

Adam Paluch

Komercjalizacja obcości w Państwie Środka, czyli socjologiczne spojrzenie na ruch turystyczny w Chinach

Pisma Humanistyczne 9, 229-244

2013

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.

Komercjalizacja obcości w Państwie Środka, czyli socjologiczne spojrzenie na ruch turystyczny w Chinach

Chiny to kraj, który jeszcze kilka dekad temu zamknięty był dla świata zewnętrznego, a już w szczególności dla zewnętrznego ruchu turystycznego. Ponadto sytuacja gospodarcza państwa w latach 60. i 70. w znacznym stopniu ograniczyła także rozwój turystyki wewnętrznej. Rozwój ruchu turystycznego miał miejsce dopiero od końca lat 70. i związany był z reformami otwierającymi kraj na resztę świata, a wprowadzonymi przez Denga Xiaopinga¹.

Początki podróŜowania o charakterze turystycznym po terytorium Chin datuje się jednak na tysiące lat wstecz. Cesarze, uczeni czy zakonnicy byli w czasach staroŜytnych częstymi podróżnikami w związku ze swoją pozycją — władzą, a poszukiwania naukowe lub po prostu wolny czas uprawniały do częstego przemieszczania się². Obecnie Chińska Republika Ludowa jest trzecim najczęściej odwiedzanym krajem na świecie, a jednocześnie zdecydowanym liderem w tej kategorii wśród krajów Azji i Pacyfiku³.

W 1999 r. w Chinach odnotowano 72,8 mln przyjazdów z zagranicy, z czego blisko 90 proc. dotyczyło obywateli Hongkongu, Makau i Tajwanu. Wpływy z tych wizyt szacowano na 14 mld. dolarów⁴. W 2008 r. było to już ponad 130 mln przyjazdów gości z zagranicy. Nie wszyscy odwiedzający, rzecz jasna, przyjeżdŜają w celach turystycznych, niemniej jednak dane te dają informacje o skali zjawiska. Liczbę wizyt o charakterze *stricte* turystycznym można było w tym roku oszacować na 55 milionów⁵.

Plany Chińskiego Narodowego Urzędu ds. Turystyki (Chinese National Tourism Administration — CNTA) zakładają między innymi, że do 2020 r. Chiny staną się głównym celem międzynarodowych przyjazdów, odnotowując od 210 do 300 mln zagranicznych przyjazdów. Ponadto wpływy z turystyki przyjazdowej

¹ G. Becker, *Etyczne problemy modernizacji Chin* [w:] *Chiny. Rozwój społeczeństwa i państwa na przełomie XX i XXI wieku*, red. K. Tomala, K. Gawlikowski, Warszawa 2002, s. 49–93.

² Z. Guangrui, *China's Tourism Since 1978: Policies, Experiences and Lessons Learned* [w:] *Tourism in China*, red. A. Lew, L. Yu, J. Ap, Z. Guangrui, Binghamton 2003, s. 13–34.

³ *China Tourism Report Q3 2009*, London 2009, Business Monitor International, s. 8.

⁴ Z. Guangrui, *China's Tourism...*, op. cit., s. 13–34.

⁵ *China Tourism Report Q3 2009...*, op. cit., s. 9.

i wewnętrznej będą wynosiły 3 600 mld RMB, czyli 8 razy więcej niż w 2000 r. Kwota ta będzie stanowiła 11 proc. chińskiego PKB⁶.

Rynek turystyczny ma także olbrzymie znaczenie dla gospodarki Chińskiej Republiki Ludowej. Światowa Rada Podróży i Turystyki (World Travel and Tourism Council — W TTC) szacuje, że w 2011 r. całkowity wkład przemysłu turystycznego stanowił 9,2 proc. chińskiego PKB. Pod względem kwot, jakie kraj ten zyskuje na turystyce, Chiny plasują się na drugim po Stanach Zjednoczonych miejscu na świecie, z 643 mld dol. pochodzącymi z turystyki. To również gałąź przemysłu generująca (także pośrednio) 61 mln miejsc pracy. Liczba ta sprawia, że Chiny znajdują się na pierwszym miejscu na świecie pod względem zatrudnienia generowanego przez turystykę⁷.

Liczne atrakcyjne regiony kraju nie są wykorzystane turystycznie głównie z powodu niewystarczającej obsługi hotelowej i słabego dostępu. Najliczniej odwiedzane są stare i zabytkowe miasta, takie jak Szanghaj, Pekin, Nankin, Suzhou i Xi'an oraz fragmenty Wielkiego Muru Chińskiego i park krajobrazowy z formami krasowymi w okolicach Guilin. Zaczyna się także wykorzystywać walory plaż południowego wybrzeża, głównie na wyspie Hajnan. Strategia rozwoju turystyki w Chinach przejawia się między innymi w wyborze tak zwanych kluczowych miast turystycznych, które mogą cieszyć się najwyższym priorytetem w programie narodowego rozwoju turystyki. Miastami o takim charakterze są Pekin, Szanghaj, Guangzhou (Kanton), Guilin, Xi'an oraz Suzhou i Hangzhou⁸.

Ograniczenia ruchu turystycznego

Choć ruch turystyczny w Chinach rozwija się z roku na rok w bardzo szybkim tempie to istnieje kilka płaszczyzn, na których jest on w istotny sposób ograniczony. Możemy mówić o ograniczeniach przestrzennych, czasowych i klasowych. Ograniczenia przestrzenne dotyczą obszarów stanowiących cele podróży, ponieważ nie podróżujemy wszędzie. Ograniczenia czasowe odnoszą się do konkretnych okresów w skali roku, w trakcie których ruch turystyczny nabiera znacznego nasilenia — nie podróżujemy zawsze. Ograniczenia klasowe wiążą się natomiast z grupami społecznymi, które w wyjazdach turystycznych uczestniczą — nie podróżuje bowiem każdy. Turystyka wewnętrzna dotyczy w przeważającym stopniu nowopowstającej i nowobogacącej się klasy średniej. Sorman uważa, że w głównej

⁶ Z. Guangrui, A. A. Lew, *Introduction: China's Tourism Boom* [w:] *Tourism in China*, red. A. Lew, L. Yu, J. Ap, Z. Guangrui, Binghamton 2003, s. 3–11.

⁷ *Travel and Tourism Economic Impact 2012 — China*, World Travel and Tourism Council, London 2012, <http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/china2012.pdf>, [01.06.2012].

⁸ G. Xu, *Tourism and Local Economic Development in China. Case studies of Guilin, Suzhou and Beidaihe*, Richmond 1999, s. 31.

mierze są to biurokraci, wyżsi rangą oficerowie oraz ich rodziny⁹. Klasa robotnicza wyjazdów turystycznych nie doświadcza wcale, a jeśli już, to w postaci kilkunastu podróży organizowanych przez zakłady pracy.

