

**Beata Hoffmann**

Uniwersytet Warszawski  
Instytut Stosowanych Nauk Społecznych

## **Turystyka etniczna a doświadczanie kulturowej inności**

Podróżowanie dostarcza różnorodnych wrażeń i przeżyć, zaspokaja potrzeby i umożliwia realizację marzeń człowieka. Współczesna turystyka budzi jednak różnorodne emocje: z jednej strony przyczynia się do humanizacji świata, czyniąc go bardziej ludzkim i otwartym na uniwersalne wartości, z drugiej – pełna jest wewnętrznych sprzeczności, które kwestionują jej humanistyczne przesłanie<sup>1</sup>. Artykuł ten traktuję jako propozycję dyskusji nad takimi zjawiskami, jak: autentyczność kulturowa w turystyce, prawda i fałsz doświadczenia turystycznego, a także zastanawianie się nad pozytywnymi aspektami zjawiska folkloryzacji i rewitalizacji tradycji. Najpierw przedstawię krótką historię podróżowania, które doprowadziło do rozwoju zróżnicowanych form turystyki, by w dalszej części zastanowić się nad wspomnianymi wyżej zagadnieniami. Zdaję sobie sprawę, że tekst ten nie wyczerpuje w żaden sposób podejmowanej w tytule problematyki, mam jednak nadzieję, że przybliży nieco zjawisko, jakim jest turystyka etniczna.

---

<sup>1</sup> R. Winiarski: *Wprowadzenie: Turystyka jako zjawisko humanistyczne*. W: *Turystyka w naukach humanistycznych*. Red. R. Winiarski. Warszawa 2008, s. 10.

## Krótką historia podróżowania

Według danych Światowej Organizacji Turystyki (WTO) w 1990 roku w międzynarodowej turystyce uczestniczyło 415 mln osób, w roku 1998 liczba ta wzrosła do 625 mln, w roku 2005 – do około 1 mld, zgodnie zaś z przewidywaniami w roku 2020 światowa turystyka powinna objąć około 1,6 mld osób<sup>2</sup>. Rozwój społeczny i warunki środowiskowe mają wpływ na charakter podróży.

Przez stulecia zasadniczym przeobrażeniom podlegały zarówno sposoby, jak i motywy podróżowania. Zmiana terytorium umożliwiła przetrwanie społeczeństwom zbieracko-myśliwskim. Również w kulturach starożytnych następowało czasowe opuszczanie zamieszkiwanego obszaru. Egipcjanie najczęściej odwiedzali miejsca kultu religijnego, Grecy i Rzymianie wyjeżdżali zaś w celach handlowych, religijnych, zdrowotnych i rozrywkowych. Wiele odnalezionych dokumentów opisujących sylwetki opiekunów podróżnych, świadectwa uprawniające do noclegów w zajazdach oraz ślady pierwszych sanatoriów pozwalają szukać początków ruchu turystycznego właśnie w starożytności. W średniowieczu intensywność wyjazdów została ograniczona do wypraw pielgrzymów i kupców. Schyłek tej epoki zapoczątkował okres wielkich wypraw, wraz z którymi następowała stopniowa popularyzacja podróżowania. W kolejnych stuleciach, prócz podróży poznawczych i handlowych, intensyfikowano wyjazdy edukacyjne zamożnej młodzieży, które stały się doskonałą okazją do wymiany kulturowej. Podróże kupców miały charakter ekonomiczny, wysłanników dworu – polityczny<sup>3</sup>. Odrodzenie stworzyło początki geografii turystycznej Europy. Pewne rejony stały się dla podróżnych niejako predestynowane do poznawania i zwiedzania<sup>4</sup>. Wyjazdy umożliwiały bezpośrednie poznawanie świata, konfrontację z integracyjnymi tendencjami kultury europejskiej. Podróżujący byli źródłem informacji o osiągnięciach epoki czy panujących modach. Stopniowo powstawały nowe miejscowości lecznicze i turystyczne. Na europejskim rynku wydawniczym pojawiły się wówczas publikacje przypominające dzisiejsze przewodniki turystyczne. Oczywiście, podróże te dostępne były jedynie nielicznym. Dopiero po nastaniu dziewiętnastowiecznych przeobrażeń społeczno-technologicznych możliwe stało się dalsze intensyfikowanie podróżniczej działalności człowieka. Rozbudowane w XIX wieku środki transportu ułatwiły przestrzenne przemieszczanie, powstanie zaś nowej warstwy społecznej, inteligencji, przyczyniło się do wyodrębnienia nieznaney do tego czasu kategorii „czasu wolnego” (*leisure*), a co za tym idzie – zainicjowało zainteresowanie sportem i rekreacją. Proces ten pociągnął za sobą rozbudowę infrastruktury turystycznej w wielu miejscowościach, natomiast

<sup>2</sup> W.W. Gaworecki: *Turystyka*. Warszawa 2003, s. 144–146.

<sup>3</sup> J. Ślusarczyk: *Historia turystyki*. W: *Turystyka w naukach...*, s. 39.

