

## TURYSTYKA JAKO FENOMEN KULTUROWO-SPOŁECZNY

*Kiedy mówię ludziom, że myślenie o czasie wolnym i turystyce jest moim zawodem, często się uśmiechają. Po prostu nie uważają tego za poważne zajęcie, za pracę, a tylko praca może być traktowana poważnie. W takich momentach prawie zawsze czuję, że powinienem przeproszać. Oczywiście, mówią, czas wolny i podróż to być może dwie z najprzyjemniejszych rzeczy na świecie, ale w rzeczywistości, gdy przyjrzesz im się z bliska, są to raczej tematy trywialne. Wierzę jednak, że znaczą one więcej niż mogłoby się wydawać na pierwszy rzut oka, dlatego, że dotyczą szczęścia jednostki i dobrobytu naszego społeczeństwa, a to są – każdy przyzna – najważniejsze kwestie w naszym życiu.*

J. Krippendorf<sup>1</sup>

### **Podróż: między prozą a poezją życia**

Efektom przemian politycznych, gospodarczych, społecznych i kulturowych ostatnich kilkunastu lat w Polsce jest między innymi dynamiczny rozwój turystyki oraz intensyfikacja działań i badań skoncentrowanych na tym zjawisku. Z jednej strony są to przedsięwzięcia mające na celu aktywizację i uatrakcyjnienie kolejnych miejscowości i regionów, odwiedzanych coraz tłumniej przez turystów, z drugiej zaś podejmowanym inicjatywom i inwestycjom wtóruje głos humanistów. Czujni na doświadczenia innych krajów, świadomi globalnego charakteru fenomenu nie tylko w wymiarze ekonomicznym, ale przede wszystkim społecznym i kulturowym, poruszają tematy wykraczające poza zagadnienia gospodarcze. Ocena mechanizmów kreacji i promocji atrakcji turystycznych, zagadnienia etyczne, edukacja kadr – to niektóre z podnoszonych kwestii.

Przez długie lata turystyka traktowana była głównie jako dochodowa gałąź przemysłu. Sytuacja ta stopniowo ulegała zmianie. Dziś obok systematycznych badań rynkowych i statystycznych relacji, obrazujących ilościowy rozkład transferu ludzi i pieniędzy, zjawisko turystyki znajduje swe miejsce wśród

---

<sup>1</sup> J. Krippendorf, *The Holiday Makers. Understanding the Impact of Leisure and Travel*, Oxford 1987 (wstęp).

kluczy do zrozumienia współczesnego świata, staje się nośną metaforą dla zmieniającej się rzeczywistości<sup>2</sup>. Czy jest to turysta, według D. MacCannella, przedstawiciel „nowej klasy próżniaczej”, a w refleksji Z. Baumana, jeden z typów ponowoczesnego „bycia w świecie”, czy też sam akt ruchu, prędkość, pokonywanie odległości w dromologicznej koncepcji P. Virilio, czy wreszcie, przykład kontaktu kulturowego u G. Hofstede’a, aktywność podróżnicza oferuje bogactwo tematów, dokumentów i kontrowersyjnych wątków.

Pojawia się w tym momencie kwestia konieczności rozgraniczenia poziomu ontologii zjawisk turystycznych i poziomu metaforycznego ujmowania podróży i turystyki, często przenikających się w rozważaniach nad tymi zjawiskami.

Oba podejścia pełnią inne funkcje. W podejściu „realistycznym” podróż jest zjawiskiem społeczno-kulturowym, które uczony zamierza dopiero poznać, zbadać. Dla podejścia „metaforycznego” celem nie jest zbadanie fenomenu podróży, lecz wyjaśnienie innych zjawisk społeczno-kulturowych za pomocą przekształconego w metaforę stereotypu *turysty*. „Realisci” badają *podróż*, „metaforycy” jedynie posługują się figurą *turysty* jako narzędziem opisu kondycji człowieka ponowoczesnego<sup>3</sup>.

