

## TURYSTA MASOWY.

## CHARAKTERYSTYKA I PRZYCZYNY ZACHOWAŃ

Postęp techniczny i przemysłowy w XIX wieku zmienił strukturę ówczesnych społeczeństw. W 1895 roku Gustave Le Bon obwieścił (w książce *Psychologia tłumów*) nadejście ery tłumów. Najbardziej znany opis nowego zjawiska pojawił się po 34 latach. W 1929 roku ukazał się tekst *Bunt mas*. Autorem był hiszpański filozof Jose Ortega y Gasset. Początek XX wieku przedstawił w następujący sposób: „Miasta pełne są ludzi. Domy pełne są mieszkańców. Hotele pełne są gości. Pociągi pełne są podróżujących” Ortega nazwał to zjawiskiem aglomeracji (pełności)<sup>1</sup>. Masy jego zdaniem pojawiły się w „miejscach najlepszych, będących stosunkowo wyrafinowanym tworem kultury ludzkiej, które uprzednio zarezerwowane były dla mniejszej liczby ludzi, dla mniejszości”<sup>2</sup>. Proces aglomeracji stał się widoczny nie tylko w salach kinowych czy teatralnych. Ortega y Gasset pisał o pełnych ludzi hotelach i pociągach. Według Ryszarda Kapuścińskiego rozwój turystyki przyczynił się do zwulgaryzowania i zbanalizowania *sacrum* podróży. Do końca XIX wieku mogli wędrować nieliczni: kupcy, żeglarze, ludzie zamożni, dyplomaci, artyści. Powstanie ruchliwego i żądnego rozrywki społeczeństwa masowego zbiegło się w XX wieku z rozwojem taniej komunikacji<sup>3</sup>. Celem niniejszego tekstu jest próba nakreślenia sylwetki turysty masowego i odpowiedzenia na pytanie o przyczyny jego postępowania.

Ortega y Gasset charakteryzował masę, jako zbiór osób przeciętnych, niczym się niewyróżniających, którzy nie przypisują sobie żadnych szczególnych wartości, „czują się tacy sami jak wszyscy i wcale nad tym nie boją, przeciwnie, znajdują zadowolenie w tym, że są tacy sami jak inni”<sup>4</sup>. Podział na masę i pozostałych to podział na dwa typy osobników. Masę tworzą ci, którzy nie stawiają sobie samym żadnych specjalnych wymagań, żyją nie podejmując wysiłku w celu samodoskonalenia, żyć dla nich to „płynąć przez życie jak boja poddająca się biernie zmiennym prądom morskim” Przeciwnieństwem są znów nieliczni, którzy stawiają sobie duże wymagania, przyjmując na sie-

1 J. Ortega y Gasset (1982) *Bunt mas*. W: *Bunt mas i inne pisma socjologiczne*, Warszawa, s. 4.

2 Ibidem, s. 6.

3 R. Kapuściński (2007) *Lapidaria*, Warszawa, s. 141, 402.

4 J. Ortega y Gasset (1982) *Bunt mas*, op. cit., s. 7, 8.

bie obowiązki i narażając się na niebezpieczeństwa”<sup>5</sup>. Masa zawdzięcza swą nazwę nie tyle liczbie osób tworzących tę grupę, co bardziej bezwładności i bezwolności ich życia”<sup>6</sup>.

Człowieka masowego miała cechować „swobodna ekspansja życiowych żądań i potrzeb” oraz „silnie zakorzeniony brak poczucia wdzięczności dla tych, którzy owe wygodne życie umożliwili”

W ten sposób masa nie troszcząc się o nikogo staje się „hermetycznie zamknięta” Według Ortegi y Gasseta „w tym wypadku chodzi o hermetyczność intelektualną” Człowiek masowy otacza się pewnymi ideami (posiada pewne poglądy), jest z nich zadowolony, przestaje zwracać uwagę na otoczenie i to, co się w nim dzieje. Jego własne idee są dla niego wystarczające. Samego siebie uznaje za intelektualnie dojrzałego, a nawet uważa się za „uosobienie doskonałości” Człowiek masowy posiada znaczne zdolności intelektualne, lecz nie służą mu one do niczego. Co więcej „zamyka się w sobie, zupełnie ich nie wykorzystując” Przekonanie o własnej doskonałości sprawia, że zaczyna on narzucać swoje idee innym: „wręcz domaga się tego by popoliłość stała się prawem”<sup>7</sup>

Przypuszczalnie zachowanie turysty masowego jest w dużej mierze zbieżne z postawami człowieka masowego. Początki turystyki sięgają jeszcze pierwszej połowy XIX wieku. „W 1841 roku angielski nauczyciel Thomas Cook zorganizował dla wychowanków wycieczkę do jednego z miast w centralnej Anglii. Organizacja tej wycieczki była początkiem powstania biur podróży”<sup>8</sup>. Od początku organizatorami wyjazdów turystycznych nie byli ich uczestnicy, w przeciwieństwie do poprzednio praktykowanych form podróży. Zatem od momentu powstania turystyka „naznaczona była piętnem pewnej bierności” Mniejsze koszty wyjazdu, dostępność środków komunikacji pozwalała podróżować większej liczbie osób. Organizator w trosce o swój zysk oferował wycieczki maksymalnej liczbie chętnych. Masowość stała się jedną z podstawowych cech turystyki.

