

Zygmunt Kruczek, AWF w Krakowie, Zakład Geografii Turystyki  
[zygmunt.kruczek@awf.krakow.pl](mailto:zygmunt.kruczek@awf.krakow.pl)

Veronika Ulanecka, AWF w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji  
[wysoczanskaveronika@gmail.com](mailto:wysoczanskaveronika@gmail.com)

## Co kraj to obyczaj – znaczenie różnic kulturowych w turystyce międzynarodowej

**Słowa kluczowe:** różnice kulturowe, turystyka międzynarodowa, atrakcja, bariera

**Streszczenie:** W artykule autorzy analizują znaczenie różnic kulturowych dla turystyki międzynarodowej. Omówiono skutki zderzenia kultur takie jak akulturacja i globalizacja, wskazano na kontrowersyjne zachowania turystów. Przedstawiono wyniki badań dotyczące problemów komunikacji społecznej na styku kultur oraz ocenę odmienności kulturowych w kategoriach atrakcji turystycznej lub bariery.

### Wprowadzenie

Turystyka międzynarodowa stanowi międzykulturowe miejsce spotkań, a jej uczestnicy często wyruszają w podróż właśnie po to, by zetknąć się odmiennością. Tę odmiennosc można rozpatrywać w wielu aspektach, takich jak chociażby inne środowisko geograficzne i klimat, ale nie ulega wątpliwości, że to różnorodność kulturowa i chęć jej poznania stają się często głównym motywem podejmowania wielu wypraw (Podemski 2005, Jarnecki 2011; Banaszkiwicz Kruczek 2014).

W związku z tym, głównym celem artykułu jest określenie znaczenia różnic kulturowych w turystyce międzynarodowej. Oprócz celu głównego, jako drugorzędne, przyjęto identyfikację przyczyn problemów komunikacyjnych w kontaktach międzykulturowych, zdiagnozowanie społeczno-kulturowych skutków kontaktu kultur, wynikających z uczestnictwa w turystyce; jak również ocenę odmienności kulturowej w kategoriach atrakcji bądź bariery dla turystyki.

Badania zostały przeprowadzone metodą sondażu diagnostycznego, zaś techniką zbierania danych była ankieta. Za narzędzie badawcze posłużył kwestionariusz ankiety. Zawierał on 24 pytania, w większości zamknięte, z kafeterią pozwalającą na wybór jednej odpowiedzi. W badaniu udział wzięło 285 osób z całej Polski, jak również Polacy mieszkający za granicą<sup>1</sup>.

### 1. Skutki zderzenia kultur

Kultura obejmuje wszystkie aspekty życia człowieka, a w turystyce jej rola jest szczególna. Istnienie walorów kulturowych zarówno materialnych, jak i niematerialnych jest często czynnikiem determinującym przyjazdy turystów. Turystyka wykorzystuje bowiem potencjał kulturowy określonego miejsca. Kultura jest zatem jednym z ważniejszych elementów produktu turystycznego. Bardzo często stanowi o wyjątkowości obszaru na równi z walorami naturalnymi. Turystyka natomiast jako zjawisko kulturowe jest swego rodzaju „oknem na świat”. Kontakt z odmiennością kulturową uczy otwartości i tolerancji, łamie myślowe schematy i stereotypy. Pozwala dostrzec różnorodność i zrozumieć inność.

<sup>1</sup> Badania zostały przeprowadzone przez Veronikę Ulanecką i stanowiły podstawę do sporządzenia pracy magisterskiej, obronionej w 2014 na Wydziale Turystyki i Rekreacji AWF w Krakowie (promotor Z. Kruczek).

Z drugiej strony turystyka prowadzi do konfliktów między tubylcami a przybyszami. Łamanie np. obyczajów lokalnych, traktowanych jako normy społeczne skutkuje negatywną reakcją społeczności, wyrażeniem dezaprobaty, a czasem sankcjami. Obyczaje wskazują co wypada, a czego nie – mają więc charakter oceniający. Normy obyczajowe związane są z systemem wartości funkcjonującym w grupie. Przykładem tego rodzaju normy jest odpowiedni dobór stroju do okoliczności czy przyjęty w zbiorowości sposób witania się. Respektowanie obyczajów ma ogromne znaczenie w turystyce. W niektórych krajach ignorowanie panujących tam zasad może się skończyć poważnymi karami. Wzorcowym przykładem są kraje muzułmańskie. Podstawowym czynnikiem warunkującym wszystkie kwestie w tych częściach świata jest religia. Dla osób spoza tego kręgu kulturowego mogą one być zupełnie niezrozumiałe, a wręcz szokujące. Pomimo, że turystom często pozwala się na wiele, konieczne jest zapoznanie się z regułami rządzącymi danym krajem, ponieważ swoboda zazwyczaj dotyczy jedynie kurortów. W krajach muzułmańskich bardzo wiele uwagi przywiązuje się do kwestii stroju, co szczególnie dotyczy kobiet. Naczelną zasadą jest skromność. W zależności od kraju może to oznaczać nawet zakrywanie całego ciała. I choć turystyczne enklawy charakteryzują się dużą dozą tolerancji dla gości, to już po ich opuszczeniu możemy narazić się na nieprzyjemności. Dlatego w krajach arabskich nie wskazane jest noszenie ubrań podkreślających sylwetkę, odkrywanie ramion (Dłużewska 2011, s. 11). W jednym z emiratów w Emiratach Arabskich surowo zabrania się kąpieli w kostiumach kąpielowych, bez żadnej taryfy ulgowej – nawet dla obcokrajowców. W Iranie natomiast odsłanianie ciała grozi karą batów. Bezwzględnie zasad ubioru należy przestrzegać w miejscach kultu religijnego, co nie dotyczy tylko państw muzułmańskich. Takie obostrzenia obowiązują chociażby w wielu europejskich kościołach, świątyniach i klasztorach. Nie wiążą się z sankcjami prawnymi, jednak skutkują nie wpuszczeniem turysty do danego miejsca. Przede wszystkim jednak oznaczają brak szacunku dla odwiedzanej kultury.

Podobnie kontrowersyjną kwestią jest okazywanie uczuć w miejscach publicznych (Dłużewska 2009, s. 44). Część turystów zapomina, że są gośćmi w odwiedzanym kraju, a to zawsze oznacza dostosowanie się do tamtejszej społeczności, nie na odwrót. Niezwykle ważna jest świadomość lokalnych obyczajów, ponieważ pozwala uniknąć obrażenia uczuć gospodarzy. Najprościej to zrozumieć poprzez odwrócenie sytuacji. Czujemy się urażeni, gdy przyjezdni nie szanują naszej tradycji. Dobitym przykładem są Brytyjczycy odwiedzający Kraków. Ich swobodne zachowanie w mieście uważanym za stolicę kultury razi mieszkańców, mimo, że to samo postępowanie w Wielkiej Brytanii nie robi wielkiego wrażenia. Podobne sytuacje stwarzają dystans i sprzyjają powstawaniu stereotypów, często krzywdzących dla całego narodu.

Ważną normą społeczną jest „tabu” będące rodzajem obyczaju określającym czego nie należy robić. Jest to zakaz kulturowy mogący powodować ostrą reakcję ze strony społeczeństwa, a w niektórych przypadkach również sankcje prawne. Tabu są zazwyczaj głęboko zakorzenione w zbiorowości. Zabrania się poruszania danego tematu, panuje pewna zmowa milczenia. Tabu występujące w wielu kulturach to m. in. kazirodztwo i zabójstwo. Podstawową funkcją tabu jest przetrwanie kultury, ponieważ ich popełnianie stanowi dla niej zagrożenie. Powszechnie występującym tabu jest tabu pokarmowe. Ważną cechą tabu pokarmowego jest fakt, że z punktu widzenia fizjologii człowieka są to produkty jadalne. Obrzydzenie i niechęć do określonych pokarmów nie są wrodzone. Nabywamy je poprzez kulturowe oddziaływanie. Jednym z najsilniejszych zakazów tego rodzaju i jednocześnie jednym z najbardziej uniwersalnych jest kanibalizm.