Ograniczenia przestrzenne

Podobnie jak i w innych krajach, w Chinach mamy do czynienia z polaryzacją przestrzeni turystycznej. Pewne regiony, a szczególnie określone w nich obszary znane są jako podstawowe destynacje turystyczne Chin. Należą do nich m.in.:

- Pekin i okoliczne fragmenty Wielkiego Muru.
- Guilin w prowincji Guangxi i jego okolice: Yangshuo wraz z krajobrazem gór krasowych i rzeką Li oraz tarasy ryżowe niedaleko Longsheng.
- Północna część prowincji Yunnan (Shangri-la, Wąwóz Skaczącego Tygrysa, Lijiang, Dali).
- Xi'an oraz znajdujące się kilkanaście kilometrów od miasta Muzeum Armii Terakotowej.
- Miasta przy ujściu rzeki Jangcy (Szanghaj, Hangzhou, Suzhou).

Na drugim biegunie takiego kontinuum turystyczności poszczególnych obszarów możemy wyróżnić regiony o bardzo niskim stopniu nasycenia turystycznego. Można to rozpatrywać w skali danego regionu na poziomie poszczególnych miast albo bardziej globalnie, w skali całego kraju na poziomie poszczególnych prowincji. W przypadku tej drugiej klasyfikacji do najrzadziej odwiedzanych przez turystów prowincji należą między innymi Tybet, Xinjiang, Qinghai, Ningxia oraz Mongolia Wewnętrzna¹⁰. Na sytuację „nieturystyczności” przedstawionych regionów ma wpływ kilka czynników. Po pierwsze jest to peryferyczność regionu. Im dalej dany region znajduje się od głównych centrów turystycznych i przemysłowych kraju, tym ma mniejszą szansę na przyciągnięcie turystów. Wszystkie przedstawione regiony można nazwać peryferycznymi — są one odległe od największych miast i najważniejszych ośrodków przemysłowych oraz najbardziej znanych atrakcji turystycznych. Drugim czynnikiem jest infrastruktura transportowa i turystyczna, a właściwie jej deficyt w owych peryferycznych prowincjach. Niewystarczająca ilość dobrej jakości dróg, szybkich i wygodnych połączeń kolejowych lub częstych i przystępnych cenowo lotów, a także bazy noclegowej czy nawet odpowiednio wykształconych mieszkańców wpływa na obniżenie się zainteresowania turystów danym regionem. Trzecim czynnikiem jest obecność atrakcji turystycznych. Mimo że w każdej z tych prowincji znajdują się piękne krajobrazy, to nie są one promowane, nie są znane szerokiej publiczności ani też nie są uznawane za podstawowe

⁹ G. Sorman, *Rok koguta*, Warszawa 2006, s. 129.

¹⁰ E. Atherinos, *Tourism in China: Regional Distribution and Economic Impact*, „Estudios Económicos Regionales Y Sectoriales” 2003, Vol. 3–2, s. 45–60.

atrakcje turystyczne Chińskiej Republiki Ludowej. Czwartym czynnikiem wpływającym na przestrzenne ograniczenia ruchu turystycznego jest polityka władz centralnych. To polityka, choć wymieniona w ostatniej kolejności, w pewnych wypadkach stanowi najważniejszy czynnik, ponieważ może wpływać na wiele kwestii i sterować wieloma elementami.

Do najistotniejszych instrumentów, za pomocą których polityka władz centralnych oddziałuje na ruch turystyczny, należą ograniczenia wizowe lub konieczność posiadania dodatkowych zezwoleń na wjazd do pewnych regionów. Sytuacja taka ma miejsce przy próbie wjazdu obcokrajowców do niektórych części prowincji Gansu lub Xinjiang. Na przykład ruch turystyczny w autonomicznej tybetańskiej prefekturze Gannan, która znajduje się na południu prowincji Gansu, jest dokładnie rejestrowany. Zagraniczny podróżnik, kupując bilety autobusowe do miast znajdujących się na terenie tej prefektury, zobowiązany jest przedstawić kopię pierwszej strony swojego paszportu oraz strony, na której znajduje się chińska wiza, a dokumenty następnie przekazywane są lokalnej policji. W przypadku Tybetu zablokowana jest całkowicie możliwość wjazdu do tej prowincji dla obcokrajowców. Aby się tam dostać, konieczne jest uzyskanie specjalnych pozwoleń — pozwolenie Tybetańskiego Biura Turystycznego (Tibet Tourism Bureau) stanowi zezwolenie na wjazd do prowincji i pobyt w Lhasie, jej stolicy, natomiast aby poruszać się poza stolicą konieczne jest dodatkowe zezwolenie nazywane *Alien Travel Permit*. Ich uzyskanie możliwe jest wyłącznie poprzez wykupienie w agencji turystycznej zorganizowanej wycieczki i poruszanie się w towarzystwie przewodnika. Pozwolenia te sprawdzane są przed wejściem na pokład samolotu lecącego do Lhasy, przed wejściem do pociągu czy przed kupnem biletów autobusowych, a także na licznych punktach kontrolnych na głównych drogach prowincji. Całkowicie zabronione jest samodzielne poruszanie się po terenie Tybetu oraz korzystanie z komunikacji publicznej. Od czasu do czasu, szczególnie w okresie ważnych dla Tybetu rocznic, chińskie władze całkowicie zamykają prowincję dla obcokrajowców, nawet tych korzystających z wycieczek organizowanych przez chińskie agencje turystyczne. Ostatnio sytuacja taka miała miejsce od 20 lutego do 30 marca 2012 r. w związku z rocznicą wielkiego powstania w 1959 roku¹¹. Zaznaczyć však należy, że ograniczenia te dotyczą jedynie obcokrajowców. Przy polityce propagującej sinizację Tybetu, władze Chińskiej Republiki Ludowej zachęcają Chińczyków Han nie tylko do turystycznych wizyt w tej prowincji, ale także do osiedlania się tam na stałe.

Oddziaływania na ruch turystyczny za pomocą ograniczeń wizowych nie dotyczą tylko turystów zagranicznych. Sytuacja taka ma miejsce również na granicy CHRL z Hongkongiem, własną prowincją, do której obywatele Chin mogą wjechać jedynie posiadając odpowiednią wizę. Jeśli Pekin chce gospodarczo pomóc kapitalistycznemu Hongkongowi, wystarczy, że poluzuje przepisy wizowe w kilku dużych chińskich miastach i w efekcie odkręci kran z chińskimi turystami. Dzięki takim

¹¹ R. Stefanicki, *Mnisi palą się w Tybecie*, „Gazeta Wyborcza”, 24 stycznia 2012, nr 19:7444, s. 9.

zabiegom w 2008 r. siedmiomilionowy Hongkong gościł blisko 30 mln turystów, z czego 80 proc. pochodziło z Chin¹².