Problematyka turystyki, traktowanej realistycznie, napotyka trudności, które wynikają z wieloznaczności podstawowych pojęć oraz ze specyfiki zarówno tradycyjnych, jak i współczesnych form podróżowania. Każda epoka wносиła innowacyjne rozwiązania w tej dziedzinie życia, zachowując jednocześnie pewne niezmiennie, pomimo zewnętrznej organizacji, elementy. Oczywiście, rosły wymagania i oczekiwania w stosunku do czerpanych z podróży korzyści materialnych i niematerialnych; coraz większą uwagę zwracano także na to, by potrzeby podróżujących jak najlepiej zaspokajać. Z czasem należne miejsce w procesie *turystyfikacji* zajęła troska o zachowanie dóbr natury i kultury w takim stanie, by mogły się nimi cieszyć także następne pokolenia.

Turystyka wymaga podejścia interdyscyplinarnego, dlatego właśnie brak ujęć inter- i transdyscyplinarnych uznawany jest za jedną z głównych przeszkód integrowania wiedzy o turystyce. Uwaga skierowana na kulturowy i ideologiczny aspekt zjawiska, na jego wymiar etyczny i estetyczny eksponuje rolę podróży w doskonaleniu siebie, w poznawaniu świata, nie zapominając zarazem o złudzeniach i ryzyku wpisanym w ten właśnie rodzaj kontaktu mię-

---

<sup>2</sup> Na temat pierwszych książek poświęconych turystyce i głównych teoretycznych ujęć podróży w naukach społecznych w Polsce i za granicą pisze m. in. K. Podemski, *Socjologia podróży*, UAM, Poznań 2005, s. 7–23, 25–114.

<sup>3</sup> K. Podemski, *Socjologia...*, dz. cyt., s. 326 (podkreślenie w oryginale). Por. także: A. Wiczorkiewicz, *Podróż do kresu metafory*, „Res Publica Nowa” 1995, nr 7/8, s. 46–50, gdzie pojawia się podróż w znaczeniu „podstawowym” i „metaforycznym”

dzy kulturami. W kontekście uniwersalistycznych dążeń ostrze krytyki zwraca się przede wszystkim w stronę międzynarodowych korporacji, organizatorów turystyki i gruntu, na którym wyrosły, kultury euroamerykańskiej, a nie ku podróżującym i ich zachowaniom. Wizja turystyki jako ekspresji wolności ustępuje wizji turystyki sterowanej przez język, reklamę, media; wpisana w kulturę konsumpcyjną jest, w refleksji humanistów, obszarem dominacji i większej lub mniejszej kontroli w relacjach między organizatorami a uczestnikami „aktu turystycznego”

Jeden z najciekawszych fenomenów naszych czasów zanurzony jest więc w prozaicznych, infrastrukturalnych uwarunkowaniach po to, by podróżującym ludziom umożliwić czerpanie z rozmaitych doświadczeń, oderwanych od rzeczywistości codziennej, naznaczonych dążeniem zarówno do odnalezienia w odwiedzanym miejscu elementów znanych z opuszczonego na jakiś czas otoczenia, jak i tego co niezwykle, w pewnym sensie właśnie poetyckie, nostalgiczne i mityczne. Coraz rzadziej natomiast „nowe” i „nieznane”, gdyż, jak pisze B. Frydryczak, polemizując z definicją turystyki MacCannella, wszystkie widoki są już potencjalnie znane. Skoro zatem wszelki obraz wyprzedza rzeczywistość, to również turysta, wybierając się w podróż w poszukiwaniu atrakcyjnych widoków, funkcjonuje w baudrillardowskim symulakrum<sup>4</sup>. Nie przeszkadza to jednak w dobrej zabawie, a ta coraz częściej z podróżą jest utożsamiana<sup>5</sup>. Nie ujmuje znaczenia ciekawości jako dominującej przyczynie wyjazdu<sup>6</sup>.

