

SOCJALIZACJA DO SPOŁECZEŃSTWA WIELOKULTUROWEGO

Socjalizacja do społeczeństwa wielokulturowego jest jedną z ważniejszych potrzeb w dzisiejszym świecie, gdyż – jak zauważa Marian Golka – „różnokulturowość, wielokulturowość czy transkulturowość musimy zaakceptować, ba, musimy je polubić, gdyż są one immanentnym składnikiem współczesnego życia społecznego”¹. Międzynarodowy kurs językowy można uznać za wielokulturowy mikroświat, turystyka językowa jako dobrowolne spotkanie osób z całego świata jest niejako „próbką” tego, co dzieje się w wielokulturowym świecie handlu, gospodarki, dyplomacji i polityki oraz stanowi doskonałe przygotowanie, wstępną fazę, do socjalizacji do życia w społeczeństwie wielokulturowym. W niniejszym artykule przedstawiony zostanie proces socjalizacji do społecznego świata międzynarodowego kursu językowego, tj. wrastania w wielokulturową grupę uczestników przebywających na międzynarodowym zagranicznym kursie językowym i stopniowego uczenia się komunikacji międzykulturowej. Pojęcie socjalizacji jest w naukach społecznych różnie operacjonalizowane. Socjalizacja ma wiele oblicz i badacze społeczni ukuli wiele jej definicji. Jeśli przyjąć, że socjalizacja to „proces, w trakcie którego uczymy się być członkami społeczeństwa, polegający zarówno na internalizacji jego norm i wartości, jak i uczeniu się odgrywania ról społecznych (pracownika, przyjaciela, obywatela itd.)”², to pewną specyficzną rolą społeczną, choć stosunkowo nietrwałą, może być także uczestnik międzynarodowego kursu językowego, który uczy się jak stać się członkiem społeczeństwa wielokulturowego. Należy pamiętać, że w literaturze socjologicznej podkreśla się fakt, iż socjalizacji nie powinno się traktować wyłącznie jako domeny dzieciństwa, w której podstawowymi agendami są rodzina i szkoła. Socjalizacja *sensu largo* trwa w każdej fazie cyklu życiowego³, a także łączy się z istotnymi zmianami społeczno-kulturowymi w otaczającym nas świecie. Procesy globalizacyjne, międzynarodowa współpraca, masowe ruchy migracyjne przyczyniają się do wzrostu zapotrzebowania na socjalizację

1 M. Golka (2008) *Socjologia kultury*. Warszawa, s. 228.

2 G. Marshall (red.) (2008) *Słownik socjologii i nauk społecznych*. Warszawa, s. 311.

3 Por. A. Giddens (2008) *Socjologia*. Warszawa, s. 733.

do wielokulturowości. Nie żyjemy już „sami”, w gettach kulturowych, na co dzień obcujemy z innością kulturową. Wielokulturowość wprowadza nową jakość, zmusza do refleksji. W tradycyjnym ujęciu w toku socjalizacji jednostka przyswaja umiejętności, które leżą u podstaw interakcji społecznych, jak znajomość społecznie konstruowanych systemów znaczeń, zdolność rozumienia znaków, w tym języka oraz symboli, a także umiejętność posługiwania się nimi⁴. W społeczeństwie wielokulturowym elementy te nabierają nowych znaczeń: interakcje społeczne odbywają się w wielu językach, są przesycone różnymi wartościami symbolicznymi i semiotycznymi, a każdy uczestnik musi się nauczyć nimi posługiwać.

Spółeczny świat międzynarodowego kursu językowego

Na społeczny świat kursu językowego składa się ogół interakcji zachodzących podczas pobytu zagranicznego pomiędzy różnymi grupami społecznymi: organizatorami kursu, uczestnikami – turystami oraz miejscowymi.

Przez organizatora kursu rozumie się cały zespół osób pracujących przy organizacji kursu językowego. Jako że organizatorem analizowanych kursów był uniwersytet, znaczną część osób stanowili pracownicy akademicy oraz osoby pracujące w sekretariacie. Lektorzy zajmują się prowadzeniem zajęć dydaktycznych, natomiast studenci lub doktoranci sprawują zazwyczaj funkcję pomocniczą – opiekunów-animatorów (ang. *tutor* lub *activity officer*, fr. *animateur*, niem. *Betreuer*). Kontakt uczestników z organizatorem kursu rozpoczyna się w momencie zainteresowania tego pierwszego ofertą turystyczną i zgłoszeniem na kurs (ang. *registration*).

