

Zygmunt Kruczek

Egzotyczna turystyka kulturowa : trendy, organizatorzy, uczestnicy

Turystyka Kulturowa nr 2, 4-21

2011

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.

Artykuły

Zygmunt Kruczek

Egzotyczna turystyka kulturowa (trendy, organizatorzy, uczestnicy)

Słowa kluczowe: podróż egzotyczna, globtroter, organizatorzy wyjazdów, oferty, uczestnicy, piloci

Streszczenie: W artykule autor zwraca uwagę na dynamicznie rozwijający się segment turystyki – turystykę egzotyczną, tzn. pozaeuropejską. Tekst porusza kwestię specyfiki wyjazdów egzotycznych, zasady organizacji takich wyjazdów, zarysowano profil turysty decydującego się na dalekie podróże oraz przedstawiono najważniejszych organizatorów takich wyjazdów, wskazując dziesięć najbardziej liczących się na krajowym rynku turoperatorów wycieczek egzotycznych.

Wprowadzenie

Miliardy ludzi¹ każdego roku opuszczając miejsce swojego stałego zamieszkania stając się uczestnikami zjawiska zwanego ruchem turystycznym. Ogromne rzesze turystów przemieszczają się do miejsc uznanych za najbardziej atrakcyjne, modnych, znanych z reklamy i łatwo osiągalnych. To turystyka masowa, najczęściej utożsamiana z biernym wypoczynkiem. Niektórzy jednak wybierają inne trasy, sądząc, że wyjeżdżać tam, gdzie wszyscy, jest równie źle, jak nigdzie nie wyjeżdżać. Zdecydowanie nie chcą być turystami, albowiem odkąd zwiedzanie świata nabrało charakteru masowego, określenie „turysta” ma znaczenie pejoratywne, nierzadko oznacza po prostu ograniczonego umysłowo i biernego poznawczo intruza (Wieczorkiewicz, 2008).

Wśród wielu kategorii turystów znajdziemy takich, którzy wybierają jako cel podróży egzotyczne dla nich cele i kraje. W literaturze odróżnia się ich od osób zwanych turystami nazywając podróżnikami (Winiarski, Zdebski 2009), czasem oni sami nazywają siebie globtroterami². Trafnie charakteryzuje ich sylwetę Beata Pawlikowska w *Poradniku Globtrotera* (2007, s.309).

„Podróżnik – który stara się zrozumieć lokalną kulturę i mówić miejscowym językiem – szybko zdobywa zaufanie i sympatie tubylców, którzy często pozwalają mu wejść do miejsc niedostępnych obcym. Tylko doświadczony podróżnik jest w stanie pokonać barierę kulturalno-językowo-obyczajową dzielącą jego i tubylców, przestaje być „obcym”, a staje się „jednym z nas”. Najważniejsze cechy podróżnika to ciekawość świata, szacunek dla wszystkich ludzi i ich tradycji, uczciwość, umiejętność przystosowania się do nowych sytuacji, łatwość nawiązywania kontaktów, odwaga. Tylko podróżnik potrafi wnikać w lokalną kulturę i ją zrozumieć”.

Analizując wydzielone z olbrzymiej liczby wyróżnianych w literaturze form turystyki „turystykę egzotyczną”³ warto określić jej istotę, jak i zasięg geograficzny oraz społeczny.

¹ Wg danych UN WTO w 2009 r. zanotowano 890 mln turystów międzynarodowych, liczba osób podróżujących wewnątrz swoich krajów jest zdecydowanie większa.

² Termin globtroter oznacza podróżnik, obieżyświat, osoba podróżująca. Zazwyczaj przez globtrotera rozumie się osobą podróżującą na własną rękę, samodzielnie planującą i odbywającą podróż w celu poznawczym, a nie wypoczynkowym.

³ Termin „turystyka egzotyczna” nie występuje co prawda w klasycznych podziałach form turystyki ale w praktyce organizatorów turystyki jest coraz częściej używany na określenie wypraw turystycznych wykraczających poza ramy naszego kontynentu. Termin ten spotkamy zarówno w katalogach ofertowych biur

Sama **egzotyka** definiowana jest jako ogół cech właściwy krajom o odmiennym klimacie, kulturze, oryginalnych dla naszej cywilizacji. Czyli podróże egzotyczne dotyczyć będą celów raczej odległych w sensie zarówno przestrzeni, jak i standardów kulturowych. Znajduje to odzwierciedlenie w ofertach organizatorów takich podróży, analizę których przedstawiono w dalszej części artykułu.

Turystka egzotyczna zaliczana jest do form turystyki kulturowej. Mikos von Rohrscheidt (2008) sprowadza ją do „wypraw o charakterze turystycznym, ukierunkowanych na spotkanie uczestników z obcymi i dalekimi kulturami istniejącymi lub śladami dawnych odległych kultur poza obrębem własnego kontynentu, albo podejmowanych przez uczestników w celu takiego spotkania”⁴. O zaliczeniu lub podróży egzotycznej do turystyki kulturowej decyduje program wyjazdu, ukierunkowany na poznawanie innych, egzotycznych dla podróżnika kultur, spotkania z ich przedstawicielami w miejscu docelowym. Pozwala to na oddzielenie egzotycznej turystyki wypoczynkowej od innych podróży motywowanych wypoczynkiem (np. pobyt w egzotycznym kąpielisku na Bali) czy zamiarem wspinaczki np. na Kilimandżaro. Te ostatnie wyjazdy egzotyczne spełniają kryteria turystyki kulturowej w ograniczonym zakresie, co wynika z konstrukcji programu. Nie sposób jednak wykluczyć możliwość kontaktu z lokalną kulturą nawet podczas tak zdeterminowanych wyjazdów. Zarówno w czasie wypoczynku turyści korzystają z lokalnych ofert wycieczek fakultatywnych do atrakcji kulturowych jak i stykają się codzienne z wytworami lokalnej, egzotycznej kultury, często przeżywając przy okazji klasyczny szok kulturowy. Terminem kulturowej turystyki egzotycznej Mikos von Rohrscheidt (2008) określa także prywatne i indywidualne podróże osób ogólnie zainteresowanych obcymi i dalekimi krajami i ich kulturą, podejmowane bez z góry ustalonego programu szczegółowego. Dopiero konkretne zwiedzania, wizyty i spotkania w miejscach odwiedzanych czynią te podróże ostatecznie wyprawami kulturowymi. Zgodzić się jednak wypada, że cel wyjazdu i jego program jest najważniejszym kryterium wyróżnienia egzotycznej turystyki kulturowej⁵.

Przełom XX i XXI wieku przynosi znaczny rozwój turystyki egzotycznej. Na ten dynamiczny wzrost składa się wiele przyczyn. Z jednej strony wiążą się one ze wzrostem zamożności społeczeństw w ośrodkach emisji ruchu turystycznego (Europa i Ameryka Północna, Japonia), jak i otwarciem się regionów recepcyjnych w Azji, Afryce, Australii czy Ameryce Południowej. Ważną rolę odgrywa również obniżenie kosztów podróży lotniczych i stopniowe skracanie ich długości. W kalkulacji wypraw egzotycznych koszty podróży stanowią dwie trzecie kosztów wyjazdu. Podróże egzotyczne stają się stopniowo relatywnie tańsze i nie różnią się drastycznie od odbywanych w obrębie własnego kontynentu (np. w Europie).

podróży czy w ich portalach internetowych na zbiorcze określenie podróży transkontynentalnych, np. www.egzotyka.tv biura podróży Prestige Travel & Holiday.