Ambiwalencja w ocenie współczesnej turystyki to dominujący wątek refleksji wielu humanistów. Dwugłos afirmacji i deprecjacji zjawiska nie powinien zamilknąć. Podróżujemy coraz więcej, a ślady podróży pozostają nie tylko w naszych życiorysach. Aktualne wydają się, cytowane jako motto, słowa rozterki autora *The Holiday Makers*, który sam nad „myślenie o turystyce”, dwugłowym węzła, zjadającym swój własny ogon, przedłożył kwestie ekologii. Turystyka wniknęła na dobre w różne sfery naszego życia, jednak ocena zjawiska i prognozy na przyszłość, wyrażane w różnych formach (od naukowych po literackie) często wioną pesymizmem.

Pod koniec lat osiemdziesiątych ubiegłego stulecia pojawiły się głosy uznające turystykę nie tylko za interaktywny proces pomiędzy różnymi „aktorami”, ale także za czynnik wprowadzania w świat pokoju. Definicje te

---

<sup>4</sup> B. Frydryczak, *Malowniczość – u źródeł współczesnej turystyki*, (w:) M. Kazimierczak (red.), *Turystyka w humanistycznej perspektywie*, Poznań 2004, s. 64. Mac Cannell pisze: „Podążanie jednostki ku temu, co nowe i nieznane to turystyka” Tenże: *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczek*, Warszawa 2002, s. 238.

<sup>5</sup> A. Woźniak, *Turystyka jako forma zabawy*, (w:) M. Kazimierczak (red.), *Turystyka...*, dz. cyt., s. 32–40.

<sup>6</sup> Por. m. in. L. Kołakowski, *O podróżach*, (w:) *Mini wykłady o maxi sprawach*, Kraków 2000.

pomijały jednak jej ekonomiczny charakter i instytucjonalizację, także w zakresie tworzenia (projekt i promocja „produktu turystycznego”) oraz odczytywania znaczeń (interpretacja społeczna). Dwie dekady później w studiach nad turystyką, zorientowanych bardziej na sprawne zarządzanie niż konteksty kulturowe, wciąż brakuje systematycznych badań nad symboliką i reprezentacjami funkcjonującymi w ramach tego zjawiska<sup>7</sup>

Reasumując, kierunki refleksji nad fenomenem współczesnego podróżowania, wychodząc z różnych dyscyplin i środowisk naukowych, zbiegają się w kilku zasadniczych punktach. Inspiracje teoriami D. Boorstina, N. Graburna, E. Cohena, D. MacCannella, uzupełnione o nowsze koncepcje J. Urry’ego czy G. Danna, decydują o stanie światowych badań nad turystyką. W Polsce najważniejszy wpływ na rozwój humanistycznego nurtu nauk o turystyce ma dzieło K. Przeclawskiego. Nowe projekty eksploatują i wzbogacają te klasyczne źródła, czerpiąc z dorobku filozofii, socjologii, kulturoznawstwa, lingwistyki paradygmatyczne i metodologiczne inspiracje.

Turystyka jest więc opisywana w relacji do modernistycznych i postmodernistycznych kierunków w naukach humanistycznych i społecznych. Pojawiają się opinie, iż turystykę masową, która nie jest fenomenem uniwersalnym, powinno się rozpatrywać w kontekście jej „narodzin”, czyli początku nowoczesności. Różne typy turystyki, np. w poszukiwaniu autentyczności – zdrowotna, kulturowa – uformowały się w warunkach zinstytucjonalizowanej codzienności, degradacji środowiska przyrodniczego i ekspansji technicznej, w świecie, w którym dominuje pośpiech, presja i rutyna, a nieskończona kreacja obrazów, znaków, dyskursów, symboli potęguje zagubienie i alienację człowieka<sup>8</sup>. Analizy postmodernistyczne koncentrują się między innymi na procesach globalizacji i unifikacji świata, na dyfuzji kulturowej. Rewizja kwestii nowości, odmienności, autentyczności i różnicy, tak istotnych dla turystyki, ukazuje dwie strony zagadnienia<sup>9</sup>. Podróżnik motywowany poszukiwaniem autentyczności pragnie, by nowe miejsce nie było kopia tego, od którego się oddala (wyjątek stanowią warunki zakwaterowania, wyżywienia czy zapewnienia bezpieczeństwa; w tym zakresie turysta z reguły woli standaryzację i brak niespodzianek). Współczesny turysta zgadza się jednak na sztuczność, „inscenizowaną nieautentyczność”, uwielbia atrakcje typu Disneyland, z zapalem zanurza się w „magiczny świat konsumpcji”<sup>10</sup>.

