

część 1
KULTURA I TURYSTYKA – MIĘDZY KONFLIKTEM
A SYMBIOZĄ

Jolanta Ćwiklińska

TURYSTYKA I KULTURA
– OD KOMERCJALIZACJI
DO DIALOGU KULTUR

1. Wprowadzenie

Wzrastająca wymiana usług turystycznych, a także zmieniająca się forma i treść podróży turystycznej oznaczają, że turystykę można współcześnie definiować jako „globalny proces komodyfikacji i konsumpcji dotyczący przepływu ludzi, kapitału, wizerunków i kultur” (Meethan 2001). Interdyscyplinarność turystyki pozwala analizować to zjawisko nie tylko jako sektor gospodarki, ale także jako społeczne zjawisko kontaktów międzyludzkich. Kontakty takie mają charakter międzykulturowy, jeśli turysta odwiedza obszar odmienny kulturowo od tego, z którego pochodzi.

Klasyfikacja A. Mathiesona i G. Walla (1986), wyróżniając trzy główne formy kulturowej atrakcyjności obszaru turystycznego, pokazuje także charakter kontaktu turysty z różnymi przejawami kultury. Pierwsza z tych form to obiekty architektoniczne, przedmioty sztuki, zabytki czy pomniki. Kontakt międzykulturowy polega tu jedynie na dość biernym odbiorze ze strony turysty, tego co oferuje mu kultura odwiedzanego obszaru. Do tego rodzaju kontaktu międzykulturowego A. Mathieson i G. Wall zaliczają także kupowanie wyrobów rękodzieła tradycyjnego. Drugą formą kontaktu turysty z przejawami kultury jest obserwowanie życia społecznego, ekonomicznego, sposobów spędzania czasu wolnego, a zatem próba poznania i zrozumienia stylu życia i zwyczajów panujących na odwiedzanym obszarze. Trzecią formę kontaktu z kulturą, według tych autorów, oferują animowane imprezy kulturalne, takie jak

festiwale muzyczne, spektakle teatralne, czy odtwarzanie tradycyjnych obrzędów lub wydarzeń historycznych.

Poznanie odmiennych kultur od dawna było i nadal pozostaje czynnikiem silnie motywującym do podejmowania podróży, bowiem osobiste kontakty z przedstawicielami innych kręgów kulturowych umożliwiają wymianę idei i doświadczeń, pozwalają zatem na lepsze zrozumienie otaczającej nas rzeczywistości. Interakcja pomiędzy turystami a społecznością lokalną może być elementem wychowawczej funkcji turystyki, pojmowanej nie tylko jako przygotowanie do życia we własnym społeczeństwie, ale także jako wychowanie w tolerancji odmienności. Kontakty międzykulturowe w turystyce mogą mieć dalsze pozytywne skutki w procesie integracji międzynarodowej (polityczna funkcja turystyki), w niwelowaniu postaw niechętnych wobec odmienności kulturowej.

Celem artykułu jest przedstawienie fenomenu turystyki jako społecznego zjawiska kontaktów międzykulturowych i prześledzenie ewolucji poglądów dotyczących, po pierwsze, natury tych kontaktów, po drugie, skutków takich kontaktów, szczególnie po stronie kultury obszaru recepcji turystycznej (ORT). Ewolucję tę można, skrótowo i w sposób upraszczający, określić jako przechodzenie **od nowoczesnej koncepcji turystyki komercjalizującej kulturę ORT do ponowoczesnej koncepcji turystyki jako dialogu kultur.**

2. Kultura i komunikowanie międzykulturowe

Wskazując na związki czy też współzależności pomiędzy turystyką i kulturą, trzeba jednak zakreślić ramy znaczeniowe pojęcia „kultura”, które należy do kategorii pojęć niezwykle rozległych i amorficznych. Pojęcia takie, kształtowane i definiowane na gruncie różnych dyscyplin lub w obszarach badań interdyscyplinarnych, zyskują nowe znaczenia, a poddawanie ich oglądowi z różnych punktów widzenia niekoniecznie sprzyja krystalizacji tego znaczenia.