⁴ Dyskusyjna jest kwestia zaliczenia do podróży egzotycznej wyjazdów wyłącznie poza własny kontynent; gdybyśmy brali pod uwagę odmienną motywację, chęć przeżycia czegoś innego niż wypoczynek na plaży, podziwianie klasycznego centrum miejskiego zachodniej cywilizacji typu downtown, obejrzenie prestiżowej kolekcji w uznanych muzeach, to i w Europie znajdziemy miejsca egzotyczne. Wystarczy sięgnąć do klasycznej już literatury, jaka są książki Andrzeja Stasiuka, który odnajduje egzotykę na węgierskiej puszczy, w rumuńskich Karpatach, albańskim interiorze czy nawet w Beskidzie Niskim (patrz pozycje „Opowieści galicyjskie”, „Jadąc do Babadagu”, „Dziennik pisany później”. Klimat jego opisów i skojarzeń jest niesamowity, egzotykę można znaleźć tu i teraz, wystarczy odpowiednia optyka i zdolność do emocjonalnych przeżyć inspirowanych celem podróży. Stasiuk stroni od Paryża, Nowego Jorku czy nawet bliskiego mu już geograficznie Krakowa (mieszka w przysiółku Wołowiec, wieś Sękowa w Beskidzie Niskim), które dla niego nie przedstawiają żadnej wartości postrzeganej przez pryzmat autorskiego pojmowania egzotyki.

⁵ Autorzy niemieckojęzyczni preferują pojęcie „Fernreise” (podróże dalekiej), które używają na określenie turystycznej wyprawy egzotycznej, (Dietsch K., Kulturtourismus 1997). Terminem odnoszącym się wprost do kulturowej turystyki egzotycznej jest „Fern- Kulturismus” (turystyka kulturowa krajów dalekich) użyte po raz pierwszy w klasyfikacji turystyki kulturowej przez R. Jatzolda. Za kryteriów zaklasyfikowania do Fernreisen przyjmują dystans pomiędzy miejscem zamieszkania a celem podróży (podróże transkontynentalne).

Niebagatelną rolę odgrywa aktywna promocja takich podróży oraz barwne przedstawianie uroków miejsc docelowych w mediach. Powszechny rozwój Internetu sprzyja popularyzacji turystyki egzotycznej oraz ułatwia organizowanie i obsługę takowych wyjazdów.

Zarówno wśród organizatorów, jak i uczestników, zaobserwować można zjawisko poszukiwania nowych destynacji. Ci pierwsi aby ubiec konkurencję nową ofertą, a Ci drudzy dla zaimponowania bliskim bardziej „egzotyczną” podróżą. Ostatnio modne kierunki to Chiny, Indochiny z Kambodżą, Laosem i Wietnamem, kraje Afryki Południowej, region Pacyfiku z Australią i Nową Zelandią, Ameryka Południowa. Cenowo i prestiżowo przebijają jednak te destynacje podróże na Antarktydę i w rejony arktyczne.

Cechą charakterystyczną turystyki egzotycznej jest długi czas trwania, najczęściej powyżej 11 dni. Pozwala to na optymalne wykorzystanie poniesionych kosztów podróży, poznanie wszystkiego co warte uwagi w regionie docelowym, ponieważ prawdopodobnie drugi raz tu się już nie wybierzemy. Egzotyczna turystyka kulturowa ma przede wszystkim charakter objazdu turystycznego, z prawie codzienną zmianą miejsca zakwaterowania, uwzględnieniem w programie maksymalnej liczby miejsc godnych obejrzenia w krajach docelowych nierzadko znacznie od siebie oddalonych. Uczestnicy wyjazdów egzotycznych są świadomi wyjazdu poza swój krąg kulturowy, inną strefę klimatyczną i czasową, odmiennymi sposobami komunikowania się i zachowania. Z jednej strony jest to ekscytujące dla żądnych nowych wrażeń i przygód, ale część turystów narażona jest przez to na sytuacje stresowe.

Analiza katalogów egzotycznych wyjazdów pozwala na wyodrębnienie ich najważniejszych elementów. Programy wyjazdów różnią się w zależności od głównego celu wyprawy, albowiem inaczej budowany jest program dla grupy studyjnej, nastawionej na poznanie jednego elementu kulturowego, a inaczej dla grupy rekrutowanej na zasadzie tzw. „wolnej akwizycji”. Te ostatnie są typową składanką atrakcji i miejsc najbardziej typowych, dobieranych tak, aby dać uczestnikom możliwie pełny obraz kraju lub regionu docelowego. W programach wyjazdów znajdziemy więc zarówno miejsca wydarzeń historycznych, jak i obiekty światowego dziedzictwa kultury i natury. Obowiązkowo należy poznać najciekawsze i najbardziej malownicze obszary chronionej przyrody. Organizatorzy uwzględniają w swoich programach zarówno targowiska, atrakcją jest nocleg w prymitywnych warunkach np. w wiosce wietnamskiej, albo wizyta w żywym skansenie jak w wioska Papuasów na Nowej Gwinei. W ofercie organizatorów znajdują się zarówno wielkie inscenizacje i wydarzenia kulturalne o elitarnym, jak i uliczne festyny, pokazy tańców narodowych. Osobnym punktem są wymuszone przez lokalnych kontrahentów spotkania z twórcami miejscowej kultury ludowej sąsiadujące z wizytami w fabrykach dywanów. Taki program daje ogromną mozaikę wrażeń, która utrudnia głębszą refleksję nad wartościami kultury kraju zwiedzanego. Z drugiej jednak strony taka budowa programu ukazuje wiele aspektów miejscowej kultury lub wielość i różnorodność kultur sąsiadujących ze sobą na odwiedzanym terenie (Mikos v. Rohrscheidt, 2008).

Cechą charakterystyczną egzotycznych podróży jest wykorzystywanie różnych środków transportu. Ma to zarówno uzasadnienie logistyczne (szybkie dotarcie w określone miejsce z wykorzystaniem optymalnego środka transportu) albo wynika z zamiaru osobistego doświadczenia turystów użycia tradycyjnych sposobów przemieszczania się (jak np. łódzie, ryksza, słoń, wielbłąd). Motywem wyboru specyficznych środków transportu bywa także dążenie do powiększenia stopnia atrakcyjności wyprawy (rejsy katamaranami, podróże wielkimi historycznymi trasami kolejowymi itd.).

Podróże egzotyczne mają na celu pokazanie różnych aspektów życia ludzi i wytworów ich historycznej, ale i codziennej kultury, w rezultacie mamy często do czynienia z efektem tzw. szoku kulturowego w wypadku dużego kontrastu pomiędzy kulturą wysoką i codzienną kulturą materialną kraju pochodzenia turystów oraz kraju goszczącego ich. Efekt ten to jest podstawą zamierzonych lub niezamierzonych doznań i przeżyć w czasie egzotycznych

wyjazdów. Taka konfrontacja kultur pozwala uczestnikom wyprawy poznać to, co obce i nowe, ale także przez samo intensywne zanurzenie w obcym żywiole i intensywną obserwację innego środowiska życia niejako od środka uczyć się zrozumienia i szacunku dla odmiennego pojmowania świata czy sposobu życia, tolerancji dla potrzeb kulturowych i religijnych lub obyczajów imigrantów we własnych krajach, a nawet innego sposobu konfrontacji z problemami własnego życia, stosowania do ich oceny właściwej proporcji czy nowych sposobów rozwiązywania ich. Osiągnięcie takiego efektu zależy w wysokim stopniu od intensywności i autentyczności dialogu z kulturą regionu docelowego osiąganego poprzez odpowiednią konstrukcję programu imprezy (Mikos v. Rohrscheidt, 2008).

W literaturze fachowej, jak i branżowej używane są dwa bliskoznaczne dla turystyki egzotycznej terminy: tramping oraz backpacking⁶.

Istotą **trampingu** jest jednak podróżowanie bez wygód, odmienna organizacja wyjazdu, najczęściej samodzielna, gdzie za jak najmniejsze pieniądze można najwięcej przeżyć i zobaczyć (Łopaciński 1990). W trampingu nie liczy się czas, ani wygoda, najważniejszy jest niski koszt, duża swoboda kształtowania na miejscu programu, brak albo minimum rezerwowanych wcześniej usług i świadczeń. Na taką formę podróżowania mogą sobie pozwolić najczęściej ludzie młodzi, głównie studenci, mniej zasobni finansowo, ale nie ograniczeni czasowo, ze względu na długie wakacje. Tramping, podobnie jak turystyka pielgrzymkowa, nie jest zatem dużym biznesem dla organizatorów turystyki. Tramping, w odróżnieniu od podróży egzotycznych może być realizowany nie tylko w odległych destynacjach ale możliwy w obrębie własnego kontynentu lub nawet kraju.

