

ROLA CZASOPISM NAUKOWYCH W TRANSFERZE WIEDZY W TURYSTYCE¹

*Wiesław Alejziak**

Stanisław Liszewski

Abstrakt

Cel. Głównym celem pracy jest analiza roli, jaką pełnią czasopisma naukowe w procesach transferowania wiedzy z zakresu turystyki, a także identyfikacja stojących przed nimi wyzwań, wynikających ze zmian dokonujących się zarówno w sferze nauki i zarządzania wiedzą, jak i funkcjonowania rynku turystycznego.

Metoda. W pierwszej części pracy zastosowano metody opisowe, bazujące na studiach historycznych i literaturowych, a także analizy rankingów czasopism (w oparciu o informacje zawarte w bazach JCR i SCOPUS) oraz innych wyznaczników parametrycznej oceny działalności naukowej. Natomiast druga część pracy zawiera wyniki badań empirycznych, które w formie sondażu opinii przeprowadzono wśród obecnych i byłych redaktorów naczelnych oraz członków rad naukowych 28 wiodących polskich i zagranicznych czasopism turystycznych. Należy podkreślić, że w artykule zaprezentowano jedynie wstępne wyniki badań, którymi docelowo planuje się objąć 50 czasopism międzynarodowych i 15 polskich. Z uwagi na to, że badania ciągle trwają (ich zakończenie planowane jest na koniec 2017 roku), niniejszy artykuł w części empirycznej bazuje na opiniach 43 respondentów, którzy nadesłali swoje odpowiedzi do 31 października 2016 roku, kiedy zamknięto pierwszy etap badań (uzyskano odpowiedź od 36,4% osób spośród 118 poproszonych o opinię).

Wyniki. Badania wykazały, że chociaż czasopisma turystyczne zasadniczo pełnią takie same funkcje, jak czasopisma z innych dziedzin, to procesy transferowania wiedzy w przypadku większości wyodrębnionych w tych badaniach form tego transferu oceniane są przez respondentów gorzej, zwłaszcza w porównaniu do czasopism z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych.

* dr hab., prof. nadzw., Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Polityki Turystycznej, Zakład Ekonomii i Zarządzania; e-mail: wieslaw.alejziak@awf.krakow.pl

¹ Artykuł niniejszy oraz fakt, że jednym z jego autorów jest nieżyjący już prof. zw. dr hab. Stanisław Liszewski, proszę przyjąć jako swoisty hołd w uznaniu zasług, jakie Profesor ma w rozwoju badań naukowych nad turystyką. Wprawdzie tekst powstał już po śmierci Profesora, jednak kilka rozmów na temat planowanego artykułu, które z Nim odbyłem w ostatnich tygodniach jego życia, kiedy to ustalaliśmy cele i zakres naszej wspólnej pracy (w tym konieczność przeprowadzenia sondażu wśród redaktorów naczelnych i członków rad naukowych wiodących periodyków naukowych na świecie i w Polsce) sprawiają, że Profesor już na tym etapie wniósł duży wkład w powstanie tej pracy. Dlatego też moim zdaniem, powinien On być uznany – choć to trochę nietypowe i być może nawet nie mające precedensu w nauce – za pełnoprawnego współautora tego artykułu.

Okazało się jednak, że wśród 10 wyodrębnionych form transferu wiedzy istnieją też takie, w których oceny czasopism turystycznych są podobne do czasopism z innych dziedzin (np. transfer międzybranżowy), a w przypadku jednego (transfer między wydawcami) nawet wyższe. Czasopisma turystyczne podlegają w ostatnim czasie istotnym modyfikacjom (zarówno jeśli chodzi o stawiane przed nimi cele, jak i sposoby funkcjonowania), co spowodowane jest przede wszystkim zmianami, jakie pod wpływem nowoczesnych technologii informatycznych zachodzą w sferze szeroko pojętej komunikacji naukowej, a także rolę, jaką odgrywają one w systemie parametrycznej oceny działalności naukowej.

Ograniczenia badań i wnioski. W części empirycznej artykułu przedstawiono wstępne wyniki badań, które – co warto podkreślić – bazują na subiektywnych ocenach respondentów, nakazujących ostrożność w interpretacji oraz wyciąganiu wniosków. Badania ujawniły skalę trudności, z jakimi należy się liczyć przy tego typu zagadnieniach, zwłaszcza w zakresie obiektywizacji oraz kwantyfikacji opinii.

Implikacje praktyczne. Praca może mieć znaczenie dla różnych podmiotów zainteresowanych zarówno „produkowaniem” wiedzy (badacze i instytucje naukowo-badawcze) oraz jej upowszechnianiem (wydawnictwa), jak i praktycznym wykorzystywaniem wiedzy (branża turystyczna). Wyniki badań powinny zainteresować także redakcje czasopism, w tym zwłaszcza takie, które aspirują do miana czasopism wiodących w tej dziedzinie.

Oryginalność. Jest to prawdopodobnie pierwsza w Polsce praca, która w badaniach dotyczących transferu wiedzy w turystyce w tak szerokim zakresie bazuje na opiniach redaktorów naczelnych oraz członków rad naukowych czasopism z tego zakresu.

Rodzaj pracy. Artykuł łączy w sobie rozważania teoretyczne oraz prezentację własnych badań empirycznych.

Słowa kluczowe: turystyka czasopisma naukowe, rankingi, zarządzanie wiedzą, transfer wiedzy.

Wprowadzenie

Badania nad turystyką, zasadniczo rzecz ujmując, mają na celu poznanie uwarunkowań oraz praw i mechanizmów rządzących tym zjawiskiem, włączając w to przyczyny, które to zjawisko wywołują oraz skutki, jakie ono powoduje w różnych sferach rzeczywistości społeczno-ekonomicznej [Alejziak 2008, s. 142]. Badania takie ukierunkowane są na pewien pożądaný efekt, w tym przypadku – na poznanie i wzbogacenie wiedzy naukowej. Podstawą efektywnego „uprawiania nauki” – niezależnie od dziedziny, której ono dotyczy – jest prowadzenie badań, publikowanie uzyskanych wyników oraz dyskusja naukowa. Od czasu, kiedy w połowie XVII wieku pojawiły się pierwsze czasopisma naukowe, pozostają one jednymi z najważniejszych instrumentów nie tylko upowszechniania (transferu) wiedzy, ale także jej dalszego rozwoju. Dzieje się tak dlatego, że to właśnie w nich zwykle najszybciej publikowane są najnowsze wyniki badań, nowatorskie koncepcje i teorie naukowe, innowacyjne rozwiązania itd. Dotyczy to nauk tradycyjnych i dobrze rozwiniętych, jak również takich dziedzin wiedzy, jak na przykład turystyka, które dopiero poszukują swojej tożsamości naukowej i ewentualnego wyodrębnienia, pozostając jednak na razie głównie obszarami naukowej penetracji specjalistów z innych gałęzi nauki. Wydaje się nawet, że problematyka transferu wiedzy – będąca w tej pracy podstawowym przedmiotem analiz – jest w szczególności ważna w przypadku takich właśnie „młodych i poszukujących swojej tożsamości” dziedzin, gdyż od tego, jak przebiegają w nich i jaką skuteczność mają różnorodne procesy składające się na transferowanie wiedzy, w dużym stopniu zależy ich rozwój.

Chociaż turystyka w wymiarze naukowym ma swoją specyfikę (która zresztą nie ułatwia badań nad tym zjawiskiem), to transfer wiedzy dokonuje się w jej ramach zasadniczo w podobny sposób, jak ma to miejsce w innych dziedzinach, czyli poprzez system komunikacji naukowej. Z uwagi to, że transfer wiedzy może mieć różny zakres i przybierać różnorodne formy, rozważań na ten temat nie należy jednak zamykać tylko w obszarze komunikacji *stricte* naukowej, a rozpatrywać ją na szerszym tle komunikacji społecznej w ogóle, a więc jako proces polegający na wytwarzaniu, przekształcaniu i przekazywaniu informacji między różnymi podmiotami – jednostkami, grupami, organizacjami². Jedną z jej form jest komunikacja naukowa, która ma na celu m.in. upowszechnianie wyników badań oraz ogólnie – wiedzy naukowej, co dokonuje się w ramach szerokiego kompleksu zagadnień określaných mianem transferu wiedzy.

² Zwłaszcza jeśli mamy na myśli transfer wiedzy z nauki do praktyki, gdzie czasami wysoce specjalistyczne treści publikowane w czasopismach naukowych mogą być dla praktyków niezrozumiałe oraz wymagać swoistego pośrednictwa (np. w ramach różnych szkoleń czy też prasy popularno-naukowej), które w takim przypadku ma za zadanie „przełożenie” treści zrozumiałych tylko dla wąsko wyspecjalizowanych w danej dziedzinie naukowców, na język zrozumiały dla praktyków.

Niezależnie do formy i instrumentu przekazu, w całym systemie komunikacji naukowej podstawowym dokumentem potwierdzającym dokonania badawcze jest publikacja, zaś jednym z najważniejszych instrumentów dokumentowania odkryć oraz transferu wiedzy naukowej niezmiennie od ponad 300 lat pozostają czasopisma naukowe [por. m.in. Prinke 2010, s. 137; Kulczycki 2013, s. 5]. W powszechnej opinii uznawane są one za podstawowy nośnik upowszechniania wyników badań oraz miejsce, w którym uczeni poddawani są krytyce ze strony innych badaczy. Wszystko to sprawia, że czasopisma w dużym stopniu decydują o autorytecie badacza i jego pozycji w środowisku³, a publikowanie w najbardziej prestiżowych czasopismach jest ważnym wyznacznikiem „mistrzostwa w nauce” [por. Alejziak 2011]. Według N. Graburna i J. Jafariego (prekursorów badań nad turystyką, którzy wnieśli wielki wkład w rozwój wiedzy na jej temat), jakość czasopism naukowych jest również jednym z mierników rozwoju poszczególnych dyscyplin oraz dobrze odzwierciedla naukowy potencjał „społeczności akademickiej”, która jest z nimi związana [Graburn, Jafari 1991]. Podobne opinie na ten temat prezentują m.in. B. McKercher [2005], C.K. Cheng, X.R. Li, J. Petrick i J.T. O’Leary [2005], Ch. Cooper [2006], Ch.R. Goeldner [2011] oraz wielu innych badaczy. Trudno nie zgodzić się bowiem z opiniami, że bez czasopism naukowych nie tylko rozwój wiedzy na temat turystyki, ale także w ogóle rozwój tego „fenomenu XX wieku” (jak często turystyka bywa określana) nie byłby tak dynamiczny. Czasopisma naukowe są wprawdzie tylko jednym z instrumentów transferowania wiedzy w różne obszary „rzeczywistości turystycznej”, to jednak właśnie dzięki nim do odbiorców trafia wiedza najcenniejsza, bo wiedza naukowa, a więc oparta na aktualnych badaniach, podlegająca recenzenckiej weryfikacji, twórczej krytyce itd.

Rola i znaczenie transferu wiedzy na współczesnym rynku turystycznym

Znaczenie transferu i upowszechniania wiedzy – niezależnie do tego, czy w danym momencie analizujemy je w kontekście rozwoju nauki, czy też wykorzystania jej w praktyce życia społecznego i gospodarczego – wynika z faktu, że bez tych procesów „nie byłoby możliwe zgromadzenie przez człowieka wiedzy, jej łączenie z posiadanymi zbiorami i poddanie dalszej kreacji, zapisanie czy stosowanie w działaniu” [Mikuła 2011, s. 62]. Problematyka transferu wiedzy (a zwłaszcza jego uwarunkowań oraz form i instrumen-

³ O tym, że rola czasopism, jako wyznaczników prestiżu osób, które publikują w nich swoje prace jest istotnie duża pisze m.in. E. Kulczycki, który zauważa, że „... autorzy publikacji naukowych oceniani są coraz częściej nie przez pryzmat tego co opublikowali, lecz gdzie, tj. w jakim czasopiśmie. W ten sposób zarówno artykuły, jak i autorzy «*świecą światłem odbitym*» czasopism naukowych” [Kulczycki 2016, s. 107].

tów, za pomocą których się go dokonuje) należy do kluczowych zagadnień stosunkowo młodej dziedziny, jaką jest zarządzanie wiedzą (ang. *Knowledge Management* – KM)⁴.

Dla problematyki transferu wiedzy kluczowe znaczenie ma kilka jej ważnych właściwości. Jedną z nich jest to, że wiedza – jako zasób cechujący się rozkładem asymetrycznym (co oznacza, że pewne jej zasoby są dostępne dla jednych, a nie są dostępne dla innych) – jest nie tylko podatna na powielanie, ale można ją także przenosić w czasie i przestrzeni [Stefanowicz 2013, s. 69-72]. W dzisiejszych czasach, dzięki nowoczesnym technologiom, procesy pomnażania i transferu wiedzy mogą się dokonywać błyskawicznie oraz praktycznie bez ograniczeń, jeśli chodzi o odległość oraz kręgi potencjalnych odbiorców. Te własności wiedzy decydują o jej wyjątkowym znaczeniu zarówno jeśli chodzi o jej wykorzystanie w życiu społecznym, jak i gospodarczym. Tym bardziej, jeśli uwzględnimy jeszcze jedną wielką zaletę wiedzy, którą jest fakt, iż przejawia ona cechy synergii. Ma bowiem takie właściwości, dzięki którym połączenie dwóch jej elementów powoduje ujawnienie się wartości dodanej (takiej, której nie ma żaden z elementów cząstkowych). Warto też podkreślić, że współczesne środki techniczne (głównie informatyczne) powodują, że dynamika wymiany wiedzy wzrasta wręcz wykładniczo – zarówno pod względem zasięgu, jak i tempa [Stefanowicz 2013, s. 71].

Według L. Ruhanen i Ch. Coopera [2003, s. 11] transfer wiedzy odgrywa kluczową rolę w tzw. łańcuchu wartości wiedzy dla sektora turystycznego (*knowledge value chain for the tourism sector*). Charakter, zakres oraz formy transferu wiedzy można badać i analizować na różne sposoby. Najczęściej analizowany jest on jednak w ramach czterech procesów: pozyskiwania wiedzy, jej udostępniania, rozpowszechniania oraz dzielenia się wiedzą [Mikuła 2011]. Badania przepływów (transferu) wiedzy nie należą jednak do łatwych, co wynika z faktu, że transfery te są trudne do identyfikacji i wyodrębnienia, a tym bardziej do zmierzenia i standaryzacji⁵. Chociaż podstawowy kierunek przepływów wiedzy jest zasadniczo ten sam (przebiega od podmiotów, które wiedzę posiadają do tych, które jej potrzebują), to procesy z tym związane mają dynamiczny charakter i przebiegają wielowarstwowo, a ponadto są ze sobą w różnym stopniu powiązane, co dodatkowo utrudnia ich wyodrębnianie i analizy. Dlatego cały czas poszukuje się nowych metod ułatwiających badania. Jedną z takich metod, które stały się popularne w ostatnim czasie, jest mapowanie transferu wiedzy [Cichy, Janik, Ryszko 2016; Gudanowska 2011; Probst, Raub, Romhardt 2004, s. 87-89].

⁴ „Narodziny” zarządzania wiedzą często łączy się z konferencją *Managing the Knowledge Assets into 21st Century*, która została zorganizowana w Perdue Univeristy (USA) w 1987 roku [por. TSG 1988].

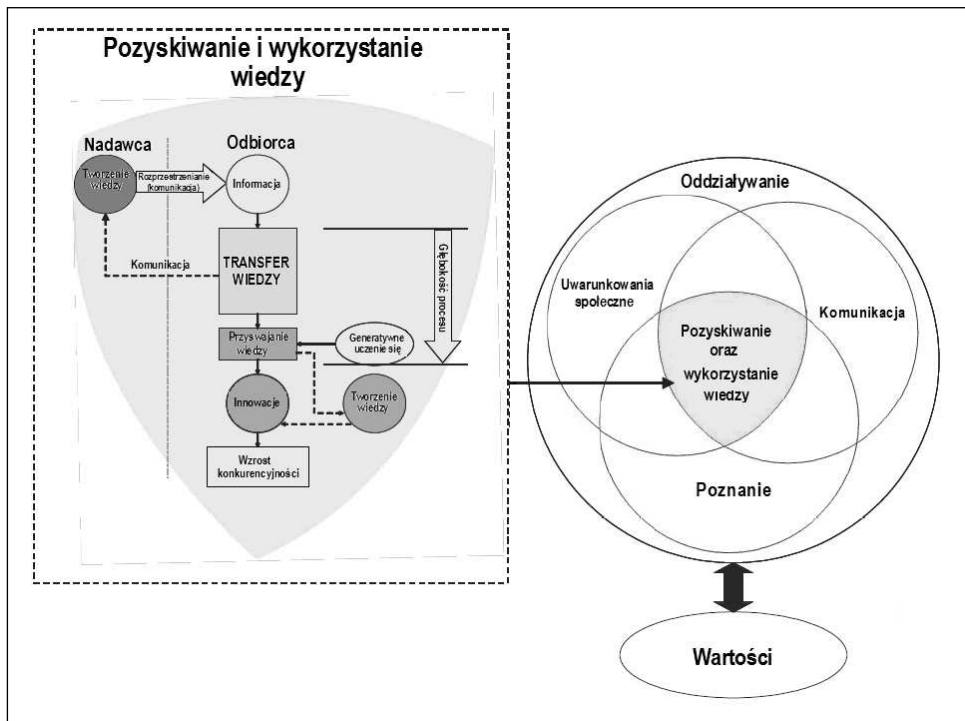
⁵ Już sama problematyka pojęcia wiedzy jest przedmiotem licznych sporów toczonych przez specjalistów na temat jej definiowania [por. m.in. Stefanowicz 2013, s. 57-92].

Według G. Shawa i A.M. Williamsa [2009], w przeciwieństwie do hotelarstwa, gdzie badania dotyczące transferu wiedzy oraz innowacji są stosunkowo dobrze rozwinięte⁶, w turystyce takich badań jest raczej niewiele i znajdują się dopiero w początkowej fazie rozwoju. Jedną z przyczyn tego stanu rzeczy jest wielosektorowa natura turystyki, co sprawia, że jest ona trudnym obszarem badawczym, cechującym się ponadto specyficznymi sposobami generowania wiedzy, jej transferowania oraz absorpcji [Czernek 2014, s. 136]. Podobne opinie wyrażają także inni badacze, akcentując przy tym na przykład ogólny niedostatek badań na ten temat [np. Cooper 2006], albo też odnosząc go do niektórych sfer, np. zarządzania regionami, destynacjami i atrakcjami turystycznymi [Baggio, Cooper 2010; Weidenfeld, Williams, Butler 2010, s. 604]⁷. W wielu publikacjach podnoszony jest także problem tego, że prace na temat transferu i absorpcji wiedzy w turystyce mają małe oparcie w badaniach empirycznych, a większość z nich dotyczy pojedynczych organizacji, podczas gdy brakuje rozważań w ujęciu międzyorganizacyjnym oraz branżowym [Czernek 2014, s. 135]. Należy to podkreślić tym bardziej, że na proces transferu wiedzy zawsze składają się dwa podstawowe elementy: przekaz (transmisja) wiedzy od nadawcy do odbiorcy oraz absorpcja (wchłanianie) wiedzy przez odbiorcę. Jeśli wiedza nie zostanie wchłonięta, to transfer w ogóle nie ma miejsca [Davenport, Prusak 1998, s. 103].

Na znaczenie zróżnicowań branżowych, zwracają również uwagę L.G.A. Beesley oraz Ch. Cooper [2008]. Wprawdzie cytowana praca nie dotyczy wprost branży turystycznej (choć Ch. Cooper jest jednym z wybitnych badaczy i znawców rynku turystycznego), to jednak zawarto w niej wiele ciekawych obserwacji i opinii na temat transferu i upowszechniania wiedzy, które występują także w turystyce (zwłaszcza jeśli chodzi o sektor małych i średnich przedsiębiorstw – SME). Zdaniem autorów, badacze podejmujący problematykę transferu wiedzy, którzy reprezentują często różne dziedziny nauki, pierwsze problemy w swoich badaniach napotykają już na etapie definiowania pojęć związanych z zarządzaniem wiedzą i innowacjami oraz przy pierwszych próbach komunikowania się za ich pomocą z badanymi [Beesley, Cooper 2008, s. 50-54]. Dlatego też swoje badania rozpoczęli od uporządkowania kwestii terminologicznych i klasyfikacyjnych, a dopiero potem przystąpili do tworzenia swojego modelu pozyskiwania i upowszechniania wiedzy, który został przedstawiony na rycinie 1.