Jedną z pierwszych definicji, zaproponowaną w 1871 r. przez Edwarda B. Tylora, antropologa brytyjskiego, określa kulturę jako „zestaw zjawisk, który łączy wiedzę, wierzenia, sztukę, zasady moralności, zwyczaje i inne nawyki nabywane przez członków określonej społecz-

ności.” (Szopski 2005). Był to okres, w którym kulturę nadal powszechnie identyfikowano z cywilizacją, zatem w wielu definicjach pojawiał się wątek rozróżnienia pomiędzy kulturą a naturą. Charakterystycznym przykładem pokazania kultury w opozycji do natury jest definicja Zygmunta Freuda: „Słowo kultura oznacza sumę osiągnięć i struktur organizacyjnych, dzięki którym nasze życie stało się tak różne od życia naszych zwierzęcych przodków i służy dwóm celom: obronie człowieka przed naturą oraz regulowaniu stosunków międzyludzkich.” (cytat za: Rosińska 2001).

Nieco późniejsze definicje kultury pokazują ją raczej jako wspólny sposób patrzenia na świat, podzielany i przekazywany w pewnych społecznościach. Definicja antropologa amerykańskiego Ralpha Lintona, pochodząca z wydanej w 1945 r. książki *The Cultural Background of Personality*, brzmi: „Kultura jest konfiguracją wyuczonych zachowań i ich rezultatów, których elementy składowe są podzielone i przekazywane przez członków danego społeczeństwa.” (cytat za: Korporowicz 1993).

Kierunki rozwoju badań kulturowych sprawiły, że antropologiczne „zachowania” w definicjach z lat 50. ustępują w latach 70. i 80. XX w. miejsca socjologicznym „działaniom”. Do tego nurtu zaliczyć należy także definicje autorów polskich, np. A. Kłoskowskiej: „Kultura nie może być jednak tworem indywidualnego człowieka. Jest produktem współżycia i współdziałania, a rozwija się i wzbogaca, trwając przez pokolenia, w procesie historycznej tradycji. [...] Jest to więc ład ludzkich działań zbiorowych, ale różnicujący pomiędzy sobą społeczności o odmiennym historycznym doświadczeniu.” (Kłoskowska 1987, cytat za: Mikułowski-Pomorski 2006).

A. Kłoskowska wskazując tylko na jeden kierunek przekazywania wartości kulturowych – historyczny, międzypokoleniowy, podkreśla aspekt ciągłości kultury, międzypokoleniową trwałość wzorców kulturowych. Natomiast w klasycznej już dziś w polskim dyskursie naukowym, definicji kultury Jana Szczepańskiego odnajdujemy jeszcze inny kierunek transferu kulturowego: „Kultura to ogół wytworów działalności ludzkiej, materialnych i niematerialnych, wartości i uznawanych sposobów postępowania, zobiektywizowanych i przyjętych w dowolnych zbiorowościach, przekazywanych innym zbiorowościom i następnym pokoleniom.” (Szczepański 1970, cytat za: Mikułowski-Pomorski 2006).

Definicja ta pokazuje, że uznane w jednym społeczeństwie wartości,

praktykowane w tym społeczeństwie wzory myślenia i zachowania, a także materialne i niematerialne wytwory działalności ludzkiej mogą być przekazane nie tylko następnym pokoleniom w obrębie tej samej społeczności, ale mogą być także przeniesione do innych, odmiennych kulturowo społeczności. Tak konceptualizowane pojęcie kultury zakłada nie tylko możliwość kontaktów pomiędzy odmiennymi kulturami, ale także możliwość przenoszenia wybranych elementów z jednej kultury do drugiej.

Bardzo rozbudowane definicje kultury wymieniają szereg elementów i próbują objąć jak najszersze spektrum zagadnień: „Standardowa definicja kultury powinna zawierać system wartości, symbole oraz podzielane znaczenia grupowe, włączając w to także ucieleśnienie tych wartości, symboli i znaczeń w przedmiotach materialnych i w zrytualizowanych praktykach [...] «Materia» kultury to obyczaje, tradycje, obrachunki historyczne, czy to mityczne czy rzeczywiste, milczące porozumienia, zwyczaje, normy i oczekiwania, wspólne znaczenia kojarzące się z określonymi przedmiotami i obrzędami, podzielane założenia i intersubiektywne znaczenia.” (Sergiovanni, Corball, cytata za: Martin 2002).

