

Michał Jarnecki, Armin Mikos von Rohrscheidt, Joanna Wyleżalek

Wytyczanie granic między turystyką kulturową a innymi formami turystyki

Turystyka Kulturowa nr 5, 89-92

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Gnieźnieńskie Forum Ekspertów Turystyki Kulturowej

Wytyczanie granic między turystyką kulturową a innymi formami turystyki

Pytanie 30

dr hab. Michał Jarnecki, WPA Kalisz

Czy możliwe jest wytyczenie ostrych granic między turystyką kulturową a innymi formami turystyki? Czy istnieje zawsze taka konieczność – w jakich sytuacjach/dla jakich celów ona istnieje? Czy wyznaczając takie granice należy kierować się ścisłymi kryteriami (droga “mędrca szkiełka i oka”) czy też mamy (i kiedy mamy?) prawo kierować się w tej kwestii także lub przede wszystkim osobistym turystycznym doświadczeniem, czy “instynktem” badacza, a więc raczej “czuciem i wiarą”.

dr hab Michał Jarnecki WPA UAM Kalisz

Wypada odpowiedzieć na zaproponowaną przez siebie kwestię.

W niejednym z pytań pojawia się sugestia potencjalnej odpowiedzi, a nawet intencja zadającego pytanie. Nie da się zaprzeczyć, iż autor też takowe posiadał, dzieląc się swoimi dylematami. Uważam się głównie za wierzącego i praktykującego globtrotera, niezależnie od faktu zatrudnienia w uczelni i związanej z tym analitycznej czy koncepcyjnej pracy.

Moim zdaniem w realnej turystyce wyznaczenie sztywnych granic w zakresie typologii konkretnych działów turystyki jest niezmiernie trudne. Wiele wyjazdów o charakterze turystycznym zawiera w sobie elementy poszczególnych rodzajów tego pasjonującego nas wszystkich w tym gronie fenomenu. Wypada zaproponować przykłady. Najbardziej wciąż popularna forma turystyki, ta wypoczynkowa, wcale nie musi odrzucać a priori i praktycznie elementów kulturowych. Przebywając na przykład w egipskiej Hurghadzie (czy Sharm) na klasycznych wakacjach typu - jak to określają moi studenci - LB (leżenie bykiem), można przecież wybrać się na fakultatywną wycieczkę do Karnaku i Luksoru bądź do Kairu i zobaczyć tam obiekty istotne dla uniwersalnego dziedzictwa ludzkości. W wypadku Hurghady jest to przecież cała wielogodzinna, jeśli nie całodobowa wyprawa autobusem w konwoju. Ale nawet przebywający na rodzimym Wybrzeżu turyści, mogą podczas dni niepogody oddać się zwiedzaniu ciekawych kulturowo obiektów znajdujących się w okolicy (Armin określi ich jako turystów kulturowych „post fatum”). Turystyka młodzieżowa, ekologiczna, obszarów wiejskich, biznesowa i kongresowa - a można dołączyć i kolejne przykłady - także mogą posiadać w programie elementy turystyki kulturowej. Nawet kontrowersyjny segment turystycznego rynku, jak tzw. turystyka seksualna, niezależnie od problemów definicyjnych, typologicznych czy moralnych, także nie wyklucza elementów kulturowych. Na swoich szlakach spotkałem niejednego takiego podróżnika czy też podróżniczkę, którzy wbrew stereotypom, nie oddawali się jedynie swoim namiętnościom i buzującym hormonom, ale też zwiedzali to, co „należy” zobaczyć w poszczególnych regionach globu (np. na Dominikanie, w Gambii, Kenii, na Jamajce, Kubie, w Tajlandii, na Sri Lance czy w Malezji).

Jako badacze, analitycy, musimy jednak tworzyć pewne teoretyczne ramy i modele, dbać o terminologiczną precyzję językową, aby dyskurs nie zamienił się w publicystyczną papkę czy zwykłą bezrefleksyjną gadaninę. Niezależnie jednak od tych wymogów nauki oraz zawodowej przyzwoitości, nie możemy zapominać o życiu, o tym, iż podmiot naszych rozważań: turyści, wraz z przedmiotem - czyli wyjazdami z ich motywacjami, niekiedy wymykają się naszym nadmiernie sztywnym ramom.