⁶ Opinie te znajdują potwierdzenie także w pracy C.A. Hallin oraz E. Marnburga, którzy poddali w niej kompleksowym analizom 19 badań, jakie na temat zarządzania wiedzą przeprowadzono w sektorze hotelarskim do 2006 roku [Hallin, Marnburg 2008, s. 272-273].

⁷ W kontekście tych opinii warto wskazać na ciekawy artykuł K. Wernera, G. Dickson i K. Hyde [2015], dotyczący transferu wiedzy w sektorze organizacji megeeventów, oparty na badaniach przeprowadzonych w związku z organizacją Mistrzostw Świata w Rugby, które odbyły się w 2011 roku w Australii i Nowej Zelandii.



Ryc. 1. Proces oraz podstawowe uwarunkowania transferu wiedzy

Fig. 1. Process and main conditions of knowledge transfer

Źródło: Opracowanie własne na podst./ **Source:** Own elaboration based on: [Beesley, Cooper 2008, s. 56].

Transfer wiedzy zajmuje w tym modelu centralne miejsce, a cała koncepcja nie tylko w szczególnie silny sposób akcentuje sekwencyjny i ciągły charakter tego procesu, ale podkreśla także znaczenie, jakie mają dla niego rozliczne uwarunkowania i oddziaływania. Biorąc pod uwagę fakt, że model ten ma charakter uniwersalny i nie odnosi się wprost do turystyki, warto podkreślić to, że – będąc zjawiskiem interdyscyplinarnym i powiązaniem z różnymi sferami życia społecznego i gospodarczego – może ona korzystać z transferów wiedzy z innych dziedzin zarówno jeśli chodzi o naukę, jak i praktykę gospodarczą. Jak się wydaje, rozumieją to dobrze organizatorzy jednej z najbardziej znaczących i cyklicznie organizowanych konferencji turystycznych, jaką jest *t-FORUM Global Conference*, skoro w komunikatach akcentują fakt, że jej celem jest nie tylko transfer wiedzy „w turystyce”, ale także „do turystyki” (*Transferring knowledge to and within tourism*)⁸.

⁸ Tak właśnie zachęcano do udziału w konferencji zorganizowanej w 2015 roku w Neapolu [por. <http://www.thetourismforum.com/globalconference> (10.10.2016)].

Funkcje czasopism naukowych

Periodyki naukowe, tradycyjnie postrzegane jako jeden z podstawowych instrumentów transferu i upowszechnia wiedzy, w ostatnich latach tracą swoją wielowiekową dominującą pozycję w tej dziedzinie na rzecz innych, bardziej nowoczesnych form komunikacji naukowej. Wprawdzie nie wskazuje na to, aby ich czas już definitywnie minął, ale nie ulega wątpliwości, że w wielu elementach ich dotychczasowej działalności będą musiały nastąpić duże zmiany – począwszy od funkcji, jakie powinny w dzisiejszych czasach pełnić, poprzez problemy związane z rosnącą konkurencją na rynku (nie tylko wydawniczym, ale też szerzej rozumianym rynku informacyjnym), a na „technologicznych” aspektach ich funkcjonowania kończąc.

Dzisiejszy rynek czasopism naukowych cechuje duża różnorodność. Istnieje wiele typologii, które starają się uporządkować kwestie terminologiczne i kryteria klasyfikacyjne. Na potrzeby tej pracy przyjęto, że czasopisma naukowe to „wydawnictwa ciągłe, ukazujące się częściami, w postaci kolejnych zeszytów lub tomów opatrzonych wspólnym tytułem, w określonych lub nieokreślonych odstępach czasu, o nieprzewidzianym z góry zakończeniu” [ich wydawania – dod. W.A.] [cyt. za: Przyłuska 2010, s. 192]. Także w dziedzinie funkcji pełnionych przez periodyki naukowe mamy do czynienia z różnymi ujęciami i klasyfikacjami. Na przykład według G. Weinera [2001] istnieją trzy podstawowe funkcje czasopism naukowych: (1) wytwarzanie, rozpowszechnianie i wymiana wiedzy akademickiej; (2) ocena badań i pracy naukowej, zwłaszcza w kontekście dystrybucji funduszy badawczych; oraz (3) dostarczanie informacji niezbędnych przy promocjach na kolejne stopnie i tytuły naukowe oraz decyzjach dotyczących ewentualnych awansów obsadzania stanowisk kierowniczych w jednostkach zatrudniających naukowców. Natomiast w literaturze polskiej najczęściej wyróżnia się cztery podstawowe funkcje czasopism naukowych, dotyczące: 1) przekazu informacji, 2) selekcji jakościowej, 3) archiwizowania informacji oraz 4) przynoszenia uznania autorom [Prinke 2010; Nowak 2013].

Z uwagi na podstawową problematykę tego artykułu należy podkreślić, że na pierwszy plan tych rozważań wysuwa się funkcja przekazu informacji⁹. To ona bowiem w największym stopniu wiąże się z problematyką transferu wiedzy oraz roli, jaką na tle innych sposobów komunikacji naukowej w tej dziedzinie odgrywają czasopisma naukowe. W dyskusjach na ten temat często podkreśla się wkład czasopism naukowych w upowszechnianie wiedzy.

⁹ Według R. Prinke, w ramach tej funkcji wyróżnić można dodatkowo jej trzy subfunkcje: komunikacji, relacji i udostępniania. Jego zdaniem, w tradycyjnym czasopiśmie, pierwsza z nich realizowana jest przede wszystkim przez polemiki, dyskusje, „dwugłosy” i recenzje, druga – przez aktualności z branży, ogłoszenia, relacje z konferencji czy nekrologi, a trzecia – przez udostępnianie danych i materiałów, edycji źródłowych, bibliografii czy ikonografii [Prinke 2010, s. 142].

Jest to słuszne stanowisko, ale tylko wtedy, gdy bierze się pod uwagę nie tyle upowszechnianie w znaczeniu „popularyzowania wiedzy w skali masowej”, co „rozpowszechniania wiedzy naukowej w środowisku uczonych”. O ile bowiem nie ulega wątpliwości, że czasopisma naukowe powinny być w jak największym stopniu instrumentem transferowania wiedzy wśród badaczy oraz w sferze szeroko pojętej „akademii”¹⁰ w danej dziedzinie, o tyle raczej nie pełnią one funkcji popularyzowania wiedzy w społeczeństwie (a przynajmniej nie powinno tak być). Funkcje takie pełnią bowiem czasopisma popularnonaukowe, a częściowo także fachowe pisma branżowe [Kolasa 1998]. Do szerszych rozważań na ten temat wrócimy jeszcze w dalszej części pracy.

Na podstawie studiów literaturowych¹¹ można stwierdzić, że tradycyjne funkcje czasopism naukowych, na skutek rozwoju nowoczesnych technologii informatycznych oraz ich coraz szerszego zastosowania w działalności naukowej, ulegają istotnym modyfikacjom. Według R. Prinke, niektóre z funkcji czasopism można już obecnie zastąpić innymi rozwiązaniami, aczkolwiek „różne propozycje stworzenia nowej formuły czasopisma nie zapewniają właściwego spełniania jego wszystkich dotychczasowych funkcji” [Prinke, 2010, s. 137]¹². Dlatego też, pomimo wielkiej konkurencji ze strony nowoczesnych środków komunikacji naukowej, czasopisma w dalszym ciągu pozostają ważnym elementem „świata nauki”, bez którego trudno sobie wyobrazić jego funkcjonowanie. Potwierdza to trafność opinii B. Mortona, zawartej w tytule pracy *Is the Journal as We Know It an Article of Faith?* [1997], gdzie napisał m.in., że „środowiska naukowe wierzą, że czasopismo stanowi nienaruszalny i konieczny element tworzenia wiedzy naukowej” [Prinke 2010, s. 139].

Z opiniami tymi dobrze korespondują przemyślenia na temat roli i znaczenia czasopism naukowych przedstawione przez czterech badaczy związanych z czasopismem „Annals of Tourism Research” (ATR), które uznawane jest za jeden z najlepszych periodyków naukowych z zakresu turystyki (w tym zarówno założyciela pisma i jego wieloletniego redaktora naczelnego – J. Jafari, jak i obecnego redaktora naczelnego – J. Tribe’a).

¹⁰ W interesujący sposób na temat funkcji oraz problemów współczesnej nauki (zwłaszcza w Polsce), w artykule *Po co Akademia? O dostojęństwie nauki*, pisze J.M. Brzeziński [2012]. Odnosi się w nim m.in. do kwestii parametryzacji czasopism oraz nadmiernej komercjalizacji nauki, która jego zdaniem, w skrajnych przypadkach – wypaczając koncepcję „uniwersytetu przedsiębiorczego” (ang. *entrepreneurial university*) – może prowadzić do zjawisk określanych jako McNauka, czy „nauka śmieciowa” (*junk science*) [Brzeziński 2012, s. 21-22].

¹¹ A także na podstawie przedstawionych w dalszej części pracy opinii uczestniczących w badaniach redaktorów naczelnych oraz członków rad naukowych czasopism z zakresu turystyki.

¹² Autor ten, analizując funkcje czasopism naukowych z perspektywy antropologicznej, zwraca uwagę na fakt, że publikowanie wyników badań w czasopismach naukowych jest swoistym rytuałem, który utrwała poczucie tożsamości i integrację części społeczności uczonych związanej z określonym obszarem badawczym i szkołą metodologiczną [Prinke 2010, s. 137].

W artykule *Annals: 40-40 vision* [Xiao, Jafari, Cloke, Tribe 2013], napisanym z okazji jubileuszu 40-lecia ukazywania się tego pisma, dokonali oni interesujących analiz, ukazujących nie tylko rozwój i ewolucję tego czasopisma, ale także znaczenie, jakie miało ono dla kształtowania się wiedzy naukowej na temat turystyki. Autorzy piszą w tej pracy, że chociaż książki i monografie mają ogromne znaczenie dla rozwoju wiedzy w każdej dziedzinie, to metaforycznie można je porównać do jezior i stawów, które – ograniczane przez swoją statyczną naturę – z czasem mogą wyschnąć. Natomiast czasopisma, ich zdaniem, są podobne do strumyków i rzek, które cechują się dynamiką i ciągłym napływem nowych treści. Autorzy cytowanej pracy piszą, że „czasopismo jest jak strumień, jak rzeka wiedzy, która ciągle aktualizuje, naprawia i podnosi ich nurt oraz płynie przez cały rok na okrągło, przez wszystkie cztery pory roku, przyczyniając się do rozwoju naukowego w danej dziedzinie. To dzieje się nieustannie, ponieważ autorzy, recenzenci i redaktorzy są w pewnym sensie karmicielami tych wód, myślącymi nie tylko o rozwijaniu wiecznego krajobrazu wiedzy, ale także nawadnianiu niezbadanych terenów nauki” [Tamże, s. 359].

Geneza i rozwój czasopism naukowych z zakresu turystyki

Początki wydawania periodyków naukowych sięgają roku 1665, kiedy to ukazały się dwa pierwsze czasopisma: drukowany we Francji i pozostający tylko w części czasopismem naukowym „*Journal des Savants*”, na łamach którego publikowano prace z zakresu literatury (periodyk ten ukazywał się do 1900 roku) oraz angielskie pismo przyrodnicze „*Philosophical Transactions of the Royal Society*”. To drugie czasopismo, które w przeciwieństwie do pisma francuskiego od początku miało wszelkie znamiona periodyku naukowego, wydawane jest nadal, będąc najstarszym na świecie ukazującym się nieprzerwanie od ponad 350 lat anglojęzycznym czasopismem naukowym [Przyłuska 2010, s. 193, Xiao, Jafari, Cloke, Tribe 2013, s. 377]¹³. Do grona najstarszych, a jednocześnie najbardziej prestiżowych czasopism naukowych zaliczyć należy „*Nature*” – pismo założone w 1869 roku przez angielskiego astronoma i chemika Normana Lockyera, a także „*Science*” – czasopismo założone w 1880 roku przez wielkiego wynalazcę Thomasa Edi-

¹³ Założycielem i pierwszym redaktorem „*Philosophical Transactions*” był dyplomata i filozof natury Henry Oldenburg (piastujący wówczas funkcję sekretarza Royal Society), który znany jest także z tego, że jako pierwszy wprowadził zasadę recenzowania nadesłanych prac przed ich opublikowaniem, co dzisiaj jest nieodłącznym elementem stanowiącym o naukowości periodyku [Prinke 2010, s. 141]. Warto dodać, że wśród kolejnych redaktorów tego czasopisma byli tak wybitni uczeni, jak: Isaac Newton, Michael Faraday czy Karol Darwin [por. m.in. Przyłuska 2010, s. 193].

sona. Oba czasopisma ukazują się do dziś (obecnie jako tygodniki) i należą do najwyższej punktowanych czasopism w nauce światowej¹⁴.

Czasopisma naukowe z zakresu turystyki oczywiście nie mają ani tak długiej historii, ani nie są tak wysoko punktowane. Wynika to nie tylko z pewnej specyfiki badań nad turystyką, lecz również z faktu, iż badania nad tym zjawiskiem rozpoczęto stosunkowo późno oraz że ciągle znajdują się one we wstępnej fazie rozwoju. Dlatego też trudno je zestawiać z dorobkiem nauk reprezentowanych w "Nature" czy "Science".

Chociaż w niektórych krajach istniały czasopisma poświęcone turystyce, które ukazywały się już w okresie międzywojennym¹⁵, to za pierwszy prawdziwy periodyk naukowy z zakresu turystyki – być może dlatego, że od początku był czasopismem międzynarodowym – uznaje się "Tourism Review", wydawnictwo ukazujące się nieprzerwanie od 1946 roku. Przez długi okres było wydawane przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Naukowych Ekspertów Turystyki (czyli popularny Aiest – od francuskiej nazwy tej organizacji: Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme)¹⁶ i ukazywało się w trzech językach, jako: "Revue de Tourism" (j. francuski), "Zeitschrift für Fremdenverkehr" (j. niemiecki) oraz "Tourist Review" (j. angielski). Obecnie wydawane jest jako "Tourism Review" tylko w języku angielskim przez korporację Emerald, będąc w dalszym ciągu oficjalnym pismem Aiest.

Warto dodać, że aż do lat siedemdziesiątych XX wieku, kiedy to pojawiły się na rynku dwa inne znakomite periodyki – czyli ukazujące się od 1973 roku "Annals of Tourism Research" oraz "Tourism Management", które wydawane jest od 1980 – czasopismo wydawane przez Aiest pozostawało jednym z dwóch liczących się międzynarodowych periodyków naukowych

¹⁴ W 2015 roku czasopismo "Nature" zajęło 8 pozycję w rankingu Thomson Reuters (JCR) z wartością IF = 38,138, a "Science" – pozycję 16, z wartością IF = 34,661. O ile istnieją czasopisma o wyższym wskaźniku IF, to w dziedzinie ogólnej liczby cytacji oba te czasopisma nie mają sobie równych. Pierwsze miejsce w taki rankingu zajmuje "Nature" (627,846 cytacji), a drugi "Science" (568,210 cytacji). Ciekawe jest to, że posiadające najwyższy w całym rankingu wskaźnik IF czasopismo "CA-A CANCER JOURNAL FOR CLINICIANS" (IF = 131.723) miało znacznie mniej, bo „zaledwie” 20,488 cytacji. [https://www.researchgate.net/publication/304153883_Journal_impact_factor_2016_Thompson_Reuters] (10.10.2016).

¹⁵ Jako przykład takich czasopism mogą posłużyć "Komunikaty Studium Turyzmu" wydawane przez Uniwersytet Jagielloński w latach 1936-1939 (ukazały się 22 zeszyty), a także czasopismo "Turystyka Polska", ukazujące się w latach 1938-1939 [Jackowski, Liro 2015, s. 9-22]. Warto też wspomnieć o licznych czasopismach (podróżniczych, turystycznych i krajoznawczych), które – chociaż miały charakter popularno-naukowy (np. Wędrowiec, Pamiętnik Towarzystwa Tatrzańskiego, Wierchy, Ziemia itd.) – to w swoim czasie stanowiły istotny instrument kształtowania się wiedzy o turystyce [por. Kulczycki 1982; Mikołajczak 1985; Cybula 2007].

¹⁶ Wcześniej czasopismo to wydawane było przez szwajcarski Uniwersytet w St. Gallen, z którego wywodził się prof. Walter Huziker, inicjator powołania i pierwszy wieloletni prezes Aiest, uznawany wspólnie z K. Krapfem za twórcę podstawowych definicji i teorii, które stały się później kanonami wiedzy o turystyce. Por. www.emeraldgroupublishing.com/products/journals/journals.htm?id=tr (10.10.2016).

z zakresu turystyki¹⁷. Drugim był założony w 1961 roku “Journal of Travel Research” (JTR), wydawany pierwotnie przez Travel & Tourism Research Association (TTRA), a obecnie przez Sage Publications (TTRA jest jednak dalej partner wydawcy) [<https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/journal-of-travel-research/journal200788#description>]¹⁸.

Trzy spośród czterech wymienionych wyżej czasopism (czyli ATR, JTR i TM) należą obecnie do najbardziej prestiżowych i najwyższej punktowanych periodyków z zakresu turystyki, które traktowane łącznie czasami nazywane są „wielką trójką” (*top tier journals*) czasopism turystycznych [Jamal, Smith, Watson 2008, s. 67; Wickhman, Dunn 2012; Benckendorff, Zehrer 2013]¹⁹. Ich dominującą pozycję potwierdzają dane zaprezentowane w tabeli 1, w której zestawiono wartości najważniejszych wskaźników stosowanych w parametrycznych systemach oceny działalności naukowej, w tym zwłaszcza IF (Impact Factor) i SJR (SCImago Journal Rank), według stanu na 10.10. 2016 r.

Analiza danych przedstawionych w tej tabeli wskazuje na pewne różnice w rankingach sporządzanych na podstawie wskaźnika IF (opartego na bazie JCR korporacji Thomson Reuters) oraz wskaźnika SJR (opartego na bazie SCOPUS korporacji Elsevier)²⁰. Wartości te są jednak na tyle zbliżone, że – przynajmniej jeśli chodzi o najwyższe plasujące się czasopisma – można przyjąć, iż dobrze odzwierciedlają pozycję tych periodyków. W kontekście przedstawionych w tabeli danych warto jednak dodać, że wielu autorów uważa, że wskaźniki takie jak SJR, SNIP (*Source-Normalized Impact per Paper*) oraz tzw. Index Hirscha (zwłaszcza jeśli analizuje się je łącznie)

¹⁷ Warto dodać, że w niektórych krajach wydawano czasopisma naukowe poświęcone turystyce, ale miały one jedynie zasięg krajowy, a ich znaczenie było ograniczone ze względu na to, że wydawane były one w „nizowych” językach. Jako przykłady można podać ukazujący się w Chorwacji od 1965 roku “Turizam”, czy polski “Ruch Turystyczny” wydawany przez Szkołę Główną Planowania i Statystyki w Warszawie, ukazujący się od 1957 do 1982 roku (52 zeszyty). Odmienny charakter miała inna seria tego czasopisma “Ruch Turystyczny – Monografie” (wydawana w latach 1967-1990), która zawierała głównie rozprawy doktorskie i habilitacyjne [cyt. za: <http://kolegia.sgh.waw.pl/pl/KGS/struktura/KT/katedra/Strony/default.aspx>].

¹⁸ Ukazywały się wprawdzie jeszcze trzy inne czasopisma, które można by ewentualnie przy tych historycznych analizach brać pod uwagę – czyli: “World Leisure Journal” (powstałe 1958), “The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly” (1960) oraz “Journal of Leisure Research” (1968) – ale prace dotyczące turystyki publikowano w nich okazjonalnie.

¹⁹ Czasami ta „wielka trójka” – uzupełniona o czasopismo “Journal of Sustainable Tourism” – występuje w postaci „wielkiej czwórki” [Hunt, Gao, Xue 2014].