Louis Turner oraz John Ash próbowali wyjaśnić zależności między czasem wolnym i konsumpcją oraz między turystyką i rozrywką. Ich zdaniem członkowie zamożnych społeczeństw żądając większej ilości czasu wolnego, paradoksalnie są skłonni dłużej pracować, aby spędzać ten czas w sposób narzucony im przez reklamę i marketing. Turyści to nowe plemię. Turner i Ash widzą

5 Ibidem, s. 9.

6 Ibidem, s. 72.

7 J. Ortega y Gasset (1982) *Bunt mas*, op. cit., s. 62-63, 73, 77, 78-79.

8 J. Ślusarczyk (2003) *Historia turystyki*. W: *Nauki o turystyce*, Kraków, s. 82; Por. także K. Podemski, *Socjologia podróży*, Poznań, s. 8-10, w tym kontekście warto zwrócić uwagę na dokonane przez autora rozróżnienie w ramach podróży na turystykę w wąskim rozumieniu (zorganizowaną) czyli wyjazd (pakiet) zakupiony w biurze podróży i inne formy podróży, które obejmują wyprawy, wyjazdy, w których podróżnik sam wybiera „trasę podróży i obiekty (...)”

w nich: „Barbarzyńców naszej Ery Czasu Wolnego. Złotą Hordę” W przeciwieństwie do swoich poprzedników przybывают z uprzemysłowionych centrów, tworząc w uboższych rejonach świata „nową zależną społecznie i geograficznie rzeczywistość: Peryferia Przyjemności” Przykładem są Karaiby, Meksyk, Hawaje, Mallorca, Balaton, Złote Piaski. Istotę masowej turystyki wyjaśnia symbol „4 S”: „sun, sand, sea & sex”<sup>9</sup> We wspomnianych miejscach panuje przyzwolenie na swobodę. Turysta wręcz powinien być „rozrywkowy”, bawić się i uczestniczyć w nieskrępowanych zachowaniach wspólnotowych<sup>10</sup>. Zdaniem Edgara Morina kultura masowa nasycza czas wolny swoimi treściami. W przeciwieństwie do przeszłości nie jest on przeznaczony wyłącznie na wypoczynek, zbiorowy udział w świątach, lecz wypełniony jest przez konsumpcję i rozrywkę. W kulturze masowej wartością nadrzędną, samoistną oraz najbardziej poszukiwaną jest przyjemność. W największym stopniu dostarczają jej rozrywka i zabawa. Współczesne wakacje nie służą tylko odzyskiwaniu sił utraconych w tracie pracy, lecz są nieustannym okresem doznawania przyjemności. Dzieje się tak poprzez praktykowanie w formie zabawy czynności będących niegdyś zajęciami żywymi (rybołówstwo, polowanie) lub przez udział w nowych zabawach (sporty uprawiane na plaży)<sup>11</sup>.

Potrzeba zwiedzania muzeów, przypatrywania się zgromadzonym eksponatom, zabytkom malarstwa, rzeźby, architektury, wytworom przyrody, obyczajom i lokalnej tradycji może mieć niewiele wspólnego z rzetelnym poznaniem. Dla K. Kwaśniewskiej turystyka przedkłada postawę gapia nad zrozumieniem, słyca i pustoszy wrażliwość współczesnego człowieka<sup>12</sup>. Według Ryszarda Kapuścińskiego stanowi ona symbol naszych czasów. Współczesny człowiek pragnie oglądać wszystko biernie: „Oglądać rzeczy, o których mało wie. Oglądanie zastępuje wiedzę i rozumienie, a nawet staje się ich synonimem”<sup>13</sup>.

*Spojrzenie turysty* to wymowny tytuł książki Johna Urry’ego. Zdaniem autora: „[...] w turystyce najważniejsze jest patrzenie” Obecne podróże odbywane są głównie dla wrażeń zmysłowych. Konsumpcja turystyczna ma charakter wizualny. Turysta podejmując decyzję o wyborze miejsc do oglądania jest zdeterminowany zewnątrz. Jego spojrzenie kształtują filmy, telewizja, zapisy video, literatura i czasopisma. W konsekwencji uczestnik wycieczki nie podziwia widoków, lecz „ich wyidealizowane przedstawienie

9 L. Turner, J. Ash (1975) *The Golden Hords: International Tourism and Pleasure Periphery*, London, cyt. za: K. Podemski (2004) *Socjologia podróży*, Poznań, s. 40-41.

