

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura VI (2014)

Mateusz Szubert

Uniwersytet Opolski

Współczesny (neo)nomadyzm a edukacja kulturowa

Człowiek to istota dynamiczna – nawet żyjąc w bardzo ograniczonej przestrzeni, wytycza i pokonuje różne ścieżki. Potrzeba nowych doświadczeń każe mu coraz bardziej oddalać się od domu, a wówczas – w zależności od tego, czy droga jest dla niego środkiem czy celem – koncentruje się na poznawaniu przestrzeni pomiędzy lub na rozpoznawaniu istoty odmienności miejsca, do którego zdąża. Krótka droga do najbliższego sąsiada i długa droga do najbliższej galaktyki wymagają pokonania jakiejś przestrzeni, która sama w sobie może być fascynująca poznawczo.

Ewa Kosowska

Wprowadzenie

Trafna uwaga Ewy Kosowskiej, upatrującej w „byciu w drodze” źródeł fascynacji poznawczej, to dogodny punkt wyjścia dla rozważań nad teoriopoznawczą rolą podróży we współczesnej kulturze. Pasja odnajdywania, eksplorowania świata stanowi na pewno nieodzowny znak współczesności, co w sposób dość oczywisty jest efektem zdolności do niczym nieograniczonego (pomijając kwestie finansowe) przemieszczania się. Mobilność człowieka XX wieku stworzyła doskonale warunki wykraczania poza własny *orbis interior*.

(Neo)nomadyzm to przede wszystkim styl życia, to próba wyjścia poza utarte schematy znaczeniowe, to próba przekroczenia własnego systemu znaków, symboli, norm, ale i zapachów, smaków, doznań. Z punktu widzenia socjologii nomadyzm odczytywać można zwłaszcza jako brak stałego zakotwiczenia, nieustanną gotowość do podróży – zwłaszcza zarobkowej; antropologowie zaś zdecydowanie rozszerzają to pojęcie, wiążąc kategorię (neo)nomadyzmu z postmodernistycznym (ponowoczesnym, jak u Zygmunta Baumana) podejściem do tożsamości. Tak rozumiana tożsamość jest pewną hybrydą, projektem, nigdy czymś dopełnionym i ostatecznie stałym. Świadomość różnorodności, towarzysząca podróżowaniu, jest doskonałym (pre)tekstem utrwalającym jakościowo nowe odczytywanie rzeczywistości. Zarówno „nomadyzm”, jak i „neo-nomadyzm” to kulturowe sposoby smakowania i odczytywania przestrzeni: rzeczywistej i wirtualnej.

W artykule tym chciałbym zwrócić szczególną uwagę na kulturopoznawczą rolę współczesnego podróżowania, akcentując związek wyjścia w drogę, przemieszczania się, z nabywaniem podstawowych kompetencji kulturowych. Spotkanie z Innym

to idealny pretekst, ale i nieodzowny stan skłaniający do konfrontowania tego, co oswojone, własne, zinterioryzowane z tym, co obce, dziwaczne, a nieraz i przerażające. Spojrzenie turysty ewoluuje znaną doskonale badaczom kultur drogą: od etnocentryzmu do relatywizmu poznawczego i kulturowego. Spojrzenie oceniające i wartościujące ustępuje względnie zneutralizowanej obserwacji i refleksji. Rzecz jasna widok tego, co postrzegane jest jako egzotyczne, wywołuje nadal olbrzymie poruszenie i ożywienie wśród turystów, niemniej spojrzenie współczesnego obserwatora na wszelką „inność” nie jest już spojrzeniem czystym i spontanicznym. Odmienny pejzaż kulturowy, zredukowany najczęściej do opisu dziwacznych praktyk kulinarnych i obyczajowych, pojawia się w umyśle większości z nas głównie za sprawą mediów, które prześcigają się w popularyzacji kulturowej egzotyki. Bardzo często zdarza się zatem, że podróżujący w odległe kraje turysta szuka w terenie wyłącznie potwierdzenia tego, co wcześniej zobaczył na kanale „National Geographic” czy „Travel”, by móc triumfalnie powiedzieć: „tak jest w rzeczywistości”.

Współczesny turysta przypomina bardziej etnografa przełomu XIX i XX wieku niż naiwnego podróżnika, dającego się zaskoczyć śladom odmienności kulturowej. Podróżnik zaopatruje się w dostępną wiedzę przedpodróżną, zabiera ze sobą wrażenie innych, mapy, laptopy i profesjonalny sprzęt do nawigacji; by zaś móc nadażyć z rejestrowaniem własnych odczuć i przemyśleń uzbraja się także w dyktafon cyfrowy. Ma rację Piotr Kowalski, pisząc:

