

Dagmara SÓJKA

 <https://orcid.org/0009-0005-1393-4915>

Szkoła Doktorska Nauk Społecznych

Uniwersytet Łódzki

e-mail: dagmara.sojka@geo.uni.lodz.pl

DEMONSTROWANIE POSTAW SPOŁECZNYCH A TURYSTYKA – ROZWAŻANIA NAD WIELOASPEKTOWOŚCIĄ POWIĄZAŃ

1. Wstęp

Demonstrowanie postaw społecznych to jedno z podstawowych praw obywatelskich w państwach demokratycznych. W potocznym rozumieniu często utożsamiamy je albo z demonstracją, czyli wydarzeniem, albo z czynnością, czyli manifestowaniem jakiejś postawy społecznej w dowolny sposób. Sama czynność demonstrowania nie musi być więc związana z demonstracją w formie zgromadzenia.

Społeczeństwo obywatelskie wyraża swoje poglądy na różne sposoby i w różnorodnej tematyce. Aby bliżej się temu przyjrzeć, należy zrozumieć, czym właściwie jest postawa społeczna. W literaturze naukowej pojęcie to jest definiowane w wielu dyscyplinach i rozpatrywane na wiele sposobów. Na potrzeby niniejszego tekstu możemy uznać, że postawa społeczna to „uwewnętrzniona przez jednostkę, wyuczona, zsocjalizowana predyspozycja do reagowania w społecznie zdefiniowany sposób, szczególnie przez podejmowanie określonych działań w odpowiedzi na określone oczekiwania społeczne; wpływa na preferowanie pewnych celów i wartości. Werbalnym wyrazem postawy społecznej są opinie” (Olechnicki i Załęcki, 1999, s. 159).

Demonstrowanie postaw w praktyce może więc dotyczyć każdego elementu życia społecznego. Jednym z nich jest turystyka. Gdy zastanawiamy się nad praktycznym wymiarem związku demonstrowania z turystyką, nierzadko na pierwszy plan wysuwają się protesty dotyczące overtourismu. Overtourism powszechnie rozumiany jest

w języku polskim jako „nadmierna turystyka”. Zjawisko to możemy definiować jako „nadmierny wpływ turystyki na miejsce docelowe lub jego części, który powoduje, że jakość życia mieszkańców i/lub jakość doświadczeń odwiedzających postrzegana jest w sposób negatywny” (World Tourism Organization, 2018, s. 4; tłum. własne – D.S.). Jest jednak wiele innych, mniej oczywistych zależności pomiędzy demonstrowaniem a turystyką, które autorka omówi w niniejszym opracowaniu.

2. Przestrzeń turystyczna jako przestrzeń demonstrowania postaw

Przestrzeń w swoim wieloaspektowym znaczeniu od zawsze odgrywa znaczącą rolę w geografii (Runge, 2017). Można ją rozpatrywać w różnych ujęciach. Istnieje wiele koncepcji przestrzeni w naukach geograficznych. Jeden z typów przestrzeni stanowi przestrzeń społeczna (Jałowiecki i Szczepański, 2006; Lisowski, 2003, 2014). Idąc tym tropem, przestrzeń to nie tylko to, co otacza nas fizycznie. Przestrzeń to ludzie wraz ze swoim światopoglądem czy relacjami społecznymi. Przestrzeń powinno się postrzegać wieloaspektowo, na wielu poziomach, albowiem „przestrzenność ludzkiego bycia nie daje się sprowadzić jedynie do fizycznej lokalizacji” (Szafrńska i Kaczmarek, 2007, s. 56).

Jak twierdzi Potulski (2010, s. 16; za: Lisowski, 2003, s. 49): „W koncepcji przestrzeni społecznej zasadniczym składnikiem są ludzie tworzący zorganizowaną zbiorowość, a nie obszar tej działalności. Uporządkowanie elementów przestrzeni fizycznej jest wytworem działań człowieka, a nie przyczyną jego zachowań”. Aspekty społeczne są nierozzerwalnie związane z przestrzenią. Przestrzeń społeczna jest więc, najprościej ujmując, przestrzenią wytworzoną przez społeczeństwo (Jałowiecki, 2010), w której zachodzą zjawiska społeczne. Jak w takim razie rozumieć pojęcie przestrzeni turystycznej? Liczni badacze, objaśniając jej znaczenie, wskazują też na wymiar związany zarówno z jej położeniem geograficznym, jak i elementami społecznymi. Definicja, która jest najbliższa autorce, mówi, że „przestrzeń turystyczna jest tą częścią przestrzeni geograficznej, w której występuje zjawisko ruchu turystycznego. Warunkiem koniecznym i wystarczającym do zaklasyfikowania części przestrzeni geograficznej jako przestrzeń turystyczna jest ruch turystyczny, niezależnie od jego wielkości i charakteru” (Włodarczyk, 2007, s. 149).

