

Andrzej Kowalczyk

*Wydział Geografii i Studiów Regionalnych
Uniwersytet Warszawski*

MIĘDZY SACRUM A PROFANUM – PROBLEMY BADAWCZE WSPÓŁCZESNEJ GEOGRAFII TURYZMU

Wprowadzenie

Zdaniem K. Przećławskiego (1973, 12; 1994, 9) turystykę należy rozumieć jako „*całokształt zjawisk ruchliwości przestrzennej, związanych z dobrowolną, czasową, zmianą miejsca pobytu, rytmu i środowiska życia, oraz z wejściem w styczność osobistą ze środowiskiem odwiedzanym (przyrodniczym, kulturowym bądź społecznym)*”. W podanej definicji nie ma co prawda mowy o celach wyjazdów turystycznych, ale w innym miejscu K. Przećławski wymienia, iż głównymi czynnikami natury psychologicznej decydującymi o wyjazdach turystycznych są (Przećławski 1979, 56-60):

- pragnienie udania się do określonego miejsca (motywy poznania przyrody, poznania kultury i poznania życia społecznego);
- pragnienie opuszczenia na jakiś czas miejsca stałego pobytu (motywy opuszczenia środowiska społecznego w szerokim znaczeniu tego słowa, motywy opuszczenia rodziny lub środowiska pracy, motyw opuszczenia miejsca zamieszkania);
- dążenie do spędzania wolnego czasu poza miejscem stałego zamieszkania z kimś bliskim (rodziną, osobą kochaną, przyjaciółmi);
- pragnienie zawarcia nowych znajomości itp.;
- chęć pozostawania w zgodzie ze stereotypami społecznymi (modą);
- dążenie do zaspokojenia potrzeb emocjonalnych i estetycznych (nawiązania lub odnowienia kontaktu z przyrodą, przeżycia przygody lub ryzyka);
- pragnienie zaspokojenia potrzeb twórczych (pracy twórczej, pracy na rzecz mieszkańców odwiedzanych terenów itp.);

- dążenie do zaspokojenia potrzeb biologicznych (regeneracji sił i leczenia, odczuwania potrzeby zmiany);
- pragnienie związane z uprawianiem turystyki w szerokim tego słowa zakresie (np. turystyka zarobkowa, pielgrzymkowa, kongresowa).

Z przedstawionego zestawienia wynika, że motywy skłaniające ludzi do wyjazdów turystycznych są na tyle zróżnicowane, iż praktycznie każdy wyjazd można uznać za turystyczny. Do wyciągnięcia takiego wniosku upoważniają przede wszystkim ostatnie z wymienionych przez K. Przeclawskiego powody uprawiania turystyki, gdzie obok turystyki zarobkowej, autor podaje m.in. turystykę pielgrzymkową.

Szeroką definicję turystyki można również spotkać w materiałach Światowej Organizacji Turystycznej (WTO), według której głównymi celami podróży turystycznych mogą być (*Terminologia turystyczna...* 1995, 11): 1) wypoczynek, rekreacja, wakacje; 2) odwiedziny u krewnych i znajomych; 3) podróże w sprawach zawodowych i w interesach; 4) podróże w celach zdrowotnych; 5) podróże w celach religijnych, pielgrzymki; 6) inne cele.

Z powyższego wynika, że pod mianem turystyki mieszczą się bardzo różne formy zachowań człowieka, które wynikają z bardzo różnych jego potrzeb. Nawiązując do systemowej koncepcji potrzeb T. Kocowskiego (1978), można powiedzieć, że pragnienia związane z szeroko rozumianym wolnym czasem, wypoczynkiem i turystyką obejmują potrzeby: wypoczynku, swobody, napędo- we, recepcji kultury, estetyczne, aktywnej rekreacji oraz ludyczne.

Biorąc pod uwagę poglądy K. Przeclawskiego odnośnie do motywów, jakimi kierują się turyści podejmując decyzję o wyjeździe, jak i zalecenia Światowej Organizacji Turystycznej odnośnie do zakresu pojęcia „*turystyka*”, a także wnioski wynikające z pracy T. Kocowskiego, można stwierdzić, że turystyka jest na tyle złożonym zjawiskiem społecznym, ekonomicznym i przestrzennym, iż trudno jednoznacznie określić, co jest turystyką, a co nią nie jest. Jako przykład może służyć kwestia podróżowania w sprawach zawodowych i interesach, które zgodnie z poglądami Światowej Organizacji Turystycznej mieszczą się w turystyce, ale według podanej na wstępie definicji K. Przeclawskiego trudno uznać, aby były one dobrowolne (gdyż wynikają z przyjętych przez pracownika zobowiązań wobec pracodawcy). Zresztą również sam K. Przeclawski nie reprezentuje w tej kwestii jednoznacznego stanowiska, co widać, jeżeli porówna się definicję turystyki z wykazem motywów skłaniających turystów do wyjazdów. Podobny dylemat powstaje po zastanowieniu się nad tzw. turystyką religijną (rozumianą jako synonim terminów „*pielgrzymowanie*” i „*turystyka pielgrzymkowa*”), gdyż przez osoby wierzących udział w pielgrzymkach jest często traktowany jako powinność (*vide* kwestia hadżdżu w islamie czy odwiedzania miejsc świętych w hinduizmie).