10 Por. V. Turner, E. Turner (1978) *Image and Pilgrimage in Christian Culture*, New York, cyt. za: J. Urry (2007) *Spojrzenie turysty*, Warszawa, s. 29.

11 Por. E. Morin (2005) *Kultura czasu wolnego*. W: A. Mencwel [red.] *Antropologia kultury*, Warszawa, s. 555-557, 559.

12 K. Kwaśniewska (2002) *Człowiek w ruchu*, *Znak*, nr 3 (562), s. 95-96.

13 R. Kapuściński, *Lapidaria*, s. 431.

znane z widokówek i przewodników turystycznych, programów telewizyjnych, internetu” Turystyka jest kolekcjonowaniem znaków. Patrząc na Paryż widzimy ponadczasowo romantyczny Paryż. Angielska wioska jawi się nam jako starodawna Anglia. Zdaniem Urry’ego: „[...] spojrzenie turysty musi natrafiać na obiekty lub zjawiska wyróżniające się spośród innych widoków niecodziennością i nadzwyczajnością” W cenie są cechy krajobrazu i architektury miejskiej, odmienne od tego, z czym widz ma do czynienia na co dzień, sprawiające wrażenie niezwykłych<sup>14</sup>. Najczęściej obserwowane są obiekty słynne i wyjątkowe (Wieża Eiffla, Pałac Buckingham, miejsce zamachu na Johna Kennedy’ego w Dallas), wspomniane znaki (typowy francuski zamek), niezwykłe aspekty obiektów, będących niegdyś zwyczajnymi (muzea przedstawiające życie zwykłych ludzi), zwykłe aspekty życia społecznego przeniesione w niezwykły kontekst (życie codzienne w komunistycznych Chinach), obiekty opisywane jako szczególne<sup>15</sup>.

Turysta patrzy, lecz nic nie dostrzega, widzi, ale nie skłania go to do refleksji. Biernie podąża za obrazem. Jego wiedza mówi mu jedynie, że należy spoglądać na wskazany obiekt lub na ten wyróżniający się jakimś szczególnym wyglądem. Turysta przygląda się, ponieważ tak wypada i jest to zgodne z przypisaną mu rolą widza. Czy potrafi sam coś powiedzieć o obserwowanym przedmiocie? Czy jedynie brak wiedzy uniemożliwia mu dostrzeżenie istotnych aspektów rzeczywistości? Czy też jest to wynikiem jego niechęci do wysiłku?<sup>16</sup>

Morin przedstawia patrzenie, jako symbol kultury. Jego zdaniem nowe techniki przyczyniły się do wytworzenia widza w stanie czystym, „to znaczy oderwanego od środowiska, ograniczającego się do patrzenia” Współczesne widzenie to widzenie telewizyjne. Choć wszystko rozgrywa się przed oczami widza, to nie może on niczego dotknąć, nie może włączyć się cieleśnie: „od rzeczywistości fizycznej oddziela nas cały system luster i szyb, ekranów, [...], szklanych ścian nowoczesnych mieszkań, pleksiglasowych szyb dalekobieżnych wagonów” Uczestnictwo w widowisku dokonuje się poprzez pośrednika (dziennikarz, kamerzysta, gwiazda filmowa). W zamian nasz wzrok może dotrzeć wszędzie<sup>17</sup>.

Według Morina: „Współczesna turystyka wykazuje w tej obrazowej rozpuście pierwszego stopnia (widzieć po to, aby wspominać) i drugiego stopnia

---

14 J. Urry (2007) *Spojrzenie turysty*, Warszawa, s. 32, 179, 16, 131, 16-17, 151, 17.

15 Ibidem, s. 30-32.

16 Według Urry’ego spojrzenie turysty nie zawsze jest bierną konsumpcją wzrokową. Część turystów skłonna jest interpretować np. wystawy sztuki i umieszczać je w kontekstach nieprzewidzianych przez autorów. Zwiedzanie może być także okazją do reminiscencji, punktem wyjścia dla własnych wspomnień. Por. J. Urry (2007) *Spojrzenie turysty*, op. cit., s. 165-166.