Drugim czynnikiem, za pomocą którego mogą oddziaływać władze, są inwestycje. Bez nakładów finansowych na infrastrukturę peryferyczne prowincje mają mniejsze szanse na rozwój przemysłu turystycznego. Ważnym czynnikiem jest również promocja. W dzisiejszych czasach, w dobie turystyki masowej, tylko wypromowane rejony mają szansę na przyciągnięcie większej liczby turystów. Bez właściwych komunikatów marketingowych, informacji oraz obecności w ofertach lokalnych agencji turystycznych, dany region odwiedzany będzie jedynie przez nielicznych „zagubionych” w Państwie Środka podróżników.

Ograniczenia czasowe

Ruch turystyczny w Chinach, szczególnie ten wewnętrzny, jest bardzo silnie ograniczony czasowo. Oczywiście, podobnie jak w większości krajów, jest to w dużym stopniu związane ze zmianami pór roku — podróże odbywają się przeważnie w trakcie cieplejszych miesięcy. Istnieje jednak jeszcze jeden, typowy dla tego kraju czynnik wpływający na ograniczenie ruchu turystycznego w pewnych okresach, a raczej na jego ogromny wzrost w innych. Ma to związek z obowiązującą w Chinach polityką zatrudnienia. W przeciwieństwie do sytuacji, która ma miejsce na Zachodzie, przeciętny chiński pracownik ma dużo mniejszą swobodę wyboru okresu, w którym może uzyskać od pracodawcy urlop. Zamiast świadomie wybranego przez konkretnego pracownika terminu urlopu cały kraj ma przymusowe wakacje dokładnie w tym samym czasie podczas trzech z góry określonych okresów, zwanych „złotymi tygodniami”. Zostały one wprowadzone w 1999 r. przez rząd centralny z zamiarem promowania wewnętrznego ruchu turystycznego i napędzania tym samym konsumpcji oraz zapewnienia wzrostu standardu życia¹³. „Złotymi tygodniami” nazwane zostały okresy obejmujące dni skupione wokół kilku najważniejszych w Chinach świąt. Pierwszym jest Chiński Nowy Rok. Jest to święto przypadające zazwyczaj w styczniu lub lutym, a jego termin jest zmienny w zależności od kalendarza księżycowego. Obchody Chińskiego Nowego Roku trwają 2 tygodnie, jednak większość osób nie pracuje jedynie podczas pierwszego tygodnia. Chiński Nowy Rok to najważniejsze święto w tym kraju i w największym stopniu uaktywnia się w jego trakcie przestrzenna mobilność Chińczyków. Podróżują oni głównie do swoich rodzinnych miejscowości, aby uczestniczyć w spotkaniach rodzinnych, jednak uaktywniają się także turystycznie, bardzo licznie odwiedzając główne atrakcje kraju¹⁴. Drugim w kolejności chronologicznej jest Święto Pracy,

¹² M. Kruczkowska, *Hongkong żywi się Chinami*, „Gazeta Wyborcza”, 7 stycznia 2010, s. 12.

¹³ Z. Guangrui, A. A. Lew, *Introduction: China's...*, op. cit. s. 3–11.

¹⁴ M. Łochowski, *Życie codzienne w Pekinie 1999–2001*, Warszawa 2002, s. 105n.

które przypada 1. maja. Do 2007 r. było świętem, którego obchody trwały przez cały tydzień, obecnie jednak wskutek zmian prawnych trwają one jedynie trzy dni. Mimo tych zmian, jest to okres bardzo intensywnych wojaży o charakterze turystycznym, w których uczestniczy chińska klasa średnia i robotnicza. Trzecim świętem tworzącym „złoty tydzień” jest Narodowy Dzień Chin upamiętniający rocznicę proklamowania Chińskiej Republiki Ludowej. Choć dzień ten wypada 1. października, to celebrowany jest przez cały tydzień. Obecnie, począwszy od 2008 r., jest drugim po Chińskim Nowym Roku okresem najbardziej wzmożonego ruchu turystycznego w Państwie Środka. Szacuje się, że w momencie powstania „złotego tygodnia” wokół Narodowego Dnia Chin, w podróż udało się 28 mln Chińczyków. W 2007 r. ta liczba zwiększyła się do 120 milionów¹⁵.

Polityka rządu sprawia, że ludności narzucane są nie tylko pewne okresy, w których mogą wypoczywać lub podróżować, ale także pewne miejsca, w które powinni się udawać w celach turystycznych. Dzieje się tak za sprawą bardzo rozpowszechnionej idei wycieczek pracowniczych, które zakłady pracy organizują dla swoich pracowników, a czasami też ich rodzin w trakcie „złotych tygodni”.

Kolektywne podróżowanie

Zjawiskiem niezwykle istotnym w analizie ruchu turystycznego w Chińskiej Republice Ludowej jest fenomen kolektywnego podróżowania. Zachodni turyści, szczególnie ci, którzy na własną rękę podróżują po Chinach, szczerzą się swoją wolnością oraz niezależnością swojej podróży, dziwiąc się tym samym innej perspektywie podróżowania, która jest obecna w komunistycznych Chinach. W polskim, a szerzej powiedziawszy, w zachodnim modelu podróżowania, wycieczki wewnątrz krajowe organizowane są w większości przez samych turystów, bez pośrednictwa agencji turystycznych. Jedynie organizacja wyjazdów zagranicznych jest powszechnie powierzana specjalizującym się w tym biurom podróży. Część turystów, choćby z powodu bariery językowej, nie wyobraża sobie możliwości odwiedzenia obcego kraju, gdyby nie wykupiony w pakiecie w biurze podróży transport, zakwaterowanie i opieka pilota. Podobnie rzecz ma się w przypadku wewnętrznego ruchu turystycznego w Chinach, w tym jednak przypadku turyści preferują korzystanie z wyjazdów zorganizowanych, uważając, że nie ma innej możliwości poznania swojego własnego kraju.

Sytuacja taka związana jest z kilkoma czynnikami, z których najistotniejszym jest istniejąca w wielu krajach wschodniej Azji kolektywistyczna mentalność, nastawiona w dużo większym stopniu na społeczność niż na jednostkę¹⁶. Ponadto

¹⁵ Y. Zhonghua, *Golden Week holidays bolster nation's economy since 1999*, „China View”, http://news.xinhuanet.com/english/2007-09/24/content_6784971.htm, [01.03.2012].

