Turystyka na wschód od RFN-u

W jaki sposób podział Europy przez „żelazną kurtynę” wpłynął na rozwój turystyki? Z jakimi zjawiskami mamy obecnie do czynienia w turystyce w Europie Środkowej i Wschodniej i jakie wyzwania przed nią stoją? To były główne tematy międzynarodowej konferencji na temat dziedzictwa i perspektyw antropologii turystyki, jaka odbyła się na Uniwersytecie Jagiellońskim w 2015 roku. Rok temu amerykańskie wydawnictwo Rowman & Littlefield opublikowało zbiór wykładów z konferencji pod tytułem *„Antropology of Tourism in Central and Eastern Europe”*, który ukazał się pod redakcją *Sabiny Owsianowskiej* (adiunkt na Wydziale Turystyki I Rekreacji Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie, wykładowczyni na UJ) oraz *Magdaleny Banaszkiewicz* (adiunkt w Instytucie Studiów Międzynarodowych UJ i wykładowczyni w Akademii im. Andrzeja Frycza-Modrzewskiego w Krakowie).

Magdalena Banaszkiewicz

Jolanta Łada-Zielke:

Antropologia to nauka o człowieku. Czy jej poddyscyplina – antropologia turystyki – jest nowa?

Magdalena Banaszkiewicz:

Niezupełnie. Pierwszy raz pojęcie to pojawiło się na początku lat siedemdziesiątych dwudziestego wieku. W trakcie zjazdu amerykańskiego towarzystwa antropologicznego zebrała się osobna grupa antropologów zainteresowanych turystyką, którzy wyjeżdżali w teren, aby badać zwyczaje dzikich, prymitywnych plemion i przy okazji spotykali się z turystami. Doszli do wniosku, że zachowania ludzi na styku tych dwóch odrębnych kultur są interesujące i warto zacząć je badać.

Czy za polskiego prekursora tego kierunku możemy uznać Bronisława Malinowskiego, przyjaciela Witkacego, który badał zwyczaje plemion afrykańskich?

Tak. Malinowski prowadząc swój dziennik dał dowód na to, jak doświadczenie podróżowania wpisuje się w jego pracę naukową. On daje tu świadectwo o sobie nie tylko jako o badaczu, ale i jako podróżniku, czyli jest też właściwie turystą. Sama antropologia jako dyscyplina wyrosła na gruncie kolonializmu. Dzięki koloniom, antropolodzy jako badacze mogli jechać w teren, a struktury kolonialne gwarantowały im bezpieczne prowadzenie badań. Było to na początku lat dwudziestych XX wieku. Ale w tym samym czasie zaczęła się rozwijać turystyka, także w ramach imperiów kolonialnych. I te dwa nurty spotkały się ze sobą w latach siedemdziesiątych.

Polski tytuł zbioru wykładów z konferencji brzmi „Antropologia turystyki w Europie Środkowej i Wschodniej". Czy czterdziestoletni okres izolacji tej części Europy od Zachodu przez żelazną kurtynę pozostawił skutki w turystyce?

Pierwotnie książka miała nosić tytuł „Antropolgia turystyki po upadku żelaznej kurtyny". Ale nasi wydawcy stwierdzili, że byłoby to zbyt historyczne, mało marketingowe i dlatego skończyło się na Europie Środkowowschodniej, ze

zwróceniem uwagi na wątek środkowoeuropejski. Książka ukazała się w wydawnictwie amerykańskim, dla którego wszystkie państwa na wschód od RFN należą do Europy Wschodniej. Wprowadzenie pojęcia „Europa Środkowa” też było poprzedzone długą korespondencją z wydawcami, których usiłowaliśmy przekonać, że taki region istnieje i ma własną tożsamość. W okresie komunizmu inna była sytuacja takich krajów jak Polska, Czechy, Bułgaria, Węgry, a inna w Związku Radzieckim, który miał własną politykę turystyczną. I te konsekwencje do dziś dnia są widoczne. Pokazuje to chociażby popularność wśród Polaków wybrzeża Adriatyckiego, np. Chorwacji, która też w jakiś sposób nawiązuje do nostalgii za czasami PRL-u. Wiąże się z tym pojęcie zwane „wyobraźnią turystyczną”, czyli wszelkimi uprzedzeniami, które sprawiają, że do niektórych miejsc jeździ się chętnie, a innych się unika. Tak jak kiedyś Związek Radziecki, tak dzisiaj Federacja Rosyjska, sprowadza się w wyobraźni turystycznej tylko do paru miejsc: Sankt Petersburg, Moskwa, ewentualnie Złoty Pierścień.

Ale jedna z anglojęzycznych wykładowczyń wybrała się w podróż kolejką transsyberyjską! Choć opisuje, jak z duszą na ramieniu przyjęła przekąskę od jednej z rosyjskich babuszek, które na peronach sprzedają pierożki własnej roboty.