Komunikowanie międzykulturowe to nowa, szybko rozwijająca się dziedzina badań teoretycznych¹, których wyniki znajdują szerokie zastosowanie w wielu sferach życia politycznego, społecznego czy gospodarczego. U progu XXI w. wizja Marshalla McLuhana nie jest już abstrakcyjną ideą, ale rzeczywistością. Współczesna parafraza słów McLuhana zamieszczona we wstępie do książki wybitnego badacza kultur Geerta Hofstede'a brzmi: „rytm tam-tamów globalnej wioski wybijamy na klawiaturach komputerów osobistych, podłączonych do Internetu, który staje się matecznikiem wszystkich sieci. Natychmiastowa osiągalność wszystkich ludzi, którzy z tego matecznika korzystają, oraz ich coraz ciaśniejszy splot na stykach organizacji, instytucji, przedsiębiorstw i ich powiązań oznaczają także, iż coraz częściej stykamy się z ludźmi, którzy różnią się od nas swoim kulturowym zaprogramowaniem.” (Magala 2000).

¹ Teorie komunikowania międzykulturowego to przede wszystkim: 1) teoria adaptacji kulturowej Gudykunst, 2) teoria budowania „trzeciej kultury” Casmira oraz 3) teoria orientacji kulturowej Kelly'go i Glenna (zob. Kapciak, Korporowicz, Tyszka 1996; Ratajczak 2006).

Zmiany technologiczne i społeczno-polityczne zmniejszyły dystans pomiędzy narodami i społecznościami, a masowe migracje i dynamiczny rozwój turystyki wymuszają interakcje pomiędzy ludźmi różnych ras, narodowości i pochodzeniu etnicznym. Postępujące procesy globalizacji, zwiększona mobilność ludzi oraz nowoczesne technologie ułatwiające kontakty pomiędzy odległymi miejscami bez konieczności fizycznego przenoszenia się, powodują stały wzrost różnorodnych kontaktów między przedstawicielami odmiennych kultur.

3. Turystyka i komercjalizacja kultury

Początki koncepcji głoszącej komercjalizację kultury poprzez turystykę sięgają lat 60. XX w., kiedy to amerykański historyk kultury Daniel Boorstin badał zjawisko pseudow wydarzeń, twierdząc, że w świecie nowoczesnym nie oglądamy już i nie doświadczamy rzeczywistości, jesteśmy natomiast świadkami pseudow wydarzeń kreowanych na użytek masowego odbiorcy (Boorstin 1964). Oznacza to, że coraz bardziej istotnymi pojęciami opisującymi realia życia społecznego są symulacja, iluzja czy fabrykowanie wizerunków, a współczesne społeczeństwo żyje w świecie reżyserowanych wersji wydarzeń i podrabianych medialnych autorytetów.

Rozważania D. Boorstina dotyczyły szeroko rozumianego życia społecznego, w tym np. sfery mediów czy polityki, jednak to właśnie w turystyce jego zdaniem najlepiej widać mechanizm działania tzw. bańki środowiskowej, czyli sztucznie wykreowanej przestrzeni, w której jednostka może funkcjonować wygodnie, aczkolwiek bez prawdziwego kontaktu z otaczającą, np. odmienną kulturowo lub klimatycznie, rzeczywistością. W świetle tej koncepcji „turysta szuka wygody, żyje w sztucznym świecie autostrad, klimatyzowanych hoteli, w turystycznej «bańce», «kapsule» (*bubble*), która izoluje go od rzeczywistości odwiedzanego miejsca, od tubylców. Nie dąży do poznania kultury odwiedzanego kraju, a jedynie szuka sztucznych atrakcji, «pseudow wydarzeń» stworzonych specjalnie dla turystów.” (Podemski 2005).

Turysta zatem nie ma szans na rzeczywisty kontakt z odmienną kulturą, ale i do niego nie dąży. Nie jest właściwie takim kontaktem zainteresowany, wyżej bowiem ceni sobie wygodę przebywania w swojej

bańce środowiskowej, satysfakcjonuje go udział w pseudowydarzeniach, komercyjnych przedstawieniach wykreowanych na jego użytek.

Takie odizolowanie turysty od lokalnej społeczności ORT nie pozwala na interakcje społeczne (poza, być może, interakcjami typu: danie napiwku bagażowemu w hotelu czy zamówienie drinka w barze przy basenie), a kontakty międzykulturowe ograniczają się zazwyczaj tylko do bardzo powierzchownego zetknięcia z pewnymi materialnymi przejawami kultury – może to być obejrzenie zabytków architektonicznych zza szyb klimatyzowanego autokaru czy zakupienie w hotelowym kiosku masowo produkowanych pamiątek. W wymiarze niematerialnym, zetknięcie z kulturą ORT może być zrealizowane co najwyżej w formie wieczornego pokazu lokalnych tańców lub podania lokalnych potraw na kolację. Aby jednak turysta przebywający w swojej bańce środowiskowej nie odczuł zbyt dużego dyskomfortu obcości, należy pamiętać, że takie lokalne atrakcje (np. arabska muzyka czy azjatycka kuchnia) powinny być odpowiednio turyście sprzedane, to znaczy przefiltrowane i dostosowane do gustów turystów, najczęściej gustów północnoamerykańskich lub europejskich.

