

## Artykuły

Anna Duda, Uniwersytet Jagielloński  
annaduda86@gmail.com

### Hiperrzeczywiste enklawy kulturowe Nowego Jorku a autentyczność turystycznych doświadczeń

**Słowa kluczowe:** Nowy Jork, antropologia turystyki, hiperrzeczywistość, wielokulturowość

#### Abstrakt

Celem artykułu jest próba ukazania „spojrzenia turysty” na nowojorski mikser kulturowy. Odnosząc się do teorii *symulacrum* Jeana Baudrillarda, w której badacz zakłada, że żyjemy w hiperrzeczywistości wskazuję na przykładzie Nowego Jorku na różne przejawy symulacji w turystyce. Refleksja części badawczej skupiała się będzie na spostrzeżeniach, poczynionych podczas podróży do Nowego Jorku – obserwacji uczestniczącej oraz na wywiadach, przeprowadzonych drogą mailową oraz poprzez facebooka z zapoznanymi wówczas nowojorczykami i turystami. Poprzez analizę komentarzy postaram się odpowiedzieć na pytanie - na ile percypowanie wielokulturowej rzeczywistości przez zwiedzających Nowy Jork jest autentyczne, a na ile jest konsekwencją egzystowania w symulakrycznej rzeczywistości. W artykule poprzez analizę porównawczą Union Square oraz Chinatown udowodnię również jak bardzo w transkulturowej przestrzeni Nowego Jorku może różnić się relacja *host-guest*.

Artykuł jest próbą włączenia się do otwartej polemiki dotyczącej kwestii autentyczności/nieautentyczności doświadczenia turystycznego. Skrajne często poglądy znanych antropologów turystyki skłaniają do głębszej refleksji. Ciekawym zjawiskiem na tym gruncie okazała się wielokulturowość Nowego Jorku. Odwołując się do teorii *symulacrum* Jeana Baudrillarda [1998] postaram się udowodnić, że nowojorscy turyści kulturowi zostają wrzuceni do bańki nieautentyczności, przy czym niekoniecznie jest to ingerencja organizatorów turystyki, a konsekwencja nasilonej symulakryczności ponowoczesnych kosmopolis. Hiperrzeczywiste „spojrzenie turysty” na nowojorskie enklawy kulturowe skłoniło również do refleksji nad kwestią, czy w wielkich metropoliach mamy do czynienia z klasyczną relacją *host-guest*? Czy nowojorczyki, w większości będący imigrantami, dla których punktem odniesienia jest kraj pochodzenia są rzeczywiście przysłowiowymi „gospodarzami”?

W swych badaniach nad wielokulturowością posłużyłam się wybranymi metodami jakościowymi, opierającymi się głównie na osobistym doświadczeniu – obserwacji uczestniczącej. Ważnym źródłem informacji okazał się dziennik prowadzony podczas dwumiesięcznego pobytu w Nowym Jorku. Są to impresje na temat wielokulturowości, mieszkańców, aklimatyzacji, szoku kulturowego, podjętego dialogu międzykulturowego z nowojorczykami, imigrantami, turystami. Obserwacja uczestnicząca będzie więc ważnym czynnikiem kształtującym poglądy zawarte w artykule. Tekst tak naprawdę jest próbą zarysowania problemu i wskazania na potrzebę wypracowania metodologii w badaniu przestrzeni transkulturowej w kontekście turystycznym. Prowadząc tego typu badania można natknąć się na liczne niebezpieczeństwa wynikające z samego przedmiotu badań. Na myśli mam tu kwestię trafnej diagnozy badanej przestrzeni. Różnica pomiędzy hiperrzeczywistością, a rzeczywistością często jest niewielka stąd również badacz może łatwo wpaść w symulakryczne sidła. Niewątpliwym atutem badań okazał się dystans czasowy

i przypadkowość, która w pewnym momencie zakreśliła interesujący horyzont badawczy. W kilka lat po odbyciu własnej podróży do Nowego Jorku spotkałam turystkę, która opowiedziała o fenomenie skostniałej, polskiej szkoły na Greenpoincie. Był to kluczowy moment, który zaowocował próbą odświeżenia nowojorskich kontaktów, przesłaniem drogą mailową oraz fejsbukową do kilkunastu osób (Amerykanie i Polacy) wiadomości z pytaniami o postrzeganie enklaw kulturowych oraz tego jakie widzą punkty wspólne, a jakie różnice z krajem pochodzenia. Interesujący okazał się fakt, że spojrzenia na otaczającą różnorodność rodowitych nowojorczyków, imigrantów i turystów były odmienne. Uzupełniając wypowiedzi rozmówców własną obserwacją dokonałam również analizy porównawczej relacji *host-guest* dwóch, skrajnie różnych, pod kątem kulturowym i turystycznym przestrzeni na Mannhattanie – Union Square i Chinatown.

## Nowojorski mikser kulturowy jako atrakcja turystyczna

Dyskurs dotyczący autentyczności oraz sposobu postrzegania przestrzeni turystycznej pozostaje zagadnieniem otwartym ze względu na niejednorodność ponowoczesnego świata. Anna Wieczorkiewicz w cenionej publikacji pt. *Apetyt turysty* pisała o *ponadindywidualnych wzorcach postrzegania znaków kultury* [2012, 135]. Liczne na to przykłady można znaleźć w jednej z ważniejszych lektur z zakresu antropologii turystyki – *Spojrzeniu turysty* Johna Urrego [2007]. Ukazuje on zwiedzających jako swoistych marzycieli, przemierzających świat z aparatem w rękę, dla których nie tyle widzenie i kontemplacja miejsc były istotne, ile posiadanie dokumentacji z wyjazdu - fotografii, najlepiej takiej jak z folderu, potwierdzającej odbytą podróż. Tej właśnie realizacji fotograficznych marzeń podporządkowana jest w sporej mierze turystyka. Organizatorzy wycieczek zamieszczają informacje skąd można zrobić najlepsze zdjęcie. Między innymi w tym celu powstają również punkty widokowe. Fotografia nadaje podróży nie tylko strukturę, ale też zobowiązuje [Urry 2007, 127] – to praca podczas wypoczynku.

Coraz częściej jednak do głosu dochodzi, obok „spojrzenia” Urry’ego – patrzenie bardziej świadome i dociekliwe. Turyści kulturowi niejako zaczynają przemawiać słowami ojca antropologii strukturalnej Claude’a Levi – Straussa, który w *Smutku tropików* pisze: *Za kilkaset lat w tym samym miejscu inny podróżnik, tak samo zrozpaczony jak ja, będzie oplakiwał zniknięcie tego, co ja jeszcze mogłem widzieć, lecz czego nie potrafiłem dostrzec* [Podemski 2004, 19].