Rynek organizatorów wyjazdów egzotycznych w Polsce

Współczesne międzynarodowe podróże, jak słusznie zauważył Dean MacCannell (2002), odbywają się na zasadzie, że pewne miejsca koniecznie trzeba zobaczyć. Dla tego segmentu podróżników ważne jest, aby w jak najkrótszym czasie zobaczyć i przeżyć jak najwięcej. Wymagają wiele od organizatora wyjazdu zaczynając od rewelacyjnego programu, poprzez przyzwoity standard zakwaterowania, różnorodność środków lokomocji z preferencją na dłuższych dystansach samolotu. To klient wymagający, ale zamożny i dlatego stanowi podmiot szczególnej troski i zabiegów marketingowych touroperatorów. W dalszej części artykułu przedstawiono analizę ofert najważniejszych organizatorów podróży egzotycznych w Polsce oraz czynników determinujących rozwój tego segmentu rynku turystycznego.

W ostatniej dekadzie XXI w. zwiększa się zainteresowanie egzotycznymi podróżami. Na tym rynku panują różne mody, a na wielkość i kierunek wyjazdów wpływa sytuacja ekonomiczna, np. kurs dolara, czy sytuacja polityczna (bezpieczeństwo). Samodzielna organizacja wyjazdów w odległe rejony wiąże się z dużą niepewnością i wieloma przeszkodami. Podróżowanie po Chinach na własną rękę jest dość uciążliwe. Poza byłymi koloniami Hongkongiem i Makau turysta nie może np. sam prowadzić samochodu.

Z pomocą dla podróżników zainteresowanych egzotyką przychodzą touroperatorzy, którzy oferują sprawdzone i pewne wyjazdy. Oferty obejmują wszystkie strony świata, 7 kontynentów od Chin, Indii, Nepalu, Chile, Iranu, Senegal, Jordani, po Kubę, Seszele, Malediwy, a nawet Antarktydę⁷. Touroperatorzy nieustannie dostosowują swoje produkty do potrzeb klientów. Można wyjechać z grupą zorganizowaną lub zdecydować się na ofertę indywidualną. Wielu klientów przychodzi do biura podróży z indywidualnymi planami egzotycznych podróży i wiedzą zdobyta z Internetu, mediów, czy od znajomych. Dla nich najważniejszy jest ich program wycieczki, a cena często nie gra zasadniczej roli.

⁶ backpacker (z ang. turysta – plecakowicz) – terminem tym określa się niezamożnych, najczęściej młodych turystów podróżujących często do egzotycznych krajów.

⁷ Antarktyda stała się obecnie modna w kręgu młodych menedżerów, mimo wysokiej, sięgającej 30 tys. zł ceny, chętnych na wyjazdy na 7 kontynent nie brakuje.

Organizatorzy turystyki przygotowują z myślą o różnych grupach docelowych. Mają więc wyjazdy dla wielbicieli nurkowania, miłośników medytacji, a nawet dla par, które wymarzyły sobie ceremonię ślubną na Hawajach albo w Laponii. Teresa Górecka z LogosTour informuje, że hitem zimowych ferii 2011 nie są wcale włoskie Dolomity, ale Kenia oraz walentynkowe wyjazdy do Indochin. Laos jej zdaniem jest idealnym miejscem dla zakochanych⁸.

Ze względu na specyficzne potrzeby podróżników na rynku organizatorów turystyki dokonała się naturalna dywersyfikacja touroperatorów nastawionych na masową turystykę oraz takich, którzy szukają dla siebie niszowego segmentu odbiorców⁹.

Obecnie w Polsce powstało i funkcjonuje kilkunastu organizatorów turystyki obsługujących segment „wielbicieli egzotycznych podróży”. Ta mapa organizatorów w ostatnich dekadach uległa zmianie. O ile w okresie Polski Ludowej z trudem zaliczyć można by do tej kategorii kilku organizatorów (PBP „Orbis”, młodzieżowe biura „Almatur”, „Juventur” i „Harctur”, a przede wszystkim „LogosTour”), to obecnie znaczących touroperatorów specjalizujących się takich wyjazdach jest wielu. Poniżej zaprezentowano dziesiątkę firm najbardziej aktywnych w tym sektorze w ostatnich latach¹⁰. W przypadku przynajmniej części z nich można już mówić o specjalizacji w tym zakresie turystyki kulturowej, inne uczyniły z niej ważny segment swojej oferty.

- Biuro Turystyki ZNP LogosTour, (Warszawa)
- Logos Travel (Marek Śliwka, Poznań)
- Prestige Holidays & Tours (Kraków, Jacek Torbicz, Globtroter)
- Biuro Podróżników Flugo (Bydgoszcz)
- MK Tramping, (Kraków) we współpracy z „Martyna Adventure”,
- Almatur (Warszawa),
- Marco Polo, (Warszawa),
- Air Tours, (Kraków),
- Adventure Explores, (Warszawa),
- Alco-Tours Kafarski, (Ostrów Wielkopolski).

Z dawnych organizatorów przetrwał do dzisiaj **LogosTour**, dawniej biuro Związku Nauczycielstwa Polskiego, obecnie jego związki z ZNP są bardzo luźne. Ma pokaźną grupę swoich stałych klientów, wśród nich dominują nauczyciele, ale akademicy. Oferta podróży z LogosTourem obejmuje wszystkie kontynenty, jest dobra pod względem standardu usług a równocześnie niezbyt wygórowana cenowo. Przykładowo najdroższa podróż z katalogu LogosTouru to co prawda Antarktyda z Argentyna za 29 tys. zł¹¹, ale Australia z Nową Zelandią za 15 tys. jest tańsza niż u innych organizatorów. Biuro ma swoją siedzibę w Warszawie i oddziały w kilkunastu większych miastach Polski. Proponuje kartę stałego klienta, komunikuje się z podróżnikami przez stronę internetową, a na Facebooku (www.logostour.pl) działa klub jego fanów liczący 400 internatów.

Podobną nazwę nosi **Logos Travel** z Poznania¹², będący prywatnym biurem Marka Śliwki, mgr turystyki i rekreacji po poznańskiej AWF. Oferta biura obejmująca wyjazdy do prawie 100 krajów sprzedawana jest przez około 2 tys. agentów w całej Polsce. I choć

⁸ Rzeczywiście, atmosfera w Luang Prabang w Laosie jest idealna na romantyczne przeżycia w idyllicznym odosobnieniu.

⁹ Organizatorzy podróży egzotycznych wręcz odcinają się w swoich sloganach promocyjnych od turystyki masowej i wczasów (M. Śliwka, www.logostravel.pl)

¹⁰ Jest to wybór autora oparty na jego bieżącej obserwacji rynku.

¹¹ Antarktyda jest najdroższą ofertą w katalogach wszystkich organizatorów egzotycznych podróży, ze względu na konieczność rejsu małym statkiem wycieczkowym.

¹² Logos Travel wyodrębnił się z poznańskiego Oddziału LogosTour w 2001 r., obecnie szacuje się, że firma ta obsługuje około 30% wypraw podróżniczych i globtroterskich.

siedziba firmy znajduje się w Poznaniu, to najczęściej osób wybierających się na odległe, egzotyczne eskapady pochodzi z regionu stołecznego, Śląska i Krakowa.

Biuro Marka Śliwki znane jest z tego, iż nieustannie wprowadza do swojej oferty nowe kierunki czy dopiero przetarte szlaki. Do takich należy m. in. wyprawa do Afryki Zachodniej trasą Senegal - Mali - Burkina Faso - Benin, do Kanady i na Alaskę, do Tybetu z możliwością podróży wokół świętej góry Kailash czy wreszcie 14-dniowa eskapada Chile - Wyspa Wielkanocna - Polinezja Francuska. Zdaniem Marka Śliwki właśnie teraz nadszedł czas dalekich, egzotycznych podróży. Świadczą o tym obroty firmy, które w 2009 roku zwiększyły się o 450 procent. Logos Travel jest obok Logostour liderem polskiego rynku w obsłudze egzotycznych podróży. W 2009 roku wysłano 240 grup oraz obsłużono około 6000 uczestników wyjazdów egzotycznych. Oznacza to, że co miesiąc wysyłane jest 20 – 35 grup. W rekordowych dla firmy roku 2008 (korzystny dla wyjeżdżających kurs dolara) kosztem zwiększenia wielkości grup wysłano o 30% więcej turystów na egzotyczne wyprawy.

