

ANNA HOROLETS

*Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie*

## CODZIENNOŚĆ JAKO ATRAKCJA TURYSTYCZNA W DOŚWIADCZENIU TURYSTÓW NISZOWYCH DO BYŁEGO ZSRR

Zdroworozsądkowo turystykę postrzega się często jako ucieczkę od rutyny i codzienności. Turysta dąży do uwolnienia się od regularnie wykonywanych czynności oraz scenerii i ludzi otaczających go na co dzień. Czy i w jakim znaczeniu codzienność może zatem stanowić rodzaj atrakcji turystycznej? Jaka i czyja jest to codzienność? Jaka jest rola codzienności w doświadczeniu turystycznym? Czy fascynacja codziennością jest jedną z cech definiujących turystykę alternatywną, której podmiot buduje swoją tożsamość na zasadzie kontrastu wobec turysty masowego? Chciałabym pokusić się o próbę odpowiedzi na te pytania, posługując się materiałami z badań turystyki niszowej z Polski do krajów byłego ZSRR.

### TURYSTYKA ALTERNATYWNA

Od lat osiemdziesiątych XX wieku w badaniach społecznych i kulturowych rośnie zainteresowanie wszystkimi nurtami turystyki, które budują swoją tożsamość na opozycji wobec turystyki masowej. Zwrot w stronę „innej” turystyki zauważalny jest zarówno na poziomie podmiotów indywidualnych, uprawiających te rodzaje turystyki, jak i na poziomie podmiotów instytucjonalnych opracowujących strategie sprzedaży coraz to nowych rodzajów usług turystycznych (Podemski 2005; por. Saryusz-Wolska 2010, s. 63).

W badaniach społecznych funkcjonuje pojęcie turystyki niszowej, utworzone przez analogię do pojęcia marketingu niszowego. Oparte jest ono

na założeniu, że istnieją grupy ludzi potencjalnie zainteresowanych „inną” turystyką oraz że „opakowanie” oferty turystyki niszowej powinno sprostać ich oczekiwaniom (Novelli 2005).

Innym pojęciem pozwalającym opisywać podróżowanie odmienne od turystyki masowej jest turystyka alternatywna. Obok podkreślania małej skali zjawiska istotne są tu także komponenty kontaktu z lokalnymi mieszkańcami i świadomego podejścia turystów zarówno do środowiska kulturowego, jak i naturalnego. Turystyka alternatywna była pomyślana przez organizacje międzynarodowe zajmujące się planowaniem, badaniem i oceną skutków turystyki — na przykład Światową Organizację Turystyczną (World Tourism Organisation, WTO) oraz World Travel and Tourism Council (WTTC) — jako sposób na wspieranie rozwoju krajów Trzeciego Świata. Pojęcie turystyki alternatywnej powstało pod dość silnym wpływem popularnych w latach 1980–1990 koncepcji zrównoważonego rozwoju, w których turystykę przedstawiano jako istotny czynnik ekonomiczny, mogący przyczynić się do rozwoju krajów Trzeciego Świata i zwiększenia dobrobytu ich mieszkańców. Tak określone projekty turystyki alternatywnej mimo szlachetnych intencji wpisują się jednak w postkolonialną logikę i powielają hierarchiczny podział świata na regiony, które są „zwiedzane” (i które są wyzyskiwane), oraz takie, z których „wyjeżdża się na zwiedzanie” (Mowforth, Munt 2003). Choć turystyka alternatywna jest zjawiskiem heterogenicznym<sup>1</sup>, podział na zwiedzających i zwiedzanych nie traci hierarchizujących sensów (nawet w tym samym kraju, czy pomimo strategii oporu ze strony „zwiedzanych”, por. Boissevain 1996). Logika znajdowania miejsc, w których może się odbywać turystyka alternatywna, jest logiką kierowania ku heterotopiom i utopiom opisanym w eseju Foucaulta pt. *Of Other Spaces* (1986; por. Davidson 2005).

Wśród „innych” turystów można też odnaleźć figurę turysty nie tylko dążącego do wyjścia poza „bańkę środowiskową”, ale także traktującego samą podróż jako zabawę i symulację. John Urry (1995) nazywa go postturystą. Nie poszukuje on autentyczności, wie, że cała turystyka jest grą pozorów. Jest przygotowany na nieautentyczne przedstawienia i wielorakie ich interpretacje. Jednocześnie utrzymanie tej refleksyjności poprzez całe spektrum doświadczeń turystycznych jest rodzajem postawy-typu idealnego, może być albo momentem w doświadczeniu turystycznym jednostki, albo stadium w rozwoju danego typu turystyki niszowej. Refleksyjność ustawicznie podlega komodyfikacji w przemyśle turystycznym.

---

<sup>1</sup> Przykładowymi rodzajami „innych” turystów są poszukiwacze własnych korzeni (*ancestry tourists*), turyści chcący odwiedzić miejsca działań wojennych i ludobójstwa (*dark tourists*), backpackersi, turyści kulinarni — odwiedzający słynne restauracje lub miejsca produkcji specjalów gastronomicznych (*gastronomic tourists*), turyści zainteresowani samymi środkami transportu (*transport tourists*) itd. zob. Novelli 2005, s. ix–x; Jarecka 2010; Nacher 2010.

Większość badań nad postturystyką, antyturystyką, turystyką alternatywną, turystyką niszową w sposób bardziej lub mniej bezpośredni odwołuje się do kategorii klasy społecznej, pragnienie ucieczki od turystyki masowej jest związane z aspiracjami nowej klasy średniej: ludzi wykształconych, pracujących jako specjaliści lub w wolnych zawodach i wyznających wartości postmaterialne (por. Featherstone 1991; Bourdieu 2005; Betz 1992). Podróże do dalekich łądów są w centrum tożsamości tej klasy (Desforges 1998, s. 191). W poświęconych turystyce alternatywnej badaniach kanadyjskiej antropolog Julii Harrison (2003) wszyscy rozmówcy należeli do tak określonej nowej klasy średniej, a ich antymaterializm znajdował odzwierciedlenie w sposobie podróżowania: wyjeżdżali często i daleko, bez wydatków ponad stan, ale i bez zbędnych obciążeń (*unwanted hardships*).

„Wydaje się, że ich pragnienie autentyczności kulturowej wynika z uznania faktu, iż kulturowe zubożenie jest nieuniknionym skutkiem ubocznym sukcesu ekonomicznego i światowej dominacji, a zarazem wzmacnia poczucie wyższości społecznej [turysty nad tubylcem, turysty alternatywnego nad turystami masowymi — A.H.]. Choć taniec woodoo miło jest obejrzeć, ważne, żeby wszystko było pod kontrolą i żeby nic nie przeszkodziło w bezpiecznym powrocie do własnego domu na przedmieściach w kilka dni później” (Greenwood 1989, s. 184).

