

Andrzej BEŁKOT

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

ROLA KARNAWAŁU I ZJAWISKA „SKARNAWALIZOWANEGO” W TURYSTYCE

Wstęp

Zjawisko karnawalizacji jest jednym z symptomów zmian, jakie zachodzą we współczesnej kulturze¹. Karnawalizacja jest zarówno pojęciem atrybutywnym – charakterystycznym dla jednego z kluczowych trendów konsumpcyjnego społeczeństwa kapitalistycznego, jak i dystrybutywnym – odnosi się bowiem do pewnych konkretnych obiektów kulturowych². Obie jej postacie mają znaczący wpływ na funkcjonowanie dzisiejszej turystyki.

¹ Inne emblematyczne zjawiska to estetyzacja czy spektakularyzacja.

² Mogą one posiadać w pełni wykrystalizowaną strukturę humanistyczną lub funkcjonować w zaledwie zarysowanym wymiarze organizacyjnym. Struktura humanistyczna powstaje w wyniku celowych ludzkich działań skierowanych na realizację jakichś wartości. Cele, jak i prowadzące do ich realizacji czynności, muszą być uświadomione, żeby ukonstytuował się jej sens globalny. W przypadku fenomenów konstytuujących się w trakcie publicznej ekspresji można przyjąć, że pełnią one funkcję rytuałów w rozumieniu Victora Turnera. Dla tego brytyjskiego antropologa rytuałem jest każda ekspresja publiczna jednocząca uczestników w grupę o postaci *communitas*. Charakteryzuje się dynamicznymi i spontanicznymi relacjami pomiędzy równymi sobie jednostkami w „całokształcie ich człowieczeństwa”.

Kultura i zabawa w świetle społeczno-regulacyjnej koncepcji kultury

Wedle założeń społeczno-regulacyjnej koncepcji kultury (BANASZAK, KMITA 1991), stanowi ona normatywno-dyrektywalną warstwę świadomości społecznej. Powstaje w wyniku zapotrzebowania praktyki społecznej na czynniki regulacyjne ustalające cele/wartości ludzkiego działania (przekonania normatywne) oraz sposoby ich realizacji (przekonania dyrektywne). Poprzez wymóg funkcjonalności względem poszczególnych typów praktyki społecznej łączą się one w zespoły – dziedziny kultury. Wyróżniamy następujące jej postacie: język, obyczaj, sztuka, magia, religia, społeczna świadomość świeckoświatopoglądowa, społeczna świadomość prawno-polityczna, nauka oraz kultura techniczno-użytkowa. Wszystkie, z wyjątkiem ostatniej – kultury techniczno-użytkowej, wchodzi w skład sfery kultury symbolicznej, niemniej wszystkie są ze sobą funkcjonalnie powiązane.

W przyjętych tu założeniach teoriopoznawczych, zabawa – w ramach której sytuuje się karnawał oraz w zdecydowanej mierze zjawiska karnawałopodobne i skarnawalizowane – stanowi sferę obyczaju (ludycznego). Odpowiada ona na aktualne zapotrzebowania społeczne dopasowując specyficzne dla zaistniałych okoliczności przekonania normatywno-dyrektywne. W obrębie przyjętych tu założeń teoretycznych wszystkim czynnościom społecznym (w tym obyczajowludycznym) przyporządkowane są w świadomości społecznej ich sensy symbolicznokulturowe³ na podstawie ponadindywidualnych założeń semantyki komunikacji kulturowej (w tym komunikacji obyczajowludycznej). Każdej konkretnej czynności „bawienia się” można przyporządkować jej odniesienie przedmiotowe pod postacią sensu ideowego.

Według teoriokulturowej definicji J. Grada zabawa (sfera ludyczna) „w ścisłym sensie to jej wyobrażeniowy «scenariusz», egzystujący w świadomości społecznej «wzór». Realizacją tego wzoru, modelu są owe rozliczne proste bądź złożone i ustrukturuwane czynności ludyczne. Wyznacza on ich podstawy aksjologiczne i semantykę, sensy. Zachowania stanowią więc jedynie fizyczny substrat idealizacyjnie rozumianej zabawy i gry. Funkcjonowanie myślowych wzorów umożliwia ciągle aktualizowanie, powtarzalność zabawy, co uznaje się za jedną z jej istotnych cech definicyjnych. To nie

³ Inne, synonimiczne określenia to sensy subiektywnospołeczne, komunikacyjne oraz ideowe.

czynności ludyczne są werbalizowane i kodyfikowane, lecz wyznaczające je dyrektywy, reguły, które jako «instrukcje» gier i zabaw są upowszechniane (...). Przesądza o tym odpowiednie przekonania kulturowe, na mocy których zachowania ludyczne są typowymi czynnościami kulturowymi nastawionymi na interpretację. Ich sens realizuje się w kontekście określonych reguł kulturowych, które przywołujemy, ustalając znaczenie postrzeganych działań ludycznych” (GRAD 1997, s. 16). Badaniu struktur sensów subiektywnych substratów materialnych działań towarzyszy analiza związków funkcjonalnych praktyki obyczajowludycznej z innymi typami praktyki społecznej.

Karnawał w historii kultury

Historycznie pojmowany karnawał jest obchodem ludycznym. Wykształcił się w praktyce obyczajowej średniowiecza z istniejącej już materii folkloru, lecz dopiero w tym okresie ukonstytuowała się jego warstwa symboliczno-kulturowa i założenia semantyki komunikacji obyczajowej⁴. Ze względu na ascetyczny i podniosły charakter liturgii chrześcijańskiej wszelkiego rodzaju postaci transgresji istniejącego porządku religijnego i społecznego musiały przybrać postać kontrobyczajów ludycznych. Tylko w konwencji zabawy można było zamanifestować sprzeciw wobec panującym wartościom Kościoła katolickiego.

„W opinii jednego z najznajomniejszych badaczy karnawału – niemieckiego historyka Dietza-Rudigera Mosera – jest to tradycyjnie obchodzone coroczne święto, poprzedzające kościelny Wielki Post, nieograniczające się jednak do wigilii postu w ścisłym sensie, ale obejmujące dłuższy okres. [...] Zadaniem tego święta jest «pożegnanie mięsnego pożywienia», czyli zbiorowe i obowiązkowe poniechanie wszelkich zachowań stojących w sprzeczności z zaleceniami dotyczącymi postu w Kościele katolickim” (MOSER 2002, s. 130). Wedle restrykcyjnych kryteriów historyczno-kulturowych, obyczaj „pożegnania mięsnego pożywienia” przynależy zatem nie tylko do świata chrześcijańskiego, ale prawie wyłącznie katolickiego. Ze względu na

⁴ Autor artykułu zdaje sobie sprawę ze sporu historyczno-kulturowego odnośnie do narodzin karnawału i bogatej literatury poświęconej temu zagadnieniu. Jest ono zbyt skomplikowane i rozległe zarówno pod względem merytorycznym jak i bibliograficznym, dlatego wprost opowiada się za powyższą koncepcją pomimo świadomości złożoności problematyki i dużej liczby alternatyw.

tę specyfikę pojawia się w miejscach, w których wystarczająco silna tradycja katolicka gwarantowała przetrwanie tych „radosnych” składników lokalnego dziedzictwa kultury.