17 E. Morin (2005) *Kultura czasu wolnego*. W: A. Mencwel [red.] *Antropologia kultury*, op. cit., s. 557-558.

(fotografować po to, żeby widzieć obraz swoich wspomnień) uderzające analogie z filmem. Jest pospiesznym następstwem obrazów, nieustanną postawą widza” Funkcję i barierę ekranu spełnia szyba autokaru. Pomiędzy filmem a turystyką istnieje jednak zasadnicza różnica. Turysta odczuwa rozkosz pokonywania przestrzeni, pochłania kilometry. Ze zwiedzaniem krajem styka się poprzez kilka podstawowych zwrotów i powitań, zakup symbolicznych przedmiotów. Jego byt fizyczny wchłania w siebie przez konsumpcję tradycyjnych potraw. To wszystko pozwala mu „wziąć w posiadanie Hiszpanię czy Włochy” Morin pisze: „Turysta może powiedzieć »ja«: »ja widziałem«, »ja jadłem«, »ja zrobiłem 5000 kilometrów«. I ta właśnie niezaprzeczalna oczywistość fizyczna, to poczucie, że się było tam, poczucie ruchu, zabawy, nadaje turystyce dodatkową wartość zestawienia z widowiskiem. W odróżnieniu od widza turysta jest, ma za sobą (»mam za sobą Hiszpanię«) i zdobywa (wspomnienia). W turystyczne widzenie wchodzi równocześnie pewien dodatek do »być« i »widzieć« – pewna ilość »mieć«”<sup>18</sup>. Spojrzenie turysty nie jest już tylko biernym spoglądaniem, lecz staje się próbą i początkiem symbolicznego zawładnięcia tego obcego świata.

Według Morina postawa widza ma swoje konsekwencje: „Turysta interesuje się tylko światem ukazywanym przez przewodnika, a ucieka przed życiem rzeczywistym, codziennym, chyba, że jest ono zaklasyfikowane jako »malownicze«, to znaczy staje się z powrotem godne obrazu”<sup>19</sup> Bierność turysty mogą ilustrować dwa przykłady dotyczące jego postawy poznawczej. Rzeczywistość jawiąca się przed nim skrzywiona i złudna. Piotr Kowalski opisuje pod tym kątem uczestników wczasów agroturystycznych. Przybysz z miasta powinien odpoczywać komfortowo, choć nie może być zanadto rozpieszczony, aby miał szansę uwolnić się od „nadmiaru kulturowego” Gospodarze odtwarzają dla niego „warunki skansenowe”, „przywołując i kultuwując »ginące zawody«” Dzięki temu może on „zanurzyć się w aurze minionego czasu, zakonserwowanego i uratowanego, specjalnie dla niego”<sup>20</sup>. Przed „agroturystą” odgrywany jest spektakl. Kowalski dodaje: „ważne, aby nikt nie wychodził ze swojej roli, aby nie zastanawiać się, co jest rzeczywistością, a co jej reprezentacją. Zadawanie pytań może zburzyć obraz sielanki” Turysta ma poczucie powrotu do źródeł oraz wymknięcia się koszmarowi codziennej rutyny: „Nie szkodzi, że nic już nie jest naprawdę – najważniejsze, aby umieć się cieszyć, znajdować przyjemności, skutecznie uciekać przed bolesnym zbyt często życiem, przed pytaniami o prawdę, odpowiedzialność, uczucie”<sup>21</sup>. Poszukiwanie złudzeń i bezwolne poddawanie się nim jest nie

18 Ibidem, s. 559-560.

19 Ibidem, s. 559.

20 P. Kowalski (2002) *Odyseje nasze były jakie. Droga, przestrzeń i podróżowanie w kulturze współczesnej*, Wrocław, s. 221.

21 Ibidem, s. 224.

tylko europejską specjalnością. Jan Józef Szczepański przedstawia amerykańskich turystów przemierzających połacie Arizony niczym XIX-wieczni traperzy. Najwięcej starań przysparza stworzenie doskonałości złudzenia: „Są więc szerokoskrzydłe kapelusze, gwiaździste ostrogi, obfite spódnice do kostek, dubeltówki, osmalone kociołki do zawieszania nad ogniskiem. Nie grozi im oskałpowanie ani śmierć z pragnienia i głodu. Powtórka jest zupełnie bezpieczna – wyspecjalizowane przedsiębiorstwo dba nie tylko o jakość iluzji, lecz i o wygody jej amatorów”<sup>22</sup>. Turysta wiedziony sentymentalnymi reakcjami pragnie stać się przez chwilę ubogim rybakim, starożytnym żeglarzem, średniowiecznym rycerzem lub mnichem. „Ich egzystencja wydaje się malownicza i ciekawa, tym bardziej, że nikt nie wymaga, od nas doznawania jej uciążliwości. Nie jesteśmy bowiem aż tak dociekliwi, by płacić grube pieniądze za znużenie harówką ponad siły, za rany klute i cięte lub za reumatyzm, nabyty w wilgotnej celi”<sup>23</sup>.