Dla rozmówców Harrison w podróży istotne było samo doświadczenie, które często było estetyzowane (2003, s. 10; por. Featherstone 1996). W doświadczeniu podróży nowej klasy średniej estetyka łączy się także z etyką, przedstawiciele tej klasy w podróży realizują „obsesyjne dążenie do tego, by ich gusta sprawdziły się jako mające autentyczną wartość” (Munt 1994, s. 108–109). Według Iana Munta (1994, s. 120), konstruowanie doświadczeń z podróży jako autentycznych służy umacnianiu własnego poczucia moralnej wyższości, potwierdzaniu stylu życia i priorytetów życiowych przedstawicieli nowej klasy średniej. Budowanie własnej pozycji społecznej poprzez turystykę jest wpisane w kontekst szerszych zmian modernizacyjnych, prowadzących do powstawania na przykład „kultury indywidualizmu”, w której jednostce nadaje się status głównego podmiotu politycznego i tym samym czyni się ją odpowiedzialną za własne sukcesy i niepowodzenia (Jacyno 2007). W późnej nowoczesności skupienie na jednostce odpowiedzialności społecznej i politycznej jest częścią polityki życia (Giddens 2001).

Oprócz konkretnohistorycznych sensów przeciwstawiania się turystyce masowej, będących wypadkową procesów indywidualizacji charakterystycznych dla późnej nowoczesności, wyłonienia się nowej klasy średniej, projektów zrównoważonego rozwoju czy ekspansji przemysłu turystycznego, istnieją także ponadczasowe sensory kulturowe piętnujące turystykę jako taką: „[...] słowo «turysta» niemal zaraz po pojawieniu się na początku XIX wieku, zaczęło mieć negatywne odcienie znaczeniowe, a demokratyzacja podróży nadała mu jeszcze większy ładunek irytacji i pogardy” (Lofgren 1999, s. 262). Już

wówczas masowość i przyspieszenie tempa podróżowania w wyniku rozwoju kolei żelaznych wywoływały nie tylko podziw, lecz także irytację:

„Ściśnięty w wagonie, zanumerowany jak rzecz, którą z miejsca w miejsce mniej więcej całą przewieźć się obowiązano, jedzie król stworzenia zdegradowany do roli tłumoka, ledwie śmiejąc spojrzeć przez okno. Jest to już nie podróż, ale proste przenoszenie się z miejsca na miejsce, które w przyszłości powinno być ulepszone przy pomocy chloroformu. Ludzi będzie się usypiać, administracja kolei naładuje nimi wagony, a wedle kartek poprzylepianych na czole wydawacich będą po stacjach [...]” (Józef Ignacy Kraszewski, *Kartki z podróży 1858–1864*, Warszawa 1977, t. 1, s. 31; cyt. za: Burkot 1988, s. 381).

Dążenie do odróżnienia się od turysty masowego i od turystyki jako takiej stanowi zatem jeden z zasadniczych sensów kultury podróżowania. Turysta alternatywny poszukuje wzoru odkrywania inności poza egzotyką i poza spojrzeniem turystycznym, w praktykach takich postaci jak misjonarz, zwiadowca czy antropolog. Wbrew oczywistym różnicom oraz mimo oczywistych dziś ciemnych stron te sposoby podróżowania są mu miłsze jako wzór podróżnika niż turysta masowy. To też powoduje, że nazywa siebie nie turystą, lecz podróżnikiem, a swoją przygodę — podróżą czy wyprawą (O'Reilly 2005). Jak zauważył James Clifford we wstępie do książki *Routes*, słowo „podróż”, choć obarczone konkretnohistorycznym bagażem postkolonialnych odniesień, jest jednak najpojemniejszym spośród określeń służących do opisywania przemieszczania się we współczesnym świecie (Clifford 1997)<sup>2</sup>. Z wieloznaczności tego pojęcia chce korzystać turysta alternatywny.

Skoro egzotyka i niecodziennosc stały się chlebem powszednim turystyki masowej, codzienność jawi się jako naturalny przedmiot zainteresowań turystyki alternatywnej, chociaż i w codzienności kryje się możliwość podstępu — może ona się okazać inscenizacją zaaranżowaną specjalnie dla turystów (por. MacCannell 2002). Wobec tego w doświadczaniu codzienności przez turystów alternatywnych kluczowa staje się jej prawdziwość czy autentyczność.

## SENSY AUTENTYCZNOŚCI W TURYSTYCE

Kategoria autentyczności powszechnie występuje w analizach turystyki współczesnej. Jedno z najszerzej znanych ujęć autentyczności w kontekście turystyki należy do Deana MacCannella (2002), który wyróżnia chęć doświadczenia autentyczności jako jedną z podstawowych motywacji turysty, wskazując jednocześnie, że turysta po wielekroć jest skazany na autentyzm inscenizowany.

<sup>2</sup> W perspektywie socjologii mobilności (Urry 2009) mobilność jest bardziej pojemnym wyrażeniem niż podróż, jednak socjologiczne pojęcie „mobilność” — podobnie jak często używane w filozofii postmodernistycznej pojęcie „nomadyzm” — maskuje, zdaniem Clifforda (1997, s. 39), istotne hierarchiczne treści praktyk podróżowania, które w pojęciu podróż są zakodowane i stale aktualizowane.

Pojęcie autentyczności jest przez MacCannella ujęte w kategoriach obiektywizujących. Poszukiwanie autentyczności widzi on jako główny i nieosiągalny cel współczesnej turystyki. Twierdzi, że dążenie to jest skrzętnie wykorzystywane przez „stronę podaży”. Nie ma więc dziś doświadczeń autentycznych w turystyce, wszystko jest grą, za którą turyści płacą. Autentyczność jest inscenizowana. MacCannella koncepcja autentyczności, zawierająca odwołania do Goffmanowskiego podziału na scenę i kulisy, implikuje, że tylko kulisy są sferą autentyczności oraz że dostęp do sfery kulisy jest dla turystów zamknięty — również dlatego, że sfera ta jest błyskawicznie „kolonizowana” (w znaczeniu, jakie nadaje temu pojęciowi Jürgen Habermas) przez przemysł turystyczny. Kulisy są stylizowane, by wyglądały na bardziej autentyczne, dostęp do nich sprowadza się do podglądania czegoś, co często jest inscenizacją (np. opisywane przez MacCannella platformy do obserwowania robotników przy pracy).

Ujęcie MacCannella, aczkolwiek przekonujące i wewnętrznie spójne, spycha na dalszy plan podmiotowość turystów oraz ludzi, z którymi spotykają się oni podczas podróży. Dlatego modyfikacji podejścia MacCannella dokonywano głównie przez wprowadzenie do zarysowanego przez niego schematu kategorii podmiotowości. Erik Cohen (1979) zwrócił uwagę na to, że turyści często są świadomi inscenizacji. W zależności od tego, czy turyści i ich gospodarze doświadczają sytuacji spotkania jako autentycznej, wyróżnił on cztery typy doświadczenia: od spotkania odczuwanego jako nieautentyczne przez obie strony do spotkania doświadczanego jako autentyczne zarówno przez gospodarzy, jak i przez turystów. Inną typologię doświadczenia turystycznego z odwołaniem do pojęcia autentyczności zaproponowali Philip Pearce i Gianna Moscardo (1986). Wyróżnili oni dziewięć typów doświadczenia turystycznego w zależności od tego, czy turyści i ich gospodarze spotykają się w formie relacji zaaranżowanej na potrzeby turystyki oraz w formie relacji świadczącej usługę—obsługiwany czy ich spotkanie nosi inny charakter. Są to na przykład takie sytuacje, w których turyści spotykają ludzi sceny w sferze kulisy, lokalni mieszkańcy nie grają rolę stworzonych specjalnie na potrzeby rynku turystycznego, a turyści trafiają do sfery kulisy oraz kilka innych.