---

<sup>7</sup> K. Hollinshead, *Symbolism in Tourism. Lessons from „Bali 2002” – Lessons from Australia’s Dead Heart*, „Tourism Analysis” 2004, nr 8, s. 267–295.

<sup>8</sup> N. Wang, *Tourism and Modernity. A Sociological Perspective*, Oxford 2000. Por. także R. Amirou, *Elements pour une sociologie qualitative du voyage et du tourisme*, (w:) J.-P. Poulain, M. Teychenné (red.), *La recherche en tourisme*, Paris 2001, s. 29–53.

<sup>9</sup> Ch. Rojek, J. Urry (red.), *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*, London 1997.

<sup>10</sup> Por. G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, Warszawa 2001.

Globalizacja i jej konsekwencje nie pozostają bez wpływu na oceny i prognozy wobec turystyki. Sytuacja, w której odmienne kultury „podróżują”, może, paradoksalnie, negować część wyjazdów turystycznych, bo skoro wystarczy spędzić wieczór w regionalnej restauracji czy klubie, by poczuć się tak, jak gdyby było się tysiące kilometrów od domu, a dążenie do autentyczności nie gra już głównej roli i egzotyczny świat jest dostępny w parkach tematycznych, po co w ogóle gdziekolwiek wyjeżdżać? Cyberturystyka oferuje substytuty wielu poszukiwanych obecnie przez podróżników atrakcji. Czy zatem turystyka, jaką znamy od kilkudziesięciu lat, zupełnie zmieni swe oblicze, być może zaniknie w dobie „postturystyki”? Zamiast podążać tym futurologicznym tropem, proponuję odwołać się w tym miejscu do rozważań filozofów i socjologów.

## O potrzebie rozwoju filozofii turystyki

J. Kosiewicz zaznacza, iż „filozofia turystyki” nie istnieje jako odrębna dziedzina filozofii i stosuje pojęcie „namysłu filozoficznego w stosunku do turystyki”<sup>11</sup>. Wyróżnia trzy główne „typy wypowiedzi”: teoretyków i praktyków turystyki (refleksje, relacje z wypraw), filozofów *sensu stricto* (marginesowo podejmujących temat podróży) i filozofów kultury fizycznej. Szczególne związki łączą rozważania nad turystyką z filozofią przyrody i antropologią, a także ontologią, epistemologią, aksjologią, estetyką i filozofią społeczną. Turystyka jawi się jako forma antropologizacji, estetyzacji i sakralizacji (a także animizacji) przyrody, jako etyczny sprawdzian „prawości i dobroci czynnej”, zwłaszcza w sytuacjach ekstremalnych (himalaizm, rejsy oceaniczne). Uwarunkowania cywilizacyjne zdecydowały o uznaniu eskapizmu (a w konsekwencji – dążenia do kompensacji czy inwersji) za podstawową motywację do turystyki i „filozoficznego oglądu przyrody”

Potrzebę stworzenia filozofii turystyki postuluje w swej *Prolegomenie filozofii turystyki* K. Przeclawski<sup>12</sup>. Ontologiczne rozważania nad istotą turystyki opiera przede wszystkim na analogii pomiędzy podróżą a ludzkim życiem, obecną między innymi w koncepcji *homo viator* G. Marcela. Natomiast w projekcie etyki turystyki (czerpiąc między innymi z myśli P. Teilharda de Chardin), autor wskazuje na obowiązki etyczne człowieka wobec siebie, wobec drugiego człowieka, a także, wobec przyrody i wytworów kultury. Poznawanie prowadzące do wzajemnego rozumienia, regeneracja psycho-