Według Erica Cohena w czasach turystyki masowej podróż podlega standaryzacji, zostaje „opakowana” (*package tour*) i „sprzedana” jako gotowy produkt. Wyjazd w takiej formie ma dać jego uczestnikowi iluzję prawdziwej przygody, dostarczyć nowych wrażeń, lecz bez narażania go na niewygody. Celem masowego podróżnego jest odwiedzanie atrakcji turystycznych, zarówno tych rzeczywistych, spełniających w przeszłości lub obecnie inne funkcje oraz tych sztucznych, spreparowanych specjalnie dla potrzeb turystów. Charakterystycznym zjawiskiem są jednak działania mające za zadanie dodatkowe uatrakcyjnienie każdego rodzaju atrakcji turystycznej<sup>24</sup>. Przyczyny istnienia turystycznego świta iluzji i złudzeń są przedmiotem jednego z głośniejszych sporów w obrębie teorii turystyki. Według Deana MacCannella turyści poszukują autentyzmu, lecz udostępnia się im przedstawienia i spreparowane inscenizacje. Zdaniem Daniela Boorstina to turyści są winni, ponieważ sami domagają się sztuczności<sup>25</sup>.

Ubezłasnowolnienie turysty najpełniej wyraża jego oddanie się w ręce przewodnika. Zarówno osoba pełniąca tę rolę oraz poradnik zawierający wymagane wskazówki podejmują za niego wszelkie decyzje. Przybysze odwiedzający grecką wyspę oczekują chwili zmierzchu, ponieważ: „napisano w przewodniku, że największą atrakcją Santorinu jest zachód słońca, oglądany z Phiry”<sup>26</sup>. Dla P. Kowalskiego „nigdy sugerowane trasy nie są bezinteresowne, w jakimś stopniu odpowiadają przyjmowanym przez autorów (wydawnictwo), strukturom wartości i tym samym, nie zawsze na-

22 J. J. Szczepański (1983) *Nasze nie nasze*, Kraków, s. 34.

23 Ibidem, s. 36.

24 E. Cohen, cyt. za: K. Podemski (2004) *Socjologia podróży*, op. cit., s. 49.

25 Por. K. Podemski (2004) *Socjologia podróży*, op. cit., s. 64, 97; D. MacCannell (2005) *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawa, s. 165.

26 J. J. Szczepański (1983) *Nasze nie nasze*, op. cit., s. 52.

wet dyskretnie, sterują percepcją przestrzeni, krajobrazu, architektury itd. Przewodniki tworzą więc w istocie osobliwe scenariusze, w których aktorami będą przyszli turyści<sup>27</sup>. W przewodnikach znajdziemy wszystkie konieczne instrukcje (poznawania i oglądania świata, wzorców zachowań), które pozwolą poczuć się bezpiecznie, uniknąć przykrych niespodzianek oraz uwolnią od zbytniego zaangażowania intelektu<sup>28</sup>. W krytyczny sposób odniósł się do jednego z nich Roland Barthes, nazywając go „narzędziem zaślepienia” i zaliczając do jednego z mitów współczesności. W jego opinii autorzy tego typu opracowań wskazują turystyce gotowe kryteria ocen estetycznych („Malownicze jest wszystko, co jest urozmaicone”), „geografia jest przez nich zredukowana do opisu niezamieszkałego świata zabytków”, a teraźniejszość zostaje pozbawiona kontekstu historycznego poprzez odrzucenie wszelkich wyjaśnień<sup>29</sup>.

Postawa turysty w dużej mierze wynika z mentalności człowieka masowego. Ortega y Gasset wykazał również jego intelektualną hermetyczność. „Dany osobnik poruszając się wśród pewnego zbioru idei, który w sobie nosi, zadowala się nimi, uznając się zarazem za intelektualnie dojrzałego i pełnego. Nie zwracając najmniejszej uwagi na to, co się dzieje wokół niego, rozsiada się wygodnie i na stałe wśród swoich własnych idei. Oto właśnie mechanizm zamknięcia się w sobie<sup>30</sup>. Turysta może nie poszukiwać nowości. Wszelkie niespodzianki i odkrycia psują mu humor. Na miejscu oczekuje tych atrakcji, które przewidywał bedeker. Dokładnie w tej samej postaci. J.J. Szczepański pisze, jak turystów zasmuca prawdomówność przewodniczki, gdy zabytki na wyspie Rodos okazują się rekonstrukcją. „Uwagi te budzą w słuchaczach uczucie zakłopotania. Przed wylądowaniem na Rodos kartkowali swoje foldery i przewodniki, i ich mglista świadomość historii ukształtowała się jako tako wokół kilku dat i faktów. Uważają, że należy im się teraz chwila solidnie gwarantowanej ewokacji<sup>31</sup>. Nowe fakty wprawiają ich w zakłopotanie. Konieczność zmiany dotychczasowych wyobrażeń burzy ułożony porządek. Wymaga to wysiłku i otwarcia. Tymczasem człowiek masowy posiada zdanie na jakiś temat, nie zadając sobie trudu, aby go uprzednio przemyśleć. W obliczu pojawienia się problemu, wystarczają mu myśli, które na ten temat akurat przyjdą mu do głowy<sup>32</sup>. Głębsza refleksja nad obcą rzeczywistością nie jest może zatem wskazana. Należy oglądać eksponaty, zabytki, wystawy i zadowalać się kilkoma słowami komentarza. Później można pochwalić się słowami: „widziałem to i tamto”

