

WPLYW TURYSTYKI NA ZACHOWANIA KULTUROWE LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI

Zgodnie z prognozami Unii Europejskiej, kontynent europejski pozostanie do 2020 roku regionem przyjmującym największą liczbę turystów. Ich liczba wzrośnie z 335 mln w 1995 roku do 717 mln w 2020 roku. Bardzo ważnym elementem procesu rozwoju turystyki w Europie pozostaje turystyka biznesowa. Promocja turystyki biznesowej w Polsce ma na celu pozyskanie klientów na rynku lub w odbiorze społecznym. Turystyka poprzez swoją istotę gospodarczą i odmienną usług stymuluje wzrost całej gospodarki, zajmując trzecie miejsce pod względem korzyści ekonomicznych, po energetyce i transporcie.

Ostatnio coraz więcej uwagi poświęca się także problematyce oddziaływania turystyki na inne sfery, zwłaszcza na środowisko naturalne i kulturowe krajów czy regionów turystycznych. Są to nowe, bardzo ważne zjawiska, którym w działalności turystycznej należy poświęcić należytą uwagę. Zmieniające się warunki ekonomiczne, nowe formy turystyki i technologie przyczyniły się do powstania nowych rynków turystycznych, co również sprzyjało dalszemu rozwojowi tej dziedziny gospodarki i zwiększeniu jej znaczenia. W obecnych czasach niewielu jest ludzi na świecie, którzy nie zetknęli się w jakiś sposób z turystyką, czy to jako konsumenci produktów tej branży lub jej pracownicy, czy też jako mieszkańcy miast lub regionów, które stały się turystycznymi miejscami docelowymi¹.

Trzeba także zaznaczyć, że nawet w okresie recesji ekonomicznej prognozy dalszego rozwoju turystyki są zachęcające. Powszechnie przewiduje się wzrost przyjazdów turystów zagranicznych w latach 2006–2020 oraz jeszcze szybszy wzrost realnych wydatków na cele turystyczne. Wojny, konflikty regionalne i recesja mogą tę tendencję przejściowo ograniczać, nie mogą jednak wpływać w sposób znaczący na jej ograniczenie w dalszej perspektywie².

Optymistyczne prognozy dotyczące rozwoju przemysłu turystycznego w najbliższej przyszłości zwiększą zainteresowanie nauką turystyki jako

¹ W. Siwiński, (red.), *Hotelarstwo, rekreacja, turystyka - kierunki przemian w świecie postindustrialnym*, WSHiG, Poznań 2005.

przedmiotu, zarówno w Polsce, jak i w innych krajach. Zwłaszcza w ostatnich latach można było zaobserwować znaczący wzrost jakościowy i ilościowy w tej dziedzinie³.

Postęp w nauczaniu turystyki w ostatnich latach w Polsce najlepiej charakteryzuje zarządzenie Ministerstwa Edukacji i Nauki, który zalecił rozwijanie systemu kształcenia i szkolenia w zakresie sektora turystyki, hotelarstwa i gastronomii. Powstały nowe uczelnie o kierunku: turystyka, rekreacja, hotelarstwo i gastronomia. Studenci uczą się obsługi ruchu turystycznego, hotelarstwa, gastronomii oraz rekreacji.

Niniejszy esej ma na celu przedstawić zmieniające się postawy lokalnych społeczności, różnice kulturowe i stosunek lokalnej społeczności do turystów.

Przyjęta w pracy analityczno-syntetyczna metoda badawcza⁴ miała na celu ujęcie pełnego obrazu uwarunkowań składających się na różnice kulturowe występujące pomiędzy turystami a ludnością odwiedzanych regionów Polski. Szukano odpowiedzi na pytania, w jaki sposób postawy, zachowania jednostek i społeczności w odwiedzanych regionach Polski zmieniają się pod wpływem kontaktów z turystami?