dr Joanna Wyleżalek, SGGW Warszawa

Zadany temat, chociaż wydają się stosunkowo oczywisty w swojej istocie okazuje się, po głębszej analizie, wielowymiarowy. Wzajemne związki turystyki i kultury są tematem licznych rozważań. Jeśliby rozpocząć rozważania od analizy znaczenia pojęcia "kultura" rozumianego najogólniej jako międzyosobniczy przekaz pozagenetyczny - to wszystko, co tworzy oraz przekazuje człowiek innym ludziom i następnym pokoleniom jest elementem kultury. Turystyka jest zatem częścią kultury bez względu na to o jakiej jej formie będziemy mówić. Człowiek gnany od wieków immanentną ciekawością i chęcią poznania nowych miejsc i zrozumienia świata nieustannie jest w podróży. Homo viator z łac. podróżny, pielgrzym - to topos człowieka w drodze, podróży, tułaczce. Człowiek poszukujący, podróżujący, zadający sobie jednocześnie podstawowe i uniwersalne pytania: „ skąd pochodzę?”, „kim jestem?” i „ dokąd zmierzam?” to stale powtarzający się w różnych kulturach motyw, symbol poszukiwania szczęścia i dążenia w kierunku poznania i zrozumienia świata. Podróż człowieka może być interpretowana zarówno jako podróż w głąb siebie samego, ale również jako spotkanie drugiego człowieka, zrozumienie jego odmienności i wzbogacenie w ten sposób siebie samego. Określenia używane dla interpretacji określonych form turystyki kładą akcent na intencje podróżnych dla których wyruszają oni w podróż. Nie wyznaczają jednak nigdy ścisłych ram w obszarze których można by zamknąć zakres turystycznej aktywności podróżujących. Nigdy przecież nie zdarza się tak, że turysta biznesowy zupełnie zamyka się na kulturę narodu czy społeczności w których podejmuje biznesowe transakcje chociażby dlatego, że byłoby to niekorzystne dla jego interesów. Podobnie turysta, którego intencją jest poznanie kultury danego narodu czy społeczności wchodzi we wzajemne interakcje z jego reprezentantami, które mogą mieć różny charakter. Zmiany dokonujące się we współczesnym społeczeństwie zmierzają w kierunku kulturowej amalgamacji a turystyka, obok rozwoju techniki, jest podstawowym "narzędziem" na bazie którego proces ten przebiega. Tak więc to, co pozwala nam określić daną formę turystyki jako kulturową związane jest z akcentem jaki turysta kładzie na cel swojej podróży. Nie oznacza to, że inne formy turystyki mają z kulturą mniejszy związek. Związek ten może mieć natomiast inny wymiar i analizowany wówczas powinien być jako proces społeczny wpływający na transformację kultury. Turystyka bowiem, ze względu na możliwość bezpośredniego kontaktu reprezentantów różnych kultur w istotny sposób przyczynia się do tworzenia świadomości globalnej, której rozwój warunkuje powstanie społeczeństwa przyszłości.

dr Armin Mikos v. Rohrscheidt, GSW Milenium, Gniezno / KulTour.pl, Poznań

Na początek oczywistość: na pewno trudno jest wyznaczyć granice pomiędzy „kulturą” a „resztą” podczas niejednej dobrej wycieczki. Prawie wszyscy uczestnicy takiej oczekują przecież jednocześnie spotkania z „innym” i dobrego wypoczynku, rozrywki, oddechu w innym środowisku, a tym jest jakże często przyroda. Sama zresztą rozrywka jest bez wątpienia elementem ludzkiej kultury, a i sposób odpoczynania także. Jeśli definiujemy kulturę szeroko – od dawna tu już robimy – każda wyprawa turystyczna ją zawiera - czy może równie trafnie – zawiera się w niej. Tak uważają także badacze (że wspomnę jeszcze raz K. Przeclawskiego i rozważania Andrzeja Kowalczyka w jego wprowadzeniu do „Turystyki Kulturowej” – w interpretacji definicji Hughesa). Jako analitycy zjawiska turystyki kulturowej nie jesteśmy na to oczywiście zamknięci, nietrudno nam też zrozumieć taki punkt widzenia. I nie chcemy na siłę dzielić włosa na czworo. Jednak z drugiej strony: a) widzimy i analizujemy także świadome ludzkie wybory i ich motywacje, b) stoimy wobec konkretnych potrzeb i 3) wykonujemy konkretne zadania.

To pierwsze: miliony ludzi na świecie mają swoje zainteresowania i realizują je między innymi, a niektórzy nawet przede wszystkim w turystyce. Ujmę to obrazowo: co z tego, że miłośnik egipskich starożytności pomiędzy ich oglądaniem kąpie się w Morzu Czerwonym i

wyjeżdża jeepem na parę godzin, by zobaczyć pustynię? I cóż to zmienia, jeśli fan muzyki rockowej przy okazji kilkudniowego festiwalu (z parogodziennymi zaledwie cwieczornymi koncertami) przez resztę czasu snuje się po miasteczku, odwiedzając park i plażę, zbierając grzyby oraz pijąc piwo pod parasolem? A jeśli uczestniczka kulinarnego kursu w Toskanii oprócz codziennych zajęć w kuchniach mistrzów... nabiera opalenizny? Żadne z nich trojga nie znalazłoby się tam, gdyby nie motywacja do spotkania z walorami kultury, przy tym takiej właśnie dziedziny kultury, która potrafi ich zachwycić lub choćby zachęcić. Motywacja... dopowiedzmy, świadoma motywacja. Ci ludzie z powyższych przykładów wybrali taki a nie inny cel i sposób realizacji swojego wyjazdu, aby spotkać się z tym, co jest głęboką warstwą ich przeżywania samych siebie (w młodzieżowym slangu: z tym, co ich „kręci”) a co jednocześnie bez wątpienia jest wytworem ludzkiej kultury. Zapewne nikomu spośród zajmujących się problemem nie jest także nieznanym ujęcie turystyki kulturowej z opracowania mojego autorstwa (2008). Jeśli jest tak, że program zorganizowanej wyprawy jest zdominowany przez spotkanie z walorami kultury (świadomie tak właśnie odbieranymi przez uczestników) lub jeśli takie zetknięcie było wyzwaniem do tego, by ruszyć w podróż są turystami kulturowymi, a ich wyprawa jest turystyką kulturową. I niech się kąpią do woli, robią zakupy, śmieją się i śpiewają, opalają, grają w piłkę i zbierają grzyby – pozostaną turystami kulturowymi tak samo, jak krojąca pomidory na obiad skrzypaczka nadal jest artystką.

