

Ewa Malchrowicz

"Wpływ folkloru i tradycyjnej kultury ludowej na rozwój ruchu turystycznego na przykładzie Hiszpanii", Krzysztof Widawski, Wrocław 2009 : [recenzja]

Turystyka Kulturowa nr 3, 41-46

2012

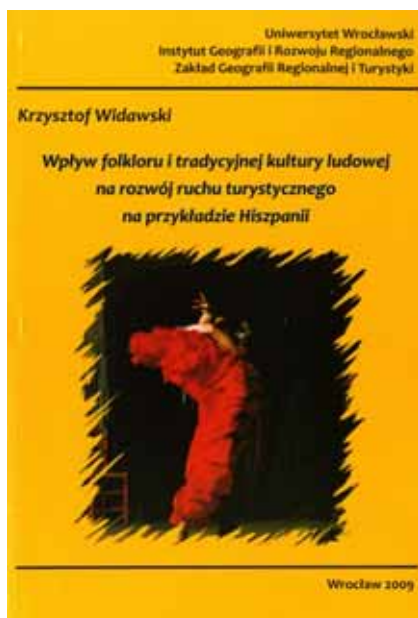
Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość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

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Recenzja:

Ewa Malchrowicz, AWF Poznań

Wpływ folkloru i tradycyjnej kultury ludowej na rozwój ruchu turystycznego na przykładzie Hiszpanii



Wpływ folkloru i tradycyjnej kultury ludowej na rozwój ruchu turystycznego na przykładzie Hiszpanii

Krzysztof Widawski

Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego

Wrocław 2009

160 stron

ISBN 978-83-928193-6-3

Przedmiotem recenzji jest książka autorstwa Krzysztofa Widawskiego, która podejmuje próbę oceny wpływu folkloru i tradycyjnej kultury ludowej na rozwój ruchu turystycznego. Refleksje zawarte w książce zostały oparte na obserwacjach tego zjawiska w kraju korridy i flamenco – kraju, który niewątpliwie ma turyście wiele do zaoferowania, zarówno pod względem folkloru, jak i tradycyjnej kultury ludowej. Walory te, jak podkreśla autor, są od lat z sukcesem wykorzystywane jako magnes przyciągający turystów, dlatego Hiszpania wydaje się idealnym polem do badań tego zjawiska. Obserwowalne obecnie powolne znużenie ofertą „plaża i słońce” spowodowały, że to właśnie m.in. flamenco, korrida i hiszpańskie fiesty stanowią coraz istotniejszą ofertę komplementarną tradycyjnych produktów turystycznych, jak i coraz ważniejszy czynnik rozwoju turystyki również wewnątrz Półwyspu Iberyjskiego.

Omawiana pozycja stanowi pierwsze w Polsce kompleksowe opracowanie dotyczące roli folkloru i kultury ludowej w turystyce. Pozycja ta jest zatem niezwykle cenna, zwłaszcza gdy wziąć pod uwagę fakt, że nawet w hiszpańskiej literaturze przedmiotu zjawisko to nie doczekało się całościowego opracowania. Publikacja stanowi interesujące ujęcie problemu, a za jeden z jej nielicznych mankamentów można uznać brak pisowni hiszpańskiej – gdyby się ona pojawiła, to książka jawiłaby się jeszcze bardziej wiarygodnie: czytamy na przykład Espana (a powinno być España), pena (peña), Salvador Dali (Dalí) – a są to akurat bardzo ważne kwestie dla rozważań podjętych w książce.

Recenzowana publikacja składa się z ośmiu rozdziałów. Już we „Wstępie” autor opracowania podkreśla, że dziś na potrzeby turystyki zwyczajowe obrzędy często przyjmują charakter spektaklu, który staje się produktem na sprzedaż. I w takim właśnie świetle Widawski rozpatruje atrakcyjność tych obrzędów w dalszej części pracy – bada czy dane wydarzenie jest na tyle atrakcyjne, aby mogło zaistnieć w ofercie skierowanej dla turystów; a jeśli tak – to dlaczego tak się dzieje. Pytania badawcze, jakie autor postawił, dotyczą m.in. tego, czy folklor stanowi dziś tylko komplementarną, czy może już także samodzielną ofertę turystyczną.