Brak podmiotu i nieuwzględnienie subiektywnych czynników oddziałujących na odbiór sytuacji nie jest jedyną słabością koncepcji autentyczności MacCannella. Drugą jest fetyszycyzacja autentyczności. Jest to pochodna takiej krytyki nowoczesności, w której mieści się koncepcja MacCannella — ze sporą domieszką spojrzenia romantycznego, które pod migocącą i hałaśliwą powierzchnią codzienności każe doszukiwać się głębi przeżyć. Jak pokazuje Hansen (1997) w krytycznej analizie postawy postkolonialnej, autentyczność może funkcjonować jako kategoria-fetysz w naukowych, literackich i publicznych konceptualizacjach nowoczesności. Hansen zwraca uwagę na romantyczne<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Zakresy pojęcia „romantyzm” w tradycji humanistyki polskiej i zachodnioeuropejskiej nie nakładają się na siebie w pełni. W polskiej humanistyce słowo „romantyzm” zawiera silne konotacje

korzenie krytyki nowoczesności. Romantyzm, według niego, zawiera zarówno ziarno pochwały subtelności, podmiotowości, hybrydalności, jak i ziarno esencjonalizmu, prowadzącego do wykluczeń (ksenofobii). Autentyczność jako kategoria wartościująca staje się kategorią esencjonalną. Daniel Boorstin (1973), którego elitystyczna krytyka turystyki masowej jest najbardziej znana, właśnie w ten esencjonalny sposób ujmuje autentyczność doświadczenia turystycznego, dokonując podziału na praktyki estetycznie i moralnie złe (turystyka masowa) oraz dobre i piękne (indywidualna podróż). Jego krytyka turystyki jako praktyki pozbawionej autentyczności współbrzmi z traktowaniem autentyczności jako ideału moralnego — ideału wyższego i lepszego porządku życia — w wielu innych praktykach społecznych (por. Trilling 1972). Klasyfikowanie doświadczenia czy tradycji jako autentycznej lub nieautentycznej staje się narzędziem wprowadzania podziałów, między innymi w polityce tożsamości (Taylor 2002). Autentyczność staje się zasobem w nieustającej walce o lepsze miejsce w hierarchii społecznej.

„Dyskusje o autentyczności przypominają nam — wyjaśnia szwedzki antropolog Orvar Lofgren (1999, s. 261) — że turystyka, jak wszelkie formy konsumpcji, zawsze zawiera moralne rozróżnienie na «za dużo», «za mało», «dobrze» i «źle», «słusznie» i «niesłusznie». I bardzo często dyskusje te ogniskują się wokół tego, jak odnosimy się do innych turystów: ignorujemy ich, kpimy z nich, podziwiamy ich, naśladujemy ich czy dystansujemy się od nich”.

Rozróżnienie turystyki „z klasą” i turystyki „pospolitej” nie jest wyłącznie kwestią gustu czy estetyki. Jest ono powiązane z relacjami władzy w społeczeństwie. Przykładem może być polityzacja koncepcji tradycji. Tradycja wykorzystywana jest w polityce tożsamości (zwłaszcza w społeczeństwach wielokulturowych czy w kontekstach postkolonialnych), a także w strategiach marketingowych turystyki kulturalnej (np. w *heritage tourism* — turystyce skierowanej na dziedzictwo narodowe). Jest ona przedstawiana jako trwały zestaw faktów, postaci, obiektów materialnych i praktyk (zwyczajów), a jej reprezentacje są kodyfikowane, między innymi w muzeach i przewodnikach turystycznych. Przed takim pojmowaniem tradycji przestrzegają zarówno badacze historii społecznej (Hobsbawm, Ranger 2008), jak i etnologowie i folklorysty (Bendix 1997); wyniki ich analiz każą mówić o tradycji w kontekście celów politycznych i ekonomicznych przyświecających jej konstruowaniu i konsumowaniu (Greenwood 1989, s. 183). Autentyczność tradycji jest dziełem wielu sił społecznych, które są zaangażowane w jej tworzenie, reprodukcję i praktyki jej komodyfikacji.

---

mesjanistyczne, mistyczne, związane z cierpieniem i ofiarą (np. Janion, Żmigrodzka 2001; por. Król 1998; Walicki 2009). Pojęcie „romantyzm” używane przez Hansena nawiązuje bardziej do tradycji Herderowskiej, w której wprawdzie idea narodu i korzeni jest istotna, ale równie istotny jest pozytywny program rozwoju społecznego alternatywny wobec modernizacji oświeceniowej (por. Gouldner 1973).

cji. Nie oznacza to jednak, że nie może ona mieć sensów autentycznych dla konkretnych jednostek, będących zarówno twórcami, jak i odbiorcami tradycji.

W uniknięciu esencjalizacji i fetyszyzacji kategorii autentyczności może pomóc zaproponowane przez Toma Selwyna (1996) rozróżnienie autentyczności zimnej i gorącej. Zimna autentyczność odnosi się do opisu obiektywnych faktów dotyczących zwiedzanego obszaru, niemożność zdobycia pełnej informacji obiektywnej, zobaczenia dokładnego obrazu odwiedzanych terenów odpowiada inscenizowanej autentyczności MacCannella. Autentyczność gorąca natomiast jest doświadczeniem podmiotu, powstaje ona z indywidualnych wyobrażeń o własnym życiu i krytycznego spojrzenia na nie oraz z wyobrażeń o rzeczywistości, która może ukazać się w podróży. Pojęcie autentyczności gorącej odnosi się do opisu subiektywnych oczekiwań i motywacji turysty (zob. Wieczorkiewicz 2008, s. 41–42).

Wprowadzenie rozróżnienia na autentyczność gorącą i zimną pozwala odebrać się od wartościujących i esencjonalnych opisów turystyki, w tym turystyki alternatywnej. W optyce autentyczności zimnej większość doświadczeń turystycznych jest sfabrykowana i skomodyfikowana, a turysta alternatywny jest kolejną ofiarą wszechobecnego rynku usług turystycznych. „Turystyka autentyczna” jest jednym z „produktów” oferowanych w sposób rynkowy turystom alternatywnym. Oferujące „turystykę autentyczną” firmy podają dokładny opis właściwości tego „produktu”. Jest nim dostarczenie „jednostkowych i osobistych doświadczeń, które przyczyniają się do stanowienia indywidualnej tożsamości i poczucia zakorzenienia w świecie” (Reisinger, Steiner 2006, s. 481). W perspektywie „obiektywizującej” już samo istnienie takiej definicji i dołączonej do niej oferty handlowej byłoby podstawą do odmówienia turyście alternatywnemu autentyczności przeżyć podczas podróży. W optyce autentyczności gorącej natomiast mamy możliwość bardziej zniuansowanego podejścia do doświadczenia podróży i uniknięcia nadmiernego moralizatorstwa i elityzmu w opisach praktyk turystycznych. Możemy to uczynić przez większe zainteresowanie tym, jakie znaczenie przypisują praktykom turystycznym sami turyści i jak turystyka oddziałuje na inne sfery ich życia.