Trzecim organizatorem podróży egzotycznych jest **Prestige Holidays & Tours** z Krakowa, prowadzony przez znanego podróżnika, redaktora magazynu „Globtroter” Jacka Torbicza. Ten touroperator wykazuje wyjątkową dbałość o poprawność oferty, standard usług i kontakty ze stałymi klientami. Właściciel biura osobiście, przed wprowadzeniem oferty do katalogu (wyróżniającego się zresztą elegancką formą) sprawdza każdą trasę i atrakcje proponowane podróżnikom. Ceny odpowiadają jakości i np. wyprawa do Birmy, Bhutanu i Bangladeszu kosztuje tu 5 tys. USD. Biuro organizuje wyjazdy w małych grupach, poza tym przygotowuje wyjazdy incentive na zamówienie banków, firm telekomunikacyjnych, farmaceutycznych, a także dla indywidualnych podróżników¹³. W 2009 r. wysłano grupy do ponad 60 krajów na 7 kontynentach. W sumie bierze udział w egzotycznych podróżach za pośrednictwem Prestige Holidays & Tours około 1000 osób rocznie. Najciekawsze imprezy proponowane przez tego organizatora oprócz Antarktydy to wyjazdy do Azji Południowej i Wschodniej (Bhutan, Birma, Indonezja), Nepalu, Indii, Chin, Afryki Zachodniej, Australii i Nowej Zelandii. Jest w ofercie również wycieczka dookoła świata realizowana w ciągu 25 dni. Prestige Holiday & Tours specjalizuje się w wyprawach „szytych na miarę” dla zorganizowanych odbiorców i wyjazdy typu incentive dla zakładów pracy.

Kolejny organizator egzotycznych podróży - Biuro Podróżników **Flugo** zostało założone w Bydgoszczy 1998 roku przez pilotów wycieczek. Pasja założycieli, ogromne doświadczenie, wiedza i znajomość realiów oraz profesjonalizm zdecydowały o sukcesach tej firmy na rynku turystycznym. Obecnie Flugo organizuje wyjazdy do ponad 100 krajów.

Trzon oferty skierowany jest do podróżników dysponujących ograniczonym czasem urlopowym. Są to wycieczki bogate w atrakcje, o wysokim standardzie i niedługie. Dla tych wszystkich, którzy dysponują dłuższym urlopem mogą skorzystać z „łowcy przygód”. Są to wyjazdy o charakterze długotrwałych i dociekliwych wycieczek objazdowych oraz wyprawy trampingowe.

Pierwszą piątkę organizatorów wypraw egzotycznych zamyka **MK Tramping** z Krakowa. Jest organizatorem egzotycznych wyjazdów już od 1995 roku. Podział oferty na marki daje klientowi możliwość wyboru nie tylko rejonu świata, jaki chciałby odwiedzić, ale także standardu podróżowania i zakwaterowania oraz charakteru i długości trwania imprezy. MK Tramping oferuje podróżnikom wyjazdy pod czterema markami:

adventure – wyprawy przygodowe o charakterze trampingowym, podczas których noclegi są oparte o tanie hotele i transport lokalnymi środkami transportu. Klient ma okazje poznać dany kraj „od kuchni”,

travellers – egzotyczne wyprawy dla wymagających klientów, trwają krócej niż wyjazdy adventure. Klient otrzymuje świadczenia o dużo wyższym standardzie,

¹³ Wśród propozycji wyjazdów incentive warto odnotować integracyjne safari w Kenii czy konferencje na statku płynącym Amazonką.

survival – wyprawy dla klientów lubiących prawdziwe wyzwania i dogłębną eksplorację danego terenu; adresowane do ludzi odpornych fizycznie i psychicznie na duże niedogodności,
family – zwiedzanie świata głównie w gronie rodziny lub własnych przyjaciół.

MK Tramping współpracuje ściśle z Martyna Adventure Sp. z o.o, jeszcze niedawno marką MK Tramping, a od 2009 roku, osobną firmą partnerską, której główną działalnością jest organizacja wyjazdów motywacyjnych dla firm, oraz indywidualnych wyjazdów dla wymagających klientów - VIP. Udziałowcami firmy są Mateusz Karasiński (właściciel MK Tramping) oraz Martyna Wojciechowska, redaktor naczelny National Geographic Polska. W 2010 r. MK Tramping i Martyna Adventure uruchomili swoją filię w Londynie z myślą o Polakach pracujących na Wyspach Brytyjskich.

Drugą piątkę organizatorów egzotycznych wyjazdów tworzą organizatorzy, którzy traktują ten typ podróży jako jedną z form swojej działalności, obok wyjazdów wypoczynkowych. Znajdziemy tu zarówno największe studenckie biuro podróży „Almatur” ze swoimi oddziałami w większości ośrodków akademickich jak i „Marco Polo” specjalizujące się w rejsach statkami wycieczkowymi (cruising). Obok „Adventure Tours” z Warszawy na uwagę zasługuje również współpracujący z LOT Air Tours z Krakowa. Siedziba organizatorów egzotycznych wypraw są w zasadzie wielkie aglomeracje, takie jak Warszawa, Kraków, Poznań, ale spotkamy organizatorów, którzy swoją działalność prowadzą w mniejszych ośrodkach jak np. Alco-Tours Kafarski z Ostrowa Wielkopolskiego.

Zasady organizacji podróży

Typowi organizatorzy podróży egzotycznych unikają organizowania wczasów i biernych form wypoczynku. Wszystkie opisane wyżej firmy podkreślają na swoich stronach internetowych, że ich specjalnością są wyprawy i wycieczki z charakterem. Każda wyprawa dla odbiorców – globtroterów ma być nowym zaczynem do refleksji, przemyśleń, tak by ułatwiała formułowanie własnych spostrzeżeń i sądów o wszystkich ważnych i mniej ważnych sprawach tego świata (Marek Śliwka, Logos Travel).

Zasadą działania touroperatorów przygotowujących oferty egzotycznych podróży jest to, że wszystkie nowe szlaki są wcześniej weryfikowane przez właściciela w czasie rekonesansu. Taka rekonesansowa wyprawa jest zwykle pełna niespodzianek, ponieważ większość świadczeń organizuje się po przybyciu na miejsce. Wielu organizatorów do udziału w takiej pionierskiej wyprawie, zaprasza turystów z bardzo dużym doświadczeniem podróżniczym, którym nie jest straszne przewrotnie brzmiące hasło „im gorzej tym lepiej”. Na uczestników czekają różne nieprzewidziane sytuacje, które wspomina się po latach z sentymentem (M. Śliwka).