Rozdział pierwszy stanowi przegląd definicji, takich podstawowych pojęć dla tematyki książki jak: folklor, folklorizm, tradycja i kultura ludowa. Był to zabieg przydatny, gdyż – jak słusznie zauważył sam autor – pojęcia te nad wyraz często definiowane są przez odbiorcę intuicyjnie.

Rozdział drugi prezentuje rys historyczny rozwoju turystyki masowej w Europie w II połowie XX wieku oraz rolę, jaką w tym procesie odegrała Hiszpania. W tej części książki pojawiają się takie wątki jak opis historii podróży czy opis pierwszych prób podziału podróżujących ze względu na czynniki motywujące ich do podjęcia wyprawy. Autor opisuje boom turystyczny na hiszpańskich plażach, dzięki któremu od wielu lat kraj ten znajduje się w ścisłej czołówce pod względem wielkości ruchu turystycznego. Przywołane są statystyki dotyczące najpopularniejszych regionów turystycznych Hiszpanii czy też krajów, z których przybywało do niej najwięcej turystów. Jednakże, jak zauważył autor, obecne we współczesnej turystyce przesylenie ofertą turystyki masowej zmusza Hiszpanów do podejmowania kroków na rzecz poszukiwania nowych atrakcji turystycznych, już nie tylko opartych na plaży i słońcu. Zreżymowano zatem i przedstawiono dalej trendy w najnowszej historii turystyki – jako jeden z najciekawszych z nich, z punktu widzenia folkloru i kultury ludowej, autor upatruje dążenie do większej konkretyzacji tradycyjnej oferty turystycznej. Zwłaszcza tej kierowanej do osób, które chcą spędzać swój czas wolny z dala od wielkich centrów wakacyjnych i to najlepiej w sposób niestandardowy (nie jest przecież tajemnicą, że od pewnego czasu turyści nie chcą już wypoczywać w wielkich i ciasnych zarazem molochach turystycznych, których nie brakuje na wybrzeżu śródziemnomorskim, a zwłaszcza hiszpańskim – Costa Brava, Costa del Sol).

Rozdział trzeci stanowi analiza stanu badań nad rolą folkloru w turystyce. Dziś już chyba wszyscy zdają sobie doskonale sprawę z tego, że folklor jest w turystyce bardzo ważnym elementem, jednakże nikt nie pokusił się wcześniej o przeprowadzenie szczegółowych analiz na ten temat – czy na pewno i w jakim stopniu. W miejscu tym autor dokonuje przeglądu hiszpańskiej literatury odnoszącej się w jakiś sposób do omawianego zjawiska. Przytacza m.in. obserwacje hiszpańskich badaczy, którzy opisują sytuację, w jakiej znajdują się obecnie tzw. hiszpańskie „dojrzałe” centra turystyczne. W rozdziale trzecim podniesiony został również problem autentyczności w folklorze „serwowanym” turystom. Jako przykład problemów z autentycznością, ciekawej analizie został tutaj poddany Festiwal Pochwały Raka Rzecznego.