#### TURYSTYKA NISZOWA DO BYŁEGO ZSRR

Jakie sensory ukryte są w dążeniu do doświadczenia codzienności „zwiedzanych”, jak konstruuje się autentyczność doświadczeń codzienności oraz jakie to są codzienności — problemy te chciałabym ukazać na przykładzie empirycznym, wziętym z badań turystyki niszowej z Polski do krajów byłego ZSRR<sup>4</sup>. Będę dążyła do wyodrębnienia cech specyficznych poszukiwania codzienności przez turystów niszowych. Zastanowię się nad sposobami postrzegania

<sup>4</sup> Badania prowadzone są od 2008 r., w 2010 r. były finansowane przez Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych SWPS ze środków na działalność statutową.

i konstruowania autentyczności, szczególną uwagę zwracając na różnicę między doświadczeniem przeżywanym (*lived experience*) a narracją konstruowaną po powrocie z podróży, i szerzej — między emocjonalnym i cielesnym doświadczeniem podróży a postrzeganiem dyskursywno-rozsądkowym.

### Charakterystyka praktyk turystycznych

W badaniu nad turystyką niszową z Polski interesują mnie indywidualnie zorganizowane, odbyte w pojedynkę lub w małej grupie, podróże do krajów powstałych po rozpadzie ZSRR (z wyłączeniem trzech krajów należących obecnie do Unii Europejskiej — Litwy, Łotwy i Estonii). Takie arbitralne zdefiniowanie obszaru docelowego podróży jest uzasadnione, choć kraje byłego ZSRR nie są jedynym kierunkiem docelowym turystów niszowych, z którymi przeprowadziłam rozmowy i których blogi oraz relacje z podróży czytałam (są wśród nich osoby podróżujące także po Europie Zachodniej, Azji lub Ameryce Łacińskiej). Z ich narracji podróżniczych wyłaniają się bowiem powtarzalne wzory opisu obszaru poradzieckiego, a kategoria „postsowiecki” jest kategorią emiczną (używaną przez samych podróżników). Literatura dotycząca historycznie ukształtowanego miejsca Rosji w polskiej tożsamości (np. Zarycki 2004) dowodzi, że wizerunki tego kraju i nierozzerwalnie związanego z nim Związku Radzieckiego odgrywały rolę negatywnego punktu odniesienia. Także w procesach transformacji ustrojowej i przemian geopolitycznych na kontynencie Rosja i ZSRR były dla Polski negatywnym punktem odniesienia. Dlatego można sądzić, że na płaszczyźnie reprezentacji kulturowych obszar ten funkcjonuje jako swoista całość, mimo ogromnego wewnętrznego zróżnicowania wynikającego z odmiennych historii, składu etnicznego i rasowego, języka, religii, cech środowiska naturalnego poszczególnych krajów oraz obranych po rozpadzie Związku Radzieckiego kierunków zmian.

Moimi rozmówcami i autorami śledzonych blogów oraz relacji internetowych były osoby urodzone między rokiem 1955 a 1989 (tj. w roku 2010 liczące między 55 a 21 lat), które kilkakrotnie wyjeżdżały do krajów b. ZSRR po roku 1989. Większość wypraw, o których zebrałam dane, przypada na lata 2000–2010. Wśród tej grupy turystów niszowych jest prawie tyle samo kobiet co mężczyzn, chociaż na stronach internetowych więcej znajdujemy relacji turystów-mężczyzn. Niemal wszystkich moich rozmówców można przypisać do klasy średniej zarówno ze względu na dochody, jak i styl życia. Oczywiście, jest to kategoria bardzo szeroka. Szacuje się, że około jednej czwartej Polaków należy do klasy średniej, a w jej obrębie około 25% — to inteligencja, i jej udział w polskiej klasie średniej stale wzrasta dzięki szerokiemu dostępowi do wykształcenia wyższego (Wasilewski 2006, s. 79, 84). Przynależność do „inteligencji” może określać zarówno wykształcenie, pełnione funkcje społeczne, styl życia, jak i „szczególny typ orientacji aksjologicznej” (Kurczewska 1998, s. 339). Na przykład Andrzej Walicki (2007) uważa, że inteligencję określa spe-



cyficzna wrażliwość i chęć niesienia pomocy osobom mniej uprzywilejowanym: mniej wykształconym, biednym, robotnikom i chłopom<sup>5</sup>.

Wszyscy rozmówcy należeli do inteligencji ze względu na wykształcenie i pełnione funkcje społeczne, a większość podzielała etos inteligencki w ujęciu Walickiego. Większość mieszkała w dużych miastach (Warszawa, Gdańsk, Kraków, Poznań), niektórzy mieli doświadczenia migracyjne (wyjeżdżali do Wielkiej Brytanii, Holandii, Belgii). Byli to przeważnie pracownicy umysłowi (nauczyciele, pracownicy instytucji badawczych i urzędów), specjaliści (w zakresie finansów, informatyki, usług turystycznych, nieruchomości czy farmaceutyki) i studenci, a także przedstawiciele wolnych zawodów<sup>6</sup>.

Na podstawie przeprowadzonych rozmów mogę zbudować pewien obraz. Turyści niszowi często podkreślają swój dystans zarówno do określenia „turysta”, jak i do pojęcia „atrakcja turystyczna”. Nazywają siebie podróżnikami lub turystami niszowymi, a swoje wyjazdy — „wyprawami”, a nie na przykład „wycieczkami”. Mają dość ograniczone środki na podróż, która trwa od dwóch tygodni do kilku miesięcy, lub „programowo” oszczędzają. Często zajmują się chodzeniem po górach, pływają kajakami lub idą pieszo w tajgę. Interesują ich także atrakcje kulturalne: budownictwo drewniane w Irkucku, mużułmańskie madrasy w Samarkandzie lub obrzędowość buddyjska w Buriacji. Często są samowystarczalni: niosą w plecakach prawie wszystko, co w podróży może być potrzebne. Świadomie unikają biur podróży, a często także przewodników typu *Lonely Planet*.

W planowaniu podróży polegają na doświadczeniu tych, którzy bywali w miejscach docelowych przed nimi; znajdują informacje po rosyjsku na lokalnych stronach internetowych; zdają się na rady napotkanych w drodze miejscowych. W ostatnich latach podróżnicy korzystają także z nowych form organizacji podróży, jakie oferują portale społecznościowe takie jak „Hospitality Club” lub coraz bardziej popularny „Couch Surfing”. Są to luźne internetowe wspólnoty, których członkowie oferują darmowe zakwaterowanie na podstawie zasady wzajemności niebezpośredniej. Turysta z Polski może zapewnić sobie na kilka dni mieszkanie w Kyzyle w Tuwie, a jego gospodarz podróżujący rok później do Sankt-Petersburga znajdzie tam przystanek w podróży u jakiegoś zupełnie innej osoby<sup>7</sup>.

Celem podróży turystów niszowych często jest przyroda — góry, rzeki, lasy; jako równie ważny cel wymieniają oni kontakty z ludźmi „spotkanymi

<sup>5</sup> Kategorię klasy średniej stosuję w innym — szerszym — znaczeniu niż autorzy niedawno wydanej pracy zbiorowej *Style życia i porządek klasowy w Polsce* (Gdula, Sadura 2012). Używam także pojęć „nowa klasa średnia” i „inteligencja”, które w tej najnowszej interpretacji relacji między klasą społeczną a stylami życia nie są uznane za istotne.