27 P. Kowalski (2002) *Odyseje nasze byle jakie...*, op. cit., s. 65.

28 Ibidem, s. 64.

29 R. Barthes (2000) *Mitologie*, Warszawa, s. 157-159.

30 J. Ortega y Gasset (1982) *Bunt mas*, op. cit., s. 76, 77.

31 J. J. Szczepański (1983) *Nasze nie nasze*, op. cit., s. 54-55.

32 J. Ortega y Gasset (1982) *Bunt mas*, op. cit., s. 69, 76.

Niechęć do niespodzianek odzwierciedla się w dążeniu do szczegółowego zaplanowania wyjazdu wakacyjnego i niezgodzie na jakiegokolwiek odstępstwa od planu. Morin pisze o racjonalnej organizacji wakacji. Udogodnienia, rozrywki, miejsca postojów, przeżycia i radości są przewidziane<sup>33</sup>. Hans Joachim Knebel dostrzegł ewolucję wędrowania: „od podróży jako dążenia do wolności do podróży jako dobrowolnej niewoli, od nieprzewidzianego do zaprogramowanego”<sup>34</sup>. Zdaniem Georga Ritzera turyści nie poszukują nowości, lecz tego, co doświadczają na co dzień. Urlop pozbawiony niespodzianek, chcą spędzić w higienicznych warunkach, do jakich są przyzwyczajeni, wraz z dostępem do światowych środków przekazu, znając z góry jego przebieg i koszty<sup>35</sup>. Ritzer umieszcza to zjawisko w szerszym kontekście procesu makdonaldyzacji społeczeństwa, „który powoduje, że w coraz to nowych sektorach społeczeństwa Stanów Zjednoczonych, a także reszty świata zaczynają dominować zasady działania baru szybkich dań” Firma McDonald’s zapewnia swoim konsumentom szybkość, sprawność i przewidywalność obsługi. Według Ritzera „Powodzenie McDonalda wskazuje na to, że wielu ludzi zaczęło woleć świat, w którym niespodzianki zdarzają się rzadko” W konsekwencji powtarzalność rutynowych i standardowych zajęć pomniejsza inwencję człowieka. Jednostka skrupowana tymi ograniczeniami nie jest w stanie być bardziej twórcza i wszechstronna, nie potrafi wykorzystać swojego potencjału<sup>36</sup>.

Przedstawiony opis podróżujących tłumów jest krytyczny. Turysta masowy oddaje się raczej zabawie i rozrywce w celu doznawania przyjemności (1), biernie spogląda na wskazane mu obiekty (2), uczestniczy w stworzonych dla niego spektaklach poszukując złudzeń, rzeczywistości idealnej (3), stroni od niewygód i wysiłku (4), oddaje się w ręce prowadzącego go przewodnika (5), niechętnie przystaje na nowe propozycje, ceni przewidywalność i przebieg wyjazdu zgodnie z planem (6). Turystyka (w tym i ta masowa) daje nieskończone możliwości poznawania świata i odkrywania jego tajemnic. Turysta masowy jednakże nie korzysta z nich i zadowala się powtarzaniem istniejących, wypracowanych schematów. Wzorzec zachowania polega na wykonaniu kilku rutynowych czynności, niewymagających wysiłku. Najczęściej należą do nich bierny odpoczynek na plaży, poświęcenie czasu na rozrywkę i proste za-

33 E. Morin (2005) *Kultura czasu wolnego*. W: A. Mencwel [red.] *Antropologia kultury*, op. cit., s. 560.

34 H.J. Knebel (1960) *Soziologische Strukturwandelungen im Modernen Tourismus*, Stuttgart, cyt. za: K. Podemski (2004) *Socjologia podróży*, op. cit., s. 20.

35 A. Liska, G. Ritzer (1997) *McDisneyization and Post-Tourism: Complementary Perspectives on Contemporary Tourism*. W: Ch. Rojek, J. Urry [red.] *Touring cultures. Transformations of Travel and Theory*, London, cyt. za: K. Podemski (2004) *Socjologia podróży*, op. cit., s. 94.