Problem z autentycznością może dotyczyć jednakże nie tylko transferu atrakcyjnych rytuałów do miejsc, z których one nigdy nie wyrastały, ale także problemu odbywania się ważnych dla społeczności lokalnych wydarzeń, nie w czasie kiedy powinny się one odbywać – ale w czasie najwyższego sezonu turystycznego (przykład: gonitwa byków w Pampelunie). Wreszcie, problem może dotyczyć także daleko idących, „nieautentycznych” udogodnień instalowanych w miejscach, które powinny cechować się autentycznością („ważne jest autentyczne łóżko, ale też jak najbardziej współczesny materac”)¹. Problem ten jest jak najbardziej aktualny – wydaje się, że badacze zjawisk zachodzących we współczesnej turystyce dzielą się dziś na tych, którzy żądają niemalże niemożliwego w imię autentyczności kulturowej, oraz na tych, którzy wydają się być większymi realistami. Weźmy za przykład jakąś rdzenną ludność z Afryki, która w ciągu dnia idzie „pracować”, czyli odgrywać swoje „turystyczne scenki rodzajowe” do typowych i „autentycznych” domostw, w których przed wiekami mieszkali ich przodkowie. Wszystko po to, aby turyści mogli zobaczyć jak w ich kraju, kulturze żyło się dawniej. Jednak ci sami ludzie na nocny spoczynek powracają już do swoich (często luksusowych) rzeczywistych domów. Idealiści nazywają ich więc oszustami, zarabiającymi na turystyce, od których oczekiwano przede wszystkim autentyczności. Z drugiej strony nie można chyba przecież oczekiwać od innych, że zatrzymają się na pewnym etapie rozwoju cywilizacyjnego tylko dlatego, że bogaty turysta z Europy ma ochotę zobaczyć jak kiedyś wyglądało prawdziwe życie w Afryce.

¹ Zainteresowanych problemem autentyczności w turystyce odsyłam do artykułu Rafała Nowickiego „Autentyzm jako element atrakcyjności turystycznej zabytków architektury w turystyce”, opublikowanym w monografii „Współczesne podróże kulturowe” pod red. Marka Kazimierczaka (Poznań 2010).

Podobnych przykładów w turystyce jest mnóstwo, a wiele z nich dotyka tzw. dziedzictwa niematerialnego. Przecież dziś już chyba nikt nie wierzy w to, że np. artysta flamenco dający show w hotelowym barze (który bynajmniej nie jest cygańską grotą na wzgórzu Sacromonte) jest prawdziwym wirtuozem tej sztuki. Pół biedy, jeśli jest on, mimo że fałszującym, to jednak chociażby potomkiem dawnych twórców prawdziwego flamenco. Lub chociażby Hiszpanem. Gorzej, gdy jako „najprawdziwsze flamenco” czy też „flamenco w najczystszej formie” jest nam sprzedawane show w wykonaniu studenta o „południowych rysach twarzy”, dajmy na to, z Niemiec, który chce sobie dorobić w sezonie wakacyjnym. Podany przykład wydawać się może dość przejawskawiony, jednakże dzisiejszy świat turystyki pełen jest takich „drobnych” kłamstewek, warto więc być na nie wyczulonym.

Rozdział czwarty zatytułowany „Folklor jako oferta w turystyce masowej” składa się z czterech podrozdziałów. W pierwszym z nich – „Miejsce folkloru w materiałach informacyjnych adresowanych do turystyki masowej” – szczegółowemu badaniu zostały poddane mapy, informatory regionalne, foldery tematyczne oraz informatory hotelowe, które były dostępne w ostatnich latach na najważniejszych europejskich targach turystycznych. Na ich podstawie spróbowano ocenić rolę, jaką odgrywa folklor w polityce turystycznej miast i regionów Półwyspu Iberyjskiego. Na końcu tego rozdziału poruszono także ciekawą kwestię wykorzystywania elementów folkloru podczas promocji na zagranicznych targach turystycznych (kiedy np. obsługa stoisk przebrana jest w tradycyjne stroje ludowe).