Uczestnicy kursu to osoby, które wykupiły (lub wykupiono dla nich – w ramach doszkalania zawodowego lub stypendium naukowego) pakiet usług oferowanych przez uniwersytet. Kim jest turysta językowy i jak zakwalifikować go w świetle typologii istniejących w literaturze? Wydaje się, że będzie to Cohenowski odkrywca (*explorer*), który nie boi się opuścić „bańki środowiskowej” (*environmental bubble*), cechuje go chęć przeżywania przygód i kontaktów z innością i obcością – jednakże w ramach zorganizowanej turystyki⁵ W psychograficznej typologii turystów Ploga turysty językowego należy szukać wśród midcentryków (*mid-centrics*), lubiących przygody, ale wybierających zorganizowane podróże⁶. W terminologii M. Bassanda, uznającego za kryterium zachowanie turysty rozumiane w kategoriach motywacji, mamy do czynienia z typem *le connaisseur* zorientowanym na poznanie, na

4 B. Szacka (2008) *Wprowadzenie do socjologii*. Warszawa, s. 141.

5 E. Cohen (1972) *Toward a Sociology of International Tourism*. „Social Research” no. 39, s. 164-182.

6 S.C. Plog (1973) *Why destination areas rise and fall in popularity*. „Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly” November, s. 13-16.

kontakt ze sztuką⁷ Turysta językowy to także, czerpiąc z typologii M. Boyera, osoba zorientowana na *loisirs artistiques et intellectuels* (przyjemności artystyczne i intelektualne) i chyba raczej turysta o zbiorowej odmianie spojrzenia turystycznego (ang. *collective tourist gaze*), otwarty na dialog i kontakt z innymi, choć nie do końca uczestniczący w masowych doświadczeniach turystycznych⁸. Warto zauważyć, że takie cechy turysty językowego ułatwiają mu socjalizację do nowej roli społecznej, wymagającej otwarcia na inne kultury.

Trzecią grupę stanowi szerokie grono miejscowych (ang. *locals*). W literaturze przedmiotu często mówi się o środowisku recepcyjnym (inaczej przyjmującym) lub o gospodarzach (ang. *hosts*), a używając terminologii zaczerpniętej z antropologii – o autochtonach (ang. *autoctons*) lub tubylcach. W tym przypadku chodzi o mieszkańców miejsca, w którym odbywa się kurs. Analizowano zarówno kursy odbywające się w małych miejscowościach jak i wielkich metropoliach, w miejscach słynących z uniwersyteckiej tradycji, jak i wielkich centrach handlowo-przemysłowych i miastach sztuki.

Jeżeli chodzi o samą formułę wyjazdu, to należy zauważyć, że najczęściej jest to wyjazd składający się z wielu świadczeń, które klient dobiera sobie samodzielnie. Usługi te to: kurs językowy (zajęcia dydaktyczne, najczęściej z materiałami dydaktycznymi), zakwaterowanie (*share apartments, host family* lub akademik), wyżywienie (w stołówce akademickiej lub we własnym zakresie), oferta fakultatywna (dodatkowe wycieczki, atrakcje kulturalne), dojazd (we własnym zakresie). Nie spotyka się raczej ofert *package tour* obejmujących wszystkie niezbędne świadczenia podczas całego pobytu poza domem. Dla turystyki językowej charakterystyczna jest „otwarta” formuła wyjazdu – klient decyduje się na te usługi, które go interesują.

Specyfika społecznego świata kursów językowych wiąże się z faktem, iż – jak większość wyjazdów turystycznych – „spotkanie” to jest ograniczone czasowo i przestrzennie. W stosunku do wyjazdów typowo wypoczynkowych i rekreacyjnych można jednak wskazać tu na tę podstawową różnicę, że turystyka językowa jest ukierunkowana na interakcje międzyludzkie pomiędzy turystami pochodzącymi z różnych zakątków świata. Jej sednem jest dogłębne poznawanie kultury – poprzez naukę języka, uczestnictwo w programie turystyczno-kulturalnym i rozmowy z przedstawicielami różnych kultur.