Przewodniki są po to, aby bezpiecznie wędrować. Wydaje się je również dlatego, że turysta nie chce pozostać bezradny wobec obcego świata, do którego nie zna klucza. Podróżny chce również skorzystać jak najwięcej z wyprawy – zobaczyć to, co najciekawsze, zachwycić się tym, co zachwycające, nasycić wrażeniami, skosztować najsmaczniejszych i najbardziej charakterystycznych potraw, obejrzeć typowego mieszkańca, zdumieć się tym, co zdumiewające, bo tak niepodobne do naszego. A że turysta, chcąc tego wszystkiego, ma ograniczoną ilość wolnego czasu, aby w trakcie „wypadu” skonsumować najobfitszą kolekcję wrażeń, polega na fachowcu, który wcześniej wszystkiego, być może, spróbował i rzeczywiście doświadczył. Dlaczego tracić czas i nie zaufać specjalście, który wszystko nam wytłumaczy? (Kowalski 2002: 72)

Portale turystyczne, zwłaszcza te profesjonalne – globtroterskie, dostarczają rozbudowanej wiedzy nie tylko na temat zabytków, ale i (a czasem przede wszystkim) różnic kulturowych.

Znaczną część uwag w tym artykule opieram na doświadczeniu podróży do Kenii i Tanzanii, jaką odbyłem jesienią 2013 roku. To wówczas właśnie miałem okazję usłyszeć wśród towarzyszących mi turystów wielokrotnie wyrażane wątpliwości i pytania o naturę dostrzeganych rzeczy. Co obserwuję: autentyk czy teatr? Jestem uczestnikiem spektaklu czy obserwatorem życia codziennego Masajów? Moja obecność odbierana jest jako wtargnięcie ciekawskiego intruza uzbrojonego w kamery i obiektywy, potencjalnego hojnego „mecenasa inności” czy też dziwacznie wyglądającego i jeszcze dziwniej pachnącego przybysza z daleka? Tak rozbudowane pytania

i wątpliwości nie rażą naiwnością, przeciwnie, są świadectwem względnie nowego i przemyślanego stosunku do podróży.

W pogoni za innością i egzotyką

Strach przed tym, co obce, dziwaczne, a z pewnością i niebezpieczne, neutralizował rozwój mediów, które niemal od początku swej misji upatrywały swoją rolę głównie w przybliżaniu odległych zakątków świata każdemu widzowi. Misja ta ma jednak charakter dość ambiwalentny. Przybliżaniu obcych ziem i kultur towarzyszyła i nadal towarzyszy konieczność podkreślania odmienności kulturowego pejzażu. **Hiperbolizacja inności jest wręcz automatycznym warunkiem medialnej egzystencji.** Spojrzenie dzisiejszego widza przypomina bardzo charakter prac XIX-wiecznych badaczy społecznych (głównie spod znaku ewolucjonizmu), obsesyjnie wyszukujących ślady wcześniejszych stadiów rozwoju kulturowego. Mit dzikiego i ranga przeżytków kulturowych także dzisiaj znajdują grono prawdziwych wielbicieli; to na ich zamówienie powstają produkcje „dokumentujące” świat tubylców nieskażonych cywilizacją europejską, świat ludzi wolnych od konsumpcjonizmu, bratobójczej rywalizacji czy społecznego wyobcowania. Wizji dobrego dzikusa, popularyzowanego zwłaszcza przez Jana Jakuba Rousseau, alternatywnie towarzyszy mit okrutnego tubylca, kanibala, jaskrawie gwałcącego normy etyczne białego człowieka. Obok niepohamowanej gwałtowności nader często podkreślano, znów na społeczne zamówienie, mit człowieka wyuzdanego, nieznającego wstydu. Seksualność społeczności tradycyjnych od zawsze stanowiła wyraz nie do końca zdrowej ciekawości obywateli kultur Zachodu.

Andrzej Waligórski zauważył przed laty, iż zasadniczym źródłem zainteresowań etnograficznych jest ciekawość (zob. Waligórski 1973: 58–90); to właśnie podróżowanie generowało zasadniczy rozwój badań społecznych. Pokusę budowania napięcia poprzez artykułowanie rzeczy niezwykłych dostrzec można już we wczesnych narracjach quasi-etnograficznych, np. u greckich historyków rejestrujących spotkanie z barbarzyńcami (głównie Persami). Cennym materiałem ilustrującym rangę niezwykłości są także zapiski z podróży Marco Polo. Ta niezwykle żywa i barwna relacja z podróży w najodleglejsze krainy musiała wstrząsnąć niejednym umysłem współczesnych. Dla przykładu warto przytoczyć fragment relacji o indyjskich bożkach i stosunku mieszkańców wyspy Mandzi do przyjezdnych:

Wiedziecie, że bożki Kataju i Mandzi oraz tych wysp są wszędzie jednego rodzaju. Lecz powiem wam, że mieszkańcy tych wysp oraz inni poganie mają bożki o głowie wołu, inne o głowie wieprza, inne psa, inne barana albo innego zwierzęcia. [...] Ceremonie owych bożków są **tak dziwaczne i tak szatańskie**, że nie wolno o nich mówić w tej księdze, gdyż nieprzystojnie o nich słuchać chrześcijanom. [...] Jeszcze tylko powiem wam, gdyż chcę, abyście o tym wiedzieli, że poganie owej wyspy, gdy pochwycą kogoś, kto nie jest z nimi zaprzyjaźniony i nie może się wykupić, zapraszają wszystkich swych krewnych i przyjaciół mówiąc: „Chcę, abyście przyszli do domu mego, aby jeść pospołu”. I zabijają owego człowieka pojmanego i zjadają go pospołu z krewnymi. I wystawcie sobie, że

gotują go i owo **mięso ludzkie uważają za najlepsze**, jakie mieć można [podkr. M.S.]. (Poło 1975: 281).