Najwięcej emocji wzbudzają zakazy żywieniowe dotyczące mięsa i produktów zwierzęcych. Znanym tabu tego typu jest zakaz jedzenia wieprzowiny w judaizmie, powstały na podłożu religijnym. Dla Europejczyków natomiast tabu stanowi spożywanie mięsa zwierząt domowych, takich jak pies czy kot. Świadczy o tym nawet fakt, że ubój psów jest

zakazany w Unii Europejskiej. Podobnie ta kwestia wygląda w przypadku owadów. Tendencje te jednak się stopniowo zmieniają. Łatwość przemieszczania się, kontakt z innymi kulturami i ich wzajemne przenikanie się powoduje przejmowanie niektórych nawyków żywieniowych. Ślimaki czy owoce morza niegdyś postrzegane jako egzotyczne dzisiaj nikogo już nie dziwią. Niejeden z podróżników kierowany ciekawością, przelamuje wewnętrzny opór i decyduje się na spróbowanie świnki morskiej w Boliwii czy smażonej tarantuli w Kambodży. Wbrew pozorom również kuchnia polska potrafi zaszokować obcokrajowców. Kiszona kapusta, kiszony ogórek uchodzący za zwyczajnie zepsute czy flaki uznane przez cudzoziemców za najmniej lubianą polską potrawę. Dla wielu turystów jednak kwintesencją podróży jest poznanie kultury odwiedzanego miejsca łącznie z jej nietypowymi smakami.

Swoiste tabu spotkamy w odniesieniu do kontrowersyjnej turystyki seksualnej. Wiodące destynacje to przede wszystkim kraje azjatyckie, takie jak Tajlandia i Indonezja czy Sri Lanka, a od jakiegoś czasu również Afryka – konkretnie Kenia i Tanzania, Gambia. Klienci biur podróży, szczególnie w Polsce, niemal nigdy otwarcie nie zdradzają co jest celem ich podróży, a tym bardziej nie pytają o tego rodzaju wyjazdy. Świadczy to o tym, że turystyka erotyczna stanowi tabu (Banaszkiewicz, Kruczek 2014). Praktycznie wszędzie na świecie prostytutka jest zakazana, a mimo to ten biznes kwitnie, czego powodem są głównie ekonomiczne korzyści jakie przynosi dla państwa, poprzez przyciąganie mas turystów. W związku z tym rządy wielu krajów przymykają oko na ten proceder, nie zważając na dysfunkcje jakie rodzi. Należy pamiętać, że postrzeganie tego zjawiska jest względne. Polacy będący konserwatywnym narodem oceniają turystykę seksualną niemal wyłącznie jako zjawisko negatywne. Z kolei chociażby w Tajlandii prostytutka nie jest napiętnowana społecznie. Dziewczyny pracujące na ulicach Bangkoku czy Pattaya nie ukrywają swojego zajęcia przed bliskimi, wręcz przeciwnie – jest to ich oficjalne źródło utrzymania nierazko całej rodziny. Nikogo to specjalnie nie gorszy. Niezwykle trudno więc przykładać swoją miarę do innych kultur. Innym przykładem tabu występującego w ramach turystyki jest turystyka aborcyjna oraz eutanazyjna.

Do norm w obrębie składników kultury należą również prawa. Są to zbiory reguł ustanowionych przez organy państwowe. W turystyce mają niebagatelne znaczenie. Nieznajomość miejscowych przepisów może mieć poważne konsekwencje. Kraj, który słynie z licznych zakazów to Singapur. Nazywany jest nawet „krajem mandatów”. Trzeba dodać, że przepisy te są rygorystycznie przestrzegane. Jest to państwo, gdzie przestępczość niemal nie istnieje. Każde wykroczenie karane jest wysokimi karami finansowymi, a nawet chłostą. Jednym z nich jest zakaz importu oraz sprzedaży gumy do żucia, wprowadzony ze względów porządkowych, czy zakaz plucia. Do Arabii Saudyjskiej zaś zabronione jest wwożenie wieprzowiny czy dewocjonalistów innych niż islamskie.

Niezwykle ważną częścią kultury niematerialnej są znaki. Z punktu widzenia turystyki są to szczególnie istotne elementy. Jak podaje Kłoskowska „znak jest to wszelkie wydarzenie lub przedmiot powiązany w doświadczeniu jakiejś żywej istoty z innym przedmiotem lub wydarzeniem, do którego się odnosi. (...) Znak więc zastępuje dla kogoś coś innego czym sam nie jest”. W takim rozumieniu znak jest nośnikiem informacji, odwołaniem do innego elementu rzeczywistości. Symboliczne znaczenie nadaje się chociażby kolorom. Często mają zupełnie odmienną wymowę w zależności od części świata. Niejednokrotnie barwa przesądza o odmienności kulturowej danej zbiorowości, a także buduje poczucie tożsamości społeczeństwa. Zły dobór kolorów może skutkować wywołaniem oburzenia miejscowej ludności podczas wizyty w egzotycznym dla nas kraju. Szczególnie należy uważać przy różnego rodzaju uroczystościach. W kulturze zachodniej biel jest symbolem niewinności. Nie bez powodu ceremonie religijne takie jak chrzest czy komunie wiążą się właśnie z białym strojem. Szczególnie jednak ten kolor dominuje w przypadku ślubu. W naszym kręgu kulturowym jest to barwa zarezerwowana dla panny młodej i żadna kobieta uczestnicząca w uroczystości zaślubin nie powinna być ubrana w ten sposób. Złamanie tej zasady

traktowane jest jako faux pas. Natomiast w Indiach czy Chinach podobna reguła dotyczy koloru czerwonego. Kolor ten ma przynosić szczęście i dobrobyt. Nie dziwi więc fakt, że to nie biel króluje jako kolor przewodni wesela. W Azji zaś biały kolor jest oznaką żałoby, wybiera się go na uroczystości pogrzebowe.

Symbole w zależności od części globu mogą wywoływać zupełnie odmienne emocje. Przykładem tego jak skrajne one mogą być jest swastyka. Jest to znak pochodzący z Azji, pojawia się m. in. w buddyzmie. Pierwotnie był to symbol Słońca oznaczający szczęście i dobrobyt. Do dzisiaj swastyka pojawia się w takim kontekście w azjatyckim kręgu kulturowym, zaś szczególnie w Europie rozumiana jest jednoznacznie jako symbol nazizmu.

### **Akulturacja**

Rezultatem jaki przynosi zderzenie różnorodnych kultur, jest zjawisko akulturacji. Prowadzi ono do ich wzajemnego przenikania się, a nawet przejmowania wzorów kulturowych. Proces ten z uwagi na ewoluujący charakter kontaktów międzykulturowych, nie jest jednostajny i możemy wyróżnić jego poszczególne fazy. Mikułowski Pomorski (1999, s. 46) przytacza następujące etapy: euforia, szok kulturowy, akulturacja, stabilizacja. Jako pierwsze stadium akulturacji wskazuje się na krótki okres, zwany euforią. Jest to część tego procesu, podczas którego następuje zachłyśnięcie się obcą kulturą, a każde jej przejawy wywołują radość i zainteresowanie. Niejednokrotnie reakcja na tę inność jest przejawem radości. Faza ta, nazywana dlatego jest czasem „miesiącem miodowym”. Ekscytacja podróżą i nowe otoczenie wywołują same pozytywne emocje i to wokół nich koncentrujemy swoją uwagę. Akceptujemy dzielące nas różnice, wręcz jesteśmy zafascynowani odmiennością. Wyjazdy turystyczne najczęściej kończą się właśnie na tym etapie. Pozostawiają w nas same dobre wspomnienia, niejednokrotnie nieco wyidealizowane. Z rozrównaniem wspominamy pobyt w obcym kraju, jego mieszkańców i lokalne zwyczaje.

Turyści podejmując się podróży, szczególnie zagranicznych, są w pewnym stopniu świadomi trudności jakie się z tym wiążą. Szczególnie zdają sobie sprawę z problemów komunikacyjnych wynikających z posługiwania się różnymi językami. Pozostałe rozbieżności w warstwie kulturowej z reguły nie są na tyle uświadomione, by traktować je jako kłopotliwe. Zakładamy podobieństwo, a więc oczekujemy zbieżności w sposobie patrzenia na świat i odczytywania płynących z niego sygnałów w taki sam sposób. Podobne przekonanie powoduje, że gdy odkrywamy iż wcale tak nie jest, a zastana rzeczywistość zasadniczo różni się od tego co nam znane i bliskie, doznajemy szoku kulturowego, który jest drugim etapem krzywej akulturacyjnej. Im większy kontrast występuje między dwoma spotykającymi się kulturami, tym poczucie oszołomienia może być większe. Wysoki stopień mobilności sprawia, że w kilka godzin przenosimy się w zupełnie inny świat. Szok kulturowy jest wynikiem niepokoju powstającego, gdy nagle przestajemy postrzegać znane nam oznaki i sygnały charakterystyczne dla naszego otoczenia społecznego (Lipińska 2008, s. 49). Dajemy wyraz aprobaty własnej kultury przy jednoczesnym negowaniu przejawów obcej. Dotychczasowa przychylność, zamienia się w krytykę wobec wszystkiego co inne. Następuje odrzucenie obcej kultury. Dysonans kulturowy odczuwany jest nawet w bardzo prozaicznych, codziennych sytuacjach. Jakże może zdziwić się Polak, na wakacjach we Francji, chcący w naszej porze obiadowej zjeść posiłek, podczas gdy tam trwa przerwa na lunch, a restauracyjna kuchnia jest zamknięta. System miar w USA czy Wielkiej Brytanii wywołają dezorientację i poczucie zagubienia u niejednego turysty.