Pojęcie bańki środowiskowej zostało w latach 70. XX w. spopularyzowane przez Erika Cohena w jego typologii turystów opartej na kontinuum od swojskości do obcości w kontaktach z ORT (Cohen 1972). Trzeba bowiem pamiętać, że potrzeba poszukiwania nowości i odmienności – niezwykle istotny składnik turystycznego doświadczenia – rywalizuje w mniejszym lub większym stopniu z potrzebą oswojenia tego, co nowe i inne, potrzebą powrotu do swojskości.

Pierwszy z czterech typów Cohena – zorganizowany turysta masowy – ma skłonność do całkowitego izolowania się od wszelkiej odmienności ORT, pozostaje w swojskim mikroświecie klimatyzowanego hotelu, autokaru i grupy, z którą podróżuje, a zatem nie nawiązuje praktycznie żadnego kontaktu międzykulturowego na odwiedzonym obszarze.

Drugi typ – indywidualny turysta masowy – ma szansę przynajmniej na powierzchowne i fragmentaryczne zetknięcie się z niektórymi przejawami odmiennej kultury. Jego wyjazd nie jest wprawdzie zorganizowany samodzielnie, raczej przez pośrednika turystycznego, jednak ma on więcej samodzielności, aby podróżować indywidualnie, aby w określonych ramach dysponować swoim czasem lub decydować o trasie podróży, aby przynajmniej zauważyć odmienność kulturową.

Trzeci typ turysty – odkrywca – ma okazję do bardziej pogłębionych kontaktów międzykulturowych, ponieważ podczas samodzielnie przygotowanej podróży, stara się odejść od schematycznych szlaków turystycznych, nawiązać kontakt z miejscową ludnością, przyjrzeć się ich obyczajom czy stylowi życia. Interesując się odmiennością kulturową, odkrywca nie jest jednak gotowy do całkowitego zanurzenia się w kulturze ORT, pozostawia sobie pewne elementy swojskości, np. wygodny nocleg czy bezpieczny transport.

Czwarty typ – nazwany przez Cohena *drifterem* – to turysta swobodnie dryfujący w obcej przestrzeni kulturowej. *Drifter* jest gotowy zrezygnować z elementów swojskości na rzecz pełnego zanurzenia się w kulturze ORT. Może zatem podróżować autostopem lub środkami miejscowej komunikacji publicznej. Może nocować na plaży lub skorzystać z gościny mieszkańców. W tego rodzaju turystyce mamy do czynienia z takim kontaktem międzykulturowym, który w istocie oznacza pewien stopień zintegrowania własnego sposobu życia z kulturą ORT.

Typologia Cohena, opracowana w latach 70. XX w., odzwierciedlała ówczesne realia kulturowo-społeczne, dlatego np. typ *driftera*, opisujący w zasadzie sposób podróżowania popularnej wówczas subkultury hipisów, zastępowany jest we współczesnych opisach typem turysty *backpackera*, ma też częściowe odzwierciedlenie w rozwijającej się dopiero (i opisanej szkicowo w tym artykule) nowej formie turystyki zwanej wolon-turystyką (*voluntourism*).

4. Turystyka i kolonizacja kulturowa

Rozwój konsumpcji masowej w społeczeństwach zachodnich, a co za tym idzie także nasilenie ruchu turystycznego, spowodowały, że coraz częściej, obok korzyści płynących z kontaktów międzykulturowych, zaczęto dostrzegać także zagrożenia wynikające z takich kontaktów. Negatywne zjawisko modyfikacji wzorców konsumpcyjnych, norm i wartości gospodarzy obszaru turystycznego pod wpływem kontaktu z przejawami konsumpcyjnego stylu życia reprezentowanego przez euroame-rykańskich turystów początkowo określano neutralnym pojęciem *demonstration effect*.

Wkrótce jednak, w różnych obszarach kulturowych zjawisko to docze-

kało się silniejszych określeń: imperializm kulturowy, kolonizacja kulturowa czy też arogancja kulturowa, a dla przykładu „meksykańscy intelektualiści, krytycznie oceniający zmiany, jakie zaszły w ich kraju pod wpływem turystów ze Stanów Zjednoczonych Ameryki, nazwali «coca-colizacją» rodzimych sposobów życia” (Podemski 2005).