W badaniach przyjęto, że mieszkańców miejsc docelowych nazywać będziemy społecznością lokalną. Składa się ona ze wszystkich ludzi mieszkających na danym obszarze, nie tylko tych, którzy utrzymują się z obsługi turystyki. Na przykład: dla zagranicznych turystów przyjeżdżających do Polski społeczność lokalna to całe społeczeństwo polskie⁵

Ponieważ turystyka związana jest z przemieszczaniem się wielu ludzi z miejsca ich zamieszkania do innych miejsc, powoduje obcowanie na masową skalę dwóch grup ludzi, które często mają ze sobą niewiele wspólnego: turystów i społeczności lokalnej. Te dwie grupy mogą się różnić między sobą pod wieloma ważnymi względami. Na przykład dwóch przyjaciół z Ukrainy, Anatol i Iwan, znaleźli się wśród tysięcy polskich turystów, odwiedzających każdego roku Kołobrzeg i Sopot. Anatol i Iwan mają po 19 lat, studiują na uniwersytecie w Kijowie filologię angielską i przez cały rok oszczędzają na swój dwutygodniowy wyjazd do Polski. Obaj mają zamiar się rozerwać, zrelaksować i beztrudnie spędzić czas. Zamierzają zwiedzić takie miejsca, jak zabytkową starówkę w Gdańsku, a także wydać pieniądze w sklepach czy na bazarach w Kołobrzegu na prezenty dla przyjaciół i rodzin. Jeszcze przed wyjazdem wydali sporo pieniędzy na modne ubrania wakacyjne, cyfrowe

² W. Alejski, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków 2000.

³ A. Gordon, (red.), *Kongres Turystyki Polskiej. Turystyka szansą rozwoju kraju*, Warszawa 1996.

⁴ W. Siwiński, *Metody badań pedagogicznych w dziedzinie kultury fizycznej i turystyki (Zarys problematyki)*, AWF, Poznań 1997.

⁵ A. Nowakowska, *Społeczno-ekonomiczne uwarunkowania ruchu turystycznego w układach przestrzennych*, AE, Kraków 1989.

aparaty fotograficzne oraz na okulary słoneczne. Zarówno Anatol, jak i Iwan, są bardzo towarzyscy i rozmowni, pragną więc spotykać i poznawać rówieśników wśród młodzieży polskiej. Są podekscytowani perspektywą przebywania z dala od rodziny i braku rygorów, takich jak powrót do domu o określonej porze. Ponadto chcą się po powrocie chwalić wspaniałą opalenizną, zamierzają więc spędzić większość czasu opalając się na plaży.

Kiedy wielu turystów, jak Anatol i Iwan utrzymuje liczne kontakty z lokalną ludnością miasta takiego jak Sopot, Gdańsk czy Kołobrzeg, ludność ta może również reagować. Jej postawy i zachowania wobec turystów można przedstawić w rozmaity sposób.

Nawet pokojowo nastawiona, przyjazna z natury ludność lokalna może odnosić się wrogo do turystów, którzy stale wchodzą w konflikt z miejscowymi tradycjami i zwyczajami. Zbyt wiele przykładów bezmyślnego lub niewłaściwego zachowania ze strony turystów, na przykład wchodzących do świątyni w stroju plażowym, upijających się w restauracjach, robiących sobie żarty z tradycyjnych ceremoniałów, spowoduje szybko, że członkowie lokalnej ludności zaczną odnosić się do turystów z wrogością. Jej przyczyną może być sam fakt nadmiernej liczby turystów. W Zakopanym, gdzie liczba turystów zagranicznych przewyższa liczbę lokalnych mieszkańców, a panujący wszędzie tłok zaczyna być problemem wypoczynku społeczności lokalnej.

Można również zauważyć zanik gościnności, która dawniej w wielu regionach turystycznych Polski była sprawą honoru. Nawet wrogów na Mazurach traktowano w grzeczny sposób i przyjmowano ich wystawnie, jeśli byli gośćmi. Turyści przyjeżdżający do Polski we wczesnych latach rozwoju turystyki byli często zaskoczeni tym, jak dobrze są traktowani przez członków miejscowej ludności, która okazywała swoją gościnność oferując bezpłatnie jedzenie i noclegi. W niektórych regionach Polski taka postawa wobec turystów ciągle jeszcze występuje i jest nazywana ksenofilią, czyli sympatią dla cudzoziemców. Jednak ta tradycyjna, uprzejma postawa ludności miejscowej nie może przetrwać, jeśli turyści zaczynają przybywać masowo. Stosunki pomiędzy ludnością miejscową a turystami stają się komercyjne, a obsługa turystów staje się interesem, a nie przejawem gościnności. W rezultacie gościnność wobec przyjezdnych albo zanika zupełnie, albo też lokalna ludność podejmuje działania w celu uchronienia się przed bankructwem w związku z nadmierną gościnnością⁶.