Charakter zainteresowań odmiennymi kulturami aż nazbyt często sprowadzał się do tematyki fantazyjnej. Relacje podróżników, misjonarzy, konkwistadorów czy handlarzy rzadko wolne były od potrzeby ubarwiania, konstruowania własnych wizji, które z natury rzeczy musiały być ciekawsze od obserwowanych realiów. Tam bowiem, gdzie teren okazywał się zbyt skąpy w egzotyczne fantazmaty, należało sięgnąć po niczym nieskrępowane zasoby własnego umysłu, kreując na użytek „nauki” obraz dzikiego, podobnego w zachowaniu, ale i często w wyglądzie do zwierząt. Tendencje do kulturowej imaginacji towarzyszyły od samego początku rozkwitowi nauk antropologicznych i dotyczyły także jej zasłużonych twórców. Zmianie ulegał jedynie stopień infantyilizacji i subiektywizacji opisu, a nie sama tendencja do wyszukiwania rzeczy nadzwyczajnych. Nie powinna zatem dziwić uwaga Wojciecha Józefa Burszty, dla którego „Antropologia kultury jest bardzo zbliżonym do fikcji literackiej rodzajem świątotwórstwa” (Burszta 2004: 184), jest „poezją z pretensjami do naukowości” (Burszta 2004: 184; zob. także: Geertz 2000).

Spojrzenie na „dzikiego”, Indianina, Masaja czy Mursi, łączy nader ciekawa konwergencja silnych emocji: strachu i ekscytacji. Doskonale proces ten ilustruje kinematografia; popularność westernów wykreowała dwa odmienne wizerunki Indianina: dobrodusznego, żyjącego w zgodzie z naturą człowieka, oraz żadnej krwi bestii. Podobne emocje towarzyszą widokowi odmieńca, człowieka dotkniętego deformacją, szpetotą czy kalectwem (zob. Wieczorkiewicz 2009). Kulturowa teratologia to olbrzymi katalog istnień dziwaczkich, niepokojących, ale przede wszystkim fascynujących (por. Pieńkos 2000; Eco 2007), w świat których wpisani zostają mieszkańcy odległych kultur. Właśnie takiej poetyce, dającej wgląd w świat istnień nadzwyczajnych, podporządkowane są w znacznej mierze relacje z podróży w odległe tereny i kultury.

Sprawą dość oczywistą jest stwierdzenie, że współczesne podróżowanie, współczesny (neo)nomadyzm poza wariantem rozrywkowym i integrującym zawiera także element poznawczy. Zwiedzanie obszarów innych kultur, podejmowane nawet przez osoby bez szczególnych ambicji badawczych, stanowi swoistą formę edukacji kulturowej. **Wyjście poza świat własnych wartości i kodów kulturowych stanowi już bowiem nieodłączny walor kulturopoznawczy.** Przyczynkiem do refleksji nad odmiennością stroju, zachowania czy okazywania emocji jest kontakt z kulturami odmiennymi.

Mediatyzacja egzotyki

Dzięki gwałtownemu rozwojowi gatunków podróżniczych wiedza o kulturze staje się wiedzą powszechną. Pojęcia relatywizmu kulturowego czy etnocentryzmu nie są już zastrzeżone wyłącznie dla badaczy kultur i socjologów, ale weszły do kanonu przeciętnie inteligentnego i ogólnie wyedukowanego uczestnika współczesnej

kultury. Rzecz jasna, poziom edukacji kulturowej poprzez wirtualne „kosztowanie innych kultur” ma raczej symplistyczny charakter, niemniej jest dobrą bazą do dalszej edukacji.

Motywiącę do wciąż rosnącego zainteresowania tym, co egzotyczne, lub tym, co za egzotyczne uchodzi, ciekawie opisuje Piotr Andrusieczko:

Znudzeni otaczającą nas rzeczywistością, poszukujemy mocnych wrażeń, odmienności. Egzotyka w dzisiejszych czasach stała się towarem cennym, szczególnie poszukiwanym. Telewizja serwuje nam piękne obrazki z całego świata, reklama odwołuje się do mitycznego „raju egzotycznego”, prasa i literatura zalewają nas opisami podróży (mniej lub bardziej oryginalnymi w znaczeniu egzotyki). My sami chętnie słuchamy etnicznej muzyki, jemy „dziwne potrawy”, niekiedy nawet w „dziwny sposób” (Andrusieczko 1996: 185).