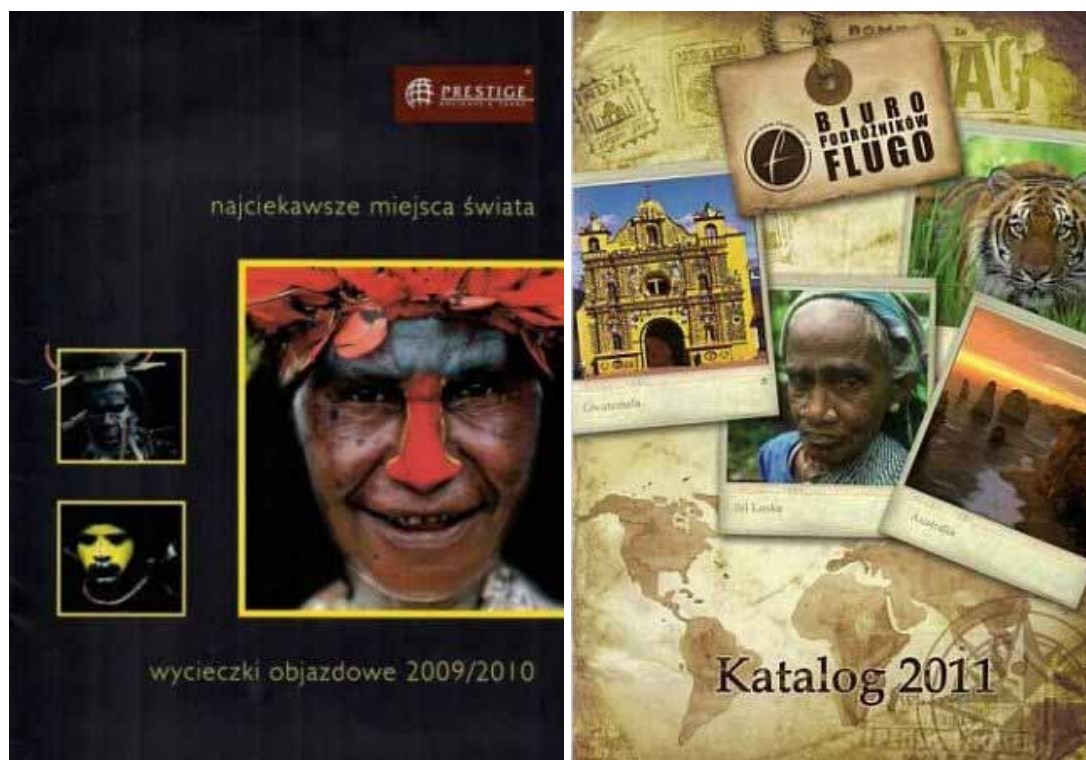
Uczestnicy wyjazdów egzotycznych

Specjalizujący się w obsłudze egzotycznych podróży touroperatorzy liczą na osoby raczej zamożne, skłonne wydać na kilkutygodniową wyprawę tysiące dolarów. Ich zmartwieniem jest najczęściej brak czasu, a nie pieniędzy. Te osoby są doświadczone w podróżowaniu, znają najbardziej atrakcyjne dla turystów miejsca na świecie. Często chcą zobaczyć nowe, egzotyczne miejsca ze względów prestiżowych.

Uzyskane dane statystyczne z Logos Travel, MK Tramping i Prestige Holiday & Tours świadczą o systematycznym rozwoju egzotycznych podróży. I tak biuro MK Tramping zorganizowało w latach 1995 – 2008 aż 213 wypraw katalogowych, w których wzięło udział 1163 uczestników. Wśród nich było 366 gości, którzy wyjechali więcej niż 1 raz. Systematycznie wzrastała zarówno liczba wypraw, która w ostatnich latach przekracza 40 w skali roku jak i liczba uczestników (ponad 300). Najlepszy dla MK Tramping był zarówno w

liczbie wypraw jak i uczestników rok 2007, w roku 2009 niewielki spadek wyjazdów związany był z ogólnoswiatowym kryzysem, odczuwalnym również w turystyce.

Biorąc pod uwagę informacje uzyskane z Logos Travel i LogosTour – liderów polskiego rynku podróży egzotycznych, można szacować, że co roku wyjeżdża na takie wyprawy około 30 tys. osób. Liczba uczestników młodzieżowych wypraw trampingowych jest trudna do oszacowania, ze względu na poza formalny sposób ich organizowania. Z badań przeprowadzonych przez Instytut Turystyki w 1989 r. (Łopaciński 1990) wynika, że rocznie organizowanych jest 1200 młodzieżowych wyjazdów trampingowych, z tego 400 realizowanych przez młodzieżowe biura podróży, a 800 przez organizacje społeczne.



Okładki katalogów ofertowych Prestige Holiday Tours i Biura Podróżników Flugo



Okładki katalogu ofertowego LogosTour i magazynu podróżników „Globtrotter”

Kto jest uczestnikiem egzotycznych wypraw? Są to osoby płci obojga, chociaż częściej kobiety, w wieku najczęściej dojrzałym. W wyjazdach organizowanych przez MK Tramping z Krakowa zanotowano 65 % uczestników w wieku 27-56 lat, z czego 42 % między 27 a 46 rokiem, 18% to osoby starsze - w wieku 47-56 lat, 60 % kobiet i 40 % mężczyzn. Udział studentów i młodzieży w takich wyjazdach jest sporadyczny (ze względów finansowych). Wśród zawodów, jakie najczęściej są deklarowane przez podróżników wymienić należy lekarzy, naukowców, prawników, biznesmenów wszelkiego rodzaju. Na wyprawie do Nowej Zelandii i Australii z LogosTourem w 2008 r. dominowali nauczyciele akademicki, lekarze, był właściciel szkoły ogrodniczej, budowlaniec dysponujący maszynami budowlanymi, 1 student i emerytowany pracownik naukowy. Podobnie jest na innych tego rodzaju wyjazdach.



Foto 1. Uczestnicy wyjazdu LogosTour w Nowej Zelandii w Milford Sound (foto Z. Kruczek)

Na egzotyczne wyprawy co roku wyjeżdża więcej Polaków, obserwacje dowodzą, że obok segmentu turystów 50+ coraz więcej decyduje się na egzotyczną podróż ludzi młodych wiekiem ale dobrze sytuowanych. Osoby te są przekonane, że nie należy odkładać dalekich podróży na przyszłość, choćby z tego względu, że z wiekiem ich kondycja i stan zdrowia mogą taka wyprawę uniemożliwić¹⁴. Wyprawy do najbardziej odległych zakątków świata są już dostępne dla średnio zarabiających, np. na wycieczkę do Kenii można już polecieć za 5000 zł, czyli półtora średniej pensji miesięcznej, impreza „Chiny caluśkie” kosztuje 1000 zł mniej. W podobnych relacjach cenowych utrzymują się oferty na Goa czy do Sri Lanki. Polskich turystów spotkać można już w całkiem egzotycznych destynacjach jak Hawaje, Kamczatka, Grenlandia czy nawet Antarktyda. Mateusz Karasiński z MK Tramping / Martyna Adventure stwierdza, że obsługuje coraz więcej młodych ludzi w wieku 30-40 lat, którzy ciężko pracują, dobrze zarabiają, często za granicą po to by spędzić urlop w egzotycznej scenerii. Proponowane przez niego wyprawy na Alaskę czy w lasy Amazonii to oferta dla tych, którzy szukają przygody (Adventure Travel) i mają odpowiednią kondycję dla takich wypraw. Jego zdaniem „*Ci ludzie mają dość oglądania świata zza szyb autobusu czy samochodu. Interesuje ich coś więcej. Chcą porozmawiać z tubylcami, pojeździć po prowincji, poznać obyczaje i kulturę odwiedzanego kraju*”. Taki profil turystów wpisuje się jak najbardziej w egzotyczną turystykę kulturową. Tendencje te potwierdzają inni organizatorzy turystyki. Andrzej Glapiniak z portalu Easygo.pl dodaje, że takie wyprawy sprzedają się coraz lepiej, a w 2010 r. jego portal odnotował 70% wzrostu sprzedaży egzotycznych podróży¹⁵.

Coraz większy popyt na egzotyczne wyjazdy jest efektem zmiany motywów podróżujących za granicę Polaków. Teresa Górecka z LogosTour mówi, że „*przedstawiciele*

¹⁴ Grazyna Starzak, Świat w portfelu. Coraz dalej, coraz drożej. Dziennik Polski 21.01.2011, s.7

¹⁵ Cytuje za G. Starzak, Świat w portfelu, op.cit.

klasy średniej, coraz częściej wyjeżdżają, by poznać obcą kulturę, zwyczaje, przyrodę, niż leżeć na plaży i kąpać się w ciepłym morzu”.

Kwalifikacje pilotów egzotycznych podróży

Udany wyjazd egzotyczny to nie tylko odpowiednio skomponowana oferta, przemyślana i sprawdzona trasa, dobre hotele i środki transportu. Szczególnie w takich wyjazdach ogromną rolę do odegrania ma pilot. W pilotażu egzotycznych wyjazdów liczy się nie tylko wysoka sprawność organizatorska, jakie zwykle wymaga się od pilota, ale również rozległej wiedzy o odwiedzanych krajach i umiejętności interpretacji często skomplikowanych dla ludzi wywodzących się z europejskiego kręgu kulturowego zagadnień np. religii, obyczajów czy stosunków politycznych.