Jeszcze gorszy wpływ na ludność miejscową może mieć czasem postrzeżenie turystów jako bogatych, ekstrawaganckich „rozrzutników”⁷ Turysta z Anglii wracający z obchodów dni winobrania w woj. lubelskim opowiedział historię o próbie sfotografowania miejscowych zbieraczy winogron. Uważając

⁶ K. Przeclawski, *Humanistyczne podstawy turystyki*, IT, Warszawa 1986.

⁷ K. Przeclawski, *Turystyka a wychowanie*, NK, Warszawa 1973.

to za malowniczą scenę skierował swoją kamerę fotograficzną w ich kierunku, a oni widząc to, natychmiast przerwali pracę i zażądali pieniędzy za zezwolenie na fotografowanie się. Turysta zrezygnował, ale było mu przykro na myśl, że jedyne angielskie słowa, jakie zbieracze winogron znali to: „ile płaci?” (how much?).

W tym przypadku ludność miejscowa zaczęła pobierać pieniądze od turystów za coś, co nawet w krajach, w których społeczeństwo jest wysoce skomercjalizowane, byłoby bezpłatne.

Następną możliwą reakcją ludności miejscowej wobec turystów jest naśladownictwo. Turyści mogą być postrzegani jako ludzie sukcesu, bogaci, elegancy. Może to mieć wpływ na zachowanie młodego pokolenia miejscowej ludności, które chciałoby upodobnić się do turystów. Młodzież stara się to osiągnąć poprzez naśladowanie postaw i wartości mających znaczenie dla turystów. Może to mieć wpływ pozytywny i korzystny: polska dziewczyna, która spotyka wielu turystów zachodnich, może być pozytywnie inspirowana przez ich status materialny i niezależny sposób myślenia, co może z kolei rozbudzić jej ambicje i zwiększyć determinację do ciężkiej pracy w celu realizacji planów życiowych⁸.

Jednak próby naśladownictwa turystów znacznie częściej przynoszą miejscowej ludności problemy. Rozwój turystyki w kraju takim jak Polska powoduje, że wielu ludzi, zwłaszcza młodych, zaczynają pociągać „światła” wielkich miast i miejscowości wypoczynkowych odwiedzanych przez turystów. W konsekwencji wielu z nich opuszcza swoje rodzinne wsie i emigruje do miejscowości turystycznych, aby podjąć pracę w przemyśle turystycznym. Robią tak w nadziei, że pozwoli im to nie tylko spędzić więcej czasu wśród turystów, ale także pomoże w zarobieniu pieniędzy, których potrzebują w celu na przykład zakupu ubiorów podobnych do noszonych przez turystów i uzyskaniu możliwości wydawania pieniędzy w równie rozrzutny sposób⁹. Kiedy następuje dezintegracja rodziny i zachwianie tradycyjnych wzorców życia (zwłaszcza tam, gdzie na przykład synowie i córki są potrzebni do pracy w gospodarstwie), może to wpływać negatywnie na całą społeczność. Jeszcze większe problemy są powodowane przez tych członków miejscowego społeczeństwa, którzy chcąc naśladować styl życia turystów, zaczynają łamać prawo, aby zdobyć pieniądze. Obecność zamożnych i biednych osób w tym samym miejscu może stanowić bodziec do przestępstw, gdyż ta druga grupa pragnie dorównać sile nabywczej tej pierwszej. W ostatnich latach, w niektórych regionach turystycznych w Polsce zostały zauważone przykłady przestępczości, z napadami i kradzieżami włącznie. Popęśnianie takich przestępstw jest ułatwione, gdyż dzięki obecności wielu turystów są większe szanse, że

⁸ W. Gaworecki, *Turystyka*, PWN, Warszawa 1994.