²⁰ Baza SCOPUS powstała w 2002 roku (choć oficjalnie uruchomiono ją dopiero dwa lata później). Jest największą na świecie naukową bazą, indeksującą ponad 20 tysięcy czasopism oraz innych serii wydawniczych, publikowanych przez ponad 4 tys. wydawców (w tym wszystkie tytuły notowane w bazach *Web of Science* – *WoS*). Ponad połowa tytułów wydawana jest w Europie, Ameryce Łacińskiej oraz regionie Azji i Pacyfiku, co znacząco odróżnia SCOPUS od baz *WoS*, gdzie około 70% stanowią czasopisma amerykańskie. Z tego względu bazę SCOPUS coraz częściej uznaje się za bardziej reprezentatywną dla całej literatury naukowej, niż bazy *WoS* [por. Racki 2005].

Tab. 1. Najlepsze czasopisma naukowe z zakresu turystyki w 2015 roku: według wskaźników Impact Factor oraz SJR, pochodzących z bazy "Tourism, Leisure and Hospitality Management/Journals"

Tab. 1. The leading scientific tourism journals in 2015: according to Impact Factor and SJR, in base "Tourism, Leisure and Hospitality Management/Journals"

	Nazwa czasopisma	SJR	IF	H index	Total Docs. (2015)	Total Docs (3y)	Total Refs	Total Cites (3y)	Citable Docs. (3y)	Cites/Doc. (2y)	Ref./Doc.
1	Journal of Travel Research	3.490	2,905	78	66	178	4800	678	177	2.90	72.73
2	Annals of Tourism Research	2.658	2,275	108	80	330	4135	1090	307	2.47	51.69
3	Tourism Management	2.450	3,140	110	195	493	13755	2127	463	4.14	70.54
4	Journal of Sustainable Tourism	1.995	2,480	60	95	196	5287	634	182	3.28	55.65
5	International Journal of Hospitality Management	1.887	2,061	60	138	482	8973	1449	458	2.62	65.02
6	Cornell Hospitality Quarterly	1.862	2,408	47	39	125	1834	254	105	2.46	47.03
7	Journal of Hospitality and Tourism Research	1.729	1,540	40	23	74	1790	188	74	1.84	77.83
8	Journal of Service Management	1.506	2,233	27	35	94	2828	365	94	2.61	80.80
9	Cities	1.422	2,051	49	148	363	7014	1010	335	2.76	47.39
10	International Journal of Contemporary Hospitality Management	1.329	2,176	35	83	172	6163	459	172	2.37	74.25
11	Applied Geography	1.306	2,565	52	222	610	12385	2007	565	2.81	55.79
12	Journal of Travel and Tourism Marketing	1.280	-	26	122	169	4558	439	168	2.28	37.36
13	Journal of Hospitality and Tourism Management	1.120	-	14	14	40	883	54	40	1.00	63.07
14	Journal of Vacation Marketing	1.091	-	40	26	83	1599	157	80	1.47	61.50
15	Tourism Management Perspectives	1.067	-	13	71	141	4013	328	140	1.68	56.52
16	International Journal of Tourism Research	1.064	1,095	24	76	166	3493	270	153	1.40	45.96
17	Journal of Hospitality Marketing and Management	1.032	-	20	67	128	2807	244	119	2.11	41.90

cd tab. 1

18	Asia Pacific Journal of Tourism Research	0.921	1,290	18	116	168	5033	259	163	1.45	43.39
19	International Journal of Sport Policy	0.895	-	11	46	89	2188	139	82	1.11	47.57
20	Sport Management Review	0.805	1,193	28	53	135	3121	249	123	1.63	58.89
21	Journal of Place Management and Development	0.802	-	6	16	37	667	79	37	1.94	41.69
22	Research in Transportation Business and Management	0.768	-	8	52	136	1666	188	118	1.55	32.04
23	Tourism Geographies	0.723	1,295	37	43	123	2796	203	109	1.58	65.02
24	Tourism Economics	0.674	0,329	37	85	251	3134	202	247	0.55	36.87
25	Journal of Hospitality and Tourism Technology	0.672	-	10	19	49	1160	89	49	1.65	61.05
26	Leisure Sciences	0.670	-	47	25	95	1800	138	92	1.33	72.00
27	Current Issues in Tourism	0.635	1,733	38	158	234	4329	229	132	2.02	27.40
28	Leisure Studies	0.594	0,967	41	75	110	2414	148	95	1.26	32.19
29	Journal of Leisure Research	0.589	0,688	50	33	94	2261	90	93	0.77	68.52
30	Journal of Ecotourism	0.577	-	24	14	51	592	51	50	0.75	42.29
31	Journal of Sport and Tourism	0.566	-	10	1	44	0	46	35	0.55	0.00
32	International Journal of Retail and Distribution Management	0.543	-	36	61	153	3883	262	153	1.34	63.66
33	Tourism Analysis	0.542	-	21	59	192	2681	128	190	0.54	45.44
34	Tourist Studies	0.526	-	21	18	53	1069	58	49	0.82	59.39
35	European Sport Management Quarterly	0.513	1,019	12	29	86	1818	129	73	1.58	62.69
36	Tourism Planning and Development	0.492	-	12	43	97	1927	105	93	1.06	44.81
37	Tourism Review	0.478	-	4	22	51	1206	64	51	1.37	54.82
38	Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events	0.475	-	9	33	63	1115	69	59	0.95	33.79
39	Rural Society	0.449	-	11	14	61	685	54	59	1.19	48.93
40	Visitor Studies	0.425	-	8	14	43	539	29	37	0.61	38.50

cd tab. 1

41	International Journal of Heritage Studies	0.421	1,032	24	68	153	3113	173	126	1.55	45.78
42	International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research	0.399	-	5	29	72	1732	44	71	0.59	59.72
43	Journal of Convention and Event Tourism	0.390	-	14	21	63	687	40	58	0.43	32.71
44	Event Management	0.384	-	20	41	100	2343	85	98	0.73	57.15
45	Space and Culture	0.384	0,527	21	29	87	1028	70	86	0.76	35.45
46	Tourism in Marine Environments	0.377	-	13	16	43	797	43	40	0.86	49.81
47	Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism	0.376	-	11	20	62	1239	32	61	0.34	61.95
48	Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism	0.366	0, 518	15	59	83	1981	80	78	0.93	33.58
49	Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education	0.353	0,375	11	14	74	734	68	73	0.96	52.43
50	Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism	0.343	-	12	18	58	1004	41	57	0.69	55.78

- SJR (Scimago Journal Rank) – wyraża średnią wartość ważonych cytacji z danego roku, podzieloną przez liczbę artykułów opublikowanych w trzech wcześniejszych latach (czyli wartość dla 2015 roku uwzględnia wszystkie cytacje podzielone przez liczbę wszystkich artykułów opublikowanych w latach 2011-2014).
- IF (Impact Factor) – średnia cytacji przypadająca na jeden artykuł z danego czasopisma na przestrzeni ostatnich 2 lat.
- Total Docs. (2015) – wszystkie artykuły publikowane w numerach z roku 2015.
- Total Docs. (3years) – liczba cytacji we wszystkich pracach z 2015 roku dotycząca artykułów publikowanych (2012-2015).
- Total Refs. (2015) – liczba wszystkich pozycji umieszczonych w wykazach bibliograficznych prac opublikowanych w 2015 r.
- Total Cites (3years) – liczba wszystkich cytacji w latach 2011-2015.
- Ref./Doc. – średnia liczba pozycji bibliograficznych w artykułach z 2015 roku.

Źródło: Opracowanie własne na podst.: / **Source:** Own elaboration based on:

http://www.scimagojr.com/journalrank.php?category=1409&min=3&min_type=cd&type=j (10.10.2016), https://www.researchgate.net/publication/304153883_Journal_impact_factor_2016_Thompson_Reuters/ oraz <http://ip-science.thomsonreuters.com/mj/> (10.10.2016)

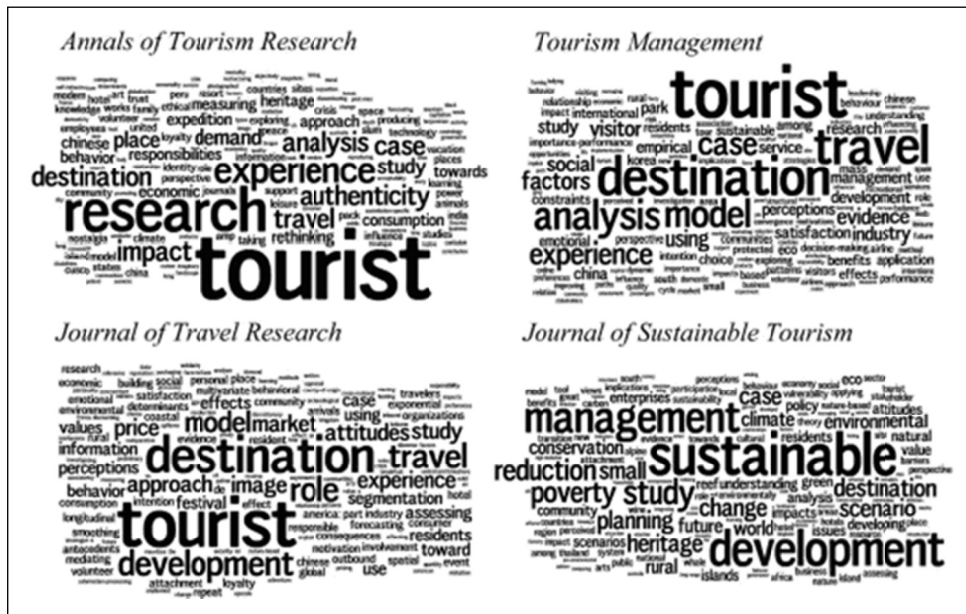
lepiej odzwierciedlają jakość publikacji oraz czasopism, niż najbardziej rozpowszechniony, ale krytykowany wskaźnik Impact Factor [Korobkin 1999; Jamal, Smith, Watson 2008; Jankowska 2014; Racki 2005; Ryan, Page 2015; Nowak 2013, s. 5]. Niezależnie od tych opinii warto też podkreślić, że korzystanie z bazy SCImago Journal & Country Rank daje dużo większe możliwości dokonywania różnorodnych analiz bibliometrycznych. Umożliwia ona na przykład porównywanie czasopism w obrębie poszczególnych dziedzin nauki, co ułatwia autorom wybór periodyków, do których decydują się wysłać swoje prace. Ponadto baza zawiera opis każdego czasopisma, podaje częstotliwość publikacji, listę baz abstraktowych, w których jest indeksowane, oraz informację o wydawcy i powiązaniach z towarzystwami naukowymi. Ważny jest też bezpłatny i niewymagający logowania dostęp do bazy SCImago Journal & Country Rank.

Mając na uwadze przedstawione opinie oraz zastrzeżenia odnośnie do tego, że stosowanie tych samych miar do czasopism i prac naukowych powstających w ramach różnych nauk (*One size simply does not fit all* [Jamal, Smith, Watson 2008, s. 66]) nie jest najlepszym rozwiązaniem oraz to, że wskaźnikami wpływu (np. IF) do pewnego stopnia można sterować i w sposób „sztuczny” zwiększać ich wartość²¹, trzeba jednak przyznać, że czasopisma wymienione w tabeli 1 – a zwłaszcza te, które znajdują się w jej górnej części – stanowią prawdziwą elitę w gronie periodyków naukowych z zakresu turystyki. Świadczą o tym w zasadzie wszystkie analizy bibliometryczne oraz różnorodne rankingi bazujące na wskaźnikach „poczytności” oraz cytowania prac, które publikowane są w licznych artykułach na ten temat [oprócz prac wspomnianych wyżej, zaliczyć do nich można m.in. prace: Hall 2006; Jogaratnam, Chon, McCleary, Mena, Yoo 2005; Mc Kercher 2008; Ryan 2005; Wickham, Dunn, Sweeney 2012; Xiao, Smith 2005, 2006].

Potwierdzają to także specjalne badania prowadzone m.in. wśród ekspertów. Jako przykład mogą posłużyć szeroko zakrojone badania B. Mc Kerchera, R. Lawa i T. Lama [2006], którzy o opinię na temat 70 najważniejszych czasopism (40 z zakresu turystyki i 30 z zakresu hotelarstwa) poprosili aż 505 ekspertów (314 z turystyki i 191 z hotelarstwa), reprezentujących w sumie 103 uczelnie z 15 krajów świata. Badania wykazały, że na pierwszych trzech miejscach znalazły się czasopisma zaliczane do wspomnianej *top tier journals*, przy czym najwyżej oceniono „Annals of Tourism Research”, które zajęło pierwsze miejsce we wszystkich zestawieniach dotyczących turystyki, a także w rankingach łącznych, uzyskując przy tym lepsze wyniki niż czasopisma z zakresu hotelarstwa [Mc Kercher, Law, Lam 2006, s. 1241, 1242, 1244, 1246].

²¹ Dziesięć prostych – i nie mających merytorycznego uzasadnienia, ani związku z wartością pracy – sposobów zwiększania wartości IF wskazano w pracach: [Korobkin 1999, s. 855-866] i [Jamal, Smith, Watson 2008, s. 68].

Poszczególne czasopisma zwykle mają swój różniący się od innych profil tematyczny [Jamal, Smith, Watson 2008. s. 72-74]. W ciekawy sposób ilustruje to praca C.A. Hunta, J. Gao i L. Xue [2014], w której wykorzystano oryginalne narzędzie w postaci tzw. chmury słów (ang. *word cloud*). Wyniki badań przedstawiono na rycinie 2.



Ryc. 2. Profil tematyczny czterech wiodących czasopism turystycznych – według analizy tzw. chmur wyrazów (*word clouds*) występujących w tytułach artykułów opublikowanych w nich w 2012 roku.

Fig. 2. Profile theme of four leading tourism journals – according the word cloud analysis of its article titles published in 2012

Źródło/Source: [Hunt, Gao, Xue 2014, s. 851]. Online http://ertr.tamu.edu/files/2012/09/206_a-4-5-3.pdf].

Badania wykazują, że transfer wiedzy dokonujący się za pośrednictwem czasopism turystycznych ma nierównomierny rozkład geograficzny. Zdecydowana większość (ok. 80%) wiodących czasopism naukowych wydawana jest w zaledwie w czterech krajach: USA, Wielkiej Brytanii, Kanadzie i Australii [Cheng, Li, Petrick, O'Leary, 2005, s. 56]. Z kolei badania M. Oppermana i M. Coopera [1996] wskazują, że w 26 badanych przez nich czasopismach z zakresu turystyki i hotelarstwa aż 96% redaktorów naczelnych oraz 84% członków kolegiów redakcyjnych pochodziło z tych właśnie anglojęzycznych krajów [Oppermann, Cooper 1996, s. 75-80]. Na dominację języka angielskiego oraz – jak można sądzić – jej wpływ na transfer wiedzy, analizowany w ujęciu geograficznym (zarówno jeśli chodzi o autorów prac, jak i czytelników),

zwraca uwagę także G.M.S. Dann [2011]²². Problem ten dostrzegają również H. Xiao, J. Jafari, P. Cloke i J. Tribe [2013], którzy podają, że chociaż w skrowidzu haseł geograficznych cytowanych w pracach publikowanych w ATR do 2013 roku widniało aż 140 krajów i regionów świata, to Ameryka Południowa, Afryka i Europa Środkowo-Wschodnia reprezentowane są tam bardzo rzadko, a zainteresowanie Arktyką i Antarktydą pojawiło się w ogóle dopiero w latach 90. XX wieku [Xiao, Jafari, Cloke, Tribe 2013, s. 363].

Problem zróżnicowań geograficznych transferu wiedzy dotyczy oczywiście nie tylko turystyki, ale także całej sfery nauki, w stosunku do której bywa nawet stosowany podział na kraje „naukowo skolonizowane” (jak np. Polska) oraz kraje „naukowo na wskroś imperialne” (takie jak USA czy Wielka Brytania) [por. Nowak 2013]. Sytuacja ta wywołuje niespotykane dotychczas zachowania ludzi nauki, a także generuje duże zmiany w funkcjonowaniu czasopism naukowych, wskutek czego „odmiennie niż jeszcze kilkanaście lat temu odczytujemy podstawowe funkcje prasy naukowej, a tym które nie uległy zmianie, nadajemy inną niż wcześniej rangę” [Nowak 2013, s. 1]. O przedstawionym wyżej zjawisku w odniesieniu do czasopism z zakresu turystyki świadczy rycina 3, a także tabela 2, zawierająca dane na temat liczby pobrań artykułów opublikowanych w trzech najbardziej prestiżowych czasopismach w okresie ostatnich pięciu lat.



Ryc. 3. Proporcje pomiędzy czasopismami naukowymi z zakresu turystyki wydawanymi w różnych krajach

Fig. 3. Proportion of academic tourism journals published in the different countries

Źródło/Source: Cheng, Li, Petrick, O'Leary, 2005, s. 56]. Online:

https://www.researchgate.net/profile/Xiang_Li29/publication/232389703_An_examination_of_tourism_journal_development/links/0046352bbffc63c5c8000000.pdf (10.10.2016)

²² Problem nie dotyczy tylko czasopism z zakresu turystyki. Wiele ciekawych informacji na ten temat dostarcza m.in. praca M. Jasińskiego [1991], w której podaje on, że praca opublikowana po angielsku w roku 1984 miała ponad 16 razy większe szanse bycia zacytowana

Tab. 2. Międzynarodowy zasięg wiodących czasopism z zakresu turystyki – ranking krajów według liczby pobrań z bazy ScienceDirect artykułów opublikowanych w latach 2011-2016 (stan na 10.10.2016)

Tab. 2. International range of leading tourism journals – ranking of countries according to number of full-text articles downloaded from ScienceDirect in the period 2011-2016 (date: 10.10 2016).

Annals of Tourism Research		Tourism Management		International Journal of Hospitality Management	
Kraj	Pobrania*)	Kraj	Pobrania*)	Kraj	Pobrania*)
1. United Kingdom	1,144,653	United Kingdom	1,599,809	United Kingdom	750,614
2. USA	712,667	China	1,010,627	USA	538,335
3. China	566,746	USA	936,649	Australia	315,493
4. Australia	559,447	Australia	716,444	China	276,257
5. Netherlands	161,203	Taiwan	415,053	Malaysia	228,019
6. Taiwan	160,043	Malaysia	318,316	Taiwan	225,390
7. Canada	159,706	Hong Kong	237,480	Hong Kong	119,233
8. Malaysia	149,462	Turkey	215,675	South Korea	111,120
9. Hong Kong	128,808	Netherlands	202,067	Turkey	106,762
10. New Zealand	112,635	Spain	178,244	Netherlands	94,767
11. Spain	110,598	South Korea	176,870	Thailand	75,783
12. Turkey	98,656	Thailand	160,411	Iran	67,504
13. Germany	93,906	Canada	156,081	New Zealand	62,921
14. Portugal	88,786	New Zealand	138,884	Switzerland	61,326
15. South Korea	78,509	Iran	128,466	Indonesia	60,995
16. South Africa	77,363	Portugal	126,606	Canada	59,633
17. Thailand	73,714	South Africa	123,422	Spain	49,142
18. Sweden	73,111	Germany	109,172	South Africa	46,623
19. India	60,830	Italy	96,714	Germany	42,034
20. Denmark	60,629	India	95,286	Pakistan	35,405
... 44. Poland	12,609	... 45 Poland	19,872	... 47. Poland	6.0800

*) Liczba pobrań artykułów (wszystkich typów) dokonanych za pośrednictwem ScienceDirect w ciągu ostatnich 5 lat.

*) The number of full-text articles downloaded from ScienceDirect in the last five full calendar years is displayed by country.

Źródło/Source: Opracowanie własne na podstawie: Own elaboration based on: <http://journals.linsights.elsevier.com/journals/0160-7383/downloads> (10.10.2016).

Problemy związane z ilościową przewagą prac autorów anglojęzycznych oraz z niewspółmiernymi możliwościami prezentowania wyprodukowanej wiedzy i jej transferu, którymi dysponują państwa z różnych regionów świata, są bez wątpienia dostrzegane przez redakcje periodyków turystycznych. Niektóre z nich podejmują nawet pewne działania, ukierunkowane na ograniczenie tego zjawiska i zwiększenie dostępności czasopism dla autorów, którzy nie posługują się wystarczająco dobrze językiem angielskim. W tym kontekście warto zwrócić uwagę na działania redakcji czasopisma „Annals of Tourism Research”. Mając na uwadze dotarcie do krajów, w których obecność tego periodyku jest niska, podjęto pewne starania umożliwiające zwiększenie geograficznego i „językowego” zasięgu jego oddziaływania. Zaliczyć do nich można z jednej strony pomoc redakcji oraz współpracujących z nią osób w tłumaczeniu nadsyłanych prac na język angielski (na wewnętrznej stronie okładki czasopisma umieszczona została lista języków, którymi posługiwali się członkowie kolegium redakcyjnego, urzędujący w około 40 krajach), z drugiej – zamieszczanie streszczeń prac także w języku francuskim, a z trzeciej – próby z wydawaniem czasopisma w innych językach niż angielski (ukazało się 7 tomów w języku hiszpańskim – „Annals en Espanol”) [Xiao, Jafari, Cloke, Tribe, 2013, s. 357-358]. Działania te okazały się jednak mało skuteczne.