Podrozdział drugi – „Charakterystyka oferty folklorystycznej dla turystyki masowej” – jest przeglądem szerokiej oferty związanej z walorami folkloru w Hiszpanii. Skupiono się tutaj na dwóch najwyraźniejszych jej przykładach, niemalże wizytówkach tego kraju, jakimi są (i chyba zawsze były) walki byków i flamenco. W miejscu tym opisane zostały dzieje kształtowania się tych dwóch ważnych elementów hiszpańskiej kultury. Dobrze, że autor również krytycznym okiem potrafił ocenić te dwa zjawiska – w odniesieniu do korridy zauważając, że często areny do walk z bykami na potrzeby turystów powstają nawet w nowoczesnych kurortach (np. Estepona, Fuengirola), które są raczej tworem sztucznymi, a w odniesieniu do flamenco – że często staje się ono przede wszystkim produktem turystycznym. Przypadek flamenco i jego popularności, która doprowadziła do powstawania *tablaos* – lokali, w których flamenco tańczy się i śpiewa przede wszystkim dla zagranicznych turystów, a dokładniej dla ich pieniędzy – jest świadectwem tego, jak nisko może upaść prawdziwa kultura, a raczej sposób jej interpretowania w imię łatwego zysku. Dla opisu takich przypadków, kiedy turystyka niszczy autentyczność kulturową, można by niemalże wprowadzić pojęcie „marnego losu flamenco”. Tego, co zawsze było symbolem ognistej Hiszpanii i było uważane za najprawdziwszy przejaw kultury tego kraju, dziś nadaremnie można poszukiwać w czystej formie. Dziś już nawet sami Hiszpanie mówią o „turystycznej” odmianie flamenco: „...una prostitución del flamenco” (s. 71). A typowe „hiszpańskie wieczory flamenco” nazwałabym, co najwyżej „wieczorkami autentycznego kiczu”.

Podrozdział trzeci zatytułowany „Folklor w turystyce masowej na przykładzie walk byków” prezentuje kalendarium korrid możliwych do obejrzenia przez turystów, zestawienia liczebne korrid, które odbyły się w II połowie XX wieku oraz trasy tematyczne, które są związane z taumochią.

W podrozdziale czwartym – „Folklor w turystyce masowej na przykładzie flamenco” – autor przedstawia tutaj m.in. casus Sewilli, która zasługuje niemal na miano miasta flamenco. Zaprezentowano również inne miejsca, w których można posłuchać oraz zobaczyć flamenco (czy na wysokim poziomie?) oraz przedstawiono najważniejsze festiwale tego gatunku, które stanowią ważny przyczynek dla rozwoju turystyki eventowej, mającej już od pewnego czasu miejsce na półwyspie.

Kolejny rozdział „Święta ludowe jako samodzielna oferta turystyczna” przedstawia (zupełnie słusznie) Hiszpanię jako krainę wielkich fiest i podkreśla fakt, że hiszpańskie fiesty

są jednymi z atrakcyjniejszych walorów w Europie². A jak wymienia autor – „w sumie można mówić aż o prawie 8 000 świąt i jarmarków odbywających się w Hiszpanii i w Portugalii”. O tym, że święta lokalne są przez Hiszpanów traktowane jako produkty turystyczne świadczy choćby wydawanie przez nich już od ponad 30 lat kalendarza świąt, które mają wagę dla ruchu turystycznego, a także to, że są im przypisywane odpowiednie rangi (takie jak międzynarodowa, krajowa i regionalna). W tym punkcie opracowania zaprezentowano zmianę nastawienia do tego elementu kultury na przestrzeni ostatnich lat w sferze turystyki. W dalszej części rozdziału prezentowane są obserwacje autora, z których wynika, że regionem, który najbardziej obfituje w różnorakie święta i rytuały jest Andaluzyja.

Podrozdział piąty podzielony został na trzy podrozdziały. Pierwszy z nich to „Przegląd świąt ludowych w ofercie turystycznej”. W tej części opracowania opisane zostały najważniejsze – zdaniem autora – imprezy o znaczeniu międzynarodowym w turystyce (co nie oznacza oczywiście, że fiesty te nie przyciągają również samych Hiszpanów z innych hiszpańskich miast). Omówieniu poddane zostały następujące fiesty:

- Feria de Abril w Sewilli (jarmark wiosenny; święto wiosny)
- Semana Santa w Sewilli (obchody Wielkiego Tygodnia)
- Las Fallas w Walencji (święto ognia)
- Sanfermines w Pampelunie (ucieczka przed bykami)
- El Rocío w prowincji Huelva (pielgrzymka o charakterze religijno-folklorystycznym)

Wybór świąt poddanych analizie uważam za słuszny, ale myślę, że warto byłoby do tej grupy dodać jeszcze Tomatinę, która pod wieloma względami jest unikatem na skalę światową.