⁹ A. Gordon (red.), *Turystyka w gminie i powiecie*, POT, Warszawa 2003.

w tłumie ludzi przestępcy nie zostaną złapani. Najsmutniejszym skutkiem nadsładownictwa jest to, że większa część miejscowej ludności reagująca w ten sposób na obecność turystów, nie jest w stanie zrealizować swoich nadziei i ambicji w swym własnym kraju, co wywołuje u nich uczucie rozczarowania i niezadowolenia.

Zauważono również, że kultura miejscowej ludności jest często ważnym czynnikiem przyciągającym turystów do danego kraju. Wielu turystów jest zainteresowanych poznaniem kultur, odmiennych od własnej. Kultura lokalnej ludności może mieć wiele różnych form, ale większość jej elementów zlicza się do dwóch kategorii: 1) zwyczaje ukształtowane przez ludność miejscową; 2) elementy życia codziennego, tradycje i religia ludności miejscowej¹⁰.

Zwyczaje ukształtowane przez ludność miejscową obejmują sztukę i rzemiosło, w tym taniec, wyroby sztuki ludowej, stroje i inne przedmioty codziennego użytku, aż do specjalnych imprez, takich jak festiwale, barwne ceremonie weselne, karnawały, dożynki itp. Prawie każdy region Polski ma swoją tradycyjną formę tańca od poloneza, kujawiaka, polki, walca i innych. Popularnymi pamiątkami są wyroby sztuki ludowej, takie jak rzeźbione świątki wykonane przez górali czy oscypki, oraz takie imprezy, jak słynny jarmark świętojański w Poznaniu, festiwale kwiatów na targach ogrodniczych w Poznaniu, „Dzień Babci”, który przyciąga turystów i inne¹¹.

W różnych aspektach życia codziennego ludności miejscowej odzwierciedlają się tradycje lokalne i narodowe, praca i wypoczynek oraz formy kultu religijnego. Turyści lubią robić zdjęcia „typowych” scen z życia ludności miejscowej: może to być malownicza grupa rolników siedzących na trybunie uroczystości dożynkowych, zawody strażackie na wsi, kolorowy obszar owoców i warzyw u producentów chłopskich, czy pielgrzymki do Częstochowy i inne.

Na całym świecie, również w Polsce, sztuka ludowa i rzemiosło ulegają stopniowo zapomnieniu, w miarę jak pokolenia ludzi posiadających pewne umiejętności są zastępowane przez pokolenia, które tych umiejętności nie nauczyły się, gdyż są postrzegane jako nie pasujące do nowoczesnego stylu życia¹².

Ponieważ turystyka kreuje zainteresowanie tymi konkretnymi formami kultury, może pomóc w uchronieniu sztuki i rzemiosła ludowego przed całkowitym zapomnieniem. Rzeźby odzwierciedlają różne elementy tradycyjnych sposobów życia Polaków i są obecnie podstawowym sposobem wyrażania przez miejscową ludność swojej odrębności kulturowej. Dzięki turystyce od-

¹⁰ T. Żabińska, *Postawy i mechanizmy kształtowania konsumpcji usług turystycznych*, AE, Katowice 1990.

¹¹ J. Suprewicz, *Socjologia turystyki*, WSS-P, Lublin 2005.

¹² G. Gołembski (red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, PWN, Warszawa 2005.

rodziła się tradycyjna forma sztuki, a nowe pokolenie wysokiej klasy artystów uzyskało możliwość samorealizacji i zyskowe zajęcie¹³

Rzemiosło w Polsce także skorzystało na zainteresowaniu turystów. Tradycyjne, ręcznie wykonywane wyroby ludowe są sprzedawane w kraju, w sklepach Cepelii, podtrzymując przy życiu umiejętności rzemieślników, które są częścią przedindustrialnego dziedzictwa Polski¹⁴. Przykładem różnego rodzaju umiejętności jest umiejętność krycia dachów strzechą, co można zobaczyć w Biskupinie i Lednicy koło Poznania i w innych miejscowościach.