O tym „drugim spojrzeniu” pisze Dean MacCannell w artykule *Tourist agency* [2001], w którym nie tyle krytykuje Johna Urrego, co wskazuje również na inny (występujący „obok” spojrzenia Urrego) sposób postrzegania turystycznego. Nie wszyscy turyści, co podkreślał Urry wyjeżdżają na wakacje, aby przysłowiowo „oderwać się od nudnej rzeczywistości”. Spora część ma konkretny cel do zrealizowania – pragną nie tylko zobaczyć, a raczej dostrzec anomalie świata, którego nie znają. Jest to „spojrzenie”, które widzi więcej niż aparat, o którym Jean Baudrillard w pracy *Fotografia, czyli świetlny zapis* napisał: *Paradoksem jest to, że obiektyw pokazuje świat pozbawiony obiektywizmu* [Baudrillard 2012, 380]. O nowym typie zwiedzających pisał również Tim Edensor [2001]. Biorących świadomy udział w „turystycznym spektaklu”<sup>1</sup> post-turystów przedstawił jako osoby ironiczne i cyniczne,

<sup>1</sup> Erving Goffman sytuację teatralnego porządku przenosił na pole większości instytucji społecznych, wyróżniając trzy podstawowe role w danym przedstawieniu – ci, którzy występują, osoby, dla których sztuka jest inscenizowana oraz role tzw. outsiderów, czyli jednostki nie będące ani wykonawcami, ani widzami, znajdujący się poza kulisami sceny. Nowy podział społeczeństwa na fasadę i kulisy powstał wraz z narodzinami społeczeństwa nowoczesnego. Można więc zaryzykować stwierdzeniem, że ponowoczesne społeczeństwo do prawidłowego funkcjonowania potrzebuje pewnego rodzaju mistyfikacji. Raz jednak ustalony porządek teatralny uniemożliwia na zawsze powrót do stanu natury - ruch autentyczności w stronę mistyfikacji jest

bardzo dobrze zdające sobie sprawę z odgrywania pewnych stereotypowych ról. Za przykład ukazuje dialog grupy turystów przed Taj Mahal:

TOURST 1: OK. guys, line up and look astonished

TOURIST 2: Yeah, but... it's great, I suppose – but what does it do?

TOURIST 3: Bob has the best line – ‘The Taj is amazing, but boring’

TOURIST 1: Come on, let's do the photo so we can get outta here [2001, 75]

Rozmowa ta niewątpliwie ukazuje kwintesencję turystycznego postrzegania i sposobu patrzenia. Miano turysty zobowiązuje do tego by wziąć udział w turystycznym spektaklu i zrobić zdjęcie. Katalogowe fotografie wciąż są pożądane. Cały jednak rytuał coraz bardziej odbywa się na świadomej płaszczyźnie. Widoczna jest chęć analizy zwiedzanych miejsc, tym samym podejście krytyczne i ironiczne.

Podobnie myśląc o Stanach Zjednoczonych oczyma wyobraźni, w niejednej głowie zarysowuje się obraz Statuy Wolności czy Times Square. Kinematografia zaczarowała Nowy Jork. Turyści pragną doświadczyć „amerykańskiego snu” – do domu przywieźć zdjęcia z tarasu widokowego na Empire State Building lub też wieczorną porą obejrzeć panoramę Manhattanu z promu płynącego na Staten Island. Nawiązując jednak do tytułu ważnego artykułu Michała Jarneckiego [2011] – nie mniejszym atutem i atrakcją turystyczną Nowego Jorku jest również jego wielokulturowość. To właśnie nietypowe „spojrzenie” na enklawy kulturowe pozwoliło zrozumieć jak wielką rolę w rozumieniu ponowoczesnego świata mogą odgrywać turyści kulturowi.

\*\*\*

*Jeżeli byłeś tylko w Nowym Jorku, to nie byłeś w Ameryce. Nowy Jork to nie Ameryka - to centrum świata, ale nie Ameryka. To po prostu mikser kulturowy, Wieża Babel niemająca z Ameryką nic wspólnego<sup>2</sup>.*

Przy założeniu, że Stany Zjednoczone są bardziej, niż inne państwa świata multikulturowe (co najwyżej 8% Amerykanów, czyli ok. 20 mln osób nie deklaruje posiadania żadnej innej tożsamości kulturowej poza amerykańską) [Paleczny 2010, 7] powyższe słowa nie mniej skłaniają do refleksji. Nawet Amerykanie, przyzwyczajeni do otaczającej ich różnorodności kulturowej, dostrzegają nasilenie tego zjawiska w Nowym Jorku. Na przestrzeni dziesięcioleci proces postępującej w metropolii wielokulturowości stał się nie mniejszą atrakcją turystyczną niż kojarzone z nią symbole amerykańskie.

Wielokulturowość w ujęciu Tadeusza Palecznego to *zjawisko polegające na współwystępowaniu na ograniczonej granicami państwowo-terytorialnymi przestrzeni dwu lub większej ilości grup o odrębnych językach, wyznaniach, obyczajach, tradycjach i systemach organizacji społecznej* [2010, 7]. Zjawisku unifikacji towarzyszy dywersyfikacja. Oznacza to, że z jednej strony zaobserwować można proces asymilacji, czyli „zlewania się”, czy też stapiania w globalnych społeczeństwach przedstawicieli różnych ras i kultur. Prowadzi to do powstawania zupełnie „nowej jakości” - post-emigracyjnej przestrzeni, gdzie *poszczególne grupy etniczne zajmują proporcjonalne do ich wielkości miejsce strukturalno-funkcjonalne* [Paleczny 2002, 3]. Z drugiej strony wciąż istnieje tendencja zachowywania swej odrębności kulturowej, wystrzeżenie się przez mniejszości etniczne i religijne czynników globalizacyjnych.

Nowy Jork z całym swym wachlarzem różnorodnych enklaw reprezentuje obie tendencje. Tadeusz Paleczny podkreśla, że asymilacja nie oznacza wtopienia się w zastany krajobraz, ani zrezygnowania z tradycji rodzinnych. Nie jest również negacją wielokulturowości - ma na celu raczej wprowadzenie nowego, lepszego porządku [2002, 3].

---

nieodwracalny [Goffman 1977]. Koncepcja społeczna według Goffmana służy jako punkt wyjścia do refleksji na zagadnieniu relacji *host-guest* w antropologii turystyki.