Przestrzeń turystyczna w kontekście demonstrowania postaw społecznych może odgrywać różnorakie role. Autorka uważa, że może być ona przestrzenią protestu lub przestrzenią wyrażania poparcia.

2.1. Przestrzeń turystyczna jako przestrzeń protestu

Zdaniem Kowalewskiego i Ostrowskiego przestrzeń protestu może zostać zdefiniowana jako: „(1) metafora, odnosząca się do politycznego wymiaru składania roszczeń, (2) jedna z kategorii przestrzeni miejskiej, w której dokonuje się protest. Społecznie przekształcana przestrzeń (w obu przywołanych rozumieniach) dzięki praktykom, emocjom oraz symbolom staje się skonkretyzowanym miejscem protestu” (2023, s. 141). W drugim wskazanym rozumieniu przestrzeń protestu odnosi się do jego fizycznej lokalizacji. Według autorki demonstrowanie sprzeciwu nie zawsze musi dotyczyć przestrzeni miejskiej. Protesty, szczególnie w turystyce, nierzadko mogą odbywać się w małych miejscowościach, kurortach czy na obszarach cennych przyrodniczo, położonych z dala od terenów zurbanizowanych. Protestowanie może zaistnieć więc w każdej przestrzeni, w której zachodzi zjawisko ruchu turystycznego warunkującego określenie danej przestrzeni przestrzenią turystyczną.

Od pewnego czasu możemy zauważyć nasilające się przejawy wrogiego nastawienia do turystyki w wielu miejscach na świecie. Jest to problem nakreślany nie tylko przez badaczy związanych z turystym, ale coraz powszechniej obecny w ogólnodostępnych mediach tradycyjnych czy społecznościowych. Protesty w przestrzeni turystycznej często dotyczą najbardziej uczęszczanych miejsc przez turystów. Popularne kierunki turystyczne, oprócz korzyści, jakie czerpią z turystyki, są niewątpliwie narażone na negatywne skutki, które niesie za sobą turystyka masowa. W przestrzeni publicznej wybrzmiewają opinie o tym, że turystyka szkodzi nie tylko samym atrakcjom turystycznym, ale i ich otoczeniu (w rozumieniu zarówno fizycznym, jak i społecznym). Często wskazywane są niedogodności związane z brakiem dostępności mieszkań na długoterminowy wynajem, znacznym wzrostem czynszów oraz wzrostem cen zakupu nieruchomości. Miejscowi nierzadko twierdzą, że głównym winowajcą jest dynamicznie rozwijający się najem krótkoterminowy. Kolejny problem stanowi dewastowanie infrastruktury i degradowanie przyrody oraz dziedzictwa kulturowego danego obszaru (np. dochodzi do zniekształcenia lub zaniku lokalnych tradycji i wartości społecznych). Mieszkańcy skarżą się na wszechobecny bałagan, śmieci i hałas (zwłaszcza w godzinach nocnych). To wszystko znacznie

utrudnia życie osobom na co dzień mieszkającym na terenie wzmożonego ruchu turystycznego, powodując niezadowolenie, stale nakręcając się spiralę niechęci do turystów, a w konsekwencji liczne protesty wobec masowej turystyki.

Oprócz przejawów lokalnego sprzeciwu turystyka w odległe miejsca spotyka się także z ogólnym brakiem poparcia w kręgach związanych z ochroną klimatu i środowiska. Dalekie podróże wiążą się z pozostawianiem dużego śladu węglowego. W ramach ochrony planety zaleca się więc zaprzestanie przemieszczania się na znaczne odległości i uprawianie turystyki zorientowanej na lokalne walory turystyczne. Protestujący wskazują na to, że turystyka blisko miejsca zamieszkania może być równie atrakcyjna co ta daleka. Można eksplorować swój region czy kraj, wybierając przy tym jak najmniej emisyjne sposoby na dotarcie do atrakcji turystycznych.