Współczesna pogoń za egzotykiem jest schedą po wielowiekowych poszukiwaniach światów bajecznych, kolorowych, innych. Również i źródła owej fascynacji pozostają niezmiennie – monotonia rzeczywistości zastanej oraz nieustanna potrzeba doświadczania nowego. Spojrzenie krzyżowców i pielgrzymów, upadających z wrażenia w kontakcie z bogactwem Bizancjum, spojrzenie handlowców udających się do mitycznych Indii i królestwa Syjamu (dzisiejsza Tajlandia), wyobrażenia romantyków o kulturze Orientu (por. Piwińska 2002: 655–660; Said 2005), to wszystko przypomina spojrzenie współczesnego człowieka spragnionego świata fantastycznego, odmiennego. Nic więc dziwnego, że współcześnie gatunki medialne o tematyce podróżniczej należą z całą pewnością, zaraz obok kulinarnych, do najchętniej oglądanych.

Tym, co jaskrawo różni sytuację dzisiejszego nomady spragnionego egzotyki, jest dostępność światów upragnionych. Nie tylko mobilność człowieka XX i XXI wieku, ale i ekspansja telewizji, czy zwłaszcza Internetu, stworzyła nadzwyczajne w dziejach kultury sposoby doświadczania inności lub przynajmniej konstruowania i osvajania jej fantazmatów. Warunkiem niezbędnym istnienia programów podróżniczych jest stała i niesłabnąca gotowość do zaskakiwania widza. Odkrywanie czegoś nowego, tajemniczego lub przynajmniej jaskrawo odmiennego stanowi o popularności gatunków podróżniczych. Takie założenie implikuje oczywiście ze strony producentów konieczność ubarwiania i selekcjonowania materiału pozyskanego w terenie. Reporter musi sobie zdawać sprawę, które relacje przyciągną widzów, co w konsekwencji zadecyduje o pozostaniu na antenie, a które fakty podróżnicze mogą okazać się mało atrakcyjne. By powtórzyć raz jeszcze: hiperbolizacja inności jest automatycznym warunkiem medialnej egzystencji.

Analizując najpopularniejsze medialne programy podróżnicze, zagraniczne: „National Geographic”, „Travel” oraz polskie: „Pieprz i Wanilia”, „Boso przez świat” czy „Kobieta na krańcu świata”, przy całej gamie różnorodności odnaleźć można z powodzeniem szereg wspólnych elementów. Wyraźny jest z pewnością „zachodni akcent narracji”, silnie subiektywizujący przedstawiane obrazy. Jak zauważa Agnieszka Ogonowska:

Obrazy ludzą oko widza nie tyle swoją autentycznością lub podobieństwem do rzeczywistości, lecz aktualnością i atrakcyjnością. Tym samym prawda mediów ustąpiła miejsca zdolności do wywoływania emocjonalnego zaangażowania widza, podniesienia wskaźników oglądalności programu lub jego miejsca w rankingu popularności (Ogonowska 2004: 18).

Mieszkańcy krajów odległych prezentowani są, właśnie na potrzeby widza, w sposób fantastyczny; są zbiorem wszystkiego, co dziwaczne, odmienne, a czasem sentymentalne lub poruszające. Nieustanna teatralizacja inności jest pewnym i sprawdzonym zaproszeniem do udziału w *travel and culture show*¹. Wydaje się zatem, że jedynym sposobem weryfikacji autentyczności obejrzanego obrazu jest jego konfrontacja z terenem, wyprawa „uwierzytelniająca”. Niestety, z czasem okazuje się, że nawet kilkudniowy pobyt wśród egzotycznych plemion czy wizyta wśród tubylców nie dają gwarancji kosztowania autentyku.

Edward M. Bruner – analizując trzy zasadnicze sposoby prezentowania Masajów: postkolonialny, postwolnościowy i postmodernistyczny – wyraża radykalną opinię, iż każde z wymienionych ujęć opowiada zupełnie inną historię plemienia (Bruner 2001: 881). Podobnie ułomne są „prezentacje etniczne” na użytek zagranicznych turystów, operują one bowiem uproszczonym schematem – dostosowanym przede wszystkim do potrzeb i wyobrażeń turystów o zachowaniach i folklorze Masajów; stąd najczęściej reprodukuje się XIX-wieczny sposób przedstawiania plemion afrykańskich osadzonych całkowicie poza historią, polityką i czasem (Bruner 2001: 888–908).

Egzotyka na sprzedaż

Pytania o autentyczność doznawanego, doświadczanego, obserwowanego zjawiska czy rzeczy zdominowały nie tylko świat humanistyki drugiej połowy XX wieku, ale także i współczesny rynek turystyczny. **Pogoń za autentycznością w dobie grożącej człowiekowi absolutnej unifikacji kulturowego pejzażu przybrała na sile.** Antropologowie i socjologowie od kilku dekad roztaczają mroczną wizję kulturowej homogenizacji, znoszącej jakiegokolwiek różnice estetyczne, smakowe czy wizualne.