<sup>2</sup> Opinia spotkanego przypadkowo podróżnika/turysty z Północnej Karoliny (Union Square przy 14 ST., 2007 r.)

Patrząc zatem na Nowy Jork jako na twór multikulturowy, pamiętając o słowach podróżnika z Północnej Karoliny, że to *centrum świata, ale nie Ameryka*, warto spojrzeć na to miejsce z perspektywy swoistego fenomenu.

Zastanawiająca jest wypowiedź Amerykanina, mieszkającego na Brooklynie od ponad 2 lat:

*Chciałbym mieć więcej możliwości do podróżowania. Spędzam bardzo dużo czasu na odkrywaniu różnych sąsiedztw NYC - to mój nisko-budżetowy sposób na podróżowanie. Jest tu wiele interesujących imigranckich społeczności, szczególnie na Brooklynie i Queensie. Pozostając w Nowym Jorku każdego dnia dowiaduję się czegoś o świecie, doznaję egzotyki kulturowej będąc tu na miejscu.*

Nowy Jork jest w pewnym sensie „światem w pigułce”, turysta podczas jednych wakacji może doświadczyć specyfiki kultury amerykańskiej, chińskiej, żydowskiej, irlandzkiej, włoskiej, polskiej itd. Równie interesująco sytuacja wygląda ze strony nowojorczyków, którzy doświadczają namiastki tradycji kultur europejskich, tak naprawdę nigdy nie będąc na Starym Kontynencie.

Każda z nowojorskich enklaw kulturowych przez dziesięciolecia budowała przestrzeń, która miała zapewnić poczucie swojskości i więzi z krajem pochodzenia. Z tej chęci jednak stworzenia „sobowtóra” miejsca gdzieś z drugiego końca świata, społeczności te zatraciły nie tylko swoją autentyczność, ale też autentyczność imitowanej przestrzeni. Nawiązując do teorii Baudrillarda są symulakrami, rozumianymi tu jako symulacje.

*Symulować – to udawać, że ma się to czego się nie ma(...). Sprawa jest jednak bardziej skomplikowana bo symulowanie nie jest udawaniem: „Ktoś kto udaje chorobę, po prostu kładzie się do łóżka i przekonuje, że jest chory. Ktoś, kto symuluje chorobę, wywołuje w sobie jej pewne objawy” (Litre). (...) Symulacja stawia pod znakiem zapytania różnicę, pomiędzy prawdziwym, a fałszywym, między światem „rzeczywistości”, a światem „wyobraźni”. Skoro symulant produkuje „prawdziwe” objawy to czy jest, czy nie jest chory? Nie można go obiektywnie uznać, ani za chorego, ani za nie chorego [Baudrillard 1988, 177-178].*

Szukanie zatem przez nowojorczyków namiastki egzotyki w nieautentycznych enklawach tworzy w głowach obraz krajów, które już tak naprawdę nie istnieją lub reprezentują czasy, które bezpowrotnie minęły.

Wielokulturowość nowojorska jest dziś atrakcją turystyczną. Wielu turystów będąc w Nowym Jorku, koniecznie chce odwiedzić nowojorskich rodaków. Znajdując się jednak już w przestrzeni będącej namiastką ich kraju, niejednokrotnie spotyka ich zawód i zdziwienie. Dla Chińczyków oferowane w Chinatown produkty czy mentalność mieszkańców jest podobną dziś egzotyką jak kobieta w kimonie w centrum Tokio [Mathews 2005]. Niemniej przyjezdni turyści jako nieautentyczną odbierają tylko enklawę fałszującą obraz ich kraju pochodzenia:

Turystka lat 31, odbyła podróż do Nowego Jorku w 2010 r.

*Zaskakujące jest to, że widząc Greenpoint zdawałam sobie sprawę z tego, że znajdują się tu pewne elementy polskości, ale te sprzed czasów gdy jeszcze byłam dzieckiem. Gdy zwiedzałam dzielnicę włoską, grecką, chińską, czy żydowską z zainteresowaniem patrzyłam na proponowane produkty i pamiątki turystyczne, wierząc, że właśnie takie są Włochy, czy Grecja. Jak byłam w Chinatown nawet przez myśl mi nie przeszło, że Chiny wyglądają inaczej.*

Nowojorczyk lat 38, wyjechał z Polski w 1999 r.:

*W momencie gdy wylatywałem z Polski, sytuacja po przełomowym roku '89 zaledwie zaczęła się poprawiać. Gdy przyleciałem do Nowego Jorku, zobaczyłem zupełnie inny świat, w którym na więcej rzeczy można było sobie pozwolić. Nigdy nie mieszkalem na Greenpoincie. Od samego początku zamieszkałem na Queens i cieszę się, ponieważ w polskiej dzielnicy żyje straszna ciemnota i ludzie, którzy nadal wysyłają kartki do Polski o treści: 'Pozdrowienia z Ameryki'. Znam tam osoby, które mieszkając kilka lat w Nowym Jorku, nigdy nie były na Manhattanie, co jest niewyobrażalne. W Nowym Jorku mieszkam ponad 14 lat, nie wiem jak na chwilę obecną wygląda Polska, ale jak pojawiają się od czasu do czasu na Greenpoincie, to widzę tę Polskę, którą zapamiętałem z lat młodości.*

Na jednej z polskich turystek największe wrażenie zrobiła szkoła polska na Greenpoincie (miałam przyjemność obejrzeć zdjęcia; poniższy opis szkoły sporządzony na ich podstawie).

Polska Szkoła im. Marii Konopnickiej przy parafii św. Stanisława Kostki na Greenpoincie jest miejscem ponurym i na pewno niesprzyjającym atmosferze nauki. *To chyba najbardziej przygnębiające miejsce na świecie* – mówi autorka zdjęć. Szare wnętrza i szpitalne korytarze - oto obraz jedyne miejsca, w którym uczy się języka polskiego, historii Polski, geografii Polski, wiedzy o społeczeństwie oraz religii.

Na ścianach korytarzy porozwieszane są czarno-białe portrety polskich wieszczów, cenionych poetów, działaczy politycznych i społecznych. Dostyc restrykcyjny jest również regulamin szkoły: żucie gumy na terenie szkoły jest zabronione, do szkoły nie można przynosić sprzętu grającego, piłek ani innych zabawek, które mogłyby zakłócić proces nauczania, używanie telefonów na terenie szkoły jest zabronione, uczeń rozpoczyna i kończy lekcje zgodnie z planem zajęć dla swojej klasy, a wcześniejsze przychodzenie lub późniejsze wychodzenie nie jest akceptowane. W szkole uczniowie zobowiązani są mówić tylko po polsku.