Pomimo uniwersalnego przekazu interpretacyjnego, różnicował się lokalnie i ewoluował zgodnie z wewnętrzną dynamiką przemian obyczaju i miejscowego folkloru. Obrastał przy tym w bogactwo partykularnych praktyk ludycznych i ich sensów komunikacyjnych. W związku z powyższym karnawałowa ekspresja publiczna – poprzez kontekst wspólnotowego wykonania, przeżycia, doświadczania i interpretowania – ustanawiała trwałe więzy w obrębie obchodzącej ten obyczaj grupy społecznej.

Jak już zostało to wyartykułowane, na początku swojego istnienia karnawał był przede wszystkim periodycznym zakwestionowaniem chrześcijańskiej „kultury powagi”. Konwencja kontrobyczajowoludyczna dawała możliwość dojścia do głosu wartościom zwalczanym przez oficjalny system aksjologiczny, z równoczesną gwarancją, że ów „głos” nie zostanie potraktowany „na serio”, jako wyraz autentycznego i rzeczywistego sprzeciwu względem dominującego ładu aksjonormatywnego.

W późniejszym okresie, od czasów renesansu, coraz bardziej różnicował się folklorystycznie i znaczeniowo. Dzisiejsze jego postacie tworzą, w przeróżnych konfiguracjach, liczny wachlarz możliwości „ekspresyjno-stylistycznych” oraz „animacyjno-społecznościowych”.

Karnawał realizowany w sposób zgodny z przekazywanym z pokolenia na pokolenie scenariuszem wskazuje na wagę dziedzictwa kulturowego dla sposobu funkcjonowania kultywującej go społeczności. Waloryzacja światopoglądowa służy utrzymywaniu jedności tożsamości kulturowej (symbolicznej), zaś praktyka karnawałowa pełni funkcję integrująco-różnicującą w wymiarze tożsamości społecznej.

Karnawalizacja kultury współczesnej

Z perspektywy badacza praktyk karnawałowych jest to tradycyjny element życia obyczajowego. Posiada on dającą się opisać historię i warstwę wykonania. Jednak z punktu widzenia historii myśli społecznej karnawał znamionuje utopię idealnego szczęścia człowieka pod postacią *homo ludens*. W karnawałowym „innym świecie” ludzie, pozbawieni konieczności zmagania się z uciążliwymi i monotonnymi obowiązkami życia codziennego oddają się wesołej i twórczej zabawie. To świat wolny od zmagania z upły-

wającym czasem i „oporem” przestrzeni. Kraina wiecznej wolności, szczęścia, radości i nieustających przyjemności cielesnych. To święto triumfu bujności życia nad prozaiczną śmiercią. Ta wizja ucieleśnia ważne treści ideowe wykraczające poza ustalenia etnograficzno-folklorystyczne, historyczno-kulturowe czy socjologiczno-strukturalne.

Pojęcia karnawalizacji kultury używa się realistycznie (deskryptywnie) bądź metaforycznie (obrazowo). Przykładowo, angielski socjolog M. Featherstone dostrzega w „karnawale średniowiecznym wiele aspektów kojarzenia metaforycznego, luźne ciągi ulotnych obrazów, wrażeń, rozluźnienia emocji oraz zaniku rozróżnień, które później skojarzono z postmodernizmem oraz estetyzacją życia codziennego” (FEATHERSTONE 1998, s. 327). Tak rozumianą karnawalizację można aplikować do licznych opisów sposobów (stylów) życia⁵.

Inne podejście akcentuje strukturalne przeobrażenia w obrębie hierarchii praktyk społecznych. J. Rifkin udowadnia w oparciu o źródła historyczno-etnograficzne, że w perspektywie długiego trwania wartości świata świąteczno-obyczajowoludycznego i komunikowane przez nią sensy ideowe przeważały nad gospodarczo-uitylitarno-konsumpcyjnymi. Dostrzega się wówczas większe społeczne znaczenie kultury symbolicznej niż techniczno-użytkowej. Jednakże, jak konstatuje amerykański badacz (RIFKIN 2003, s. 276): „w erze nowożytnej ludzie zamienili ważność zabawy i pracy. Głównym arbitrem działalności człowieka stała się praca, a zabawa odeszła na margines, gdzieś między pracą a sen. To odzwierciedla zmianę relacji między sferą kultury i rynku. W miarę zdobywania przez rynek przewagi nad życiem społecznym, status pracy ulegał wzmocnieniu, natomiast zabawa stawała się coraz bardziej błahym spędzaniem czasu wolnego”.

Ponowny wzrost roli zabawy wiąże się z przejściem od gospodarki akumulacji do gospodarki nadprodukcji. Jak komentuje to autor *Wieku dostępu* (RIFKIN 2003, s. 277, 274): „Skracanie czasu pracy oraz zmniejszone zainteresowanie posiadaniem dóbr materialnych jako dostatecznym i wyłącznym celem, każą przywrócić zabawie jej sens podstawowego czynnika społecznego. Zabawa staje się tak samo ważna w gospodarce dóbr kultury, jak w gospodarce industrialnej była praca. [...] Nowy kapitalizm wysuwa

⁵ P. Sztompka dostrzega, że „nasz świat jest coraz bardziej widowiskowy, spektakularny. Wyraża się to w dwojaki sposób. Przede wszystkim otoczenie naszego życia społecznego jest przepełnione obrazami (przedstawieniami wizualnymi) najrozmaitszego rodzaju. A po drugie, postrzegalne aspekty (przejawy wizualne) otaczającego nas świata są bardziej wyraziste, zróżnicowane i bogate niż kiedykolwiek” (SZTOMPKA 2005, s. 11). Do tej charakterystyki również pasuje pojęcie karnawalizacji w zaprezentowanym rozumieniu.

zabawę na pierwsze miejsce w globalnym handlu. Komerccjalizacja doświadczeń kulturowych to przede wszystkim próba kolonizacji zabawy w każdym jej wymiarze i przekształcenie jej w czystą postać towaru, który świetnie się sprzedaje”. Wzrost społecznej rangi zabawy nie świadczy zatem o dojściu do głosu emancypacji od „kultury pracy i powagi” ery industrialnej, ale wprzęgnięciu ją w system gospodarki postindustrialnej. Przy takim podejściu karnawalizacja opisuje pewien stan globalny praktyki społeczeństwa kapitalistycznego, który przekłada się na specyficzne regulacje kulturowe⁶. Na płaszczyźnie indywidualnego w niej uczestnictwa objawia się to nieustannym generowaniem psychokulturowych stanów charakterystycznych dla czynności „bawienia się”.

Podsumowując dotychczasowy wywód można stwierdzić, że:

- 1) praktyki konsumpcyjne i sankcjonujący je światopogląd dominują w sposobie funkcjonowania postindustrialnego społeczeństwa kapitalistycznego;
- 2) współczesna wersja konsumpcji ma zdecydowanie ekscesywny charakter;
- 3) do utrzymywania tego stanu przyczynia się wiele zabiegów ludyczno-teatralnych;
- 4) skoro najbardziej spektakularnym widowiskiem ludycznym jest karnawał, to pojęcie karnawalizacji kultury w najbardziej przemawiający sposób syntetyzuje ten proces myślowy.

Z perspektywy teoriokulturowej karnawalizacja kultury współczesnej oznacza wyjście dotychczasowych obyczajowo-ludycznych przekonań normatywno-dyrektywalnych – „reguł odwracania i przekraczania miary” charakterystycznych dla czynności podejmowanych w karnawale – poza macierzysty obszar i ustanowienie nowych związków między sferą symboliczną a techniczno-użytkową⁷.