<sup>4</sup> Tamże, s. 40.

rozwój transportu morskiego sprowadził do Europy turystów z Ameryki. W 1841 roku za sprawą brytyjskiego podróżnika Thomasa Cooka utworzono pierwsze w świecie biuro turystyczne, oferujące klientom kompleksową usługę, na którą składały się: przejazd, nocleg, wyżywienie, przewodnik oraz ubezpieczenie<sup>5</sup>. W 1857 roku zaczęły powstawać europejskie kluby alpejskie, dające początek turystyce górskiej. Przejście Fritjofa Nansena przez Grenlandię w 1888 roku uznane zostało za początek rozwoju narciarstwa. W okresie zaborów Podhale stało się jednym z niewielu miejsc działalności turystycznej na ziemiach polskich. Wybuch I wojny światowej ograniczył rozwój turystyki w Polsce. Dopiero po odzyskaniu niepodległości doszło do ponownego rozkwitu organizacji turystycznych, a także do zmiany nazwy wielu z nich. W 1937 roku zarejestrowano Spółdzielnię Turystyczno-Wypoczynkową „Gromada”. Zapoczątkowano tym samym tendencję do tworzenia klasowych biur podróży. Rok później zostało powołane do życia Centralne Biuro Wczasów. Przekształcenie stosunków ekonomicznych i społecznych, które nastąpiło po II wojnie światowej, wywarło ogromny wpływ na dalszy rozwój turystyki w Polsce i innych krajach Europy. Bezpośrednio po zakończeniu działań wojennych doszło do wyraźnego zahamowania rozwoju ruchu turystycznego, jednak utworzenie już w 1949 roku Funduszu Wczasów Pracowniczych dało początek masowej turystyce socjalnej. W 1950 roku powołano Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze – organizację rozwijającą różne dyscypliny turystyki kwalifikowanej. Niedługo potem zapoczątkowano w Polsce ruch globtroterski, czyli podróżowanie bez pomocy biur podróży. Od 1956 roku stopniowo zaczęła się w Polsce rozwijać turystyka zagraniczna do krajów Bloku Wschodniego, a od połowy lat sześćdziesiątych także turystyka kwalifikowana, głównie piesza, narciarska, kolarska i wodna: najczęściej żeglarsko-kajakarska. Rozwój światowej motoryzacji przyczynił się do narodzin autostopu, który umożliwił podróżowanie młodym ludziom o skromnych dochodach. Ta forma podróży dawała dodatkowo poczucie wolności i niezależności, tak silnie wpisane w system wartości ówczesnej młodzieży. Mimo iż polski autostop ujęty został w pewne ramy organizacyjne<sup>6</sup>, zyskał w owym czasie dużą popularność<sup>7</sup>. Tęsknota za dziełami i wolnymi od politycznej indoktrynacji terenami Polski przyczyniła się do popularyzacji wędrowek po Bieszczadach i Beskidzie Niskim. Na początku

<sup>5</sup> W części tekstu dotyczącej historii rozwoju ruchu turystycznego wykorzystałam informacje zawarte w: A. Mączak: *Odkrywanie Europy: podróże w czasach renesansu i baroku*. Gdańsk 1998; J. Skowroński: *Dawno temu w Tatrach*. Łódź 2003; A. Kroh: *Tatry i Podhale*. Wrocław 2003; G. Bińczyk: *Turystyka kwalifikowana w działalności Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego w latach 1950–1990*. Warszawa 2007; K. Przewłowski: *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*. Kraków 1997; A. Wielocha: *Sto lat zorganizowanej turystyki akademickiej w Polsce 1906–2006*. „Gościńiec PTTK” 2006, nr 2 (23), s. 13–15; L. Herz: *Tatry i Podtatrze*. Warszawa 2001; L. Butowski: *Organizacja turystyki w Polsce*. Warszawa 1998.

<sup>6</sup> Należało wykupić specjalną książeczkę autostopowicza, która go identyfikowała.

<sup>7</sup> Więcej na ten temat zob. J. Czupryński: *Autostop polski. PRL i współczesność*. Kraków 2005.

lat siedemdziesiątych zezwolono studentom na organizację tzw. wyjazdów środowiskowych. Najpierw głównym celem podróży stały się odmienne kulturowo kraje Bliskiego Wschodu, a następnie – znacznie droższe państwa europejskie. Z początkiem lat siedemdziesiątych w Europie Zachodniej i Stanach Zjednoczonych rozwinęło się zainteresowanie wyprawami alpinistycznymi, podróżami dookoła świata i indywidualnym ruchem globtroterskim. W tym czasie nastąpiła istotna zmiana modelu podróżowania. Obniżenie cen biletów lotniczych i popularyzacja lotów czarterowych sprawiły, że wiele odległych zakątków świata stało się dostępnymi dla indywidualnych podróżników. W Polsce z kolei doszło do liberalizacji przepisów paszportowo-dewizowych. Wzrosło zainteresowanie wyjazdami zagranicznymi. Produkcja legendarnego „malucha” mobilizowała do podróży krajowych i zagranicznych ekonomicznym samochodem. W połowie lat siedemdziesiątych coraz większą rolę w turystyce polskiej zaczęła odgrywać turystyka komercyjna, jednak kryzys społeczno-gospodarczy lat osiemdziesiątych spowodował znaczny spadek popytu na usługi turystyczne w kraju. Do istotnych przemian doszło dopiero po roku 1989. Transformacja systemu polityczno-gospodarczego w Polsce wpłynęła na ogromne zmiany zarówno w wielkości, jak i w strukturze krajowego oraz zagranicznego ruchu turystycznego.

## Pojęcie turystyki i turysty

Współczesną turystykę można ujmować na wiele sposobów. O złożoności zjawiska świadczą trudności związane zarówno z jej definicją, jak i klasyfikacją. Dla jednych turystyka jest najazdem barbarzyńców, dla drugich pozostaje współczesnym rytuałem. Niektórzy widzą w niej przedsięwzięcie handlowe, inni – obszar spotkań międzykulturowych. Niezależnie od ujęcia turystyka jawi się jako nieodłączny element stylu życia, znak statusu społecznego, ale i forma terapii<sup>8</sup>.