Turystka jednak o swoim największym zaskoczeniu opowiada w momencie kiedy na tablicy jednej z sal przeczytała: G. Byron *Giaur*, W. Goethe *Cierpienia młodego Wertera*, A. Mickiewicz *Konrad Wallenrod*, A. Mickiewicz *Dziady cz. III* oraz na ścianie zobaczyła rysunki najmłodszych, uczących się tam dzieci ilustrujących Bitwę pod Grunwaldem. W szkole tej, pod względem wizualnym nie można było znaleźć niczego, co świadczyłoby o tym, że Polska jest krajem rozwiniętym, że bliżej jej do Zachodu niż Wschodu, że znajduje się w Unii Europejskiej, że takie kulturowo-turystyczne ośrodki jak Warszawa, Kraków, Poznań, Wrocław, Gdańsk są cenione zarówno w Europie, jak i na świecie.

Przykład tej polskiej szkoły idealnie obrazuje sposób myślenia przedstawicieli kulturowych enklaw. Znajdując się nagle w świecie, którego wcześniej nie znali - ponowoczesnej hiperrzeczywistości - zmedietyzowanej, zindustrializowanej, cybernetyzowanej zatroszczyli się o własne wartości i tradycje, by przekazywać je z pokolenia na pokolenie, nie uwzględniając, że świat w ich kraju pochodzenia również poszedł naprzód.

Powyższe przykłady dotyczące turystycznego postrzegania nowojorskiej przestrzeni pozwalają również przyjąć pewne stanowisko dotyczące autentyczności doświadczenia turystycznego. W miejscu tym jednak najpierw pozwolę sobie przywołać nazwiska trzech antropologów turystyki, których głosy najczęściej kojarzone są z zagadnieniem autentyczności/nieautentyczności w turystyce. Daniel Boorstin w popularnej publikacji *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America* [1992] do opisu ówczesnego świata posłużył się pojęciem pseudo-świata (tworzonego m.in. przez turystykę), czyli nową formą społecznej przestrzeni zbudowanej wokół tzw. pseudo-wydarzeń (*pseudo-events*).

Teorię tę na gruncie turystyki rozbudowuje w rozdziale *From Traveler to Tourist: The Lost Art of Travel* [1992]. Autor uważał turystów za pasywnych, dających się wciągnąć w rodzaj społecznej patologii współczesnego społeczeństwa konsumpcyjnego [Franklin 2009, 70]. Według niego zwiedzającego interesuje tylko iluzja, nierzeczywisty świat inscenizowany przez organizatorów turystyki.

Głośną polemikę z Boorstinem podjął Dean MacCannell, który jako pierwszy przeniósł teorie socjologiczne Marxa, Durkheima, Levi-Straussa, Goffmana na pole turystyki [2002]. Wychodzi on naprzeciw teorii Boorstina twierdząc, że jednym z motywów podjęcia decyzji o dalekiej podróży jest chęć odnalezienia przez turystę tego, co autentyczne i mniej skomplikowane niż świat, w którym żyje. Dopiero później okazuje się, że turysta zamiast rzeczywistej egzotyki, doświadcza świata bardziej nieautentycznego niż ten, od którego chciał odpocząć.

*Turyści, być może w nadziei na autentyczne przeżycia, robią brawurowe wypadki z hoteli, ale ich trasę można z góry przewidzieć, wyznaczając ją według tego, co prawdopodobnie – dzięki turystycznym dekoracjom – wydawać im się będzie w y r a ż n i e autentyczne* [MacCannell, 2002, 163-167].

Powyższym problemem zajmował się również Erik Cohen, który w artykule *A Phenomenology of Tourist Experiences* [2004] pisze, że nie można jednoznacznie stwierdzić, czy turysta szuka autentyczności, czy woli zamknąć się w bańce, którą proponują poszczególni touroperatorzy. Zawsze na chęć zdobycia doświadczenia turystycznego nakładają się różne czynniki i motywy. Socjolog kontynuuje myśl MacCannella, uważając jednak, że bardziej świadomy przyjezdny jest w stanie doświadczyć autentyczności miejsca nawet pomimo umieszczenia go w tzw. przestrzeni turystycznej [Cohen 2004, 19].

Turyści kulturowi przyjeżdżając i nastawiając się głównie na poznawanie kultur nowojorskiego miksera, chłoną muzykę, kuchnię, sposób ubierania się przedstawicieli różnych ras, wyznań, obyczajów, tradycji. Nieświadomie jednak wpadają w podwójnie nieautentyczną przestrzeń. W normalnej sytuacji miejscowi tworzą specjalną przestrzeń na użytek turystów: stoiska z pamiątkami, hotele, restauracje. W Nowym Jorku nieautentyczna przestrzeń turystyczna w niektórych dzielnicach kulturowych zostaje nałożona na symulakry - namiastki różnych krajów, tworząc sytuację podwójnej gry pozorów. W przypadku Nowego Jorku zatem przed zajmowaniem się kwestią autentyczności w turystyce należy najpierw zmierzyć się ze zjawiskiem pewnej nieautentyczności wielokulturowej przestrzeni w ogóle.

Nowy Jork oferuje turystom wszystko, czego tylko sobie zapragną - niczym dziecku w Disneylandzie - znajdują tu pożądaną „Obcość” i egzotykę, zapominając, że są to zaledwie perfekcyjne symulacje często tego, co już dawno nie istnieje.

## Relacja *host - guest* w nowojorskiej przestrzeni turystycznej

Nowy Jork jako „państwo-miasto”, kosmopolis o globalnym zasięgu z całą konstelacją kulturowych enklaw zmusza do antropologicznej refleksji nad pojęciem przestrzeni miejskiej.

Ewa Rewers opisując przestrzenno - społeczną strukturę miast-regionów stosuje następującą metaforę współczesnych metropolii:

*Miasto w tym ujęciu to nie izolowane miejsce, kulturowa wyspa, lecz archipelag nieciągłych, fragmentarycznych kultur otwartych z jednej strony na praktyki dyskryminacyjne oparte na kryteriach klasowych, rasowych, etnicznych, genderowych, pokoleniowych, dochodów, zawodów, stylów życia itd. Archipelag, w którym*

*narastaniu nierówności towarzyszy zanikanie środka miasta, centrum władzy, dominującej kultury, równowagi struktury społecznej (...). Z drugiej zaś strony policentryczna, kalejdoskopiczna przestrzeń miejska zbudowana z różnic, pozbawiona granic i marginesów tworzy to, co Raymond Rocco i Soja nazywają „trzecią przestrzenią” [Rewers 2004, 131].*

„Trzecia przestrzeń”, czyli „przestrzeń transkulturowa” tworzy Nowy Jork. Symulacje przestrzeni miejskiej oraz przestrzeni realna łączą się, tworząc szczególny rodzaj hybrydyzacji i jednocześnie niewyczerpywalne źródło badań na wielu płaszczyznach. Nowy Jork jest miejscem wielokulturowym, archipelagiem podzielonym na dużo więcej „wysp” niż te wyodrębnione pod względem geograficznym.