Metodologia badań własnych

Badaniom poddani zostali polscy uczestnicy przebywający na zagranicznych kursach językowych w wybranych ośrodkach uniwersyteckich. Badani uczęszczali na kursy języka angielskiego, niemieckiego, francu-

7 K. Przecławski (2004) *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*. Kraków, s. 38.

8 J. Urry (2008) *Spojrzenie turysty*. Warszawa, s. 78.

skiego i włoskiego w lecie 2010 w 10 uniwersytetach europejskich we Włoszech, Niemczech, Austrii, Wielkiej Brytanii, Szwajcarii oraz we Francji. Z osobami kontaktowano się bezpośrednio, przeprowadzając wywiady pogłębione *face-to-face* (w języku polskim). W sumie przebadano 47 osób. Wszystkie osoby były pełnoletnie, w różnym stopniu opanowały język docelowy (poziom początkujący, średniozaawansowany oraz zaawansowany). Dane personalne badanych kodowano używając następującej formuły: inicjały imienia i nazwiska, płeć (k./ m.), wiek (w latach), język, np. „AZ, k., 25 l., niemiecki”. Badaniom poddane zostały także osoby organizujące kurs i odpowiedzialne na proces nauki podczas kursu. W większości byli to pracownicy naukowi uniwersytetów. W niektórych przypadkach inne osoby: pracownicy sekretariatu albo animatorzy, mający bezpośredni kontakt z uczestnikami kursu. To zróżnicowanie okazało się niezwykle cenne: inaczej pewne kwestie – niejako „za biurka” – widzi profesor czy doktor uniwersytecki, inaczej pani z sekretariatu, na co dzień borykająca się z problemami organizacyjnymi, a jeszcze inaczej animator, który z uczestnikami kontaktuje się na stopie towarzyskiej. Oprócz wywiadów pogłębionych i eksperckich wykorzystano także inne metody badawcze: obserwację uczestniczącą z elementami metody socjometrycznej, socjologię wizualną oraz studium przypadku.

Proces socjalizacji do świata międzynarodowego kursu językowego

Socjalizacja do społecznego świata kursu językowego przebiega pewnymi etapami. Istotny jest moment poznania się uczestników kursu i mechanizm tworzenia się więzi społecznej między nimi. W kursie językowym uczestniczą osoby z całego świata: nie ma ograniczeń narodowościowych ani rasowych (czasami wprowadzane jest ograniczenie wiekowe – ukończony 18 rok życia, żeby uniknąć problematycznych kwestii prawnych). Mimo, iż na początku nikt nikogo nie zna, już w pierwszych dniach, w tej silnie zróżnicowanej kulturowo grupie społecznej nawiązują się znajomości. „MZ, k., 21 l., niemiecki” nie do końca potrafi wyjaśnić, jaki jest mechanizm stawania się „grupą”: „Jak to się dzieje? Sama nie wiem, jak to się stało. A to jakiś wieczór spędzony razem, a to jakaś wycieczka” „DW, k., 22 l., niemiecki” zauważa, że grupę łączy wspólnym celem: „Naszym celem tutaj wszystkich jest nauka niemieckiego. Stajemy się bezpaństwowi. Tworzymy jedną grupę, chociaż trochę, muszę przyznać, grupujemy się językami, bo trudniej się rozmawia z kimś spoza Europy. Ale nasza klasa jest bardzo zgrana, ktoś z Turcji, z Węgier, z Chorwacji” Na podstawie wypowiedzi uczestników kursu nakreślono ogólny mechanizm tworzenia się więzi społecznej pomiędzy uczestnikami. Nie można wypracować jednego stanowiska odnośnie zintegrowania całej grupy. Niewątpliwie konstytuuje

się pewna więź społeczna, ale w opinii jednych jest to silne uczucie, w opinii innych – powierzchowna znajomość i nietrwałe poczucie zintegrowania. Na szczególną uwagę zasługuje jednak stwierdzenie jednej z uczestniczek, że stają się „bezzaświadczeni”, co oznacza, że socjalizacja do międzykulturowego społeczeństwa faktycznie się odbywa. Generalnie można wyróżnić pewne elementy wpływające na powstawanie pierwszej więzi społecznej pomiędzy uczestnikami:

- wspólne zamieszkanie przez okres kursu (akademik, *share apartments*),
wspólne posiłki,
wspólne gotowanie (wymiana doświadczeń kulinarnych, np. kolacja *sushi*, wieczór polski),
wspólne wykonywanie czynności domowych i zakupów,
„bycie innym” w danym kraju,
wycieczki krajoznawcze (własne i uniwersyteckie),
zajęcia dydaktyczne (szczególnie pierwsze zajęcia i zabawy à la *speed dating*),
spędzanie przerw pomiędzy zajęciami w uniwersyteckiej kawiarni/barku,
wspólne poruszanie się środkami komunikacji miejskiej,
różnego rodzaju imprezy rozrywkowe,
podobne problemy w obcym kraju,
konieczność wspólnej pracy (*taski*, zadania domowe, uczenie się),
- wspólny cel zrzeszający uczestników: nauka języka obcego.

Różne uniwersytety w różnym stopniu przykładają wagę do integracji uczestników. Czasami organizator kursu swoimi działaniami wspomaga integrację i wzajemne poznawanie się uczestników, co także sprzyja socjalizacji do społeczeństwa wielokulturowego. Można przedstawić kilka udanych przedsięwzięć, mających na celu integrację uczestników:

Specjalne inicjatywy typu *team building*.

Projekt kolory – zorganizowany przez Uniwersytet we Frankfurcie mający na celu integrację uczestników już od pierwszych dni kursu z naciskiem na współpracę uczestników z różnych grup dydaktycznych. Osoby uczęszczające do grup na różnych poziomach znajomości języka często nie mają ze sobą kontaktu. Tematem przewodnim były „kolory”. W czasie zajęć można było zaobserwować kulturowe różnice związane z tematyką kolorów. „AK, k., 18 l., niemiecki” opowiada: „Pierwszego dnia była taka integracja międzygrupowa. Byliśmy podzieleni na grupy kolorami. To był inny podział niż potem na klasy. Potem poszliśmy wszyscy do muzeum. Każda grupa do innego muzeum. Każdy był przydzielony, dostał taką kartkę z innym kolorem. Każdy wymyślał, co pasuje do danego koloru. I różne kolory różnie się ludziom kojarzyły”

Speed Dating (ang. „szybkie randki”; oryginalnie chodzi o faktyczne poznanie partnera życiowego) to proces, w którym zachęca się uczestników, by mogli się poznać: co 3-5 minut uczestnicy wymieniają się między sobą, żeby poznać się na „krótkich randkach” Po określonym czasie nauczyciel daje znak sygnalizując, że należy zmienić interlokutora. Uczestnikom daje to szansę poznać kolejną osobę w czasie „następnej pogawędki” (w języku obcym oczywiście). Dalsze kontynuowanie znajomości leży już w gestii samych uczestników, konkluduje „AS, k., 20 l., niemiecki”

Program Tandem (niem. *Duett*) polega na wzajemnym uczeniu się języka – uczy się kogoś swojego języka ojczystego, a w zamian ta osoba uczy jej języka ojczystego. „AB, k., 28 l., francuski” stwierdza: „Tandem to szansa. No, ale niestety, kto się chce uczyć polskiego?” Polscy uczestnicy muszą czasem radzić sobie w inny sposób, wypaczając niejako sens całej idei, i ucząc swojego partnera języka angielskiego. Podstawą kontaktu jest tutaj naprzemienne używanie języków obcych – języka ojczystego i języka docelowego.

Spotkaj przyjaciela (ang. *meet a mate*) to projekt skierowany na poznanie miejscowego studenta, który będzie pomagał, w imię wymiany kulturowej, przyjezdnym studentom. Dla uczestników kursów językowych jest to ograniczona czasowo forma, rozwija się ona znacznie swobodniej, ze względu na brak ograniczeń czasowych, w przypadku studentów programu Erasmus, zauważa „JK, k., 22 l., włoski” Program ten przywodzi na myśl instytucję mentora, ale jest to inicjatywa dużo szersza, gdyż podstawą stosunków między partnerami jest bezinteresowna przyjaźń i wymiana kulturowa, a nie – jak w przypadku mentorstwa – pomoc przy organizacji studiów. Interakcje w języku obcym są czynnikiem budującym więź między partnerami.