Pierożki nie posiadają, niestety, certyfikatu żywnościowego Unii Europejskiej, a babcie nie pieką ich w sterylnych warunkach. Ten przykład pokazuje, że podróżując, z jednej strony chcemy przełamywać bariery i doświadczać nowości, inności, a z drugiej mamy organiczenia kulturowe, które sprawiają, że tego czy innego nie zrobimy. Jedziemy dokądś z nastawieniem, że poznamy bliżej tamtejszą kulturę próbując lokalnych potraw, ale mamy tak zwane granice przyswajalności. Wiąże się z tym angielskie pojęcie „eatable” czyli „jadalne”. Są ludzie, którzy nie zjedzą szarańczy, węża, lub surowej ryby. Ta granica kulturowa, dla jednych nieprzekraczalna, dla innych będzie ciekawym doświadczeniem, służącym przy okazji przełamywaniu własnych ograniczeń.

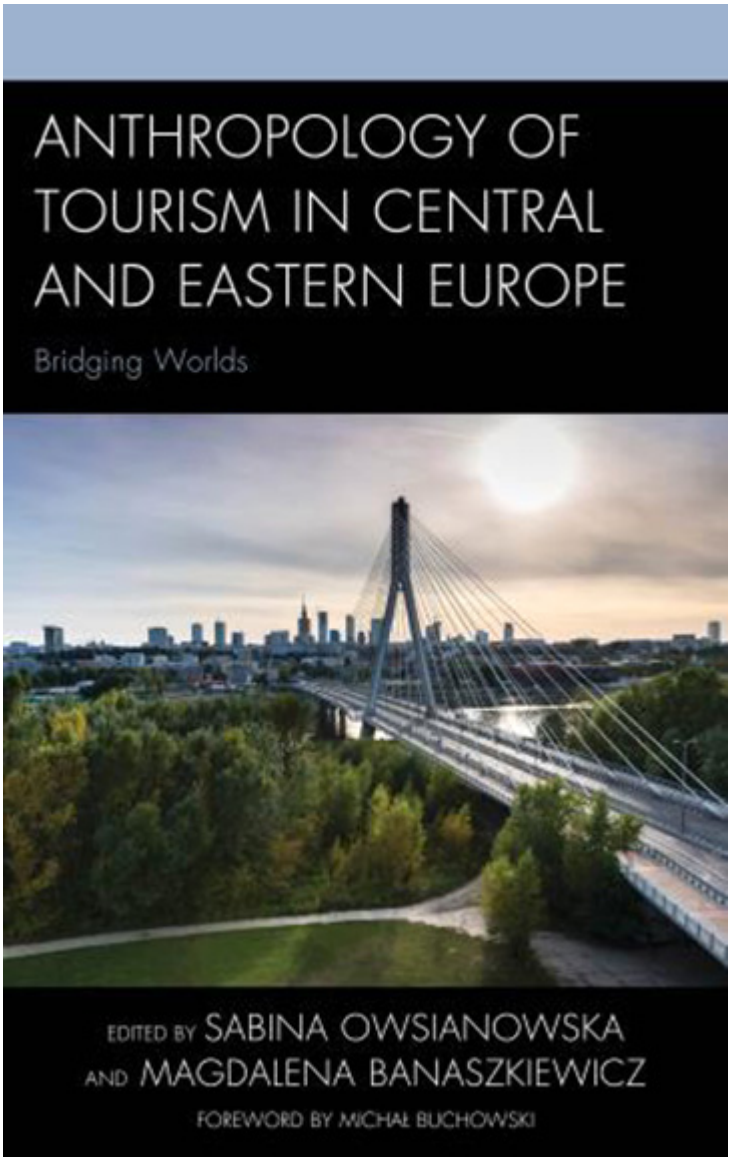
Oprócz wyżej wymienionej turystyki kulinarnej pojawiają się w książce takie pojęcia, jak turystyka wolontariacka, jeżeli wyjeżdżamy dokądś, aby demonstrować w obronie praw człowieka, albo ochrony środowiska. Wystarczy wspomnieć, ilu Polaków wzięło udział w Pomarańczowej Rewolucji

na Ukrainie, na przełomie lat 2004-2005. Po powrocie do kraju te osoby nadal wspierają takie akcje, propagując je w internecie, szukając sponsorów. Istnieje też bardzo twórczy odłam zjawiska, turystyka kreatywna, np. wyjazd na warsztaty koronczarskie do Bobowej w Nowosądeckiem, albo na zajęcia z garncarstwa do Medyni Głogowskiej koło Łańcuta.