Bogata historia Nowego Jorku oraz wiele legendarnych miejsc, stworzonych przez amerykańską kinematografię sprawiają, że na opisaną przestrzeń transkulturową niemalże w pełni nakłada się przestrzeń turystyczna. Różne są wymagania turystów. Jednym odpowiada nabywanie produktów turystycznych w zestandaryzowanej formie, inni poszukują autentyczności. Nie ulega wątpliwości, że każda stworzona na użytek turystów przestrzeń jest sztuczna, jednak jak podkreśla Tim Edensor: *Różne formy turystycznej przestrzeni nigdy nie były tworzone tylko według jednego wzorca* [Edensor 1998, 12]. Wytwarzane na rzecz turystów reprezentacje są wyjątkowe, ponieważ najczęściej odpowiadają za nie miejscowi z całym wachlarzem kulturowych osobliwości, dlatego o przestrzeni turystycznej można mówić w pewien sposób jako o przestrzeni transkulturowej.

Inną kwestią jest, że niestandardowe wytwory/reprezentacje pochodzące z różnych zakątków świata bardzo często, za sprawą właśnie turystów mają zasięg globalny. W Nowym Jorku przestrzenie turystyczne bardzo często kreowane są przez imigrantów, co świadczy o jednoczesnym zróżnicowaniu samych punktów turystycznych, jak i sprzedawanych produktów. Z drugiej strony chyba nie ma bardziej charakterystycznej i rozpoznawalnej pamiątki z wakacji z Nowego Jorku jak koszulka z napisem: I♥NY.

Nowojorską przestrzeń turystyczną, nałożoną niczym siatka na „przestrzeń transkulturową” ze względu na zaangażowanie jej mieszkańców można podzielić na dwa rodzaje<sup>3</sup>:

- Miejsce, stoisko, sklep, atrakcja turystyczna, gdzie imigrant lub Amerykanin reprezentuje kulturę *stricte* amerykańską
- Miejsce, stoisko, sklep, atrakcja turystyczna, gdzie imigrant reprezentuje, w ramach konkretnej enklawy kulturowej osobliwości kraju, z którego pochodzi.

To, co napędza przemysł turystyczny i niewątpliwie wpływa na wygląd samej przestrzeni turystycznej to tzw. Reprezentacje (jak to nazywa Edensor), czyli pamiątki, fotografie, przewodniki, kartki pocztowe. Miejsca, w których znajdują się przysłowiowe niezbędni dla przyjezdnych są pierwszą oznaką tego, że turyści są mile widziani. Rodzaj możliwych do kupienia pamiątek oraz proponowane miejsca i atrakcje zarysowują, a często wręcz narzucają turystom pierwszą interpretację semiotyczno - antropologiczną niezbadanej przestrzeni.

Według Burnsa i Holdena [Saarinen, Manwa 2008, 45] zmiany społeczno - kulturowe (zmiany wewnątrz społeczności, zachowania poszczególnych jednostek, zmiana standardów życia i tradycji) jakie zachodzą podczas kontaktu zwiedzających z miejscowymi, są integralną częścią turystyki (o *społecznym generowaniu turystyki host-society* [1981, 462], czyli tworzeniu tzw. przestrzeni turystycznej przez ludność miejscową pisał również D. Nash), która ze względów konsumpcyjnych tworzy specjalną przestrzeń służącą spotkaniu *host and guest*.

<sup>3</sup> Przykłady podziału przestrzeni nowojorskiej w dalszej części pracy przedstawię na dwóch przykładach – Union Square wraz z pomnikiem Georga Washingtona oraz nastawione na turystyczną konsumpcję miejsca na Chinatown.

Malcolm Crick w *Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings and Servility* zauważa, że relacja turysta - miejscowy jest skomplikowana na wielu płaszczyznach. Turyści są na wakacjach, mają pieniądze, ale nie posiadają wiedzy o miejscu, w którym się znajdują, nie znają zasad, które trzeba przestrzegać; dla ludności lokalnej kontakt z przyjezdnym to przede wszystkim pracowniczy obowiązek. Ponadto stwierdza, że turysta przebywając w obcej kulturze, *de facto* nie jest gościem, a outsiderem, dlatego „kulturowe pośrednictwo” [1989, 332] – jak to definiuje Crick, jest niezbędne w momencie znalezienia się turysty w nieznanym mu przestrzeni.

Turysta wyjeżdżając opuszcza prawdziwy świat, a wkracza w pewną „turystyczną komunę”. Relację *host-guest* można opisać na podstawie opozycji: moralność - rozwiążność, kulturowe ograniczenia - wolność, praca - zabawa, odpowiedzialność - przyjemność, oszczędność – konsumpcja [Crick 1989, 332].

Właśnie ten kontakt dwóch lub więcej jednostek, pochodzących z różnych zakątków świata jest jednym z najczęściej poruszanych tematów z zakresu antropologii turystyki. Pola badawcze relacji *host and guest* skupiają się głównie wokół trzech problemów [Saarinen, Manwa 2008, 45]:

- Sytuacje i miejsca w trakcie, których turysta nabywa od gospodarza pamiętki lub też korzysta z jego usług.
- Miejsca oraz sytuacje, w których turysta i miejscowy w tym samym czasie korzystają z danej przestrzeni, jednocześnie nie wchodząc ze sobą w bezpośredni kontakt.
- Miejsca oraz sytuacje, w których relacja *host and guest* sprowadza się do wymiany poglądów i wiedzy.

Nie wszyscy badacze zgadzają się co do ostatniego punktu, zaznaczając, że kontakt *host-guest* jest często dyktowany koniecznością zaspokojenia przez turystę swych potrzeb wynikających z wyjazdu, niż rzeczywistą chęcią komunikacji i kontaktu z miejscowymi. Dialog międzykulturowy utrudniony jest również przez występowanie stereotypów - fałszywych form postrzegania przez turystę obcych kultur, czy narodowości.