Termin „turystyka” po raz pierwszy użyty został na początku XIX wieku. nawiązywał do słowa „turysta”, określającego młodych, zamożnych Anglików, odbywających od połowy XVIII wieku podróże do krajów południowej Europy. Ponieważ ich wojaże trwały czasami kilka lat, Francuzi zaczęli nazywać ich turystami<sup>9</sup>, prawdopodobnie od słowa *le tour* oznaczającego przejazd, przejście czy turę<sup>10</sup>.

Według czołowego badacza turystyki, amerykańskiego antropologa Dennisona Nasha, turystyka to mieszanka czasu wolnego i podróży. Zdaniem Ryszarda

<sup>8</sup> A. Wiczorkiewicz: *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*. Kraków 2008, s. 3.

<sup>9</sup> Wersja spolszczona.

<sup>10</sup> Więcej na ten temat zob. A. Biedroń: *Turystyka motocyklowa w Polsce*. Warszawa 2011.

Winiarskiego turystyka jest zjawiskiem „z pogranicza” świata realnego i wirtualnego, świata pracy i zabawy, świata współczesnego i minionego – zjawiskiem, które rozgrywa się niekiedy równocześnie w czasie teraźniejszym i przeszłym<sup>11</sup>. Zaskakuje różnorodność określeń używanych przy opisie tego zjawiska. I tak, turystyka bywa nazywana: „ucieczką od codzienności” (Enzensberg), „nowoczesną odmianą tradycyjnej pielgrzymki” (Graburn), „zdemokratyzowaną podróżą” (Boorstin), „podróżą w czasie z biletem powrotnym” (Spode), „podróżą w świat wyobraźni” (Urbain), „poszukiwaniem autentyczności” (MacCannell), „konsumpcją wizualną” (Urry), „nowym środkiem konsumpcji” (Ritzer), „formą neokolonializmu” (Nash) „dialogiem i spotkaniem kultur” (Przećławski), „komercjalizacją i oswojeniem obcości” (Podemski), „formą transgresji” (Turos), „zachowaniem konformistycznym” (Knebel), „aktywnością w czasie wolnym” (Dumazedier). Zygmunt Bauman, a wcześniej Dean MacCannell posługiwali się kategorią „turysta” do opisu kondycji nowoczesnego i ponowoczesnego człowieka<sup>12</sup>. Oczywiście, podane tu przykłady nie wyczerpują zagadnienia definicji turystyki, ukazują jednak, że nie jest to zjawisko jednoznaczne, a jego złożoność wymaga tworzenia zróżnicowanych definicji, charakterystycznych dla konkretnego podejścia.

W tym miejscu pragnę nawiązać do interesującej propozycji, jaką przedstawił Krzysztof Podemski. Turystyka, jego zdaniem, jest szczególnym typem podróży<sup>13</sup>. Podróż może mieć formułę „otwartą”, gdy podróżnik wybiera sam – choć z reguły zgodnie ze społeczno-kulturowymi normami, schematami, wzorami czy stereotypami – trasę podróży i oglądane obiekty. Tak rozumiana podróż obejmuje zarówno wyprawy naukowe, misje religijne, dyplomatyczne czy handlowe, jak i wyjazdy do rodziny i przyjaciół, podróże korespondentów i reporterów, czyli to, co określane jest mianem „turystyka niezorganizowana”. Według K. Podemskiego turystyką są te formy podróży, które noszą nazwę „turystyki pakietowej”, a w Polsce są nazywane „turystyką zorganizowaną”<sup>14</sup>. Turystyka w tym znaczeniu to – zdaniem autora *Socjologii podróży* – „»utowarowiona« podróż, podróż świadczona jako usługa, produkt na sprzedaż, dobro konsumpcyjne”<sup>15</sup>. Warto tu również przytoczyć definicję Światowej Organizacji Turystyki (WTO), według której turystyka jest to:

[...] ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, zawodowych lub innych nie dłużej niż rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest aktywność zarobkowa, forma czystego wypoczynku poza miejscem zamieszkania.

<sup>11</sup> R. Winiarski: *Wprowadzenie: Turystyka...*, s. 10.

<sup>12</sup> Tamże.

<sup>13</sup> K. Podemski: *Socjologia podróży*. Poznań 2005, s. 9.

<sup>14</sup> Tamże.

<sup>15</sup> Tamże.

Podobne wyjaśnienie tego terminu proponuje większość słowników języka polskiego. Interdyscyplinarność i wieloaspektowość zjawiska powodują, że stworzenie jednoznacznej definicji turystyki jest bardzo trudne.

Podróżowanie przyczynia się do rozwoju różnych aspektów ludzkiego życia: poznawczych, moralnych, estetycznych, witalnych, użytecznych, technologicznych, ekonomicznych, hedonistycznych, ludycznych, sakralnych, a nawet patriotycznych<sup>16</sup>. Wiele motywów podróżowania wykształciło różne typy turystów. Definiowanie i opisywanie różnych postaci współczesnego turysty staje się często głównym zagadnieniem wielu studiów poświęconych turystyce<sup>17</sup>. Scott A. Cohen dokonuje klasyfikacji, wyróżniając cztery role społeczne turysty i odpowiadające im cztery typy doświadczenia turystycznego. Ważnym kryterium przy ustalaniu takiej typologii jest rodzaj kontaktu z kulturą i życiem społecznym zbiorowości odwiedzanej przez turystę. Na tej podstawie wyróżnia on cztery typy turystów: (1) turysta masowy (*organized mass tourist*), który podróżuje w sposób zorganizowany, zachowując wszystkie zwyczaje swojego środowiska, a jego wrażenia z podróży można porównać do wrażeń z filmu; (2) turysta masowy, ale podróżujący indywidualnie (*individual mass tourist*), który wprawdzie wynosi więcej doświadczeń z podróży, ale dzieje się to w sposób zrutynizowany; (3) odkrywca (*explorer*), którego przyciąga to, co nowe, zachowuje on jednak podstawowe wymagania komfortu, do którego jest przyzwyczajony; (4) turysta dryfujący (*drifter*), który rezygnuje ze zwyczajów swojego środowiska i integruje się prawie całkowicie z kulturą środowiska odwiedzanego<sup>18</sup>. Dwie pierwsze role zalicza do ról zinstytucjonalizowanych, dwie następne – do ról niezinstytucjonalizowanych. Role zinstytucjonalizowane określają takie zachowania turystów, które są rutynowo ukształtowane przez instytucje turystyczne: biura podróży, firmy transportowe czy sieci hotelowe. Ich przeciwieństwem są role niezinstytucjonalizowane – otwarte, nieokreślone ściśle przez instytucje turystyczne. Pierwszą z wyróżnionych przez S.A. Cohena ról – rolę zorganizowanego masowego turysty – można określić jako:

minimum odmienności, maksimum swojskości. Charakterystycznymi cechami zorganizowanego masowego turysty są niewielka chęć przeżywania przygód i skłonność do zamykania się w swojej „bańce środowiskowej” [...] podróż z przewodnikiem w szybkim autokarze wyposażonym w klimatyzację<sup>19</sup>.

Przestrzeń otaczająca turystę przez cały czas jego pobytu w obcym miejscu poddawana jest szeregowi zabiegów, które mają na celu nie tylko uprzyjemnić

<sup>16</sup> J. Lipiec: *Filozofia turystyki*. W: *Turystyka w naukach...*, s. 20.

<sup>17</sup> G. Dann: *Writing Out the Tourist in Space and Time*. „Annals of Tourism Research” 1999, No. 26 (1), s. 159–187.

<sup>18</sup> Za: K. Podemski: *Socjologia podróży...*, s. 47.

<sup>19</sup> Ibidem.

mu pobyt, ale przede wszystkim uczynić go podobnym do środowiska kulturowo-społecznego, w którym przebywa na co dzień. Ten typ turysty kupuje wycieczkę podobnie jak inne produkty, które mają mu sprawić przyjemność. Jest on konsumentem gotowego produktu przemysłu turystycznego, w którym wszystko jest przewidziane i zorganizowane, a szczelnie przylegająca bańka środowiskowa izoluje go od lokalnego środowiska i jego mieszkańców, pozostawiając jedną tylko możliwość: patrzenia i fotografowania<sup>20</sup>. Drugą z wyróżnionych przez S.A. Cohena ról jest indywidualny turysta masowy.

Najważniejsze elementy jego podróży są co prawda również zorganizowane przez biuro turystyczne, ale nie jest on przypisany do zorganizowanej grupy, ma sporą swobodę dysponowania czasem i wyboru trasy. Podobnie jak poprzedni typ, ogląda nowe otoczenie z wnętrza swojej „środowiskowej bańki”, choć próbuje przynajmniej trochę zasmakować odmienności<sup>21</sup>.

„Indywidualny turysta masowy” korzysta z infrastruktury przemysłu turystycznego, lecz sam komponuje swoje wakacje. Trzecią z wyróżnionych przez siebie ról S.A. Cohen zaliczył do sfery niezinstytucjonalizowanej.

Odkrywca (explorer) to podróżnik, który sam organizuje sobie podróż, próbuje schodzić, na ile się da, z „ubitych ścieżek” turystycznych szlaków. Usiłuje nawet nawiązać kontakt z miejscową ludnością i porozumiewać się tubylczym językiem. „Odkrywca” nie planuje podróży na podstawie broszur reklamowych, lecz poszukuje miejsc z dala od turystycznego tłumu, a z komfortu zaplecza turystycznego korzysta tylko w sytuacjach koniecznych. Ośmiela się on wyjść ze swojej „kapsuły”, ale jest gotów do niej powrócić, gdyby posunął się za daleko. Odkrywca poszukuje nowości i „porzuca część swoich nawyków i wygod”, ale nie jest skłonny do całkowitego „zatopienia się” w społeczeństwie gospodarzy<sup>22</sup>.

Próby takie podejmuje natomiast tzw. turysta dryfujący (*drifter*), kontynuujący podróżnicze tradycje hippisów, który:

[...] podejmuje ryzyko, schodzi z „ubitych ścieżek”. Rezygnuje zupełnie z turystycznej infrastruktury, z jakichkolwiek form organizacyjnych. Wszystko załatwia sobie sam. Podróżuje autostopem, motorem, rowerem. Śpi na plaży, parkowej ławce, dworcu. Podejmuje próby życia wśród tubylców. Dryfujący jest odwrotnością zorganizowanego masowego turysty. Fascynuje go obcość [...], próbuje niemal całkowicie zrezygnować ze swojego dotychczasowego „swojskiego” sposobu życia<sup>23</sup>.

Poszukuje nowości za wszelką cenę i stara się unikać jakiegokolwiek kontaktu z turystami. Decydując o trasie i czasie wyprawy, ma świadomość własnej odręb-

<sup>20</sup> Jak zaznacza John Urry, doświadczenie turystyczne jest zasadniczo doświadczeniem wizualnym – wzrok porządkuje całość doświadczenia turystycznego. Zob. J. Urry: *Spojrzenie turysty*. Warszawa 2007, s. 229–231.

<sup>21</sup> K. Podemski: *Socjologia podróży...*, s. 48.

<sup>22</sup> S.A. Cohen: *Chasing a Myth? Searching for 'Self' Through Lifestyle Travel*. „Tourist Studies” 2010, No. 10. Za: K. Podemski: *Socjologia podróży...*, s. 48.