Kończąc wywody na temat niejednoznaczności terminu „*turystyka*”, należy zastanowić się, jak się ma turystyka do dychotomii „*sacrum*” - „*profanum*”. Zgodnie z *Nowym słownikiem poprawnej polszczyzny PWN* (1999) pojęcie „*sacrum*” jest definiowane jako „*sfera świętości, świętość*” (896), a termin „*profana-*

num” jako „sfera rzeczy nieświętych, świeckich” (749). Ponieważ prezentowany niżej tekst nie dotyczy problematyki związanej z filozofią czy teologią, ale z zakresem geografii turystyki, zarówno pojęcie „sacrum” i określenie „profanum” są w nim rozumiane w przenośni. Dla potrzeb przedstawianego tekstu jako „sacrum” przyjęto te formy turystyki, które w możliwie dużym stopniu nawiązują do klasycznej definicji turystyki (za jaką autor tych słów uważa definicję K. Przeclawskiego z 1973 r. – szczególne znaczenie ma w tym przypadku dobrowolność wyjazdów turystycznych) oraz wynikają z występowania u turystów motywów związanych z chęcią zaspokojenia potrzeb podanych przez T. Kocowskiego. Natomiast za rodzaje turystyki bliskie sferze „profanum” uznano formy zachowań mieszczące się w bardzo szerokim rozumieniu terminu „turystyka” (np. turystyka biznesowa), jak również te, które w ostatnich czasach uległy daleko idącej komercjalizacji (np. formy turystyki związane ze sportem). Oczywiście jakikolwiek podział form turystyki z uwzględnieniem dychotomii „sacrum” – „profanum” jest dyskusyjny, gdyż można znaleźć przypadki, które nie dadzą się jednoznacznie zaklasyfikować do żadnej z tych kategorii. Dlatego też w końcowej części przedstawianego tekstu postanowiono zaprezentować rodzaj turystyki, który może być potraktowany jako „łącznik” między „sacrum” a „profanum”.

Geografia turystyki wobec nowych problemów badawczych

Z racji bardzo szerokiego znaczenia zwrotu „turystyka”, trudno jednoznacznie określić, co jest przedmiotem badań geograficznych tej właśnie sfery życia społecznego. Zgodnie z przyjętymi poglądami na zakresu badawczy geografii turystyki, powinna ona zajmować się: „*analizą form i relacji przestrzennych zjawisk turystycznych oraz związanych z nimi procesów oddziałujących na przestrzeń*” (Warszyńska, Jackowski 1978, 15) lub być subdyscypliną geografii zajmującą się „*badaniem przestrzennego zróżnicowania społeczno-kulturowych, gospodarczych, prawno-politycznych i przyrodniczych uwarunkowań turystyki oraz zagospodarowania turystycznego; jak również analizującą przebieg i następstwa ruchu turystycznego dla środowiska przyrodniczego oraz struktur i procesów społeczno-kulturowych, politycznych i gospodarczych*” (Kowalczyk 2000, 20).

Z przytoczonych definicji wynika w sposób pośredni, że geografia turystyki powinna zajmować się wszystkimi zjawiskami mieszczącymi się w szeroko rozumianej turystyce. A więc tymi, które wyżej uznano za mieszczące się w sferze „sacrum”, jak i te które są z całą pewnością bliskie „profanum”.

Należy przyjąć, że do form turystyki badanych od wielu lat szczególnie często przez geografii turystyki należały: wyjazdy w celach wypoczynkowych i krajoznawczych (poznawczych), wyjazdy lecznicze, jak również pielgrzymki. Rzadziej zajmowano się wyjazdami o charakterze sportowo-rekreacyjnym, tzw. turystyką handlową czy też wyjazdami w celach *stricte* rozrywkowych.

Wymienione wyżej rodzaje turystyki były typowe zarówno dla doby przedindustrialnej, jak i dla epoki industrialnej i dlatego też właśnie im poświęcono najwięcej miejsca w podręcznikach i artykułach z zakresu geografii turystyki.

Jednak w ostatnich kilkunastu latach w motywacjach i zachowaniach turystów coraz wyraźniej występowały elementy, które pozwalają na stwierdzenie, iż prawdopodobnie mamy do czynienia z nowymi – w sensie jakościowym – formami turystyki. Jak twierdzi H. Hughes (2003, 64-66), o ile dla turystyki epoki industrialnej szczególnie charakterystyczne były „zmiana” (*change*), „komeracjalizacja” (*commercialization*) i „utowarowienie” (*commodification*), o tyle dla turystyki doby postindustrialnej istotne są: „znaczenie” (*meaning*), „nowość” (*novelty*) oraz „tożsamość” (*identity*). Podobne stanowisko reprezentują R. Matos (2004) oraz K. Woehler (2004), którzy zwracają uwagę na coraz większą popularność form turystyki nazywanych przez nich *slow tourism* (dosłownie „powolna turystyka”), co można w wolnym tłumaczeniu rozumieć jako „turystyka refleksyjna”.

Zbliżone poglądy można dostrzec w raporcie Światowej Organizacji Turystycznej dotyczącym prognoz rozwoju turystyki na świecie do 2020 r., w którym wyraźnie mówi się o stopniowym przechodzeniu od osławionego paradygmatu „3 S” na rzecz „3 E” (*entertainment, excitement, education*) (Kowalczyk 2000, 263), czyli „rozrywki”, „podniecenia” (lub „ekscytacji”) oraz „edukacji”¹. Nic więc dziwnego, że wśród współczesnych zachowań turystycznych coraz większego znaczenia nabiera z jednej strony występujące u turystów pragnienie zabawy i chęci przeżycia czegoś niezwykłego (tym należy tłumaczyć rosnącą popularność nie tylko parków rozrywki, ale i pojawienie się formy nazywanej turystyką przygodową), a z drugiej strony dążenie do poszerzenia posiadanych już wiadomości (coraz większy wzrost znaczenia turystyki kulturalnej i turystyki przyrodniczej). Dlatego też niektórzy badacze uważają, że w ostatnich latach jesteśmy świadkami stopniowego ustępowania pola przez „starą turystykę” („*old tourism*”) zjawisku nazywanemu przez nich „nową turystyką” („*new tourism*”) (Weiermair, Mathies 2004, XXI). Jest to zgodne z jednym z głównych założeń postmodernizmu, które w odniesieniu do turystyki zakłada zanikanie granicy między „kulturowym” a „ekonomicznym” (Richards 1996, 262). Tak więc można przyjąć, że z punktu widzenia badawczego równie ważne będą tematy dotyczące turystyki, której symbolem jest „3 S” (synonim „starej turystyki”), jak i kwestie związane z zachowaniami turystycznymi bliskimi idei „3 E” („nowa turystyka”).