Wbrew pozorom pojęcie szoku kulturowego nie odnosi się wyłącznie do odczuć psychicznych człowieka. W czasie podróży następują zmiany, mające wpływ również na samopoczucie fizyczne. Organizm zostaje zmuszony do przystosowania się do nowych warunków. Skutkiem może być chociażby tzw. „zemsta faraona”, a więc dolegliwości pokarmowe wywołane drastyczną zmianą flory bakteryjnej. Niejeden turysta doświadczył

także syndromu *jet lag*. Określa się w ten sposób objawy zaburzeń rytmu dnia i nocy, wywołane na skutek zmiany strefy czasowej.

Turystyka masowa w znacznym stopniu chroni turystów przed szokiem kulturowym. Przyjezdni „zamykani” są w enklawach turystycznych, gdzie często nie sposób dojrzeć zza hotelowego basenu, realiów danego miejsca. Świat widziany przez szybę autokaru nie oddaje autentyzmu, tak często poszukiwanego w turystyce. Kurorty naginają nieco kulturę swojego kraju do oczekiwań odwiedzających. I tak w krajach muzułmańskich przyzwala się na kuse stroje kąpielowe, które spotkałyby się z ostrą reakcją poza tymi swoistymi azylami dla turystów. Ten rodzaj turystyki wymusza dopasowywanie się do oczekiwań jej odbiorców, znacznie niwelując skutki akulturacji.

## Globalizacja

Zjawiskiem, które niezwykle silnie wpływa na rynek turystyczny, kształtuje go i w dużym stopniu tworzy, jest globalizacja. Globalizacja „jest stopniowym rozszerzaniem się na skalę całego globu ziemskiego terytorialnego zasięgu społecznego podziału pracy i wymiany rynkowej, powiązań i oddziaływań wzajemnych między zbiorowościami ludzkimi we wszystkich sferach życia. Oznacza wzrastające tempo ogólnoświatowego przepływu technik, dóbr, usług, kapitału, siły roboczej, środków komunikacji, informacji i idei. Obejmuje rozwój ponadnarodowych instytucji i organizacji technicznych, ekonomicznych, socjalnych, politycznych, kulturalnych, naukowych i artystycznych (Szacka s.104).

W globalizacji tkwi ogromny potencjał dla rozwoju turystyki, ale staje się ona również dla niej pułapką. Jednym z największych niebezpieczeństw, bezpośrednio zagrażających turystyce, jest homogenizacja kultury. Choć globalizacja sprzyja popularyzacji walorów kulturowych na szeroką skalę, to jednocześnie zatracamy różnorodność, będącą dotąd motorem napędowym dla turystyki. Dyfuzja kulturowa jaką powoduje globalizacja, prowadzi do przejmowania elementów kulturowych i ewolucji kultury w stronę jej ujednoczenia, Tego rodzaju ujednoczenia, widać niemal na każdym kroku i w każdej sferze życia. Na całym świecie ludzie chodzą w spodniach marki Levis, niezależnie od lokalizacji piją Coca Colę i jeżdżą tymi samymi samochodami. Można by więc pokusić się nawet o stwierdzenie, że następuje jednocześnie amerykańizacja społeczeństw czyli „wprowadzanie lub naśladowanie stylu życia, zwyczajów panujących w Stanach Zjednoczonych”. W ten sposób dochodzimy do pojęcia McDonaldyzacji. Jest to „(...) proces stopniowego upowszechniania się zasad działania restauracji szybkich dań we wszystkich dziedzinach życia społecznego w Stanach Zjednoczonych oraz na całym świecie”. Wyznacznikami McDonaldyzacji są efektywność, kalkulacyjność, manipulacyjność i co chyba najważniejsze przewidywalność. Ta ostatnia cecha sprawia, że niezależnie na jakim kontynencie się znajdziemy, usługa czy też produkt będą takie same (Ritzer 1997, s. 16-17). *Zaspokojenie potrzeb tak wielu różnych ludzi, konieczność trafienia w ich odmienne gusta, niejako wymusza pewien uniwersalizm. Dzięki temu turysta podróżujący po odległych zakątkach świata, ma złudne poczucie bezpieczeństwa, niweluje choć trochę uczucie niepewności.* W ideę przewidywalności, wpisuje się także świat wykreowany przez Walta Disneya. Mówi się o McDisneyzacji będącej odpowiednikiem McDonaldyzacji w obszarze turystyki, jak podaje Krzysztof Podemski za Ritzerem: „Podczas gdy McDonald’s sam w sobie nie pozostał bez wpływu na przemysł turystyczny, to jednak Disney i jego fenomenalny sukces był tym czynnikiem, który wniósł reguły McDonaldyzacji (lub racjonalizacji) do przemysłu turystycznego. Łącząc oba, otrzymamy [...] McDisneyzację przemysłu turystycznego (Podemski 2005, s. 94). Parki Disneya są symbolem konsumpcyjnej, masowej formy turystyki, nastawionej na kiczowate atrakcje, turystycznym znakiem globalizacji. McDisneyzacja dotyczy wszystkich podobnych temu obiektów zainteresowania turystów, takich jak centra i galerie handlowe, kasyna, rejsy, ale też gotowe pakiety i zorganizowane wycieczki. O tym jak wielka jest skala tego zjawiska, świadczy liczba

odwiedzających tego rodzaju atrakcje. Paryski Disneyland w 2013 roku odwiedziło prawie 15 milionów osób, wyprzedzając w ten sposób Luwr czy Wersal.

Globalizacja może stanowić dla turystyki zarówno błogosławieństwo, jak i niebezpieczeństwo. Fascynacja odmiennością i różnicami kulturowymi, niezmiennie napędzają turystykę, a jednocześnie globalizacja homogenizująca świat, czyni go coraz mniej prawdziwym w tejsze inności. Daje nowe możliwości, otwiera nowe drzwi, ale jednocześnie zabija prawdziwość tego, do czego w końcu mamy nieograniczony dostęp: „Mamy więc do czynienia ze swoistym ustandaryzowaniem kultury, która z rwącego potoku po dotarciu do wielkiej rzeki globalizacji zanika i rozplywa się w bezmiarze jej szerokiego nurtu”.

Taką strategię, która zachowuje wszystko, co najlepsze, zarówno z globalnego, jak i lokalnego, znany brytyjski socjolog Robertson zdefiniował jako *glokalizację* (Robertson 2013). Istotę glokalizacji sprowadzić można do twierdzenia: „myśl globalnie, działaj lokalnie”. W tym duchu możemy mówić o powstawaniu nowej różnorodności, która opiera się na czerpaniu z kultury globalnej przy świadomości niepowtarzalnej inności. Tym samym różnorodność nabiera nowej jakości, wzbogaconej i w pewien sposób zharmonizowanej z tym, co uniwersalne globalnie. (Banaszkiewicz, Kruczek, 2014 s.282 ). Globalizacja jest wielką szansą pod warunkiem, że gościnność jest elementem kultury, a inność jej wyróżnikiem, tworzonym przez pielęgnowanie tradycji, a nie skomercjalizowanym produktem wyłącznie na sprzedaż.