<sup>6</sup> Jak można było się spodziewać, w kilku przypadkach internetowych relacji pozycji społecznej autorów nie sposób było ustalić.

<sup>7</sup> Szerzej na temat tej formuły podróżowania przeczytać można w niedawno wydanej książce *Becoming Intimately Mobile* (Bialski 2012).

po drodze”: *Lubię rozmawiać z ludźmi, zawsze można się czegoś nowego dowiedzieć* (M, 1979)<sup>8</sup>.

### Codziennosc = autentycznosc

Na specyficzny program turystyki niszowej polskich podróżników do krajów byłego ZSRR składają się: poleganie podczas podróży na zrzuceniach losu, nieplanowanie wielu poczynań i dewiza „jakoś to będzie”. Deklarowanym celem podróży jest doświadczenie niesfabrykowane, rzeczywiste. Jednym z najistotniejszych sposobów osiągnięcia tego celu jest dołączenie się do codziennych zajęć lokalnych mieszkańców, przynajmniej tam, gdzie jest to możliwe. Podróżnicy zaopatrują się w żywność i inne niezbędne rzeczy w lokalnych sklepach, jedzą to samo co mieszkańcy, idą do łaźni publicznej (bani), by się wykąpać i, chcąc nie chcąc, korzystają z lokalnych toalet publicznych, dają łapówki milicjantom — na przykład za nieposiadanie obowiązkowego tymczasowego meldunku, przyjmują od spotykanych ludzi zaproszenia do domu, na działkę (daczę), zanoszą buty do naprawy do lokalnego szewca.

*Na rowerze jedziesz, dokąd chcesz i widzisz prawdziwe życie zwiedzanego kraju.*

*A co to znaczy prawdziwe życie?*

*Jak jedziesz marszrutką<sup>9</sup>, to jedziesz od punktu A do punktu B, najczęściej od jednego dworca do drugiego. A odcinek pośrodku widzisz przez szybę. A jak jeździsz rowerem, to też od punktu A do punktu B, ale możesz przystanąć w każdym miejscu pośrodku, wolniej jedziesz, więc się bardziej przyglądasz.*

*Czyli ta szybkość jazdy wcale nie jest fajna?*

*Tak. Z jednej strony możesz przyjrzeć się lepiej wsi, ale też możesz przystanąć, kupić coś w sklepie. Pogadać ze sprzedawcą owoców, kupić arbuza przy drodze (M, 1984).*

Powyższy cytat pokazuje, że dołączenie się do „prawdziwego życia” lokalnych mieszkańców dokonuje się poprzez praktyki wymiany handlowej, a preferowanym środkiem przemieszczania się jest rower przywieziony z Polski, ale podróżnicy na ogół chętnie korzystają z lokalnych możliwości transportu, na przykład marszrutki czy kolei, ponieważ to także są miejsca intensywnej interakcji z innymi (por. Bachórz 2009b).

Po powrocie w narracjach pojawia się niekiedy figura „jednego dnia z życia” jako obraz najpełniejszego włączenia turysty do codzienności tubylców. Figura ta, wydaje się, jest zapożyczona z podróżopisarstwa. Na przykład w raporcie Jacka Hugo-Badera *Bomżycha* z książki *Biała gorączka* (2009) autor staje się „cieniem” bezdomnej kobiety, towarzysząc jej w wygrzebywaniu jedzenia ze śmietników i picia wódki na przydworcowym placu. Spędzenie dnia z Innym

<sup>8</sup> Cytaty pochodzące z wywiadów oznaczam literą M albo K, wskazującą płeć rozmówcy, podaję też rok urodzenia rozmówcy.

<sup>9</sup> *Marszrutka* (właśc. *marszrutnoje taxi*) — popularny środek transportu publicznego: minibus kursujący na określonej trasie i zatrzymujący się na żądanie. Zazwyczaj jeździ częściej niż autobus; jest więcej linii.

postrzegane jest jako przepustka do uzyskania najpełniejszego obrazu jego życia, ponieważ dzień to cykl życiowy w miniaturze. Podobnie jak w klasycznych badaniach terenowych antropolog miał spędzić cały rok w badanej społeczności — tak by móc uczestniczyć we wszystkich fazach rocznego cyklu gospodarczego i obrzędowego — turysta spędza jeden dzień z Innymi, by wkroczyć do ich codzienności. W ten sposób uzyskuje głębszą wiedzę o odwiedzionym miejscu i ludziach, a przynajmniej uprawnienie, by o nich opowiadać po powrocie.

Wszystkie te praktyki są sposobami wkroczenia w codzienność innych ludzi, a jednocześnie stanowią część składową codzienności podróży. Część tych „wycieczek w codzienność” umożliwiają gesty dobrej woli ze strony lokalnych mieszkańców. Na przykład mężczyzna podróżujący po Azji Środkowej podczas jazdy z lotniska prosi taksówkarza, by pomógł mu znaleźć odpowiedni hotel, taksówkarz nie tylko zawozi go dokładnie do takiego miejsca, jakie sobie wymarzył, ale także idzie wraz z nim na bazar i pomaga niedrogo kupić brakujący sprzęt (M, 1970). Inne „wycieczki w codzienność” są dziełem przypadku: jeden z rozmówców przyjeżdża do stolicy Inguszetii w 30 minut po zamachu terrorystycznym, w którym zginął ważny urzędnik państwowy; jest natychmiast aresztowany i spędza 24 godziny na komisariacie milicji (M, 1981). Egzotyczność tej codzienności jest podwójna: po pierwsze, przekraczana jest granica kontaktu handlowego, podróż jest jak gdyby oczyszczana z piętna komodyfikacji, po drugie, codzienność innych jawi się spektakularnie, ponieważ jest szorstka i trudniejsza niż codzienność w domu.

W narracjach z podróży właśnie takie momenty kontaktu z Innym są prezentowane jako przeżycia najważniejsze, dające najgłębszą wiedzę. Łączenie doświadczenia i wiedzy jest kluczowe. Cieleśne i afektywne doświadczanie codzienności Innych staje się narzędziem poznania i samopoznania. Staje się także testem autentyczności przeżycia turystycznego w znaczeniu „autentyczności gorącej” (Selwyn 1996). Turyści doświadczają spotkania z Innym jako autentycznego, ponieważ sami dotknęli, popróbowali, poczuli zapach jego codzienności (por. Wiczorkiewicz 2008).

### Czyja codzienność?

Świat codzienny turysty (ten, od którego chce on się uwolnić w podróży) jest sferą konieczności. Świat codzienny osób spotykanych po drodze w podróży jest światem wolności — wolności turysty. Może on być idealizowany jako świat, w którym panują szersze relacje międzyludzkie niż „w domu”, świat czysty i biedny.