Karnawalizacja kultury a turystyka (kulturowa)

W procesie karnawalizacji kultury współczesnej praktycznie w każdym z wymiarów – ekonomicznym, społecznym oraz kulturowym – niezmiennie

⁶ Nieprzypadkowo po dziś dzień czas obchodów karnawałowych pokrywa się często z czasem wzmożonego handlu i konsumpcji.

⁷ Jeśli uwzględnić twierdzenie: proces globalizacji to karnawalizacja kultury staje się jednym z jej wymiarów.

ważną rolę odgrywa turystyka. Jej globalne oddziaływanie dostrzegane jest w każdym ze wspomnianych powyżej aspektów. Nie do końca sprecyzowane, ponieważ pojęcie turystyki ma wiele definicji. Choć wydaje się mocno intuicyjne, to ze względów naukowych tworzy się mniej lub bardziej zaawansowane ujęcia teoretyczne. Ich wybór i poznawcze konsekwencje zależą od dyscypliny badawczej – jej nomenklatury, strategii, celów itd.

I tak, K. Podemski proponuje dwa sposoby pojmowania turystyki. W pierwszym, o charakterze obiektywizująco-przedmiotowym, fenomen ten uznany zostaje za „utowarowioną podróż”. Wykonywana jest jako „usługa, produkt na sprzedaż, dobro konsumpcyjne” (PODEMSKI 2004, s. 9) i obejmuje swym zasięgiem wszelkiego rodzaju formy turystyki zorganizowanej (*package tourism*). Druga definicja, czynnościowo-podmiotowa, związana jest z procesem, który nazwany jest mianem „wizualna konsumpcja”⁸ (PODEMSKI 2004, s. 9). Składa się ona z określonego sposobu doświadczania podróżowania i obcowania z „atrakcją turystyczną”. W obu podejściach wspólnym mianownikiem jest rzeczywistość, a nie metaforyczna czy wyimaginowana zmiana miejsca i przestrzeni. To właśnie realna podróż rodzi dystynktywne konsekwencje partycypacyjne i poznawcze (PODEMSKI 2004, s. 11)⁹.

Jedną z definicji turystyki sformułowano na konferencji World Tourism Organization w Ottawie w 1993 r., a pięć lat później (1998) uznano za oficjalną, obowiązującą w Unii Europejskiej: „Turystyka obejmuje ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, zawodowych lub innych, nie dłużej niż przez rok bez przerwy, poza swoim codziennym otoczeniem, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest działalność zarobkowa, wynagradzana w odwiedzanej miejscowości”¹⁰. Dla prowadzonych tu rozważań ważne jest podkreślenie, że wśród „innych celów” można dostrzec również te, które skoncentrowane są na wysiłkach dotarcia do wydarzeń kulturalnych, imprez masowych lub

⁸ W opinii G. RITZERA (2001, s. 231): „turystyka zawsze polegała na konsumowaniu atrakcji turystycznych i miejsc o walorach turystycznych. Turyści na ogół chętnie kupowali drobiazgi, pamiątki. Jednak obecnie coraz częściej zdarza się, że konsumpcja towarów jest głównym celem turystyki”. Stąd często masową turystykę postrzega się jako odmianę masowej konsumpcji.

⁹ Jak widać, nic nie stoi na przeszkodzie, żeby druga z definicji stanowiła uzupełnienie pierwszej. Jednak nie jest to warunek konieczny dla zaistnienia zjawiska turystyki w pierwszym znaczeniu. Druga definicja pozbawia turystykę ram instytucjonalnych przesuwając jej ciężar gatunkowy w stronę czynników podmiotowych.

¹⁰ Definicja ta ukazała się w 1998 r. po zjeździe Eurostat and Directorate – General XXIII of the European Commission ‘Community methodology on tourism statistics’.

obiektów kulturowych o różnym stopniu zarysowania struktury humanistycznej.

Wedle przekonania K. Przecławskiego, turystyka jest zawsze „procesem zetknięcia kultur: kultury ludności terenów odwiedzanych przez turystów i kultury ludności terenów, z których przybywają turyści” (PRZECŁAWSKI 1979, s. 9). Analitycznie można je rozłożyć na czynniki: 1) z którymi styka się turysta (międzykulturowe); 2) których sam jest reprezentantem (wewnątrzkulturowe); 3) proces akulturacji, w którym uczestniczy zarówno turysta, jak i miejscowy; 4) przemiany w praktyce społecznej i regulacjach kulturowych w grupach poddanych oddziaływaniu turystyki oraz 5) psychokulturowe zmiany w jednostkowym uczestnictwie w kulturze rodzimej i obcej.

W obrocie dóbr turystycznych szczególnie cenne są te, które są pieczołowicie kultywowane w tradycji danej społeczności. Przekazywane z pokolenia na pokolenie stanowią integralny składnik jej dziedzictwa kulturowego, kształtując w ten sposób jej wspólnotową tożsamość. Podróżowanie skoncentrowane na zrozumieniu sensów ideowych obiektów kulturowych (elementów dziedzictwa kulturowego) pod warstwą widowiskowoludyczną nosi nazwę „turystyki kulturowej”. Stworzenia całościowej i zarazem przekrojowej definicji podjął się A. Mikos von Rohrscheidt. Według niego terminem tym „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” (MIKOS VON ROHRSCHEIDT 2008, s. 16)¹¹.

Po omówieniu turystyki (kulturowej) w wymiarze obiektywnego zjawiska kulturowego nie sposób pominąć wymienionego już aspektu „indywidualnej decyzji”. Rozpatrywana jest ona na gruncie jednostkowej partycypacji w turystyce ze względu na uwarunkowania psychokulturowe, światopoglądowe, obyczajowe oraz emocjonalne. Należy zatem zapoznać się z tymi profilami.

W charakterystyce E. COHENA (1988) istnieją cztery rodzaje turystów:

- 1) turysta biorący udział w zorganizowanej turystyce (*organized mass tourist*);

¹¹ Proces można też wpisać w szerszą tendencję, tzw. kulturyzacji turystyki, charakteryzującej się wzmocnieniem roli aspektu semiotycznego w aktywności podróźniczej (PODEMSKI 2004, s. 87).

- 2) turysta korzystający z usług masowej turystyki (*individual mass tourist*);
- 3) poszukiwacz przygód (*explorer*);
- 4) wędrowiec (*drifter*). Masowa turystyka reprezentowana jest przez dwa pierwsze typy podróżowania.

Pozostałe z wymienionych w punkcie 3. i 4. przynależą do form alternatywnych względem całkowicie lub częściowo zinstytucjonalizowanych 1. i 2. Pozbawienie ich ram strukturalnych rodzi problemy poznawcze i klasyfikacyjno-deskryptywne. „Poszukiwacz przygód” może bowiem nie wiedzieć, czego dokładnie poszukuje, oprócz tego, że ma to być wyjątkowy i wciąż turystyczny cel, natomiast w „wędrowcu” zaniknąć może sama potrzeba identyfikowania podróży w kategoriach turystycznych. Przemieszcza się on wówczas zgodnie ze swoimi idiosynkratycznymi pragnieniami dopasowując taktyki podróży do rozwoju sytuacji. Także idea „wizualnej konsumpcji”, a więc zdystansowanej obserwacji, możliwa jest do zakwestionowania w momencie uwolnienia od otoczki bezpieczeństwa zorganizowanej turystyki.