Współczesny podróżnik znajduje się w analogicznej sytuacji do badacza kultury z początku XX wieku; obu im zależy bowiem na poznaniu i utrwaleniu tego, co zagrożone. Świat kulturowej odmienności stał się towarem do tego stopnia deficytowym, że na obietnicy doświadczenia egzotyki zbić dziś można prawdziwy majątek. Nic więc dziwnego, że wielkie firmy turystyczne swoją ofertę koncentrują właśnie wokół miejsc odległych, nieskażonych cywilizacją Zachodu, będących ostatnimi oazami natury. Ta urocza wizja rajskiego świata znajduje rzesze entuzjastów

¹ Produkcji telewizyjnych programów podróżniczych towarzyszą także wydawnictwa podróżnicze, jak w przypadku Martynej Wojciechowskiej, publikującej dodatkowo reportaże z podróży z kamerą. „Przewodniki” te posługują się identyczną poetyką postkolonialną.

gotowych wydać olbrzymie pieniądze w zamian za obietnice posmakowania inności. Świadomość zapotrzebowania na egzotykę mają przede wszystkim hotelarze i organizatorzy turystycznych *eventów*. Tam, gdzie brakuje śladów kulturowej odmienności, z pomocą przychodzi branża ekspertów stylizujących odpowiednio egzotyczny pejzaż.

Wystarczy prześledzić ofertę większych biur turystycznych w Polsce, by odnotować olbrzymią zmianę na rynku turystycznym; obecnie widać wyraźną tendencję do etniczności i antropologizacji katalogu biur. Dla przykładu warto wymienić ciekawsze propozycje jednej z wiodących aktualnie na rynku firmy:

- Etiopia: od Amharów do Hamerów. Spotkanie z plemionami Amharów, Hamerów i Mursi²;
- Wenezuela i Brazylia: z nurtem Amazonki, z szumem wodospadów³;
- Nepal: u podnóża Himalajów⁴.

Tak egzotycznie brzmiące destynacje turystyczne kuszą z pewnością większość turystów, kreując wizję świata nieskażonego, czystego, autentycznego. Komercyjny może być przecież Paryż czy Rzym, ewentualnie Egipt, ale nie plemiona Brazylii czy ludy żyjące z wypasu bydła pośród równin Serengeti w Tanzanii. W podobnym duchu wypowiadają się również turyści powracający z egzotycznych miejsc na portalach turystycznych i globtroterskich, dla przykładu warto przytoczyć wypowiedź/recenzję internauty z wyprawy do Etiopii:

² Fragment oferty biura podróży na 14. dzień zwiedzania: „Po śniadaniu przejazd do Parku Narodowego Mago. Wycieczka do wsi plemienia Mursi. Mursi to najbardziej rozpoznawalne plemię z ludów zamieszkujących dolinę rzeki Omo. Wkraczającym w dorosłe życie kobietom Mursi rozcina się dolną wargę i umieszcza się w niej gliniany lub rzadziej drewniany krążek. Krążki wymienia się na coraz większe, najbardziej okazałe mają nawet 35 cm średnicy. Wielkość krążka i innych ozdób, których nie brakuje na całym ciele stanowią o atrakcyjności kobiety i jej wartości (narzeczony musi odpowiednio zapłacić rodzinie za przyszłą żonę). Mężczyźni z tego plemienia dekoracyjnie malują ciała, ich twarze najczęściej pokrywają białe wzory. Po drodze wizyta we wsi plemienia Ari. Będzie można zapoznać się z produkcją ceramiki, kowalstwem. Poznać technologię przygotowywania i spróbować lokalnego alkoholu – araki”; <http://www.rainbowtours.pl/etiopia-od-amharow-do-hamerow/zakwaterowanie-etc#2014-02-14> (odczyt: 02.2014).

³ Fragment oferty biura na 10. dzień zwiedzania: „O wschodzie słońca, dla chętnych, krótka wycieczka czórnami indiańskimi po kanałach Delt. [...] Po lunchu popłyniemy do wioski Indian Warao – «ludzi rzeki» – możliwość zakupu oryginalnych pamiątek wykonanych z drzewa balsa, włókien palmy Morich, czy kolorowych nasion. Powrót do lodge na kolację, po kolacji zapraszamy do miłego spędzenia wieczoru w rytmach salsy czy merengue”; <http://www.rainbowtours.pl/wenezuela-i-brazylia-z-nurtem-amazonki-z-szumem-wodospadow/zakwaterowanie-web> (odczyt: 01.2014).

⁴ Fragment programu 7. dnia zwiedzania: „Kolejnym punktem programu jest obóz dla uchodźców tybetańskich nazywany Małym Tybetem, gdzie Tybetańczycy swobodnie kulturyją swoje obyczaje, religię, tradycję; zajmują się też rękodzielnictwem, głównie wyplataniem wełnianych dywanów. Wizyta na lokalnym bazarze – w miarę możliwości czasowych”. <http://www.rainbowtours.pl/nepal-u-podnoza-himalajow/zakwaterowanie-inn> (odczyt: 02.2014).

Etiopia plemiona południa-GORAČO POLECAM. Byliśmy z Rainbow w tym rokui szczerze mówiąc dla mnie totalny odlot-jakby znaleźć się na innej planecie w innym czasie. To nie rezerwat ani Cepelia-ludzie ubrani w skóry, wymalowani, z bransoletami i dziwnymi fryzurami idą na targ, do pola, wykonują prace⁵.