Różne są jednak stanowiska uczonych względem stereotypów w turystyce. Sceptycy dialogu międzykulturowego twierdzą, że ponieważ *relacja gospodarz - turysta jest nacechowana tak dużą nieautentycznością, nie może być mowy o prawdziwym spotkaniu, a jedynie o odgrywaniu ról, które jeszcze bardziej narzucają maskę stereotypowego postrzegania* [Banaszkiewicz 2012, 31]

Z drugiej strony poprzez zdobywanie wiedzy, wchodzenie w bezpośredni kontakt z różnymi społecznościami, często dochodzi do łamania stereotypów, pozbywania się uprzedzeń, *uświadomienia sobie istniejącego zróżnicowania świata, jego pluralistycznej struktury, indywidualnych i grupowych odrębności* [Banaszkiewicz 2012, 31 za: Alejski 2000].

Różnica pomiędzy Nowym Jorkiem i innymi metropoliami, a małymi, turystycznymi miasteczkami polega na tym, że turystyka nie jest tu motorem do zaistnienia dialogu międzykulturowego. Na Manhattanie, czy Brooklynie można mówić o tworzącym się kontakcie miejscowego z turystą w ramach już zastanej wielokulturowości.

Badanie Nowego Jorku pod kątem relacji *host-guest* jest nietypowe, ponieważ miejscowym jest tu niejednokrotnie imigrant z kilkuletnim pobytem w USA. Z tego też powodu trudno jest ustalić konkretny typ turysty w oczach „nowojorczyka”, którego sposób percypowania świata, czy komunikacja niekoniecznie reprezentuje amerykańskie korzenie. Cytując za Stanisławem Grabiasem: *Jeżeli prawdą jest, że myślimy za pomocą słów to język wyznacza granicę ludzkiego poznania* [2003] - zarysowujemy taki obraz rzeczywistości jakim językiem się posługujemy. Imigranci posługujący się nawet bardzo dobrze j. angielskim myślą i konstruują świat za pomocą języka ojczystego, czyli odmiennego kulturowo. Ze względu na zachodzące w ramach przestrzeni transkulturowej procesy można tu jednocześnie mówić o „transnarodowej wyobraźni” [Rewers 2004, 136].



## Relacja *host-guest* na Union Square i w Chinatown – analiza porównawcza

**Union Square** jest obowiązkowym przystankiem turystów podczas spaceru po Mannhattanie nie tylko dlatego, że jest ważnym węzłem komunikacyjnym pomiędzy górną, a dolną częścią wyspy (leży pomiędzy 17 a 14 St., w miejscu, gdzie Broadway łączy się z 4th Av.). W historii Nowego Jorku plac ten zapisał się jako miejsce ważnych wystąpień politycznych, które przyciągało tłumy jeszcze pod koniec lat 30. XX w. Na pamiątkę ówczesnych wydarzeń postawiono pomnik Jerzego Waszyngtona na koniu, statuę Lincolna oraz pomnik generała Lafayette'a, którego autorem był Bartholdi – twórca Statuy Wolności [Bedurftig 2010].

W latach 80. XX w. Union Square był wielkim targiem. Dziś jest miejscem, gdzie prace swe eksponują artyści na bieżąco malujący portrety i karykatury spotykanych osób. Tu również odbywają się nieustanne rozgrywki szachowe na starych, zużytych szachownicach. Pomiędzy przeróżnymi aktywnościami nowojorczyków znajdują się tu również liczne stoiska z pamiątkami - kubkami, charakterystycznymi przypinkami, magnesami, koszulkami, kartkami pocztowymi, a wszystko z dużym napisem NEW YORK CITY z charakterystycznym czerwonym sercem po środku.

Union Square z jednej strony nastawiony jest na turystyczną konsumpcję, z drugiej zaś strony jest to znane miejsce odpoczynku wszystkich nowojorczyków. Z racji tego, że znajdują się tu na co dzień przedstawiciele różnych kultur i ras, turyści nie robią na nikim wrażenia, nie są też elementem obcym (przynajmniej z perspektywy mieszkańców). W tym przypadku nawet wygląd nie stanowi rozpoznawalnej determinanty, nie ma więc jasnej granicy pomiędzy *host and guest*.

Komunikację ułatwia uśmiech i słowa *How are you?*, czyli przysłowiowa amerykańska otwartość. Jeżeli można tu mówić o wytwarzaniu sztucznej sytuacji, czy też kamuflowaniu prawdziwych emocji, to nie jest to sytuacja turysta - miejscowy, a raczej należałoby to ująć w szersze ramy naturalnych, uwarunkowanych kulturowo nowojorskich zachowań. O ile na Union Square można mówić o przestrzeni turystycznej, o tyle sami turyści są po prostu kolejną „enklawą” obok kilku innych, którzy wcielają się w tłum.

Pozostaje jednak jeszcze kwestia konsumpcji bo wątpliwości nie ulega fakt, że to turyści są sprawcami największego żniwa przez okrągły rok.

Jak więc wygląda kontakt turysta - nowojorczyk?

Na Union Square sprzedawane są produkty kojarzące się *stricte* z Nowym Jorkiem, ale nie w kontekście istniejącej różnorodności kulturowej, lecz homogenicznej kultury, gdzie produktem numer jeden jest flaga amerykańska.

Sprzedającym może być rodowity Amerykanin, Amerykanin obcego pochodzenia lub imigrant.

Rodowity Amerykanin z dumą reprezentuje Stany Zjednoczone, z uśmiechem i otwartością zachwala swoje produkty. W tym przypadku produktem jest „Ameryka”, dlatego często obok uśmiechu nie brakuje też wzniosłego tonu.

Amerykanin obcego pochodzenia obok *Hi. How are you?* zadaje też pytanie: *Where are you from?*. Imigrantowi zawsze towarzyszy sentyment do własnego kraju, dlatego opowiada o nim turyście, czekając jednocześnie na słowa pochwały dla Ameryki.

Imigrant niczym z automatu mówi: *Hi. How are you?*. Nieważne jest dla niego, co sprzedaje, ale ile zarobi. Z delikatną zazdrością patrzy na turystę, który za chwilę wróci do ojczyzny. Nie sili się na amerykański entuzjazm<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Opisane doświadczenie turystyczne jest moim własnym spostrzeżeniem z podróży do Nowego Jorku w 2007 r.