W przypadku „wędrowcy” hipotetycznie można założyć dekonstrukcję teleologii praktyki turystycznej oraz mechanizmów nią rządzących. Zjawisko to zachodzi w momencie wyjścia z roli konsumenta (wizualnego) gotowej „atrakcji turystycznej” i narażenia się na konsekwencje wielowymiarowych procesów akulturacyjnych. Takie sytuacje, osobliwe w pierwszym przypadku, marginalne w drugim, częstsze w trzecim, dominują w czwartym. Psychokulturowa konstrukcja „wędrowca” powoduje, że w wymiarze mentalnym, a niejednokrotnie społecznym i ekonomicznym jest już outsiderem w obrębie swojej własnej, macierzystej wspólnoty. Poszukiwanie odmienności semiotycznej i psychokulturowej służy mu za potencjalną lub realną możliwość alternacji sposobów życia i myślenia. Nierzadko permanentną¹².

Otwarte pozostaje wówczas pytanie, w jakim zakresie można traktować „wędrowca” w zbiorze kategorii „turysta”? Staje się on raczej typem pogranicznym pomiędzy podróżnikiem „starej daty” – sprzed epoki przemysłu turystycznego – a kontrkulturowcem ery „społeczeństwa mobilności”. Paradoksalnie jednak, właśnie ze względu na ową współczesną nieostrość

¹² Mottem „wędrowca” mogą stać się słowa C. Levi-Straussa. „Pragnąłbym żyć w epoce prawdziwych podróży, kiedy wizja rozpościerała się w całej wspaniałości, jeszcze nie zepsuta, nie skażona i nie przekłeta. Każde pięć lat pozwala mi uratować jakiś zwyczaj, poznać jakieś święto, odnaleźć jeszcze jedno wierzenie” (LEVI-STRAUSS 1964, s. 39).

i nieokreśloność pojęciowopoznawczą wpisuje się on w systemową strategię hybrydyzacji zjawisk w „płynnej nowoczesności”. W niej to turysta może przekształcić się w autochtona, a ten ostatni w aktora odgrywającego rolę „samego siebie”, choć w rzeczywistości egzystuje już w obrębie tych samych regulacji kulturowych, a nawet sfery symbolicznej co turysta.

Turystyka w praktyce społecznej

Przechodząc od ustaleń teoretyczno-metodologicznych do społecznej *praxis* turystyki należy na wstępie podkreślić jej światową, w skali przestrzennej i znaczeniowej, ekspansję. Pod hasłem turystyki dociera się do najodleglejszych zakątków globu i dokonuje najdalej idących jego przeobrażeń (MACCANNELL 2002, s. 1). To w imię turystyki najczęściej podejmowana jest podróż i to cele pierwszej zdominowały wyobrażenie o sensie i charakterze drugiej. Fenomen oglądu turystycznego obejmuje „kult dystrakcji” (PODEMSKI 2004, s. 89), czyli permanentną pogoń za doświadczaniem nowości, odmienności, różnorodności czy też egzotyki w specyficznej ekspresyjno-symbolicznej konwencji.

Nowoczesna masowa turystyka wraz z obsługującym go przemysłem narodziła się w latach 30. XX w. i rozwija się nieprzerwanie od jego połowy. Według przewidywań UNWTO względem globalnej skali ruchu turystycznego, do 2020 r. liczba wyjazdów o takim charakterze osiągnie 1,5 mld. Uwzględniając natomiast kryteria makroekonomiczne, przemysł turystyczny generuje ponad 10% produktu światowego brutto, a zatrudnienie bezpośrednio w tej branży znajduje około 250 mln ludzi na całym świecie. Te obliczenia są szacunkowe i zależne od przyjętej metodologii, jednak za każdym razem przewidują dalszy rozwój turystyki i wzrost znaczenia gospodarczego zjawiska.

Pomimo przemożnego wpływu turystyki na gospodarkę i jej nierzadkiej symplifikacji do tej postaci, pozostaje ona w gruncie rzeczy fenomenem z pogranicza kultury techniczno-użytkowej i symbolicznej. Będąc formą „niepracowania”, relaksacją, przyjemnością, rozrywką, powinna – jak zabawa – sytuować się w sferze obyczaju, niemniej przez swój charakter konsumpcyjny podlega współczesnym procesom (makro)ekonomicznym. Turystyka jako część zorganizowanego wypoczynku podlega wszystkim procesom racjonalizacji gospodarczej. Z tej perspektywy traktowana jest jak

najbardziej poważnie, „na serio”, mimo relatywnie krótkiego stażu w historii gospodarki.

Nierzadko turystyka postrzegana jest wyłącznie z perspektywy ekonomicznej. Rozpatruje się ją wówczas jako wyspecjalizowany sektor usług konsumpcyjnych. Zachodzące w niej relacje społeczne oraz tworząca jej ramy szeroko pojęta infrastruktura traktowane są jako elementy składowe operacji biznesowych. Zwraca na to uwagę Z. BAUMAN (1994, s. 32), gdy pisze, że „turysta ma pieniądze, a gdzie pieniądze, tam ściągają tłumnie tropiciele zysków. Turystyka obrasta potężnym przemysłem wytwarzającym ponowoczesne kamienie filozoficzne – takie, co przekształcają kruche marzenia w twardą rzeczywistość”.

W nowej, ponowoczesnej wykładni „atrakcji turystycznej”, oprócz przyrody, historycznych form kultury materialnej (zabytki, odpowiednio przetworzony krajobraz naturalny) i obiektów kulturowych tradycyjnej kultury symbolicznej (teatr, opera), na znaczeniu zyskały przede wszystkim niematerialne obiekty kulturowe. Przede wszystkim te o wyrazistej estetycznoludycznej oprawie, niekiedy podniesionej do rangi atrakcji lub specjalnie preparowane jako takie. Turystyka w swej masowoprzemysłowej postaci może zaprzestać mapowania oraz adaptowania świata do swych potrzeb, ale potrafi wprost go kreować. W wyniku tego potęguje się wieloaspektowe możliwości odbiorcze i partycypacyjne podróżnika równocześnie prowadząc do jednowymiarowych i zestandaryzowanych kształtów.

Najbardziej spektakularne ikony przemysłu turystycznego, np. Disneyland, stają się zarówno wzorem do naśladowania dla późniejszych przedsięwzięć, jak i alegorycznym przedstawieniem samej idei turystyki (przemysłowej) – konsumowaniem podróży i wypoczynku. Skutkuje to tym – jak zauważa przywoływany już polski socjolog – że turysta porusza się „po szlakach turystycznych, z których usunięto pieczołowicie wszelkie niespodzianki, wypełniając je w zamian egzotyką, która na każdym kroku obiecuje przygodę. A nade wszystko ustawiono na trasie malowniczych tubylców, wytresowanych w zadziwianiu i demonstrowaniu gotowości do «oswojenia»” (BAUMAN 1994, s. 32)¹³.

Dla licznych rzeszy turystów masowych serwowane przemysłowo „atrakcje” są jedynymi godnymi uwagi. W interesie ich oferentów leży zatem to, aby ich odczytanie było jak najprostsze i każdemu dostępne.

¹³ Jak twierdzi G. Ritzer, podróżujący w ten sposób „zwiedzają – według sztywnego grafiku – wożeni autokarami z hotelu do hotelu i do restauracji szybkich dań (takich samych jak te u nich)” (RITZER 1999, s. 53).