Kolejną kwestią związaną z obecnym rozumieniem pojęcia „turystyka” jest stopniowe zacieranie się granicy między tradycyjną turystyką (której istotą jest wypoczynek poza miejscem stałego zamieszkania) a wypoczynkiem w miejscu zamieszkania. Według niektórych koncepcji jest to wynikiem zjawiska nazwanego przez socjologów amerykańskich „*new political culture*” (NPC), którego jedną z ważniejszych cech jest rosnący konsumpcjonizm (Clark i in. 2001, 2003). To z kolei sprawia, iż w systemie wartości mieszkańców krajów wysoko rozwiniętych – zwłaszcza wielkich skupisk miejskich Ameryki Północnej i Europy Zachodniej – potrzeby związane z wolnym czasem (rozrywką, czynną rekre-

¹ Kwestia „3 S” jest w literaturze przedmiotu bardzo różnie rozumiana. Więcej informacji na ten temat można znaleźć w pracy M. Jędrusika (2003).

acją, uczestnictwem w ważnych wydarzeniach kulturalnych i sportowych, przebywaniem w restauracjach, odwiedzaniem sklepów nie tylko w celu dokonania zakupów, ale również zwiedzania itp.) mają coraz większe znaczenie, a to oznacza, że w budżecie czasu coraz więcej miejsca przeznaczają się na wypoczynek. O ile do niedawna można było uważać, że wypoczynek jest „nagrodą” za wcześniej wykonaną pracę, o tyle w społeczeństwie postindustrialnym praca jest „środkiem”, aby osiągnąć właściwy „cel” – czyli móc wypoczywać.

Wszystko to, co wyżej napisano, skłania do wysunięcia kilku wniosków natury ogólnej. Po pierwsze, wydaje się, że współczesna geografia turystyki powinna w większym niż dotychczas stopniu skoncentrować się na zachowaniach, które bardziej mieszczą się pod pojęciami „*czas wolny*” i „*wypoczynek*”, niż „*turystyka*” (utożsamiana z wyjazdami poza miejsce zamieszkania). Oznacza to m.in. zainteresowanie się zachowaniami z pogranicza turystyki i kultury, turystyki i handlu, turystyki i sportu oraz turystyki i rozrywki. Po drugie, należy przyjąć, że niektóre formy turystyki przez dłuższy czas nie będą dostrzegane przez instytucje zajmujące się rejestracją ruchu turystycznego (instytucje zobligowane do zbierania i przetwarzania danych statystycznych), co z kolei będzie wymagało stosowania przez geografów turystyki technik badawczych w jeszcze większym stopniu zbliżających ją do socjologii wolnego czasu, psychologii, czy antropologii kulturowej. Z tego wynika trzeci wniosek – otóż w geografii turystyki powinno pojawić się przyzwolenie na prowadzenie badań nawiązujących do podejścia humanistycznego oraz strukturalistycznego. Wobec nowych form turystyki ograniczanie się do podejścia neopozytywistycznego czy behawioralnego może okazać się daleko niewystarczające. Po czwarte, może się niedługo okazać, że geografia turystyki pod względem teoretyczno-metodologicznym oraz z racji stosowanych metod i technik badawczych stanie na rozdrożu: z jednej strony nadmiernie zbliży się do nauk *stricto* społecznych (socjologii, antropologii, psychologii itp.), z drugiej strony stanie się bliska naukom ekonomicznym i naukom politycznym (nowej ekonomii politycznej), a z trzeciej strony będzie nadal „ubogim krewnym” geografii społeczno-ekonomicznej, który będzie co prawda aktywny w sensie ilościowym, ale mało innowacyjny w sensie teoretycznym. Czy więc geografia turystyki ma szansę przetrwania? A może podzieli się na co najmniej dwie „*geografie turystyki*”: bliską geografii kultury i zbliżoną do geografii ekonomicznej?

Sacrum lub/i profanum – czy współczesnej geografii turystyki grozi badawcze rozdwojenie jaźni?

W celu chociażby ogólnego zorientowania się, jakie znaczenie mają we współczesnym świecie różne rodzaje turystyki, postanowiono skorzystać z coraz ważniejszego źródła informacji, jakim jest Internet. Wychodząc z założenia, że na stronach internetowych są zamieszczane informacje zarówno o charakterze komercyjnym, jaki i niekomercyjnym (teksty naukowe, dokumenty wydawane przez instytucje publiczne itp.), postanowiono prześledzić częstość występowania

Tab. 1. Wybrane hasła kluczowe dotyczące różnych form turystyki według częstości ich występowania w czołowych wyszukiwarkach internetowych (dostępne 10.08.2004 r.)