*I ci ludzie nas do takiego drewnianego, bardzo skromnego domku zaprosili... [...] Był na środku ustawiony wielki stół przykryty białym obrusem i [...] widać było, że ci ludzie absolutnie podjęli nas wszystkim tym co mieli. [...] ja uwielbiam takich ludzi, oni mają jakiś taki spokój w sobie, w środku, jakąś taką mądrość niezwykłą, takie bardzo, bardzo szczere, otwarte serca (K, 1976).*

Turysta może także z satysfakcją doświadczać chropowatości tubylczych rytyn (którym towarzyszą nieraz kłótnie, oszustwa, łamanie prawa):

*...znad Bajkału pamiętam spotkanie z niejakim Iwanem, prawdziwym homo sovieticusem, byłym żołnierzem radzieckim, który walczył w Afganistanie. Jechaliśmy razem marszrutką i on pił wódkę i częstował nas wódką, której resztki wyrzucał za okno. Jak ktoś się z nim napił — to był „drug”, a jak nie to faszysta (M, 1984).*

Wszystko, czego się doświadcza, może być postrzegane jako bardziej autentyczne od wygładzonego, ale powierzchownego, bezdusznego świata, zestawionego w domu (przynajmniej takie binarne opozycje pojawiają się w narracjach po powrocie z podróży). Biegunowe przeciwstawienie świata podróży i świata domu jest niewątpliwie konstrukcją: po pierwsze, w narracjach turystów niszowych ten „zły” świat domowy jest przedstawiany w kategoriach dość abstrakcyjnych, a nie jako „mój własny świat”; po drugie, także codzienność tubylców jest częściowo konstrukcją; i wreszcie, przeżywaniu podróży do krajów byłego ZSRR towarzyszy dość duża ambiwalencja — wahanie i zastanawianie się, czy jest się u siebie czy na egzotycznych łądach. Rozterki te przedstawia na materiale swoich badań turystów podróżujących do Rosji Agata Bachórz (2009a).

Strategia przeciwstawienia siebie (turysty alternatywnego) nie tubylcom, lecz tym, którzy zostali „w domu” jest powiązana także z konstruowaniem innego istotnego wymiaru doświadczenia turystów niszowych. Jest to wymiar relacji klasy i władzy między turystami a tubylcami. Przez samoograniczenie, wybór taniej opcji podróżowania i chęć kontaktowania z lokalnymi mieszkańcami turyści niszowi dążą do zminimalizowania swojej potencjalnej dominacji nad tubylcami. Spotkaniu z drugim człowiekiem chcą nadać status uniwersalny. Jednocześnie — refleksyjnie — dostrzegają, że niejako są uprzywilejowani. Dla tubylców ich własna codzienność jest obszarem konieczności, podczas gdy turysta w każdej chwili może wyjść z tubylczej codzienności, stawia to jednym i drugim na nierównych pozycjach.

Codziennosc tubylców jest więc dla turystów niszowych atrakcją turystyczną, ponieważ stanowi sferę gorącej autentyczności; w codzienności znaleźć chcą oni nie tylko głębszą wiedzę o prawdziwym życiu spotykanych ludzi, ale także zgłębić siebie. Pełne zatracenie się w tej codzienności nie jest celem turystów, w większości przypadków chcą wrócić do własnego świata konieczności, który zostawili na czas podróży.

## CODZIENNOŚĆ JAKO ŹRÓDŁO WIEDZY I SAMOWIEDZY

Ważnym wątkiem w dyskusji o roli codzienności jako atrakcji turystycznej jest status wiedzy zdobywanej dzięki jej doświadczaniu. Po pierwsze, turyści niszowi szczycą się zwłaszcza niezależnością swoich wyborów, podkreślają wolność decyzji dotyczących miejsca i sposobu podróży. Samodzielne definio-

wanie hierarchii wartości, wolność do określania tego, co jest ważne i godne poznania, stoi w opozycji do *must see lists* przewodników, nawet tych zorientowanych na *authentic tourism*. Zainteresowanie codziennością jest (lub może być) narzędziem budowania dystynkcji turystów i ich pozycji w środowisku domowym (Munt 1994). Jednak nie codzienność jako taka jest ważna, lecz podmiot, który wybiera ją jako coś godnego zainteresowania i uwagi. Dlatego mniej istotne staje się, czy to, czego doświadczają, jest codziennością autentyczną — w sensie autentyczności „zimnej”. Innymi słowy, fakt, że tubylcze praktyki życia codziennego mogą być dostosowane do potrzeb interakcji turysta–tubylec i *de facto* znacząco się różnią od tego, co miejscowi robią na co dzień pod nieobecność turystów<sup>10</sup>, nie zagraża wartości doświadczenia turystycznego, jego „gorącej” autentyczności.

Po drugie, wiedza zdobywana dzięki udziałowi w codzienności tubylców jest często wiedzą niedostępną tubylcom. To kolejny obszar ambiwalencji w doświadczeniu turystów niszowych. Nie tylko ich mobilność i wolność zachowań, ale także większa refleksyjność sytuuje ich na pozycji dominacji wobec tubylców. Większa refleksyjność jest wynikiem pewnego stopnia wyobcowania z doświadczanych praktyk, podczas gdy ludzie, dla których są one rzeczywiście rutyną, wiele czynności wykonują niemal automatycznie i bez zbędnego zastanawiania się. Dzięki temu dystansowi pojawia się efekt obnażania: tubylcy bezwiednie „przyłapywani są na gorącym uczynku” przez spojrzenie turysty, który zauważa na przykład, że plują na ulicach.

Jednocześnie należy podkreślić, że spojrzenie nie jest jedynym ani nawet dominującym sposobem poznania w turystyce niszowej. W doświadczaniu codzienności równie ważną rolę odgrywają zmysły słuchu, powonienia, smaku i dotyku. Dlatego hierarchizujące właściwości spojrzenia ulegają osłabieniu (por. Urry 2007). Doznawanie inne niż przez spojrzenie wzmacnia poczucie autentyczności doświadczenia (Wieczorkiwicz 2008; por. Nacher 2010). Sama możliwość doświadczania podróży przez zmysły inne niż wzrok nie różni turystów niszowych od masowych, i jedni, i drudzy wyposażeni są w zmysły dotyku, powonienia, smaku i słuchu. Jednak różnica tkwi w antycypowaniu i reagowaniu na doświadczenia dostarczane przez te zmysły. Turysta niszowy świadomie ich poszukuje i dostrzega w nich dodatkową wartość symboliczną podróży. Częściej odchodzi od typowo hedonistycznego użycia zmysłów w podróży. Przykładem może tu być „programowe” próbowanie rzeczy albo bardzo prostych (np. przaśny chleb), albo o bardzo mocnych smakach, albo „odraża-

<sup>10</sup> Warto tu nadmienić, że obszary byłego Związku Radzieckiego, do których wybierają się turyści niszowi, najczęściej nie mają rozbudowanej infrastruktury turystycznej. Interakcje z przybyszami (także handlowe) nie są tam dla tubylców częścią codziennych rutyn jak w przypadku miejscowości typowo turystycznych. Przybycie turystów i spotkanie z nimi w większym stopniu narusza tubylcze rutyny. Jednocześnie tubylcy nie mają zbyt wielu wyuczonych i skomercjalizowanych strategii obchodzenia się z turystami, dlatego interakcja turysta–tubylec może przebiegać bardziej spontanicznie.

jących” (np. baranie oko). Częściej też buduje swoją wizję Innego na tym, co (zmysłowo) podobne, a nie na tym, co różne.