¹⁶ J. Miluska, *Społeczno-kulturowe podstawy procesu kształtowania tożsamości we współczesnym*

specyficznie chińskim zjawiskiem jest fenomen *guanxi*, czyli stosunków, układów, znajomości lub kręgów towarzyskich¹⁷. *Guanxi* buduje się przez całe życie drobnymi i często umykającymi oczom cudzoziemców rytuałami polegającymi na wymianie uprzejmości, drobnych podarunkach czy wizytach. Choć mają charakter nieformalny, wpływają na różne dziedziny życia, na przykład mają istotne znaczenie przy zatrudnianiu pracowników i wyborze partnera do interesów. Duża liczba osób odwiedzających daną atrakcję turystyczną jest również na zasadzie społecznego dowodu słuszności potwierdzeniem jej atrakcyjności. Carter przytacza wypowiedź chińskiego turysty zapytanego o fenomen kolektywnego podróżowania: „Lubimy jechać tam, gdzie jadą wszyscy. Jeśli nie ma tłumów, to oznacza, że nie jest to dobre miejsce do odwiedzania”¹⁸. Nie bez znaczenia są także dziesięciolecia trwającego po dziś dzień w Chinach komunizmu i związanej z nim indoktrynacji, która przyczyniła się do bierności obywateli w kwestiach samodzielnego zorganizowania podróży. Pojawiają się wręcz stwierdzenia, że cechą wschodnich Azjatów jest pasywność, np. Hajime Nakamura pisze, że istnieją dowody, iż jest to istotna cecha myślenia Chińczyków i Hindusów¹⁹. Cytowany przez Cartera pracownik chińskiej agencji turystycznej z zadziwiającą pewnością siebie wyznaje: „Zapewniam gwarantowany transport, zakwaterowanie i zniżkowe bilety wstępu. Wszystko w jednym pakiecie. Bez agencji organizujących grupy turystyczne, jak moja, podróżowanie po Chinach byłoby niemożliwe!”²⁰.

Wyjaśnieniem kolektywnego charakteru podróżowania Chińczyków jest też polityka rządu centralnego zachęcającego zakłady pracy do organizowania czasu swoim pracownikom i ich rodzinom. Dlatego też wiele zakładów, szczególnie w okresach „złotych tygodni”, organizuje krótkie wycieczki do określonych atrakcji turystycznych. W związku z tym niezależność zastępowana jest planem wycieczki, a przyjemność z przygody — wygodą podróżowania. Trudno się jednak takiemu zjawisku dziwić, szczególnie w Chinach, gdzie ilość wolnego czasu jest bardzo limitowana. Jarosław Jura pisze, że chińscy turyści „czasami za mało wiedzą nawet o własnym kraju, o jego bogatej historii i tradycji kulturowej, bardzo często nie chcą lub nie potrafią się zagłębić w piękno przyrody własnego kraju, wyłączwszy parę wyłożonych betonem i schodami szlaków prowadzących do atrakcyjnych turystycznie świątyń w górach”²¹. Sytuacja taka powoli się zmienia i współcześnie można zaobserwować coraz więcej Chińczyków podróżujących indywidualnie,

świecie, „Przegląd Zachodni”, 2006, nr 4, s. 3–23.

¹⁷ D. Leszczyński, R. Konik, *Chinlandia*, Kobierzyce 2010, s. 59n.

¹⁸ T. Carter, *The Phenomena of Collective Travel*, „Beijing Review” (http://www.bjreview.com.cn/eye/txt/2006-12/17/content_51146.htm), [01.03.2012].

¹⁹ H. Nakamura, *Systemy myślenia ludów wschodu. Indie. Chiny. Tybet. Japonia*, Kraków 2005, s. 33.

²⁰ T. Carter, *The Phenomena...*, op. cit., passim.

²¹ J. Jura, *Czy jest tam coś dobrego do jedzenia, czyli o turystyce i nie tylko* [w:] *Polsko-Chińskie różnice kulturowe. Ciekawe doświadczenia*, red. H. Jiang, Opole 2009, s. 97–100.

a nawet poza utartymi szlakami, wciąż jednak tacy podróżni należą do zdecydowanej mniejszości.

Inną charakterystyczną cechą chińskiego ruchu turystycznego jest rytualizm pewnych zachowań, na przykład pór spożywania posiłków. Polscy turyści znajdujący się na wycieczce zagranicznej spożywają często śniadanie czy obiad w pośpiechu, ponieważ szkoda im na to czasu, a „zwiedzanie czeka”. Chińscy turyści przyzwyczajeni są natomiast do związanej z posiłkami rytualności — *wufan*, czyli obiad z dokładnością zegarka rozpoczyna się o godzinie 12:00. Wiozący turystów kierowcy zatrzymują wówczas autokary przy najbliższej restauracji, dając turystom czas na posilenie się²². Proces ten jest co najmniej tak samo ważny, jak samo zwiedzanie.

Turystyka w Chinach w świetle koncepcji socjologicznych

W dalszej części artykułu omówione zostaną wybrane koncepcje odnoszące się do socjologicznego badania turystyki i związanych z nią zjawisk. Będą to: semiotyka turystyki Deana MacCannella, jego pojęcie sakralizacji widoku i obrzędowości w turystyce; koncepcja transformacji atrakcji turystycznych Erika Cohena; koncepcja pseudowydarzeń Daniela Boorstina, a także enklawizacja przestrzeni turystycznej Tima Endersona. Każda z tych koncepcji odniesiona zostanie do przykładów zachowań i procesów turystycznych oraz infrastruktury turystycznej w Chińskiej Republice Ludowej.

Semiotyka turystyki

Prekursorem semiotycznego, a konkretniej semiotyczno-dramaturgicznego ujęcia turystyki, jest Dean MacCannell, który w swojej wydanej w 1976 r. książce *„The Tourist. A New Theory of the Leisure Class”* (polskie wydanie z 2002 r.: „Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej”) przedstawił turystykę jako jedno z najbardziej znaczących zjawisk współczesności. Turysta jest dla MacCannella wręcz metaforą człowieka współczesnego, nowoczesnego²³.

MacCannell rozwinął wprowadzone przez Cohena pojęcie atrakcji turystycznej, która jest głównym źródłem dostarczania doświadczeń kulturowych. Atrakcjami mogą być zamki, budynki, pomniki, muzea, parki, dawne fabryki, świątynie, zachowania w miejscach publicznych i inne elementy danego kraju, które są widocznymi reprezentacjami struktury społecznej. Także tego, co w społeczeństwie jest negatywne. Zwiedza się zatem również slumsy, miejsca zbrodni czy zdegradowane

²² Ibidem.

²³ D. MacCannell, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawa 2001, s. 1.