Co roku rusza za granice około 2000 grup turystów realizujących swoje egzotyczne podróże. Większość organizatorów egzotycznych wypraw dysponuje kadrą stałych, sprawdzonych pilotów, ludzi wykonujących swój zawód z pasją, specjalistów z dziedzin wiedzy przydatnych w czasie wyjazdu, autorów przewodników i artykułów o odwiedzanych krajach. Tworzą oni elity kadry pilockiej w Polsce. Organizator podróży ma tę świadomość, że powodzenie jego imprezy i całej firmy spoczywa w rękach pilota, dlatego zatrudnia najlepszego i sprawdzonego. Często pilotem na takiej imprezie jest sam właściciel biura¹⁶.

Pilot wyjazdów egzotycznych ma do czynienia (jak to już wcześniej stwierdzono) z wymagającym, czytanim i znającym świat z poprzednich podróży klientem. Zatem liczy się nie tylko wysoka sprawność organizatorska, jakiej zwykle wymaga się od pilota, ale również rozległa wiedzy o odwiedzanych krajach i umiejętność interpretacji często skomplikowanych dla ludzi wywodzących się z europejskiego kręgu kulturowego zagadnień np. religii, obyczajów czy stosunków politycznych. Zatem zadanie takiego pilota wychodzą zdecydowania poza klasyczną rolę, uczestnicy wyjazdu traktują pilota jako łącznika” z wszystkim tym, czego chcą doświadczyć (Mikos von Rohrscheidt 2009).

Mając na uwadze oczekiwania podróżnych można pokusić się o określenie wymagań w stosunku do kwalifikacji pilotów wyjazdów egzotycznych. Na czoło wysuwają się umiejętności językowe pilota, wskazana jest znajomość podstaw używanego w regionie docelowym języka, na poziomie umożliwiającym prowadzenie dialogu z miejscową ludnością. Znajomość języka lokalnego jest dodatkową wartością, ponieważ każdy pilot posługuje się językiem powszechnie znanym w branży turystycznej na całym świecie, czyli angielskim, rozumianym niezależnie od szerokości geograficznej na lotniskach, w hotelach czy restauracjach.

Ważną cechą pilota wyjazdów egzotycznych jest dobra orientacja w miejscowych obyczajach i umiejętność uwrażliwienia uczestników grupy turystycznej na ich przestrzeganie, co pozwoli nie tylko uniknąć ewentualnych konfliktów, ale też może zdobyć jemu samemu i uczestnikom wyprawy życzliwość tubylców. Konieczna jest dobra znajomość miejscowego prawa, zwłaszcza w tych jego aspektach i norm, które różnią się od obowiązujących przepisów kraju ojczystego uczestników grupy. Niedostrzeżenie lub lekceważenie różnic w tej dziedzinie (jak np. przepisy dotyczące posiadania i spożywania niektórych używek lub też próby inicjowania intymnych znajomości z tubylcami) mogłoby stać się przyczyną poważnych problemów turystów z przedstawicielami władz miejscowych lub wymiarem sprawiedliwości (Mikos von Rohrscheidt 2008).

Pilot wyjazdu do egzotycznego kraju powinien znać specyfikę lokalnej kuchni, używany do przyrządzenia potraw produktów, jak i lokalnych receptur. Jakże często pilot będzie doradzał turystom wybór potraw, interpretował jadłospis, komentował skład potraw. Często w ramach profilaktyki (uniknie wtedy kłopotów z lekarzem i szpitalem) będzie ostrzegał swoich podopiecznych przed degustacją niektórych potraw.

16 Np. imprezy swoje pilotuje Jacek Torbicz z Prestige Holiday & Tours, Marek Śliwka z Logos Travel czy Bogusław Nowak z Green Lite Travel - polskiego biura w Auckland.

Szczególnie w wyjazdach egzotycznych zadaniem pilota jest maksymalne zminimalizowanie działania dyskomfortowych czynników powodujących u turystów tzw. kulturową konfuzję (Banaszkiewicz 2011). Piloci są najważniejszymi osobami pośredniczącymi w kontaktach międzykulturowych. Im bardziej egzotyczny krąg kulturowy (np. podczas wycieczki do Bhutanu), tym zadanie pilota jest ważniejsze, a przez to i trudniejsze. Dobry pilot powinien znać język lokalny, panować organizacyjnie nad grupą, dbać o ich proste potrzeby noclegu i żywienia. Powinien pełnić rolę pomostu, ułatwiającego poznania nowej kultury. Z tej przyczyny pilotów nazywa się często tzw. pośrednikami kulturowymi (*cultural brokers*).¹⁷ Pilot działa na pograniczu przynajmniej dwóch kultur. Zarówno jedną (kulturę własną oraz turystów), jak i drugą (kulturę tubylców, miejscowych) powinien doskonale znać. Jako pośrednik służy bowiem turystom, jak i miejscowym, będąc swego rodzaju mediatorem, specjalistą od porozumienia się. Jego funkcja realizuje się poprzez szereg obowiązków – pośrednik kulturowy w turystyce pełni rolę opiekuna, przewodnika oraz tłumacza (Banaszkiewicz 2011).

Pilot bardzo często pełni funkcję tzw. „filtra informacyjnego”. Wynika to z podstawowej zasady udzielania informacji, najczęściej turyści „zdają się” na pilota, zobaczą jedynie to, co pilot im pokaże i dowiedzą się tego, o czym im opowie. Problemem może być sytuacja, gdy pilotowi brakuje odpowiedniej wiedzy o lokalnych uwarunkowaniach, o kultury regionów na trasie wyjazdu. Może to spowodować zjawisko „konfuzji turystów”, a czasem skutkuje wprowadzeniem ich (niekoniecznie świadomie) w błąd. W efekcie turyści mogą na przykład popełnić jakieś wykroczenie przeciwko miejscowemu prawu, o którym nie powiedział im pilot (Banaszkiewicz 2011).

Pilot powinien posiadać atrybuty osobowości, które sprzyjają nabywaniu *kompetencji międzykulturowej*. Zalicza się do nich: elastyczność poznawczą, wrażliwość kulturową, świadomość względności wartości i postaw kulturowych, gotowość do podejmowania wysiłków empatycznego rozumienia wartości innych kultur, innowacyjność w postrzeganiu celów i form komunikacji. Zazwyczaj te cechy charakteru powinny pokrywać się z typem osobowości osób, które pracują jako piloci (Banaszkiewicz 2011).

Istnieją trzy zasadnicze czynniki, które poprawić mogą jakość *kompetencji międzykulturowej*¹⁸. Pierwszą z nich jest wiedza, nie ograniczająca się jednak wyłącznie do wiedzy akademickiej, teoretycznej, wyuczonej jedynie z książek. Chodzi raczej o wiedzę „praktyczną” – o innych ludziach, zasadach komunikacji, kontekście sytuacyjnym i kulturowym. Można przeczytać w książce jak wygląda kupowanie na arabskim bazarze, ale dopiero, gdy samemu dokona się transakcji, rozumie się, na czym to tak naprawdę polega. Drugim aspektem, na który warto zwrócić uwagę, jest motywacja. Z jednej strony człowiekiem kierować może otwarcie na innego, gotowość zrozumienia wartości ważnych dla partnera aktu komunikacyjnego. Wówczas szansa na rozwój kompetencji międzykulturowych jest o wiele większa niż wtedy, gdy czymś zachowaniem kierują stereotypy, uprzedzenia i duży dystans społeczny. Jeśli uważamy, że Azjaci są brudni, nieuczciwi, nieucywilizowani, wówczas nigdy nie będziemy w stanie docenić ich osiągnięć kulturowych, czy pokazać piękna tego egzotycznego regionu. Ostatnią cechą są umiejętności, które należałoby w pewnym stopniu utożsamiać z kompetencjami zdobytymi już wcześniej. Dlatego w praktyce pracy pilota tak bardzo liczy się doświadczenie. Im więcej zróżnicowanych wyjazdów, tym większe umiejętności i szansa na poradzenie sobie nawet w najtrudniejszych, zaskakujących sytuacjach.

Oto jakimi cechami powinien charakteryzować się dobry pilot, by skutecznie grać rolę międzykulturowego pośrednika (Banaszkiewicz 2011):

¹⁷ J. Willingen, *Applied anthropology: an introduction*, Greenwood Publishing Group, 2002, s. 130-131. , cytuję za Banaszkiewicz 2011.