To właśnie w tym okresie powstał model Irridex (*Irritation Index*) G. V. Doxeya (1975), opisujący cztery etapy zmiany nastawienia gospodarzy do przybywających turystów, od początkowej euforii wobec turystów do antagonistycznych relacji pomiędzy turystami i gospodarzami.

Tabela 1. Model Irridex G. V. Doxeya

| Zmiany nastawienia gospodarzy do turystów | Cechy charakterystyczne |
|---|---|
| Etap 1 Euforia | Mała liczba turystów Turyci pragną integracji ze społecznością lokalną Społeczność lokalna otwarta na kontakty z turystami Ograniczona działalność komercyjna w turystyce |
| Etap 2 Obojętność | Wzrost liczby turystów Turystyka odbierana jako oczywisty element życia społeczności Relacje turyci – gospodarze stają się bardziej sformalizowane |
| Etap 3 Irytacja | Znaczny wzrost liczby turystów Zwiększenie udziału podmiotów zewnętrznych w działalności komercyjnej w turystyce Wzrost konkurencji o zasoby pomiędzy turystami i lokalną społecznością Lokalna społeczność zaniepokojona rozwojem turystyki |
| Etap 4 Antagonizm | Niekrywana wrogość wobec turystów ze strony społeczności lokalnej Próby ograniczenia szkód i napływu turystów |

Źródło: opracowanie własne na podstawie H. Keiser (2003).

Jak wynika z charakterystyki zachowań ukazanej w tabeli 1, tylko w pierwszym etapie, kiedy napływ turystów do ORT nie jest jeszcze duży, istnieje szansa na naturalny kontakt międzykulturowy, bowiem społeczność lokalna otwarta jest na takie kontakty. W miarę wzrostu liczby turystów i rozwoju infrastruktury turystycznej kontakty te stają się coraz bardziej sformalizowane i skomercjalizowane.

Model Irridex pokazał specyfikę relacji pomiędzy turystami a gospodarzami w sposób uproszczony, bo trzeba oczywiście dodać, że szybkość przechodzenia od jednego etapu do następnego, czy w ogóle występowanie kolejnych faz zmiany nastawienia do przyjeżdżających turystów, zależy nie tylko od liczby turystów czy poziomu instytucjonalizacji turystyki na odwiedzanym obszarze, ale także od typu turystów (tj. ich norm zachowania, wzorców konsumpcji, reprezentowanych wartości) oraz warunków socjokulturowych, specyficznych dla odwiedzanego obszaru.

Dlatego też pod koniec lat 80. XX w. H. Z. Dogan, opisując socjokulturowy wpływ turystyki i formy dostosowania kulturowego ORT, zastosował pojęcie progu tolerancji, po przekroczeniu którego relacje gospodarzy i turystów mogą stać się antagonistyczne. W koncepcji tej H. Z. Dogan (1989) wskazuje na proces przystosowywania się mieszkańców ORT do zmian zachodzących pod wpływem napływu turystów i podkreśla, że dla każdego ORT istnieje pewien indywidualny próg tolerancji dla takich zmian kulturowych, zależny m.in. od poziomu wiedzy mieszkańców na temat turystów i turystyki, od charakteru ich wcześniejszych doświadczeń w kontaktach międzykulturowych czy też od siły przekonania, co do korzyści płynących z rozwoju turystyki.

Dostosowywanie się mieszkańców obszarów turystycznych do zmian kulturowych, powodowanych napływem turystów, wskazuje w istocie na niesymetryczność kontaktów międzykulturowych pomiędzy gospodarzami i turystami. Turyści nastawieni są na konsumowanie pozytywnych doświadczeń i przeżyć, gospodarze w mniejszym lub większym stopniu uczestniczą w komercyjnym przygotowaniu tych doświadczeń i przeżyć. Turyści przebywają tylko czasowo w obszarze kultury ORT, ich kontakt z tą kulturą jest zatem z natury przejściowy i powierzchowny.

Jeśli społeczność lokalna postrzega turystów jako istotne źródło dochodu, to oczywiste jest, że gotowa jest dostosować swoją kulturę do oczekiwań turystów, po to, aby wypromować ją i sprzedać w skomercjalizowanej formie. Natomiast po stronie turystów zachowania dostosowawcze występują niezwykle rzadko i jak pokazuje Valene L. Smith w swojej typologii turystów (tab. 2), trudno znaleźć je w przypadku turystyki masowej. Wtedy bowiem turyści żądają, albo przynajmniej poszukują, zachodnich standardów, a nie lokalnych norm.