2.2. Przestrzeń turystyczna jako miejsce wyrażania poparcia dla turystyki

Turystyka dla wielu rejonów jest szansą na rozwój. Jeżeli planowana jest jako zrównoważona, płyną z niej korzyści zarówno dla mieszkańców, jak i dla turystów. Zaręba (2020), powołując się na EUROPARC Federation (Federation of Nature and National Parks of Europe, czyli Europejska Federacja Parków Narodowych i Krajobrazowych), wskazuje, że turystyka zrównoważona „jest każdą formą rozwoju turystycznego, zarządzania i aktywności turystycznej, która podtrzymuje ekologiczną, społeczną i ekonomiczną integralność terenów, a także zachowuje dla przyszłych pokoleń w niezmiennym stanie zasoby naturalne i kulturowe tych obszarów” (Zaręba, 2020, s. 36–37). Odpowiednie zarządzanie turystyką przyczynia się więc do wzrostu gospodarczego bez szkody dla danego terenu. Dzięki turystyce zrównoważonej lokalni mieszkańcy bogacą się, a samorządy osiągają wyższe przychody i w konsekwencji mogą przeznaczać większy budżet na rozwój infrastruktury. Mieszkańcy i turyści czerpią więc obopólne korzyści. W takich miejscach nierzadko można spotkać się z manifestowaniem pozytywnego stosunku do obecności turystów. Według samych odwiedzających zachęca to do wizyty w danym miejscu i jest traktowane jako przejaw gościnności. Czasem komunikowanie tego, że turyści są bardzo mile widziani w konkretnym miejscu, odbywa się wprost i na szeroką skalę. Przykłady takiej komunikacji były szczególnie widoczne w okresie pandemii COVID-19. Z uwagi na duże ograniczenia

w przemieszczaniu się branża turystyczna doświadczała wielu problemów i starała się (również z pomocą samorządów lokalnych) podkreślić swoje pozytywne nastawienie do turystów na różne możliwe sposoby, co było często nagłaśniane w mediach. Przy identyfikowaniu postaw związanych z demonstrowaniem poparcia dla turystyki należy jednak zastanowić się, gdzie jest granica pomiędzy manifestem a reklamą lub promocją danego miejsca.

W kontekście powyższego podziału przestrzeni turystycznej, na tę, w której są manifestowane postawy o charakterze protestu lub ukierunkowane na poparcie, należy wziąć pod uwagę pewien fakt, a mianowicie, że każdy protest zawiera w sobie elementy poparcia, a każde poparcie elementy protestu. Aby to właściwie zrozumieć, można się odnieść do wymienionego już przykładu zachęcania społeczeństwa do podejmowania aktywności turystycznej w okresie pandemicznym po złagodzeniu obostrzeń. Manifesty poparcia były bowiem powiązane z protestami branży turystycznej przeciwko obostrzeniom.

3. Przejawy demonstrowania postaw społecznych w przestrzeni turystycznej

Demonstrowanie w przestrzeni turystycznej może przyjmować rozmaite formy, zidentyfikowane przez autorkę w trakcie licznych badań terenowych. Zdaniem autorki demonstrowanie można podzielić przede wszystkim na:

1. Demonstrowanie wymagające ciągłego wykonywania czynności związanych z manifestowaniem przez człowieka. Do tego sposobu wyrażania poglądów możemy zaliczyć:
 - a. Demonstrowanie grupowe w formie zgromadzenia (tj. demonstracje, w których bierze udział minimum kilka osób). Liczba osób, od której uznaje się dane wydarzenie za zgromadzenie, jest zależna od uregulowań prawnych w danym państwie. Demonstracje mogą mieć charakter stacjonarny lub przemieszczania się (np. w formie marszu, przejazdu).
 - b. Demonstrowanie indywidualne, które nie spełnia przesłanek zgromadzenia. Podobnie jak zgromadzenie, może mieć charakter stacjonarny lub mobilny. Może odbywać się na wiele sposobów, np. poprzez wprowadzanie do codziennego stroju osób przemieszczających się w przestrzeni takich elementów, które wskazują na identyfikowanie się z daną postawą społeczną.

2. Demonstrowanie niewymagające ciągłego wykonywania czynności związanych z manifestowaniem przez człowieka. Jest to demonstrowanie wyrażone poprzez formy graficzne. Wśród nich można wyróżnić m.in.: murale, graffiti, wlepki lub wywieszane flagi manifestujące jakąś postawę społeczną. W odróżnieniu od wymienionych wcześniej form podczas demonstrowania postaw w postaci form graficznych człowiek nie musi brać udziału w sposób ciągły. Manifestowanie odbywa się samoczynnie. Postawa społeczna, wyrażona np. w formie graffiti, stanowi przesłanie dla przechodniów, mimo że jego autor nie znajduje się w pobliżu.