W przypadku badanej zbiorowości istnieje pewien rodzaj wyobrażonej wspólnoty doświadczenia między tubylcami a turystami, będącej wynikiem dzielanej pamięci historycznej czasów sowieckich, co powoduje większą równość pod względem statusu poznawczego jednych i drugich (por. Banaszekiewicz 2012). W narracjach częste są przypadki przeciwstawienia polskich turystów niszowych spotykanym po drodze turystom zachodnim oraz deklarowanie wspólnych metod podróżowania z turystami rosyjskimi.

*[...] spotkaliśmy grupę Rosjan. [...] I bardzo żeśmy się z nimi zakumplowali, niesamowici ludzie. [...] Oni byli z Moskwy. [...] I z nimi żeśmy potem już [...] płynęli. Żeśmy się tak mijali, czasem żeśmy się obok siebie rozbijali. No myśmy byli bardzo szczęśliwi, że oni są, bo byliśmy we troje na dwóch kajakach, a przy przepływaniu przez takie bardziej bystre miejsca, przez te progi, to dobrze jest się asekurować nawzajem (K, 1976).*

#### UWAGI KOŃCOWE

Codziennosc dla turystów niszowych staje się atrakcją turystyczną, ponieważ służy poznaniu Innego i samopoznaniu nie tylko przez racjonalne rozumowanie czy ogląd, lecz przez cielesne doświadczenie i interakcję. Wkraczanie do codzienności tubylców jest sposobem osiągnięcia dzięki podróży autentycznego przeżycia — autentycznego w znaczeniu autentyczności „gorącej” (Selwyn 1996). Jest to swoisty test otwartości na świat i na Inność, otwartości, która jest wewnętrzną potrzebą i zewnętrznym wymogiem dla osób należących do „nowej klasy średniej” i inteligencji. Sam wybór tego typu podróży i kierowanie się ku codzienności jako atrakcji turystycznej może służyć jako narzędzie budowania dystynkcji turystów niszowych w ich macierzystym środowisku. Wiedza o Innym zdobywana w czasie podróży jest wynikiem nie tylko oglądania, ale także funkcjonowania innych zmysłów, których zadaniem jest między innymi minimalizowanie strukturalnych różnic między turystą a tubylcami. Tubylcy odgrywają aktywną rolę w kształtowaniu i negocjowaniu tej wiedzy, powstaje ona dialogowo (choć o pełnej równości nie można mówić).

Jednocześnie zdobyta wiedza i wynikające z niej reprezentacje Innego ulegają późniejszym modyfikacjom. W opowieściach po powrocie z podróży turyści negocjują autentyczność własnego doświadczenia i zdobytą nową wiedzę konfrontują z doświadczeniem i wiedzą dostępną odbiorcom ich narracji. Uznanie doświadczenia turystów alternatywnych za autentyczne i wartościowe zależy od tego, w jakim stopniu inni uznają jego autentyczność na podstawie werbalnych i wizualnych reprezentacji (por. Taylor 2002). Paradoksalnie, to wymóg dialogowości i znalezienia zrozumienia w środowisku macierzystym powoduje, że po podróży w narracjach pojawiają się stereotypowe wizerunki Inności, które często są kompromisem między chęcią przekazania wyjątkowego doświadczenia a chęcią bycia zrozumianym przez tych, którzy tego doświadczenia nie

mieli. Stereotypowe wizerunki Inności są także wypadkową procesu pamiętania i przetwarzania niewerbalnych wrażeń z podróży w narrację, dyskurs. Przetwarzanie doświadczenia turystycznego w narrację powoduje jego spłaszczenie — powstaje mniej zniuansowana reprezentacja tego doświadczenia, przez udostępniane większej liczbie odbiorców jest ono jakby „demokratyzowane” czy „popularyzowane”.

Doświadczenie turystów niszowych podróżujących z Polski do krajów byłego Związku Radzieckiego z jednej strony jest ilustracją uniwersalnych mechanizmów powstawania nowej klasy średniej w późnej nowoczesności. Jedną z cech tej klasy jest dążenie do dystynkcji uzyskanej przez podróżowanie zdefiniowane w opozycji do turystyki masowej (Munt 1994). W tym sensie podróże z Polski do byłego ZSRR są repliką podróży w dziesiątkach innych kierunków, uchodzących w innych krajach za nietypowe dla turystyki masowej. Podróże te są inwestycją w kapitał symboliczny — wysoko wartościowaną zdolnością robienia rzeczy odmiennych/niezwykłych. W tym wymiarze są „nieautentyczne”.

Z drugiej strony jednak doświadczenie turystów alternatywnych ma cechy wyjątkowości. Turyści mają autentyczne doświadczenie kontaktu z Innym, w znaczeniu autentyczności „gorącej”, i to w dwóch wymiarach. Po pierwsze, wysokie symboliczne wartościowanie doświadczania Inności za pośrednictwem zmysłów innych niż wzrok oraz wchodzenie do obszarów codzienności tubylców przez naśladowanie ich rutynowych zachowań stwarza momenty autentycznego kontaktu z Innym. Po drugie, częściowo wspólna pamięć historyczna (która bywa także źródłem sporów między turystami a tubylcami) sprawia, że kontakt turystyczny przeradza się w kontakt międzyludzki, w którym strony mogą nie tylko być uprzejme albo wrogie wobec siebie, ale mogą także negocjować swoje stanowiska. Autentyczność „gorąca” spotkania się z Innym w jego codziennym otoczeniu słabnie jednak po powrocie z podróży.

## BIBLOGRAFIA

- Bachórz Agata, 2009a, *Niecodziennosc, egzotyczna codzienność, inna codzienność? Podróż jako obszar gry między „tu i teraz” a „tam i wtedy”*, w: Seweryn Rudnicki, Justyna Stypińska, Katarzyna Wojnicka (red.), *Spoleczeństwo i codzienność. W stronę nowej socjologii*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Bachórz Agata, 2009b, *Kolej transsyberyjska jako przestrzeń spotkania międzykulturowego*, w: Dorota Rancew-Sikora (red.), *Podróż i miejsce w perspektywie antropologicznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Banaszkiewicz Magdalena, 2012, *DIALOG międzykulturowy w turystyce. Przypadek polsko-rosyjski*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Bendix Regina, 1997, *In Search of Authenticity: The Formation of Folklore Studies*, The University of Wisconsin Press, Madison.
- Betz Hans-Georg, 1992, *Postmodernism and the New Middle Class*, „Theory, Culture and Society”, t. 9, s. 93–114.
- Bialski Paula, 2012, *Becoming Intimately Mobile*, Peter Lang, Frankfurt am Main.