Czasopisma naukowe z zakresu turystyki wydawane w Polsce

W Polsce regularnie ukazuje się obecnie zaledwie kilkanaście czasopism naukowych z zakresu turystyki. Nie licząc „Turyzmu”, który przez pierwsze kilka lat ukazywał się jako seria wydawnicza czasopisma „Acta Universitatis Lodziensis”²³, najstarszym aktualnie ukazującym się polskim periodykiem naukowym z dziedziny turystyki jest „Folia Turistica”, która wydawana jest przez Akademię Wychowania Fizycznego w Krakowie nieprzerwanie od 1990 roku²⁴. Obecnie „Folia Turistica” jest kwartalnikiem, któremu w systemie parametrycznej oceny przypisano 11 punktów MNiSW i tym samym zalicza się do wąskiego grona najwyższej „punktowanych” polskich czasopism naukowych z zakresu turystyki. Do najstarszych i najbardziej prestiżowych

w następnych pięciu latach niż praca po polsku (dane dla nauk ścisłych, społecznych i humanistycznych łącznie [...] należy przypuszczać, że w naukach ścisłych szanse uznania oryginalnej idei przedstawionej po polsku są wielokrotnie niższe niż sugeruje powyższe oszacowanie [Jasiński 1991, s. 250. Online: http://inko.wsb-nlu.edu.pl/uploadedFiles/file/Jasienski_GARFIELD.pdf, s. 3].

²³ W latach 1985-1990 ukazało się 7 numerów „Acta Universitatis Lodziensis” dedykowanych wyłącznie turystyce, które dały początek dzisiejszemu „Turyzmowi”.

²⁴ Przez pierwsze dwa lata czasopismo było wydawane wspólnie z Państwowym Wydawnictwem Naukowym.

czasopism zaliczyć należy także wspomniany wyżej „Turyzm” (6 pkt), wydawany jako osobne czasopismo od 1991 roku przez Uniwersytet Łódzki, który od 2000 roku ukazuje się jako jedyne w Polsce czasopismo dwujęzyczne (polsko-angielskie) [Liszewski 2005, s. 28]. W tabeli 3 przedstawiono wykaz 15 polskich czasopism z zakresu turystyki, które w 2015 roku znalazły się na liście „B” Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Aktualnie najwyższym punktowanym czasopismem z zakresu turystyki wydawanym w Polsce są „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego – Ekonomiczne Problemy Turystyki”, które mają 13 punktów MNiSW. Należy jednak odnotować, że do momentu ostatniej ewaluacji MNiSW (przeprowadzonej w 2015 roku) czasopismo to ukazywało się jednak jako seria wydawnicza w ramach różnych tematycznie Zeszytów Naukowych, które wydawane są przez różne wydziały Uniwersytetu Szczecińskiego (np. ostatni zeszyt „turystyczny” z 2015 roku miał numer 877, mimo że w istocie był 32. numerem poświęconym turystyce [<http://www.wzieu.pl/?y=4502&yy=6593>]). Od tego (tj. 2016) roku czasopismo to ukazuje się już w nowej szacie graficznej i pod nową nazwą, jako „Ekonomiczne Problemy Turystyki” (ma także odrębną numerację – ostatnio wydany zeszyt sygnowany jest jako Nr 3/35/2016). Ze względu na to, że w tej nowej formule funkcjonowania czasopismo nie zostało jeszcze poddane procesowi ewaluacji, w tabeli 2 występuje jeszcze pod starą nazwą [cyt. za: http://www.wzieu.pl/zn/ept/35/ept35_okladka.pdf (20.10.2016)].

Oprócz czasopism wymienionych dotychczas, warto zwrócić uwagę jeszcze na pierwszy w Polsce periodyk naukowy wydawany wyłącznie w wersji elektronicznej, jakim jest wysoko punktowana „Turystyka Kulturowa” (9 pkt). Dynamika, z jaką rozwija się to czasopismo oraz stale rosnąca liczba cytowań prac w nim publikowanych, są odzwierciedleniem zmian zachodzących na rynku czasopism naukowych oraz rosnącego znaczenia Internetu w tej dziedzinie. Rynek polskich periodyków naukowych z zakresu turystyki jest bardzo zmienny, a wiele czasopism, po krótkim okresie funkcjonowania, z różnych powodów trwale lub tylko okresowo zaprzestaje swojej działalności.

Niestety w polskim piśmiennictwie naukowym – w przeciwieństwie do literatury światowej – czasopisma z zakresu turystyki rzadko poddawane są analizom. O ile w pismach międzynarodowych publikowanych jest wiele prac, w których poddawane są one wszechstronnym analizom, o tyle podobnych prac na temat polskich czasopism prawie w ogóle nie ma. W zasadzie jedyną taką publikacją jest praca D. Chłopkowskiej [2009]²⁵, w której

²⁵ Drugą i chyba ostatnią pracą na temat polskich czasopism naukowych z zakresu turystyki jest liczący raptem kilka stron artykuł zamieszczony w czasopiśmie „Turyzm”, który zawiera podstawowe informacje na temat czterech wiodących polskich czasopism, napisane przez osoby pełniące wówczas funkcje ich redaktorów naczelnych lub ich zastępców. Czasopisma te oraz autorzy cytowanych prac to: „Problemy Turystyki” – G. Gołębski [2008], „Turyzm” – S. Liszewski [2008], „Folia Turistica” – Z. Kruczek [2008] i „Peregrinus Cracoviensis” – A. Jackowski [2008]. Krótki, zaledwie 4-stronicowy artykuł, w którym przedstawiono zasa-

Tab. 3. Wiodące czasopisma naukowe z zakresu turystyki wydawane w Polsce
(stan na 20.10.2016 r.)

Tab. 3. The leading scientific tourism journals in Poland 2015 (according 20.10.2016)

	Nazwa czasopisma/Wydawca	Nr na liście	Nr ISSN	Nr E-ISSN	Liczba punktów
1.	Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego – Ekonomiczne Problemy Turystyki	2158	1644-0501	2353-3188	13
2.	Folia Turistica – Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie (Wydział Turystyki i Rekreacji)	570	0867-3888	2353-5962	11
3.	Turystyka Kulturowa – KulTour.pl – Organizator turystyki kulturowej i edukacyjnej /Akademia Wychowania Fizycznego (Poznań)	1972	1689-4642	-	9
4.	Turyzm / Tourism – Uniwersytet Łódzki (Instytut Geografii Miast i Turyzmu)	1973	0867-5856	2080-6922	8
5.	Geotourism/Geoturystyka – Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie	622	1731-0830	2353-3641	8
6.	Peregrinus Cracoviensis – Uniwersytet Jagielloński	1163	1425-1922	2083-3105	8
7.	Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja – Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie	2193	1899-7228	-	7
8.	Studia Periegetica - Zeszyty Naukowe Wielkopolskiej Wyższej Szkoły Turystyki i Zarządzania w Poznaniu	1794	1897-9262	-	6
9.	Roczniki Naukowe Wyższej Szkoły Wychowania Fizycznego i Turystyki w Białymstoku	1590	2081-1063	-	6
10.	Geography and Tourism – Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy	613	-	2449-9706	6
11.	Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej	2184	2084-8722	-	5
12.	Turystyka i Rekreacja – Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie	1971	1895-3700	-	4
13.	Problems of Tourism and Recreation – Wyższa Szkoła Turystyki i Rekreacji im. Mieczysława Orłowicza w Warszawie	1335	2084-5162	-	4
14.	Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy “Turystyka i Rekreacja”	2166	1734-6436	-	4
15.	Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Kultury Fizycznej i Turystyki w Pruszkowie	2168	-	2391-8640	3

Źródło/Source: Opracowanie własne na podst. / Own elaboration based on [MNiSW 2015].
Online: <http://www.nauka.gov.pl/komunikaty/komunikat-w-sprawie-wykazu-czasopism-naukowych-wraz-z-liczba-punktow-przyznawanych-za-publicacje-w-tych-czasopismach.html>
(20.10. 2016).

– oprócz próby typologizacji szeroko pojętej prasy turystycznej oraz określenia miejsca, jakie na tej części rynku wydawniczego zajmują czasopisma naukowe – przeanalizowano periodyki ukazujące się w latach 1990-2007. Okazało się, że w analizowanym okresie – oprócz dwóch istniejących wcześniej czasopism turystycznych (“Problemy Turystyki” – od 1978 roku oraz “Acta Univeristatis Lodziensis. Turyzm” – od 1985 roku), pojawiło się na polskim rynku aż 28 nowych tytułów czasopism, przy czym większość z nich (18, czyli 60%) stanowiły nieregularnie ukazujące się tytuły wydawane przez prywatne uczelnie. Okazało się jednak, że 12 spośród tych nowych pism począwszy od 2005 roku nie wydało już żadnego numeru (wśród nich 5 wydało tylko pierwszy numer, zaś 3 wydały jedynie dwa numery). W efekcie, w 2007 roku w Polsce było tylko 7 czasopism, które wydały przynajmniej jeden numer [Chłopkowska, 2009, s. 38]. Warto dodać, że w tamtym okresie na liście czasopism punktowanych MNiSW znajdowało się zaledwie pięć czasopism naukowych z zakresu turystyki [Chłopkowska 2009, s. 43].

W analizach na temat rynku polskich czasopism naukowych z zakresu turystyki trzeba uwzględnić to, że istnieją też czasopisma, które chociaż ani nie odwołują się w swojej nazwie do turystyki, to często publikują prace na jej temat (np. czasopismo “Episteme” wydawane w Krakowie – 5 punktów MNiSW), a niektóre z nich są nawet wysoko punktowane – jak np. “Bulletin of Geography. Socio-economic Series”, wydawany przez Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu (15 punktów MNiSW).

Przegląd dotychczasowych badań nad czasopismami naukowymi z zakresu turystyki w aspekcie ich znaczenia dla transferu wiedzy w turystyce

O ile wpływ czasopism naukowych na rozwój wiedzy o turystyce jest oczywisty (w powszechnej opinii uznawane są one za jeden z podstawowych instrumentów, za pomocą których rozwój ten jest dokumentowany), o tyle z oceną ich wpływu na tzw. praktykę turystyczną oraz ogólnie pojęty rozwój turystyki sprawa wygląda inaczej. Pomimo tego, że niejako „intuicyjnie” zdajemy sobie sprawę z wielkiego znaczenia, jakie czasopisma naukowe mogą mieć dla rozwoju turystyki oraz funkcjonowania rynku turystycznego, to badania na ten temat (zwłaszcza takie, które mają wymiar empiryczny) prowadzone są bardzo rzadko. Uwaga ta nie dotyczy oczywiście badań nad czasopismami w ogóle, bo takie są podejmowane dosyć często, a jedynie takich, w których przedmiotem analiz jest ich możliwe do identyfikacji (a najlepiej wymierne) oddziaływanie na wspomniany wyżej ogólny rozwój tury-

dy oceny i klasyfikacji czasopism naukowych, w którym bardzo ogólnie (raptem na 1 stronie maszynopisu) scharakteryzowano trzy periodyki polskie napisała także K. Puchalska-Miętus [2001].

styki²⁶ – i to nie tylko poprzez publikowane w nich prace, ale także sposoby funkcjonowania, politykę wydawniczą, uwzględnianie potrzeb różnych interesariuszy itd. Zdecydowana większość badań koncentruje się bowiem na takich zagadnieniach, jak: profil tematyczny czasopism, ich pozycja na rynku wydawniczym oraz miejsca w rankingach, personalne i instytucjonalne afiliacje publikacji, liczba i zasięg cytacji, stosowane w publikowanych pracach metody i techniki badawcze itd.

W ogóle problematyka zarządzania wiedzą w turystyce, w porównaniu do innych dziedzin, poruszana jest stosunkowo rzadko. Pierwsze poważniejsze prace na ten temat oraz próby określenia roli, jaką w tej dziedzinie odgrywają czasopisma naukowe, pojawiły się dopiero w latach dziewięćdziesiątych XX wieku. Jedne z pierwszych badań empirycznych przeprowadziła P. Sheldon, która w 1990 roku rozesłała ankiety do 356 członków trzech ważnych turystycznych organizacji: Travel and Tourism Research Association, American Hotel and Motel Association oraz Society of Travel and Tourism Educators. Respondenci zostali poproszeni o wskazanie najlepszych czasopism z zakresu turystyki i hotelarstwa. Na podstawie opinii na temat jakości publikowanych w nich prac, uzyskanych od 158 osób (44%), sporządzono ranking 15 najlepszych czasopism. Najwyższe oceny otrzymały wówczas: "Annals of Tourism Research", "Cornell Hotel and Restaurant Quarterly" oraz "Journal of Travel Research" [Sheldon 1990, s. 44].

W 1993 roku opublikowano pracę R.S. Schmidgalla i R.H. Woodsa, w której zaprezentowano wyniki podobnych badań ankietowych przeprowadzonych wśród 570 członków innej ważnej organizacji, jaką jest Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE). Badani, posługując się 5-punktową skalą Likerta, mieli określić znaczenie różnych rodzajów publikacji dla zdobywania wiedzy w ramach 4-letnich studiów magisterskich z zakresu hotelarstwa. Na podstawie odpowiedzi 212 respondentów (37% próby), określono 12 najważniejszych „kanałów wydawniczych” (*publishing channels*), za pomocą których dokonywał się transfer wiedzy w sektorze hotelarstwa (*hospitality*). Poniżej wymieniono je według znaczenia przypisanego im przez badanych [Schmidgall, Woods 1993, s. 93]:

²⁶ Jedną z nielicznych prób określenia ogólnego znaczenia czasopism naukowych z zakresu turystyki podjęła A. Zehrer, która poruszyła tę problematykę w jednym rozdziale zatytułowanym *Academic Tourism Journals – Their Significance and Development*, zamieszczonym na końcu książki *Changes Management in Tourism* [Kronenberg, Muller, Peters, Pikkemaat, Weiermair 2008]. Niestety ma on jednak dosyć ogólny charakter i zawiera zbyt mało odniesień *stricte* turystycznych, koncentrując się na aspektach historycznych oraz ewolucji czasopism naukowych w ogóle. Podobny cel ma też praca Ch.R. Goeldnera *Reflections on the Historic Role of Journals in Shaping Tourism Knowledge* [2005], w której autor próbuje dokonać pewnych podsumowań i generalizacji dotyczących znaczenia czasopism turystycznych, jednak wykorzystuje do tego przede wszystkim swoje doświadczenia związane z zakładaniem oraz wieloletnim kierowaniem jednym z trzech najbardziej prestiżowych czasopism turystycznych, jakim jest "Journal of Travel Research". Rozważania te zostały później rozszerzone w innej pracy tego autora [Goeldner 2011].

1. Recenzowane czasopisma z zakresu hotelarstwa (*Hospitality education journals – refereed*).
2. Recenzowane czasopisma branżowe (*Professional education journals – refereed*).
3. Książki pojedynczych autorów (*Books – one author*).
4. Książki wielo-autorskie (*Books – co-authors*).
5. Opublikowane prezentacje w formie artykułu (*Paper presentation published*).
6. Publikacje handlowe z zakresu hotelarstwa o zasięgu ogólnokrajowym (*Hospitality trade publication – national scope*).
7. Rozdziały w książkach (*Chapters in books*).
8. Nie recenzowane czasopisma z zakresu hotelarstwa (*Hospitality education journals – nonrefereed*).
9. Czasopisma handlowe z zakresu hotelarstwa o zasięgu lokalnym i regionalnym (*Hospitality trade journals – regional, state or local scope*).
10. Monografie (*Monographs*).
11. Nierecenzowane czasopisma branżowe (*Professional journals – nonrefereed*).
12. Recenzje książek (*Book reviews*).

Podobne badania wśród członków CHRIE wykonano jeszcze dwukrotnie. Najpierw w roku 1996, kiedy to objęto nimi aż 1000 członków tej organizacji, którzy oceniali 17 czasopism (w tym siedem recenzowanych czasopism naukowych z zakresu turystyki i hotelarstwa, 7 czasopism branżowych tylko z zakresu hotelarstwa oraz po jednym czasopiśmie popularnonaukowym i dzienniku z tej dziedziny oraz jedno czasopismo z zakresu szeroko pojętego biznesu). Na ankietę odpowiedziały 303 osoby (30% próby), a wyniki – choć podobne do uzyskiwanych wcześniej – w jednej kwestii były zaskakujące. Zdaniem autorów, nadspodziewanie dobre oceny uzyskały czasopisma nierecenzowane [Schmidgall, Woods, Rutherford 1996, s. 55]. Drugie ze wspomnianych badań zostało przeprowadzone na próbie 120 osób, na którą składała się wyłącznie kadra kierownicza różnych uczelni (dziekanów oraz kierowników katedr) oraz praktycy zaangażowani w kształcenie hotelarzy (afiliowani w CHRIE). Tym razem uzyskano odpowiedzi od 52 respondentów (43%), którzy – podobnie jak we wcześniejszych badaniach – wysoko ocenili znaczenie czasopism naukowych w kształceniu kadr z zakresu hotelarstwa i turystyki, przy czym najwyższe oceny uzyskały: “International Journal of Hospitality Management”, “Hospitality Research Journal”, “Journal of Travel Research”, “Annals of Tourism Research” oraz “School Food Service Research Review” [Ferreira, Defranco, Rappole 1994, s. 217].

Interesujących informacji na temat roli, jaką w kwestii transferu wiedzy w turystyce odgrywają czasopisma naukowe z tej dziedziny, dostarcza artykuł D. Frechtlinga z 2004 roku *Assessment of Tourism/Hospitality Journals’ Role in Knowledge Transfer: An Explanatory Study*. Autor przeanalizował

zował w nim badania dotyczące opinii na temat 13 czasopism naukowych z zakresu turystyki i hotelarstwa, zebranych zarówno wśród teoretyków, jak i praktyków turystycznych. O opinie poprosił bowiem członków dwóch ważnych organizacji reprezentujących oba te środowiska: Travel and Tourism Research Association (TTRA) oraz Travel Industry Association of America (TIA). Badaniami objęto 250 osób (TTRA – 100 osób; TIA – 150 osób), ale do badań zaklasyfikowano jedynie 53 (27%) kompletnie wypełnione kwestionariusze. Najwyższy poziom zwrotów zanotowano wśród badaczy i edukatorów (58%). Wyniki badań przedstawiono w tabeli 4.

Badania wykazały znacznie większy poziom czytelnictwa badanych czasopism naukowych wśród członków TTRA niż TIA. Zdecydowanie najczęściej sięgali po nie respondenci reprezentujący sektor edukacji (średnia

Tab. 4. Deklarowane czytelnictwo czasopism z zakresu turystyki i hotelarstwa według rodzajów działalności respondentów (w %)

Tab. 4. Reported readership of tourism/hospitality journals by area of responsibility/specialty of respondent (in percentages)

Czasopismo	Edukacja	Badania i consulting	Marketing i sprzedaż	Zarządzanie	Ogólnie*)
1. Journal of Travel Research	95	87	20	31	47
2. Journal of Travel & Tourism Marketing	76	39	14	23	31
3. Annals of Tourism Research	86	48	10	12	31
4. Journal of Hospitality & Tourism Research	57	30	10	23	24
5. Tourism Management	81	22	4	12	22
6. International Journal of Tourism Research	38	13	12	27	18
7. Journal of Sustainable Tourism	43	26	2	15	17
8. Festival Management & Event Tourism	43	13	6	15	16
9. Tourism Analysis	48	22	4	12	16
10. Tourism Economics	43	17	8	4	15
11. Journal of Hospitality & Tourism Education	48	13	2	4	13
12. Current Issues in Tourism	14	4	8	8	8
13. Journal of Tourism Studies	24	13	2	4	8
Średnia	48%	22%	8%	12%	17%
Liczba odpowiedzi	21	23	49	26	130

*) Dotyczy także respondentów nie ujętych w tych czterech kategoriach.

Źródło/Source: [Frechtling 2004, s. 107].