Wymienione dwa najistotniejsze według autorki sposoby demonstrowania mogą się wzajemnie uzupełniać, przenikać i przeobrażać jeden w drugi. Przykładów tego jest wiele, np. baner, który został przygotowany na zgromadzenie, może po wydarzeniu zawisnąć w przestrzeni publicznej i pomimo zakończenia demonstracji nadal spełniać swoją funkcję związaną z manifestowaniem postawy, ale już bez ciągłego udziału człowieka.

Dodatkowo należy wspomnieć, że miejscem wyrażania postaw społecznych na ogromną skalę jest również przestrzeń cyfrowa, a zwłaszcza przestrzeń mediów społecznościowych. Zagadnienie to jest bardzo obszerne i nie będzie analizowane na potrzeby tego rozdziału. Warto jednak odnotować jego istnienie, ponieważ demonstrowanie w przestrzeni wirtualnej nierzadko jest powiązane z demonstrowaniem w przestrzeni turystycznej. Jak twierdzą badacze, postępuje ewolucja relacji mediów społecznościowych z demokracją (Jones i Trice, 2020).

4. Determinanty demonstrowania postaw w przestrzeni turystycznej

Kolejnym ważnym elementem rozważań na temat powiązań demonstrowania z turystyką jest sam motyw manifestowania. Biorąc pod uwagę dotychczas podjęte w niniejszym tekście dociekania badawcze, warto podkreślić jeszcze jeden ważny aspekt. Przestrzeń turystyczna może być – jak wskazano – miejscem demonstrowania postaw wobec turystyki, ale demonstrowanie w tej przestrzeni może również dotyczyć zagadnień kompletnie niezwiązanych z turystyką. W przestrzeni turystycznej często zauważa się manifesty dotyczące lokalnych problemów lub takich, które są popularnym tematem prezentowania określonych

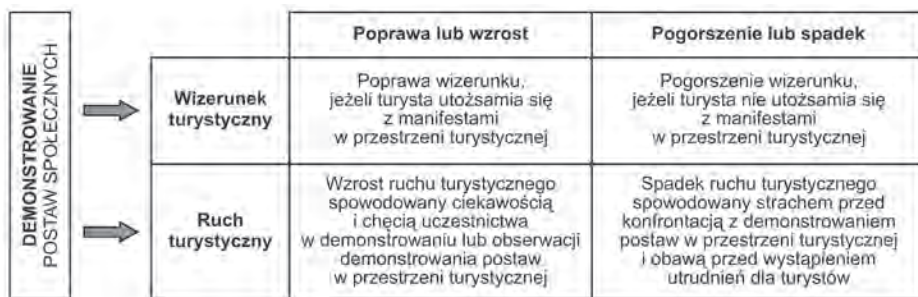
postaw na całym świecie (np. protesty przeciw wojnie, poparcie równego traktowania obywateli). Przykład tego typu przedstawiono na fotografii (rysunek 1).



Rysunek 1. Flaga ukazująca postawę społeczną w przestrzeni turystycznej – Varenna
Źródło: D. Sójka, 2024

5. Wpływ demonstrowania postaw w przestrzeni turystycznej na turystykę

Bez względu na powiązanie tematyczne demonstrowania z turystyką lub jego brak może ono wywierać różnorodny wpływ na wiele innych aspektów z nią związanych. Szczególnie istotne może okazać się tutaj oddziaływanie na wielkość i charakter ruchu turystycznego oraz na wizerunek turystyczny danego miejsca, kształtujący się z perspektywy turysty. Zdaniem autorki odbiór ten może być tak samo negatywny – wiązać się ze spadkiem ruchu turystycznego, jak pozytywny – wpływać na wzrost ruchu turystycznego. W dużej mierze jest to odczucie indywidualne i połączone z motywem turystycznym oraz osobowościowymi cechami charakteru odwiedzającego. Schemat myślenia na ten temat przedstawia rysunek 2 (s. 144).



Rysunek 2. Oddziaływanie demonstrowania postaw społecznych na wizerunek turystyczny miejsca oraz wielkość ruchu turystycznego

Źródło: opracowanie własne

6. Podsumowanie

W opracowanym tekście wskazano wiele różnych wątków, nad którymi można się zastanawiać w kontekście relacji między demonstrowaniem a turystyką. Niewątpliwie temat ten można rozpatrywać na wielu płaszczyznach, a samo demonstrowanie może być zarówno przyczyną rezygnacji z podróży turystycznej, jak i motywacją do jej podjęcia. W kontekście demonstrowania, którego tematem przewodnim jest turystyka, bez wątpienia największe znaczenie ma niekontrolowany rozwój turystyki masowej. Zagadnień do rozważań w tej tematyce z pewnością można odnaleźć jeszcze więcej. Autorka opisała te, które wydają się najistotniejsze z punktu widzenia problematyki poruszanej podczas jubileuszowej konferencji naukowej XL Seminarium Terenowe „Warsztaty z geografii turystyki”, która odbyła się w Spale we wrześniu 2024 r.