Turystyka daje także szanse rozwoju środowisk lokalnych, pielęgnowania dziedzictwa kulturowego. Przykłady z Bobowej i z Medyni pokazują, że coś, co było zapomniane i uważane za niepotrzebne, zyskuje na wartości, kiedy przyjeżdżają turyści gotowi zapłacić za tę atrakcję. Wtedy też i miejscowi zaczynają patrzeć na to inaczej. Widać to właśnie na gruncie turystyki etnicznej. Oferta niektórych regionów ogranicza się tylko do tego, ale zarabiają na tym bardzo duże pieniądze, a jednocześnie wpływają na tożsamość kolejnych pokoleń.

Ale są i negatywne zjawiska w dzisiejszej turystyce.

Występują one głównie w Europie, w obrębie turystyki kulturowej. Nie musimy szukać daleko. W Krakowie obserwujemy zjawisko zwane „overtourismus", czyli „naddturystyka". W samym centrum miasta, w szczycie sezonu, nie spotkasz miejscowych, bo oni unikają tłumów wycieczek i hałasu. Po drugie, właściciele lokali tak podnoszą ceny, że mieszkańców po prostu na to nie stać. Po trzecie ceny mieszkań i czynsze w centrum miasta gwałtownie rosną, dlatego część Krakowian wyprowadziła się na peryferie. Inny negatywny przykład, to wizyty w Tatrzańskim Parku Narodowym, gdzie turyści jedzą, piją i zostawiają śmieci. Jeżeli robi tak dziesięć osób, pozostaje to prawie niezauważalne. Jeżeli pięćset, ma to już swoje konsekwencje dla przyrody. Jednak stosuje się w niektórych krajach środki zaradcze. W Wenecji, która jest „ofiarą turystyki", wprowadzono dzienny limit turystów, którzy mogą wjechać do miasta. Mają też obowiązek zapłacić dzienny podatek turystyczny, który wynosi 10-15 dolarów dziennie. Istnieją więc różne formy regulowania nadmiernego ruchu turystycznego.



W jednym z tekstów podano przykład Bułgarii, dokąd przybywa mnóstwo amatorów plażowania, taniego alkoholu i łatwego seksu, czyli jest to, mówiąc po angielsku „alcotourism”.

Na Zachodzie reklamuje się Bułgarię na *billboardach* właśnie jako kraj taniego alkoholu i rozrywek. Na pewno marketing turystyczny ma wpływ na to, kto odwiedza dany kraj. Tani produkt przyciąga określoną grupę klientów. Jeśli w Bułgarii ceny zostałyby podwyższone, część tych osób na pewno zrezygnowałaby z wyjazdu. Ale tak dzieje się nie tylko w Bułgarii. Generalnie możemy powiedzieć, że istnieje turystyka wypoczynkowa i rozrywkowa, sprowadzana do tzw. „trzech S”: „sea, sun, sand”, czyli „morze, słońce, piasek”. Czasami dodawane jest do tego czwarte „s”, czyli seks. I to jest typowa turystyka rekreacyjna, ograniczona do hotelu *all inclusive*, którego się nie opuszcza, bo można tam jeść i pić bez ograniczeń. Jest

też turystyka kulturowa, „trzy E”: „education, entertaiment, exciting”, które oznaczają edukację, rozrywkę i zachwyt (podniecenie), ale w sensie intelektualnym. Im bardziej będziemy kierować ofertę w stronę „trzech E”, tym bardziej zwiększamy szanse na równowagę w turystyce. Ale też nie wszyscy turyści, którzy zwiedzają, albo przyjeżdżają na koncerty muzyczne, zachowują się poprawnie. Stąd wynika duża rola edukacji w sektorze turystycznym.

Czy robi się coś konkretnego w tym kierunku?

Na Uniwersytecie Jagiellońskim mamy nową specjalizację „Relacje międzykulturowe w turystyce”. Chcemy, żeby nasi studenci nie tylko nauczyli się obsługi ruchu turystycznego, systemów rezerwacyjnych, układania programów i pilotowania wycieczek. Chcemy, żeby mieli świadomość odpowiedzialności, jaka na nich spoczywa, jako na przyszłych organizatorach turystyki. Uczymy ich etyki zawodowej, żeby podczas oprowadzania brali pod uwagę różnice kulturowe. Inaczej będzie mówiło się o dziedzictwie holokaustu do grupy polskich licealistów, inaczej do młodzieży z Izraela, a jeszcze inaczej dla turystów ze Stanów Zjednoczonych. Myślę, że turystów można obciążać tylko częściowo za te negatywne zjawiska. Jacy turyści przyjeżdżają i co robią, zależy w dużej mierze od poziomu rozwoju tej branży w danym kraju, no i w pewnym stopniu od mieszkańców, którzy na tym zarabiają. Jeżeli mieszkańcy pozwalają na takie czy inne zachowania, a nawet je popierają, to wszystko jest możliwe. Dajmy na to, ktoś prowadzi knajpę, albo *pub* i otwiera „happy hour” od godziny 22:00, w ramach której goście mogą pić na umór do rana za jedyne pięć funtów. Niech więc się potem nie dziwi, jak leżą przed wejściem we własnych wymiocinach. Przy takim szybkim zarobku zysk jest krótkotrwały, za to negatywne konsekwencje pozostają na dłużej.