W dalszej części książki zaprezentowano przykładowe oferty wycieczek, w których motywem przewodnim są właśnie hiszpańskie fiesty. W podrozdziale tym powraca wątek autentyczności, prawdy oraz etyki w turystyce. Na przykład przy lekturze informacji o Las Fallas dowiadujemy się, że za dodatkową opłatą turysta może dziś brać czynny udział w poszczególnych aktach związanych z obchodami, takimi jak np. wspólne stawianie z mieszkańcami Walencji figur Las Fallas, a nawet udział w uroczystej kolacji, której gospodarzem jest jedno z bractw-organizatorów (opcja ta wydaje się być tym bardziej szczególna, ponieważ nie każdy nawet Hiszpan może wstąpić do takiego bractwa, gdyż większość z nich jest stowarzyszeniami bardzo elitarnymi).

Należałoby się w tym miejscu zastanowić, czy i jak, taka bliska obecność przybyszów z zewnątrz wpływa na przebieg fiest i ich przeżywanie przez ludność recepcyjną. Czy obecność obcych w jakiś sposób nie wpływa na nich samych? Czy nie zakłóca ustalonego przed wiekami przebiegu rytuałów? Zwłaszcza w przypadku takich obchodów religijnych jak wydarzenia w El Rocío pielgrzymom mogą (choć nie muszą – wymagałoby to sprawdzenia) przeszkadzać turyści-gapie przybywający do celu ich wędrówki wygodnymi autokarami. Tego typu pytania wymagają jednak osobnego opracowania naukowego, a podrozdział pierwszy kończy się podsumowaniem, w którym mowa, że przedstawione fiesty potwierdzają tezę o dużej istotności, jaką w turystyce stanowi walor związany z folklorem – na tyle ważny, że wart stworzenia osobnego produktu na jego bazie. Trzeba jednak pamiętać, że jesteśmy w Hiszpanii – kraju, który jest matką najpopularniejszych fiest w Europie, i nawet, jeśli folklor może stanowić tam osobną ofertę, to w innych krajach wcale nie musi być podobnie. I jak trafnie zauważył autor – ostatecznie nie wszystkie przecież nawet hiszpańskie fiesty są „warte” stworzenia samodzielnych ofert turystycznych na ich bazie.

Podrozdział drugi jest charakterystyką wybranych świąt ludowych. Lektura tej części pokazuje nam wyraźnie, jak daleko zaszła komercjalizacja turystyki kulturowej na

² Zainteresowanych tematyką fiest odsyłam do artykułów K. Buczkowskiej oraz E. Malchrowicz – „Fiesty hiszpańskie – jeszcze święta lokalne, czy już tylko atrakcje dla turystów?” (Turystyka Kulturowa 4/2010) oraz „Współczesne znaczenie hiszpańskich fiest religijnych w opinii młodych polskich turystów i mieszkańców Hiszpanii” (Turystyka religijna. Zagadnienia interdyscyplinarne 2011).

przykładzie hiszpańskich świąt ludowych – Feria de Abril, która od ponad 700 tradycyjnie odbywa się w Sewilli, dziś ma miejsce także w Palma de Mallorca³. Las Fallas – wielkie święto Walencji – dziś rozprzestrzeniło się natomiast na całą wspólnotę autonomiczną. Obecnie Las Fallas obchodzi się aż w 76 miejscowościach regionu. I trudno oprzeć się wrażeniu, że wpływu na taki stan rzeczy nie miało zainteresowanie świętem ze strony turystów.

W dalszej części rozdziału podjęto próbę oszacowania, jaki wpływ na ruch turystyczny mają święta ludowe. Trzeba docenić aspiracje autora, bo próba ta nie była zadaniem prostym, gdyż tak wielkie i masowe imprezy jak hiszpańskie fiesty trudno zbadać i trudno dotrzeć do rzeczywistych danych i statystyk na ich temat. W miejscu tym autor podaje więc opracowania, których udało mu się dokonać oraz czytelnie ilustruje je wykresami i tabelami. Podrozdział ten ponownie dotyka kwestii autentyczności – tu akurat spadku znaczenia religijnego wymiaru obchodów na rzecz wymiaru „turystycznego”, spowodowanego prawdopodobnie masowym napływem widzów-turystów zagranicznych.