Tabela 2. Typologia zachowań turystów według V. L. Smith

| Typ turystyki | Napływ turystów | Dostosowanie turystów do lokalnych norm |
|--------------------------------|--------------------|---|
| Czarterowa | Masowy | Żądają zachodnich standardów |
| Masowa – rozwinięta | Ciągły | Oczekują zachodnich standardów |
| Masowa – w początkowym stadium | Stąły | Poszukują zachodnich standardów |
| Niezwykła | Okazjonalny | Pod pewnymi względami dostosowują się do lokalnych norm |
| Spoza głównego szlaku | Mało powszechny | Dobrze dostosowują się do lokalnych norm |
| Elitarna | Rzadko spotykany | W pełni dostosowują się do lokalnych norm |
| Badawcza | Bardzo ograniczony | W pełni akceptują lokalne normy |

Źródło: opracowanie własne na podstawie H. Keiser (2003).

Pełne dostosowanie turysty do norm lokalnych może wystąpić, zdaniem V. L. Smith, w przypadku turystyki elitarniej, natomiast akceptacja tych norm tylko wtedy, gdy turysta jest swego rodzaju badaczem, rzeczywiście i głęboko zainteresowanym kulturą odwiedzanego obszaru.

5. Turystyka i dialog kultur

Wskazując na znikome szanse autentycznego spotkania z odmienną kulturą, na powierzchowność kontaktów międzykulturowych w turystyce, trzeba pamiętać, że we współczesnym świecie kontakty międzyludzkie generalnie (nie tylko w turystyce) nie mają tak pogłębionego charakteru jak poprzednio, że często są to tylko kontakty powierzchowne, incydentalne i pośpieszne. Turystyka zatem osadzona w realiach ponowoczesności może, po pierwsze, wywoływać potrzebę takiego kontaktu, po drugie, do pewnego stopnia ją zaspokajać, tworząc różnorodne płaszczyzny dialogu międzykulturowego.

Różnorodność tych płaszczyzn wynika z szerokiego spektrum elemen-

tów społeczno-kulturowych, wpływających na atrakcyjność regionu turystycznego. Pochodząca jeszcze z lat 70. XX w. klasyfikacja J. Ritchie'go i M. Zinsa obejmuje 12 takich komponentów kulturowych: język, tradycje, historię, religię, systemy edukacyjne, sztukę i muzykę, architekturę, rękodzieło, stroje, potrawy i zwyczaje żywieniowe, pracę, sposoby spędzania czasu wolnego (Ritchie, Zins 1978).

Współczesna interpretacja tych elementów podkreśla fakt, że we wszystkich tych płaszczyznach odbywa się swoisty dialog międzykulturowy, bowiem kontakt z konkretnym przejawem odmiennej kultury zazwyczaj skłania turystę do przywoływania porównań, odniesień, przykładów, znanych mu z własnego kręgu kulturowego. Dialog taki może toczyć się albo w ramach etnocentryzmu kulturowego, albo też relatywizmu kulturowego.

W przypadku postawy etnocentrycznej, turyści traktują odmienność kulturową jako swego rodzaju osobiwość, skansen, egzotykę, a nawet niższe kulturowo barbarzyństwo. Porównanie tzw. poziomów rozwoju (własnej kultury i kultury odwiedzanego obszaru) oznacza włączanie obcej kultury we własne ramy, schematy i prowadzi zazwyczaj do przypisywania wyższości własnej kulturze. W takich warunkach dialog międzykulturowy nie jest prowadzony na zasadach partnerstwa.

Natomiast w przypadku relatywizmu kulturowego, porównania takie prowadzą tylko do konstatacji, że obie kultury są odmienne, że żadna z nich nie jest ani gorsza ani lepsza. Przy takiej postawie turysta może czerpać przyjemność z kontaktu międzykulturowego, bowiem „poszukiwanie nie tego, co jest «podobne» i «globalne», ale tego, co «inne» i «lokalne» – i co może być odbierane na drodze bardzo osobistych doznań – jest niezbywalną cechą turystycznych doznań.” (Taborska 2005).