Kryte słomą chaty od dawna cieszą się zainteresowaniem krajowych i zagranicznych turystów, którzy traktują je jako coś bardzo ważnego w tradycyjnej wiosce. Z drugiej strony właściciele domów z dachami krytymi słomą doskonale wiedzą, jakie koszty i jak ciężka praca wiąże się ze zbudowaniem i utrzymaniem takich dachów w porównaniu z bardziej nowoczesnymi pokryciami, takimi jak dachówka czy płytki bitumiczne. Jednak zainteresowanie turystów dachami krytymi słomą było jednym z czynników posiadających ciągły popyt na tradycyjną sztukę krycia dachów strzechą w niektórych regionach naszego kraju. Niektórzy fachowcy w tej dziedzinie znaleźli zatrudnienie w krajach zachodnich, gdzie dachy kryte słomą stały się symbolem prestiżu, po odkryciu ich w Polsce przez zachodnich turystów¹⁵.

Mimo, iż turystyka może pomóc w zachowaniu kultury miejscowej ludności, znacznie częściej jej wpływ jest szkodliwy. Jednym z możliwych wpływów turystyki na kulturę jest trywializacja; ma ona miejsce wtedy, gdy elementy miejscowej kultury są degradowane i stają się skomercjalizowaną formą rozrywki dla turystów. Jest wiele przykładów takich sytuacji. Jedną z nich są „uczty myśliwych”, które są atrakcją turystyczną w Polsce. Myśliwi posiadają własne, odwieczne zwyczaje, do których należy „Święto Huberta”, patrona myśliwych. Przy tej okazji organizują oni uczty przy ognisku pod nocnym niebem w lesie. Uczty te mają głębokie myśliwskie i symboliczne znaczenie dla myśliwych i są ważnym elementem ich kultury.

Ceremonia myśliwskiej uczty została wykorzystana przez przemysł turystyczny i przekształcona w ofertę dla turystów zagranicznych zainteresowanych myślistwem¹⁶.

Tendencja do naśladownictwa, która może oddziaływać negatywnie na ambicje i wartości cenione przez miejscową ludność, może także mieć wpływ

¹³ K. Mazurek-Lopacińska (red.), *Problemy zarządzania sferą kultury i turystyki*, AE, Wrocław 1999.

¹⁴ *Hotelarstwo, rekreacja, turystyka – kierunki przemian w świecie postindustrialnym*, WSHiG, Poznań 2005.

¹⁵ A. Gordon (red.), *Turystyka w gminie i powiecie*, POT, Warszawa 2003.

¹⁶ Z. Kulczycki, *Zarys historii w Polsce*, SiT, Warszawa 1977.

na jej kulturę. Członków miejscowej społeczności, zwłaszcza ludzi młodych, może pociągać sposób życia turystów, kosztem mniejszego zainteresowania własną kulturą. Ten proces określany jest jako „dryfowanie kultury”, ponieważ wiąże się z dryfowaniem jednej kultury w stronę drugiej¹⁷. Spowodował on przekształcenie kultury niektórych prymitywnych, prostych społeczności w „kulturę ekskluzywów”, w wyniku czego muzyka disco, neony i bary koktajlowe zaczynają wypierać tradycyjną muzykę i zajęcia rekreacyjne ludności miejscowej. Takim wpływom może ulegać również język, w sytuacji gdy język używany przez turystów zagraża językowi „mniejszości” lub „drugiemu”, jak na przykład u Ślązaków. W niektórych regionach Polski o dużym ruchu turystycznym, znajomość języka np. kaszubskiego zanika znacznie szybciej niż na obszarach, na których ruch turystyczny jest niewielki. Mimo, że turystyka nie jest jednym czynnikiem powodującym „dryfowanie kultury”, może ona przyspieszać ten proces.

Od kilku lat turystyka stała się najszlachetniejszym instrumentem osiągnięcia porozumienia międzynarodowego. Umożliwia ona kontakty między ludźmi z odległej części globu, ludzi różnych języków, ras, religii, przekonań politycznych i o różnej pozycji ekonomicznej. Turystyka ich zbliża, prowadzi do kontaktów osobistych, dzięki którym ludzie mogą rozumieć postawy i przekonania, które wcześniej były dla nich niezrozumiałe, gdyż były odmienne¹⁸.