36 G. Ritzer (2005) *Makdonaldyzacja społeczeństwa*. W: A. Mencwel [red.] *Antropologia kultury*, op. cit., s. 563, 567-570, 569, 573.

bawy, krótkie i niewyczerpujące spacery czy odwiedzenie powszechnie znanych obiektów i miejsc zwanych atrakcjami turystycznymi. Prawdopodobnie w turystyce masowej funkcjonuje kilka lub kilkanaście wzorców postępowania w czasie wyjazdu wakacyjnego. Odrębny istnieje w przypadku pobytu w miejscowości nadmorskiej, inny w przypadku wyjazdu do miejscowości leżącej w górach itd. Turysta nie dokonuje wyboru pomiędzy nimi, lecz dostosowuje swoje zachowanie do miejsca, w którym przebywa. Każdy z nich zakłada opisywaną bierność.

Zachowanie turysty masowego można wyjaśnić odwołując się do opisu Ortegi y Gasseta. Wielokrotnie wspomina on o zdolnościach i możliwościach, jakie posiada współczesny człowiek masowy. Jednakże wobec ich ogromu wykazuje on zaskakującą bierność i niemożność podjęcia decyzji<sup>37</sup>. Skłonność do postępowania zgodnie z jednym, ustalonym wzorcem wynika z hermetycznego zamknięcia człowieka masowego polegającego na niechęci do innych rozwiązań (idei). Do zmiany przyzwyczajzeń, poszukiwań nie popycha go także inklinacja do bycia przeciętnym, nieskorym do wysiłku i stawiania sobie wymagań.

Zdaniem Ortegi powstawanie tłumu sprawia, że „[...] u ludzi go stanowiących pojawiają się zbieżne dążenia, idee czy podobny styl życia”<sup>38</sup>. Sam fakt przebywania, funkcjonowania w masie jest powodem powstawania zbliżonych potrzeb i zachowań.

Według Deana MacCannella z poznawaniem atrakcji turystycznych łączy się pewien rodzaj przymusu (nakłaniający turystę do realizowania przygotowanego programu)<sup>39</sup> Podobny proces może dotyczyć pozostałych zachowań turysty, jak oddanie się rozrywce, pewnym formom zabawy. W latach

---

37 Por. J. Ortega y Gasset (1982) *Bunt mas*, op. cit., s. 18, 45. Masy posiadają „możliwości życiowe [...] dotąd zarezerwowane wyłącznie dla mniejszości”, chodzi tu zarówno o dostęp do przyjemności oraz do „technik prawnych i społecznych” Według Ortegi żyjemy w epoce, „którą cechuje poczucie olbrzymich możliwości realizacji”, lecz człowiek czuje się zagubiony w ich nadmiarze.

38 Ibidem, s. 7

39 Por. D. MacCannell (2005) *Turysta...*, op. cit., s. 65-67, por. także K. Podemski, *Socjologia podróży*, dz. cyt., s. 60-61, MacCannell definiuje atrakcję turystyczną jako „empiryczny związek pomiędzy turystą, widokiem i oznaczniakiem” To właśnie oznacznik („przewodniki, tabliczki informacyjne, pokazy slajdów, odczyty, pamiątkowe pudełka z zapalnikami”) „jest informacją o widoku”, jest tym, „co nadaje danemu widokowi charakter atrakcji turystycznej” Sam MacCannell pisze, że „jakieś tajemnicze siły instytucjonalne działają całościowo jeszcze przed przybyciem turystów, wydzielając określone widoki, które są atrakcjami”, „Nowoczesne międzynarodowe podróże mają własną strukturę etyczną, zbiorowe odczucie, że pewne widoki należy zobaczyć” To „obrzędowe” zachowanie turystów Krzysztof Podemski nazywa w swoim komentarzu „rytualizmem”, który „polega na odczuwaniu przez turystę przymusu zwiedzenia czegoś, co funkcjonuje jako »atrakcja turystyczna«” Turysta przybywający do Paryża „czuje, że musi zobaczyć Luwr” W ostateczności zaprowadzą go tam napisy, strzałki i inne oznaczniki, a taki rytuał staje się udziałem milionów osób rocznie.

sześciodziesiątych XX wieku Herbert Marcuse skrytykował współczesne mu społeczeństwo technologiczne. Jego zdaniem oficjalny system reprezentowany przez „masową komunikację i indoktrynację”, tworzy potrzeby jednostki, jej pragnienia, które ona odczuwa jako własne. Potrzeby narzucone jednostce w procesie jej represjonowania, nazywa Marcuse „fałszywymi”: „Większość potrzeb wypoczynku, zabawy, zachowywania się, konsumowania zgodnie z tym, co zaleca reklama, (kochania i nienawidzenia tego, co kochają i nienawidzą inni), należy do tej kategorii potrzeb fałszywych”<sup>40</sup>. Po tym dodaje: „Bez względu na to, jak bardzo takie potrzeby, odtworzone i wzmocnione przez warunki egzystencji, mogą stać się własnymi potrzebami jednostki; bez względu na to, jak bardzo identyfikuje się ona z nimi i odnajduje siebie w ich zaspokajaniu, są one nadal tym, czym były od początku – wytworami społeczeństwa, którego dominujący interes wymaga represjonowania”<sup>41</sup>.