Instytucja *Info-Raum*, której celem jest zapewnienie uczestnikom miejsca spotkań – jest to zazwyczaj spora sala, w której spotykają się uczestnicy podczas przerw i gdzie wszystkie ściany wypełnione są informacjami dla uczestników kursu. W berlińskim uniwersytecie wisi m.in. ogromna mapa Berlina, propozycje wycieczek, listy uczestników, opisy różnych atrakcji, rozkłady jazdy metra i autobusów itp. Czasowo znajduje się tam też wystawa obrazów i fotografii. Na stołach przygotowane są ciasteczka, a na bocznej szafce stoją kubki z imionami uczestników i woda. Jest to miejsce sprzyjające integracji uczestników.

Instytucja opiekuna (ang. *activity officer*, fr. *animateur*, wł. *tutore*, niem. *Betreuer*).

Uniwersytety w różny sposób pozyskują osoby do pomocy przy obsłudze uczestników wakacyjnych kursów językowych. Bardzo często funkcję tę sprawują miejscowi studenci (czasem odpłatnie, czasem w ramach praktyk, czasem na zasadzie współpracy z uniwersytetem). „MZ, k., 21 l., niemiecki” opisuje: „*Ci Betreuerzy* to są fajne, młode osoby. Da się z nimi zakolegować.

To są też często studenci, którzy się zgłosili do projektu i można złapać z nimi kontakt. My jesteśmy tak pochłonięci poznawaniem siebie nawzajem między kursantami, że to nam gdzieś umyka, żeby poznawać Frankfurt z prawdziwymi Niemcami” Należy podkreślić, że opiekunowie pełnią w pewnym ograniczonym zakresie funkcję podobną do funkcji pilota wycieczki – pomagają uczestnikom w razie trudności podczas pobytu na kursie, są odpowiedzialni za powiadomienie uczestników o ofercie dodatkowej oraz za integrację grupy. Z punktu widzenia socjalizacji do wielokulturowości, to właśnie opiekunowie są ważnym ogniwem i niejako „odźwiernymi” do wielokulturowego świata.

Zagospodarowanie korytarza – w zależności od tego, jak wygląda budynek uniwersytecki, organizator może zagospodarować korytarz. Jest to ważne chociażby z tego względu, że stwarza „atmosferę” i daje uczestnikom poczucie przynależności do pewnej społeczności. Należy pamiętać, że dla wielu uczestników istotna jest potrzeba afiliacji i poczucia bezpieczeństwa. Niektórzy mogą czuć się zagubieni, „bezdomni” za granicą i każde miejsce, które jest stworzone specjalnie dla nich wpływa na ich lepsze samopoczucie. Jeśli zimny uniwersytecki korytarz jest przyozdobiony plakatami, ulotkami, mapami, zdjęciami, to stwarza warunki do spotkań i do poczucia przynależności do jednej grupy. W niektórych uniwersytetach wygospodarowane jest specjalne miejsce na ogłoszenia i materiały informacyjne.

Wspólne posiłki w kafejce/stołówce studenckiej. Możliwość wspólnych posiłków zależy oczywiście od infrastruktury, jaką dysponuje uniwersytet, ale wielu uczestników (szczególnie z Niemiec) podkreślało, że właśnie obecność *Mensy* pozwala im mocniej się zaprzyjaźnić. Na stołówce uniwersyteckiej są przystępne ceny, miła atmosfera, dobre jedzenie. Wspólne posiłki sprzyjają integracji. Studencka *Mensa* kojarzy się uczestnikom kursu ze wspólnie spędzaniem czasem i z planowaniem dalszej części dnia. To także integracja międzygrupowa – nie ma tu podziału na grupy dydaktyczne – wszyscy są razem.