<sup>23</sup> Tamże.



ności społecznej. Miejsce hoteli z basenami, nocnych klubów i renomowanych restauracji zajmują: włączęstwo, prowizorka i korzystanie z lokalnych środków komunikacji. Podróż – zwłaszcza ta obejmująca inny krąg kulturowy – jest dla niego niezwykle ważnym doświadczeniem, wokół którego częstokroć młody podróżnik konstruuje swoją tożsamość<sup>24</sup>.

## Turystyka kulturowa

Turystyka etniczna jest jedną z odmian turystyki kulturowej. Zwykle się przyjmuje, że turystyka zawierająca jakiegokolwiek elementy kultury (dziedzictwa kulturowego lub kultury współczesnej) jest turystyką kulturową. Takie interpretowanie zjawiska powoduje jednak nadużywanie tego pojęcia i jego błędną interpretację. W rzeczywistości turystyką kulturową można nazywać tylko te inicjatywy turystyczne, w których motywacje kulturowe są jedynymi lub nadrzędnymi (a nie jednymi z wielu), nie są związane z kulturą masową, lecz alternatywną, a typologia turysty kulturowego oraz cechy samej turystyki różnią się od powszechnie obowiązujących klasyfikacji i charakterystyk, odnoszących się do innych rodzajów turystyki. Należy wyraźnie zaznaczyć, że turystyka kulturowa nie jest tym samym, co turystyka z elementami kultury<sup>25</sup>.

## Turystyka etniczna

Termin „eticzność” zaczął być powszechnie stosowany od lat siedemdziesiątych XX wieku. Znalazł szerokie zastosowanie w naukach społecznych. Zgodnie z propozycją Steve’a Fentona etniczność dotyczy pochodzenia i kultury, grupy etniczne zaś to swoiste wspólnoty pochodzeniowe i kulturowe<sup>26</sup>. „Etniczność” jest pojęciem złożonym, które jako takie przedstawione zostało w literaturze przedmiotu<sup>27</sup>.

Etnoturystyka – silnie związana z etnicznością – mieści się w obszarze szeroko pojmowanej turystyki alternatywnej. Wśród atrybutów cechujących turystykę etniczną można z pewnością wymienić: zarówno ścisłą i na ogół wąską specjalizację celów i potrzeb, realizowanych zwykle w małych grupach osób

<sup>24</sup> Na podstawie: S.A. Cohen: *Chasing a Myth?...*, s. 123.

<sup>25</sup> Por. K. Buczkowska: *Turystyka kulturowa*. Poznań 2008, s. 6.

<sup>26</sup> S. Fenton: *Etniczność*. Warszawa 2007, s. 13.

<sup>27</sup> Z powodu ograniczeń rezygnuję z szerszej charakterystyki tego terminu.



o podobnych zainteresowaniach i zbliżonym poziomie intelektualnym, naturalną potrzebę zaspokajania ciekawości świata, co za tym idzie – wzbogacania własnej wiedzy, własnego „ja”, jak i ograniczoną ingerencję w odwiedzane układy przyrodnicze, społeczne czy kulturowe, wynikającą z poszanowania istniejących na świecie odmienności<sup>28</sup>.

Turystyka etniczna utożsamiana bywa z turystyką kulturową lub definiowana jako jej element. Niekiedy jest ona postrzegana jako turystyka w większym stopniu nastawiona na kontakt z odmienną społecznością, natomiast turystyka kulturowa – jako ta, której podstawową atrakcją jest dziedzictwo materialne, w szczególności architektoniczne i rzemieślnicze. Można zaryzykować stwierdzenie, że wszystkie podróże zawierają w sobie elementy turystyki kulturowej, gdyż w trakcie ich trwania dochodzi do kontaktu turystów zarówno z materialnymi, jak i niematerialnymi czynnikami dziedzictwa kulturowego danego obszaru. Zabytki archeologiczne, miejsca związane ze sławnymi postaciami i wydarzeniami, obiekty sakralne, tradycyjne rzemiosło wraz z legendami, gwarą, obrzędami, ale i obcowaniem z miejscową ludnością stanowią bogate dziedzictwo, będące swoistą atrakcją turystyczną. Jednak oczekiwania etnoturystów rzadko pokrywają się z dążeniami zorganizowanych turystów masowych.

Współczesna turystyka etniczna podąża w dwóch kierunkach: z jednej strony przejawia się w wyjazdach w celu poznania kultur innych niż własna, w doświadczeniu kulturowej inności, z drugiej – polega na podróżach do kraju przodków i nostalgicznym poszukiwaniu „korzeni”<sup>29</sup>, podróże zaś w tym przypadku mają najczęściej na celu przywracanie pamięci i odzyskanie tradycji. Tu chciałabym zastanowić się nad pierwszym z wymienionych wariantów, a szczególnie nad pytaniem o to, czy rozwój turystyki etnicznej rzeczywiście umożliwi obcowanie z kulturową „innością”.

Masowa turystyka zorganizowana wielokrotnie bywa określana mianem niewłaściwej, „złej” czy wręcz niszczącej środowisko naturalne i kulturowe<sup>30</sup>. W opozycji do niej stawiana jest turystyka etniczna, będąca próbą znalezienia i upowszechnienia innych możliwości, odmiennych od przeważających dotychczas szablonowych form turystyki masowej<sup>31</sup>. O ile turystyka masowa skierowana jest na podtrzymanie podobieństw i sprowadza się do upodobnienia warunków kulturowo-środowiskowych, o tyle turystyka alternatywna ma na celu uczynienie różnicy podstawową wartością i głównym motywem podróżowania. Jeśli turystyka masowa ma służyć relaksowi i zabawie, to turystyka etniczna ma wzbudzać emocje, rozwijać intelektualną i poznawczą sferę człowieka. Etnoturystów najbardziej

<sup>28</sup> K. Buczkowska: *Turystyka...*, s. 29. Za: A. Zajadacz: *Turystyka alternatywna – zarys genezy i idei*. „Problemy Turystyki”, T. 28: 2005, nr 3–4, s. 5–17.