Hasło	Wyszukiwarki		
	AltaVista	Google	Yahoo!
Formy turystyki o mniejszym stopniu komercjalizacji (bliskie kategorii <i>sacrum</i>)			
<i>Adventure tourism</i>	120 000	560 000	118 000
<i>Agritourism</i>	157 000	71 500	157 000
<i>Art tourism</i>	5820	5170	6380
<i>Cultural tourism</i>	166 000	142 000	171 000
<i>Ecotourism</i>	1 200 000	672 000	1 230 000
<i>Health tourism</i>	42 000	77 400	42 300
<i>Heritage tourism</i>	80 700	73 800	78 100
<i>Nature tourism</i>	53 400	39 400	53 600
Formy turystyki o większym stopniu komercjalizacji (bliskie kategorii <i>profanum</i>)			
<i>Business tourism</i>	176 000	532 000	174 000
<i>Convention tourism</i>	20 500	12 900	20 400
<i>Cruise tourism</i>	6890	47 900	6910
<i>Golf tourism</i>	11 500	47 000	11 700
<i>Sex tourism</i>	129 000	95 400	140 000
<i>Shopping tourism</i>	11 800	31 300	9600
<i>Sport tourism</i>	40 100	84 500	38 700
<i>Wine tourism</i>	45 800	72 700	47 300

stron internetowych związanych z wybranymi hasłami kluczowymi dotyczącymi różnych form turystyki. Tym samym przyjęto założenie, iż liczba stron internetowych związanych z danym hasłem kluczowym jest w pewnym stopniu odzwierciedleniem stopnia zainteresowania społecznego danym zjawiskiem. Jest to oczywiście bardzo uproszczone założenie, gdyż m.in. oznacza, że taką samą rangę ma krótka wzmianka prasowa czy ogłoszenie komercyjne, jak tekst naukowy czy dokument rządowy.

Z danych przedstawionych w tab. 1 wynika, że niektóre hasła kluczowe mają znacznie więcej odpowiedników na światowych stronach internetowych niż inne. Na podstawie analizy przeprowadzonej w sierpniu 2004 r. można stwierdzić, że spośród podanych haseł kluczowych najczęściej spotykane na stronach internetowych jest hasło *ecotourism*, a następnie *cultural tourism* i *sex tourism*. Do częściej spotykanych na stronach internetowych haseł kluczowych należą również: *heritage tourism* i *sport tourism*, natomiast w przypadku *golf tourism*, *health tourism*, *convention tourism*² i *shopping tourism* dały się zauważyć bardzo duże różnice między rezultatami poszukiwań poprzez wyszukiwarkę Google a wyszukiwarki AltaVista i Yahoo! Z przedstawionej tabeli wynika również,

²Natomiast termin *congress tourism* był podany 14 100 razy przez wyszukiwarkę AltaVista, 43 300 przez Google i 14 500 przez Yahoo! Zastanawiające jest stosunkowo częste występowanie pojęcia *congress tourism* w wyszukiwarce Google, wobec znacznie rzadszego odwoływania się do terminu *convention tourism*.

że wyszukiwarka Google ma zaskakująco mało zarejestrowanych stron internetowych z zakresu ekoturystyki i agroturystyki, za to bardzo dużo związanych z hasłami *business tourism*, *adventure tourism*, i *cruise tourism*, jak również wspomnianych wcześniej *sport tourism*, *health tourism* oraz *golf tourism*.

Na podstawie przeprowadzonej analizy można postawić tezę, że we współczesnej turystyce równie duże znaczenie mają zachowania turystyczne mieszczące się w sferze *sacrum*, jak i formy turystyki nawiązujące do umownie przyjętej sfery *profanum*³. Trudno jednoznacznie oceniać, które rodzaje turystyki są bardziej popularne. Z przedstawionych badań wynika, że istnieje pewna równowaga między formami turystyki mieszczącymi się w sferze *sacrum* (wydaje się, że do tego rodzaju form turystyki można zaliczyć ekoturystykę, agroturystykę, *nature tourism*, *health tourism* oraz turystykę kulturową mieszczącą się pod hasłami *cultural tourism* oraz *heritage tourism*) a bliskimi *profanum* (jak *shopping tourism*, *sport tourism*, a zwłaszcza *sex tourism*). Nieco inaczej przedstawia się sprawa z tzw. turystyką przygodową (*adventure tourism*), która jest co prawda bliska w sensie idei ekoturystyce, ale w rzeczywistości uległa bardzo daleko idącej komercjalizacji (Durydiwka 2003).

Przykłady turystyki o charakterze *sacrum* oraz *profanum*: turystyka kulturalna (*art tourism*) i turystyka seksualna (*sex tourism*)

Jako przykład turystyki mieszczącej się z całą pewnością w sferze *sacrum* jest turystyka kulturalna, która w literaturze anglojęzycznej jest rozumiana jako *art tourism*. Pod tym określeniem należy rozumieć wszelkie zachowania turystów, których głównym celem są przeżycia duchowe w trakcie zwiedzania zabytków, pobytu w muzeach, podczas oglądania przedstawień teatralnych, słuchania koncertów itp. Tym samym – nawiązując do terminologii zaproponowanej przez T. Kocowskiego (1978) – turystyka kulturalna wynika z występowania u człowieka przede wszystkim potrzeb recepcji kultury oraz estetycznych. Chociaż wspomniane potrzeby na ogół współwystępują z potrzebą poszerzania wiedzy, właśnie silne przeżycia emocjonalne są tym, co pozwala odróżnić turystykę kulturalną od zjawiska określanego mianem turystyki kulturowej (Małek 2003). Dlatego też turystykę kulturalną można nazwać turystyką artystyczną (co może nie brzmi zbyt dobrze?).