środowisko naturalne²⁴. MacCannell definiuje atrakcję jako „empiryczny związek pomiędzy turystą, widokiem i oznacznikiem, który jest informacją o widoku”²⁵. W związku z tym, że nie można zdefiniować „widoku” w sposób bezpośredni i naturalistyczny, konieczny jest oznacznik, aby nadać mu status atrakcji turystycznej. Oznacznik może przybierać różną formę. Mogą nim być słowa oprowadzającego przewodnika, napisy przed wejściem do danego miejsca, informacja na mapie, dane w przewodniku książkowym, czy nawet sprzedawane w pobliżu pamiątki, widokówki lub znaczki.

Odwołując się do przykładów atrakcji turystycznych na gruncie chińskim, można odnaleźć wiele miejsc, w których istnienie oznacznika nadaje sens danemu miejscu jako właśnie atrakcji. Bez odpowiedniego oznacznika, dom, w którym urodził się Mao Zedong byłby tylko jednym z wielu znajdujących się w Chinach starych domostw, a nie tym, czym jest obecnie — jedną z najczęściej odwiedzanych atrakcji w prowincji Hunan i dumą miasta Shaoshan, w którym się znajduje. Innym przykładem może być grobowiec Konfucjusza w Qufu w prowincji Shandong. Gdyby nie istniał oznacznik w postaci informacji, czyj jest to nagrobek, miejsce to byłoby tylko zwykłym nierzucającym się w oczy monumentem. Oznacznik, czyli chociażby napisy przed wejściem do kompleksu konfucjańskiego, sprawia, że miejsce nabiera szczególnego charakteru i przyciąga każdego roku miliony zwiedzających. Uzmysławia jakościową różnicę między jednym a drugim pomnikiem lub pomiędzy jedną a drugą rezydencją.

Warto w tym miejscu odnieść się do idei współczynnika humanistycznego wielkiego polskiego socjologa, Floriana Znanieckiego, która o wiele lat wyprzedza myśl MacCannella. Choć MacCannell się do Znanieckiego nie odnosił, to jednak jego koncepcja mieści się w jednej z interpretacji teorii Znanieckiego, dla którego „kupka ziemi” w doświadczeniu narodu polskiego „staje się kopcem Kościuszki”²⁶.

Zgodnie z koncepcją MacCannella, turysta nie widzi danego miasta czy kraju jako takiego, ale poszczególne obiekty, które się na nie składają. Dopiero konfiguracja tych obiektów sprawia, że turysta interpretuje kraj, który zwiedza, jako Chiny, a nie na przykład Rosję czy Indie. Oznaczniki w postaci poszczególnych charakterystycznych miejsc czasami przemieniają się w symbole krajów, w których się znajdują. W przypadku Chin tak stało się z Wielkim Murem, Zakazanym Miastem czy Terakotową Armią. Można przypuszczać, że większość obcokrajowców nie wie dokładnie, w której części Chin znajduje się Wielki Mur, ale zdaje sobie sprawę, że jest głównym symbolem kraju jako takiego.

MacCannell dużo miejsca w swoich rozważaniach poświęcił procesowi sakralizacji widoku: „Cud porozumienia przekraczającego granice państw i narodów opiera się na skomplikowanym zestawie mechanizmów instytucjonalnych oraz

²⁴ K. Podemski, *Socjologia podróży*, Poznań 2004, s. 60.

²⁵ D. MacCannell, *Turysta. Nowa teoria...*, op. cit., s. 64.

²⁶ Por. F. Znaniecki, *Socjologia wychowania*, t. 1, Warszawa 1973, s. 114n.

dwuwymiarowym procesie sakralizacji widoku, której odpowiada obrzędowe zachowanie turystów²⁷. Owa obrzędowość, a wręcz rytualizm, polega na odczuwaniu przez turystę przymusu poszukiwania i oglądania obiektów uznanych za atrakcje turystyczne. Stają się one Świętym Graalem dla turysty. W przypadku Chin, wizyta zagranicznego turysty w tym kraju nie może się odbyć bez wspinaczki na któryś z odcinków Wielkiego Muru Chińskiego. Wspinaczka ta współcześnie w większości przypadków nie jest już kilkudziesięciominutową wędrówką pod górę, tylko kilkuminutową przejażdżką koleją linową.

Obrzędowość polega również na wykonywaniu charakterystycznych czynności w odwiedzanych atrakcjach turystycznych lub fotografowaniu się z nimi w specyficzny sposób. W Europie najbardziej znany przykład dotyczy Pizy, w której każdego dnia tysiące ludzi ustawia się do fotografii tak, aby stworzyć efekt podtrzymywania przez nich krzywej wieży. W Chinach również obecne są podobne praktyki i dotyczą co najmniej dwóch znanych autorowi miejsc. Jednym z nich jest miasto Leshan w prowincji Sichuan, w którym znajduje się wpisany na listę UNESCO największy posąg Buddy na świecie, stanowiący jednocześnie jedną z największych atrakcji turystycznych w tej części kraju. Popularną formą obrzędowego sposobu fotografowania się na tle tego posągu jest stwarzanie efektu „dotykania” przez turystę nosa lub ucha Buddy na zdjęciu, co ma rzekomo przynieść szczęście²⁸. Drugim przykładem miejsca, w którym odbywają się tego rodzaju praktyki, jest Księżycowe Wzgórze w okolicach Yangshuo w prowincji Guangxi — duże wzgórze krasowe z naturalnym łukiem, który z dużej odległości ma kształt półksiężyca. Księżycowe Wzgórze, podobnie jak i całe okolice Yangshuo, jest miejscem niezwykle popularnym i jednym z najczęściej odwiedzanych w Chinach. Sposób fotografowania się tam turystów również ma charakter obrzędowy, ponieważ zdecydowana większość Chińczyków, a także część obcokrajowców, pozuje do zdjęć tak, by na zdjęciu wyszedł efekt „podtrzymywania księżyca”. Na placu nieopodal wzgórza, gdzie zazwyczaj parkują autokary turystyczne, obok budek z pamiątkami, znajdują się specjalne miejsca, gdzie turyści mogą za drobną opłatą sfotografować się na postumencie, pośród kwiatów, „podtrzymując księżyc”.

Wspomniane ikoniczne obiekty (jak Koloseum, Wieża Eiffla, Kreml czy Wielki Mur Chiński), stają się atrakcjami turystycznymi, a później oznacznikami swoich krajów w wyniku procesu, który MacCannell nazywa sakralizacją. Sakralizacja składa się z pięciu faz — nazwania obiektu (wyodrębnienie z tła), ujęcia w ramy i podniesienia, umieszczenia na ołtarzu, mechanicznej reprodukcji obiektu (powielanie obiektu na widokówkach, w postaci miniaturek — pamiątek) oraz fazy społecznej reprodukcji (okoliczne instytucje i obiekty odwołują się do atrakcji i jej nazwy)²⁹. Atrakcją turystyczną, która ulega sakralizacji i jest poddawana obrzęd-

²⁷ D. MacCannell, *Turysta. Nowa teoria...*, op. cit., s. 66.