### **Dylematy turystyki kulturowej**

Zachowania turystów, szczególnie tych przyjeżdżających z Europy nierzadko nacechowane są etnocentryzmem i odbiegają od turystycznej moralności. Większość ludzi traktuje kulturę, w której się wychowali, jako punkt odniesienia, dla oceniania innych społeczności. Na tej podstawie „obce” kultury podlegają wartościowaniu i ocenianiu w kategoriach dobre i złe. Zachodni turyści tkwiący w przekonaniu o swojej wyższości i pochodzeniu z lepszego świata, ukierunkowani na określony wizerunek odwiedzanego miejsca i ludzi, wodzeni stereotypami, niekiedy nieumyślnie, kreują nową niekoniecznie lepszą rzeczywistość. Oczekiwania wobec rdzennych mieszkańców, napędzane poprzez ich fałszywy obraz powstały w toku socjalizacji w określonym kręgu kulturowym, doprowadzają do mechanizmu błędnego koła. Turyści w podróżach szukają autentyzmu, którego upatrują coraz częściej w oglądaniu tubylców w ich naturalnym środowisku, postrzegając ich przy tym za prymitywnych i zacofanych. W dobie globalizacji i uniwersalizacji rozpoczyna się jednocześnie uwypuklać różnice kulturowe i to właśnie w tradycji próbuje doszukiwać prawdziwości. Odpowiedzią na tego rodzaju zapotrzebowanie, okazała się organizacja wyjazdów o charakterze etnicznym. Trudno jednak w większości z nich dopatrywać się realizmu. Głównym beneficjentem zwykle okazują się sami organizatorzy, nie zaś autochtoni. Ci zresztą, również traktują turystów jako źródło zarobku. Popyt na takie podróże, zaowocował powstawaniem sztucznych atrakcji etnicznych, prosperujących jako dochodowe biznesy, niewiele mający wspólnego z prawdziwym kontaktem międzykulturowym: „najczęściej pierwszy kontakt zwiedzającego z danym obiektem turystycznym nie polega na zetknięciu się z nim samym, lecz z jakimś jego przedstawieniem” (MacCannel 2002, s. 172). Wybrane elementy kultury przedstawia się turystom tak jak tego oczekują, dopasowując je do określonych wyobrażeń. Rdzenni mieszkańcy odtwarzają narzucone role, tworząc iluzje prawdziwości: „ W spektaklach takich, poszczególne elementy kultury są selekcyonowane, dostosowywane i przerabiane na potrzeby turystów. Często wynajduje się nowe rytuały, nowe przedmioty kultu, czasem buduje się nawet nowe wioski, które pokazywane są turystom jako autentyczne przejawy kultury lokalnej”. Przykładem może być specjalnie dla turystów przygotowana inscenizacja bitwy między plemionami Dani i Lani na Nowej Gwinei (Kruczek 2011, s. 401).



Postrzeganie tubylców jedynie w kategoriach ciekawostki i źródła rozrywki, a przede wszystkim atrakcji turystycznej, skutkuje ich przedmiotowym traktowaniem. Kontakt taki bowiem zwykle nie ma szansy na pogłębioną relację, jest powierzchowny i stanowi część wyreżyserowanej rzeczywistości.

Nie tylko turystyka etniczna rodzi moralne problemy w obszarze turystyki kulturowej. Niezwykle kontrowersyjnym tematem jest turystyka slumsowa. Po raz kolejny rynek szybko odpowiada na zgłaszany popyt. Chętnych na oglądanie nędzy i cierpienia innych ludzi, a tym samym dotyk prawdziwego świata, nie brakuje.

**Rycina.1.** Inscenizacja bitwy w wiosce Kurulu koło Wamena - Irian Zachodni (Indonezja)



Źródło: foto Z. Kruczek

Wyrazem sprzeciwu dla masowej turystyki, a szczególnie dla jej powierzchowności i braku prawdziwego kontaktu międzykulturowego jest projekt francuskiego fotografa Nicolas'a Demeersman'a. Prezentuje on fotografie z rozmaitych zakątków świata, przedstawiające mieszkańców odwiedzanych rejonów. Nie byłoby w tym nic zaskakującego, w końcu całe rzesze turystów robią zdjęcia tubylcom, gdyby nie fakt, że wszystkie osoby ze zdjęć pokazują na nich znany, obraźliwy gest wyciągniętego środkowego palca. Projekt nazywa się *Fucking Tourist*<sup>2</sup> i jest manifestem wyrażającym niezgodę ludzi na przedmiotowe traktowanie w kategorii atrakcji turystycznej.

Jak pokazują powyższe przykłady, różnice traktowane w nieodpowiedni sposób nie tylko nie są mostem łączącym różne kultury, ale wręcz stają się murem. Czyjaś codzienność, nie zawsze łatwa, przeobraża się w towar na sprzedaż. Turyści przekraczają granice prywatności tubylców, licząc na autentyczne przeżycia. Tymczasem otrzymują gotowy produkt przygotowany tak, by spełniał te oczekiwania. Tworzy się nowa kategoria turystów pseudo-kulturowych (Buczkowska, Malchrowicz-Moško 2012, s. 42). Pseudo, bo prawdziwy turysta to człowiek odpowiedzialny i świadomy. Pamiętający, że w podróży jest tylko

<sup>2</sup> N. Demeersman, Cykl zdjęć *Fucking Tourist*, [http://jolipunk.over-blog.com/article-fucking-tourist\\_inedit-105167141.html](http://jolipunk.over-blog.com/article-fucking-tourist_inedit-105167141.html), [dostęp, 24.05.2014].

gościem, a napotkani ludzie gospodarzami wpuszczającymi go do swojego świata. Wiedzący, że to właśnie gospodarz decyduje co pokazać, a czego nie. Szanujący obowiązujące zasady i stosujący podróżniczy *savoir vivre*: „świadome podróżowanie, jak również refleksyjna postawa turystów w czasie podróży, mogą przyczynić się do nawiązywania dialogu międzykulturowego czy łamania barier i stereotypów poprzez turystykę kulturową”. Świadomy turysta ma szansę na nawiązanie relacji ponad różnicami kulturowymi, które zamiast barierą, stają się przyczynkiem do tworzenia porozumienia międzykulturowego.

## 2. Różnice kulturowe – atrakcja turystyczna czy bariera.

### Wyniki badań

Przedmiotem badania była problematyka różnic kulturowych w turystyce międzynarodowej. Objęto nimi zagadnienia charakteryzujące omawianą tematykę na wielu płaszczyznach, którymi były: odmienność kulturowa, procesy komunikacyjne w międzykulturowej przestrzeni turystycznej czy zjawiska globalizacji i dyfuzji kulturowej. Podstawowym celem przeprowadzonych badań było określenie znaczenia różnic kulturowych w turystyce międzynarodowej. Cele szczegółowe natomiast zostały sformułowane następująco:

- określenie stopnia i przyczyn problemów komunikacyjnych na styku kultur.
- zdiagnozowanie społeczno-kulturowych skutków kontaktu kultur, wynikających z uczestnictwa w turystyce.
- określenie roli stereotypów, uprzedzeń oraz etnocentryzmu w komunikacji międzykulturowej.
- zdefiniowanie znaczenia globalizacji w turystyce.
- ocena odmienności kulturowej w kategoriach atrakcji bądź bariery dla ruchu turystycznego.

W artykule zaprezentowano wyniki badań dotyczące problemów komunikacyjnych oraz oceny odmienności kulturowych.

Do realizacji badań zastosowano metodę sondażu diagnostycznego, a techniką zbierania danych była ankieta: „ (...) jest [ona] techniką gromadzenia informacji polegająca na wypełnieniu najczęściej samodzielnie przez badanego specjalnych kwestionariuszy na ogół o wysokim stopniu standaryzacji w obecności lub częściej bez obecności ankietera”. Za narzędzie badawcze posłużył kwestionariusz ankiety. Zdecydowaną większość stanowiły w ankiecie pytania zamknięte, zawierające ograniczony zestaw odpowiedzi na postawione pytania. Niektóre pytania zawierały półotwartą kafeterię, umożliwiającą sformułowanie własnej odpowiedzi. Ilość pytań otwartych została ograniczona z uwagi na trudność w ich analizie, szczególnie w przypadku dużej liczby odpowiedzi. W kwestionariuszu ankiety, zdecydowanie przeważa kafeteria dysjunktywna, dająca możliwość zaznaczenia wyłącznie jednej odpowiedzi na wskazane pytanie. Początkową część kwestionariusza stanowi metryczka, której pytania pozwalają na szczegółową analizę danych. Ankieta została przeprowadzona w języku polskim i była anonimowa, co w większym stopniu pozwoliło na uzyskanie wiarygodnych danych.