Zdaniem H. Hughesa (2003, 6) „konwencjonalna” turystyka kulturowa (nazywana przez niego *cultural tourism*) obejmuje odwiedzanie przez turystów muzeum, galerii sztuki, zabytków świeckich i sakralnych, jak również oglądanie rzeźb, uczestniczenie w spektaklach teatralnych i słuchanie koncertów.

³ W tym miejscu należy wspomnieć, że forma turystyki najbardziej bliska sferze *sacrum* – czyli turystyka religijna (hasło kluczowe „*religion tourism*”) – została wymieniona przez wyszukiwarkę AltaVista 662 razy, Google 2520, a Yahoo! 667 razy.

Poza jej zainteresowaniami pozostaje jednak rozrywka. Natomiast pod pojęciem *art tourism* H. Hughes rozumie, zapożyczone od turystyki kulturowej, uczestniczenie w wydarzeniach kulturalnych (przedstawieniach i koncertach) oraz udział w wydarzeniach typowo rozrywkowych.

Ten sam autor wyróżnia wśród turystów uczestniczących w wydarzeniach kulturalnych dwie zasadnicze grupy osób. Dla pierwszej głównym powodem wyjazdu jest np. obejrzenie spektaklu teatralnego (*arts-core*), zaś druga udaje się do teatru podczas wyjazdu służbowego lub *stricte* wypoczynkowego (*arts-peripheral*) (Hughes 2003, 55-57). Wśród turystów zakwalifikowanych jako *arts-core* H. Hughes wyróżnia jeszcze tych, którzy przybyli do danego miejsca tylko z powodu wydarzenia kulturalnego („*primary*”), a także dla których obcowanie ze sztuką jest jednym z kilku powodów przyjazdu („*multi-primary*”). Natomiast grupę nazwaną *arts-peripheral* dzieli on na „*incidental*” – osoby, które co prawda przybyły do danego miejsca z innych powodów, ale decyzję o odwiedzeniu teatru podjęły jeszcze przed wyjazdem z miejsca zamieszkania, oraz na „*accidental*”, turyści, którzy postanowili udać się do teatru już będąc na miejscu.

Z punktu widzenia geografii turystyki kulturalna jest badana przede wszystkim jako:

- czynnik podnoszący atrakcyjność turystyczną danego miejsca,
- działalność mająca pozytywny wpływ na aktywizację miejscowej gospodarki (zwłaszcza poprzez korzystne oddziaływanie na rynek pracy),
- forma zachowań turystycznych podnoszących ogólny poziom wiedzy turystów,
- rodzaj turystyki szczególnie sprzyjający wymianie wartości kulturalnych między turystami a mieszkańcami obszarów przez nich odwiedzanych.

Należy również wspomnieć, że jest ona traktowana przez wielu badaczy jako istotny czynnik rewaloryzacji miast (Law 1993; Przybyszewska-Gudelis 1997; Smith, Jenner 1998; Voase 1997), co znalazło odzwierciedlenie m.in. w promowanych przez Unię Europejską inicjatywach w rodzaju Art Cities of the Europe oraz European City of Culture.

Jednym z tematów badawczych, który stosunkowo niedawno pojawił się w geografii turystyki, jest tzw. turystyka seksualna (*sex tourism*).

Związki turystyki z seksem (czy szerzej biorąc – z erotyką) można znaleźć już w opisach podróży podejmowanych w dawnych czasach (np. w dziennikach Marco Polo i Ibn Batuty jest wiele spostrzeżeń dotyczących wyglądu kobiet w odwiedzanych przez nich krajach, jak również można znaleźć wzmianki o obyczajach erotycznych spotykanych ludów). Zdaniem socjologów dla wielu osób podróżowanie jest nierozzerwalnie związane z poznawaniem nowych ludzi (Przeclawski 1979), przy czym często nowe znajomości – zawierane bądź z współpodróżującymi, bądź z świeżo spotykanymi osobami – mają podtekst erotyczny (McKercher, Bauer 2003).

Tak więc, chociaż o turystyce seksualnej można mówić jako o zjawisku występującym od co najmniej kilkuset lat, to jednak dopiero w XX w. przybrała ona tak znaczne rozmiary, że zaczęła interesować nie tylko socjologów, antropo-

logów, psychologów czy etyków, ale również ekonomistów, prawników, lekarzy, polityków i geografów (Ashworth i in. 1988).

Zjawisko określane ogólnie jako turystyka seksualna może być rozumiane co najmniej w trzech znaczeniach.

W wąskim znaczeniu turystykę seksualną można zdefiniować jako wyjazdy, których zasadniczym celem jest nawiązanie w odwiedzanym miejscu lub podczas samej podróży nowych, na ogół przelotnych, kontaktów erotycznych. W skrajnych przypadkach tego typu zachowania turystyczne sprowadzają się często do krótkich wyjazdów (np. w celu skorzystania z usług stojących przy szosach prostytutek). Jednak często w ramach tak rozumianej turystyki seksualnej mieszczą się dłuższe wyjazdy (np. na Kubę, Filipiny, do Dominikany), podczas których – poza kontaktami erotycznymi – osoby uprawiające tę formę turystyki wypoczywają na plaży, uprawiają sporty, delektują się potrawami miejscowej kuchni, zwiedzają zabytki itp. Warto zauważyć, że w podanej wyżej definicji nie chodzi wyłącznie o kontakty erotyczne z osobami będącymi mieszkańcami odwiedzanych miejsc, ale często również z innymi turystami.