Drugą przyczyną wzmacniającą zachowanie turysty masowego (niechęć do wysiłku, brak wymagań wobec siebie, powielanie istniejących wzorców) jest postępowanie zgodne z sugerowanymi mu w różny sposób propozycjami. Wzorce masowego podróżowania, uprawiania turystyki są rozpowszechniane lub tworzone i rozpowszechniane przez prasę popularną, radio, telewizję, Internet (środki masowego przekazu i reklamę) oraz znajomych. Turysta masowy postępuje zgodnie z nimi. Zaspokajane w czasie wyjazdu potrzeby zaczyna uważać nieświadomie za własne, choć niekoniecznie są one takimi<sup>42</sup>.

Tymczasem istnieje jeszcze jedna możliwość. Turysta zachowuje się konformistycznie, samodzielnie decyduje się postępować zgodnie z ogólnie obowiązującym wzorcem zachowania, upodobia się do pozostałych turystów. Warto przytoczyć w tym miejscu interpretację autora *Ucieczki od wolności*. Zdaniem Ericha Fromma człowiek jest skłonny zrezygnować ze swojej wolności, która wiąże się z koniecznością dokonywania wyborów tworzących presję, jeśli zostanie zapewnione mu bezpieczeństwo<sup>43</sup>. Jednym z mechanizmów ucieczki jest mechaniczny konformizm. Jednostka upodobia się do otoczenia przez, co nie musi już czuć się samotna i załękiona. W rzeczywistości charakteryzuje ją brak aktywnego myślenia. Myśli takiego człowieka

---

40 H. Marcuse (1991) *Człowiek jednowymiarowy*, Warszawa, s. 20, 21.

41 Ibidem, s. 22.

42 Por. R. Winiarski (1988) *Motywacja turystyczna: struktura i społeczne uwarunkowania*, *Problemy turystyki*, nr 2 (40), s. 5-16; J. Zdebski (2002) *Psychologia rynku turystycznego*. W: G. Gołembski [red.] *Kompendium wiedzy o turystyce*, Warszawa-Poznań, s. 42-56. Aktywność turystyczna jest źródłem zaspokajania potrzeb. Źródła motywacji turystycznej mają charakter wewnętrzny (realizacja własnych zainteresowań i aspiracji) i zewnętrzny (inspiracja z zewnątrz poprzez reklamę, opowiadania znajomych). W badaniach nad motywacją turystyczną niełatwo odróżnić, czy jej źródłem jest to, co przyciąga turystę (np. atrakcje turystyczne), czy też to, co popycha go do wyjazdu (zespół jego potrzeb, aspiracji, zainteresowań).

43 Por. E. Fromm (1998) *Ucieczka od wolności*, Warszawa, s. 38-39.

są zapożyczone. Jego poglądy są zastąpione poglądami innych<sup>44</sup>. Podróż jest często kojarzona z wolnością. Ceną tego wyzwolenia jest zmęczenie, wysiłek, choroby, konieczność zmagania się z niebezpieczeństwami i samodzielnego decydowania o własnym losie. Turysta jest w stanie również zrezygnować z tej wolności, dając sobie narzucić nie swoje potrzeby. Symbolem utraty swobody może być zamknięcie turystów w odizolowanych ośrodkach wypoczynkowych, oddanie się w ręce przewodników, opiekunów wycieczek, ochroniarzy. W zamian otrzymują oni poczucie bezpieczeństwa, zostają zwolnieni z obowiązku podejmowania trudnych decyzji.

Postawa turysty masowego spotyka się z krytyką obserwatorów życia społecznego. Największym jego zaniedbaniem jest rezygnacja z otrzymanej szansy. Sama turystyka daje możliwość poznawania świata, zaznajomienia się z jego bogactwem i różnorodnością, spotkania z jego mieszkańcami, jest okazją do szukania odpowiedzi na pytanie o własną tożsamość. Jako zjawisko nigdy nie podlegała tak wielkiej krytyce. Wśród podróżujących są także osoby postępujące według innych wzorców. Zgodnie ze słowami Ortegi y Gassetta stanowią oni ową „mniejszość” stawiającą sobie wymagania.

---

<sup>44</sup> Ibidem, s. 180, 179-197.