²⁸ Własna obserwacja autora.

²⁹ D. MacCannell, *Turysta. Nowa teoria...*, op. cit., s. 68n.

wości, może być nie tylko konkretny obiekt czy budynek. Może być to cała dzielnica, jak w przypadku starego miasta w Pingyao lub Lijiang, może to być również święto, jak na przykład obchody Chińskiego Nowego Roku, a nawet grupa etniczna (ludy Hani czy Naxi zamieszkujący w prowincji Yunnan). Atrakcję mogą stanowić środki transportu, na przykład riksze; a także wybrane profesje i trudniący się nimi ludzie — tutaj przywołać można rybaków dokonujących połowów przy pomocy kormoranów na rzece Li.

Transformacja atrakcji turystycznych

Erik Cohen, współczesny socjolog turystyki, podobnie jak i MacCannell, w swoich pracach krytykował współczesne oblicze turystyki, szczególnie turystyki masowej, która stanowi gotowy produkt, ofertując w pakiecie wszystko, czego może potrzebować podróżujący. Tak zorganizowana wycieczka sprzedawana przez branżę turystyczną sprawia iluzoryczne wrażenie, że turysta zakosztuje nowości i odmienności bez doświadczania żadnego fizycznego dyskomfortu. Cohen pisze, że taki sposób podróżowania to tak naprawdę obserwowanie bez doświadczania w ogóle³⁰. Masowa turystyka ma dać iluzję prawdziwej przygody, w której jednak wszystkie ryzyka i niedogodności zostaną usunięte. Zdaniem Cohena dzieje się tak za sprawą dwóch mechanizmów, które nazywa on transformacją atrakcji turystycznych oraz standaryzacją usług.

Głównym celem turystyki masowej jest odwiedzanie miejsc popularnych, rzeczywistych bądź nie. Jednakże, nawet jeśli są one prawdziwe, istnieje tendencja do jeszcze większego ich uatrakcyjniania, do sprawiania, by były one odpowiednie do konsumpcji turystycznej. Cohen to zjawisko nazywa transformacją³¹.

Analizując ruch turystyczny w Chinach, można znaleźć wiele przykładów takiego rodzaju uatrakcyjniania. We wspomnianym parku krajobrazowym gór krasowych w okolicach Yangshuo, szczególnie w szczycie sezonu turystycznego, spotkać można... wielbłądy, mimo iż miejsce to znajduje się w subtropikalnej prowincji Guangxi. Możliwość sfotografowania się za odpowiednią opłatą na wielbłądzie, albo nawet krótka przejażdżka na nim, stanowi dodatkowe uatrakcyjnienie wizyty w tym zachwycającym przyrodniczo miejscu. Wielbłądy znajdują się tam specjalnie i wyłącznie na potrzeby przebywających w tym miejscu turystów. Innym przykładem są wypożyczalnie strojów ludowych bądź strojów z epoki cesarskiej, które znajdują się na terenie całych Chin. W tym wypadku możliwość sfotografowania się w stroju z minionej epoki stanowi dla turystów dodatkowe uatrakcyjnienie pobytu w danym miejscu (tak jest na przykład pod Pałacem Letnim w Pekinie, gdzie sytuacja pozowania do takich zdjęć została zaobserwowana przez autora). Prze-

³⁰ E. Cohen, *Toward a Sociology of International Tourism*, "Social Research", 1972, 39:1, s. 164–182.

³¹ Ibidem.

jawem transformacji są także dorożki lub riksze, które zajeżdżają na historyczne place turystycznych miast. W okolicach pekińskich hutongów organizuje się specjalne wycieczki rikszami po najbliższej okolicy, aby wzbogacić ofertę turystyczną miasta i wzmocnić wrażenia turystów z pobytu w stolicy Chin. Transformacja zmienia oblicze całych miast — ich historyczne starówki zostają przekształcone w żywe muzea, stają się skansenami, do których niejednokrotnie trzeba wykupić bilet wstępu. Tak dzieje się na przykład w popularnym Lijiang położonym na północy prowincji Yunnan.

Zaobserwować można także zmianę charakteru najważniejszych świąt i festiwali, które w popularnych turystycznie miejscach zostają jeszcze bardziej ubarwione, aby zadowolić obserwujących takie wydarzenia turystów. Sytuacja taka dotyczy przede wszystkim świąt mniejszości etnicznych, które są źródłem zabawy dla podróżnych chińskich. Wcześniejsza obcość tych świąt została przez przemysł turystyczny oswojona i skomercjalizowana. Tancerki biorące udział w pokazach tradycyjnego tańca, szczególnie mniejszości etnicznych, ubrane są w stroje nawiązujące do tradycji ludu, z którego pochodzą. Co istotne, nie są to stroje oryginalne, lecz przerobione w taki sposób, aby wzbudzić większe zainteresowanie widzów. Tak więc suknie tancerek są bardziej skąpe, odsłaniające ciało, by mogły przykuwać uwagę turystów, którzy przecież zapłacili za spektakl.

Najdalej idącym przykładem transformacji atrakcji turystycznej jest zmiana nazwy całego miasta, w celu jeszcze większego wzbogacenia już i tak urokliwej zabudowy i górzistej okolicy. Zabieg taki zastosowany został w przypadku miasta Zhongdian znajdującego się również w prowincji Yunnan. Władarze miasta zdecydowali się zmienić tę nazwę na Shangri-La, która nawiązuje do niedostępnej rajskiej krainy w Himalajach znanej z powieści „Zaginiony Horyzont” Jamesa Hilltona.