Badania zostały przeprowadzone za pomocą elektronicznego kwestionariusza ankiety, umieszczonego w serwisie internetowych badań ankietowych, na przełomie kwietnia i maja 2014 roku. Ankieta została rozesłana na różne portale i fora dyskusyjne, by możliwie zróżnicować potencjalnych badanych. Respondenci samodzielnie wypełniali kwestionariusze, bez udziału ankietera. W badaniu ankietowym wzięło udział 285 osób, były to zarówno osoby podróżujące, jak i te nie odbywające podróży, co pozwoliło na lepsze zdiagnozowanie wpływu turystyki na postrzeganie i znaczenie różnic kulturowych. W badaniu udział wzięły



osoby zaangażowane przypadkowo, w danym czasie korzystające z portali, na których umieszczono ankietę i chętne do jej wypełnienia.

### Charakterystyka badanej populacji

Badaniem zostali objęci Polacy, w tym również ci mieszkający poza granicami kraju. Z 285 osób, 40 respondentów zadeklarowało zamieszkanie za granicą, głównie w krajach europejskich, natomiast pozostali badani, to osoby mieszkające w Polsce. Największy odsetek respondentów to osoby z województw mazowieckiego oraz małopolskiego. Wśród ankietowanych (podobnie jak innych badaniach prowadzonych w Internecie) zdecydowanie przeważały kobiety (88%).

Wiek ankietowanych pogrupowano w cztery kategorie. Pierwsza to osoby do 24 roku życia, stanowiące najliczniejszą grupę (46%). Jedna trzecia badanych to osoby w wieku od 25 do 34 lat, a następnie ankietowani od 35 do 49 roku życia. Ostatnią najmniejszą grupę stanowią respondenci powyżej 50 roku życia. Zdecydowana większość respondentów zadeklarowała wykształcenie wyższe (57%). Niewiele mniej badanych wskazuje na posiadanie wykształcenia średniego (39%).

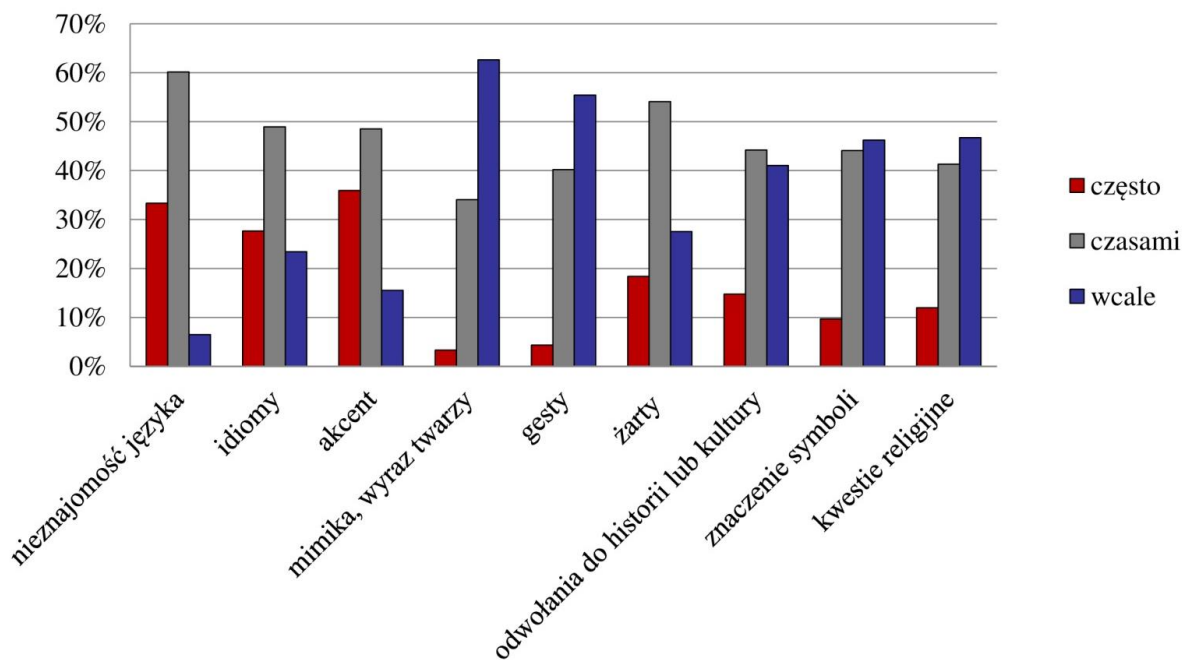
Ankietowani zostali zapytani również o wyznanie. Najczęściej wskazywaną odpowiedzią było chrześcijaństwo (73%). Znaczna część badanych deklaruje także ateizm oraz agnostycyzm (21%). Niewielki odsetek stanowią inne odpowiedzi.

### Komunikacja międzykulturowa w opiniach respondentów

Ponad połowa ankietowanych wyjeżdża za granicę przynajmniej raz w roku, natomiast zaledwie 5% wszystkich badanych odbywa takie podróże kilkanaście razy w roku lub więcej. Pośród ankietowanych 11% zadeklarowało, że nie wyjeżdża za granicę wcale.

Na pytanie dotyczące występowania problemów komunikacyjnych w kontaktach z obcokrajowcami, powstałych z uwagi na różnice kulturowe, większość ankietowanych (61%) odpowiedziała przecząco, deklarując brak takowych problemów.

**Rycina 2.** Częstotliwość występowania problemów komunikacyjnych w kontaktach międzykulturowych



źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci, którzy odpowiedzieli na nie twierdząco, wypowiadali się z jakimi problemami zetknęli się w kontakcie z obcokrajowcami i z jaką częstotliwością. Zdecydowanie za największe trudności wynikające z odmienności kulturowej, respondenci uznają kwestie językowe, mianowicie nieznaną języka rozmówcy, akcent, idiomy, czy też żarty wymagające szerszej znajomości danej kultury. Największy odsetek odpowiedzi *wcale* zanotowany został przy odpowiedziach dotyczących komunikacji niewerbalnej, czyli mimiki oraz gestów. Nieznacznie więcej osób wskazuje także na problemy w kwestiach religijnych czy odczytywaniu symboli. W ogólnym rachunku, większość bo 46% wszystkich wymienionych w kafeterii problemów według ankietowanych sprawia problemy *czasami*.

Postrzeganie występowania problemowych komunikacyjnych w kontaktach z obcokrajowcami na tle kulturowym, zmienia się wraz ze zmianą liczby odbywanych podróży. Wraz ze wzrostem liczby podróży, u respondentów notowano tendencję spadkową do deklarowania braku problemów w komunikacji. Im niższa częstotliwość wyjazdów zagranicznych u badanych, tym częściej wskazywali brak występowania trudności. Obrazuje to poniższa tabela:

**Tabela 1.** Zależność między częstotliwością podróży, a postrzeganiem występowania problemów komunikacyjnych w kontaktach z obcokrajowcami

<b>Częstotliwość zagranicznych podróży</b>	<b>Występowanie uwarunkowanych kulturowo problemów w komunikacji z obcokrajowcami w opinii respondentów</b>	
	Występują	Nie występują
Kilkanaście razy w roku	46%	54%
Kilka razy w roku	45%	55%
Raz w roku	36%	64%
Raz na kilka lat	37%	63%
Wcale	22%	78%

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań*

Podobna zależność występuje między oceną występowania problemów komunikacyjnych w kontaktach międzykulturowych, a wykształceniem respondentów. Im niższe wykształcenie, tym częściej badani wskazywali na brak trudności.

**Tabela 2.** Tabela wykazująca zależność między wykształceniem badanych, a postrzeganiem występowania problemów komunikacyjnych w kontaktach z obcokrajowcami

<b>Wykształcenie</b>	<b>Występowanie uwarunkowanych kulturowo problemów w komunikacji z obcokrajowcami w opinii respondentów</b>	
	Występują	Nie występują
Wyższe	40%	60%
Średnie	38%	62%
Zawodowe	33%	67%
Gimnazjalne	14%	86%

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań*

Czynnikiem wpływającym na kształtowanie się odpowiedzi w tym pytaniu jest także miejsce zamieszkania respondentów w kraju bądź za granicą. Ankietowani mieszkający poza Polską częściej deklarowali, że problemy w komunikacji z obcokrajowcami wynikające

z odmienności kulturowej występują. Wskazało tak około połowy badanych emigrantów, podczas gdy odpowiedziało w ten sposób około 1/3 Polaków mieszkających w kraju.