Rozdział szósty szeroko omawia elementy folkloru wykorzystywane w turystyce wiejskiej w Hiszpanii, które w tym kraju są atrakcyjnie prezentowane za pomocą muzeów wiejskich i tras tematycznych. Hiszpania ma tutaj wiele do zaprezentowania, choćby sam Kraj Basków stanowi o jej cennym dziedzictwie kulturowym w tej dziedzinie. Omówiono Europejskie Szlaki Kulturowe biegnące przez Hiszpanię i zawierające elementy folkloru i kultury ludowej. Poruszono w tym miejscu również kwestię potrzeby zagospodarowania architektonicznego dziedzictwa kultury ludowej dla potrzeb turystyki zgodnego z najwyższymi standardami. Wskazano, co może stanowić przeszkody w tym procesie oraz pokazano, w jaki sposób takie przeszkody starają się pokonywać Hiszpanie. Wreszcie omówiono również ruch turystyczny w Hiszpanii związany z turystyką wiejską. Ta część książki będzie przydatna zwłaszcza dla badaczy turystyki wiejskiej. Na wielu hiszpańskich inicjatywach można się bowiem wzorować. Turystyka wiejska na półwyspie jest odpowiedzią na zmiany zachodzące na rynku turystycznym na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat, a takie inicjatywy jak *Turismo Verde* – alternatywa dla turystyki masowej – cieszą się w kraju Don Kichota ogromną popularnością.

Ostatnie dwa rozdziały dotyczą założeń regionalnej polityki turystycznej w zakresie wykorzystania folkloru i tradycyjnej kultury ludowej dla potrzeb turystyki w Hiszpanii oraz są próbą określenia jego wpływu na rozwój tego sektora gospodarki. W wyniku analizy zaprezentowano folklor jako samodzielny czynnik generujący ruch turystyczny, folklor jako ofertę komplementarną dla turystyki masowej oraz folklor jako ofertę w środowisku wiejskim.

Do opracowania wkraśli się kilka drobnych błędów: bractwa wiernych to cofradías, a nie cofardias, a pawilony ustawiane w czasie Feria de Abril to casetas, a nie casteas. W omawianej książce Widawskiego zabrakło rozdziału na temat tego, jak walory hiszpańskiego folkloru i tradycyjnej kultury ludowej są faktycznie wykorzystywane przez organizatorów ofert turystycznych skierowanych do Polaków. Warto było zaprezentować takie przykłady jak np. oferta biura podróży Watra Travel, które w swojej ofercie dla seniorów prezentuje właśnie Semanę Santę jako atrakcję turystyczną.

Generalnie książka jest warta polecenia. Przede wszystkim tym, którzy interesują się turystyką kulturową, wiejską, ale również po prostu dziedzictwem kulturowym tej części Europy. Książka dotycząca folkloru musi zawierać wątki omawiające jego autentyczność, bo to właśnie jego przejawy są dziś najczęściej aranżowane na potrzeby turystów. W przypadku tej publikacji tak się stało – problem autentyczności kulturowej powracał wielokrotnie. Dlatego powinni po nią sięgnąć również ci, których interesuje problem prawdy w turystyce.

³ To trochę tak jakby np. inscenizację bitwy pod Grunwaldem przenieść na jakieś inne bardziej efektowne pole na drugim krańcu Polski, i najlepiej przelożyć też jej termin na sezon letni (choć akurat w tym wypadku bitwa i tak miała miejsce – szczęśliwie dla turystyki – akurat w lipcu).

Niepokojące jest bowiem to, że we współczesnej turystyce mamy do czynienia już nie z fiestą religijną, ludową czy folklorystyczną, a z fiestą „turystyczną”, nie z prawdziwym flamenco, a z flamenco „turystycznym”, już nawet nie z autentycznym rękodziełem regionalnym, a głównie z produktami importowanymi – w wyniku czego dziś każdy z nas ma w domu souvenir z Chin, choć może nigdy tam nie był...