<sup>29</sup> Więcej na ten temat: W.W. Gaworecki: *Turystyka...*, s. 59.

<sup>30</sup> B. Wheeler: *Tourism's troubled times: Responsible tourism is not the answer*. „Tourism Management” 1991, No. 12(2)s. 91–96.

<sup>31</sup> Por. W.W. Gaworecki: *Turystyka...*

fascynuje nietypowość odwiedzanej grupy, narodu czy społeczności. Pociąga ich etniczność, czyli ten czynnik, który stanowi zespół wzajemnie i silnie ze sobą powiązanych cech społeczno-kulturowych, określających odmienność i specyfikę konkretnej zbiorowości „swoich” wobec zbiorowości „obcych”<sup>32</sup>. Nieodłącznym elementem spotkania „swoich” i „obcych” jest interakcja i wzajemne oddziaływanie, które niemal nie zachodzi w przypadku zorganizowanych turystów masowych.

Tym samym obok tradycyjnego modelu turystyki określonego mianem „3 × S”: „sun, sea, sand” rozwinęły się nowe warianty: „3 × E”: „entertainment, experience, excitement”, „3 × L”: „landscape, lore, leisure”, „4 × H”: „habitat, heritage, history, handicrafts”<sup>33</sup>. Ich podstawę stanowi hasło „nature based tourism”, nawiązujące do dziedzictwa etnicznego danego obszaru.

Główną ideą turystyki etnicznej jest poszukiwanie autentyczności kulturowej, rozumianej jako wyjście poza myślowe schematy, stereotypy, poza „turystyczny fałsz”. W jej odnalezieniu pomóc mają nie tylko odmienne od rodzimych zabytki, stroje czy przedmioty codziennego użytku, ale przede wszystkim kontakty z ludnością autochtoniczną. Podróż – szczególnie do miejsca zróżnicowanego kulturowo – jest czymś więcej niż przeniesieniem się w inne miejsce. Autentyczność jako motyw i cel podróży ma też określać status turysty<sup>34</sup>. Bywa doświadczeniem, wokół którego etnoturysta konstruuje swoją tożsamość<sup>35</sup>. Z tego względu niezwykle wartości dla etnicznego turysty posiadają obszary czyste od dorobku cywilizacyjnego kultury Zachodu.

Niestety, owe mityczne tereny coraz rzadziej są wolne od inwazji masowych turystów. Od kilkunastu lat można zaobserwować proces wyraźnej komercjalizacji turystyki alternatywnej oraz marketingowego wykorzystania „alternatywności”. Rozwijające się zjawisko „marketingu dzikości” – polegające na komercyjnym wykorzystywaniu kultur plemiennych – zaznacza swoją obecność w coraz szerszych obszarach globu<sup>36</sup>. Wszystko to rodzi pytanie: Czy „prawdziwe poznanie” nie ustępuje miejsca pseudopoznaniu?

Z pewnością największe zagrożenie autentyczności doświadczeń turystycznych pochodzi ze strony przemysłu turystycznego. Podnosząca wartość rynkową autentyczność kulturowa<sup>37</sup> staje się równie atrakcyjna dla biur podróży, co dla

<sup>32</sup> K. Buczkowska: *Turystyka...*, s. 54–55.

<sup>33</sup> Jest to propozycja Valene L. Smith, odnosząca się do turystyki etnicznej, a właściwie – zdaniem autorki – „turystyki plemiennych”. Zob. V.L. Smith: *The Four Hs of Tribal Tourism: Acoma – a Pueblo Case Study*. „Progress in Tourism and Hospitality Research” 1996, Vol. 2, Issue 3–4, s. 295–306.

<sup>34</sup> M. Kazimierczak: *W poszukiwaniu autentyczności turystyki kulturowej*. W: *Człowiek w podróży*. Red. Z. Krawczyk, E. Lewandowska-Tarasiuk, J.W. Sienkiewicz. Warszawa 2009, s. 48.

<sup>35</sup> Na podstawie: S.A. Cohen: *Chasing a Myth?...*, s. 123

<sup>36</sup> Więcej na ten temat zob. K. Podemski: *Socjologia podróży...*

<sup>37</sup> Por. J. Isański: *Autentyczność przyjemności. Autentyczność pamiątki turystycznej*. W: „Kulturoznawstwo”, nr 2: *Kultura przyjemności. Rozważania kulturoznawcze*. Poznań 2005.

etnoturystów. Dostosowanie atrybutów owej autentyczności do oczekiwań masowych turystów nie pozostaje jednak bez wpływu na te miejsca. Odwiedzane społeczności, chcąc zaspokoić oczekiwania gości, kreują swój pseudoautentyczny wizerunek, w wyniku czego tradycyjna kultura pojawia się coraz częściej w postaci cytatów i zapożyczeń dostosowanych do aktualnych potrzeb. Masowy turysta nierzadko zadowala się skomercjalizowaną wersją etniczności, wierząc w jej prawdziwość, coraz częściej też uznaje się za podróżniczego poszukiwacza autentyczności. Nic więc dziwnego, że turystyka etniczna budzi wątpliwości.

Zdaniem Cohena ten typ turystyki wydaje się przyjmować cechy turystyki masowej. Pozytywne skutki turystyki alternatywnej są – zdaniem badacza – mocno ograniczone, gdyż w praktyce turystyka alternatywna, w tym etniczna, prowadzi do utrwalania postaw konserwatywnych, do utrzymywania podziałów na kraje „lepsze” i „gorsze”, do działań mających na celu utrzymanie kultury lokalnej w niezmięnionej postaci, nawet jeśli jest to ze szkodą dla lokalnej społeczności.