W nieco szerszym znaczeniu pod pojęciem turystyki seksualnej mieszczą się również wyjazdy osób samotnych lub podróżujących z aktualnym partnerem/partnerką życiową, podczas których kwestie związane z kontaktami erotycznymi są ważnym, ale nie jedynym celem wyjazdu. Zgodnie z tą definicją do turystyki seksualnej można zaliczyć np. oferowane przez niektóre biura turystyczne wyjazdy w celu spędzenia (na ogół przez nowożeńców) „miodowego miesiąca”. Zjawisko to stanowi w niektórych częściach świata dosyć istotny segment ruchu turystycznego, czego dowodem może być działająca głównie w regionie karaibskim grupa hotelowa SuperClubs, która udostępnia część swoich obiektów (sieci Hedonism) tylko osobom powyżej 18 roku życia, a w innych ośrodkach bardzo chętnie organizuje wspomniane „miodowe miesiące”.

W trzecim znaczeniu pod pojęciem turystyka seksualna można rozumieć wszelkie zachowania turystów związane z szeroko rozumianym erotyzmem. W tym przypadku turystyka seksualna może sprowadzać się do zwiedzania w Amsterdamie dzielnicy zwanej Red Light District (Ashworth i in. 1988) czy dzielnicy Patpong w Bangkoku, które są chętnie odwiedzane nie tylko przez klientów chcących obcować – w dosłownym tego słowa znaczeniu – erotycznie, ale i turystów ograniczających się jedynie do oglądania, picia drinków itp. (Ryan, Hall 2001, 6)⁴.

W odróżnieniu od turystyki kulturalnej geografowie i inni badacze zajmujący się społecznymi aspektami turystyki nie zajmowali się dotychczas szerzej turystyką seksualną. Najbardziej rozpowszechnione są badania nad wspomnianymi *red light districts* (Ashworth i in. 1988; Donlon, Agrusa 2003) i nad wpływem

⁴S. Yea (2003) do zachowań mieszczących się w *sex tourism* zalicza również odwiedzanie muzeum poświęconego pamięci kobiet koreańskich (tzw. *comfort women*), traktowanych podczas II wojny światowej przez armię japońską jako niewolnice seksualne.

turystyki na rozwój prostytucji (Graburn 1983; McKercher, Bauer 2003; Ryan, Hall 2001), nad międzynarodową turystyką w celach erotycznych (Agrusa 2003; Cohen 1982; Leung 2003; Pruitt, LaFont 1995; Ryan, Kinder 1996; Sentfleben 1986; Truong 1983), turystyką osób o orientacji homoseksualnej (Clift, Forrest 1999; Ivy 2001)⁵, jak również nad wpływem turystyki seksualnej na rozpowszechnianie się zagrożenia wirusem HIV i chorobą AIDS (Cohen 1988; Cravidao, Nossa 1994; Formoso 2001; Lévy i in. 2001; Watson 2004), rozwojem zjawiska pedofilii (Leung 2003; Samarasuriya 1997). Może to zabrznieć cynicznie, ale turystyka seksualna może być również rozpatrywana jako czynnik rozwoju lokalnego. Badania na ten temat prowadził m.in. L. Jago (2003), który zwrócił uwagę na fakt, iż udostępnianie pokoi parom pragnącym zaspokoić potrzeby erotyczne jest bardzo istotnym źródłem dochodów dla właścicieli moteli, a tym samym wzbogacza budżety lokalne (w postaci podatków). Ekonomiczne aspekty turystyki seksualnej dostrzegł również E. Cohen (1988), zauważając, że *boom* turystyczny w Tajlandii w latach 70.-80. był w dużej mierze związany z przyjazdami turystów w celach erotycznych.

Z tego, co wyżej napisano, wynika, że większość prac dotyczących turystyki seksualnej została opublikowana w ostatnich latach. Dlatego też należy przyjąć, iż wkrótce temat ten może stać się przedmiotem badań jeszcze większej liczby geografów. Do wysunięcia takiego wniosku upoważnia m.in. stanowisko Światowej Organizacji Turystycznej, która podczas mającego miejsce w 1995 r. w Kairze Zgromadzenia Ogólnego przyjęła rezolucję A/RES/338 (XI) mówiącą o konieczności zwalczania różnych aspektów związanych z turystyką seksualną⁶.

Zamiast zakończenia: *sacrum i profanum* – przeciwieństwo czy może dopełnienie?

Z przedstawionej wyżej analizy jednoznacznie wynika, że współczesna geografia turystyki – kierując się nie tylko tradycją, ale i aktualnym zapotrzebowaniem społecznym – powinna zajmować się rodzajami turystyki zarówno mieszczącymi się w sferze *sacrum*, jaki i uznanymi za bliskie określeniu *profanum*.

⁵ Jak podaje R.L. Ivy (2001), w latach 90. XX w. był to jeden z najszybciej rozwijających się segmentów w turystyce międzynarodowej, nic więc dziwnego, że doczekał się licznych analiz naukowych. Przeprowadzone badania wykazały, że dynamiczny rozwój turystyki podejmowanej przez osoby o orientacji homoseksualnej (dla określenia tego zjawiska ostatnio używana jest nieco myląca nazwa *alternative tourism*) wynika po części ze stosunkowo wysokiego poziomu zamożności tej grupy społecznej (Holcomb, Luongo 1996), jak również z dążenia do przebywania wśród osób o podobnej orientacji seksualnej (Hughes 1997).

⁶ Chociaż we wspomnianej rezolucji zapowiedziano m.in. podjęcie kroków mających na celu ograniczenie działalności biur podróży oferujących wyjazdy o wyraźnie erotycznym charakterze, jednak głównym jej przesłaniem było rozpoczęcie faktycznych działań w celu zwalczania seksualnego wykorzystywania nieletnich.