Trzeba zatem podkreślić, że autentyczny, partnerski dialog międzykulturowy możliwy jest tylko wtedy, kiedy w kontakcie z odmienną kulturą turysta zdobędzie się na równorzędne traktowanie kultury obszaru przyjmującego, uświadomi sobie, że jego bezpośrednie kontakty osobiste z przedstawicielami odmiennej kultury są nie tylko okazją do wymiany dóbr i usług, ale mogą być także szansą na poznanie odmiennych stylów życia, norm czy wartości. Świadomość różnorodności kulturowej oraz tolerancja i szacunek dla odmiennej kultury budują postawę afirmatywną wobec rozmaitych przejawów obcej kultury, niekiedy nawet fascynację

odmiennością kulturową. Taka postawa turysty umożliwia mu poznanie świata i siebie samego w tym świecie, poznanie innych kultur, a przez to zwiększanie świadomości własnej kultury, potwierdzanie własnej tożsamości.

Otwarcie na wartości innych kultur nie tylko umożliwia turyście pogłębienie wiedzy o kulturze odwiedzanego obszaru, ale jest także istotnym czynnikiem promowania pozytywnego wizerunku tego obszaru. Podróże turystyczne dają możliwość konfrontacji stereotypowych wyobrażeń z rzeczywistością i indywidualnie postrzeganym wizerunkiem, pozwalają lepiej zrozumieć fakty, zjawiska pochodzące z innego kręgu kulturowego.

To prawda, że w międzykulturowym kontakcie turysty ze społecznością lokalną szanse na uchwycenie bardziej rozległego społecznego kontekstu kultury obszaru przyjmującego są raczej niewielkie, że kontakt ten daje jedynie wstępną, rudymetarną możliwość dostrzeżenia odmienności, zetknięcia się tylko z tą odmiennością, bez pogłębionego oglądu jej rozmaitych przejawów.

Jednak pojawianie się ciągle nowych, alternatywnych form turystyki, pozwala na nieco głębszy kontakt międzykulturowy. Jedną z takich form jest *life-seeing tourism* (zob. Goeldner, Ritchie 2003). Koncepcja ta, opracowana w Danii przez Axela Dessau, opiera się na bliższym kontakcie turysty z wybranym aspektem życia społecznego w odwiedzanym przez niego obszarze turystycznym. Obok odwiedzania typowych dla danego obszaru atrakcji turystycznych, turysta część dnia przeznaczają na udział w życiu lokalnej społeczności. W zależności od jego zainteresowań, mogą to być wizyty w urzędzie miasta czy innych instytucjach publicznych, mogą to być także towarzyskie spotkania w prywatnych domach.

Inną formą turystyki, pozwalającą na bardziej autentyczny dialog międzykulturowy, jest tzw. wolon-turystyka, czyli połączenie wypoczynku z pracą na rzecz społeczności lokalnej w charakterze wolontariusza. Programy takie organizowano już w latach 90. XX w. (Cross-Cultural Solutions, http://www.crossculturalsolutions.org/about_us/about_ccs/default.asp, jednak szczególnego znaczenia nabrały po 2005 r., kiedy wielu turystów pojechało jako wolontariusze do Sri Lanki, aby pomóc przy usuwaniu szkód spowodowanych falą tsunami w grudniu 2004 r.

Obecnie, programy wolon-turystyczne adresowane są już nie tylko do

młodych, poszukujących przygód backpackerów, ale także do rodzin z dziećmi. Na przykład program *Mozambique Volunteer Travel* (<http://www.responsibletravel.com/trip/Trip901627.htm>) to 14-dniowy pobyt nad jeziorem Malawi, podczas którego turyści – rodzice z dziećmi powyżej 8 roku życia – mogą pomóc w lokalnych projektach poprzez nadzorowanie budowy szkoły, nauczanie języka angielskiego czy popularyzowanie zasad higieny wśród dzieci. Wolon-turyści mieszkają wśród miejscowej ludności, przez kilkanaście dni żyją ich życiem i problemami, dzięki czemu mają szansę na autentyczny kontakt międzykulturowy.

6. Podsumowanie

Postępujący w drugiej połowie XX w. wzrost poziomu życia, a także coraz większa siła nabywcza szerokiego spektrum grup społecznych były istotnymi czynnikami, które wpłynęły na dynamiczny rozwój ruchu turystycznego. Rozpowszechniony w społeczeństwach zachodnich konsumpcyjny styl życia stał się jedną z wartości kulturowych, przenoszonych do obszarów recepcji turystycznej. Fala krytyki wobec takiej funkcji (a w istocie dysfunkcji) turystyki była wynikiem pogłębiającej się świadomości zagrożeń dla kultury ORT ze strony wzrastającego ruchu turystycznego. Wyrazem tej krytyki były (i nadal pozostają w mocy) koncepcje komodyfikacji (utowarowienia) turystyki, komercjalizacji kultury czy McDisneyzacji przemysłu turystycznego (zob. Ritzer, Liska 1997).