48%, a w przypadku czasopisma JTR aż 95%²⁷) oraz badań i consultingu (odpowiednio: 22% i 87%). Natomiast najrzadziej czasopisma czytali respondenci zajmujący się marketingiem i sprzedażą (średnia dla wszystkich czasopism wyniosła 8%). Autor kończy swoją pracę stwierdzeniem, że przyszłe badania na temat transferu wiedzy w turystyce muszą uwzględniać bardzo duże różnice w poziomie czytelnictwa czasopism naukowych z zakresu turystyki pomiędzy różnymi kategoriami poszczególnych odbiorców, co pod uwagę powinny wziąć także redakcje i wydawcy czasopism. Sugeruje też, że przyszłe badania powinny mieć znacznie większy zakres i być lepiej finansowane.

Na zakończenie przeglądu warto przedstawić wyniki badań, jakie przeprowadził zespół badawczy w składzie: H. Pechlaner, A. Zehrer, K. Matzler i D. Abfalter [2004, s. 329]. Były to szeroko zakrojone badania, w których respondenci zostali poproszeni m. in. o to, aby w 7-punktowej skali Likerta odnieść się do następujących zagadnień:

- poziom czytelnictwa (*readership frequency*);
- znaczenie naukowe (*scientific relevance*);
- znaczenie praktyczne (*practical relevance*);
- ogólna reputacja (*overall reputation*);
- znaczenie dla kariery naukowej (*importance for an academic career*).

Rozbudowany internetowy kwestionariusz został skierowany aż do 1054 „członków międzynarodowej społeczności naukowej” (jak zostało to określone w zaproszeniu do badań), wywodzących się głównie z takich organizacji, jak Travel and Tourism Research Associations oraz International Association of Scientific Experts in Tourism. Niestety w sposób pełny i nadający się do dalszych analiz wypełniło go tylko 142 respondentów (czyli 13,3%)²⁸. Choć uzyskano odpowiedzi od znacznie mniejszej liczby osób niż pierwotnie zakładano, to jednak liczba respondentów była i tak na tyle duża (nie odbiegała znacząco od innych podobnych badań), że pozwoliła na uogólnienia. Tym bardziej, że badani oprócz „akademików” reprezentowali różne sektory przemysłu turystycznego, deklarując przy tym, że posiadają wiedzę z takich dziedzin, jak: turystyka (85%), marketing (52%), zarządzanie (37%) oraz hotelarstwo (25%). Badania okazały się interesujące zwłaszcza w kwestii ujawnienia istotnych różnicowań nie tylko w zakresie znaczenia poszczególnych mierników wpływu oraz prestiżu czasopism, ale także pomiędzy respondentami z USA oraz pozostałych krajów, co ilustruje tabela 5.

Badania wykazały, że najczęściej czytany czasopismami zarówno w USA, jak i w pozostałych krajach były: „Journal of Travel Research”, „Annals of Tourism Research” oraz „Tourism Management” (TM), „Cornell

²⁷ Tak wysoki odsetek czytelnictwa tego czasopisma wśród członków TTRA spowodowany jest prawdopodobnie tym, że członkowie tej organizacji dostawali go za darmo (co podkreśla sam autor pracy).

²⁸ Wśród nich był jeden ze współautorów tego artykułu (W. Alejsiak).

Tab. 5. Opinie respondentów na temat prestiżu wiodących czasopism z zakresu turystyki hotelarstwa, w tym m.in. w zakresie ich znaczenia dla nauki, praktyki oraz kariery zawodowej

Tab. 5. Respondents opinion on the tourism and hospitality journals in reference to their reputation, readership frequency, and relevance to scientific research and practice

Czasopismo	Czytelnictwo	Znaczenie naukowe	Znaczenie praktyczne	Prestiż	Kariera
w USA					
1. Journal of Travel Research	4,43	5,02	4,16	5,22	4,28
2. Annals of Tourism Research	3,56*	4,56*	3,30*	4,87*	4,23*
3. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly	2,44	3,62	4,02	4,05	3,21
4. Journal of Travel and Tourism Marketing	2,80	3,59	3,14	3,09	3,38
5. Journal of Leisure Research	2,63	3,22	2,56	3,73	3,44
6. Tourism Management	2,48*	3,28*	3,07*	3,11*	3,33*
7. Journal of Hospitality & Tourism Research	2,58	3,32	2,53	3,07	3,21
8. International Journal of Hospitality Management	2,04*	3,07	2,72*	2,89	2,84
9. Tourism Analysis	2,21	3,11	2,55	2,64	3,00
10. Journal of Tourism Studies	1,66*	5,02	1,91*	2,05*	2,23*
w pozostałych krajach					
1. Annals of Tourism Research	4,75*	6,06*	4,40*	6,21*	5,80*
2. Tourism Management	4,16*	5,39*	5,10*	5,43*	5,27*
3. Journal of Travel Research	4,12	5,15	4,64	5,24	4,98
4. Journal of Sustainable Tourism	2,87*	4,48*	4,02*	3,85*	3,94*
5. Journal of Travel and Tourism Marketing	2,94	4,08	4,05	3,86	3,72
6. Journal of Tourism Studies	2,62*	5,15	3,16*	3,34*	3,32*
7. International Journal of Hospitality Management	2,87*	3,84	3,95*	3,68	3,19
8. Journal of Hospitality & Tourism Research	2,93	4,05	3,46	3,13	3,69
9. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly	2,35	3,33	4,57	4,16	2,78
10. Tourism Analysis	2,49	3,87	3,35	3,55	3,79

*) $p < 0,5$

Uwaga: tabela w oryginalnej pracy zawiera rankingi obejmujące po 22 czasopisma w obu grupach, jednak z uwagi na i tak dużą objętość, w niniejszej pracy przedstawiono w niej dane dotyczące tylko pierwszych 10 czasopism w obu grupach.

Źródło/Source: Opracowanie własne na podst.: / Own elaboration, based on: [Pechlaner, Zehrer, Matzler, Abfalter 2004, s. 311].

Hotel and Restaurant Administration” (CH&RA), przy czym o ile pierwsze dwa czasopisma znalazły się wśród trzech najczęściej czytanych w obu wyodrębnionych populacjach, o tyle kolejne dwa cieszyły się różną poczytnością w USA i pozostałych krajach (CH&RA: 3 pozycja w USA i 8 – w pozostałych krajach, TM: odpowiednio: pozycja 6 w USA i 2 – w pozostałych krajach). Dominacja wymienionych czasopism ujawniła się praktycznie we wszystkich analizowanych kategoriach, w tym także jeśli chodzi o znaczenie praktyczne, w przypadku którego zdecydowanie najwyższe oceny uzyskały: “Tourism Management” (6,21 – poza USA) oraz “Journal of Travel Research” (4,16 w USA). Największe znaczenie dla kariery miało natomiast czasopismo “Annals of Tourism Research” (4,23 w USA i aż 5, 80 – w pozostałych krajach).

Rola i znaczenie czasopism naukowych w transferze wiedzy w turystyce – w świetle opinii redaktorów naczelnych oraz członków rad naukowych czołowych periodyków turystycznych

W dalszej części pracy zaprezentowano wstępne wyniki badań empirycznych. Cały projekt badawczy, w ramach którego powstała ta praca, składa się z kilku etapów. O ile studia literaturowe zasadniczo zostały już zakończone, o tyle badania empiryczne (sondażowe) ciągle trwają, a w zasadzie są dopiero we wstępnej (pilotażowej) fazie²⁹.

Na podstawie przeprowadzonych studiów literaturowych, a także w oparciu o własne doświadczenia jako badaczy turystyki oraz redaktorów naczelnych czasopism turystycznych, sformułowano kilka pytań badawczych, które – jak się wydaje – mają kluczowe znaczenie dla próby określenia obecnego stanu, a także perspektyw dalszego rozwoju czasopism naukowych oraz ich roli w transferowaniu wiedzy w dziedzinie turystyki, w tym m.in.:

1. Czy transfer wiedzy dokonujący się poprzez czasopisma naukowe w branży turystycznej ma zasadniczo taki sam zakres i charakter jak w innych dziedzinach nauki?
2. Co ogranicza znaczenie czasopism jako instrumentu transferu wiedzy z zakresu turystyki ?
3. Jakie powinny być relacje zachodzące pomiędzy czasopismami naukowymi a branżowymi w aspekcie transferu wiedzy, zwłaszcza w przypadku transferu z nauki do praktyki turystycznej?

²⁹ Realizację badań zaplanowano bowiem tak, aby pierwszy ich etap zakończyć w terminie pozwalającym na zaprezentowanie wstępnych wyników w czasie VIII Gremium Ekspertów Turystyki (<http://www.gremium.forumturystyki.pl/>), gdzie autorzy mieli moderować dyskusję w ramach specjalnej sesji poświęconej transferowi wiedzy w turystyce (co zresztą stanowiło jedną z ważnych inspiracji do podjęcia zaprezentowanych w tym artykule badań).

4. Jakie jest znaczenie czasopism naukowych w transferze wiedzy w zestawieniu z innymi, nowoczesnymi kanałami komunikacji, za pomocą których transfer taki może się także dokonywać?

O odpowiedź na te, a także kilka innych pytań, postanowiono poprosić redaktorów naczelnych oraz członków kolegiów redakcyjnych i rad naukowych wiodących czasopism naukowych z zakresu turystyki. Docelowo badaniami planuje się objąć 65 czasopism naukowych, w tym 50 czasopism zagranicznych (międzynarodowych) oraz 15 polskich. Jednak w pierwszym etapie (który został zrealizowany w okresie od 15 września do 31 października 2016 roku) o opinię poproszono tylko pewną część osób, które planuje się zaprosić do badań, w tym zwłaszcza respondentów związanych z najbardziej prestiżowymi pismami w obu grupach. Drogą mailową do 118 pism osób skierowano prośbę o przedstawienie opinii na temat skuteczności różnych form transferu dokonującego się za pośrednictwem czasopism turystycznych (tabela 6) oraz wypowiedź na temat siedmiu problemów (otwartych pytań badawczych), które dotyczyły funkcjonowania oraz najważniejszych wyzwań stojących przed czasopismami naukowymi z zakresu turystyki (patrz: załącznik do tego artykułu).

Do końca października 2016 roku uzyskano odpowiedzi od 48 respondentów, pochodzących z 14 krajów świata (z trzech kontynentów), którzy reprezentowali co najmniej 28 czasopism naukowych³⁰, w tym 10 polskich i 18 międzynarodowych/zagranicznych. Wśród badanych było 19 aktualnych lub byłych redaktorów naczelnych czasopism (lub ich zastępców), przy czym 9 z nich reprezentowało czasopisma polskie, a 10 zagraniczne. Do dalszych analiz zakwalifikowano opinie 43 osób³¹. Należy też podkreślić, że pewna część respondentów udzieliła odpowiedzi albo tylko na pytania opisowe, albo też ograniczyła się do wypełnienia tabeli (patrz aneks oraz tab. 6). Generalnie badania okazały się trudne, w pewnym sensie wyjaśniając autorom powody tego, że podejmowane są tak rzadko, a publikacji na ten temat jest tak niewiele. Zebrane uwagi i doświadczenia zostaną wykorzystane przy projektowaniu oraz realizacji dalszych badań (zakończenie projektu przewidziano na koniec 2017 roku). Z uwagi na ograniczone ramy tego opracowania, w dalszej części pracy skoncentrowano się na analizie odpowiedzi dotyczących różnych form transferu wiedzy w turystyce, dokonującego się za pośrednictwem czasopism z tej dziedziny.

³⁰ Pisząc, że respondenci reprezentowali co najmniej 28 czasopism, mamy na uwadze to, że niektórzy z nich związani byli jednocześnie z kilkoma pismami – czy to jako aktualni lub byli redaktorzy naczelni albo ich zastępcy, czy też jako członkowie ich kolegiów redakcyjnych lub rad naukowych.

³¹ Pięciu respondentów przysłało odpowiedzi, które nie mogły zostać uwzględnione, gdyż: 1) albo ograniczyli się oni do bardzo ogólnych stwierdzeń, bez odnoszenia się do pytań opisowych i tabeli; 2) albo stwierdzili, że nie czują się dostatecznie kompetentni w tym temacie; 3) albo też nie mogą udzielić odpowiedzi ze względu na ogólny charakter pytań i zbytni subiektywizm, którym musieliby się kierować przy przedstawianiu opinii.

W tabeli 6 w przedstawiono (w formie zbiorczej) wszystkie uzyskane odpowiedzi w sposób, który umożliwi dokonywanie porównań w różnych ujęciach i przekrojach problemowych (zarówno według form transferu, jak i rodzaju czasopism).

Pytanie skierowane do respondentów brzmiało: ***Jak ocenia Pan/i poziom (skuteczność) transferu wiedzy dokonującego się za pośrednictwem czasopism naukowych w każdej z niżej wymienionych form tego transferu oraz kategorii czasopisma?*** Proszę wpisać w odpowiednią rubrykę swoją odpowiedź przyjmując, że 0 – oznacza całkowity brak wstępowania danej formy transferu wiedzy (zerową efektywność), a wartości rosnące odzwierciedlają coraz większą skuteczność, której najwyższa wartość wynosi 5.

Badania wykazały dużą różnorodność opinii na temat analizowanych form transferu wiedzy oraz ich skuteczności w różnych typach czasopism. Była ona jednak zauważalna przede wszystkim przy ocenach jednostkowych (dotyczących poszczególnych form transferu i w ramach poszczególnych rodzajów czasopism), natomiast w odniesieniu do ich relacji między sobą różnice w opiniach były już znacznie mniejsze. Na podstawie uzyskanych odpowiedzi można stwierdzić, że w czasopismach turystycznych transfer wiedzy ma trochę inny charakter i zasadniczo cechuje go mniejsza skuteczność, niż ma to miejsce w przypadku czasopism z innych dziedzin nauki, w tym zwłaszcza z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych. Specyfika ta – chociaż w różnym stopniu – widoczna jest w zestawieniu z wszystkimi trzema grupami, czyli: czasopismami z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych (CPT), czasopismami z obszaru nauk humanistycznych i społecznych (CHS) oraz obu tych grup traktowanych łącznie (czasopisma ogółem – CO). Natomiast nie zaobserwowano zasadniczych różnic w ocenie skuteczności transferu wiedzy pomiędzy czasopismami turystycznymi ogółem (CTO) a tymi spośród nich, którymi respondenci kierowali lub też byli z nimi związani bezpośrednio jako członkowie rad naukowych (CTK). Najważniejsze wyniki badań przedstawiono w tabeli 6.

Analiza danych przedstawionych w tabeli 6 pozwala na wyciągnięcie interesujących wniosków w odniesieniu do każdej z wyodrębnionych form transferu wiedzy. W przypadku transferu „z nauki do praktyki” odnotować należy przede wszystkim fakt, że transfer dokonujący się za pośrednictwem czasopism turystycznych uzyskał zdecydowanie niższe wartości niż wszystkie pozostałe kategorie. Zgodnie z oczekiwaniami najwyżej oceniono czasopisma z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych (CPT). Jeśli natomiast chodzi o czasopisma turystyczne, to warto odnotować, że te spośród nich, z którymi respondenci byli bezpośrednio związani (CTK), uzyskały ogólnie niższe wartości niż CTO. Świadczyć to może z jednej strony o obiektywności respondentów (braku szczególnego traktowania „własnych” czasopism), z drugiej zaś – może wynikać z faktu, że dużą część respondentów stanowili

Tab. 6. Opinie badanych na temat znaczenia (skuteczności) różnych form transferu wiedzy dokonującego się poprzez czasopisma turystyczne na tle czasopism z innych dziedzin nauki

Tab. 6. Respondents' opinions on the importance (the effectiveness) of various forms of knowledge transfer by tourism journals on the background of periodicals from other branch of science

Czasopisma naukowe – ogółem	Czasopisma z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych	Czasopisma z obszaru nauk humanistycznych i społecznych	Czasopisma turystyczne – ogółem	Czasopismo, którym kieruje/kierowałem
I. Transfer z nauki do praktyki				
Liczba odpowiedzi: 26	Liczba odpowiedzi: 24	Liczba odpowiedzi: 27	Liczba odpowiedzi: 34	Liczba odpowiedzi: 25
Średnia ocen – 3,615	Średnia ocen – 3,708	Średnia ocen – 2,407	Średnia ocen – 2,235	Średnia ocen – 2,080
w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:
0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5
0 0 5 17 4 0 0 1 1 5 14 3 0 4 9 13 1 0 0 8 13 10 3 0 1 8 6 8 2 0				
II. Transfer z praktyki do nauki				
Liczba odpowiedzi: 25	Liczba odpowiedzi: 24	Liczba odpowiedzi: 27	Liczba odpowiedzi: 35	Liczba odpowiedzi: 26
Średnia ocen – 2,760	Średnia ocen – 3,291	Średnia ocen – 2,777	Średnia ocen – 2,542	Średnia ocen – 2,615
w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:
0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5
1 3 4 10 7 0 1 2 1 8 9 3 1 2 6 12 5 1 1 3 13 13 4 1 1 3 7 10 4 1				
III. Transfer międzyrodowy (z kraju do kraju)				
Liczba odpowiedzi: 27	Liczba odpowiedzi : 17	Liczba odpowiedzi – 23	Liczba odpowiedzi: 33	Liczba odpowiedzi: 23
Średnia ocen – 3,444	Średnia ocen – 3,782	Średnia ocen – 2,888	Średnia ocen – 2,970	Średnia ocen – 2,400
w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:	w tym liczba ocen:
0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5 0 1 2 3 4 5
0 2 1 11 9 4 0 1 2 5 8 1 1 3 3 12 7 1 1 2 3 20 7 1 2 6 4 7 5 1				

cd tab. 6

IV. Transfer międzybranżowy (pomiędzy różnymi sektorami przemysłu turystycznego oraz innymi branżami gospodarki)																													
Liczba odpowiedzi: 21			Liczba odpowiedzi: 20			Liczba odpowiedzi: 25			Liczba odpowiedzi: 28			Liczba odpowiedzi: 22																	
Średnia ocen – 2,428			Średnia ocen – 2,600			Średnia ocen – 2,320			Średnia ocen – 2,413			Średnia ocen – 2,090																	
w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:																	
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5												
1	1	8	10	1	0	1	1	5	11	2	0	1	4	8	10	2	0	1	3	10	13	2	0	2	4	7	8	1	0
Czasopisma naukowe – ogółem			Czasopisma z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych			Czasopisma z obszaru nauk humanistycznych i społecznych			Czasopisma turystyczne – ogółem			Czasopismo, którym kieruję/kierowałam																	
V. Transfer międzyinstytucjonalny w sferze nauki (np. między uczelniami a innymi jednostkami naukowymi)																													
Liczba odpowiedzi: 26			Liczba odpowiedzi: 24			Liczba odpowiedzi: 27			Liczba odpowiedzi: 33			Liczba odpowiedzi: 26																	
Średnia ocen – 3,307			Średnia ocen – 3,416			Średnia ocen – 3,222			Średnia ocen – 3,030			Średnia ocen – 3,041																	
w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:																	
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
0	1	5	7	11	2	0	1	3	8	9	3	0	1	4	12	8	2	0	2	7	14	8	2	0	1	7	8	6	2
VI. Transfer „od badacza do badacza” (zarówno w formule „autor – czytelnik”, jak i „autor – recenzent”, na etapie oceny tekstu)																													
Liczba odpowiedzi: 23			Liczba odpowiedzi: 20			Liczba odpowiedzi: 23			Liczba odpowiedzi: 27			Liczba odpowiedzi: 21																	
Średnia ocen – 3,956			Średnia ocen – 4,050			Średnia ocen – 3,869			Średnia ocen – 3,642			Średnia ocen – 3,380																	
w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:			w tym liczba ocen:																	
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
0	0	1	5	11	6	0	0	1	4	8	7	0	0	0	7	12	4	0	0	1	12	11	4	0	2	2	6	8	3

cd tab. 6

VII. Transfer „od badacza do wydawcy”, czyli czasopisma i/lub instytucji, która je wydaje (np. Elsevier, Wiley itd.)																													
Liczba odpowiedzi: 24						Liczba odpowiedzi: 22						Liczba odpowiedzi: 25						Liczba odpowiedzi: 32						Liczba odpowiedzi: 24					
Średnia ocen – 3,125 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 3,454 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 3,080 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 2,906 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 2,958 w tym liczba ocen:					
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
0	0	7	9	6	2	0	0	4	7	8	3	0	0	7	11	5	2	0	1	11	12	6	2	1	2	6	6	6	3
VIII. Transfer pomiędzy wydawcami, w tym pomiędzy czasopismami naukowymi																													
Liczba odpowiedzi: 15						Liczba odpowiedzi: 22						Liczba odpowiedzi: 26						Liczba odpowiedzi: 32						Liczba odpowiedzi: 25					
Średnia ocen – 2,400 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 2,636 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 2,538 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 2,545 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 2,160 w tym liczba ocen:					
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
1	3	7	13	1	0	1	2	6	8	5	0	1	2	9	11	2	1	1	3	10	15	4	0	3	2	10	8	2	0
IX. Transfer międzypokoleniowy (np. w relacji „mistrz – uczeń”)																													
Liczba odpowiedzi: 25						Liczba odpowiedzi: 22						Liczba odpowiedzi: 26						Liczba odpowiedzi: 34						Liczba odpowiedzi: 24					
Średnia ocen – 3,080 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 3,272 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 3,346 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 2,911 w tym liczba ocen:						Średnia ocen – 2,708 w tym liczba ocen:					
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
0	1	6	9	8	1	0	0	4	10	6	2	0	1	5	9	6	5	0	4	7	12	10	1	2	4	3	5	10	0
X. Inne formy transferu (dodane przez respondentów)																													
Transfer „czasopismo – instytucje władzy publicznej” (respondent nr 11)																													
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
									X						X						X						X		

cd tab. 6

Transfer danych pozyskanych w ramach statystyki publicznej, czyli od instytucji publicznych do badaczy (respondent nr 21)																								
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	
				X							X						X						X	
Transfer „od wydawcy czasopisma do badaczy reprezentujących inne/pokrewne dziedziny lub dyscypliny nauki” – np. gdy redaktor pozyskuje „nowych” recenzentów (respondent nr 21)																								
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	
			X								X				X								X	
Transfer „uczelnie – samorządy terytorialne” (respondent nr 33)																								
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	
			X							X						X							X	
Transfer „z nauki do administracji turystycznej oraz samorządowej i rządowej” – formowanie polityki turystycznej na różnych szczeblach (respondent nr 42)																								
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	
			X							X						X							X	
0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	
			X							X						X						X		

Źródło: Opracowanie własne / **Source:** Own elaboration.

badacze związani z polskimi periodykami, które w zestawieniu z najlepszymi zagranicznymi czasopismami turystycznymi oceniane są słabo.