**Tabela 3.** Tabela wykazująca zależność między miejscem zamieszkania badanych, a postrzeganiem występowania problemów komunikacyjnych w kontaktach z obcokrajowcami

Miejsce zamieszkania	Występowanie uwarunkowanych kulturowo problemów w komunikacji z obcokrajowcami w opinii respondentów	
	Występują	Nie występują
Za granicą	53%	48%
W Polsce	36%	64%

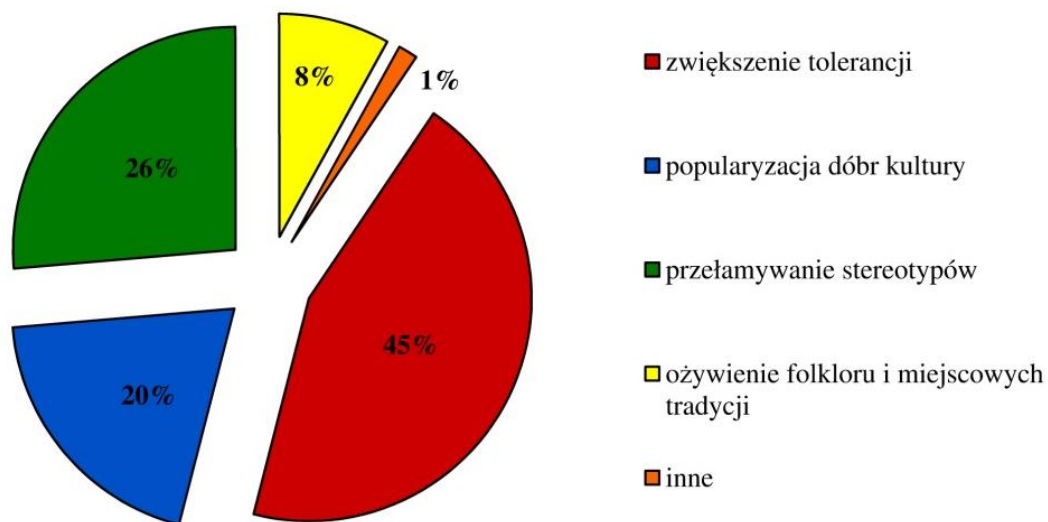
*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań*

Jedno z pytań postawionych w ankiecie, dotyczyło pogłębiania wiedzy na temat odwiedzanej kultury przed wyjazdem do określonego miejsca. Odpowiedzi podróżujących badanych przedstawiają się następująco: 70% powiększa swoją wiedzę w tym zakresie, podczas gdy 30% tego nie robi. Ankietowani niezależnie od pogłębiania wiedzy na temat odwiedzanych destynacji, deklarują niemal w takim samym stopniu występowanie trudności komunikacyjnych w kontaktach z obcokrajowcami.

Zapytano również respondentów o wskazania pozytywne dla kultury skutków uprawiania turystyki, respondenci wybierali je i z przedstawionej kafeterii odpowiedzi. Zdecydowanie za najbardziej korzystny efekt ankietowani uznają zwiększanie tolerancji oraz akceptację różnorodności. Tę odpowiedź wybrało 45 % badanych. Nieco ponad 1/4 respondentów uznaje za taki przełamywanie stereotypów zakodowanych w społeczeństwie, zaś 1/5 uważa, że uprawianie turystyki popularyzuje dobra kulturowe. Tylko nieznaczna część, zaledwie 8% sądzi, że wpływa to korzystnie na ożywienie folkloru czy miejscowych zwyczajów i tradycji. Wśród odpowiedzi inne, jeden z respondentów napisał: *ja zwiedzam i się bawię, a reszta mnie nie interesuje.*

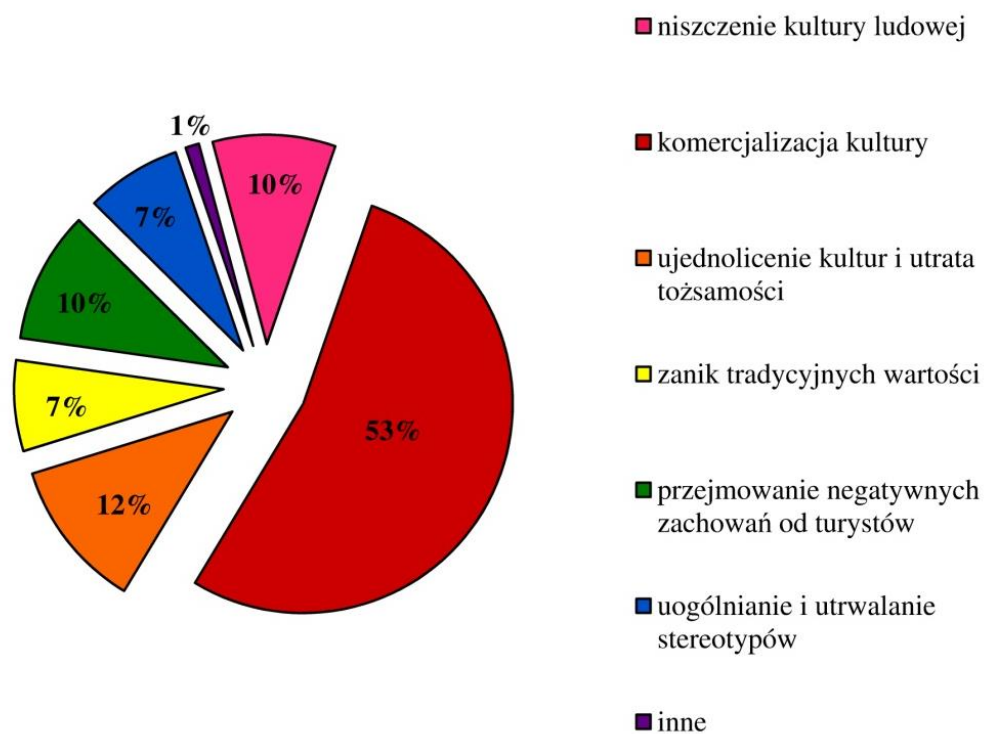
Podobnie brzmiało następne pytanie zadane ankietowanym, jednakże dotyczyło wyboru tym razem negatywnie wpływających na kulturę skutków uprawiania turystyki. Podobnie jak w pytaniu poprzednim, również w tym respondenci mieli przedstawioną kafeterię odpowiedzi. Za najbardziej niekorzystnie oddziałujący na kulturę efekt turystyki, badani uznali komercjalizację kultury, a w tym kiczowate atrakcje turystyczne nastawione wyłącznie na zyski ekonomiczne. Ta odpowiedź stanowiła ponad 50%. Kolejne odpowiedzi nie były już tak znaczące i stanowiły podobny odsetek po około 10%. Dokładne dane obrazuje poniższy wykres

**Rycina 3.** Skutki uprawiania turystyki wpływające pozytywnie na kulturę (w odsetkach odpowiedzi)



źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

**Rycina 4.** Skutki uprawiania turystyki wpływające negatywnie na kulturę (w odsetkach odpowiedzi)



źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

### Etnocentryzm, stereotypy i uprzedzenia

Ankietowanym w jednym z pytań przedstawione zostały zdjęcia, ilustrujące różne elementy kulturowe. Badani mieli wskazać to, które wzbudza w nich najwięcej emocji oraz uzasadnić wybór:

**Ryc. 5.** Zestawienie zdjęć nr 1 wykorzystanych w kwestionariusza ankiety



Zdecydowana większość respondentów wybrała zdjęcie pierwsze, przedstawiające muzułmanki w czadorach oraz odmiennie ubraną od nich kobietę. Tę odpowiedź wybrało 51% badanych. Część ankietowanych wskazywała na brak szacunku jednej bądź drugiej strony do kultury w której się znajduje, jednak wiele odpowiedzi sprowadzało się do współczucia muzułmankom, niektórzy badani pisali, że kobiety patrzą z zazdrością i tęsknotą na skąpy strój. Niewiele ponad 1/5 respondentów wybrała zdjęcie czwarte ukazujące chłopców z plemienia Mursi. Ankietowani argumentowali wybór pisząc przede wszystkim, że takie malunki na ciele są egzotyczne. Ostatnie szóste zdjęcie wskazane zostało przez 11% badanych.