W pierwszych dwóch sytuacjach kontaktu *host-guest* zazwyczaj dochodzi również do wymiany poglądów i idei. „Amerykańska otwartość” jest cechą niewątpliwie procentującą w kontakcie z turystą, który za spotykaną serdeczność odwdzięcza się zakupem różnych pamiątek. Odmienność nie stanowi tu bariery w dialogu międzykulturowym, dlatego jest to sytuacja, w której dochodzi niejednokrotnie do „kontakty autentyzycznego”.

Z jeszcze inną sytuacją *host-guest* można się spotkać na **Chinatown**, które narodziło się w latach 70. XIX w. w wyniku emigracji Chińczyków z Kalifornii na wschód, ze względu na powracające antyazjatyckie resentymy. Obejmuje ono swym zasięgiem 40 kwartałów i ciągnie się dookoła Małej Italii, aż po Houston St.

Wyodrębnić można Nowe Chinatown (zbudowane przez zamożnych imigrantów z Szanghaju i Hongkongu) i Stare Chinatown z najsłynniejszą buddyjską świątynią wschodnich stanów z posągiem wielorękiej bogini Kuan – Yui (Eastern States Buddhist Temple) oraz z najstarszym centrum handlowym na Chinatown (Quong Yuen Shing). Jest to jednocześnie dzielnica najbardziej atrakcyjna pod względem turystycznym, z największym ruchem przy Mott St [Bedurftig 2010].

Ciekawym zjawiskiem jest gospodarowanie przestrzeni na Manhattanie. W zależności od tego, w ramach jakiej enklawy się przebywa, inaczej wygląda otoczenie. W porównaniu z Union Square na Chinatown odnosi się wrażenie, że jest nie tyle tłoczno co ciasno, a przedmiotów na rozstawionych stoiskach z pamiątkami dwa razy więcej niż być powinno.

Sytuację *host-guest* można tu ująć bardziej stereotypowo. Sprzedawcą jest zazwyczaj Chińczyk handlujący produktami z elementami kultury chińskiej.

Sprzedawca zajmuje tu również inne miejsce niż imigrant na Union Square. W pewnym sensie jest „u siebie” – obraz świata pokrywa się z tym generowanym przez jego sposób percypowania i odczuwania przestrzeni. Jako reprezentanta odmiennej cywilizacji w bezpośrednim kontakcie charakteryzuje go większa powściągliwość i skromność, podobnie w tej sytuacji zachowuje się zachodni turysta.

Warto dodać, że na Chinatown bardzo popularna jest turystyka kulturowa. W kontakcie Chińczyk imigrant – Chińczyk turysta sytuacja będzie wyglądała inaczej – zmniejszony zostaje dystans, a w grę wchodzi emigranckie resentymy, w wyniku czego następuje kwestionowana przez niektórych badaczy szczerą wymianę poglądów i ideologii.

Przeprowadzone przeze mnie badania – forma internetowego wywiadu z nowojorczykami, których poznałam podczas pobytu w USA potwierdzają powyższe wnioski na temat autentyczności/nieautentyczności relacji *host-guest*. Odpowiedzi na pytanie o podstawowe różnice przestrzeni turystycznej Union Square i Chinatown oraz o relację miejscowy - turysta (odpowiedzi uzyskane od 17 osób) powtarzały się:

- Strefę turystyczną Chinatown tworzy ciąg restauracji i małych sklepików z pamiątkami przy Mott Street.
- Chinatown jako jedna z biedniejszych dzielnic na Dolnym Manhattanie oferuje produkty niższej jakości niż ciągi sklepowe na Union Square.
- Mało uprzejmi sprzedawcy na Chinatown.
- Sprzedawcy z Union Square - Amerykanie, bardziej nastawieni na konsumpcję.

Studentka fizjoterapii i barmanka, lat 27, Polka, mieszka w Nowym Jorku od 2003 r. zapytana o występowanie stereotypów względem turystów pisze:

*Tak naprawdę stereotypy w pewien sposób się dziedziczy, są jak cechy genetyczne. W Nowym Jorku spora większość ma poza amerykańskie korzenie więc każdy nagle znajduje się tu z innymi uprzedzeniami, po czym okazuje się, że jest to miejsce tak bardzo multikulturowe, że nie oplaca się być nietolerancyjnym.*

*To nie zmienia jednak faktu, że turyści bywają irytujący – nie dlatego, że są turystami, a dlatego, że nie przestrzegają niepisanych umów panujących pomiędzy*

*nowojorczykami np. idziesz prawą stroną chodnika, nie zatrzymujesz się nagle na środku chodnika (żeby zrobić zdjęcie), nie można chodzić powoli, chyba, że jest się w parku (większość spieszy się na Manhattanie do pracy).*

Wniosek nasuwa się przede wszystkim jeden, że tak naprawdę przyczyną narastających antagonizmów są nie tyle stereotypy, a różnice kulturowe, nieznanostwo panujących praw, tradycji, brak wiedzy na temat przestrzeni, w której się znalazło.

Nowojorczyk z Brooklynu, lat 31; zapytany o postrzeganie przestrzeni turystycznej Union Square i Chinatown powiedział:

*Chinatown jest miejscem na Manhattanie, które w pewien sposób ominął proces gentryfikacji. Nie wszyscy turyści odwiedzają nowojorską namiastkę Azji. Ważne jest by rozgraniczyć, że Union Square odwiedzają wszyscy przyjezdni – niewątpliwie jest to punkt turystycznej konsumpcji, na Chinatown natomiast rozwija się turystyka kulturowa, jest też często miejscem docelowym dla azjatyckich turystów.*

Analiza porównawcza dwóch skrajnie różnych miejsc na Manhattanie daje obraz zróżnicowanych zachowań kulturowych w konkretnych sytuacjach społecznych. Podobnie jest z tworzoną na użytek turystów przestrzenią. Chinatown utworzone zostało według dalekowschodnich wzorców gospodarowania przestrzenią. Przemieszczając się metrem ze stacji przy 14 St (Union Square) do stacji Boverly (Chinatown), można odnieść wrażenie nagłego szoku kulturowego – otoczenie, ludzie, zapachy, wszystko dookoła jest „inne”, „obce”. Po kilkuminutowej podróży metrem turystom jawi się świat odwrócony o 180 stopni. W sytuacji tej, w której zaskoczenie i zdziwienie przeplata się z poczuciem dyskomfortu jedno jest pewne - nie można tu mówić o nieautentyczności przeżyć.