---

<sup>11</sup> J. Kosiewicz, *Antropologiczne podłoże refleksji nad przyrodą i turystyką. Spór o istnienie filozofii turystyki*, (w:) B. Marciszewska, J. Ożdźniński (red.), *Rekreacja, Turystyka, Kultura. Współczesne problemy i perspektywy wykorzystania czasu wolnego*, Gdańsk 2004, s. 25–38.

<sup>12</sup> K. Przeclawski, *Prolegomena filozofii turystyki*, (w:) G. Gołembski (red.), *Kierunki rozwoju badań naukowych w turystyce*, Poznań 2003, s. 206–211.

fizyczna jako obowiązek moralny, szacunek dla życia, godności, własności innych, dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe – oto obszary deontologicznych rozważań i zadań. W zakresie turystyki wyodrębnia zatem etykę turysty, etykę mieszkańca miejscowości turystycznej i etykę pośredników pomiędzy uczestnikami spotkania turystycznego (*brokers*)<sup>13</sup>; podkreśla także znaczenie procesu edukacji i socjalizacji w przygotowaniu odpowiedzialnych turystów.

Na etyczny i twórczy wymiar turystycznych spotkań, gdy wolność, czyli jedna z „fundamentalnych wartości aksjosphery sytuacji turystycznej”, rozumiana jest, przede wszystkim w nawiązaniu do personalizmu, jako odpowiedzialność i „trudne zadanie”, zwraca uwagę A. Matuszyk<sup>14</sup>. Podczas gdy aksjologia szuka „odpowiedzi na pytanie dotyczące sposobu istnienia i przejawiania się wolności w sytuacji turystycznej”, pedagogika zwraca się ku sposobom „turystycznego przeżywania wolności”. W informacji i reklamie turystycznej, szkolnych wycieczkach i sytuacji przewodzenia grupą turystyczną oraz w każdej innej sytuacji, w której uczy się drugiego człowieka „patrzeć, podziwiać i kochać”, autor wskazuje na przejawy „stosowanej aksjologii podróży” (pedagogiki turystyki), traktując je jako „rzeczywistość wychowawczą”. Intencjonalne oddziaływanie za pomocą „aksjologicznego nacechowania przekazywanych informacji” ma na celu kształtowanie świadomości o zaletach turystycznego spędzania czasu wolnego. Pedagogika turystyki wyraża „nadzieję na rozwój człowieka poprzez odkrywanie i przeżywanie przezeń wartości turystyki i zobowiązuje do działań umożliwiających i stymulujących ten rozwój”<sup>15</sup>. Ta „tradycyjna” postawa przeciwstawiona jest postawie „neoliberalnej”, kojarzonej z postmodernizmem i jego głównymi ideami (absolutyzm wolności, prymat konsumpcji, skrajny pluralizm aksjologiczny, wręcz relatywizm etyczny), a w turystyce prowadzić może do aspołecznych, dewiantycznych zachowań czy obojętności wobec zła.

O filozofii turystyki, jako właśnie rodzącej się dziedzinie, pisze J. Lipiec<sup>16</sup> Ontologicznym, epistemologicznym i aksjologicznym rozważaniom towarzyszy próba typologii turystyki oraz projekt zintegrowanej nauki o turystyce. Decydująca rola w ocenie zjawiska turystyki przypada w tej koncepcji człowiekowi i jego niezbywalnej potrzebie wolności wyboru sposobu i miejsca ekspresji i konstrukcji swej osobowości. „Empiria podróży” to jedyna szansa uzyskania odpowiedzi na pytania: „kim jestem w akcji, w ruchu, w procesie przemieszczania się, w odniesieniu do nowych bodźców, w kontakcie z nie-

---

<sup>13</sup> K. Przeclawski, *Etyczne podstawy turystyki*, Kraków 1997. *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Kraków 1997. W 1999 r. WTO ogłosiła Światowy Kodeks Etyki w Turystyce.