- Boissevain Jeremy (red), 1996, *Coping with Tourists: European Reactions to Mass Tourism*, Berghahn, Oxford–New York.
- Boorstin Daniel J., 1973, *From Traveler to Tourist: The Lost Art of Travel*, w: Daniel J. Boorstin (red), *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Atheneum, New York.
- Bourdieu Pierre, 2005, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, tłum. Piotr Bilos, Scholar, Warszawa.
- Burkot Stanisław, 1988, *Polskie podróżopisarstwo romantyczne*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Carnegie Elizabeth, McCabe Scott, 2008, *Re-enactment Events and Tourism: Meaning, Authenticity and Identity*, „Current Issues in Tourism”, t. 11, s. 349–368.
- Clifford James, 1997, *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*, Harvard University Press, Cambridge, Mass.–London.
- Cohen Erik, 1979, *Rethinking the Sociology of Tourism*, „Annals of Tourism Research”, t. 6, s. 18–35.
- Davidson Kelly, 2005, *Alternative India: Transgressive Spaces*, w: Adam Jaworski, Annette Pritchard (red.), *Discourse, Communication and Tourism*. Channel View Publications, Clevedon–Buffalo–Toronto.
- Desforges Luke, 1998, *Checking Out the Planet: Global Representations/Local Identities and Youth Travel*, w: Tracey Skelton, Gill Valentine (red.), *Cool Places: Geographies of Youth Cultures*, Routledge, London.
- Domański Henryk, 2000, *Hierarchie i bariery społeczne w latach dziewięćdziesiątych*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa.
- Featherstone Mike, 1991, *Consumer Culture and Postmodernism*, Sage, London.
- Featherstone Mike, 1996, *Postmodernism and the Aestheticization of Everyday Life*, w: Scott Lash, Jonathan Friedman (red.), *Modernity and Identity*, Blackwell, Oxford.
- Foucault Michel, 1986, *Of Other Spaces*, „Diacritics”, t. 16, s. 22–27.
- Gdula Maciej, Sadura Przemysław (red.), 2012, *Style życia i porządek klasowy w Polsce*, Scholar, Warszawa.
- Giddens Anthony, 2001, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, tłum. Alina Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Gouldner Alvin W., 1973, *Romanticism and Classicism: Deep Structures in Social Science*, w: Alvin W. Gouldner, *For Sociology: Renewal and Critique in Sociology Today*, Basic Books, New York.
- Greenwood Davyd J., 1989, *Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commodification*, w: V. Smith (red.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Hansen Thomas Blom, 1997, *Inside the Romanticist Episteme*, „Thesis Eleven”, t. 48, s. 21–41.
- Harrison Julia, 2003, *Being a Tourist: Finding Meaning in Pleasure Travel*, UBC Press, Vancouver–Toronto.
- Hobsbawm Eric, Ranger Terence (red.), 2008, *Tradycja wynaleziona*, tłum. Mieczysław i Filip Godyń, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Jacyno Małgorzata, 2007, *Kultura indywidualizmu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Janion Maria, Żmigrodzka Maria, 2001, *Romantyzm i historia, słowo/obraz terytoria*, Gdańsk.
- Jarecka Urszula, 2010, *Groza wojny jako atrakcja turystyczna*, „Kultura Współczesna”, nr 3.
- Król Marcin, 1998, *Romantyzm. Piekło i niebo Polaków*, Res Publica, Warszawa.
- Kurczewska Joanna, 1998, *Inteligencja*, w: *Encyklopedia socjologii*, t. 1, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Lofgren Orvar, 1999, *On Holiday: A History of Vacationing*, University of California Press, Berkeley.
- MacCannell Dean, 2002 [1976], *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, tłum. Ewa Klekot, Anna Wieczorkiewicz, Muza, Warszawa.
- Macleod Donald V. L., 1998, *Alternative Tourism: A Comparative Analysis of Meaning and Impact*, w: William F. Theobald (red), *Global Tourism*, Butterworth Heinemann, Oxford.



- Mowforth Martin, Munt Ian, 2003, *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*, Routledge, London–New York.
- Munt Ian, 1994, *The ‘Other Postmodern’ Tourism: Culture, Travel and the New Middle Classes*, „Theory, Culture and Society”, t. 11, s. 101–123.
- Nacher Anna, 2010, *Sto tysięcy miliardów dźwięków. Podróż poza wzrokocentryzm (pejzaż dźwiękowy, saund walk, aural safari)*, „Kultura Współczesna”, nr 3.
- Nouzeilles Gabriela, 2008, *Touching the Real: Alternative Travel and Landscapes of Fear*, w: John Zilcosky (red.), *Writing Travel: The Poetics and Politics of Modern Journey*, University of Toronto Press, Toronto–Buffalo–London.
- Novelli Marina (red.), 2005, *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, MA.
- O’Reilly Camille, 2005, *Tourist or Traveller? Narrating Backpacker Identity*, w: Adam Jaworski, Annette Pritchard (red.), *Discourse, Communication and Tourism*, Channel View Publications, Clevedon–Buffalo–Toronto.
- Pearce Philip L., Moscardo Gianna M., 1986, *The Concept of Authenticity in Tourist Experiences*, „Journal of Sociology”, t. 22, s. 121–132.
- Podemski Krzysztof, 2005, *Socjologia podróży*, Wydawnictwo UAM, Poznań.
- Reisinger Yvette, Steiner Carol, 2006, *Reconceptualising Interpretation: The Role of Tour Guides in Authentic Tourism*, „Current Issues in Tourism”, t. 9, s. 481–498.
- Saryusz-Wolska Magdalena, 2010, *Turystyka uwikłana w pamięć zbiorową*, „Kultura Współczesna”, nr 3.
- Selwyn Tom (red.), 1996, *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism*, John Wiley, Chichester–New York.
- Taylor Charles, 2002, *Etyka autentyczności*, tłum. Andrzej Pawelec, Znak, Kraków.
- Trilling, Lionel, 1972, *Sincerity and Authenticity*, Harvard University Press.
- Urry John, 1995, *Consuming Places*, Routledge, London–New York.
- Urry John, 2007, *Spojrzenie turysty*, tłum. Alina Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Urry John, 2009, *Socjologia mobilności*, tłum. Janusz Stawiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Walicki Andrzej, 2007, *O inteligencji, liberalizmach i o Rosji*, Universitas, Kraków.
- Walicki Andrzej, 2009, *Filozofia polskiego romantyzmu. Kultura i myśl polska. Prace wybrane*, t. 2, Universitas, Kraków.
- Warchala Michał, 2006, *Autentyczność i nowoczesność: idea autentyczności i nowoczesności od Rousseau do Freuda*, Universitas, Kraków.
- Wasilewski Jacek, 2006, *Formowanie się nowej struktury społecznej*, w: Jacek Wasilewski (red.), *Współczesne społeczeństwo polskie. Dynamika zmian*, Scholar, Warszawa.
- Wieczorkiewicz Anna, 2008, *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*, Universitas, Kraków.
- Zarycki Tomasz, 2004, *Uses of Russia. The Role of Russia in the Modern Polish National Identity*, „East European Politics and Societies”, t. 18, s. 595–627.

## DAILY LIFE AS A TOURIST ATTRACTION IN THE EXPERIENCE OF NICHE TOURISTS TO THE FORMER USSR

### Summary

Niche tourists to the countries of the former Soviet Union treat the daily life of the local inhabitants as a tourist attraction. The article attempts to interpret this interest

through the lens of sociological and anthropological theories of alternative tourism. Perceiving daily life as a tourist attraction is, on the one hand, an outcome of the formation process of Poland's new middle class. This group adheres to post-material values, but also desires to be different from the masses. In this sense Polish niche tourists to the countries of the former Soviet Union are similar to other western alternative tourists. However, their interest in the daily life of the local inhabitants of these countries contains the experience of 'hot' authenticity produced by, among other things, the mode of travel and also by historical memory, which the tourists and the locals partially share.

### Key words/słowa kluczowe

alternative tourism / turystyka alternatywna; daily life / codzienność; authenticity autentyczność; identity / tożsamość; travel to countries of the former USSR / podróże do krajów byłego ZSRR