Powitalne i pożegnalne przyjęcia organizowane dla uczestników. Atrakcyjność przyjęcia zależy w dużym stopniu od zainwestowanych środków finansowych i od pomysłu. Mogą być to skromne, ale nastrojowe przyjęcia połączone z rozdawaniem certyfikatów językowych („BG, k., 22 l., angielski”), mogą być to „huczne” imprezy np. na statku lub w sali balowej (w Berlinie przyjęcie pożegnalne połączone jest z rejsem po Sprewie, we Frankfurcie przyjęcie pożegnalne połączone jest z inscenizacjami i występami artystycznymi uczestników). Przyjęcia tego typu nadają kursom światowego charakteru, uczestnicy czują się ważni i docenieni. Atmosfera międzykulturowości kojarzy się z międzynarodowymi konferencjami.

Zdjęcia w folderze i broszurach informacyjnych. Reklama w turystyce zawsze celuje we wzbudzenie pozytywnych emocji związanych z ofertą i na

wywołanie zainteresowania danym wyjazdem. Bardzo charakterystycznym elementem pojawiającym się w materiałach promocyjnych turystyki językowej (brozury, foldery, katalogi, strony internetowe) są zdjęcia uśmiechniętej, wielokulturowej grupy młodych ludzi. Ich bliskość, ich uśmiechy, dodatkowe rekwizyty (książki, chorągiewki, czapeczki, koszulki itp.) wskazują na zintegrowanie i więź łączącą tę grupę ludzi. Podświadomie uczestnicy dążą podczas kursu do wytworzenia takiej atmosfery, jaką zobaczyli na zdjęciach reklamujących kurs – chcą tworzyć „paczkę”, chcą być razem, chcą razem komunikować się w języku obcym. Co ważne, podczas każdego kursu istnieje też instytucja robienia wspólnych zdjęć grupowych, wykonywanych przez profesjonalnego fotografa. Cała grupa, wraz z nauczycielem, jest na fotografii – często na tle uniwersytetu, specjalnego plakatu albo w sali lekcyjnej. Organizatorzy przyznają, że w dobie zdjęć cyfrowych zainteresowanie kupnem zdjęć nie jest już tak wielkie jak przed laty (instytucja ta istnieje od bardzo dawna), ale i tak praktyka ta cieszy się popularnością. Zdjęcia są w dużym formacie, od razu wywołane, oprawione i przyjęte jest, że na odwrocie zdjęć zbierane są podpisy kolegów z kursu i ich adresy e-mailowe.

Elementy, które w pewnym sensie blokują integrację międzynarodową, niezależnie od wysiłków uniwersytetu, to m.in. tendencja do tworzenia grup narodowościowych, niekiedy spora różnica wieku pomiędzy uczestnikami oraz brak zainteresowania ze strony innych uczestników. Są to poważne hamulce w socjalizacji ku wielokulturowości. Problem ten nie dotyczył jednak w zasadzie badanej społeczności polskiej. Polacy są zainteresowani poznawaniem innych kultur. Niemniej jednak przyznają, że łatwiej przebywa i dogaduje się z przedstawicielami europejskiej kultury. Z nimi też nawiązują bliższe znajomości. Rzecz jasna, że – jak właściwie wszystkie inne narodowości – Polacy mają tendencje do łączenia się w narodowościowe enklawy, ale nie są to jednak grupy „żarłoczne” – Polacy lubią też ogólnie spędzać czas z innymi osobami. Przebywając tylko w środowisku polskim trudno jest używać języka docelowego, „naturalne” jest używanie polskiego. Istnieje jakaś bariera uniemożliwiająca stałe posługiwanie się językiem obcym. „To nie jest naturalne”, „To nienormalne”, „Jest jakoś dziwnie”, „To krępujące”, „sztuczne”, „głupio się czujemy” – takimi sformułowaniami opisują to uczestnicy kursu. Wystarczy jednakże obecność chociaż jednej osoby niepolskiej, a bariera ta znika i można rozmawiać w języku docelowym. Wręcz nieelegancko jest mówić po polsku, jeśli są w pobliżu inni ludzie („AW, k., 25 l., niemiecki”). Dlatego właśnie tak ważne jest wymieszanie narodowe, pozwalające uniknąć uczucia nienaturalności, nienormalności i dziwności.