Jak na tym tle wyglądają polscy turyści?

Różnie. Jeżeli spojrzy się na statystki, można dostrzec piętno „żelaznej kurtyny”. Sytuujemy się bliżej turystów z Europy Wschodniej, niż tych z Europy Zachodniej, którzy pewne procesy mają już za sobą. Aczkolwiek też są to uogólnienia, bo jeśli spojrzymy na Anglików, którzy jeszcze kilkanaście lat temu przyjeżdżali do Krakowa dla rozrywki, biegali goli i pijani po rynku, to nie możemy mówić o wyższości kultury anglosaskiej nad słowiańską. U nich są to pozostałości kolonializmu, przez co

traktują wszędzie lokalną społeczność tak, jak traktowali ją konkwistatorzy w koloniach: my tu rządzimy, bo mamy pieniądze, a wy macie nam służyć. Oczywiście są to bardzo daleko idące stereotypy, ale jednak trochę zakorzenione w mentalności. Można to poznać po sposobie zwiedzania. Inaczej robi to turysta z Azji, inaczej przybysz ze Stanów, który przyjeżdża na Stary Kontynent, widzi budynek mający więcej niż pięćset lat i właściwie modli się do niego. A dla nas jest to tylko jeden z lokalnych kościołów.

Na temat Polski jako celu wycieczek, albo urlopów, też panują pewne stereotypy. Na przykład Niemców bardziej pociąga Rosja, bo widzą w niej coś egzotycznego. A Polska to dla nich taki kraj „pomiędzy" Wschodem a Zachodem. Dopiero jak przyjadą np. do Krakowa, otwierają oczy ze zdumienia i zachwytu.

Na ten temat również prowadzone są badania. Jedno z nich pokazało, że Polska jest postrzegana jako kraj o bardzo bogatym dziedzictwie, dużej gościnności, ale nudny. Turyści nie wiedzą, jaka jest jednoznaczna tożsamość Polski, która sytuuje się właśnie pomiędzy Wschodem a Zachodem. Na egzotykę Rosji wpływa po pierwsze fakt, że jest postsowiecka, czyli w pewnym sensie „barbarzyńska", a z drugiej strony nostalgia za czasami imperializmu carskiego. Trzeba też wziąć pod uwagę historyczne związki niemiecko-rosyjskie i eksport niemieckich księżniczek do tego kraju, co też „nakręca" wyobraźnię turystyczną. Z Rosją Niemcy liczą się do dziś w sensie politycznym i gospodarczym, tak jak jedno – nawet byłe – imperium liczy się z drugim. My jesteśmy ich sąsiadem, do którego nie pojedzie się w pierwszej kolejności. Zakładam, że jeśli Niemiec ma do wyboru Polskę lub Francję, wybiera tę drugą możliwość. A Franzuzi już właściwie od czasów wielkiej rewolucji 1789 roku inwestują w tworzenie wizerunku państwa, które potrafi wypracować sobie nowoczesność na gruncie tradycji. Natomiast nasz wizerunek to trochę kultury, trochę natury, sporo gościnności, skojarzenie z Solidarnością, papieżem Janem Pawłem II i Lechem Wałęsą. Kraków nie wyróżnia się na tle innych miast, które cieszą się dużą popularnością w Europie Środkowej, jak na przykład Praga czy Budapeszt. Dlatego powinniśmy prowadzić świadomą politykę turystyczną, która nie będzie ograniczać się do odfajkowywania kolejnych milionów turystów, którzy lądują na lotnisku w Balicach, bo to wcale nie przekłada się na ich jakość. To, że przylatują na jeden lub dwa dni i zostawiają pieniądze w jakimś apartamencie należącym do

sieci nieruchomości, albo w *pubie* czy restauracji, nie wpływa na nasz rozwój regionalny. Powinniśmy mieć turystów, którzy pójdą do muzeum, wezmą udział w jakiejś imprezie kulturalnej. Ale my nie mamy takiej imprezy, jak choćby festiwal muzyczny w Salzburgu, do którego nie trzeba nikogo zachęcać. Są też ludzie, którzy nie dostają biletów, ale i tak chcą być tam w momencie, kiedy to się będzie działo, bo a nuż spotkają kogoś sławnego na ulicy? Musimy zastanowić się, jak uatrakcyjnić naszą ofertę.

Dane na temat książki są dostępne pod linkiem:

https://rowman.com/isbn/9781498543811/anthropology-of-tourism-in-central-and-eastern-europe-bridging-worlds