Koncepcja pseudowydarzeń

Daniel Boorstin, amerykański historyk kultury, postawił tezę, że współcześni ludzie nie są w stanie doświadczać rzeczywistości bezpośrednio, lecz robią to pośrednio, poprzez tzw. „pseudowydarzenia”, czyli sztucznie wykreowaną przez media rzeczywistość. Zdaniem Boorstina turystyka jest tego najlepszym przykładem³², ponieważ to właśnie w sferze aktywności turystycznej rzeczywistość jest nie tyle odtwarzana, co niejednokrotnie kreowana. Autor przeciwstawił krytykowaną przez siebie współczesną masową turystykę dawnym podróżom, pisząc o „utraconej sztuce podróżowania”. Dawniej podróżnik wybierający się w drogę podejmował ryzyko (czasami włącznie z utratą życia), współczesny turysta szuka natomiast wygody, żyje w sztucznym świecie klimatyzowanych hoteli i auto-

³² Por. D. Boorstin, *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, New York 1964, passim.

strad, w tzw. „turystycznej bańce”, izolującej go od tubylców i od zewnętrznego świata, który zastaje w odwiedzanym miejscu. Zdaniem Boorstina, turysta taki nie dąży do realnego poznania kultury odwiedzanego kraju bądź regionu i jego mieszkańców, tylko szuka przygotowanych specjalnie dla niego, jako turysty, atrakcji. Rynek turystyczny przygotowuje zatem sztuczne atrakcje turystyczne, gotowe pseudowydarzenia. Dla Boorstina turystyka jest działalnością powierzchowną, zastępczą, poszukiwaniem wymyślnych doświadczeń. Turystyka to zdemokratyzowana, a w konsekwencji strywializowana podróż. Masowi turyści, którzy zostają odizolowani (często na własne życzenie) od tubylców, odnajdują przyjemność w nieautentycznych uduwnieniach, pomijając zupełnie świat znajdujący się na zewnątrz. Atrakcje turystyczne w rozumieniu koncepcji pseudowydarzeń, to obiekty, które mało znaczą, ale dobrze się sprzedają³³. O ile transformacja w ujęciu Erika Cohena to uatrakcyjnianie istniejących i niewątpliwie istotnych atrakcji, o tyle pseudowydarzenia to atrakcje sztuczne, wymyślane w całości wyłącznie na potrzeby turystów.

Przykładów pseudowydarzeń we współczesnej turystyce można odnaleźć mnóstwo, obecne są również w bardzo wielu miejscach w Chinach. Najbardziej rzucającą się w oczy egzemplifikacją pseudowydarzeń są wieczory etniczne. Są to organizowane specjalnie dla turystów kilkugodzinne imprezy, podczas których turyście wydaje się, że poznaje lokalną kulturę. Dla odwiedzających Państwo Środka zachodnich turystów wydarzeniem takim będzie kolacja w „tradycyjnej chińskiej restauracji” serwującej „tradycyjną chińską kuchnię”, przy której wykonywane będą „tradycyjne chińskie tańce ludowe”. Celowo każde z tych określeń wzięte zostało w cudzysłów, ponieważ owo nawiązanie do tradycji jest działaniem sztucznym, dającym jedynie ułudę poznawania kultury. Wydarzenie takie jest przejawem komercjalizacji obcości kultury chińskiej dla turystów z zagranicy. Wieczór etniczny jest spektaklem wymyślonym i zaprojektowanym na potrzeby zwiedzających. Podczas niego tancerze odgrywają swoje role, a „lokalna kultura” podana jest w lekki i niewymagający żadnego zaangażowania sposób. Jest ona wręcz zbiorem stereotypów powielanych na potrzeby każdej wizyty. W podobny sposób organizowane są również tego rodzaju wieczory etniczne dla chińskich turystów poruszających się po swoim kraju. Są one bardzo popularne szczególnie na południu i zachodzie kraju, w częściach, które są zamieszkiwane przez wiele mniejszości etnicznych. „Spektakle” takie dają turyście poczucie poznawania kultury tych narodowości, nie są jednak realnym kontaktem z tą kulturą. W tym wypadku jest to komercjalizacja obcości kultury owych mniejszości na potrzeby turystów chińskich.

Na podobnej zasadzie opiera się funkcjonowanie tematycznych etnicznych parków rozrywki, które w Chinach również stają się coraz bardziej popularne. Doskonałym przykładem takiego miejsca, które świetnie wpisuje się w koncepcję

³³ K. Podemski, *Socjologia podróży...*, op. cit., s. 21.

Boorstina jako pseudowydarzenie, jest Dai Minority Park, czyli Park Tematyczny Ludności Dai.

Chińska Republika Ludowa to jedno z najbardziej zróżnicowanych etnicznie państw w Azji, oficjalnie uznaje się tam istnienie 55 mniejszości etnicznych. Według spisu powszechnego z lat 90. stanowią 8 proc. obywateli Chin, czyli około 90 mln ludzi³⁴. Tereny południowego Yunnanu przy granicy z Birmą oraz Laosem (głównie autonomiczny region Xishuangbanna) zamieszkiwane są przez mniejszość etniczną Dai. Interesującym świętem ludności Dai, ciekawym także z punktu widzenia turysty, jest tak zwany *Water Splashing Festival*. Tradycyjnie było to wydarzenie religijne celebrujące oczyszczającą moc wody, współcześnie jest raczej okresem dobrej zabawy podczas oblewania się wodą³⁵. Obchodzone jest co roku w połowie kwietnia. W pewnym miejscu ten festiwal ma jednak znacznie większe znaczenie (tudzież mniejsze, w zależności od punktu widzenia), ponieważ nie odbywa się jedynie raz w roku, ale... 2 razy dziennie. Wszystko po to, aby każdy turysta mógł „doświadczyć”. Mowa o Parku Tematycznym Mniejszości Dai, który znajduje się w mieście Menghan w pobliżu Jinghong w południowym Yunnanie. Miejsce to powstało pod koniec lat 90. XX w. Park jest bardzo popularny wśród chińskiej klasy średniej. Jest przejawem nowej formy rozrywki i turystyki w Chinach — tematycznych parków etnicznych. Park adresowany jest głównie do Chińczyków Han, którzy przyjeżdżają, by odkrywać to, co nazywają najbardziej egzotycznymi elementami swojego kraju. Egzotyczna dla Chińczyków obcość mniejszości Dai jest jednak w parku skomercjalizowana — z jednej strony złagodzona i nie narażająca na niewygody, z drugiej natomiast wyolbrzymiona poprzez nadmierne akcentowanie jej kolorytu. Chcąc poczuć odrobinę egzotyki, turyści mogą przenocować w tradycyjnych domach wewnątrz Parku. Początkowo właściciele domów, zachowując tradycje Dai, przygotowywali posłania na podłodze w głównej sali, jednak po narzekaniach turystów szybko tę praktykę zmieniono, przygotowując bardziej komfortowe warunki w osobnych sypialniach. Wielu chińskich turystów nie zauważa poruszającej nieautentyczności tego miejsca. Ponadto ciekawostką jest, że żaden spośród managerów tego parku rozrywki nie jest członkiem społeczności Dai, wszyscy są Chińczykami Han³⁶. Miejsce to przyciąga rocznie około 0,5 mln turystów, z których każdy płaci 100 RMB. Parki takie jak ten służą oczywiście do gromadzenia kapitału, jednak nierzadkie są głosy, że służą również celowi politycznemu — wzmocnieniu idei, że naród chiński obejmuje 55 ustalonych mniejszości etnicznych i ich terytoria, wszystkie rządzone przez Chińczyków Han. Podobnym, najbardziej znanym tego typu obiektem w Chińskiej Re-

³⁴ S. Szykiewicz, *Mniejszości etniczne [w:] Chiny. Przemiany państwa i społeczeństwa w okresie reform 1978–2000*, red. K. Tomala, Warszawa 2001, s. 335–367.