Przekonanie, że turystyka może pomóc w pokonywaniu różnic i ułatwiać porozumienie pomiędzy różnymi kulturami i społecznościami dzięki komunikowaniu się, jest często wskazywane jako jeden z pozytywnych skutków rozwoju turystyki na świecie. Uważa się, że poprzez podróże i kontakty turystów z ludźmi różniącymi się od nich, lepiej rozumieją oni ludność miejscową i odwrotnie¹⁹. Według tej teorii turystyka staje się formą procesu edukacyjnego i można jej przypisać wpływ na takie zjawiska, jak umacnianie pokoju na świecie, inspirowanie uciskanych narodów, aby zmieniły swoje reżimy polityczne i polepszenie sytuacji kobiet w prymitywnych społeczeństwach²⁰.

Z pewnością postawy wielu osób zmieniły się pod wpływem wyjazdów zagranicznych oraz kontaktów z ludźmi, których spotkali w czasie podróży. Ale trzeba też powiedzieć, że wielu turystów wraca do domu bez jakiegokolwiek wpływu ze strony tego, co lub kogo widzieli. Na pytanie, czy turystyka prowadzi do rzeczywistego komunikowania się, czy nie, należy odpowiedzieć: zależy od rodzaju turystyki²¹.

¹⁷ L. Tuross, *Turystyka i edukacja*, Ypsilon, Warszawa 1996.

¹⁸ T. Łobożewicz, *Propedeutyka turystyki*, AWF, Warszawa 1997.

¹⁹ W. Siwiński (red.), *Czas wolny, rekreacja, turystyka, hotelarstwo, żywienie. (Wyniki badań naukowych)*, WSHiG, Poznań 2003.

²⁰ W. Siwiński (red.), *Hotelarstwo, rekreacja, turystyka – kierunki przemian w świecie post-industrialnym*, op. cit.

²¹ Z. Kruczek (red.), *Obsługa ruchu turystycznego*, KSH, Kraków 2000.

Rekapitulując nasze rozważania nad wpływem turystyki na społeczności lokalne należy zauważyć, iż prawdziwe porozumiewanie się pomiędzy kulturami rzadziej obserwuje się w turystyce masowej, w wielkich popularnych kurortach niż w bardziej indywidualnej turystyce „poza utartymi szlakami”. W przypadku tego drugiego rodzaju turystyki jest bardziej prawdopodobne, że będzie więcej społeczności do spotkania, wielu członków miejscowej społeczności, a nie tylko tych, którzy zatrudnieni są przy obsłudze turystów, jako pracownicy przemysłu turystycznego. Turyści korzystający z tych samych sklepów, barów i środków transportu co lokalni mieszkańcy, mają większe szanse spotkać się z członkami miejscowej społeczności na zasadach partnerskich, w przeciwieństwie do relacji klient – pracownik obsługi.

Z drugiej strony turyści, którzy podróżują w grupach i nie wykraczają poza granice „rezerwatów” turystycznych, takich jak ogromne samowystarczalne kompleksy hotelowe czy gospodarstwa agroturystyczne, mają mniejszą szansę, aby oddziaływać na miejscową ludność jako społeczność. Jeśli porozumiewanie się pomiędzy kulturami jest ograniczone, ograniczony jest również wpływ, jaki jedna kultura wywiera na drugą²².

Wydaje nam się za słuszne, aby specjaliści kultury fizycznej i turystyki kontynuowali badania diagnostyczne w zakresie różnic kulturowych występujących pomiędzy turystami a ludnością odwiedzanych regionów w Polsce i innych krajów. Ważne są również zagadnienia do dalszego wyjaśnienia o reakcjach lokalnych społeczności na turystów, czy też, jaki jest wpływ turystyki na zachowania kulturowe lokalnej społeczności oraz jak wpływa turystyka na porozumienie się różnych kultur?

Prowadzenie badań na te tematy jest bardzo ważne ze względu na rozwój turystyki biznesowej jako produktu narodowego turystyki polskiej.

²² L. Bukowski, *Organizacja turystyki w Polsce*, WSS-P, Warszawa–Lublin 2004.