¹⁸ Przytaczam poniżej fragment opracowania M. Banaszkiewicz zamieszczony w Kompendium pilota wycieczkę, wyd. XI z 2011 r. Proksenia Kraków na temat kompetencji międzykulturowych pilota wycieczek.

1. **Otwartość** – dostrzeganie, że ludzie są różni,
2. **Akceptacja** – pogodzenie się z innością tych, których się spotyka,
3. **Empatia** – uwrażliwienie na potrzeby innych, próba wczucia w ich postawy,
4. **Adaptacja** – przystosowanie do sytuacji, zachowywanie według reguł danej kultury,
5. **Autorefleksja** – spojrzenie na siebie oczami innych.

Wymienione wyżej cechy charakteryzują postawę właściwą dla każdego pilota – permanentnego uczeniu się świata, ciekawości i chłonności. Pamiętajmy o tym, że pilot ma być wzorem zachowania dla turystów a jednym z jego zadań jest budzenie wrażliwości ludzi na piękno natury i dzieł kultury.

Drogą do osiągnięcia wysokich kompetencji pilota do obsługi egzotycznych podróży jest tzw. „**inkulturacji**” (Mikos von Rohrscheidt 2008, s. 143). Najlepszym rozwiązaniem byłyby studia kierunkowe pozwalające na poznanie języka, kultury, fachowość czy swobodę interpretacji interesujących turystów zagadnień. Innym rozwiązaniem, proponowanym przez Mikosa von Rohrscheidta (2008) jest angażowanie pilota będącego człowiekiem „stamtąd”, który w Polsce studiował, poznał kraj i naszą kulturę, mentalność, zainteresowania i oczekiwania, bariery komunikacyjne i wrażliwość historyczna. Takie rozwiązanie często jest stosowane w wypadku angażowania pilotów jako rezydentów naszych biur podróży w miejscach słonecznych wakacji naszych rodaków.

Pilot wypraw egzotycznych, w tym kulturowych, towarzyszący turyście podczas całej wyprawy, spełnia rolę przewodnika, zarówno w jej aspekcie, globalnym (przez cały czas udzielając informacji, wprowadzając w realia, wyjaśniając i ostrzegając, odpowiadając na pytania), a często przecież także spełnia on też rolę przewodnika lokalnie i konkretnie: w miejscach i obiektach, podczas spotkań i imprez. Turysta szukający autentycznego kontaktu z kulturą odwiedzaną będzie więc od niego także wymagał, by był on niejako „wewnątrz” tej kultury (wypowiedź Mikosa von Rohrscheidta na Gnieźnieńskim Forum Ekspertów, listopad 2010).

Pilot wycieczek egzotycznych jest dla swoich turystów nie tylko narratorem i prezydentem, ale w bardzo wysokim stopniu także interpretatorem kultury kraju docelowego, jego historii i odwiedzanego kręgu kulturowego, z instytucjami społecznymi, religią lub religiami, typowymi zachowaniami i wytworami, sztuką (ona najczęściej wymaga właśnie interpretacji) muzyką, a nawet oryginalną kuchnią. Oczywiście, tego zadania nikt nie jest w stanie spełnić perfekcyjnie, nawet lokalny przewodnik, gdyż może mu zabraknąć umiejętności efektywnego przekazu lub też ich jego oryginalny przekaz kulturowy może się zderzyć z barierą percepcyjną lub interpretacyjną naszych turystów.

Studium przypadku - Egzotyczne destynacje

Papua – Nowa Gwinea

Jest to jeden z ostatnich na świecie dzikich terenów, miłośnicy egzotycznych podróży liczą tu na prawdziwą przygodę, poznanie przyrody i niezmiętej przez cywilizację miejską kultury Papuasów. Zachodnia Gwinea zwana Irianem Zachodnim została włączona do Indonezji. Ma miejsce tutaj intensywny proces kolonizacji tego kraju przez osadników głównie z Jawy. Akcja ta prowadzona jest w imię naczelnego hasła Indonezji „w różnorodności siła”. Do II wojny światowej Zachodnia Gwinea należała do Holendrów, którzy ograniczyli swoją penetrację gospodarczą do wybrzeża. W 1938 r. Richard Archbold lecąc hydroplanem odkrył zaludnioną przez Papuasów dolinę Baliem, położoną na płaskowyżu, niedaleko Gór Śnieżnych i ogłosił to odkrycie w „National Geographic”. Później dotarli tu misjonarze. Bujna tropikalna dżungla skrywała wioski Papuasów, szacowano ich populację wtedy na około 100 tys. osób.

Obecnie Baliem jest celem niewielkich grup turystów. Dostać się można tutaj tylko małym samolotem z Jayapury (stolica Irianu), nie ma bowiem dróg lądowych. Liczące 7 tys. mieszkańców miasteczko Wamena jest jedyną enklawą cywilizacji, ze sklepami, ulicami, lotniskiem i kilkoma, skromnymi hotelami. Wszystkie towary, materiały budowlane, benzyna są przywożone samolotem. W dolinie Baliem mieszkają plemiona Dani, Lani i Yali reprezentujący antyczną kulturę, mieszkają w chatkach z gliny i trzciny, mężczyźni chodzą z łukiem i strzałami, noszą „koteki”¹⁹, kobiety osłaniają tylko biodra spódniczkami z włókien roślinnych. Wszelkie rozliczenia prowadzone są nie w dolarach, a w świniach.

Stopniowo wpływy cywilizacji miejskiej odcinają jednak plemiona z Baliem od ich tradycji i wierzeń. Pojawili się jednak organizatorzy turystyki, którzy utwierdzili Papuasów w przekonaniu, że ich stroje, wierzenia, zwyczaje stały się towarem. Kwitnie handel pamiątkami (coraz bardziej natrętny), nadzy Papuasi czatują pod hotelem na turystów z swoimi rękodzielami. Na zamówienie biura podróży inscenizuje się bitwę między rodami zakończoną zgodą, tańcami i wspólną z turystami ucztą. Wszystko to jest ładnie wyreżyserowane, ale coraz mniej autentyzmu. Wytrawni podróżnicy komentują, że to już „cepelia”.



Foto 2. Inscenizacja uczt u Papuasów na Nowej Gwinei (foto Z. Kruczek)

W Wamenie przybywa stopniowo hoteli, kiedy z czasem połączą ją drogą z Jayapurą, napłynie więcej turystów i z etapu eksploracji ten izolowany region osiągnie etap penetracji. A przestrzeń dżungli zastąpiona zostanie cywilizowaną, podmiejską strefą, wśród pół uprawnych jak relikty przetrwają wioski papuaskie. Przetrwają, bo staną się produktem turystycznym. Dolina Baliem będzie zadeptana przez turystów, zawiedzeni „eksplorery” przeniosą się w głąb dżungli, może w okolice mało dostępnej kulminacji Puncak Jaya (zaliczenie tej najwyższej w Australii i Oceanii kulminacji jest niezbędne do zdobycia „Korony Ziemi”).

¹⁹ Specjalne pochwy na penisa, różniące się wielkością i kształtem w zależności od przynależności plemiennej.

W górzystej krainie Torajów na Sulawesii

W wapiennych górach i krasowych wyżynach Sulawesii (dawniej Celebes) mieszkają plemiona Torajów. Legenda głosi, że przybyli z oceanu na czółnach, dlatego domy ich przypominają łodzie z zadartymi dziobami. Torajowie słyną z kulturowych do dzisiaj uroczystości pogrzebowych, towarzyszące im stypy trwają tydzień. Na wielką ucztę zaproszone rody znoszą na ofiarę bóstwom setki świń i bawołów, ich zabicie zapewnić ma zmarłej osobie bezpieczne przejście w zaświaty. Zwłoki ułożone w trumnie z sandałowego drzewa umieszczane są na platformie przed spichlerzem. W międzyczasie przygotowywana jest podobizna zmarłego, figura zwana tau tau, wykonana z drzewa chlebowca. Docelowo trumnę razem z tau tau umieszcza się w jednej z jaskiń. Uroczystości pogrzebowe odbywają się od lipca do września, udział w nich jest dla turystów niesamowitym przeżyciem, autentyczną atrakcją każdego wyjazdu. Wizyta w krainie Torajów jest proponowana przez wielu organizatorów egzotycznych podróży, miałem okazję oglądać ceremonie pogrzebowe z grupą Prestige Holidays and Tours z Krakowa.