Turystyka jest zjawiskiem społecznym na tyle złożonym, a powszechnie akceptowane definicje turystyki są na tyle ogólne, iż należy przyjąć, że kwestia relacji *sacrum – profanum* powinna być (w odniesieniu do turystyki) traktowana nie jako przeciwieństwo, ale jako dopełnienie (w matematycznym znaczeniu tego określenia – *vide* dopełnienie zbioru). Oznacza to, że geografowie powinni z jednakową uwagą badać przestrzenne aspekty ekoturystyki czy turystyki kulturowej, jak i zajmować się wyjazdami turystycznymi w celu dokonania zakupów, odwiedzenia parku rozrywki (lub agencji towarzyskiej) czy gry w golfa. Przykładem rodzaju turystyki, która wydaje się łączyć sferę *sacrum* i *profanum*, jest tzw. turystyka winiarska (enoturystyka), w której dużą rolę odgrywają motywy czysto konsumpcyjne, jak i doskonale mieszczące się w tradycyjnie pojmowanej turystyce kulturowej (Kowalczyk 2003).

Co prawda, spełnienie powyższego postulatu może oznaczać, że geografia turystyki znajdzie się w sytuacji swoistego rozdzielenia jaźni (gdyż zacznie zajmować się „wszystkim”, co tylko wiąże się z wypoczynkiem i turystyką), ale czy stan ten nie jest czymś zwykłym dla całej geografii?

LITERATURA

- Agrusa J. F., 2003, *AIDS and tourism: a deadly combination*, [w:] T.G. Bauer, B. McKercher (red.), *Sex and tourism. journeys of romance, love, and lust*, The Haworth Hospitality Press, New York-London-Oxford, 167-180.
- Ashworth G. J., White P. E., Winchester H., 1988, *The redlight district of the West European city: a neglected aspect of urban landscape*, *Geoforum*, 19, 2, 201-212.
- Clark T. N., Lloyd R., Wong K. K., Jain P., 2001, *Amenities drive urban growth*, American Political Science Association Annual Meeting, San Francisco, August, 2001, Urban Politics Section, Session 31-10, maszynopis.
- Clark T. N., Lloyd R., Wong K. K., Jain P., 2003, *Amenities drive urban growth*, [w:] T.N. Clark (red.), *The city as an entertainment machine*, *Research in Urban Policy*, 9, Elsevier, Kidlington, s. 293-324.
- Clift S., Forrest S., 1999, *Gay men and tourism: destinations and holiday motivations*, *Tourism Management*, 20, 5, 615-625.
- Cohen E., 1982, *Thai girls and farang men: the edge of ambiguity*, *Annals of Tourism Research*, 9, 3, 403-428.
- Cohen E., 1988, *Tourism and AIDS in Thailand*, *Annals of Tourism Research*, 15, 4, 467-486.
- Cravidao F.D., Nossa P., 1994, *Tourism and the spatial distribution of AIDS. The Portuguese case, regional conference of the international geographical union „Environment and quality of life in Central-East Europe: problems of transition”*, Prague, August 22-26, 1994, maszynopis.
- Donlon J. G., Agrusa J. F., 2003, *Attraction of the naughty-gentlemen's clubs as a tourism resource: the french quarter example*, [w:] T.G. Bauer, B. McKercher (red.), *Sex and tourism. journeys of romance, love, and lust*, The Haworth Hospitality Press, New York-London-Oxford, 119-135.

- Durydiwka M., 2003, *Turystyka przygodowa*, Prace i Studia Geograficzne, 32, Geografia Turyzmu, Wyd. Geogr. i Stud. Reg., Uniw. Warsz., 159-172.
- Formoso B., 2001, *Tourisme et prostitution en thad'lande*, Antropologie et Sociétés, 25, 2, 55-70.
- Graburn N. H. H., 1983, *Tourism and prostitution*, Annals of Tourism Research, 10, 3, 437-456.
- Holcomb B., Luongo M., 1996, *Gay tourism in the United States*, Annals of Tourism Research, 23, 3, 711-713.
- Hughes H., 1997, *Holidays and homosexual identity*, Tourism Management, 18, 1, 3-7.
- Hughes H., 2003, *Arts, Entertainment and tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford-Burlington.
- Ivy R. L., 2001, *Geographical variation in alternative tourism and recreation establishments*, Tourism Geographies, 3, 3, 338-355.
- Jago L., 2003, *Sex Tourism: an accomodation provider's perspective*, [w:] T.G. Bauer, B. McKercher (red.), *Sex and tourism. journeys of romance, love, and lust*, The Haworth Hospitality Press, New York-London-Oxford, 85-108.
- Jędrusik M., 2003, *Przyrodniczy potencjał turystyczny oraz formy jego wykorzystania na wyspach tropikalnych i subtropikalnych*, Prace i Studia Geograficzne, 32, Geografia Turyzmu, Wyd. Geogr. i Stud. Reg., Uniw. Warsz., 141-158.
- Kocowski T., 1978, *Potrzeby człowieka. Koncepcja systemowa*, Prace Naukowe Ośrodka Badawczego Prognozyki, 11, 1, Politechnika Wroclawska, Wroclaw.
- Kowalczyk A., 2000, *Geografia turystyki*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2003, *Szlaki wina – nowa forma aktywizacji turystycznej obszarów wiejskich*, Prace i Studia Geograficzne, 32, Geografia Turyzmu, Wyd. Geogr. i Stud. Reg., Uniw. Warsz., 69-98.
- Law C.M., 1993, *Urban tourism: attracting visitors to large cities*, Mansell, London.
- Lévy J., Laporte S., El Feki M., 2001, *Tourisme et sexualité en Tunisie*, Antropologie et Sociétés, 25, 2, 61-68.
- Leung P., 2003, *Sex tourism: the case of Cambodia*, [w:] T.G. Bauer, B. McKercher (red.), *Sex and tourism. journeys of romance, love, and lust*, The Haworth Hospitality Press, New York-London-Oxford, 181-196.
- Małek J., 2003, *Turystyka kulturowa jako czynnik rozwoju lokalnego*, Prace i Studia Geograficzne, 32, Geografia Turyzmu, Wyd. Geogr. i Stud. Reg., Uniw. Warsz., 13-34.
- Matos R., 2004, *Can slow tourism bring new life to alpine regions*, [w:] K. Weiermair, Ch. Mathies (red.), *The tourism and leisure industry: shaping the future*, The Haworth Hospitality Press, New York-London-Oxford, 93-103.
- McKercher B., Bauer T. G., 2003, *Conceptual framework of the nexus between tourism, romance, and sex*, [w:] T.G. Bauer, B. McKercher (red.) *Sex and tourism. Journeys of romance, love, and lust*, The Haworth Hospitality Press, New York-London-Oxford, 3-18.
- Markowski A. (red.), 1999, *Nowy słownik poprawnej polszczyzny PWN*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa.
- Pruitt D., LaFont S., 1995, *For love and money: romance tourism in jamaica*, Annals of Tourism Research, 22, 2, 419-440.