Pojawiają się wówczas syntetyczne reprezentacje znakowe, obrazowe lub ikoniczne. Ich nieskomplikowana i skonwencjonalizowana semantyka zamienia je w logo, a zarazem markę danego wydarzenia. Proces ten oddziałuje także na obchody ludyczne. I tak, zestawienie maski i kostiumów weneckich w jednym wizerunku powoduje, że staje się on najbardziej rozpoznawalną synekdochą tego karnawału. Odzwierciedla lub antycypuje pojawiające się tam wydarzenia, generując psychokulturowe stany uczestnictwa w zabawie¹⁴.

Niemniej, liczne jest grono ich przeciwników, którzy dostrzegają hiperrealny, symulacyjny i komercyjny status tych zjawisk. Sztuczność i powierzchowność skutecznie ich do nich zraża. W ocenie zwolenników turystyki kulturowej większą wartość osiągają te obiekty, za którymi stoją „historia i kultura”, a nie biznes. Zmienia się ona zatem odwrotnie proporcjonalnie do stopnia komercjalizacji i popularności. Dobrze, jeśli usytuowane są na poboczu turystycznego szlaku i dzięki temu nie zostały jeszcze metaforycznie i realnie „zadeptane”. Dostęp do nich nie może być limitowany finansowo, ponieważ taka sytuacja powoduje, że uczestnictwo w nich szybko staje się przedmiotem gry konsumpcyjnej o wyższy status społeczny.

Środki zaradcze umożliwiające zachowanie wyjątkowości to: 1) sprowadzenie turysty do roli obserwatora, 2) antyspektakularność i antymasowość, 3) podtrzymywanie złożoności struktury sensów ideowych, co powoduje, że zrozumienie ich wymaga wykształcenia określonej kompetencji odbiorczej.

Karnawał w turystyce

Ze względu na strategiczne cele turystyki zorganizowanej w jej głównej orbicie zainteresowania przeważają imprezy o profilu rozrywkowo-hedonistycznym. Pojawiają się jednak również oferty skierowane do podróżników szukających alternatyw. W ich przekonaniu to właśnie udział, w zanurzonych w wielowiekowej transmisji kulturowej, mało rozpoznawalnych na podróżniczej mapie obiektów dziedzictwa kulturowego, dostarcza najbardziej wartościowych przeżyć. Wydaje się, że wśród nich powinni dominować przede wszystkim „podróżnicy” oraz „wędrowcy”. Nie można

¹⁴ Na tym etapie można również mówić o pewnej formie konsumpcji wizualnej.

w tym miejscu jednak przesądzać tego, z jakiego rodzaju kategoriami turysty mamy do czynienia, ponieważ – jak argumentuje autor *Turysty*: „wszyscy turyści do pewnego stopnia pragną tego głębszego wniknięcia w społeczność i kulturę – to jedna z podstawowych pobudek ich podróży” (MACCANNELL 2002, s. 15). Jeśli zatem turysta zapoznaje się z treściami symboli odmiennymi od własnych, to wchodzi w relacje międzykulturowe.

Kontakt z autentycznym życiem obyczajowym, a nie zmediatyzowanym czy prokurowanym przez przemysł turystyczny światem do konsumpcji, dostarcza niepowtarzalnych doświadczeń. Siła tego pierwszego bierze się z połączenia wymiarów obyczajowoludycznego z tożsamościowym w jednolitym całokształcie egzystencjalnego przeżycia. Nie są w stanie tego wygenerować komercyjne „atrakcje turystyczne”, których czysto utylitarna rola tworzy z nich narzędzia przemysłu rozrywkowego. Nawet najnowsze obyczaje, o ile związane są z realiami życia codziennego, mogą przyciągać uwagę ze względu na swą autentyczność. O kształt i kondycję szczególnie cennych atrakcji turystycznych dbają specjalnie powołane w tym celu lokalne instytucje. Skupiają się one również na kluczowych zadaniach związanych z ich zarządzaniem i marketingiem.

Do klasycznych obiektów dziedzictwa kulturowego należy zaliczyć historyczne egzemplarze karnawałów. W związku z tym z plejady zjawisk określanych tym mianem warto odróżnić te, które rzeczywiście zasługują na to miano. Za każdym razem związane jest to z dziejowym stanem dziedzictwa kulturowego, siłą wielopokoleniowej transmisji międzygeneracyjnej oraz waloryzacją tradycji karnawałowej. Z tego też względu w skład powstałej w 2003 r. Listy Światowego Dziedzictwa Niematerialnego UNESCO, zawierającej ponad 160 obiektów dziedzictwa kulturowego z ponad 70 krajów, wchodzi zaledwie trzy karnawały – w boliwijskim Oruro, kolumbijskiej Barranquilli czy belgijskim Binche. Jak można się domyślać są to o wiele mniej rozpoznawalne i medialne zjawiska tego typu, a co za tym idzie – o wiele słabiej „uturystycznione” niż dzielące ten przywilej karnawały w Wenecji i Rio de Janeiro. Są one najmocniej eksponowane i eksploatowane przez media, globalny marketing i podążający za nim przemysł turystyczny.

Odmienny przypadek reprezentuje, omówiony tu dla przykładu, karnawał w walońskim mieście Binche. Jest on w pełni „historyczny”. Jego początki datuje się w XVI w. i od tego czasu nieprzerwanie obchód ten przekazywany jest w niezmienionej przez wieki postaci. Posiada dzięki

temu unikatową warstwę ekspresyjną, co przyciąga uwagę określonego gatunku turystów¹⁵.

Kontakt z niezmiennym od stuleci artefaktem kulturowym przyczynia się do redefiniowania własnych sposobów myślenia, wzorów obyczajowych, przekonań światopoglądowych oraz tożsamości. Z perspektywy oglądu masowej turystyki te akulturacyjne przebieżki powinny przebiegać w sposób bezkonfliktowy i „kontrolowalny”, żeby nie zakłócić pierwszoplanowej percepcji hedonistyczno-rozrywkowej. „Wędrowiec” oraz „podróżnik” intencjonalnie starają się narażać na ryzyko swoją sferę bezpieczeństwa ze względu na przyjętą strategię kognitywno-egzystencjalną. Rezygnując z etnocentrycznego pancerza, starają się dotrzeć do głębszych pokładów ontyczno-epistemicznych.

Jednak w przypadku klasycznych obiektów dziedzictwa kulturowego, pełniących funkcję integrująco-różnicującą danej społeczności, problemem może być dotarcie do nich. Dysponenci tego „dobra” starają się bowiem strzec je przed negatywnym wpływem zetknięcia z obcymi. W świadomości społecznej istnieje bowiem przekonanie co do większej ich wartości w postaci nieskażonej profanicznymi wpływami, a tym bardziej komercjalizacją. Dążenie do utrzymania granic tożsamościowych pomiędzy „nami” a „innymi”, sprzeciw wobec globalnej tendencji do czynienia świata jednym (BAUMAN 2000, s. 84) skutkuje nierzadką, niezwykle pieczołowitą ochroną własnych obyczajów. Dotyczy to również najbardziej oryginalnych jej przejawów, takich jak karnawał¹⁶.

Z racji swoich historycznych uwarunkowań tradycyjny karnawał istnieje w obrębie cywilizacji zachodnioeuropejskiej i jego funkcjonowanie w praktyce społecznej musi liczyć się z pozostałymi jej składnikami, czyli również oddziaływaniem praktyk karnawałowych. Jednak dwa elementy podlegają niezmiennie ochronie – wzory działań obyczajowych i dobór uczestników. Przykładowo, w karnawale w Binche – jak odnotowuje W. Dudzik – wszystko odbywa się „zgodnie z tradycyjnym, ściśle przestrzegany i powtarzany co roku w tym samym kształcie scenariuszem” (DU-

¹⁵ Autentyczność obiektu kulturowego, dobrze jeśli jest gwarantowana przez instytucje eksperckie i organizacje turystyczne. Niezwykle cenne są różnego rodzaju certyfikaty.