Turystyka kulturowa

Współcześnie, obok tradycyjnej turystyki, coraz częściej mówi się o turystyce kulturowej. Turystyką kulturową określić można szereg zjawisk związanych z podróżowaniem nastawionym zwłaszcza na poznanie i doświadczenie przeżyć i emocji płynących ze spotkań międzykulturowych, wychodzeniem naprzeciw odmiennościom kulturowym. Próba definicji turystyki kulturowej obarczona jest wieloma problemami. Przede wszystkim trudno jest jednoznacznie orzec, co można uznać za elementy kulturowe, jaką należałoby posłużyć się definicją kultury, szeroką czy wąską, redukującą. Granice między kulturą wysoką a tzw. niską, masową, nigdy nie były wyraźne (por. Strinati: 1995), dodatkowa próba ich relatywizacji sprawia, że „przy przyjęciu tak szerokiej definicji kultury niemal każda społeczna aktywność ludzka może być zaliczana do działania o charakterze kulturowym, a jej trwałe skutki do dziedzictwa kulturowego. Tym samym niemal każda działalność turystyczna zawierająca element poznawczy (zwiedzanie) lub rozrywkowy (imprezy zbiorowe dowolnego rodzaju) mogłaby być określona mianem turystyki kulturowej” (Rohrscheidt 2008: 5).

Wyodrębnienie turystyki kulturowej miałyby zatem sens jedynie jako określenie specyficznej formy uczestnictwa kulturowego, uczestnictwa względnie świadomego i pożądanego, a nie przypadkowego (fakultatywnego, dla zabicia czasu, w przerwie między drinkiem a opalaniem). Zorientowanie się w czasie podróży na „kulturę” jest warunkiem inicjującym podjęcie turystyki kulturowej, ale z pewnością nie jedynym. Przedmiotem poznania i obserwacji jest dziedzictwo materialne i niematerialne, sfera komunikacji (także niewerbalnej), tradycja i jej przekształcenia, jednostkowe i społeczne manifestacje specyfiki kulturowej regionu czy plemienia. „Poznawanie lub doświadczenie (a zatem głębszy, osobisty kontakt ze spotykaną rzeczywistością) jest głównym motywem turystyki kulturowego” (Rohrscheidt 2008: 16). By jaskrawo rzecz ująć, inne będzie „poznanie” Marokańczyków przez grupę stacjonującą w ekskluzywnym hotelu w Agadirze, a zupełnie inne (lepiej?) przez grupę zatrzymującą się na medinie w Fezie czy Marrakeszu. Głębszy kontakt oznaczać musi przede wszystkim wyjście poza bezpieczną przestrzeń obserwatorium (najczęściej restauracja hotelowa lub szyba w autokarze w drodze do hotelu) oraz rezygnację ze zwiedzania innych kultur według wzorów zaczerpniętych ze spacerów po ogrodach zoologicznych. Raz jeszcze warto przywołać głos Mikosa von Rohrscheidta:

⁵ <http://index.forum.gazeta.pl/szukaj/forum/etiopia+rainbow> (odczyt: 01.2014).

Nazwą turystyki kulturowej możemy określić te wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej albo powiększenie ich wiedzy o organizowanym przez człowieka świecie otaczającym jest zasadniczą częścią programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o jej podjęciu lub wzięciu w niej udziału (Rohrscheidt 2008: 18).

W dobie globalizacji turystyka kulturowa stanowić ma formę ochronną i alternatywną wobec podróżowania masowego, nastawionego na prostą konsumpcję i wczasy według formuły *all inclusive*. Ma zapewne rację Agnieszka Wieczorkiewicz, pisząc: „odkąd zwiedzanie świata nabrało charakteru masowego, określenie «turysta» nierzadko oznacza po prostu ograniczonego umysłowo i biernego poznawczo intruza” (Wieczorkiewicz 2008: 6). Pojawia się tutaj znacząca dychotomia: podróżowanie świadome, związane najczęściej ze zwiedzaniem mniej oczywistych miejsc, poprzedzone starannym przygotowaniem (lektura portali globtroterskich, forów internetowych, historii danych miejsc i religii tam dominujących) oraz podróżowanie bierne, „upośledzone”, nastawione wyłącznie na rozrywkę. Tak zakrojona opozycja zdradza oczywiście wyraźne ślady wartościowania. Nic zatem dziwnego, że w przypadku turystyki – podobnie jak i w ocenie samej kultury masowej – mówić można o dwóch stanowiskach: elitarystów i populistów kulturowych. Dla tych pierwszych uczestniczenie w wyjeździe zbliżonym do oferowanych przez egipskie kurorty jest nie do przyjęcia; elitaryści bowiem sądzą, że „wyjeżdżać tam, gdzie wszyscy, jest równie źle jak nigdzie nie wyjeżdżać” (Wieczorkiewicz 2008: 6). Przedstawiona tu opozycja: turyści – (nie)turyści, wyprawy – wczasów, poznania – komercji, generuje dalszy szereg wartościujących dychotomii. Dość często spotkać się można z sztywnym określeniem wczasów stacjonarnych jako **tzw. turystyki *plastic-fantastic*** lub względnie neutralnym *leisure camps* na oznaczenie niezwykle popularnych kompleksów wypoczynkowych z równymi rzędami podświetlonych basenów, gdzie żeby wypić drinka, nie trzeba nawet wychodzić z basenu. Dla jednych taka forma wypoczynku wydaje się zapowiedzią rajskich obietnic, dla innych jest apokaliptyczną wizją schyłku cywilizacji.