Jednak, obok nurtu czysto krytycznego, pojawiła się także koncepcja wskazująca na możliwość podejmowania działań zapobiegawczych wobec opisywanych wcześniej zagrożeń. Koncepcja ta to idea turystyki zrównoważonej, w której dostrzega się nie tylko konieczność zrównoważonego korzystania z zasobów naturalnych, ale także konieczność ochrony dziedzictwa kulturowego.

Jednym z elementów tej koncepcji jest zasada partycypacji społeczności lokalnej w procesie podejmowania decyzji dotyczących rozwoju samego obszaru recepcji turystycznej oraz kierunków rozwoju turystyki na tym obszarze. Realizacja tej zasady oznacza w istocie podejmowanie partnerskiego dialogu z przedstawicielami społeczności lokalnych.

Drugim elementem koncepcji turystyki zrównoważonej w odniesieniu do społeczności lokalnych jest zasada zrównoważonego udziału w zys-

kach płynących z rozwoju przemysłu turystycznego. Realizacja tej zasady pozwala z kolei na rewitalizację kultury obszaru recepcji turystycznej.

Literatura

- Boorstin D., 1964, *The image: A guide to pseudo-events in America*, Harper & Row, New York.
- Cohen E., 1972, *Towards a sociology of international tourism*, *Social Research*, 39.
- Dogan H. Z., 1989, *Forms of adjustment: sociocultural impact of tourism*, *Annals of Tourism Research*, 16.
- Doxey G. V., 1975, *A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences*, [w:] *Proceedings of the travel research association 6th annual conference*, San Diego.
- Goeldner C., Ritchie J., 2003, *Tourism. Principles, practices, philosophies*, John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey.
- Kapciak A., Korporowicz L., Tyszka A. (red.), 1996, *Komunikacja międzykulturowa. Zderzenia i spotkania*, Instytut Kultury, Warszawa.
- Keiser H., 2003, *Tourism development*, Oxford University Press, Cape Town.
- Kłoskowska A., 1987, *Kultura*, [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Zeszyty próbne*, Warszawa.
- Korporowicz L., 1993, *Tworzenie sensu. Język – kultura – komunikacja*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Magala S., 2000, *Nie dziel, ale rządź*, [w:] Hofstede G. (red.), *Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Martin J., 2002, *Organizational Culture. Mapping the Terrain*, Sage Publications, London–New Delhi.
- Mathieson A., Wall G., 1986, *Tourism: economic, physical and social impact*, Longman, London–New York.
- Meethan K., 2001, *Tourism in global society: place, culture, consumption*, Palgrave, New York.
- Mikułowski-Pomorski J., 2006, *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, Universitas, Kraków.
- Podemski K., 2005, *Socjologia podróży*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.

- Ratajczak M., 2006, *Komunikacja międzykulturowa – wybrane zagadnienia*, [w:] Ratajczak M. (red.), *Pomiędzy kulturami. Szkice z komunikacji międzykulturowej*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Ritchie J., Zins M., 1978, *Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region*, *Annals of Tourism Research*, 5.
- Ritzer G., Liska A., 1997, *McDisneyization and post-tourism. Complementary perspectives on contemporary tourism*, [w:] Rojek C., Urry J. (red.), *Touring cultures. Transformations of travel and theory*, Routledge, London.
- Rosińska Z., 2001, *Blaustein. Koncepcja odbioru mediów*, Prószyński i S-ka, Warszawa.
- Sergiovanni T., Corbally J., *Leadership and organizational culture*, Urbana, University of Illinois Press.
- Szopski M., 2005, *Komunikowanie międzykulturowe*, WSiP S.A., Warszawa.
- Taborska H., 2005, *Miejskie przestrzenie otwarte i sztuka publiczna jako teren dialogu kultur*, [w:] Krawczyk Z., Lewandowska-Tarasiuk E., Sienkiewicz J. W. (red.), *Turystyka jako dialog kultur*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Warszawie, Warszawa.

Strony internetowe

- http://www.crossculturalsolutions.org/about_us/about_ccs/default.asp
(11.12.2008).
- <http://www.responsibletravel.com/trip/Trip901627.htm> (11.12.2008).