¹⁶ Obcy-turysta odzwierciedla niebezpieczny trend relatywizacyjny. Samą swoją obecnością świadczy o możliwości zamiany macierzystego środowiska społeczno-kulturowego na odmienne, a tym samym podważa roszczenie do wyjątkowości każdego innego. Jako czynnik „niosący zamęt” w świecie wartości światopoglądowych i regulacji obyczajowych powinien być izolowany, a nawet wypędzany. Oczywiście, takie skrajne sytuacje mają jedynie miejsce w momentach niezapośredniczonych przez turystykę, czyli na marginesach cywilizacji globalnej i kultur pierwotnych.

DZIK 2005, s. 100). Do jego przestrzegania powołuje się specjalne instytucje. W walońskim mieście działa także „Stowarzyszenie na rzecz Obrony Folkloru”, zaś w niemieckim Rottweil specjalnie powołana organizacja stojąca na straży przestrzegania „kodeksu reguł karnawałowych” (DUDZIK 2005, s. 101, 157). W zakresie obowiązków tychże służb, oprócz dbania o poprawne wykonanie czynności obyczajowoludycznych, jest także pilnowanie, żeby nikt niepowołany nie wziął aktywnego udziału w odtwarzaniu „scenariusza”.

Przewrotna logika współczesnej turystyki sprawia jednak, że akurat najbardziej chronione artefakty niematerialnego dziedzictwa kulturowego mogą stać się niezwykle pożądaną atrakcją. Unikatowość (wykonanie raz na rok) oraz wyjątkowość (osadzenie w lokalnym niepowtarzalnym folklorze), a także wszystkie zabiegi „pielęgnacyjno-sanitarne” gwarantują bowiem jej najwyższą jakość (autentyczność). Bezwzględne stosowanie protekcyjnej polityki sprawia, że (jak do tej pory) unikają one losu materialnych obiektów dziedzictwa kulturowego, które stopniowo ulegają zniszczeniu przez upływ czasu i oddziaływanie (nieraz równie destrukcyjnej) masowej turystyki¹⁷.

Zjawiska karnawałopodobne i skarnawalizowane w turystyce

Z teoretycznego punktu widzenia wiele współczesnych zjawisk ludycznych noszących nazwę „karnawał” nie posiada wymaganych ku temu cech atrybutywnych, tj.: 1) warstwy komunikacyjnej odwołującej się do ludycznych sensów kontrobyczaju kultury chrześcijańskiej; 2) praktyki obyczajowej pochodzącej ze społeczności chrześcijańskich (prawie zawsze katolickiej), w ramach której ustanawiane są obchody karnawałowe jako kluczowe składniki ich dziedzictwa; 3) nieprzerwanej transmisji kulturowej; 4) nieustannej waloryzacji wartości karnawału w ramach tradycji danej grupy

¹⁷ Wprawdzie turystyka kulturowa jest najmniej inwazyjna, jednak stopniowo zyskuje na coraz większym znaczeniu. Proces destrukcyjnego oddziaływania masowej turystyki dostrzeżga m.in. G. RITZER (2001, s. 211), gdy pisze, że „autentyczne obiekty turystyczne pójdą prawdopodobnie w ślady jaskini w Lascaux – wskutek żądań zaspokojenia potrzeb wielkiej liczby turystów – tak się zmienia, że przekształca się w symulowane wersje oryginału”.

(ciągłego procesu weryfikacji historycznych elementów dziedzictwa kulturowego w życiu wspólnoty).

Ze względu na powyższe obostrzenia terminologiczno-kategorialne, przekładające się na fenomenalistyczną (rzeczywistą) percepcję, liczne „karnawały” zyskują taki status tylko ze względu na podobieństwo do niego. Dzieje się tak m.in. z jego londyńską wersją – słynnym „Świętem dzielnicy Notting Hill”. Został on implementowany w postmodernistyczny i wielokulturowy krajobraz tej metropolii przez imigrantów z Trynidadu i Tobago. Pomimo że skoligacony z myślą i praktyką chrześcijańską, nie spełnia surowych warunków wyłuszczonych powyżej, dyskwalifikuje go przede wszystkim główny wymóg względem opisywanego kontrobyczaju – funkcja ludycznego *intermezzo* pomiędzy dwoma głównymi świętami chrześcijańskimi – Bożego Narodzenia i Wielkanocy. „Święto dzielnicy” odbywa się w sierpniu, a nie w zimie. Szybko też zatracił swoje lokalne znaczenie (integracja lokalnej grupy) i z imigracyjnego resentymentu przekształcił się w światowej sławy wydarzenie ludyczne. Zwracają na to uwagę m.in. W. Burszta i W. Kuligowski. „Napływowa ludność prowadzi także do zmian w lokalnych obyczajach. Parada imigrantów z Trynidadu przekształciła się przecież w największe święto uliczne Europy, jakim jest Notting Hill Carnival” (BURSZTA, KULIGOWSKI 2005, s. 186). Choć nie zawiera on symbolicznych właściwości klasycznego karnawału, to pełnymi garściami czerpie z jego repertuaru praktyk ludycznowidowiskowego. Świadczy o tym spektakularna i kolorowa oprawa zabaw muzyczno-tanecznych wykorzystująca liczne tropy zapustów. W przeciwieństwie jednak do jego klasycznych postaci może się nieustannie zmieniać i powiększać grono uczestników.

W ekonomii przemysłu turystycznego zjawisko skarnawalizowane (ew. brytyjski postkarnawał) idealnie wpisuje się w jej strategiczne cele, stając się niezwykle cennym i pożądanym narzędziem w ich osiągnięciu. „Święto dzielnicy” jest jednocześnie lokalne, ale i globalne, bezpośrednio związane z dającą się umiejscowić społecznością, lecz chętną w udostępnieniu swoich „zasobów” wszystkim zainteresowanym. Posiada wyraźny rys tożsamościowy, aczkolwiek nieustannie modulowany w wyniku dynamicznych interakcji społecznych i ludycznej inwencji. Dostarcza zatem turystyce bezpośrednich doświadczeń czegoś prawdziwego, autentycznego czy „żywego”, pozbawionego zarazem poczucia dystansu względem historycznego obiektu kulturowego. Dotarcie do tego ostatniego jest bowiem limitowane i wiąże się z trudem nauczania się reguł interpretacji złożonych sensów komunikacyjnych. Świadomość jednoznacznej i niepodważalnej przynależności

karnawału do jakieś grupy społecznej i jej monopolu nadawczo-komunikacyjnego sytuuje każdego postronnego, w tym turystę, w roli podrzędnego obserwatora. Stwarza izolację pomiędzy pełno- i niepełnoprawnymi uczestnikami wydarzenia. Podaje jasno do wiadomości, że są wartości, których nie da się kupić za pieniądze, ponieważ przynależą do dziejowego procesu kontynuacji i przemian dziedzictwa kulturowego, a nie do procesu komercjalizacji obyczaju.