Warto również odnotować niezwykle ciekawe i bogate poznawczo nowe formy turystyki kulturowej, przeżywające obecnie prawdziwy rozkwit: turystykę katastroficzną oraz turystykę kulinarną. Pierwsza stwarza doskonałą szansę przeżycia „z dreszczykiem”, daje możliwość wejścia w bezpieczną przestrzeń obserwacji tego, co z natury swej niebezpieczne, a przez to zachwycające. Janina Hajduk-Nijakowska, poddając szczegółowej analizie zjawisko turystyki katastroficznej, zauważa, że:

turystyka katastroficzna w znaczący sposób współtworzy wyobrażenia społeczne na temat zaistniałych wydarzeń, postrzeganych jako wielowymiarowy kataklizm i decyduje o ich funkcjonowaniu w przekazie kulturowym (Hajduk-Nijakowska 2012: 159).

Autorka prezentuje przykłady katastrofy w Czarnobylu, powodzi stulecia w Polsce w 1997 r., huraganu Katrina z 2005 r. oraz katastrofy smoleńskiej, by

ostatecznie podkreślić społeczną rangę współuczestnictwa w mityzacji strachu. Widowskowość kataklizmów i społecznych nieszczęść zawsze znajdowała rzesze obserwatorów, a nawet entuzjastów⁶ (sic!), co budzić może jednocześnie uzasadnione poczucie niesmaku czy choćby zdziwienia.

Jeszcze inną odmianą turystyki kulturowej jest przywołana już turystyka kulinarna. W dobie obsesyjnej wręcz popularności programów telewizyjnych o tematyce kulinarnej, nie sposób dziwić się, że wielu hotelarzy i restauratorów wykorzystuje ten trend do własnych działań promocyjnych. Turyści podążają więc szlakiem win toskańskich, serów prowansalskich, szkockiej whisky, belgijskiej czekolady czy góralskiego oscypka⁷. Taka forma podróżowania ma wyraźny walor kulturopoznawczy, to przede wszystkim doskonała okazja do edukacji regionalnej, ale i narodowej (zob. Światała-Trybek 2014b). Zdaniem Doroty Światały-Trybek „Poszukiwanie produktów niepowtarzalnych, różniących się od masowych, odkrywanie nowych smaków i uroków kuchni lokalnych, związanych z miejscowymi tradycjami, kształtuje obraz współczesnego ruchu turystycznego” (Światała-Trybek 2014b: 4). Zaobserwować też można znaczącą zmianę w zachowaniach turystów, którzy coraz chętniej smakują miejscowej kuchni nie tylko w eleganckich restauracjach, bardzo często unifikujących menu, ale na straganach, w budkach ulicznych czy też bezpośrednio na plaży od rybaków.

Podsumowanie

Kryterium wyboru celu podróży może być bardzo różne; obok przedstawionej w artykule turystyki kulturowej wymienić można również popularną od niepamiętnych czasów turystykę komercyjną czy religijną, ale warto też wskazać na względnie nowe (przynajmniej w obiegu oficjalnym) odmiany turystyki: seksualną, medyczną czy ekstremalną. Z uwagi na dość wątpliwy walor poznawczy tych ostatnich, w artykule zdecydowałem się omówić zjawisko nomadyzmu początku XXI wieku, wskazując na jego silne implikacje kulturopoznawcze.

Współczesne podróżowanie jest fascynującą wyprawą w świat różnorodności kulturowej, jest próbą uchwycenia kolorytu lokalnego, jest dramatyczną pogonią (często dosłowną) za kurczącą się egzotyką i odmiennością. Tzw. poetyka dziwności znamionuje zarówno dzisiejsze gatunki podróżnicze (tradycyjne i wirtualne), jak i portale podróżnicze czy globtroterskie. Chęć ucieczki przed światem sztucznym, pozornie tylko wielobarwnym, staje się dziś celem działania dla wielu znużonych efektami globalizacji. Obietnica doświadczenia czegoś nowego, czasem nawet

⁶ O takim zjawisku można mówić choćby w odniesieniu do katastrofy wielkiego statku „Costa Concordia” u wybrzeży Toskanii (13 stycznia 2012 r.); sytuacja ta sprowadziła w miejsce tragedii rzesze turystów wynajmujących noclegi w okolicznych wioskach po to tylko, by uczestniczyć w dramatycznych wydarzeniach lub zwyczajnie by zrobić sobie serię zdjęć z wrakiem statku w tle.

⁷ Znany zjawiskiem w polskiej kulturze jest natomiast świniobicie czy pieczenie barana (por. Światała-Trybek 2014a).

autentycznego, jest dostatecznym powodem, by podjąć ryzyko podróży nawet w najodleglejsze obszary naszej planety.