Wiele dyskusji na temat turystyki etnicznej koncentruje się na pytaniach: Gdzie przebiega granica między masowością i popularnością a alternatywnością i autentycznością? Czy etnopróż może być rzeczywistą alternatywą, a może kolejnym „towarem” współczesności?<sup>38</sup> Wiele wskazuje też na to, że „wirus turystycznej mistyfikacji” atakuje kolejne obszary. Ważniejsze jednak – jak sądzę – pozostaje pytanie o powód takiego stanu rzeczy.

Moim zdaniem postmodernistyczne podróżowanie stało się odpowiedzią na współczesność, a turystyka etniczna – jej elementem. Obecnie zachodzi wielka przemiana indywidualnego doświadczenia turystycznego w niezliczoną mnogość dyskursów i form, w jakich przejawia się turystyczny sposób widzenia świata. Można całkiem dosłownie mówić o globalizacji doświadczenia turystycznego, bo doświadczenia milionów turystów stanowią dziś rdzeń kultury globalnej, która wchłania niemal wszystko, co napotka na swojej drodze<sup>39</sup>. Obecna „atrakcja turystyczna” jest jednym z wielu towarów. Stanowi zarazem odzwierciedlenie codziennej rzeczywistości, rzeczywistości świata postindustrialnego. „Fałsz turystyczny” zaś jest – jak się wydaje – jej stałym elementem. Warto się więc zastanowić, czy pojęcie turystyki alternatywnej, a co za tym idzie – etnicznej, znajduje w pełni uzasadnienie w dzisiejszym świecie.

Te pesymistyczne w końcowym efekcie rozważania nie przesądzają jednak o istnieniu pozytywnych aspektów zaistniałej sytuacji. Globalizacja życia społeczno-ekonomicznego ograniczyła w istotnym stopniu kulturę lokalnych społeczności, natomiast wysiłki ratowania lokalnego dorobku kulturowego wystawiane są często na ciężką próbę homogenizacji. Dla tych społeczności właśnie

<sup>38</sup> Więcej na ten temat: J. Leman, M. Vanlangendonck: *Tourism and Cultural Change: an Empathic Understanding Approach. An introduction to Tourism, Anthropology and Ethnicity*. J. Leman, M. Vanlangendonck. „Omertaa” 2007, Vol. 3.

<sup>39</sup> R. Winiarski: *Wprowadzenie. Turystyka...*, s. 11.

turystyka może stać się jedynym motorem i mobilizatorem sięgania do zapomnianych pokładów dziedzictwa kulturowego.

Zainteresowanie przybyszy różnymi aspektami miejscowego dziedzictwa wywołuje u odwiedzanych społeczności chęć zaprezentowania swego dorobku kulturowego w jak najlepszym świetle. W wielu przypadkach dochodzi do rewitalizacji szeroko rozumianej tradycji, mimo że motywy tego procesu bywają różne. Nie brak wśród nich tendencji wskazujących na odradzanie się poczucia wspólnej tożsamości, lokalnej integracji, również ekonomicznych aspektów zjawiska, umożliwiających poprawę materialnego bytu mieszkańców.

Zainteresowanie kulturą lokalną wzrasta wśród młodszych pokoleń, dla których przestaje być ona „przeżytkiem”, a staje się nowym etnotrendem. Obok nieuniknionej komercjalizacji etniczności (zwłaszcza w tzw. turystycznych obszarach), pojawiają się inicjatywy będące w silnym związku z nieskomercjalizowaną tradycją kulturalną. Sięganie do niej staje się często nie tylko wyrazem fascynacji przeszłością, ale również współczesną odmiennością kulturową. Dzięki turystyce etnicznej zwiększa się szansa zachowania elementów rodzimej kultury, przetrwania tradycyjnego rzemiosła, strojów, obrzędów, muzyki<sup>40</sup> czy budownictwa.

Obserwowane ostatnio odrodzenie lokalności, połączone z narastającą krytyką cywilizacji masowej, świadczy niewątpliwie o kształtowaniu się nowego podejścia do autentyczności. Cechuje je próba zachowania tożsamości kulturowej bez jednoczesnej rezygnacji z przynależności do współczesnego świata<sup>41</sup>.

Na koniec warto zwrócić uwagę na fakt oczywisty, choć często lekceważony. Poznawany przez turystę świat nie jest już światem nieznanym, ale „oswojonym” za pośrednictwem środków masowej komunikacji, literatury, przewodników i nauki. Wielu etnicznych podróżników opisuje przebyte szlaki i zwiedzone miejsca w turystycznych publikacjach, a bezpośrednie relacje z etnowypraw można odnaleźć choćby w Internecie. Filmy, prezentacje i różnego typu wystawy, ukazujące owe magiczne, czyste cywilizacyjnie miejsca są stałym elementem popkultury. Wszystko to powoduje, że współczesny turysta nie tyle „odkrywa” nowe pola, co rozpoznaje to, z czym wcześniej był już zapoznany.

---

<sup>40</sup> Więcej na ten temat zob.: B. Hoffmann: *Miejsce folklorystyki w popkulturze krajów bałkańskich*. W: *Kreacje i nostalgje. Antropologiczne spojrzenie na tradycje w nowoczesnych kontekstach*. Red. G. Woroniecka, C. Obracht-Prondzyński, D. Rancew-Sikora. Warszawa 2009, s. 274–282.