Bibliografia

- Jałowiecki, B. (2010). *Społeczne wytwarzanie przestrzeni*. Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Jałowiecki, B., Szczepański, M.S. (2006). *Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej*. Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Jones, J., Trice, M. (red.). (2020). *Platforms, protests, and the challenge of networked democracy*. Palgrave MacMillan.
- Kowalewski, M., Ostrowski, M. (2023). Projektowanie protestu: przestrzeń publiczna (nie)przyjazna demonstracjom ulicznym. *Journal of Urban Ethnology*, 21, 137–148. <https://doi.org/10.23858/JUE21.2023.008>
- Lisowski, A. (2003). *Koncepcje przestrzeni w geografii człowieka*. Wydział Geografii i Studiów Regionalnych Uniwersytet Warszawski.
- Lisowski, A. (2014). Typy przestrzeni a geografia człowieka. *Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego*, (24), 7–18.

- Olechnicki, K., Załęcki, P. (1999). *Słownik socjologiczny*. Wydawnictwo Graffiti BC.
- Runge, J. (2017). Przestrzeń społeczna miasta – dylematy geograficzno-metodologiczne. *Acta Universitatis Lodzensis. Folia Geographica Socio-Oeconomica*, (27), 99–109. <https://doi.org/10.18778/1508-1117.27.07>
- Szafrńska, E., Kaczmarek, J. (2007). Percepcja przestrzeni – pomiędzy prawdą a autentycznością. W: M. Madurowicz (red.), *Percepcja współczesnej przestrzeni miejskiej* (s. 47–62). Wydział Geografii i Studiów Regionalnych – Uniwersytet Warszawski.
- Wittgenstein, L. (2012). *Tractatus logico-philosophicus*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Włodarczyk, B. (2007). Przestrzeń turystyczna – pojęcie, wymiary, cechy. *Turyzm/Tourism*, 17(1–2), 145–158. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.17.1-2.10>
- World Tourism Organization. (2018). 'Overtourism'? *Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions: Executive summary*. <https://doi.org/10.18111/9789284420070>
- Zaręba, D. (2020). *Ekoturystyka*. Wydawnictwo Naukowe PWN.

DEMONSTROWANIE POSTAW SPOŁECZNYCH A TURYSTYKA – ROZWAŻANIA NAD WIELOASPEKTOWOŚCIĄ POWIĄZAŃ

Abstrakt: Celem opracowania jest zaprezentowanie problematyki demonstrowania postaw społecznych w kontekście turystyki. Autorka dzieli się swoimi spostrzeżeniami badawczymi dotyczącymi wzajemnych relacji tych dwóch zagadnień. Tekst nie stanowi typowej analizy wyników badań, lecz jest poświęcony koncepcyjnym rozważaniom na temat zagadnień, w których manifestowanie łączy się z turystem i w których te zjawiska wywierają na siebie wzajemny wpływ. Opracowanie nie stanowi dogłębnej analizy wskazanych wątków, lecz wyznacza kierunki do dalszych dociekań. Sposób formułowania niniejszego tekstu został zainspirowany podejściem Ludwiga Wittgensteina (2012), który unika cytowań i skupia się na przedstawieniu własnych, indywidualnych przemyśleń. Takie podejście do rozpatrywania poruszanej tematyki, z uwagi na specyficzne ujęcie problemu, zdaniem autorki jest najbardziej trafne.

Słowa kluczowe: demonstrowanie, postawy społeczne, overtourism, turystyka masowa, turystyka zrównoważona

DEMONSTRATING SOCIAL ATTITUDES AND TOURISM – REFLECTIONS ON THE MULTI-ASPECT NATURE OF CONNECTIONS

Abstract: The aim of this paper is to present the issue of demonstrating social attitudes in the context of tourism. The author shares her research observations on the interrelationship of the two issues. This text does not represent a typical analysis of research results, but is devoted to subjective reflections on the areas where demonstrating is combined with tourism and where they influence each other. The paper does not constitute an in-depth analysis of the themes identified but provides directions for further inquiry. The formulation of this text was inspired by Ludwig Wittgenstein's approach, which avoids quotations and focuses on presenting his own individual reflections (Wittgenstein, 2012). This way of considering the subject matter discussed, given the specific framing of the problem, is, in the author's opinion, the most accurate.

Keywords: demonstration, social attitudes, overtourism, mass tourism, sustainable tourism