Dominacja czasopism z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych (CPT) uwidoczniła się także w przy transferze wiedzy „**z praktyki do nauki**”. W tej kategorii czasopisma turystyczne (zarówno CTO, jak i CTK) uzyskały wartości bardzo zbliżone do kategorii CO i CHS, co świadczyć może o znaczącym wpływie praktyki na badania w dziedzinie turystyki. Również w przypadku „**transferu międzynarodowego**” najwyższe oceny uzyskały CPT i CO. Warto jednak odnotować, że tym przypadku czasopisma turystyczne ogółem uzyskały wyższe wartości niż czasopisma humanistyczne i społeczne.

Stosunkowo nieduże różnice zaobserwowano w opiniach na temat „**transferu międzybranżowego**”, przy czym warto podkreślić raczej niskie wartości – jak na tę kategorię czasopism – jakie uzyskały periodyki kategorii CO i CPT (ta ostatnia grupa czasopism uzyskała najniższe wartości we wszystkich typach transferu – 2,600). Podobna sytuacja miała miejsce także w odniesieniu do „**transferu pomiędzy wydawcami (w tym pomiędzy czasopismami)**”, gdzie z kolei najniższą wartość w całym zestawieniu uzyskała kategoria wszystkie czasopisma ogółem (2,400), a wartość ta była niższa zarówno od uzyskanej przez czasopisma humanistyczne i społeczne (2,538), jak i turystyczne ogółem (2,545). Warto dodać, że była to też jedyna forma transferu, w której czasopisma turystyczne (z kategorii CTO – 2,545) uzyskały wyższe wartości, niż ogólnie wszystkie czasopisma – odpowiednio: 2,545 vs 2,100. Również w przypadku „**transferu między instytucjami naukowymi**” opinie respondentów były dosyć zbieżne, przy czym – co warto podkreślić – przypisane im oceny były bardzo wysokie (wszystkie kategorie czasopism uzyskały wartości powyżej 3, w tym CTO – 3,030 i CTK – 3,041).

Jeszcze wyższe wartości dotyczyły „**transferu wiedzy od badacza do badacza**”, w przypadku którego wszystkie wyodrębnione grupy czasopism uzyskały najwyższe oceny w całym badaniach. Czasopisma z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych uzyskały średnią 4,050, co było najwyższą wartością w całym zestawieniu. Również czasopisma turystyczne uzyskały najwyższe oceny: CTO – 3,642 i CK – 3,380. Z kolei w przypadku transferu od „**badacza do wydawcy**” cztery kategorie czasopism uzyskały wartości zbliżone do 3, a wyróżniły się tylko czasopisma CPT, w przypadku których transfer tego typu został oceniony na 3,454. Ciekawie rozłożyły się odpowiedzi w odniesieniu do „**transferu międzypokoleniowego (w relacji mistrz – uczeń)**”, gdzie zdecydowanie najwyższe oceny przypisano czasopismom humanistycznym i społecznym (3,346). Jeśli chodzi o ostatnią kategorię wyodrębnioną w przesłanej respondentom tabeli, czyli „**inne**” – gdzie respondenci mieli możliwość wpisania nie wyodrębnionych form transferu wiedzy – to skorzystało z tego zaledwie czterech badanych. Ich wypowiedzi

dobrze uzupełniły pierwotną typologię i chociaż były zróżnicowane, to zasadniczo potwierdziły ogólne wnioski z badań.

W dyskusjach nad transferem wiedzy za jedną z kluczowych kwestii uznaje się skuteczność jej przekazywania z nauki do praktyki³². Według A. Marszałek, „dzięki transferowi wiedzy i/lub technologii następuje swoiste połączenie dwóch światów, między którymi wcześniej nie było żadnych relacji. Ten przepływ wiedzy nie następuje jedynie od ośrodka akademickiego lub badawczego do przemysłu. Możemy spotkać się również z relacją odwrotną. Naukowcy odbywając staże w przedsiębiorstwach i poznając dzięki temu problemy technologiczne, z jakimi się one borykają, są w stanie im zaproponować konkretne rozwiązania” [Marszałek 2014, s. 21]. W badaniach uwzględniono oba rodzaje transferu (patrz: tab. 6), ale z uwagi na ograniczone ramy opracowania oraz i tak dużą objętość tej pracy ograniczono się do przedstawienia szczegółowych wyników badań tylko w odniesieniu do transferu z nauki do praktyki (tab. 7)

Badania wykazały, że czasopismom naukowym z dziedziny turystyki przypisuje się wyraźnie mniejszą skuteczność w zakresie transferu wiedzy z nauki do praktyki, niż ma to miejsce w przypadku innych dziedzin (obszarów) nauki. Zgodnie z oczekiwaniami najwyższe średnie wartości osiągnęły czasopisma z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych (średnia – 3,708). O ile jednak różnica pomiędzy nimi a czasopismami turystycznymi była bardzo duża, o tyle już różnica pomiędzy tymi ostatnimi a czasopismami z obszaru nauk humanistycznych i społecznych była niewielka (odpowiednio 2,259 i 2,171). Warto też odnotować fakt, że najniższa średnia wartość dotyczyła czasopism umieszczonych w ostatniej kolumnie (2,040), czyli tych, z którymi respondenci byli bezpośrednio związani, co – jak już wspomniano – świadczyć może z jednej strony o ich obiektywizmie w ocenach.

W uzupełnieniu przedstawionych informacji należy zaznaczyć, że nie wszyscy spośród respondentów odpowiedzieli na wszystkie pytania, argu-

³² Jakkolwiek znaczenie transferu wiedzy z nauki do praktyki oraz konieczność uwzględnienia potrzeb tej ostatniej przy wyznaczaniu kierunków badań i kształcenia akademickiego wydają się bezdyskusyjne, to jednak można się zastanowić, czy w niektórych przypadkach dążenie do tego, aby wszystkie uczelnie (i to na wszystkich kierunkach studiów) kierowały się w swoich działaniach kryteriami ekonomicznymi oraz praktycznymi zastosowaniami, może budzić sprzeciw. Zwraca na to uwagę między innymi J.M. Brzeziński, w artykule *Po co Akademia? O dostojności nauki*, gdzie pisze: „Uczestnicząc, jako ekspert PKA, w procedurach akredytacji kierunków studiów, musiałem udzielać odpowiedzi na pytania standardowej (to znaczy dla wszystkich kierunków takiej samej!) ankiety. W niej zaś było i takie, które pozostawię bez komentarza: «czy przewidziano udział pracodawców w kształtowaniu koncepcji kształcenia oraz uwzględniono potrzebę dostosowania kwalifikacji absolwenta do oczekiwań rynku pracy». Tylko jedno pytanie: Kto (przedsiębiorca) jest pracodawcą dla teologów czy filozofów?” [Brzeziński 2012, s. 24]. Wydaje się, że – tak jak w każdej dziedzinie – również w tym przypadku należy zachować rozsądek i realizm.

Tab. 7. Opinie badanych na temat znaczenia (skuteczności) transferu wiedzy z nauki do praktyki dokonującego się poprzez czasopisma turystyczne na tle czasopism z innych dziedzin nauki
Tab. 7. Respondents' opinions on the importance (the effectiveness) of knowledge transfer from science to the practice by tourism journals on the background of periodicals from other field of science

Re-spon-denci	Czasopisma naukowe – ogółem					Czasopisma z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych					Czasopisma z obszaru nauk humanistycznych i społecznych					Czasopisma turystyczne – ogółem					Czasopismo, którym kieruję/ kierowałam									
	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5						
Nr	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
1.													X																	
2.																			X											
3.																						X								
4.			X								X										X						X			
5.	I. Transfer z nauki do praktyki																													
6.	Respondent udzielił odpowiedzi tylko na pytania opisowe																													
7.			X																											
8.					X																									
9.			X																											
10.					X																									
11.						X																								
12.																														
13.			X																											
14.																														
15.	Respondent udzielił odpowiedzi tylko na pytania opisowe																													
16.	Respondent udzielił odpowiedzi tylko na pytania opisowe																													
17.			X																											
18.			X																											
19.			X																											
20.																														
21.						X																								
22.	Respondent udzielił odpowiedzi tylko na pytania opisowe																													

mentując to w różny sposób³³. Niektórzy z nich (np. respondenci zakodowani pod numerami: 5, 6, 15, 16, 22, 27, 31 i 34) w ogóle zrezygnowali z wypełnienia tabeli, koncentrując się na odpowiedziach opisowych, inni wypełnili ją tylko w niektórych kolumnach (np. dotyczących tylko turystyki)³⁴. Przeprowadzone analizy potwierdziły istniejące od początku obawy wśród autorów dotyczące trudności badań, które podjęli. Dotyczyły one zwłaszcza tego, jak zobiektywizować cały proces badawczy i czy w ogóle jest to możliwe w przypadku badań dotyczących tak skomplikowanych zagadnień, które w tak dużym stopniu uzależnione są od subiektywnych opinii respondentów.

W ocenie wyników tej części badań, która dotyczy transferu wiedzy z nauki do praktyki, należy wyraźnie oddzielić tę sferę od szerszej pojętej kwestii upowszechniania wiedzy. Czasopisma naukowe nie powinny bowiem zajmować się popularyzowaniem (upowszechnianiem) wiedzy, gdyż nie taka jest ich rola. Od tego są (powinny być) czasopisma popularnonaukowe oraz branżowe. Periodyki naukowe prezentują wyniki badań, które prowadzone są różnymi, zazwyczaj skomplikowanymi oraz mało znanymi nieprofesjonalistom metodami i technikami badawczymi, autorzy publikowanych w nich prac posługują się na tyle specjalistyczną terminologią, że prezentowane w nich treści są zwykle niezrozumiałe nawet dla praktyków z danej branży, nie mówiąc już o „zwykłych czytelnikach” oraz reprezentantach innych dyscyplin³⁵.

Wprawdzie terminologia z zakresu turystyki (oraz szerszej wiedza z tego zakresu) nie cechują się aż tak wysokim poziomem specjalizacji, przez co może być łatwiej „przyswajalna”, jednak problemy wskazane wyżej wystę-

³³ Warto podkreślić (z metodycznego punktu widzenia), iż trzech respondentów stwierdziło, że nie mogą wypełnić kolumn dotyczących czasopism z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych, bo ich po prostu nie czytają i nie czują się kompetentni, aby je oceniać. Wprawdzie chodziło nam tylko o opinie, które niekoniecznie muszą mieć oparcie w rzetelnej lekturze tych czasopism (nawet trudno sobie wyobrazić, aby ktoś czytał wszystkie czasopisma naukowe z różnych dziedzin), jednak trudno odmówić tym badaczom logiki w takim rozumowaniu, podkreślając przy tym ich wyjątkową rzetelność w udzielaniu odpowiedzi. W przypadku kilku innych respondentów odpowiedzi dotyczące tej kategorii czasopism też nie zostały zaznaczone, co może sugerować podobną motywację. Jednak fakt, że nie zostało to wyraźnie przez nich wyartykułowane, pozwala sądzić, że mogły być tego także inne powody (np. brak czasu na zastanowienie, lub brak chęci odpowiedzi).

³⁴ Wśród badanych było też kilka osób, które nie wypełniły w ogóle kolumny dotyczącej czasopism CTK (którymi kierowali), argumentując to, że nigdy nie pełnili funkcji redaktora naczelnego (*editor-in-chief*), będąc jedynie ich zastępcami. W tych przypadkach brak odpowiedzi nas zasmucił, bo w naszym zamyśle badawczym uznawaliśmy ich za osoby kierujące czasopismami. Jednak nie precyzując tego w prośbie skierowanej do respondentów popełniliśmy metodyczny błąd, który – w sposób przez nas niezamierzony, a słusznie przez tych znakomych badaczy turystyki wychwycony – wykluczył ich z tej części badań.

³⁵ Trudno wyobrazić sobie na przykład, aby ekonomista lub socjolog mógł być odbiorcą wiedzy transferowanej przez czasopisma naukowe z zakresu biologii molekularnej, astronomii czy matematyki.

pują także w tej dziedzinie. Wydaje się jednak, że dla kwestii skuteczności transferu wiedzy z nauki do praktyki turystycznej zdecydowanie większe znaczenie mają dwa inne czynniki. Pierwszym z nich jest to, że praktycy branży turystycznej raczej nie mają nawyku czytania czasopism naukowych (na co zwracało uwagę wielu badanych w odpowiedziach na pytania opisowe)³⁶. Drugim natomiast jest fakt, że w branży tej nie funkcjonuje (a przynajmniej jest tak w Polsce) swoisty „pas transmisyjny”, w postaci dobrze układającej się współpracy pomiędzy czasopismami naukowymi a fachowymi pismami branżowymi, za pomocą którego dokonywałyby się transfer wiedzy z nauki do praktyki oraz „nieprofesjonalistów” zainteresowanych turystyką i prowadzonymi nad nią badaniami. W polskiej nauce w zasadzie nie istnieje instytucja dziennikarzy naukowych, którzy profesjonalnie zajmują się śledzeniem najnowszych osiągnięć nauki w różnych dziedzinach, transponowaniem wysoce specjalistycznych treści i wyników badań publikowanych w czasopismach naukowych na język zrozumiały dla praktyków oraz upowszechnianiem takiej „nieco uproszczonej”, ale możliwej do przyswojenia przez większe (niż nieliczni specjaliści w danej dziedzinie) grono odbiorców. W USA tego typu działalność, zwłaszcza w takich dziedzinach, jak medycyna, inżynieria itd. jest czymś powszechnym i bardzo pożytecznym. O znaczeniu, jakie przypisuje się tam takiemu pośrednictwu w transferze wiedzy naukowej i upowszechnianiu jej w szerokich kręgach społeczeństwa, świadczą z jednej strony działania ośrodków naukowych i wydawców czasopism, które różnymi sposobami starają się pozyskać do współpracy dziennikarzy naukowych, z drugiej zaś – prawdziwe „wojny” toczące w środowisku tych ostatnich o to, kto jako pierwszy zrelacjonuje określone odkrycie czy ciekawe badania³⁷.

³⁶ Dobrze ujął to jeden z respondentów, który odpowiadając na pytanie opisowe nr 3 napisał „W świecie turystyki, właściciele obiektów, menedżerowie marketingu, osoby zatrudnione w administracji lub organizacjach turystycznych nie czekają z wypiekami na twarzy na najnowszy numer *Annals of Tourism Research* lub *Folia Turistica*, tak jak lekarze, pracownicy koncernów farmaceutycznych lub służb opieki zdrowotnej czekają na najnowszy numer *Lancet* lub *Journal of Clinical Oncology*” [respondent nr 42].

³⁷ Znakomity opis tej problematyki ukazał się w ostatnim numerze czasopisma „Scientific American. Świat Nauki” (z listopada 2016), gdzie przedstawiono pewne patologie, które zrodziły się na gruncie tej rywalizacji. Dotyczy to zwłaszcza prób kontrolowania pracy dziennikarzy relacjonujących wydarzenia naukowe przez korporacje wydawnicze. Autor artykułu podaje, że duży odsetek artykułów w prasie fachowej z dziedziny nauki i zdrowia powstaje w wyniku zakulisowych umów zawieranych pomiędzy dziennikarzami a ośrodkami naukowymi i wydawcami czasopism, które zakładają swoiste embargo informacyjne. Dziennikarz uzyskuje wtedy dostęp do artykułu zanim zostanie on opublikowany i na tej podstawie pisze swoją relację z badań, z zastrzeżeniem jednak, że nie może jej opublikować przed terminem uzgodnionej daty, a nawet godziny. Autor artykułu pisze: „Te blokady informacyjne wyznaczają cotygodniowy rytm relacjonowania tematów w dziedzinie nauki: w poniedziałkowe popołudnie może niemal równocześnie pojawić się grupa artykułów na temat publikacji w *Proceedings of The National Academy of Science USA*, We wtorek będzie to *Journal of American Medical Association*, w środę *Nature* i *New England Journal of Medicine*, a w czwartek *Science*” [Seife 2016, s. 50].

Zakończenie

Przedstawione w niniejszym artykule problemy bynajmniej nie wyczerpują listy ważnych zagadnień wiążących się z tak szerokim zagadnieniem, jakim jest transfer wiedzy, jaką w tej dziedzinie odgrywają czasopisma naukowe. Kwestią kluczową dla przyszłości czasopism naukowych jest – jak się obecnie wydaje – rosnąca konkurencja ze strony nowoczesnych sposobów komunikacji naukowej. Wielu autorów zwraca uwagę na pewien kryzys, jakiego doświadczają periodyki naukowe, a niektórzy z nich sugerują nawet, że istnieje niebezpieczeństwo, iż wkrótce mogą one stracić rację bytu [m.in. Prinke 2010, s. 138; Nowak 2009, s. 88-89]. Dzisiejsze problemy czasopism naukowych dotyczą bowiem już nie tylko dylematów, jakie kilkanaście lat temu przedstawił B. Morton, który – wychodząc od koncepcji rozwoju nauki T. Kuhna – dowodził, że choć „paradygmat papierowy” był w swoim czasie niezwykle przydatny, to w działalności czasopism naukowych coraz bardziej uwidacznia się nieunikniony zwrot i rozpoczyna się „paradygmat postpapierowy” [Morton 1997, s. 11-14, cyt. za: Prinke 2010, s. 139].

