi punkt wyjścia do podjęcia szerszych rozważań nad problemem współczesnej turystyki. Zdaje się bowiem, iż „wchłonęła” ona w swoje ramy niemalże każdą ludzką aktywność prowadzoną poza domem w czasie wolnym od pracy.

Literatura

1. Borzyszkowski J. 2011. *Wpływ eventu na rynek turystyczny – przykład ślubu księcia Williama i Kate Middleton* [w:] „Turystyka Kulturowa” 4-6, s. 63-75.
2. Buczkowska K. 2009. *Kulturowa turystyka eventowa*, [w:] Współczesne formy turystyki kulturowej. Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego w Poznaniu.
3. Gaworecki W.W. 2007. *Turystyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
4. Getz D. 2008. *Event tourism: Definition, evolution, and research* [w:] „Tourism Management” 29, s. 403-428.

5. Getz D. 2010. *The nature and scope of festival studies* [w:] "International Journal of Event Management Research" 5 (1), s. 5.
6. Gursoy D., Kim K., Uysal M. 2004. *Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation* [w:] "Tourism Management" 25 (2), s. 171-181.
7. Hughes H. L. 1995. *Redefining cultural tourism* [w:] "Annals of Tourism Research" 23 (3), s. 707-709.
8. Kim H., Cheng C., O'Leary J. T. 2007. *Understanding participation patterns and trends in tourism cultural attractions* [w:] "Tourism Management" 28, s. 1366–1371.
9. Kowalczyk A. 2008. *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych UW, Warszawa.
10. Mikos von Rohrscheidt A. 2008. *Turystyka kulturowa. Fenomen. Potencjał. Perspektywy*, Wydawnictwo KMB Druk: Gnieźnieńska Wyższa Szkoła Humanistyczno-Menedżerska Milenium, Gniezno.
11. Moscardo G. 2007. *Analyzing the role of festivals and events in regional development*, [w:] "Event Management" 11 (1-2), s. 23-32.
12. O'Sullivan D., Jackson M.J. 2002. *Festival tourism: A contributor to sustainable local economic development* [w:] "Journal of Sustainable Tourism" 10 (4), s. 325-342.
13. Przeclawski K. 1996. *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, F.H-U. Albis, Kraków.
14. Ratkowska P. 2010. *O festiwalu w kontekście turystyki kulturowej, czyli turystyka eventowa raz jeszcze* [w:] „Turystyka Kulturowa”, 4-6, s. 109-129.
15. Ratkowska P. 2011. *Jak daleko możemy się posunąć w wyszczególnianiu poszczególnych form czy typów turystyki kulturowej?* [w:] „Turystyka Kulturowa”, 3, s. 43-47.

Participation in music events – a form of tourism or just a kind of leisure time activity?

Key words: event tourism, concert, music festival, Heineken Open'er Festival

Summary

The considerations presented in the following article are focused on event tourism. The aim of the study is to determine whether participation in music events is a form of tourism or just a kind of leisure time activity. Due to this purpose a comparison of concerts and Open'er Festival participants' behavior has been made. A part of the analysis consisted in assessment of tourist activities held during the events. The study's results reveal that participation in music events is not a separate form of tourism and a person who takes part in concerts and music festivals is not a tourist in the strict sense.