Zjawiska skarnawalizaowane, bazując na swoim widowiskowoludycznym podobieństwie z klasycznym karnawałem, tworzą iluzję zbliżonego uczestnictwa. Jednak znaczące różnice strukturalne powodują, że mogą się wpisywać w logikę kreacji i dystrybucji „atrakcji turystycznej”. Włączenie go do ekonomicznego obiegu towarów i usług pozbawia go statusu obiektu wyłącznie symbolicznokulturowego, lecz może wykształcić własne sensy ideowe i nadal pełnić funkcję tożsamościową, o ile zachowa swój charakter integrująco-różnicujący.

Problem dyferencjacji w obrębie klasy zjawisk określanych mianem zjawisk skarnawalizowanych ze względu na zróżnicowanie semiotyczne, performatywne i integracyjno-różnicujące sprawia kłopoty nawet wprawnym analitykom. Prowadzi to do multiplikacji propozycji teoretycznych. Egzemplifikuje je chociażby pogląd K. Brauna, który proponuje odróżniać „karnawały/zapusty” od innych „świąt karnawałowych”. W skład tych ostatnich wchodzi niezliczone formy ekspresji publicznych – pochody, parady, muzyczno-taneczne imprezy masowe, z których każda stanowi „przejaw karnawalizacji odpowiadający czasom postmodernizmu” (BRAUN 2005, s. 422). Na jeszcze jedną ważną cechę tych fenomenów zwraca uwagę J. SZCZEPAŃSKI (1984, s. 109): „jeden z paradoksów bogatej cywilizacji technicznej polega na tym, że produkując rozrywki w rytmie przyspieszonym, rodzi także nudę i niezadowolenie w postępie geometrycznym”. Oznacza to, że nie tylko różnicują się one strukturalnie, lecz także nieustannie ewoluują.

Poczynione powyżej uwagi stanowią odzwierciedlenie nie tylko problemu teoretycznego tworzenia konstrukcji „typowo idealnej” zjawisk skarnawalizowanych, ale przede wszystkim fenomenalistycznego. Trudno bowiem je jednoznacznie opisywać i typologizować, w sytuacji kiedy nieustannie zmieniają warunki własnej egzystencji. Brak możliwości skonstruowania pojęcia granicznego na podstawie substancjalnej treści odsyła w stronę społecznego znaczenia fenomenu. Łatwiej zidentyfikować zjawisko skarnawalizowane poprzez funkcję, jaką pełni w danym systemie, niż przez określone cechy dystynktywne. Korzystając z dawnego trybu kontr-obyczajowoludycznego karnawału komunikuje pozytywną waloryzację

wartości konsumpcyjnych, zaś poprzez generowanie stanów zbiorowego psychoorganicznego oszołomienia sprzyja ustanowieniu okresowych wspólnot¹⁸.

Zjawiska skarnawalizowane są wdzięcznym obiektem dla turystycznej „obróbki”. W przeciwieństwie do klasycznego karnawału mogą odbywać się w dowolnej aranżacji, porze roku, grupie społecznej¹⁹. Nie ma w nich relacji nadrzędności (wykonawcy) i podrzędności (obserwatorzy) oraz związanej z tym nierówności partycypacyjnej. Dlatego każdy z uczestników może czuć się współautorem czy też wziąć aktywny udział, niezależnie od miejsca pochodzenia, wiedzy lub umiejętności. Jeśli pojawiają się jakieś ograniczenia, mają one zdecydowanie łagodniejszy charakter niż w tradycyjnym karnawale. Modalność i fluktuacja treści pozwala dopasowywać zjawisko skarnawalizowane do aktualnie zmieniających się zapotrzebowań społecznych. To niezwykle, cenna wartość dla poszukującej wciąż nowych atrakcji turystyki, ponieważ nawet najbardziej widowiskowy i bogaty w sensy ideowe tradycyjny obchód karnawałowy wykonywany jest według tego samego scenariusza. W związku z tym może być potraktowany jako swoiste ruchome muzeum, prezentujące zawsze tę samą ekspozycję. A jak wiadomo, tylko nieliczni, pasjonaci są skłonni oglądać ją więcej niż raz.

Jak zauważa M. GOLKA (2001, s. 87), „globalizacja i kultura masowa uruchomiły – paradoksalnie – zapotrzebowanie na różne lokalne i jednostkowe tożsamości na niespotykaną dotąd skalę, mimo iż zanikają kody rodzimych kultur, bo ich uczestnikom często wewnątrz nich trudniej się ze sobą porozumieć niżeli z podobnymi sobie (społecznie, zawodowo czy demograficznie) przedstawicielami innych kultur”. Współczesna turystyka i zjawiska skarnawalizowane współgrają z sobą w tworzeniu uniwersalnej platformy, niezwykle dziś pożądanej wymiany relacji społecznych i kreacji tożsamościowych. Jako „karnawały czasów postmodernizmu” są w równym stopniu egalitarystyczno-emancypacyjne, jak i konsumpcyjno-hedonistyczne.

¹⁸ Dzieje się to wszystko w posttradycyjnym i postfolkorystycznym entourage’u, do których doskonale pasuje sugestywny opis R. Schechnera, który dzisiejsze „karnawały” postrzega jako „tłumne zebrania pełne [...] wirów i turbulencji, wstępujących i zstępujących prądów, tworzących kontrast między działaniem na wielką skalę a wielością lokalnych dramatów” (SCHECHNER 2000, s. 52).

¹⁹ Można powiedzieć, że pozbawienie ich „patyny” pozwala im także zarzucić „rutynę”.

Podsumowanie

Karnawalizacja kultury współczesnej ma silny wpływ na specyfikę i rozprzestrzenianie się turystyki pod wszystkimi postaciami. Najmocniej jednak na jej formy masowe. Sprzyja rozwojowi przemysłu turystycznego poprzez odpowiednie regulacje kulturowe oraz kreowanie psychokulturowych wzorców uczestnictwa w nim. W swych przejawach komercjalizacyjnych ujednolica, spłyca i standaryzuje miejscowe formy etnicznej egzystencji²⁰.

Na potrzeby rynku turystycznego powstają specjalnie spreparowane, baśniowe światy rozrywki i dystrykcji. Te „inno(odmienno)kulturowe” czasoprzestrzenie, w swych warstwach – semiotycznej, wizualnej i partycypacyjnej – mają wiele cech wspólnych z klasycznym karnawałem. Pomimo możliwych do wyszczególnienia odmienności, jeden kluczowy element charakteryzujący zjawisko karnawalizacji od razu rzuca się w oczy – nieograniczony czas i miejsce trwania. Tradycyjny karnawał jest okresową transgresją, karnawalizacja transgresją periodyzacji czasu i podziału przestrzeni. W momencie gdy zaciera się podział na *sacrum* i *profanum*, hybrydyczne regulacje kulturowe nadają specyficzne zabarwienie działaniom społecznym. Z tego przywileju całymi garściami czerpie zorganizowana turystyka – upostaciowiona przez „masowego” bądź „indywidualnego” reprezentanta – wykorzystując je zarówno w celach marketingowoznaczniowych, jak i bezpośrednich strukturalno-animacyjnych.