Powyższa analiza porównawcza relacji *host-guest* była wynikiem m. in. otrzymanych od nowojorskich znajomych – imigrantów i turystów wypowiedzi. W wiadomościach mailowych oraz fejsbukowych nie zawsze otrzymywałam konkretne odpowiedzi na zadane pytania. Rozmówcy jednak zwracali uwagę na inne fenomeny otaczającej ich przestrzeni. Przykład Union Square i Chinatown ukazuje jak bardzo relacja *host-guest* różni się w dużych ponowoczesnych kosmopolis. Przede wszystkim nie do końca można tu mówić o tradycyjnym kontakcie miejscowy-turysta, a dużo częściej o spotkaniu imigrant-turysta. Bariera językowa oraz zupełnie inny obraz rzeczywistości imigrantów sprawia, że niemalże każda relacja turysta – nowojorczyk (Amerykanin, imigrant), czy też inaczej próba kontaktu międzykulturowego będzie inna. Badania również pokazały, że myślenie stereotypowe w dużych, ponowoczesnych skupiskach miejskich ma coraz mniejsze znaczenie, a antagonizmy w relacjach z turystami powstają głównie na drodze nieznanostwo panujących w danej przestrzeni zasad.

Artykuł pozostawia wiele pytań, tym samym otwiera pewien fascynujący horyzont do prowadzenia dalszych badań. Okazuje się, że rozważania dotyczące autentyczności doświadczeń turystycznych w wielokulturowych tyglach tracą swój pierwotny sens – autentyczność bowiem nie tyle przysłonięta jest przestrzenią turystyczną – ona w wielu miejscach Nowego Jorku po prostu nie istnieje. Hiperrzeczywiste enklawy kulturowe symulują kraje i ich obraz rzeczywistości sprzed kilku dekad. Turyści kulturowi poszukując autentyczności potrafią zdemaskować, specjalnie dla nich przygotowaną inscenizację turystyczną, a także „ocenić” poziom sumulakryczności enklawy kulturowej ich kraju pochodzenia. W przypadku jednak pozostałych mniejszości etnicznych i narodowych jest to zabieg trudny, wręcz niemożliwy bez specjalistycznej wiedzy. Można tu więc mówić o swoistym paradoksie poczucia autentyczności tego, co najbardziej „obce” i egzotyczne. Wyniki analizy porównawczej Union Square i Chinatown ukazują jak bardzo złożona, w sytuacji wielokulturowej jest również relacja *host-guest*. Celem artykułu było ukazanie

pewnego fenomenu ponowoczesnej metropolii, ujętej z perspektywy antropologii turystyki. Tym samym tekst wskazuje na niewątpliwą potrzebę prowadzenia dalszych badań z zakresu autentyczności turystycznych doświadczeń w kontekście przestrzeni transkulturowej.

## Bibliografia:

- Alejski W., 2000, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI w.*, Albis, Kraków.
- Banaszkiewicz M., 2012, *Dialog międzykulturowy w turystyce. Przypadek polsko-rosyjski*, Wyd. UJ, Kraków.
- Baudrillard J., 2012, *Fotografia, czyli świetlny zapis* [w:] *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej* pod red. M. Boguni – Borowskiej i P. Sztompki, Wyd. Znak, Kraków.
- Baudrillard J., 1998, *Precesja symulaków* [w:] *Postmodernizm* pod red. R. Nycza, Kraków.
- Bedurftig Friedemann, 2010, *Cuda świata. Skarby ludzkości*, Wyd. Firma Księgarska J&K Olesiejuk, Olsztyn.
- Boorstin D., 1992, *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Vintage Books.
- Cohen E., 2004, *A Phenomenology Of Tourist Experiences* [w:] *Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences* edited by S. Williams, New York.
- Crick M., 1989, *Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings and Servility*, „Annual Review of Anthropology”, Vol. 18.
- Edensor T., 2001, *Performing tourism, staging tourism. (Re)producing tourist space and practice*, „Tourist Studies”, Vol. 1.
- Edensor T., 1998, *Tourist at the Taj. Performance and Meaning in a Symbolic Site*, Routledge, New York.
- Franklin A., 2009, *The Sociology of Tourism* [w:] *Tourism Studies* by T. Jamal and M. Robinson, London.
- Grabias S., 2003, *Język w zachowaniach społecznych*, Wyd. UMCS, Lublin.
- Jarnecki M., 2011, *Wielokulturowość jako atut i atrakcja turystyczna*, „Turystyka Kulturowa”, dostęp: [http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2011\\_10\\_01.pdf](http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2011_10_01.pdf)
- MacCannell D., 2001, *Tourist Agency*, „Tourist Studies”, Vol. 1.
- MacCannell D., 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Wyd. Literackie MUZA, Warszawa.
- Mathews G., 2005, *Supermarket kultury*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Nash D., 1981, *Tourism as an Anthropological Subject*, „Current Anthropology”, Vol. 22, No. 5.
- Paleczny T., 2010, *Zróżnicowanie kulturowe USA*, dostęp: <http://www.ism.wsmip.uj.edu.pl/publikacje>
- Paleczny T., 2002, *Meandry wielokulturowości: Oblicza pluralizmu w społeczeństwach wielokulturowych – USA i Brazylia*, dostęp: <http://www.ism.wsmip.uj.edu.pl/publikacje>
- Podemski K., 2004, *Socjologia podróży*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.
- Rewers E., 2004, *Transkulturowość czy globalność? Dwa dyskursy o kondycji post – ponowoczesnej* [w:] *Dylematy wielokulturowości* pod red. Wojciecha Kalagi, Wyd. Universitas, Kraków.
- Saarinen J., H. Manwa, 2008, *Tourism as a Socio – Cultural Encounter: Host-Guest Relations in Tourism Development in Botswana*, „Botswana Notes & Records”, Volume 39.
- Urry J., 2007, *Spojrzenie turysty*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Wieczorkiewicz A., 2008, *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*, Wyd. Universitas, Polska Akademia Nauk, Kraków.

## Hiperreal New York City cultural enclaves and the authenticity of tourist experiences

**Key words:** New York City, anthropology of tourism, hiperreality, multiculturalism

### **Abstract**

The subject of my work is a an attempt at capturing how tourists view cultural enclaves. Using elements of Jean Baudrillard's theory, in which he states that we are living now in a hiperreality, I present different displays of simulation functioning in contemporary tourism, using New York City as an example of this approach. In my research I use personal documents and also New Yorkers and tourists comments and try to rebuild it on theoretical assumptions of anthropology of tourism. Making use of all of the aforementioned methods I will try to answer a question – how much of what New York City's tourist perceive of its multicultural reality is actually authentic and how much of it is a consequence of being submerged in a simulacrum of reality.