³⁵ A. H. Walle, *Marketing Equitable Ethnic Cultural Tourism in China*, „International Journal of China Marketing”, 2011, vol. 1(2), s. 57–69.

³⁶ E. Wong, *China's Han Flock to Theme Parks Featuring Minorities*, „The New York Times”, <http://www.nytimes.com/2010/02/24/world/asia/24park.html>, [01.03.2012].

publice Ludowej jest Chinese Ethnic Culture Park, zwany też China Nationalities Museum. Jest to połączenie muzeum i parku rozrywki przeznaczony głównie do Chińczyków Han.

Szeroko opisywanymi przez Daniela Boorstina przykładami pseudowydarzeń są także specyficzne typy muzeów, które nie zawierają eksponatów ważnych z punktu widzenia kultury czy dziedzictwa, ale jedynie z punktu widzenia turystyki, eksponaty relatywnie łatwo zastępowalne. Najlepszym jego zdaniem przykładem są muzea figur woskowych. Najbardziej znanym z nich jest Muzeum Figur Woskowych Madame Tussauds. Oprócz głównej siedziby w Londynie muzeum to otworzyło swoje filie w kilkunastu miastach na całym świecie. Dwie z nich znajdują się w Chinach — w Szanghaju oraz w Hongkongu. Oprócz postaci znanych zachodniemu odbiorcy w muzeach w Hongkongu i Szanghaju znajdują się woskowe figury takich ludzi jak Deng Xiaoping, Jiang Zemin czy Hu Jintao. Bilet wstępu do Madame Tussauds Shanghai kosztuje 150 RMB, czyli około 80 PLN. Cena wstępu do Madame Tussauds Hong Kong jest zbliżona. Abstrahując od rozważań, jak wysoka jest to kwota, jak na chińskie realia, warto zdawać sobie sprawę z tego, że jest ona dużo wyższa niż koszt wstępu do najbardziej uznanych w Chinach obiektów turystycznych, takich jak Zakazane Miasto w Pekinie, Terakotowa Armia w Xian czy którykolwiek z odcinków Wielkiego Muru.

Enklawowość przestrzeni turystycznej

Opisane w kontekście koncepcji pseudowydarzeń tematyczne etniczne parki rozrywki, na przykład omówiony Dai Minority Park, noszą cechy przestrzeni enklawowej w rozumieniu Tima Edensora, która w przeciwieństwie do przestrzeni heterogenicznej jest skomerccjalizowana, zamknięta i nieautentyczna³⁷. Parki rozlokowane są na dużym terytorium, udającym naturalne środowisko dla poszczególnych grup etnicznych, takim środowiskiem jednak nie są. Przestrzeń enklawowa jest zorganizowaną przestrzenią turystyczną i zwłaszcza w miejscach styku dwóch różnych kultur ma charakter enklawy, na przykład w miejscach kontaktów zachodnich turystów z Chińczykami, czy też Chińczyków Han z uważanymi przez nich za egzotyczne mniejszościami etnicznymi. Sytuacja taka ma miejsce właśnie w omawianych etnicznych parkach rozrywki. Przestrzeń enklawowa charakteryzuje się tym, że zainwestowano w nią spory kapitał, a w jej granicach znajdują się obiekty o standardzie wyższym niż poza jej obrębem. Pracuje tam również bardziej wykwalifikowany personel, dla którego inscenizacja zachowań kulturowych stanowi codziennie odgrywany spektakl. Prezentuje się w nim też stereotypowe aspekty kultury lokalnej, na przykład w postaci festiwali, wyrobów lokalnych czy

³⁷ Por. T. Edensor, *Tourists at the Taj. Performance and Meaning at a Symbolic Site*, London and New York 1998, Routledge, s. 35n.

tańców etnicznych, ale w bardzo „wygładzonej” i estetycznej formie. Edensor pisał: „Turyści są tutaj w charakterystyczny sposób odcięci od kontaktów z miejscową ludnością i osłonięci przed potencjalnie przykrymi znakami, dźwiękami i zapachami”³⁸. Cel takiego samowystarczającego świata dla turystów jest tylko jeden — wyciągnięcie od odwiedzającego tego rodzaju enklawy turysty jak najwięcej pieniędzy. Odwrotnością przestrzeni enklawowej jest ogólnie dostępna przestrzeń heterogeniczna, w której turystyka jest tylko jedną z wielu płaszczyzn aktywności. W kontekście etnicznych parków rozrywki przestrzenią heterogeniczną są działki wioski położonych wokół takiego parku. Zjawisko to doskonale zaobserwować można wokół wspomnianego Dai Minority Park w Menghan. Poza parkiem nieliczna infrastruktura turystyczna, często mająca charakter bardziej egalitarny, w przeciwieństwie do elitarniej infrastruktury z przestrzeni enklawowej, miesza się tutaj z domami prywatnymi, z zakładami produkcyjnymi czy z bazarami.

✱ ABSTRAKT ✱

Artykuł poświęcony jest zachodzącym w Chinach procesom społecznym związanym z rozwojem ruchu turystycznego w tym kraju — zarówno zagranicznej turystyki przyjazdowej, jak i turystyki wewnętrznej. Przedstawione są przy tym formy aktywności turystycznej charakterystyczne dla turystów rodzimych i dla przybyszów z Zachodu, a także problem przestrzennych, czasowych i klasowych ograniczeń w ruchu turystycznym. W dalszej części artykułu na przykładzie Chin omówione zostały koncepcje i procesy charakterystyczne dla postmodernistycznej turystyki, między innymi obrzędowość i sakralizacja w turystyce, koncepcja pseudow wydarzeń, transformacja atrakcji turystycznych oraz komercjalizacja obcości — zjawisko istotne zarówno w przypadku obcokrajowców, dla których Chiny są krajem wysoce różnym kulturowo, jak i dla samych Chińczyków, dla których egzotycznymi elementami ich kraju są mniejszości etniczne.

Adam Paluch — Autor jest socjologiem i psychologiem. Doktoryzuje się w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Wrocławskiego. Jego zainteresowania badawcze wiążą się z socjologią podróży, antropologią kulturową oraz kulturą krajów Bliskiego i Dalekiego Wschodu.

³⁸ Ibidem, s. 43.