Paradoksalna natura ponowoczesnych procesów globalizacyjnych powoduje, że z jednej strony turystyka stała się jednym z głównych czynników światowej detradycjonalizacji i dedyferencji (składników) kultur. Z drugiej, jej zainteresowanie unikatowymi obiektami kulturowymi sprawia, że pragną utrzymać je w obiegu symboliczno-ekspresyjnym lokalnych społeczności. Potężnemu ciśnieniu homogenizacji towarzyszą więc odśrodkowe siły heterogenizacji. Na przecięciu tych oddziaływań utrzymują się lub tworzą przeróżne wersje zjawisk: 1) karnawałowych (lokalno-tradycyjnych); 2) skarnawalizowanych (eksterytorialno-posttradycyjnych). Funkcjo-

20 Stanowi to przedmiot troski badaczy wpływu globalnej turystyki (socjologowie, antropologowie, filozofowie, kulturoznawcy) na tradycyjne wspólnoty. Opisują oni jej destrukcyjny wpływ na życie lokalnych społeczności i przekształcenia w ich sferach symbolicznych – potocznym doświadczeniu społecznym i świadomości społecznej.

nują one w różnych połączeniach praktyk symbolicznych i techniczno-użytkowych oraz zmiennych waloryzacjach światopoglądowych.

Rozpatrując partykularny wkład każdego z nich w generowanie i utrzymywanie ruchu turystycznego – także w aspekcie cyrkulacji semiotycznego towaru(funkcja)-znaku – można wskazać, że po pierwsze klasyczny karnawał stwarza możliwości kontaktu międzykulturowego w dawnej podróźniczej konwencji zetknięcia się z rzeczywistym i osadzonym w historii danego miejsca obiektem dziedzictwa zamieszkującej go społeczności. Po drugie zjawisko skarnawalizowane potrafi zręcznie, choć nie w każdym przypadku i nie w pełnej skali imitować powyższe okoliczności i zyskiwać dzięki temu korzyści symboliczno-konsumpcyjne. Zjawisko skarnawalizowane, bazując (nierzadko bardzo luźno) na „budulcu” obchodów ludycznych, dąży do ustanowienia plejady ponadkulturowych „karnawałów czasu postmodernizmu” w jak najbogatszej ofercie ludyczno-artystyczno-konsumpcyjnej.

Uwzględniając kryteria podziału na poszczególne kategorie turystów i przyświecające im cele przemieszczenia się można dostrzec rozwarstwienie zainteresowań wymienionymi fenomenami. Ma to odzwierciedlenie w faktycznym uczestnictwie w nich. I tak, kontakt z klasyczną postacią karnawału wymaga pogłębionej kompetencji kulturowej (wiedzy symbolicznej, zdolności interpretacyjnych) oraz specyficznej konstrukcji psychokulturowej (wykształcenie dystansu, umiejętność opanowania emocji, pogodzenie się z rolą obserwatora). Prymat wartości kognitywnych i postawa refleksyjna w sposób „naturalny” powinny charakteryzować „wędrowca”, w nieco mniejszym „podróżnika”. W związku z powyższym te dwa typy, z założenia, desygnowane są do eksplorowania symbolicznych warstw tradycyjnych obchodów karnawałowych. W mniejszym stopniu reguła ta obowiązuje „turystę indywidualnego”, w najmniejszym zaś „turystę masowego”.

Z kolei ze względu na rodzaj zjawiska skarnawalizowanego porządek ten może ulec reorganizacji lub całkowitemu odwróceniu. W założeniu, powinna tu działać zasada odwrotnej proporcjonalności: 1) im mniejsza społeczna inkluzyjność i symboliczna ezoteryczność zjawiska, tym większa jego zdolność przyciągania; 2) zwiększająca się „wrzawa medialna” i popularność wokół zjawiska zmniejsza jego zasób ideowy. Najliczniej uczęszczane są te szlaki, na których rozmieszczone są skonwencjonalizowane znaki (markery) jakości, łatwe do odhaczenia, zdecydowanie rzadziej te, które wymagają intelektualnego wysiłku i wyłamywania się ze schematów poznawczych i egzystencjalnych.

Głoszone w niniejszym opracowaniu tezy klasyfikacyjno-typologiczne mają charakter idealizujący i poniekąd idealistyczny. Nawet przy odrobinie inwencji można wyobrazić sobie bowiem hipotetyczną sytuację, w której turysta o orientacji symbolicznokulturowej wybiera ofertę zorganizowanych form masowej turystyki i doświadcza zmysłowych przyjemności, a także równie kontrfaktyczną sytuację, w której zazwyczaj hołdujący wartościom hedonistyczno-dystrakcyjnym turysta odkrywa nagle istniejące w „atrakcji turystycznej” sensy komunikacyjne i przekazy światopoglądowe. Niemniej pamiętać należy, że rozpatruje się tu dwie płaszczyzny teoretyczne – obiektywnych zjawisk kulturowych (i ich regulacji) oraz form indywidualnej partycypacji w nich (i ich cech psychokulturowych). Przyjęcie tych przesłanek pozwala opisać specyficzną rolę wybranych do badania zjawisk na styku kultury i turystyki, niezależnie od całego spektrum podmiotowych intencji i wartościowania.

BIBLIOGRAFIA

- BANASZAK G., KMITA J., 1991, *Spółeczno-regulacyjna koncepcja kultury*, Instytut Kultury, Warszawa.
- BAUMAN Z., 1994, *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*, Instytut Kultury, Warszawa.
- BRAUN K., 2005, *Karnawał? Karnawalizacja?*, tłum. T. Lubotzki, [w:] *Antropologia widowisk. Zagadnienia i wybór tekstów*, L. Kolankiewicz (red.), Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- BURSZA W.J., KULIGOWSKI W., 2005, *Sequel. Dalsze przygody kultury w globalnym świecie*, Wyd. Literackie Muza SA, Warszawa.
- COHEN E., 1988, *Authenticity and Commoditization in Tourism*, „Annals of Tourism Research”, 15.
- DUDZIK W., 2005, *Karnawały w kulturze*, Wyd. Sic!, Warszawa.
- FEATHERSTONE M., 1998, *Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego*, tłum. P. Czapliński, J. Lang, [w:] *Postmodernizm. Antologia przekładów*, wybrał, opracował i przedmował opatrzył R. Nycz, Wyd. Baran i Suszczyński, Kraków.
- GOLKA M., 2001, *Kultura w przestrzeni globalnej*, [w:] *Spółeczne problemy globalizacji*, Z. Blok (red.), *Człowiek i społeczeństwo XIX*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.
- GRAD J., 1997, *Zabawa jako zjawisko kulturowe*, [w:] *Szkice o partycypacji kulturowej*, K. Zamiara (red.), Wyd. Fundacji Humaniora, Poznań.
- LEVI-STRAUSS C., 1964, *Smutek tropików*, PIW, Warszawa.
- MACCANNELL D., 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Wyd. Literackie Muza SA, Warszawa.
- MIKOS V. ROHRSCHEIDT A., 2008, *Turystyka kulturowa – wokół definicji*, www.turystykakulturowa.org, 1 (listopad).
- MOSER D.R., 2002, *Jedenaście tez o karnawale*, tłum. M. Pietrzykowska, „Polska Sztuka Ludowa – Konteksty”, 3–4, Instytut Sztuki PAN, Fundacja Kultury.
- PODEMSKI K., 2004, *Socjologia podróży*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań.

- PRZECŁAWSKI K., 1979, *Socjologiczne problemy turystyki*, IW CRZZ, Warszawa.
- RIFKIN J., 2003, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, tłum. A. Kania, Wyd. Dolnośląskie, Wrocław.
- RITZER G., 2001, *Magiczny świat konsumpcji*, Wyd. Literackie Muza SA, Warszawa.
- SCHECHNER R., 2000, *Przyszłość rytuału*, tłum. T. Kubikowski, Oficyna Wydawnicza Wolumen, Warszawa.
- SZTOMPKA P., 2005, *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- http://www.turystykakulturowa.org//archiwum/tk_nr001.pdf.