<sup>14</sup> A. Matuszyk, *Pedagogika turystyki jako stosowana aksjologia podróży*, (w:) R. Winiarski (red.), *Nauki o turystyce. Część I. Studia i Monografie*, AWF, Kraków 2003, s. 127–141 (podkreślenie w oryginale).

<sup>15</sup> Tamże, s. 130.

<sup>16</sup> J. Lipiec, *Filozofia turystyki*, (w:) R. Winiarski (red.), *Nauki o turystyce...*, dz. cyt., s. 86–89.

znanyymi wcześniej zjawiskami, w dynamice życia”<sup>17</sup> Za pojęcia szczególnie ważne w ontologii turystyki autor wskazuje podmiot „aktu turystycznego”, człowieka, występującego jako jednostka lub jako grupa (podmiot zbiorowy), przedmiot „aktu turystycznego”, czyli „zawsze jakiś konkretny, zlokalizowany przestrzennie obiekt lub zespół obiektów”, znajdujący się w „punkcie docelowym” albo na trasie wyjazdu. Trzecią kategorią ontologiczną jest sam ruch, „proces wędrówki”, „wprawienie podmiotu w przestrzenny ruch”, ruch, w który jednocześnie wpisana jest „intencja powrotna” Tak ukonstruowany „akt turystyczny”, przejaw turystyki jako fenomenu społecznego, wymaga uzupełnienia o kolejną kategorię: „intencjonalnego, a zarazem intersubiektywnego sensu podejmowanych działań podróźniczych” Organizacyjne i techniczne elementy umożliwiające odbycie podróży (niezależnie od stopnia jej zinstytucjonalizowania czy „utowarowienia”) traktowane są jako osobna kategoria ontologiczna, „instrumentarium turystyczne”, wchodzące w skład złożonej i heterogenicznej struktury „aktu turystycznego”

### **Przekaz informacyjno-promocyjny jako przekaz aksjologiczny**

Na odrębne potraktowanie zasługuje zagadnienie konstrukcji i interpretacji przekazu informacyjno-promocyjnego w turystyce. Media informacyjne i aksjologiczno-kulturowe prezentują aktualnym/potencjalnym podróżnikom wzorzec doświadczania konkretnego miejsca, swoistą ofertę turystyczną (warstwę intencjonalną znanej z obsługi ruchu turystycznego „sformalizowanej propozycji zawarcia umowy”; abstrahuję przy tym od prawnych i *stricte* handlowych aspektów oferty). Wartości witalne, poznawcze, etyczne, estetyczne, sakralne i ludyczne składają się na projekt mapy aksjosphery kreowanej w ofercie turystycznej; warto zaznaczyć, iż wszelkie podziały i klasyfikacje wprowadzane są dla przejrzystości podejmowanych analiz, podczas gdy na doświadczenie turystyczne składa się kompozycja rozmaitych wartości, z uwzględnieniem występujących „dominant aksjologicznych”<sup>18</sup>. Turystyka określana jest zatem jako forma ruchu, dążenia do zdrowia i sprawności, jako medium poznawania siebie i świata, jako przestrzeń realizacji wartości etycznych, jako dążenie do sacrum (religia, patriotyzm, opozycja codzienności), jako obszar doświadczeń estetycznych i, co współcześnie szczególnie jest akcentowane, jako okazja do zabawy, rozrywki, konsumpcji.

Tworzenie wizerunku miejsca odwiedzanego, miejsca, w którym owe wartości mają być realizowane, odwołuje się do symboliki, mitologii, stereotypów. Oferta turystyczna jest więc na poziomie aksjologicznym i semiotycznym tekstem pełnym znaków, symboli i mitów. Nawiązując do koncepcji

---

<sup>17</sup> Tamże, s. 98.