O sile zawiązanej więzi społecznej może świadczyć m.in. chęć, a w zasadzie deklaracja, utrzymania kontaktu z poznanymi podczas kursu osoba-

mi. W przypadku „recydywistów” można to ocenić z perspektywy czasowej. „LH, k., 33 l., niemiecki” stwierdza, że kilka osób zna z zeszłego roku. Pisali do siebie maile (jedna osoba z Holandii, druga z Włoch) i nawet zmówili się, żeby jeszcze raz razem wyjechać. „MW, k., 26 l., niemiecki” po pobycie w Anglii ma znajomych na *Facebooku* i przyznaje: „Nawet byłam ich odwiedzić w kolejnym roku. Żyjemy w globalnej wiosce, więc to żaden problem” Zdania, co do trwałości i intensywności znajomości zawartych w czasie kursu i możliwości ich podtrzymania w przyszłości, są wyraźnie podzielone na dwa skrajne stanowiska:

- entuzjaści – optymiści, którzy poznają wiele osób i z niektórymi nawiązują bliskie znajomości oraz deklarują, że je zachowają po zakończeniu kursu, oraz
sceptycy, którzy poznają sporo ludzi i utrzymują z nimi poprawne stosunki podczas trwania kursu (chodzą na kawę, uczestniczą w zajęciach dodatkowych), ale są przekonani o powierzchowności i nietrwałości nawiązanych kontaktów.

Uczestnicy turystyki językowej najczęściej mówią o utrzymaniu kontaktów w kategoriach kontaktu elektronicznego, czyli interakcji *interface-to-interface*. W obecnych czasach dodatkowym ułatwieniem, obok kontaktów e-mailowych, są portale społecznościowe, jak na przykład *Facebook*, umożliwiające stałe, ale jednocześnie niezobowiązujące, podtrzymywanie znajomości. Popularne jest tworzenie grup tematycznych, np. „Summercourse Oxford 2010” Jest to platforma wymiany doświadczeń po kursie, miejsce wstawiania zdjęć i komentowania ich oraz, dzięki tym czynnościom, szansa na przetrwanie znajomości po zakończeniu kursu. Można jeszcze dodać, że *Facebook* często służy do komunikacji podczas kursu (w akademikach jest często dostęp do Internetu i uczestnicy mogą się umawiać na konkretne wydarzenia i spotkania), a także w niektórych przypadkach możliwe jest poznanie uczestników kursu jeszcze przed wyjazdem. Czasem istnieją grupy założone przez osoby, które znają się z tego samego kraju (wspólnie zaplanowały wyjazd), czasem znają się „kursowi recydywiści”, którzy po raz kolejny uczestniczą w kursie (w tym samym miejscu lub wspólnie ustalają inną destynację), czasem grupę zakładają przyszli studenci Erasmusa (poznają się wcześniej internetowo). Internet i jego usługi są w tym względzie niezwykle ważne i można śmiało powiedzieć, że zmieniły oblicze międzynarodowych znajomości, czyniąc je możliwymi w praktyce, a nie tylko w teorii. Rola uczestnika kursu językowego, do której dana osoba była socjalizowana przez cały pobyt, nie musi zatem kończyć się wraz z momentem zakończenia kursu. Internet umożliwia dalszą socjalizację do wielokulturowości, choć na pewno rola wspólnego pobytu – realnego współwystępowania w czasie i przestrzeni – jest tu nieprzeceniona.

Podsumowanie

Zważywszy na zaawansowanie procesów globalizacyjnych, migracyjnych i daleko idącą współpracę międzynarodową, socjalizacja do społeczeństwa wielokulturowego będzie stawała się coraz ważniejszym wyzwaniem dla współczesnego świata. Szczególnie dotknięci będą mieszkańcy tych terenów, które dotychczas były niejako wyłączone i dla których społeczeństwo wielokulturowe jest jeszcze tematem tabu. Uczestnicy międzynarodowej turystyki językowej wydają się być otwarci, entuzjastycznie nastawieni i wstępnie przygotowani do nowej rzeczywistości społecznej. W Polsce, po powrocie do kraju, mogą z powodzeniem pełnić rolę ambasadorów społeczeństwa wielokulturowego.