Dzisiaj największym wyzwaniem dla czasopism są nowe zjawiska w sferze komunikacji społecznej, które szeroko wkraczają także w sferę nauki. Dotyczy to zwłaszcza dwóch „megazjawisk”, a mianowicie Web 2.0 oraz Open Access [Waldrop 2008; Cisek 2008, s. 3]. Pierwsze z nich zmieniło charakter interakcji w internetowych sposobach komunikacji, umożliwiając użytkownikom bezpośrednio tworzenie treści zamieszczanych w Internecie za pomocą różnorodnych narzędzi komunikacji, w tym zwłaszcza serwisów społecznościowych (np. Twitter, Facebook) oraz całej szeroko pojętej blogosfery, na którą składają się m.in. blogi, mikroblogi, podcasting itd. W przypadku nauki szczególnie istotnym instrumentem komunikacji nowego typu są serwisy, takie jak Academia.edu (<http://academia.edu>) oraz ResearchGate.net (<http://researchgate.net>), które *nota bene* obficie wykorzystywano także w pracy nad tym artykułem (zwłaszcza jeśli chodzi o pełne teksty prac, które w innych miejscach dostępne były tylko w zakresie systemów abstraktowych). Na rosnące znaczenie tzw. blogosfery naukowej zwraca uwagę m.in. E. Kulczycki, który jest nie tylko jednym z najdogłębniej analizujących i opisujących te zjawiska badaczy, ale także znanym naukowym blogerem („Warsztat badacza komunikacji” – <http://ekulczycki.pl/>). W swoich pracach analizuje on i opisuje zarówno jej zalety, jak i ograniczenia oraz złe strony³⁸. Prowadzone badania wskazują – zdaniem Kulczyckiego – na

³⁸ Jednym z ciekawych wątków dyskursu na ten temat jest kwestia poziomu zaangażowania w działalność tego typu. Zbytńia aktywność w tzw. blogosferze oraz innych nowoczesnych (a także tradycyjnych) mediach może być bowiem źle odbierana przez część środowiska naukowego. Niektórzy uczeni mają mało entuzjastyczny pogląd na zbyt częste i bliskie kontakty uczonych z mediami, uważając, że powinni się oni skupić na badaniach i nauce. W ciekawy sposób opisano te problemy w artykule *Naukowiec celebrytą* [Martinez-Conde, Macknik,

to, że pomimo ekspansji nowoczesnych środków komunikacji stare media (w tym czasopisma naukowe) na razie nie tylko nie zostały przez nie wyparte, ale nadal są wykorzystywane, a nawet są wspierane przez nowe technologie, co widać na przykładzie roli, jaką w komunikacji naukowej odgrywają media społecznościowe [Kulczycki 2012, s. 8].

O ile jednak w ramach Web 2.0 rozpowszechniana jest przede wszystkim wiedza popularnonaukowa, i dla komunikacji *stricte* naukowej ma ona stosunkowo małe znaczenie, to drugie ze wspomnianych zjawisk – czyli *Open Access* (OA) – ma dla kwestii transferu wiedzy i upowszechniania wyników badań znaczenie kluczowe [Maciejewska, Moskwa, Urbańczyk 2007]. Problematyka ta w szczególności dotyczy czasopism naukowych, które zwłaszcza w początkowym okresie były głównym adresatem postulatów zwolenników idei OA oraz proponowanych przez nich zmian w funkcjonowaniu nauki³⁹. Wielkim echem w środowisku naukowym odbił się otwarty list dwóch laureatów Nagrody Nobla (J. Sulstona – w dziedzinie medycyny w 2000 roku oraz J. Stiglitz – w dziedzinie ekonomii w 2001 roku), jaki w 2008 roku został opublikowany na łamach „The Times”. Pytali oni w nim m.in.: *Czyją własnością jest nauka?* – czerpiących z niej zyski redakcji czasopism naukowych czy społeczeństwa, które płacąc podatki umożliwia jej rozwój⁴⁰. Wywołana nim dyskusja stała się katalizatorem ruchu *Open Access* (OA), dzięki któremu rozpowszechniła się zasada dublowania artykułów publikowanych pierwotnie na łamach czasopism naukowych w różnego rodzaju otwartych repozytoriach [Rychlik, Karwasińska 2007, Mikołajuk 2014]⁴¹. Początkowo swoje prace umieszczali w nich sami autorzy, a proces ten nazywano samoarchiwizacją. Z czasem jednak zadania te przejęły redakcje czasopism, powodując, że w dzisiejszych repozytoriach, prócz preprintów, umieszczane są również postprinty (wersja po recenzji), a nawet ostateczne wersje wydawcy w formie plików formatu pdf [Rychlik, Karwasińska 2007, s. 1-2].

Powell 2016].

³⁹ W listopadzie 2004 roku Kongres Stanów Zjednoczonych, na fali szerokiej publicznej dyskusji na temat tego, kto jest właścicielem wyników badań naukowych finansowanych z funduszy publicznych, zaaprobował projekt *National Institutes of Health* (NIH), który nakazał redakcjom czasopism medycznych obowiązek przekazywania artykułów zawierających wyniki badań subsydiowanych przez NIH do bazy MEDLINE, zaznaczając przy tym, że powinno się to odbywać nie później niż po sześciu miesiącach od chwili ich opublikowania [Banach 2007. Online: <http://www.ebib.pl/publikacje/matkonf/mat18/banach.php>].

⁴⁰ *Laureaci Nobla wzywają do większej otwartości w medycynie*. Online: <http://otwartanauka.pl/blog/2008/07/laureaci-nobla-wzywaja-do-wiekszej-otwartosci-w-medycynie/>.

⁴¹ „Repozytorium (łac. *repositorium*) to miejsce uporządkowanego przechowywania dokumentów, z których wszystkie przeznaczone są do udostępniania” [Rychlik, Karwasińska 2007, s. 1]. Kiedyś były to magazyny i archiwa, dzisiaj terminem tym określa się elektroniczne serwery dystrybuujące publikacje naukowe, które dostarczane są do repozytoriów przez samych autorów, albo wydawców [Rychlik, Karwasińska 2007, s. 1-2].

Wszystko to sprawia, że tradycyjny model komunikacji naukowej, z dominującą rolą czasopism naukowych, funkcjonujący przez trzy stulecia, w czasie których ich cele oraz sposoby funkcjonowania podlegały tylko niewielkim modyfikacjom, obecnie znajduje się w fazie gwałtownych przemian. Niezależnie od zmian wywołanych szybkim rozwojem nowoczesnych technologii informacyjnych, zmiany te są nieuniknione także z tego powodu, że dotychczasowy, w dużym stopniu zamknięty model komunikacji naukowej⁴² – z ograniczonym dostępem do badań i wiedzy naukowej, który zakłada rozpowszechnianie czasopism naukowych przede wszystkim w ramach płatnych subskrypcji – okazuje się nieefektywny, i jako taki bywa krytykowany nie tylko przez subskrybentów i podmioty, których na to nie stać, ale także przez środowisko naukowe. Alternatywą dla niego jest model otwarty, który zakłada, że „dostęp do materiałów naukowych nie powinien być ograniczany przez przedsiębiorstwa komercyjne, gdyż kumulacja i przyrost wiedzy jest gwarantem rozwoju współczesnych społeczeństw i gospodarek, a większość badań naukowych opłacanych jest z budżetu państwa” [Kulczycki 2013, s. 10].

W podsumowaniu przedstawionych rozważań należy stwierdzić, że w dającej się przewidzieć przyszłości czasopisma naukowe pozostaną ważnym elementem szeroko pojętej sfery nauki. Stanie się tak oczywiście pod warunkiem, że będą otwarte na nowe możliwości, jakie dla ich funkcjonowania stwarzają nowoczesne technologie [Nahotko 2007] oraz że potrafią zachować te swoje funkcje, których nie są w stanie pełnić inne media, zwłaszcza jeśli chodzi o sprawy selekcji jakościowej oraz przynoszenia uznania autorom. Opinię tę podziela m.in. R. Prinke, który zauważa, że czasopismo jest nie tylko narzędziem nauki, ale przede wszystkim rytuałem odprawianym przez uczonych, a ten nie jest podatny na zmiany, czasami nawet w obliczu oczywistych argumentów logicznych. Uważa on, że – jak każdy rytuał – instytucja czasopisma naukowego tworzy i utrwała tożsamość jego uczestników, w tym przypadku tożsamość społeczności uczonych w ramach subkultur intelektualnych [Prinke 2010, s. 146]. Wydaje się, że uwagi te dotyczą także czasopism turystycznych. Sugerują bowiem, że i owe czasopisma – a przynajmniej najlepsze z nich – będą dalej zaliczane do podstawowych instrumentów i mierników efektywnego uprawiania nauki, jakości prowadzonych badań oraz uzyskiwanych w ich toku wyników, a także pozostaną ważnym forum, na którym toczy się twórcza dyskusja naukowa.

⁴² Model taki funkcjonuje w międzynarodowych wydawnictwach (np. Elsevier, Springer, Wiley) i opiera się na opłacaniu przez instytucje akademickie (np. biblioteki) dostępu do baz danych i konkretnych publikacji udostępnianych przez wydawnictwo. Pisząc o barierach w dostępie do wiedzy, E. Kulczycki zwraca uwagę, że w umowach licencyjnych często narzuca się jeszcze dodatkowe (pozaekonomiczne) ograniczenia. Jednym z nich jest to, że w wielu przypadkach (np. w Polsce) dostęp do subskrybowanych materiałów możliwy jest jedynie z komputerów jednostek, które zakupiły subskrypcje. Na podkreślenie zasługuje też fakt, że w takim modelu dostęp do materiałów mają jedynie pracownicy naukowci i studenci, zaś pomijane jest szerokie grono innych potencjalnych odbiorców (np. ze środowiska B+R) [Kulczycki 2013, s. 9].

Bibliografia

- Alejski W. (2016), „*Annals of Tourism Research*” jako źródło wiedzy o osiągnięciach badawczych antropologii w dziedzinie turystyki, „*Folia Turistica*”, nr 39, s. 11-46.
- Alejski W. (2011), *Kto to jest „mistrz naukowy” oraz jaka jest jego rola we współczesnej nauce – rozważania na przykładzie badań turystycznych*, „*Folia Turistica*”: Wydanie specjalne z okazji 35-lecia Wydziału Turystyki i Rekreacji AWF w Krakowie: „Z warsztatów Mistrzów”, 25 (2), s. 439-495.
- Alejski W. (2008), *Metodologia badań w turystyce*, [w:] Winiarski R., red., *Turystyka w naukach humanistycznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 140-164.
- “*Annals of Tourism Research*”. Home page: <http://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research/> (11.11.2015).
- Baggio R., Cooper Ch. (2010), *Knowledge transfer in a to tourism destination: the effects of a network structure*, “*The Service Industries Journal*”, Vol. 30 (8), 2010. Special Issue on: Advances in service network analysis edited by N. Scott and E. Laws. Praca dostępna także online (jako Working Paper): <http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/0905/0905.2734.pdf>
- Bajerski A. (2008), *Polskie czasopisma geograficzne w bazie Scopus – próba analizy komunikacji naukowej w polskiej geografii*, “*Czasopismo Geograficzne*”, nr 79 (3), s. 367-382.
- Banach M. (2007) “*Open Access*” czy “*Pay for Preview*”?, [w:] *IV Ogólnopolska Konferencja EBIB: Internet w bibliotekach. Open Access, Toruń (Poland)*, 7-8 December 2007. Online: <http://www.ebib.pl/publikacje/matkonf/mat18/banach.php>].
- Beesley L.G.A., Cooper Ch. (2008), *Defining knowledge management (KM) activities: towards consensus*, “*Journal of Knowledge Management*”, Vol. 12 (3), s. 48-62.
- Benckendorff P., Zehrer A. (2013), *A network analysis of tourism research*, “*Annals of Tourism Research*”, Vol. 43, s. 121-149.
- Brzeziński J.M. (2012), *Po co Akademia? O dostojności nauki*, “*Nauka*”, nr 1, s. 21-31. http://www.staff.amu.edu.pl/~brzezuam/teksty/po_co_academia.pdf
- Cheng C.K., Li X.R., Petrick J., O’Leary J.T. (2005), *Examining Tourism Knowledge Development from Journals Topics*, [w:] *TTRA Annual Conference Proceedings – 2005*, s. 364-370.
- Chłopkowska D. (2009), *Naukowe czasopisma turystyczne w Polsce w latach 1990-2007*, “*Zagadnienia Informacji Naukowej*”, nr 47 (1), s. 33-47.
- Cichy M.J., Janik A., Ryszko A. (2016), *Problematyka mapowania transferu wiedzy na przykładzie procesu opracowywania ekoinnowacji*, [w:] Knosala R., red., *Innowacje w zarządzaniu i inżynierii produkcji*, T. 2., Oficyna Wydawnicza Polskiego Towarzystwa Zarządzania Produkcją, Opole, s. 62-74.

- Cisek S. (2008), *Nauka 2.0: nowe narzędzia komunikacji naukowej*. Online: <http://eprints.rclis.org/11212/>.
- Cooper, C. (2006). *Knowledge management and tourism*. "Annals of Tourism Research", Vol. 33 (1), s. 47-64.
- Cybula I. (2007), *Przegląd polskich czasopism podróżniczych, turystycznych i krajoznawczych wychodzących na ziemiach polskich do i wojny światowej*, "Folia Turistica", nr 18, s. 185-2004.
- Czernek K. (2014), *Wiedza, jej rodzaje i znaczenie dla budowania relacji w sektorze turystycznym*, "Studia Ekonomiczne – Uniwersytet Ekonomiczny Katowice", nr 182 – Zarządzanie relacjami w biznesie, s. 13-144. Online: http://www.ue.katowice.pl/fileadmin/_migrated/content_uploads/12_K.Czernek_Wiedza_jej_rodzaje_i_znaczenie....pdf
- Dann G.M.S. (2011), *Anglophone hegemony in tourism studies today*, "Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal", Vol. 1 (1), s. 1-30.
- Davenport T.H., Prusak L. (1998), *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Boston: Harvard Business School Press.
- Ferreira R.R., DeFranco A.L., Rappole C.L. (1994), *Rating the Hospitality Journals*, "International Journal of Hospitality Management", Vol. 13 (3), s. 209-218.
- Frechtling D. (2004), *Assessment of Tourism/Hospitality Journals' Role in Knowledge Transfer: An Explanatory Study*, "Journal of Travel Research", Vol. 43, s. 100-107. Online: <http://jtr.sagepub.com/content/43/2/100.short>
- Goeldner Ch. (2005), *Reflections on the Historic Role of Journals in Shaping Tourism Knowledge*, "The Journal of Tourism Studies", Vol. 16 (2), s. 44-51. Online: https://www.jcu.edu.au/_data/assets/pdf_file/0006/122010/jcudev_012906.pdf.
- Goeldner C.R. (2011). *Reflecting on 50 years of the Journal of Travel Research*, "Journal of Travel Research", Vol. 50 (6), s. 583-586.
- Gołębski G. (2008), *Polskie czasopisma naukowe z zakresu turystyki – "Problemy Turystyki"*, "Turyzm" nr 18 (1), s. 97-99.
- Graburn N., Jafari, J. (1991), *Introduction: tourism social science*, "Annals of Tourism Research", Vol. 18 (1), s. 1-11.
- Gudanowska A.E. (2011), *Mapy wiedzy jako narzędzie lokalizacji zasobów wiedzy w organizacji*, "Problemy eksploatacji", nr 3, s. 19-31.
- Hall C. M. (2006), *The impact of tourism knowledge: Google scholar, citations and the opening up of academic space*, "e-Review of Tourism Research", Vol. 4 (5), s. 119-136. Online http://ertr.tamu.edu/files/2012/09/206_a-4-5-3.pdf.
- Hallin C.A., Marnburg E. (2008), *Knowledge management in the hospitality industry: A review of empirical research*, "Tourism Management", Vol. 29, s. 366-381.

- Hung K., Law R. (2011), *An overview of Internet-based surveys in hospitality and tourism journals*, "Tourism Management", Vol. 32, s. 717-724
- Hunt C.A., Gao J., Xue L., (2014). *A visual analysis of trends in the titles and keywords of top-ranked tourism journals*, "Current Issues in Tourism", Vol. 17 (10), s. 849-855. On line: http://sites.psu.edu/carterahunt/wp-content/uploads/sites/13788/2013/02/Hunt-Gao-Xue_Visual-Analysis_2014.pdf.
- Jackowski A. (2008), *Polskie czasopisma naukowe z zakresu turystyki – "Peregrinus Cracoviensis"*, "Folia Turistica", nr 18 (1), 2008, s. 105-107.
- Jackowski A., Liro J. (2015), *Studium Turyzmu Uniwersytetu Jagiellońskiego (1936 –1939)*, [w:] *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, Tom XIV, *Rozwój badań geograficznych nad turystyką*, Uniwersytet Adama Mickiewicza, Poznań.
- Jamal T., Smith B., Watson E. (2008), *Ranking, rating and scoring of tourism journals: Interdisciplinary challenges and innovations*, "Tourism Management", Vol. 29 (1), s. 66-78.
- Jankowska E. (2014), *Wskaźniki oceny czasopism SJR i SNIP – alternatywa dla IF*, "Podkarpackie Studia Biblioteczne" nr 3 (2014), s. 48-57. Online: <http://www.pbc.rzeszow.pl/Content/11250/PSB3-2014.pdf>.
- Jasiński M. (1991), *Demon Garfielda, czyli o roli analizy cytacji w rozwoju nauki (głównie ekologii) w Polsce*, "Wiadomości Ekologiczne", nr 37, s. 247-263. Online http://inko.wsb-nlu.edu.pl/uploadedFiles/file/Jasienski_GARFIELD.pdf.
- Jogaratnam G., Chon K., McCleary K., Mena M., Yoo, J. (2005), *An analysis of institutional contributors to three major academic tourism journals: 1992-2001*, "Tourism Management", Vol. 26 (5), s. 641–648.
- Kolasa W. (1998), *Współczesne czasopismo popularnonaukowe*, "Rocznik Historii Prasy Polskiej", Tom 1, Z. 1-2, s. 143-169. Online: http://eprints.rclis.org/16408/1/kolasa_pop_1998.pdf.
- Korobkin R. (1999), *Ranking journals: Some thoughts on theory and methodology*, "Florida State University Law Review", Vol. 25, s. 641-648.
- Kowalczyk A., Nogalski B. (2007), *Zarządzanie wiedzą: koncepcja i narzędzia*. Difin, Warszawa.
- Kronenberg Ch., Muller S., Peters M., Pikkemaat B., Weiermair K. (red.), (2008), *Changes Management in Tourism Their Significance and Development*, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Kruczek Z. (2008), *Polskie czasopisma naukowe z zakresu turystyki „Problemy Turystyki”*, „Folia Turistica”, „Turizm”, nr 18 (1), s. 102-105.
- Kulczycki, E. (2012). *Blogi i serwisy naukowe. Komunikacja naukowa w kulturze konwergencji*, [w:] Sójkowska I., red., *Materiały konferencyjne EBIB* nr 22. Toruń: Stowarzyszenie EBIB. Online: <http://ekulczycki.pl/wp-content/uploads/2012/05/Blogi-i-serwisy-naukowe.pdf>

- Kulczycki E. (2016), *Ocena ekspercka jako trzeci wymiar ewaluacji krajowych czasopism naukowych*, "Nauka", Vol. 1/2016, s. 107-142. Online: <http://www.nauka-pan.pl/index.php/nauka/article/view/651/668>.
- Kulczycki E. (2013), *Otwarte czasopisma. Zakładanie czasopism naukowych oraz transformacja czasopism zamkniętych*, Stowarzyszenie EBiB, Toruń. Online: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/7853/1/Kulczycki_Otwarte_czasopisma_%20Zak%C5%82adanie_czasopism_naukowych_oraz_transformacja_czasopism_zamknietych.pdf.
- Kulczycki Z. (1982), *Historia turystyki*, Szkoła Główna Planowania i Statystyki, Warszawa.
- Laureaci Nobla wzywają do większej otwartości w medycynie*. Online: <http://otwartanauka.pl/blog/2008/07/laureaci-nobla-wzywaja-do-wiekszej-otwartosci-w-medycynie/>.
- Liszewski S. (2005), *Badania geograficzne nad turystyką w Polsce i na świecie*, [w:] Winiarski R., Alejziak W., red., *Turystyka w badaniach naukowych*, AWF Kraków, WSIZ Rzeszów, s. 23-34.
- Liszewski S. (2008), *Polskie czasopisma naukowe z zakresu turystyki – "Turystyka"*, "Turystyka", Tom 18 (z. 1), s. 100-102.
- Liszewski S. (2011), *Tourism Studies: Situated within Multiple Disciplines or a single Independent Discipline?* (discursive article), "Tourism", Vol. 20 (2), s. 37-44.
- Maciejewska Ł., Moskwa K., Urbańczyk B. (2007), *Czasopisma naukowe Open Access – model otwartego dostępu do wiedzy*, w: *IV Ogólnopolska Konferencja EBIB Internet w bibliotekach Open Access. Toruń, 7-8 grudnia* (Materiały konferencyjne nr 18). Online: http://www.ebib.info/publikacje/matkonf/mat18/maciejewska_moskwa_urbanczyk.php.
- Marszałek A., (2014), *Transfer wiedzy i technologii w środowisku innowacyjnym*, "Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie", nr 3, s. 17-26.
- Martinez-Conde S., S.L. Macknik, Powell D. (2016), *Naukowiec celebrytą?*, "Scientific American. Świat Nauki", nr 11(303), s. 58-61.
- McKercher B. (2005), *A case for ranking tourism journals*, "Tourism Management", Vol. 26 (5), s. 649-651.
- McKercher B., Law R., Lam T. (2006), *Rating tourism and hospitality journals*, "Tourism Management", Vol. 27 (6), s. 1235-1252.
- McKercher B. (2008), *A citation analysis of tourism scholars*, "Tourism Management", Vol. 29 (6), s. 1226-1232.
- Mikołajczak Z. (1985), *Piśmiennictwo turystyczne*, [w:] *Turystyka w 40-leciu PRL – wybrane zagadnienia*, "Biuletyn Głównego Komitetu Turystyki", Numer Specjalny „B”, Warszawa.
- Mikołajuk L., (2014) *Repozytorium instytucjonalne jako nowa forma komunikacji naukowej*, "Podkarpackie Studia Biblioteczne" nr 3 (2014), s. 5-23. Online: <http://www.pbc.rzeszow.pl/Content/11250/PSB3-2014.pdf>.