Jednocześnie współczesny turysta nie chce już być podróżnikiem naiwnym. Decydując się na wyprawę, zastanawiamy się, czy mamy wciąż do czynienia z egzotyką, czy już tylko z estetyzowaniem pejzażu lub stylizowaniem go na potrzeby wyobraźni ludzi Zachodu (tworzeniem inwariantów pejzażu europejskiego). W rzeczywistości jednak nawet jeśli pozwolimy sobie na odrobinę luksusu i zapomnimy o wielkim „widowisku egzotyki i dzikości”, jakie rozgrywa się na naszych oczach, to w umysłach naszych rodzi się przykra świadomość mistyfikacji, za którą przyszło nam sporo zapłacić. Zakończeniem niech będą słowa Claude’a Lévi-Straussa:

Pragnąłbym żyć w epoce prawdziwych podróży, kiedy wizja świata rozpościerała się w całej wspaniałości, jeszcze nie zepsuta, nie skażona i nie przeklęta (Lévi-Strauss 1960: 39).

Bibliografia

- Andrusieczko P. (1996), *O podróżowaniu*, [w:] *Antropologiczne wędrówki po kulturze*, red. W.J. Burszta, Poznań.
- Bruner M.E. (2001), *The Maasai and the Lion King: Authenticity, Nationalism, and Globalization in Africa Tourism*, „American Ethnologist”, 28(4).
- Eco U. (2007), *Historia brzydoty*, Poznań.
- Geertz C. (2000), *Dzieło i życie. Antropolog jako autor*, Warszawa.
- Hajduk-Nijakowska J. (2012), *Turystyka katastroficzna jako jedna z form współczesnej turystyki kulturowej*, [w:] *Za miedzę, za morze, w zaświaty... Kulturowe wymiary podróżowania*, red. W. Olszewski, V. Wróblewska, Toruń.
- Kosowska E. (2006), *Stąd do Teksasu. Impresje amerykańskie*, Katowice.
- Kowalski P. (2002), *Odyseje nasze byle jakie. Droga, przestrzeń i podróżowanie w kulturze współczesnej*, Wrocław.
- Lévi-Strauss C. (1960), *Smutek tropików*, Warszawa.
- Ogonowska A. (2004), *Galaktyka po Gutenbergu...? Reportaż z podróży kulturowych*, Kraków.
- Pieńkos A. (2000), *Okropności sztuki. Nowoczesne obrazy rzeczy ostatecznych*, Gdańsk.
- Piwińska M. (2002) [hasło] *Orientalizm*, [w:] *Słownik literatury polskiej XIX wieku*, red. J. Bachórz, A. Kowalczyk, Wrocław.
- Rohrscheidt A.M. (2008), *Turystyka Kulturowa – wokół definicji*, „Turystyka Kulturowa” 2008, 1, s. 5.
- Said E. (2005), *Orientalizm*, Poznań.
- Strinati D. (1995), *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań.
- Światała-Mastelarz J., Światała-Trybek D. (2010), *Śląska spizarnia. O jodle, warzynie, maszkietach i inkszym pichcyniu*, Koszęcin.
- Światała-Trybek D. (2014a), *Praktyka kulinarna jako wartość (na przykładzie świniobicia)* [w druku].
- Światała-Trybek D., (2014b), *Dziedzictwo kulinarne w kontekście europejskiego ruchu turystycznego* [w druku].

Wieczorkiewicz A. (2008), *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*, Kraków.

Wieczorkiewicz A. (2009), *Monstruarium*, Gdańsk.

Contemporary (neo)nomadism and cultural education

Abstract

The aim of the article is to notice the cultural-cognitive character of the contemporary travel. Chasing the exotic, understood as a trial to save the authentic, has gained much strength in the world threatened by cultural unification. The vision of the world not touched by the Western culture has become a perfect selling material. This trend has been confirmed by incredibly popular traveling programs, as well as a rich and original offer of the traveling agencies, tempting clients with meeting the world of the Masai, Hamar or Mursi tribes. In the age of globalization the cultural tourism is an important alternative to mass travel, mainly aimed at entertainment.

Słowa kluczowe: podróże, turystyka, nomadyzm, autentyczność, mityzacja przestrzeni, turystyka kulturowa, edukacja kulturowa

Key words: travel, tourism, nomadism, authenticity, space mythization, cultural tourism, cultural education

Mateusz Szubert

Doktor filologii i kulturoznawstwa, adiunkt w Katedrze Kulturoznawstwa i Folklorystyki Uniwersytetu Opolskiego. Swoje zainteresowania badawcze koncentruje wokół problematyki antropologii i socjologii ciała, przemian intymności we współczesnej kulturze oraz kulturowych kontekstów bólu i choroby. Jest autorem monografii poświęconej mitologizacji gruźlicy w kulturze XIX i XX wieku *Żyjąc w cieniu śmierci... Kulturowy obraz gruźlicy* (2011). Do jego pasji należy przede wszystkim podróżowanie, zwiedził m.in. Maroko, Kambodżę, Tajlandię, Kenię, Tanzanię, Szwecję.