Kolejne pytanie, tak jak poprzednie, polegało na wskazaniu zdjęcia. Tym razem jednak respondenci mieli wybrać to, które wzbudza w nich wstręt lub niechęć:

**Rycina. 6.** Zestawienie zdjęć nr 2 wykorzystanych w kwestionariuszu ankiety





W tym pytaniu najczęściej odpowiedzi zanotowano przy zdjęciu piątym przedstawiającym danie ze świnek morskich. Tę odpowiedź wybrała połowa badanych. Respondenci argumentowali to najczęściej tym, że jest to zwierzę domowe i nie powinno się go jeść. Zdarzały się też wypowiedzi typu: *nie jem przyjaciół* lub *jak można jest zwierzę?* Niektórzy badani uznali za okrutne przeznaczanie tych zwierząt do celów konsumpcyjnych. Nieznacznie mniej, bo 46% ankietowanych wskazało zdjęcie pierwsze, uznając jedzenie owadów niemal jednogłośnie za obrzydliwe. Respondenci pisali, że nie traktują ich w kategoriach pożywienia. Minimalny odsetek badanych wybrał zdjęcie przedstawiające krewetki oraz wieprzowinę. W przypadku tej ostatniej zazwyczaj tłumaczono wybór wegetarianizmem. Z kolei nikt z 285 respondentów nie zaznaczył odpowiedzi drugiej, czyli zdjęcia przedstawiającego ogórki kiszone.

### Znaczenie odmienności kulturowej w turystyce

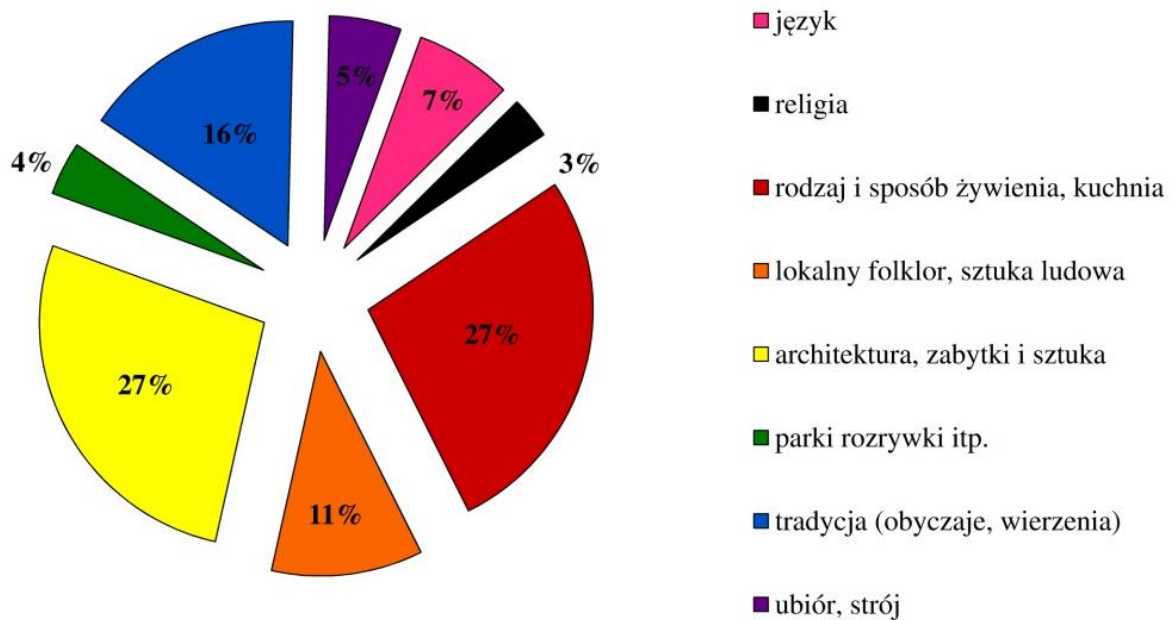
Pierwsze z pytań dotyczących bezpośrednio znaczenia odmienności kulturowej w turystyce wymagało od respondentów określenia czy chęć poznania obcej kultury była kiedykolwiek jednym lub głównym motywem wyjazdu.

Następnym zasadniczym w kontekście niniejszej pracy pytaniem, było to, w którym ankietowani mieli określić czy postrzegają odmienną kulturę jako atrakcję czy barierę w uprawianiu turystyki. Ewidentną przewagą, niemal jednogłośnie, respondenci zadeklarowali, że postrzegają różnice kulturowe i odmienną z nich wynikającą jako atrakcje w kontekście turystyki. Tylko nieznaczna część badanych, mianowicie 4% ze wszystkich 285 osób biorących udział w badaniu uznało, że stanowią barierę w uprawianiu turystyki.

Nawiązując do powyższego pytania, zapytano także ankietowanych o to, co z wymienionych elementów kulturowych, w ich przekonaniu stanowi największą atrakcję turystyczną. Respondenci mogli wskazać od jednego do trzech elementów.

**Rycina 7.** Elementy kulturowe stanowiące atrakcję turystyczną (w odpowiedziach respondentów w odsetkach)



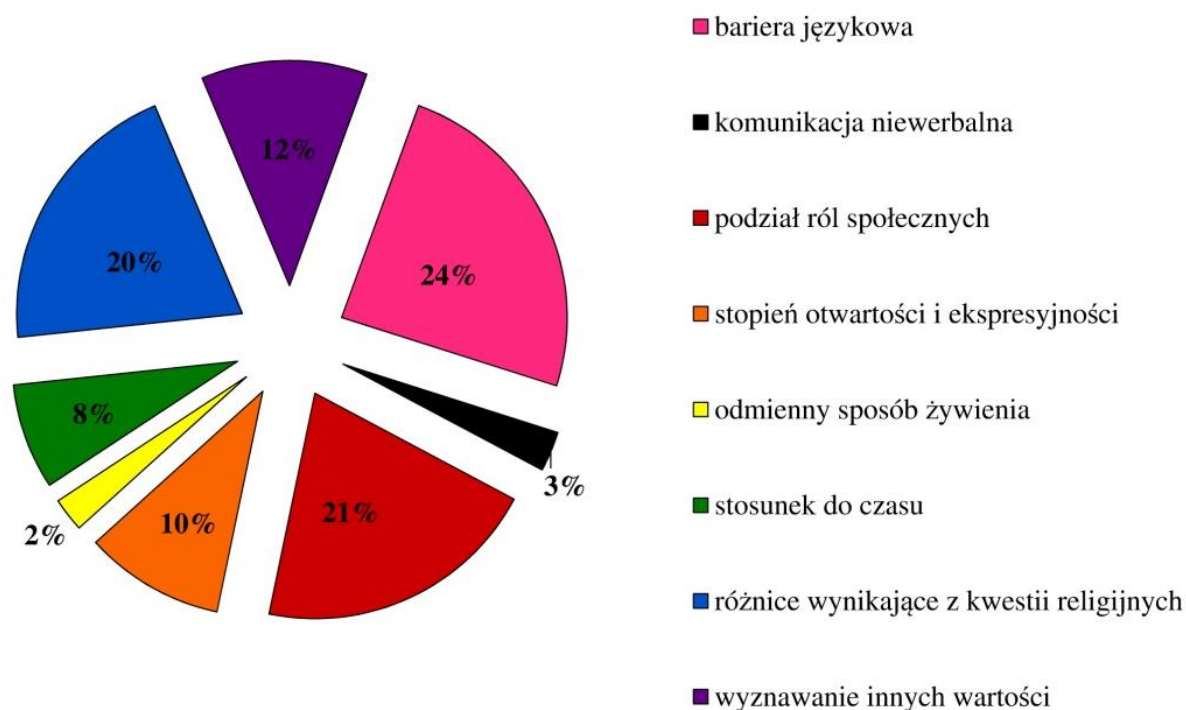


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najwięcej ankietowanych określiło jako atrakcję turystyczną po równo architekturę, zabytki i sztukę, jak i lokalną kuchnię i sposób żywienia. Spora część badanych wskazała także na tradycję. Najmniej respondentów uważa za atrakcję turystyczną religię oraz parki rozrywki i podobne im obiekty.

Podobne pytanie, również zawierające kafeterię odpowiedzi, zadano na temat elementów kulturowych stanowiących bariery w uprawianiu turystyki. Tak jak w poprzednim pytaniu ankietowani mogli zaznaczyć od jednej do trzech odpowiedzi. Za najbardziej problemową kwestię, będącą barierą w uprawianiu turystyki uznano kwestie językowe. Duży odsetek stanowią też odpowiedzi takie jak różnice religijne czy odmienny podział ról społecznych. Za najmniejszą barierę uznano inny rodzaj żywienia oraz komunikację niewerbalną.