<sup>41</sup> J. Małek: *Turystyka kulturowa jako czynnik rozwoju lokalnego*. W: „Prace i Studia Geograficzne”. T. 32. Warszawa 2003, s. 28.

## Zakończenie

Turystyka etniczna znajduje zwolenników i przeciwników, zarówno wśród samych uczestników, jak i osób z nią zapoznanych jedynie teoretycznie. Jedni widzą w niej szansę miejscowego rozwoju, możliwość utrwalania lokalnych tożsamości, ale i polepszenia sytuacji materialnej miejscowej ludności. Inni zwracają uwagę na destrukcyjne tendencje, stanowiące niebezpieczeństwo dla kultury lokalnej, zagrożonej przekształcaniem według obcych, narzuconych wzorów, wyczerpywaniem naturalnych zasobów przestrzeni turystycznej. Jeszcze inni podkreślają, że tradycja, nawet ta „inscenizowana” na potrzeby turystów, może po czasie stać się jedyną, która przetrwa.

Jak zwraca uwagę Karolina Buczkowska, korelacja pomiędzy kulturą a turystyką nieustannie się zmienia, co jest w dużej mierze konsekwencją przemian społeczno-kulturowych, zachodzących w świecie pozaturystycznym. Zmienia się więc nieustannie struktura turystów. Obserwowane są przemiany pokoleniowe, wnoszące do turystyki swój świat wartości i upodobań konsumpcyjnych. Pojawiają się nowe formy turystyki, wzrastają oczekiwania turystów w zakresie organizacji wyjazdów<sup>42</sup>.

Turystyka nie może pozostać obojętna na zmieniającą się rzeczywistość, gdyż jest jej istotną częścią. Mimo że etniczny turysta usiłuje przez cały czas odbiegać w swych zachowaniach od standardów mentalności ponowoczesnej<sup>43</sup>, marketing form etnicznych powoduje, że stają się jednym z towarów supermarketu kultury<sup>44</sup>.

<sup>42</sup> K. Buczkowska: *Turystyka...*, s. 16.

<sup>43</sup> M. Kazimierczak: *W poszukiwaniu...*, s. 55.

<sup>44</sup> G. Mathews: *Supermarket kultury*. Przeł. E. Klekot. Warszawa 2005, s. 254.

### Ethnic tourism and the experience of cultural otherness

#### Summary

Relocation in space has accompanied people for ages. Searching for food, new possibilities of the settlement, work, education or religious cult places have become the aim of first excursions and journeys. It is difficult, though, to regard the communities at that time as travel and their activity as the development of tourism. There exist many definitions of tourism, and the majority of them underlines the importance of a free, and spacious mobility of people connected with changing places of residence, environment or the rhythm of life. Irrespective of definitional propositions, tourism is without a doubt a complex psychological, social, economic, spacious and cultural phenomenon. Special attention is to be paid to connections between tourism and culture. Tourism

protects, enriches and popularizes cultural goods while culture inspires the development of tourism. Enabling culture meetings, tourism is becoming a more important factor of cultural changes.

A revival of locality, growing criticism of mass civilization, and technizational idealism observed in recent years, formed a type of nostalgia for the past, and influenced a significant growth of interest in cultural, or put it more precisely, ethnic tourism. Ethnic tourism is identified with alternative, rural, folklore, adventurous or sentimental tourism. Its present shape, however, has become yet another example of cultural non-transparency of modern reality. On the one hand, we observe a clear demand for typical ethnically-foreign tourist elements and a valorization of our own traditions, and a conscious development of a native group identity on the other.

### **Ethnischer Tourismus und die Erfahrung der kulturellen Andersartigkeit**

#### **Zusammenfassung**

Ein Mensch ist schon seit langem von Ort zu Ort gegangen. Die Suche nach dem Essen, neuen Möglichkeiten von Siedlung, Arbeit, Bildung oder nach Kultstätten wurden zum Ziel der ersten Expeditionen und Reisen. Damalige Gemeinschaften sind aber nicht als Wandergemeinschaften und deren Tätigkeit als Tourismus zu bezeichnen. Es gibt mehrere Definitionen des Tourismus; die meisten von ihnen heben aber hervor die Bedeutung der freiwilligen Beweglichkeit der Menschen im Raum, die mit dem Wechsel des Wohnortes, des Milieus und des Lebensrhythmus verbunden ist. Abgesehen von allen Definitionen ist der Tourismus zweifellos eine vielschichtige psychologische, gesellschaftliche, wirtschaftliche, räumliche und kulturelle Erscheinung; beachtenswert ist dabei eine Wechselbeziehung zwischen Tourismus und Kultur. Der Tourismus schützt, bereichert und verbreitet Kulturgüter und die Kultur spornt zur Touristikentwicklung an. Die Begegnung von mehreren Kulturen möglich machend wird der Tourismus ein immer bedeutender Faktor der Kulturwandels.

Die in letzten Jahren beobachteten: richtige Einschätzung der Regionalität, zunehmende Kritik an der Massenzivilisation und am technisierenden Idealismus haben eine gewisse Sehnsucht nach dem Vergangenen hervorgerufen und trugen zum wachsenden Interesse am kulturellen oder genauer gesagt – am ethnischen Tourismus bei. Ethnischer Tourismus wird mit einem alternativen, ländlichen, folkloristischen, abenteuerlichen oder sentimental Tourismus gleichgesetzt. Der gegenwärtige Tourismus ist jedoch ein Beispiel für eine kulturelle Undurchsichtigkeit der heutigen Wirklichkeit. Einerseits hat man mit einer steigenden Nachfrage nach fremden ethnischen Elementen des Reisens zu tun, andererseits bemüht man sich, eigene Tradition aufzuwerten und heimatliche, kollektive Identität bewusst zu bilden.