Foto 3. Uroczystości pogrzebowe Torajów (foto Z. Kruczek)

Travelbit – portal podróżników

Ogromne znaczenie dla podróżników, zwłaszcza podejmujących samodzielnie egzotyczne wycieczki, ma serwis Travelbit powstał w 1976 jako BIT, czyli Bank Informacji Trampingowej. Założony został przy studenckim biurze podróży Almatour w Krakowie. Szybko stał się wielkim archiwum gromadzącym informacje z podróży do wszystkich zakątków świata. Co więcej, przez wiele lat BIT prowadził tę działalność za pośrednictwem poczty (posiadał specjalnie do tego celu wydzieloną skrytkę pocztową). W 1994 przekształcił się w Travelbit, a w 1997 trafił do Internetu. Twórcą BIT i Travelbit jest podróżnik i lekarz Andrzej Urbanik. Obecnie portal jest tworzony przez założyciela wraz z grupą podróżników i nabiera charakteru serwisu społecznościowego.

Portal ten jest znakomitą płaszczyzną integrującą środowisko podróżnicze w Polsce. Prowadzone jest forum dyskusyjne, dział linków kierujących do ogromnej liczby stron

użytecznych dla podróżników, a także obszerne archiwum relacji z podróży. Za pośrednictwem www.travelbit.pl można brać udział w spotkaniach podróżników w całym kraju, a przede wszystkim w kultowym już OSOTT czyli Ogólnopolskim Spotkaniu Obieżyświatów, Trampów i Turystów - najbardziej prestiżowym spotkaniu podróżniczym w Polsce, organizowanym nieprzerwanie od roku 1985.

Travelbit jest także wydawcą książki „Przez świat” (kolejne tomy ukazują się od 1996) składającej się z relacji z podróży do najciekawszych zakątków świata (<http://travelbit.pl/v2/>).

Podróżowanie, a szczególnie planowanie podróży, wiąże się ze zdobyciem odpowiednich, często bardzo "specjalistycznych" informacji. Kiedyś dostęp do nich był bardzo trudny. Spotkania i pokazy przeźroczy były podstawową formą podróżniczej wymiany doświadczeń. W dobie Internetu i zalewu różnorodnymi wydawnictwami, tradycyjna forma spotkania wcale się nie przeżyła. Podróżnicy chcą i lubią się spotykać. Lubią, bo z reguły są ludźmi towarzyskimi, a chcą bo wiedzą, że po prostu, pewnych spraw nie da się przekazać inaczej niż w bezpośredniej rozmowie. Tych podróżniczych spotkań jest coraz więcej, ich wykaz znajdziemy rejestrowane właśnie na stronach Travelbit.

Uwagi końcowe

Wśród różnych form turystyki wyróżnić można na podstawie kryterium odległości i specyfiki programu turystykę egzotyczną, zaliczaną w większości wyjazdów do turystyki

kulturowej. W skali świata jest ona wyróżniającym trendem na rynku turystycznym i zaliczana jest do 10 najszybciej rozwijających się form turystyki.

Przeprowadzona analiza rynku egzotycznych podróży w Polsce wskazuje, że jest to rynek znaczący i rozwijający się dynamicznie. Przybywa systematycznie liczba „wielbicieli egzotycznych podróży” obsługiwanych przez wyspecjalizowanych organizatorów takich wyjazdów. Wśród nich – pod względem liczby wysłanych grup oraz uczestników wyjazdów wyróżnia się Logos Travel i Logostour oraz Prestige Holiday & Tours. Większość biur specjalizujących się w egzotycznych podróżach zlokalizowana jest w dużych miastach, skąd najczęściej wywodzą się uczestnicy takich wyjazdów. Szacuje się liczbę uczestników takich wyjazdów na około 30 tys. osób w skali roku (nie licząc uczestników młodzieżowych wypraw trampingowych) oraz około 2000 zorganizowanych grup turystów. Turystykę egzotyczną uprawiają w formie trampingu (backpakingu) uprawiają głównie ludzie młodzi, najczęściej studenci. W formach zorganizowanych przez komercyjnych organizatorów najczęściej biorą udział zasobni finansowo ale ograniczeni czasowo. Jest to bardzo wymagający segment rynku turystycznego.

Organizacja wypraw egzotycznych wymaga szczególnego nakładu pracy w przygotowaniu oferty. O powodzeniu takiego wyjazdu oprócz sprawnej organizacji decyduje praca pilota, wobec którego wymagania, tak organizatora wyjazdu jak i uczestników są szczególnie wysokie.

Bibliografia

- Awedyk M., 2009, *Pozaeuropejska turystyka poznawcza mieszkańców Polski w aspekcie przemian ustrojowych*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe. Poznań,
- Banaszkiewicz M., 2011. *Wielokulturowość w pracy pilota*. [w:] *Kompendium pilota wycieczek*, red. Z. Kruczek, wyd. XI. Proksenia, Kraków.
- Becker C, Steinecke A. (1997) *Kulturtourismus: Strukturen und Entwicklungsperspektiven*, Hagen 1997
- Człowiek w podróży* (2009). Red. Naukowa Z. Krawczuk, E. Lewandowska-Tarasiuk, J.W. Sienkiewicz. Almamer, Warszawa.
- Kruczek Z. (2010). *Analiza rynku egzotycznych podróży*. [w:] *Współczesne podróże kulturowe*. Red. M. Kazimierzczak i K. Buczkowska. AWF Poznań seria Monografie nr
- Kruczek Z. (2011). *Oczekiwania turystów a kwalifikacje pilotów egzotycznych podróży*. [w:]. *Piloci i przewodnicy na styku kultur*. Proksenia, seria Monografie nr 8, Kraków.
- Lipiec J., 2010, *Fenomenologia wędrówki*. Wydawnictwo Fall. Kraków.
- Łopaciński K., 1990, *Podróże trampingowe*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka kulturowa*. GWSHiM, Gniezno.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2009, *Podróże studyjne jako klasyczna forma turystyki kulturowej*. [w:] *Współczesne formy turystyki kulturowej*. Praca zbiorowa pod red. K. Buczkowskiej i A. Mikosa von Rohrscheidt, AWF Poznań seria Monografie nr 391.
- MacCanell D., 2002, *Turysta – nowa teoria klasy próżniaczej*. Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza, Warszawa
- Pawlikowska B., 2007. *Poradnik Globtrotera czyli blondynka w podróży*. G+J RBA, Warszawa.
- Starzak G., *Świat w portfelu*. Coraz dalej, coraz drożej. Dziennik Polski, z 21.01.2011,
- Stasiuk A., *Jadąc do Babadag*. 2008. Wydawnictwo Czarne, Wołowiec
- Stasiuk A., *Opowieści galicyjskie*. 2008. Wydawnictwo Czarne, Wołowiec
- Stasiuk A., *Dziennik pisany później*. 2010. Wydawnictwo Czarne, Wołowiec
- Steinecke A., 2010. *Cultural Tourism in Germany*. Economic Review of Tourism. Volum 43, nr 3. Banska Bystrica, Faculty of Economics University Matej Bel.

- Wieczorkiewicz A. 2008, *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata podróży*. Universitas, Kraków.
- Winiarski R., Zdebski J. 2008, *Psychologia turystyki*. Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne. Warszawa 2008
- Współczesne formy turystyki kulturowej*, 2009, Red. K. Buczkowska i A. Mikos von Rohrscheidt. Seria Monografie nr 391 AWF Poznań.
- Zamelska M., Kaczor B., 2010, *Podróże kulturowe – marzenia czy rzeczywistość*, [w:] Marka M. Kazimierczak (red.), *Współczesne podróże kulturowe*, Wyd. AWF Poznań Seria: Monografie, nr 400

Exotic cultural tourism (trends, organizers, participants)

In the article, the author draws our attention to a dynamically developing segment of tourism – exotic tourism, i.e. to non-European countries. The text touches the issue of exotic trips specific character as well as the rules of organizing such trips. It also draws a profile of a tourist deciding to take such a trip and it presents the most important organizers of such trips, indicating the ten which count the most in the national market of exotic trips tour operators.