**Rycina 8.** Elementy kulturowe stanowiące barierę turystyczną (w odpowiedziach respondentów w odsetkach)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

## Wnioski

Podstawowym celem pracy było określenie znaczenia różnic kulturowych w turystyce międzynarodowej. Bez wątplenia można powiedzieć, zarówno na podstawie literatury, jak i przeprowadzonych badań, że główna hipoteza daje się potwierdzić. Mianowicie, różnorodność kulturowa ma niebagatelny wpływ na zjawisko turystyki. Choć kultura dotyczy niemal wszystkich aspektów naszego życia, to właśnie w turystyce jej rola jest wyjątkowa. Czynnikiem determinującym przyjazdy turystów, jest często występowanie walorów kulturowych. Dotyczy to zarówno tych materialnych, często wskazywanych przez badanych jako atrakcja turystyczna, takich jak architektura i sztuka, jak i niematerialnych, a więc na przykład tradycji i zwyczajów. Stanowią one przedmiot zainteresowania turystów na równi z walorami naturalnymi. Chęć zetknięcia z odmiennością kulturową jest bodźcem do podejmowania wyjazdów turystycznych, co również potwierdziły badania. Kontakty międzykulturowe rodzą oczywiście różnego rodzaju problemy, choć według respondentów nie tak duże, jak pierwotnie zakładano. Sugerować to może, nieuświadomienie turystów w znaczeniu niektórych elementów komunikacji, co tylko potwierdza ich kłopotliwość.

Komunikacja międzykulturowa wymaga otwartości i wyjścia poza ramy własnej kultury czy tożsamości, by dostrzec niuanse rządzące obcymi społecznościami. Warunkowana jest bowiem przez cały szereg czynników mających wpływ na przebieg procesów komunikacyjnych na styku kultur. Jedną z hipotez zakładała, że procesy te, są podszyte etnocentryzmem, narażone na stereotypizację. Analiza literatury, jak i badania potwierdziły te założenia. Traktujemy własną kulturę jako punkt odniesienia dla innych grup społecznych, a wyznawane wartości uznajemy za uniwersalne. Te nie zawsze uświadomione zachowania etnocentryczne wpływają na przebieg kontaktów do jakich dochodzi w turystyce. W skrajnych przypadkach prowadzi to do poczucia wyższości względem innych czy rasizmu, choć może także skutkować ochroną dorobku kulturowego i wzmacniania poczucia tożsamości narodowej. Badania potwierdziły także domniemanie, że osobiste kontakty z obcymi kulturami, do jakich dochodzi w turystyce, mogą przyczyniać się do zmiany

stereotypowego ich postrzegania. Natłok bodźców w czasie podróży wymusza na turystach pewne uogólnienia i etykietowanie rzeczywistości. Stereotypy czynią obcy świat w jaki wszedł, bardziej przewidywalnym, ułatwiają funkcjonowanie, porządkują. I choć powierzchowne podejście do turystyki może powodować utrwalanie funkcjonujących stereotypów i doszukiwanie się potwierdzenia dla tych utartych opinii, to turystyka daje szansę na konfrontację z obiegowymi stwierdzeniami.

Jednym z problemów badawczych było także określenie roli globalizacji we współczesnej turystyce, szczególnie w kontekście różnic kulturowych. Te dwa zjawiska, globalizacja i turystyka wzajemnie się napędzają i od siebie zależą. Trudno w tym wypadku sprecyzować jednoznacznie czy globalizacja powoduje pozytywne czy negatywne zmiany. W literaturze można znaleźć zarówno argumentacje dla jednej jak i drugiej strony. Wyniki badania również pozostawiły tę kwestię nie rozstrzygniętą. Niekwestionowaną zaletą procesów globalizacyjnych jest postęp, jaki przyniosła rewolucja naukowo techniczna i idący za tym rozwój transportu, ułatwiający przemieszczanie się. Jednocześnie za duże zagrożenie płynące dla turystyki ze strony globalizacji, uważa się homogenizację kultury. Zatrącenie różnorodności i postępująca amerykańizacja, uważane są za duże niebezpieczeństwo. Wypowiedzi ankietowanych miały podobny wydźwięk. Globalizacja może stanowić dla turystyki błogosławieństwo, otwierając nowe drzwi i dając nowe możliwości, ale nieumiejętne korzystanie z jej dobrodziejstw, w równym stopniu jest zagrożeniem zabijającym różnorodność kulturową świata.

Zasadniczym dla całej pracy problemem, było ustalenie postrzegania różnic kulturowych. Odpowiedzi ankietowanych potwierdziły hipotezę zakładającą, że są one atrakcją turystyczną. W końcu ludzie wodzeni ciekawością odmienności, podejmują podróże. Czy robiliby to gdyby heterogeniczny świat przestał takim być, a różnorodne kultury rozmyłyby się w toku unifikacji? Turystykę z całą pewnością napędza fascynacja innością. Od jej uczestników jednak zależy czy kolejne pokolenia również będą miały szansę usłyszeć o plemionach żyjących z dala od cywilizacji, zobaczyć lokalne tradycje i czerpać z podróżniczego kontaktu międzykulturowego, czy pozostanie im tylko wyreżyserowana przestrzeń turystyczna skrojona specjalnie do ich potrzeb. Szansę na obustronne korzyści z pewnością daje świadoma turystyka i zrównoważona, refleksyjna postawa turystów, świadomych roli, jaką pełnią. Roli zaproszonego gościa, uprzywilejowanego, ale i posiadającego ograniczenia, których zniesienie zależne jest nie od nich, a od gospodarzy. Empatycznych, umiejących postawić się w roli drugiej strony. Wtedy, różnice kulturowe, choć nie przestają istnieć, przestają być barierą.

## Bibliografia

- Banaszkiewicz M., 2011, *Kompetencje międzykulturowe w pracy pilotów i przewodników*, [w:] *Piloci i przewodnicy na styku kultur*, red. Z. Kruczek, Proksenia, Kraków.
- Banaszkiewicz M., Kruczek Z., 2014, *Różnice kulturowe jako atrakcja turystyczna* [w:] „NASZE, NIE NASZE W TURYSTYCE”, red. M. Leniartek, Edukacja – Wyższa Szkoła Zarządzania we Wrocławiu..
- Banaszkiewicz M., Kruczek Z., 2014, *Kontrowersje wokół turystyki erotyczne*. [w:] *Turystyka kontrowersyjna na współczesnym rynku podróży – formy, uwarunkowania, skutki*. AWF, Biała Podlaska (w druku).
- Buczowska K., 2012, Ewa Malchrowicz-Moško, *Etyczne dylematy turystyki kulturowej*, *Turystyka Kulturowa*, Nr 12/2012.
- Dłużewska A., 2009, *Spoleczno-kulturowe dysfunkcje turystyczne w krajach islamu*. Uniwersytet Warszawski.
- Dłużewska A. 2011., *Turystyka w krajach odmiennych kulturowo – rola pilotów wycieczek w ograniczaniu dysfunkcji społeczno-kulturowych i przyrodniczych*. [w:] *Piloci i przewodnicy na styku kultur*, red. Z. Kruczek, Proksenia, Kraków.
- Bauman Z., 2000, *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika.*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Jarnecki M., 2011, *Wielokulturowość jako atut i atrakcja turystyczna*. *Turystyka kulturowa* 10/2011,
- Kłóskowska A., 1983, *Socjologia kultury*, PWN, Warszawa..
- Kruczek Z., 2011, *Czynniki kształtujące przestrzeń turystyczną w krajach Azji południowej i południowo-wschodniej*. [w:] *Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany*. Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych. Warszawa.
- Lipińska M., 2008, *Warsztaty kompetencji międzykulturowych – podręcznik dla trenerów*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa..
- MacCannel D., 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A., Warszawa.
- Mikulowski Pomorski J., 1999, *Komunikacja międzykulturowa. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków.
- Podemski K., 2005, *Socjologia podróży*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Ritzer G., 1997, *McDonaldyzacja społeczeństwa*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A., Warszawa.
- Szacka B., 2003, *Wprowadzenie do socjologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Urry J., 2007, *Spojrzenie turysty*, PWN, Warszawa.
- Wieczorkiewicz A., 2008, *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*, Universitas, Kraków.

## When in Rome, do as the Romans do - the importance of cultural differences in tourism international

**Keywords:** cultural differences, international tourism, attraction, barrier

**Abstract:** In this paper the authors analyze the importance of cultural differences for international tourism. The effects of the clash of cultures such as acculturation and globalization were discussed and the controversial behavior of tourists were pointed out. Authors presented results of studies on the problems of social communication at the crossroads of cultures and evaluation of cultural differences in terms of tourist attraction or barrier.