- MNiSW (2015a), Komunikat Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia z dnia 18 grudnia 2015 r. w sprawie wykazu czasopism naukowych wraz z liczbą punktów przyznawanych za publikację w tych czasopismach. Online: http://www.nauka.gov.pl/g2/oryginal/2015_12/43c1be3f008be0b2497dadb316de53da.pdf
- MNiSW (2015b), Wykaz czasopism naukowych wraz z liczbą punktów przyznawanych za publikację w tych oraz czasopismach z 23 grudnia 2015 roku – część b wykazu czasopism naukowych czasopisma naukowe nieposiadające współczynnika wpływu Impact Factor (IF) wraz z liczbą punktów przyznawanych za publikację w tych czasopismach: Online: http://www.nauka.gov.pl/g2/oryginal/2015_12/57768c2cb322779eb01734014ff4be38.pdf
- Niedźwiedzka B (2001), *Rozpowszechnianie wyników badań naukowych i wdrażanie innowacji*, [w:] *Informacja naukowa w zdrowiu publicznym*, Kraków 2001, s. 127-151.
- Mikuła B. (2011), *Transfer wiedzy w organizacji*, [w:] Potocki A., red., *Komunikacja w procesach zarządzania wiedzą*, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, s. 59-76.
- B. Morton B. (1997), *Is the Journal as We Know It an Article of Faith? An Open Letter to the Faculty*, „The Public-Access Computer Systems Review” 8 (2). Online: <http://epress.lib.uh.edu/pr/v8/n2/mort8n2.html>
- Nahotko M. (2007), *Naukoweczasopismaelektroniczne*, Warszawa. Online: https://www.researchgate.net/profile/Marek_Nahotko/publication/263968154_Naukowe_czasopisma_elektroniczne/links/546a45350cf2f5eb18077986.pdf.
- Nowak P. (2013), *Funkcje współczesnych czasopism naukowych – pomiędzy wyobrażeniami a rzeczywistością*, „Biuletyn EBiB”, nr 8 (144), s. 1-10. Online: <http://open.ebib.pl/ojs/index.php/ebib/article/download/131/261>.
- Nowak P. (2009), *Samopublikowanie; stara metoda – nowy sens w dobie e-science*, „Biblioteka”, nr 13 (22), s. 88-89.
- Nowak P. (2000), *Wybrane problemy efektywności polskich czasopism naukowych z dziedziny humanistyki*, Motivex, Poznań.
- Przyłuska J. (2010), *Od spisu publikacji do repozytorium – ewolucja form dokumentowania dorobku naukowego*, [w:] Wrocławska M., Jerzyk-Wojtecka J., red., *Stare i nowe w bibliotece. Współpraca czy konkurencja? Konferencja Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego, 3-5 czerwca 2009, Łódź. Materiały konferencyjne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 191-198.
- Olszewski M., *The determinants of knowledge transfer from universities to tourism companies*, „Szczecin University Scientific Journal”, Vol. 883, Service Management 16 (2), S. 111-118.
- Oppermann M., Cooper M. (1996), *Hospitality and tourism journals: similarities, differences and market positioning*, „Australian Journal of Hospitality Management”, 3(2), s. 75-80.

- Pechlaner H., Zehrer A., Matzler K., Abfalter D., (2004), *A Ranking of International Tourism and Hospitality Journals*, "Journal of Travel Research", Vol. 42, s. 328-332. Online: <http://www.uhu.es/GEIDETUR/archivos/RKofJOURNALS1.pdf>.
- Potocki A. (2011), *Komunikacja w procesach zarządzania wiedzą*, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Online: http://janek.uek.krakow.pl/~kzso/dnk_ok_ks23.htm.
- Prinke R. (2010), *Tradycyjne funkcje czasopisma naukowego a współczesne technologie komunikacyjne*, "Biblioteka", nr 14(23), s. 137-147. Online: <http://pressto.amu.edu.pl/index.php/b/article/viewFile/170/120>.
- Probst G., Raub S., Romhardt K. (2004), *Zarządzanie wiedzą w organizacji*. Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
- Przyłuska J. (2010), *Od spisu publikacji do repozytorium – ewolucja form dokumentowania dorobku naukowego*, [w:] Wrocławska M., Jerzyk-Wojtecka J., red., *Stare i nowe w bibliotece. Współpraca czy konkurencja? Konferencja Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego, 3-5 czerwca 2009, Łódź. Materiały konferencyjne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 191-198. Online: <http://bcu.lib.uni.lodz.pl/Content/1885/191-198.pdf>.
- Puchalska-Miętus K. (2001), *Zasady oceny i klasyfikacji czasopism naukowych ze szczególnym uwzględnieniem problematyki turystycznej i rekreacyjnej*, "Zeszyty Naukowe" Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie, nr 81, s. 53-60, Kraków.
- Racki G. (2005), *Pułapki „Master” Journal List z Filadelfii*, "Przegląd Geologiczny", Vol. 53 (7), s. 560-561.
- Ruhanen L. Cooper C., (2003), *Developing a Knowledge Management Approach to Tourism Research*, "Tedqual", Vol. 6, s. 9-13.
- Ryan Ch. (2005), *The Ranking and Rating of Academics and Journals in Tourism Research*, "Tourism Management", Vol. 26, s. 657-662.
- Ryan Ch., Page S.J. (2015), *Special issue: Journal impact factors*, "Tourism Management", Vol. 51, s. 298-299.
- Rychlik M., Karwasińska E. (2007), *Repozytorium instytucjonalne jako czynnik wspomagający rozwój nauki w środowisku akademickim*, "Biblioteka", nr 11 (20), s. 153-167.
- Schmidgall R.S., Woods R.H., (1993), *Rating of Publication Channels by Hospitality Faculty*, "Hospitality Research Journal", Vol.16 (3), s. 89-103.
- Schmidgall, R. S., Woods R.H., Rutherford D.G. (1996), *Journal and Periodical Usefulness: As Rated by Hospitality Faculty Members*, "Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly", Vol. 27 (2), s. 47-56.
- Seife Ch. (2016), *SPIN w dziennikarstwie naukowym*, "Scientific American. Świat Nauki", nr 11(303), s. 48-55.
- Shaw G., Williams A.M. (2009), *Knowledge Transfer and Management in Tourism Organisations: an emerging research agenda*, "Tourism Management", Vol. 30 (3), s. 325-335.

- Sheldon P. J. (1990), *Journals in Tourism and Hospitality: The Perceptions of Publishing Faculty*, "Journal of Tourism Studies", Vol. 1 (1), s. 42-48.
- Shaw G., Williams A.M., (2009), *Knowledge Transfer and Management in Tourism Organisations: an emerging research agenda*, "Tourism Management", Vol. 30 (3), s. 325-335.
- Stefanowicz B. (2013), *Informacja. Wiedza. Mądrość*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa. Online: http://stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/OZ_Informacja_Wiedza_Madrosz_180413.pdf.
- TSG (1988), *Managing the Knowledge Asset into the 21st Century: Focus on Research Consortia*, Technology Strategy Group, Cambridge.
- Waldrop M. M. (2008), *Science 2.0: Great New Tool, or Great Risk?*, Online: <http://www.sciam.com/article.cfm?id=science-2-point-0-great-new-tool-or-greatrisk&page=1>.
- Weidenfeld A., Williams A.M., Butler R.W. (2010), *Knowledge transfers and innovations amongst attractions*, "Annals of Tourism Research", Vol. 37(3), s. 604-626.
- Weiner G. (2001). *The academic journal: has it a future?*, "Education Policy Analysis Archives", Vol. 9 (9).
- Werner K., Dickson G., Hyde K.F. (2015), *Learning and knowledge transfer processes in a mega-events context: The case of the 2011 Rugby World Cup*, "Tourism Management", Vol. 48, s. 174-187
- Wickham M., Dunn A., Sweeney S. (2012). *Analysis of the leading tourism journals 1999-2008*, "Annals of Tourism Research", Vol. 39(3), s. 1714-1718.
- Shaw G., Williams A.M. (2009), *Knowledge Transfer and Management in Tourism Organisations: an emerging research agenda*, "Tourism Management", Vol. 30 (3), s. 325-335.
- Xiao H., Jafari J., Cloke P., Tribe J. (2013), *Annals: 40-40 vision*, "Annals of Tourism Research", Vol. 40, s. 352-385.
- Xiao H., Smith S.L.J. (2005), *Source knowledge for tourism research*, "Annals of Tourism Research", Vol. 32(1), s. 272-275.
- Xiao H., Smith S.L.J. (2006), *The making of tourism research: Insights from a social sciences journal*, "Annals of Tourism Research", Vol. 33(2), s. 490-507.
- Xiao H., Smith S.L.J. (2008), *Knowledge impact: An appraisal of tourism scholarship*, "Annals of Tourism Research", Vol. 35 (1), s. 62-83.
- Zehrer A., (2008), *Academic Tourism Journals*, [w:] Kronenberg Ch., Muller S., Peters M., Pikkemaat B., Weiermair K., red., *Changes Management in Tourism Their Significance and Development*, Erich Schmidt Verlag, Berlin, s. 303-312. Online: <https://books.google.pl/books?isbn=3503110844>

Netografia

<http://academia.edu>
<http://www.ease.org.uk/publications/european-science-editing/>
<http://ekulczycki.pl/>
http://ertr.tamu.edu/files/2012/09/206_a-4-5-3.pdf
<http://www.gremium.forumturystyki.pl/>
<http://ip-science.thomsonreuters.com/mjl/>
<http://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research/>
<http://journalinsights.elsevier.com/journals/0160-7383/downloads>
<http://kolegia.sgh.waw.pl/pl/KGS/struktura/KT/katedra/Strony/default.aspx>.
<http://www.nauka.gov.pl/komunikaty/komunikat-w-sprawie-wykazu-czasopism-naukowych-wraz-z-liczba-punktow-przyznawanych-za-publicacje-w-tych-czasopismach.html>
<http://otwartanauka.pl/blog/2008/07/laureaci-nobla-wzywaja-do-wiekszej-otwartosci-w-medycynie>
<http://researchgate.net>.
https://www.researchgate.net/publication/304153883Journal_impact_factor_2016Thompson_Reuters/
https://www.researchgate.net/profile/Xiang_Li29/publication/232389703_An_examination_of_tourism_journal_development/links/0046352bbffc63c5c8000000.pdf
<https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/journal-of-travel-research/journal200788#description>.
[<https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/journal-of-travel-research/journal200788#description>].
http://www.scimagojr.com/journalrank.php?category=1409&min=3&min_type=cd&type=j
<http://www.wziew.pl/?y=4502&yy=6593>
http://www.wziew.pl/zn/ept/35/ept35_okladka.pdf.pl/zn/ept/35/ept35_okladka.pdf
<http://www.thetourismforum.com/globalconference>
<https://jcr.incites.thomsonreuters.com/>

THE ROLE OF SCIENTIFIC JOURNALS IN KNOWLEDGE TRANSFER IN TOURISM

Abstract

Purpose. The primary aim of the paper is an analysis of the role of scientific journals in knowledge transfer in the sphere of tourism and an attempt at an identification of their challenges enhanced by changes taking place in the areas of science and knowledge management, as well as in tourism market trends.

Method. In the first part of the paper, descriptive methods were used, based on historical and literature studies, as well as analyses of journal rankings (based on JCR and SCOPUS databases) and other indexes of parametric evaluation of research activity. The second part of the paper presents the results of empirical studies carried out in the form of an opinion survey distributed among current and former editors-in-chief and members of scientific councils of 28 leading Polish and international tourism journals. It should be pointed out here that the paper discusses only initial results as the study is ultimately expected to embrace as many as 50 international and 15 Polish journals. Since the study is still in progress (its completion is scheduled for late 2017), in its empirical part the present paper is based on the opinions of 43 respondents who conveyed their responses before 31st October 2016, which was a deadline for the first phase of the study (36.4% of the total number of 118 respondents asked for opinions).

Findings. The study indicated that despite the fact that tourism journals fulfill similar functions as the journals representing other disciplines of science, the processes of knowledge transfer in relation to most forms of the transfer distinguished in the study are assessed as worse in the case of tourism journals, especially in comparison to the journals of natural sciences and technology. It occurred, however, that among 10 distinct forms of knowledge transfer, there are also some evaluated similarly in the case of tourism journals and journals representing other disciplines (e.g. transfer between branches), and even one assessed better in the case of tourism journals (i.e. transfer between editors). Recently tourism journals have been subject to serious modifications (in relation to both the aims and ways of their functioning), which is predominantly caused by all sorts of IT-enhanced changes in the sphere of widely understood scientific communications and their role in the system of parametric evaluation of research activity.

Study and conclusions limitations. In the empirical part of the paper, only initial results are presented. It should be emphasized here that the findings are based only on subjective opinions of respondents, which requires some reservations in their interpretation and cautiousness in drawing definitive conclusions. The study revealed the whole amount of difficulties that should be taken under consideration in analyzing such issues, especially in terms of objectivization and quantification of opinions.

Practical implications. The paper may prove interesting to various individuals or institutions engaged not only in “producing” knowledge (researchers or research and development centers) or popularizing knowledge (publishers), but also in practical applications of knowledge (tourism branch). Also editorial boards of journals, especially the ones aspiring to the category of leading journals in the sphere of tourism studies, should find the research findings particularly interesting.

Research originality. Among all the studies on knowledge transfer in tourism, most probably this is first such work in Poland that resorts to such a great number and variety of opinions received from editors-in-chief and members of scientific boards of tourism journals.

Type of paper. The paper features both theoretical considerations and a presentation of original empirical studies.

Keywords: tourism, scientific journals, journal rankings, knowledge management, knowledge transfer.

Załącznik nr 1

List/zaproszenie do badań oraz prośba o opinie na temat: „Rola i znaczenie czasopism naukowych w transferze wiedzy w turystyce”

Szanowny Panie Profesorze/Pani Profesor,

Zwracam się do Pana/Pani jako redaktora naczelnego (byłego, obecnego) jednego z czasopism naukowych z zakresu turystyki oraz członka Rad Naukowych kilku innych wiodących czasopism z tej dziedziny, z prośbą o wypowiedź na temat roli czasopism naukowych w szeroko pojętym transferze wiedzy. W szczególności interesują nas czasopisma specjalistyczne z dziedziny turystyki oraz zmiany, jakie w kwestii ich znaczenia i pełnionych funkcji nastąpiły w ostatnim czasie, a także zmiany jakie prawdopodobnie nastąpią w przyszłości.

Z uwagi na Pana/i rozległą wiedzę na temat badań naukowych nad turystyką oraz doświadczenie związane z kierowaniem czasopismem naukowym z tego zakresu, w żaden sposób nie narzucamy formy wypowiedzi, pozostawiając wszystkim poproszonym o opinię ekspertom całkowitą swobodę w tym względzie. Jednak dla ułatwienia, poniżej podaję kilka kwestii i problemów, które dla rozważań na ten temat wydają się być szczególnie istotne;

- Czy transfer wiedzy dokonujący się poprzez czasopisma naukowe w branży turystycznej ma zasadniczo taki sam zakres i charakter jak w innych dziedzinach nauki?
- Co ogranicza znaczenie czasopism, jako instrumentu transferu wiedzy z zakresu turystyki ?
- Jakie powinny być relacje zachodzące pomiędzy czasopismami naukowymi a branżowymi w aspekcie transferu wiedzy, zwłaszcza w przypadku transferu z nauki do praktyki turystycznej?
- Jak ocenia Pan/i rolę i znaczenie czasopism naukowych w transferze wiedzy w zestawieniu z innymi, nowoczesnymi kanałami komunikacji, za pomocą, których transfer taki może się także dokonywać (np. naukowe media społecznościowe, takie jak ResearchGate czy Academia.edu oraz ruch Open Access)?
- Czy czasopismo naukowe posiada jakieś szczególne zalety, jako medium transferu wiedzy, w stosunku do tych nowoczesnych kanałów komunikacji?
- Czy redakcja Pana /i czasopisma monitoruje dokonujący się za jego pośrednictwem transfer wiedzy oraz w jaki sposób się to ewentualnie dokonuje?
- Proszę wskazać kluczowe przyszłościowe wyzwania związane z kwestią transferu wiedzy dokonującego się za pośrednictwem czasopism naukowych z zakresu turystyki.

Niezależnie od ewentualnych szerszych wypowiedzi, które przyjmiemy z radością i będziemy za nie szczególnie wdzięczni, prosimy o wypełnienie przedstawionej niżej tabeli.

W rozważaniach na temat szeroko pojętego transferu wiedzy dokonującego się za pośrednictwem czasopism naukowych wstępnie wyróżniłmy kilka jego podstawowych form. Chcielibyśmy poznać Pana/i opinie na temat zasadności wyodrębnienia każdej z nich oraz prosić o ewentualne wskazanie innych form i przejawów tego transferu, a także o to, aby Pani spróbował określić to, w jakim stopniu dana forma transferu wiedzy dokonuje się za pośrednictwem czasopisma, które Pan/i reprezentuje.

Jak ocenia Pan/i poziom (skuteczność) transferu wiedzy dokonującego się za pośrednictwem czasopism naukowych w każdej z niżej wymienionych form tego transferu oraz kategorii czasopisma? Proszę wpisać w odpowiednią rubrykę swoją odpowiedź przyjmując, że 0 - oznacza całkowity brak występowania danej formy transferu wiedzy (zerową efektywność), a wartości rosnące odzwierciedlają coraz większą skuteczność, której najwyższa wartość wynosi 5.

Teza: Dzięki czasopismom naukowym dokonuje się:	Czasopisma naukowe - ogółem	Czasopisma z obszaru nauk przyrodniczych i technicznych	Czasopisma z obszaru nauk humanistycznych i społecznych	Czasopisma turystyczne - ogółem	Czasopismo, którym kieruje/kierowałem
Transfer z nauki do praktyki
Transfer z praktyki do nauki
Transfer międzynarodowy (z kraju do kraju)
Transfer międzybranżowy (pomiędzy różnymi sektorami przemysłu turystycznego oraz innymi branżami gospodarki)
Transfer międzyinstytucjonalny w sferze nauki (np. między uczelniami a innymi jednostkami naukowymi)
Transfer "od badawcza do badacza" (zarówno w formule "autor-czytelnik", jak i "autor-recenzent", na etapie oceny pracy).
Transfer „od badacza do wydawcy”, czyli czasopisma i/lub instytucji, która je wydaje (np. Elsevier, Wiley itd.)
Transfer pomiędzy wydawcami, w tym pomiędzy czasopismami naukowymi
Transfer międzypokoleniowy (np w relacji „mistrz-uczeń”
Inne (proszę podać jakie)
.....
.....

Z góry serdecznie dziękuję za udzielone odpowiedzi oraz okazaną w ten sposób pomoc w przygotowaniu materiałów do dyskusji, jaka w ramach Panelu „Transfer wiedzy w turystyce” odbędzie się w ramach tegorocznego „Gremium Ekspertów Turystyki”, w grudniu tego roku w Poznaniu (<http://www.gremium.forumturystyki.pl/>)

Życząc wszystkiego najlepszego – serdecznie pozdrawiam. Wiesław Alejski