- Przeclawski K., 1973, *Turystyka i wychowanie*, NK, Warszawa.
- Przeclawski K., 1979, *Socjologiczne problemy turystyki*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa.
- Przeclawski K., 1994, *Turystyka a świat współczesny*, Uniw. Warsz., Warszawa.
- Przybyszewska-Gudelis R., 1997, *Problemy rewitalizacji miast przez turystykę*, [w:] *Kulturowe aspekty turystyki i gospodarki turystycznej*. Materiały seminaryjne, Polskie Stowarzyszenie Turystyki, Warszawa, 17-26.
- Richards G., 1996, *Production and consumption of european cultural tourism*, *Annals of Tourism Research*, 23, 2, 261-283.
- Ryan C., Hall C. M., 2001, *Sex tourism. Marginal people and liminalities*, Routledge, London-New York.
- Ryan C., Kinder R., 1996, *Sex, Tourism and sex tourism: fulfilling similar needs?*, *Tourism Management*, 17, 7, 507-518.
- Samarasuriya S., 1997, *Sun – Surf – Sex Tourism*, www.samarmagazine.org/archive/article.php?id=82 (dostępne 08.08.2004 r.).
- Senftleben W., 1986, *Tourism, hot spring resorts and sexual entertainment, observations from northern Taiwan – a study in social geography*, *Philippine Geographical Journal*, 30, 1-2, 21-41.
- Smith C., Jenner P., 1998, *The impact of festivals and special events on tourism*, *Travel & Tourism Analyst*, 4, 73-91.
- Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO*, 1995, ONZ-WTO, Warszawa.
- Truong T-D., 1983, *The Dynamics of sex-tourism: the cases of Southeast Asia*, *Development and Change*, 14, 4, 533-553.
- Voase R., 1997, *The role of flagship cultural project in urban regeneration: a case study and commentary*, *Managing Leisure*, 2, 4, 230-241.
- Warszyńska J., Jackowski A., 1978, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa.
- Watson P., 2004, *Sea, sun, sex...HIV. Study Links HIV/AIDS to tourism, jamaica gleaner*, Sunday, June 20, 2004, www.jamaica-gleaner.com/gleaner/20040620/lead/lead1.html (dostępne 10.08.2004 r.).
- Weiermair K., Mathies Ch., 2004, (red.), *The tourism and leisure industry: Shaping the future*, The Haworth Hospitality Press, New York-London-Oxford.
- Woehler K., 2004, *The rediscovery of slowness, or leisure time as one's own and as self-aggrandizement?*, [w:] K. Weiermair, Ch. Mathies (red.), *The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future*, The Haworth Hospitality Press, New York-London-Oxford, 83-92.
- Yea S., 2003, *Former comfort women as tourist objects in South Korea*, [w:] T.G. Bauer, B. Mc Kercher (red.), *Sex and tourism. journeys of romance, love, and lust*, The Haworth Hospitality Press, New York-London-Oxford, 139-154.

**BETWEEN SACRUM AND PROFANUM.
THE RESEARCH ISSUES OF MODERN TOURISM GEOGRAPHY.**

SUMMARY

Tourism as a social phenomenon contains a great variety of human behaviours that do not always meet the common definitions of tourism. Modern tourism appears to be divided into two streams: one close to a traditional understanding of the term "tourism", stressing its voluntary and non-profit nature, and another involving types of behaviour rather removed from the classical definitions of tourism, with a good example provided by business tourism. Hence, modern tourism may be divided into a non-commercial strand close to the concept of sacrum, and a highly commercialised one regarded as profanum.

Although a global website review revealed an equal popularity of the two types of tourism, there remains a concern that even the types of tourism close to the sphere of sacrum are often subjected to commercialisation.

Art tourism is an example of the type of tourism meeting the requirements of a sacrum tourism. It is close to the idea of '3E' and could grow in significance in the future. On the other hand, a form of behaviour regarded as profanum would be sex tourism. While there may be several meanings of sex tourism, its most commercialised forms are actively combated by international organisations and national governments because of the numerous risks it poses, such as prostitution, especially under-age, and AIDS/HIV.

Realising the multiple features of contemporary tourism, geographers should not limit themselves to just researching traditional topics, but ought to look into new issues in both the sacrum and profanum spheres. Geographers should treat those spheres less as oppositions, and more as complementing each other.

Translated by Pawel Pilch