Drugie: potrzeby. Dzielenie typów i form turystyki jest przydatne, bo rozwarstwiający się potrzebom coraz liczniejszej grupy ludzi, którzy na swoich wycieczkach nie chcą tylko leżeć na piasku, ale i nie ograniczają się do surfingingu czy wspinaczki (albo tego nie lubią, bo też mają prawo) powinny odpowiadać oferty, przykrojone dla nich. Takie oferty – jak wszystkie inne – mają określoną zawartość i opakowanie. Dlaczego więc nie nazywać ich turystyką kulturową, albo dokładniej: artystyczną, muzealną, miejską, religijną i inną, jeśli dzięki temu 1) szukający łatwiej znajdzie, czego szuka, 2) sprzedający łatwiej sprzeda, co przygotował i 3) usługodawcy będą mogli łatwiej dopasować swoje moduły, wiedząc, co jest lejtymotywnym całości. A i na targach turystycznych będzie wiadomo, dokąd iść, jeśli się szuka takich partnerów i coś dla nich ma.

Trzecie: zadaniem nauki jest analizować, rozumieć i opisywać rzeczywistość, dostarczać przydatnych modeli i ogólnych oraz konkretnych rozwiązań. Zadaniem analityka turystyki jest także zbadać zachowania opisywanej grupy turystów motywowanych i zainteresowanych, a nawet tylko (od czasu do czasu) przyciąganych kulturowo, żeby móc stworzyć ich profil. Dzięki temu touroperator łatwiej skonstruuje dla nich ofertę (może nawet bardzo specjalistyczną) – jak ma taką surfer i ma ją alpinista i „plażowy krokodyl”, to czemu nie miałby jej otrzymać zorganizowany i indywidualny (coraz liczniejszy!) zwolennik miejskich wypraw, historycznych szlaków, pobożnych pielgrzymek czy rozmaitych unikalnych hobby? Znając oczekiwania takiego typu turysty łatwiej złożyć dla niego pakiet, urządzić wystawę, zestawzić akceptowany przez niego „mix” muzyki, odkrywania przeszłości... shoppingu i przerw kawowych, nie zapominając, że bez tego pierwszego czy drugiego nie sprzedamy mu tego trzeciego i czwartego (ani też lotu ani noclegu), bo ... nie przyjedzie. Ponieważ to jest właśnie turysta kulturowy, a jego aktywność turystyczną stymulują impulsy o kulturowym charakterze.

Reasumując: oczywiście potrzeba „dzielenia” turystów i analizowania ich różnych typów i preferencji istnieje. W wielu przypadkach nie musimy tego robić z dokładnością chirurga, dodając kawę do kąpieli w termach i odejmując wizytę w muzeum od czasu spędzonego w sklepie obuwniczym. Wystarczy spojrzeć na program wycieczki, którą ludzie wybrali – i zapytać, dlaczego ją wybierają. A od tych, którzy jeżdżą na własną rękę wydobyć, dlaczego jadą tam właśnie, a nie gdzie indziej, i BEZ CZEGO nie pojechaliby tam, tylko gdzie indziej, albo zostali w domu. I wiemy, czy to „nasz” turysta kulturowy. Obserwując jego zachowania, analizując kolejne wybory, licząc wydane przez niego pieniądze,

zaznaczając na mapie odwiedzone miejsca - pozyskujemy i zestawiamy wiedzę, która przyda się miejscowym podmiotom gospodarczym, twórcom oferty kulturalnej, autorom programów wycieczek, przewodnikom i pilotom, studentom i nauczycielom akademickim. Dzięki ich wysiłkom i za pośrednictwem tworzonych przez nich propozycji skutkiem tego studium będzie lepsza, bo bardziej atrakcyjna oferta, bardziej przystająca do preferencji turystów i modyfikowana w ślad za nimi – zatem powróci z kolei jako korzyść także do nich: współtworzących przedmiot turystyki kulturowej (jako badanego zjawiska) i bez wątplenia będących jej podmiotem - jako ludzie, którzy wyjeżdżają by móc bardziej być... ludźmi. I w tym miejscu udzielam odpowiedzi na pytanie w jego nieco romantycznej konwencji: żeby móc mówić z przekonaniem i akceptowalnym stopniem trafności o tym, co ludzie „czują” i w co „wierzą” – w tym wypadku w obszarze ich turystycznych wyborów, przeżyć i doświadczeń – niezbędne jest analityczne „szkiełko i oko”.