<sup>18</sup> Tamże.

Hofstede'a można też powiedzieć, iż zawiera opis praktyk (symboli, bohaterów, rytuałów), poprzez które próbujemy dostrzec jądro (trzon) danej kultury, czyli jej wartości. W aksjologicznej refleksji nad turystyką podstawowe pytanie dotyczy właśnie miejsca i roli wartości, z punktu widzenia gości, gospodarzy, pośredników i organizatorów, przede wszystkim zaś, informatorów i kreatorów przekazów promocyjnych.

Podróże stanowią okazję do pogłębiania kompetencji kulturowych, z jednej strony umocowanych w bezpośrednim kontakcie z odmienną kulturą, z drugiej zaś poddanych wpływowi, czy nawet kontroli pośredniczących w tym spotkaniu przedstawicieli „przemysłu turystycznego”<sup>19</sup> Wśród warunków utrudniających przebieg komunikacji międzykulturowej podkreśla się, między innymi, kwestie rozpowszechniania stereotypowego obrazu członków innych grup społecznych oraz konsekwencje intensyfikacji procesów wielokulturowych, przy niedostatecznym reprezentowaniu tych zagadnień w polityce społecznej, edukacji, wychowaniu. Z przywołanym tematem wiążą się dyskusje nad tożsamością poszczególnych grup, nad sposobem ich współistnienia, nawiązywania relacji, uznawania odrębności. Problemy te nie omijają turystyki, wręcz przeciwnie, zarzuty są liczne, co wynika z jej istoty (przemieszczania się poza codzienną przestrzeń geograficzną, społeczną, kulturową i wchodzenie w styczność z miejscem odwiedzanym) i ze specyfiki tego kontrowersyjnego przemysłu XX i XXI wieku.

## Zakończenie

Wieloaspektowość turystycznego doświadczania świata łączy różne modele, wzorce i projekty w ramach niejednolitego obrazu fenomenu, ogarniając, niekiedy w trakcie jednej podróży, kilka wyodrębnionych w opisie strategii kontaktu z przemierzaną przestrzenią. Doświadczenie sakralne (mistyczne, duchowe), estetyczne, moralne, cielesne czy zmysłowe nie rodzi się w pustce – przystępujemy do świata już ukształtowani, z większą lub mniejszą otwartością, z wyraźnym lub mglistym zamiarem dookreślenia i dopełnienia (być może tylko o kolejne powierzchowne wrażenia) indywidualnej historii. Z braku „wielkich opowieści” i holistycznych wizji, mozaika własnych i cudzych (mikro) narracji układa się w końcowy efekt podejmowanych wątków.

Uzgodnienie stanowisk, zaledwie zasygnalizowanych w tym referacie, to zadanie niełatwe w czasach, gdy „turystyka jest wszędzie i nigdzie”, aktywi-

---

<sup>19</sup> Por. m. in. socjolingwistyczną koncepcję turystyki G. Danna czy inspirowane „spojrzeniem medycznym” M. Foucaulta koncepcje J. Urry’ego, T. Edensora, K. Hollinsheada. Temat ten omawiam szczegółowo w rozprawie doktorskiej: *Aksjologiczne podstawy oferty turystycznej. Przekaz wartości w przewodnikach*, AWF, Kraków 2005, w której analizuję także język wartości wybranych przewodników turystycznych.

zacja regionów pod względem turystycznym stanowi obietnicę poprawy warunków życia, status atrakcji, szansę zachowania, konserwacji lub reaktywacji zabytku, a jednocześnie stereotypowość, ironia i pesymizm komentarzy zdominowały próby opisu zjawiska. Niemniej jednak miliony turystów wyruszają corocznie w podróż, odwiedzają miejsca, w których toczy się codzienne życie innych ludzi, ingerują w ich naturalne i kulturowe otoczenie. To sprawia, iż wszyscy poruszamy się w sieci turystycznych powiązań.